

# Promemoria

## Stärkt konsumentskydd när betaltjänster tillhandahålls

---

Fi2019/02539/B

## Innehållsförteckning

1	Promemorians huvudsakliga innehåll .....	3
2	Förslag till lag om ändring i lagen (2010:751) om betaltjänster .....	4
3	Bakgrund.....	6
3.1	Konsumtionskrediterna ökar i Sverige .....	6
3.2	Betalningsätt vid e-handel .....	6
3.3	Den rättsliga regleringen av betalningssätt vid e- handel .....	7
3.4	Behov av förändringar .....	8
4	Det ska införas ett krav på att betalningssätt vid e-handel ska presenteras på ett visst sätt .....	9
5	Ikraftträdande .....	10
6	Konsekvensanalys .....	11
7	Författningskommentar .....	12
7.1	Förslaget till lag om ändring i lagen (2010:751) om betaltjänster .....	12

# 1 Promemorians huvudsakliga innehåll

Promemorian innehåller förslag som syftar till att stärka konsumentskyddet när betaljänster tillhandahålls.

Det föreslås att det ska införas ett krav på att en betaltjänstleverantör ska presentera betalningssätt på ett visst sätt vid e-handel. Om en konsument på en webbplats som tillhandahåller varor eller tjänster mot betalning kan välja ett betalningssätt som innebär att en kredit inte lämnas ska ett sådant betalningssätt visas först. Ett betalningssätt som innebär att en kredit lämnas får inte heller vara förvalt om det finns andra betalningssätt.

Det nya kravet ska tas in i lagen (2010:751) om betaltjänster.

Vissa sanktionsbestämmelser i marknadsföringslagen (2008:486) ska få tillämpas om betalningssätt inte presenteras på angivet sätt. Ett handlande som strider mot det nya kravet ska anses otillbörligt mot konsumenter.

Lagändringarna föreslås träda i kraft den 1 mars 2020.

## 2 Förslag till lag om ändring i lagen (2010:751) om betaltjänster

Härigenom föreskrivs i fråga om lagen (2010:751) om betaltjänster  
*dels* att rubriken till 4 kap. ska lyda ”Informationsgivning vid tillhandahållande av betaltjänster”,

*dels* att 4 kap. 21 § och rubriken närmast före 4 kap. 21 § ska ha följande lydelse,

*dels* att det ska införas en ny paragraf, 4 kap. 6 a §, och närmast före 4 kap. 6 a § en ny rubrik av följande lydelse.

*Nuvarande lydelse*

*Föreslagen lydelse*

### 4 kap.

#### ***Presentation av betalningssätt***

##### *6 a §*

*Om en konsument på en webbplats som tillhandahåller varor eller tjänster mot betalning kan välja ett betalningssätt som innebär att en kredit inte lämnas ska ett sådant betalningssätt visas först. Ett betalningssätt som innebär att en kredit lämnas får inte heller vara förvalt om det finns andra betalningssätt.*

#### ***Påföljd vid utebliven information***

#### ***Tillämpning av marknadsföringslagen<sup>1</sup>***

##### *21 §<sup>2</sup>*

*Om information inte lämnas i enlighet med 3–6, 10–13 och 19 §§, ska även marknadsföringslagen (2008:486) tillämpas, med undantag av bestämmelserna i 29–36 §§ om marknadsstörningsavgift. Sådan information ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket den lagen.*

*Om information inte lämnas i enlighet med 3–6, 10–13 och 19 §§, eller om betalningssätt inte presenteras i enlighet med 6 a §, ska marknadsföringslagen (2008:486) tillämpas, med undantag av bestämmelserna i 29–36 §§ om marknadsstörningsavgift.*

*Vid tillämpningen av 10 § tredje stycket marknadsföringslagen ska sådan information anses vara väsentlig.*

<sup>1</sup> Senaste lydelse 2018:175.

<sup>2</sup> Senaste lydelse 2018:175.

*Vid tillämpningen av 5, 23 och 26 §§ marknadsföringslagen ska ett handlande som strider mot 6 a § anses vara otillbörligt mot konsumenterna.*

---

Denna lag träder i kraft den 1 mars 2020.

## 3 Bakgrund

### 3.1 Konsumtionskrediterna ökar i Sverige

En konsumtionskredit är en kredit som en konsument tar för att finansiera sin privatkonsumtion. Det finns många olika typer av konsumtionskrediter. Det är vanligt att kredit tillhandahålls som ett betalningssätt vid sidan av andra betalningssätt när en konsument ska köpa en vara eller tjänst. Detta är inte minst vanligt vid köp på distans, bl.a. i samband med e-handel. Svenska hushåll har stora skulder och skulderna har ökat de senaste åren. Detta gäller framför allt bostadskrediter, men även konsumtionskrediter har ökat i snabb takt under senare tid.

Krediter ger hushåll möjlighet att konsumera utan att det behöver föregås av ett sparande. Att det finns möjligheter för hushåll att låna är därför i grunden positivt för såväl hushåll som för ekonomin i stort. En alltför stor uppbyggnad av skulder gör dock hushåll och kreditgivare sårbara. Detta kan i förlängningen påverka ekonomin som helhet.

Konsumtionskrediter är normalt konjunkturkänsliga. Under högkonjunkturen som föregick den senaste finanskrisen växte denna typ av krediter kraftigt för att sedan avta i slutet av 2008. Sedan 2016 har konsumtionskrediterna ökat snabbt igen. I dagsläget växer konsumtionskrediterna med ca sju procent per år och de utgör 18 procent av hushållens totala skulder. Konsumtionskrediter bidrar mindre än bostadskrediterna till den sammanlagda ökningen av hushållens skulder, men sett till räntekostnader och skuldbetalningar står de för en större andel av de totala betalningarna. Skälet till detta är att räntan och amorteringstakten är högre för dessa krediter.

Finansinspektionen bedömer i sin rapport Svenska konsumtionslån 2019 att konsumtionskrediterna bara har en liten påverkan på den finansiella stabiliteten. Konsumtionslån kan ändå innebära risker för enskilda hushåll, eftersom dessa krediter har högre räntor och avgifter än bostadskrediter. De har dessutom kort löptid, vilket kan innebära en hög månadsutgift även när en kredit är liten. Det finns även en risk om hushållen lägger om eller utökar krediter i stället för att betala tillbaka dem. Dessutom kan kredittagare som får svårt att betala på sina krediter behöva minska sin konsumtion. De kan då påverka den ekonomiska utvecklingen negativt.

De flesta konsumtionskrediter är små men kan kosta mycket relativt sin storlek. Många små krediter kan dessutom vara början på en skuldspiral. Det är relativt vanligt att krediter ersätts eller utökas i stället för att avbetalas. På sikt kan det leda till att konsumenten blir överskuldssatt.

### 3.2 Betalningsätt vid e-handel

När en konsument handlar på internet finns det ofta alternativa metoder för att betala för den vara eller tjänst som köpet avser. De senaste årens snabba utveckling på betalmarknaden har lett till att betalningssätten har blivit allt fler. De vanligast förekommande betalningssätten vid e-handel är fakturabetalning, direktbetalning via bank, kortbetalning, postförskott och olika betalningsförmedlingstjänster.

Om den betaltjänstleverantör som näringsidkaren anlitar erbjuder konsumenten flera alternativ för betalning, kan konsumenten välja vilket betalningssätt som vid det tillfället passar bäst.

Fakturabetalning innebär att konsumenten kan betala för sin vara eller tjänst i efterskott med hjälp av en faktura som skickas till honom eller henne. Genom att konsumenten på detta sätt kan skjuta upp betalningen kan han eller hon försäkra sig om att varan eller tjänsten har levererats, och att den är i avtalsenligt skick, när betalning sker. Detta betalningssätt marknadsförs ofta som "Betala nästa månad" eller "Få först, betala sen".

Direktbetalning via bank innebär att konsumenten betalar skulden direkt genom en konto-till-konto-överföring direkt till säljarens bankkonto. I praktiken fungerar detta betalningssätt så att kunden dirigeras om från e-handlarens hemsida till den egna bankens hemsida där betalningen genomförs. Detta betalningssätt anses som säkert, eftersom informationen som överförs är krypterad och konsumentens kortnummer inte exponeras på internet. En variant på detta betalningssätt är s.k. betalningsinitieringstjänster, vilket innebär att konsumenten anlitar en annan betaltjänstleverantör än den egna banken för att initiera betalningen från betalkontot.

Kortbetalning kan genomföras med bankkort, betalkort eller kreditkort. Om bankkort används dras pengarna direkt från bankkontot. Om betalkort används summeras samtliga genomförda köp som betalas via faktura månadsvis (ofta utan ränta). Om kreditkort används summeras inköpen och bildar en kredit hos kortutgivaren som kan betalas under en längre period (oftast med ranta).

Postförskott innebär att konsumenten betalar till ett postkontor eller postombud i samband med att varan hämtas ut efter leverans. Fördelen med detta betalningssätt är att det inte finns någon risk för att betalning sker för en vara som inte levereras. Till skillnad från vad som är fallet vid t.ex. fakturabetalning finns inte någon möjlighet att kontrollera att varan eller tjänsten är i avtalsenligt skick när detta betalningssätt används.

Betalning via betalningsförmedlingstjänster, som t.ex. Pay-Pal, innebär att betalning sker via en mellanhand (betalningsförmedlaren) när köpet sker. Pengarna betalas sedan ut till e-handlaren när varan eller tjänsten har levererats och konsumenten godkänt varan eller tjänsten. Även detta betalningssätt innebär ett visst skydd för konsumenten, eftersom konsumenten har möjlighet att ta emot och undersöka varan innan pengarna skickas till säljaren.

En e-handlare som vill erbjuda sina kunder ett eller flera av dessa betalningssätt behöver ett avtal eller samarbete med en eller flera betaltjänstleverantörer. Det kan handla om allt från att koppla upp sig till respektive banks gränssnitt för att kunna erbjuda direktbetalning via den banken, till att ha helhetslösningar där en betaltjänstleverantör erbjuder e-handlarens kunder samtliga sina betalningssätt.

### 3.3 Den rättsliga regleringen av betalningssätt vid e-handel

De betalningssätt som ett företag tillhandahåller en konsument på sin webbplats kan antingen innebära att köparen betalar i förskott (exempelvis

direktbetalning via bank), vid uthämtning av varan (postförskott) eller i efterskott (exempelvis fakturabetalning).

Betalning i efterskott innebär att köparen beviljas betalningsansånd. Ett sådant avtal är att anse som ett kreditavtal enligt konsumentkreditlagen (2010:1846) om köparen är en konsument (1 och 2 §§). I konsumentkreditlagen finns bl.a. bestämmelser om hur marknadsföringen av en kredit ska vara utformad och vilken förhandsinformation som konsumenten ska erhålla. Av lagen framgår att måttfullhet ska iaktas vid marknadsföring av konsumentkrediter (6 a §). Vidare gäller att köparen, vid kreditköp, får framställa samma invändningar på grund av köpet som han eller hon kan göra mot säljaren (29 §).

När en konsument köper en vara eller tjänst på internet kan även lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler (distansavtalslagen) vara tillämplig. I den lagen finns bl.a. bestämmelser om villkoren för betalning vid e-handel. Innan ett avtal ingås ska näringsidkaren ge konsumenten information om villkoren för betalning och om avtalet ska ingås på näringsidkarens webbplats ska det i början av beställningsprocessen anges vilka betalningssätt som godtas (2 kap. 2 § första stycket 6).

I lagen (2010:751) om betaltjänster (betaltjänstlagen) finns bestämmelser om betaltjänster som tillhandahålls i Sverige och som utförs inom det Europeiska ekonomiska samarbetsområdet (1 kap. 1 §). Med betaltjänster avses bl.a. genomförande av betalningstransaktioner, inklusive överföring av medel på ett betalkonto och när medlen täcks av ett kreditutrymme (1 kap. 2 § 3 och 4).

Betaltjänstlagen innehåller främst näringsrättsliga bestämmelser för betaltjänstleverantörer, t.ex. betalningsinstitut, registrerade betaltjänstleverantörer och banker och kreditmarknadsföretag (kreditinstitut) (1 kap. 3 §). Bland annat finns krav på den förhandsinformation som betalaren ska få innan ett avtal om en betaltjänst ingås (4 kap. 3–6 §§). Kraven på information kompletteras med marknadsrättsliga sanktioner (4 kap. 21 §).

### 3.4 Behov av förändringar

Köp av varor eller tjänster på internet – s.k. e-handel – underlättar för konsumenters privatkonsumtion och det står en konsument fritt att ta en kredit för att finansiera sin konsumtion. Samtidigt bör det vara ett aktivt val från konsumentens sida att ta en sådan kredit.

Forskning om personers val och uppfattningar i samband med att ekonomiska beslut fattas visar att konsumenter ofta väljer det alternativ som kommer upp först eller är förvalt.

På webbplatser som tillhandahåller köp av varor eller tjänster mot betalning till konsumenter är det vanligt att betalningssätt som innebär att en kredit lämnas tas upp före andra betalningssätt. Det är också vanligt att betalningssätt som innebär att en kredit lämnas är förvalt. I promemorian behandlas frågan om den omvända ordningen ska gälla.



## 4 Det ska införas ett krav på att betalningssätt vid e-handel ska presenteras på ett visst sätt

**Promemorians förslag:** Om en konsument på en webbplats som tillhandahåller varor eller tjänster mot betalning kan välja ett betalningssätt som innebär att en kredit inte lämnas ska ett sådant betalningssätt visas först. Ett betalningssätt som innebär att en kredit lämnas får inte heller vara förvalt om det finns andra betalningssätt.

Det nya kravet ska tas in i betaltjänstlagen och gälla för betaltjänstleverantörer.

Vissa sanktionsbestämmelser i marknadsföringslagen ska få tillämpas om betalningssätt inte presenteras på angivet sätt. Ett handlande som strider mot det nya kravet ska anses otillbörligt mot konsumenterna.

**Skälen för promemorians förslag:** På grund av de senaste årens utveckling på e-handels- och betalmarknaderna finns i dag ofta flera olika sätt att betala för varor eller tjänster vid e-handel. Detta är i grunden positivt. Kunden, som ofta är en konsument, kan välja vilket betalningssätt som han eller hon vill använda sig av utifrån sina egna preferenser och anpassa valet efter situationen och den egna privatekonomin.

Att konsumenterna erbjuds efterskottsbetalning vid e-handel är också i grunden positivt. Detta betalningssätt gör att konsumenten har möjlighet att ta emot och kontrollera varan innan betalning sker. Om leverans inte sker, eller om den köpta varan eller tjänsten inte är i avtalsenligt skick, kan konsumenten innehålla betalning för att på så sätt kräva leverans eller avhjälpan. Vidare har en konsument rätt att framställa samma invändningar på grund av köpet som han eller hon kan göra mot säljaren (29 § konsumentkreditlagen). Detta stärker konsumentens ställning vid e-handel.

Att en konsument väljer att ta en kredit för att finansiera sin privatkonsumtion bör alltid vara resultatet av ett aktivt val från konsumentens sida. På webbplatser som tillhandahåller köp av varor eller tjänster mot betalning till konsumenterna är det vanligt att betalningssätt som innebär att en kredit lämnas tas upp före andra betalningssätt. Det är också vanligt att betalningssätt som innebär att en kredit lämnas är förvalt. En sådan ordning ökar risken för att en kredit inte är resultatet av ett aktivt val från konsumentens sida. Det kan också leda till att konsumenterna lockas att ta krediter för att finansiera köp av varor eller tjänster, trots att det inte finns privatekonomiska förutsättningar för detta.

För att öka konsumentskyddet när betaltjänster tillhandahålls, bör det därför införas ett krav på att det betalningssätt som betaltjänstleverantören presenterar först, eller är förvalt, inte innebär att en kredit lämnas när flera alternativa betalningssätt tillhandahålls vid e-handel. Detta bör emellertid endast gälla om något av de betalningssätt som tillhandahålls innebär att en kredit inte lämnas. Det bör alltså inte införas något krav på att tillhandahålla betalningssätt som innebär direktbetalning.

Det bör vara betaltjänstleverantören som har ansvar för att betalningssätten presenteras i enlighet med de föreslagna kraven. Betaltjänstlagen är

den rörelsereglering som styr dessa företags verksamhet. Det är därför lämpligt att ta in det föreslagna kravet i den lagen.

Utöver bestämmelserna om ingripande mot betaltjänstleverantörer i de lagar som reglerar verksamheten – t.ex. bestämmelserna om ingripande mot betalningsinstitut och registrerade betaltjänstleverantörer i 8 kap. betaltjänstlagen och mot banker och kreditmarknadsföretag (kreditinstitut) i 15 kap. lagen (2004:297) om bank- och finansieringsrörelse – är bestämmelserna i marknadsföringslagen (2008:486) med vissa undantag tillämpliga, om information inte lämnas på visst sätt (4 kap. 21 § betaltjänstlagen).

Motsvarande bör gälla i fråga om det föreslagna kravet om att olika betalningssätt vid e-handel ska presenteras på visst sätt. De aktuella bestämmelserna i marknadsföringslagen bör alltså vara tillämpliga om en betaltjänstleverantör inte följer de föreslagna bestämmelserna. Vid tillämpningen av bestämmelserna om god marknadsföringssed, förbud mot viss marknadsföring och vite i marknadsföringslagen (5, 23 och 26 §§) bör ett handlande som strider mot det nya kravet ska anses otillbörligt mot konsumenter.

Att marknadsföringslagen tillämpas utesluter inte att bestämmelser om ingripande mot betaltjänstleverantörer i de lagar som reglerar verksamheten tillämpas. Detta medför, som i många fall på området för finansiella tjänster, ett gemensamt tillsynsansvar för Finansinspektionen och Konsumentverket som förutsätter samråd och dialog mellan myndigheterna. Att myndigheterna löpande ska samråda med varandra i frågor på de områden där myndigheterna har ett gemensamt tillsynsansvar, följer av respektive myndighetsinstruktion (2 § och 7 § första stycket 2 förordningen [2009:93] med instruktion för Finansinspektionen och 1 § och 6 § 2 förordningen [2009:607] med instruktion för Konsumentverket). Sedan tidigare finns ett samverkansavtal mellan myndigheterna som klargör hur detta samråd ska ske och på vilka områden.

## 5 Ikraftträdande

**Promemorians förslag:** Lagändringarna ska träda i kraft den 1 mars 2020.

**Skälen för promemorians förslag:** Lagändringarna bör träda i kraft så snart som möjligt. För att efterleva den föreslagna regleringen behöver den av e-handlaren anlita betaltjänstleverantören, se över i vilken ordning som betalningssätt presenteras på e-handelswebbplatsen och i vissa fall ändra den ordningen. Det handlar om relativt enkla åtgärder som bör kunna vidtas omgående. Den föreslagna regleringen bör därför kunna träda i kraft den 1 mars 2020.

## 6 Konsekvensanalys

### **Offentligfinansiella effekter**

Förslaget har inga offentligfinansiella effekter.

### **Effekter för betaltjänstleverantörer**

Förslaget innebär att betaltjänstleverantörer inte får erbjuda köp på kredit vid e-handel på ett lika framträdande sätt som i dag. Förslaget bedöms medföra marginell påverkan på företagens förutsättningar att driva sina verksamheter, eftersom endast ordningen i vilken olika betalningssätt presenteras (eller vilket betalningssätt som är förvalt) behöver anpassas. Sammantaget bedöms att förslaget medför en mycket begränsad ökning av de administrativa kostnaderna (som främst kommer att handla om webb-utvecklingskostnader) för betaltjänstleverantörer. Det är dock svårt att bestämma den precisa nivån på dessa kostnader. Antalet betaltjänstleverantörer – dvs. aktörer som har rätt att tillhandahålla betaltjänster – uppgår i Sverige till ca 250.

Förslaget träffar alla betaltjänstleverantörer, oavsett om de hör hemma inom eller utanför Sverige. Förslaget påverkar därför inte konkurrensen på betalmarknaden.

### **Andra samhällsekonomiska effekter**

Förslaget innebär att köp på kredit vid e-handel också fortsättningsvis kan tillhandahållas som ett betalningssätt. Förslaget innebär därför ingen begränsning för de konsumenter som önskar göra köp på kredit vid e-handel, exempelvis för att kunna konsumera omedelbart utan att behöva spara pengar till sin konsumtion först. Däremot får det antas att förslaget innebär att krediter som inte är resultatet av ett aktivt val från konsumenternas sida kommer att minska i viss utsträckning. Att förslaget minskar risken för att konsumenter tar omotiverade eller omedvetna krediter är positivt både för den enskilda konsumenten och samhället som helhet, eftersom det bidrar till att minska risken för överskuldssättning hos hushållen. Förslaget kan även leda till att antalet konsumenter med ordnad ekonomi som blir föremål för indrivning av skulder kommer att minska i viss utsträckning.

### **Effekter för myndigheter och domstolar**

Finansinspektionen är tillsynsmyndighet på finansmarknadsområdet och konsumentombudsmannen vid Konsumentverket för talan om åtgärder enligt marknadsföringslagen. Förslaget innebär att en ny materiell bestämmelse införs i betaltjänstlagen som dessa myndigheter ska bevaka efterlevnaden av. De eventuella merkostnader som detta medför för dessa myndigheter ska hanteras inom befintliga budgetramar.

Beslut som fattas på grundval av den nya bestämmelsen av Finansinspektionen får överklagas till allmän förvaltningsdomstol och prövningstillstånd krävs vid överklagande till kammarrätt (8 kap. 26 § betaltjänstlagen och 17 kap. 1 § tredje stycket lagen om bank- och finansieringsrörelse). Enligt nuvarande ordning är det Förvaltningsrätten i Stockholm

och Kammarrätten i Stockholm som kommer att pröva de överklagade besluten (14 § lagen [1971:289] om allmänna förvaltningsdomstolar). Åtgärder av konsumentombudsmannen enligt marknadsföringslagen prövas av allmän domstol (Patent- och marknadsdomstolen och Patent- och marknadsöverdomstolen). Även andra aktörer har talerätt vid överträdelser av marknadsföringslagen, men normalt sett är det konsumentombudsmannen som driver den typen av mål.

Förslaget innebär visserligen att fler överklagbara beslut kan fattas, men antalet sådana beslut får antas vara mycket begränsat. Detsamma gäller antalet mål som kommer att anhängiggöras vid Patent- och marknadsdomstolarna till följd av förslaget. Det kan även antas att de frågor som kan komma att prövas inom ramen för ett överklagande i anledning av den föreslagna regleringen inte kommer att vara av komplicerad art. Det bedöms därför att förslaget kommer medföra att endast enstaka fler mål kommer att anhängiggöras vid dessa domstolar. De merkostnader som förslaget medför ska hanteras inom befintliga budgetramar.

### **Speciella informationsinsatser**

Det får förutsättas att Finansinspektionen och Konsumentverket informerar företag och konsumenterna om den nya ordningen. Förslagen medför därför inget behov av några andra speciella informationsinsatser.

### **Förenlighet med unionsrätten**

Förslagen står i överensstämmelse med unionsrätten.

## **7 Författningskommentar**

### **7.1 Förslaget till lag om ändring i lagen (2010:751) om betaltjänster**

#### **4 kap.**

*6 a § Om en konsument på en webbplats som tillhandahåller varor eller tjänster mot betalning kan välja ett betalningssätt som innebär att en kredit inte lämnas ska ett sådant betalningssätt visas först. Ett betalningssätt som innebär att en kredit lämnas får inte heller vara förvalt om det finns andra betalningssätt.*

Paragrafen, som är ny, innehåller bestämmelser om hur olika betalningssätt ska presenteras på en webbplats som tillhandahåller varor eller tjänster mot betalning till konsumenterna. Övervägandena finns i avsnitt 4.

Paragrafen innebär att om alternativa betalningssätt tillhandahålls vid e-handel, får det betalningssätt som tas upp först, eller är förvalt, inte vara ett betalningssätt som innebär att en kredit lämnas, om minst av ett av de betalningssätt som tillhandahålls innebär att en kredit inte lämnas.

Begreppet kredit har en vid innebörd och omfattar t.ex. ökningen av saldot på ett kreditkonto och olika former av betalningsansätt.

Det är betaltjänstleverantören som ska se till att betalningssätten presenteras på det föreskrivna sättet. Det gäller oavsett vem som står bakom den webbplats där de olika betalningssätten presenteras.

Om betalningssätten inte presenteras i enlighet med bestämmelsen, ska – utöver bestämmelserna om ingripande i t.ex. 8 kap. – marknadsföringslagen (2008:486) tillämpas med undantag av bestämmelserna om marknadsstörningsavgift, se författningskommentaren till 21 §.

**21 §** Om information inte lämnas i enlighet med 3–6, 10–13 och 19 §§, *eller om betalningssätt inte presenteras i enlighet med 6 a §*, ska marknadsföringslagen (2008:486) tillämpas, med undantag av bestämmelserna i 29–36 §§ om marknadsstörningsavgift.

*Vid tillämpningen av 10 § tredje stycket marknadsföringslagen ska sådan information anses vara väsentlig.*

*Vid tillämpningen av 5, 23 och 26 §§ marknadsföringslagen ska ett handlande som strider mot 6 a § anses vara otillbörligt mot konsumenter.*

Paragrafen innehåller bestämmelser om tillämpning av marknadsföringslagen. Paragrafen är utformad med 4 a kap. 5 b § som förebild (se prop. 2018/19:72 s. 6). Övervägandena finns i avsnitt 5.

Ändringen i *första stycket* och det nya *tredje stycket* innebär att de aktuella bestämmelserna i marknadsföringslagen är tillämpliga om betalningssätt inte presenterats i enlighet med 6 a §, se författningskommentaren till den paragrafen. Att marknadsföringslagen kan tillämpas utesluter inte att Finansinspektionen ingriper mot en betaltjänstleverantör enligt bestämmelserna i de lagar som reglerar deras verksamhet, t.ex. bestämmelserna om ingripande mot betalningsinstitut och registrerade betaltjänstleverantörer i 8 kap. och bestämmelserna om ingripande mot kreditinstitut i 15 kap. lagen (2004:297) om bank- och finansieringsrörelse.

I paragrafen görs också redaktionella ändringar.