

DEBATT

KONTOKREDIT — EN REPLIK

Av förlagsdirektör HERMAN STOLPE

Under rubriken Dagens frågor i Sv. T. nr 7 har framförts synpunkter under rubriken *Kredit och reklam på avvägar*, som knyter an till min bok med samma namn. Red. har uppmanat mig att i anledning härav göra ett debattinlägg, ett önskemål som jag gärna tillmötesgår.

I Sv. T. görs gällande att jag »undviker att påpeka att de nutida konsumtionskrediterna är så utformade, att de underlättar för den enskilde att erhålla en överblick över sin ekonomiska ställning». Detta kan möjligen vara riktigt beträffande de ekonomiskt målmedvetna personer som skaffar sig varaktiga konsumtions- och produktionsvaror på dessa vägar och noga ser till att de inte förköper sig. En stor del av allmänheten — många tror att det är flertalet av kreditköparna — nöjer sig emellertid inte med köp av detta slag utan faller för frestelsen att på löpande band skaffa sig allt möjligt på avbetalning och genom kontoköp. Min bok vänder sig i första rummet mot expansionen under senare år av den kontokredit, som väsentligen omfattar snabbt förbrukade varor av typen kläder, skor, strumpor etc. Att kontokrediten skulle åstadkomma »en press på hushållen att sköta sin ekonomi väl» är ett mycket tvivelaktigt påstående.

Vi har inte kommit lika långt i utförsbacken som USA, men då det alldeles uppenbart är konsumtionskredi-

tens expansion där som gett kreditorganisatörerna i Sverige stark stimulans i sin verksamhet, bör man med vaket intresse följa utvecklingen i USA. Enligt en redogörelse i »U. S. News and World Report» har »löntagarkonkurser» i USA nu blivit så vanliga, att $\frac{9}{10}$ av alla konkurser är av detta slag, och sedan 1950 har antalet dylika konkurser fyrdubblats. Amerikanska advokatsamfundet har tillsatt en särskild kommitté för att granska problemet. Man är på det klara med att den väsentliga orsaken till de talrika löntagarkonkurserna, som man väntar skall ytterligare starkt öka i år, är den omfattande skuldsättningen genom avbetalnings- och kontokreditköp.

Sv. T. påstår vidare att det möjliga kunde gälla för några år sedan, att de kooperativa låneköpen var avsevärt billigare än andra former av kredit men att det inte skulle vara fallet numera. Några bevis härför anförs inte och torde vara svåra att uppbringa. Enligt de undersökningar, som gjorts av KF, skulle vid kreditköp av varor för 1 000 kr. de extra kostnaderna vara vid

låneköp	45: — kr.
köplån	50: — kr.
kontokredit	86: — kr.

Merkostnaderna vid avbetalningsköp är svårare att ange, men KF-undersökningen anger som vanligt före-

kommande 64: — kr. Det bör observeras att siffran för kooperationens låneköp inte tagit hänsyn till den återbäring (i Stockholm 4 procent) som ges även på låneköpsvaror.

Sv. T. påpekar med rätta att en del konsumtionskredit innebär »en diskriminering av kontantköparna», men påstår med orätt att jag i min bok inte nämnt förhållandet. Tvärtom, jag har på s. 118–119 utrett saken. När kontokreditföretagen inte låter kreditköparna betala samtliga merkostnader, betyder detta att kontantköparna får bära en del av dem, vilket gett anledning till indignerade insändare bl. a. i Sv. D. (»Har det verkligen gått så långt att en kontantkund ej längre omhuldas? Är kreditkunden för affärsmannen den bättre och värdefullare?» 20.11.1960.)

Beträffande min kritik av den moderna reklamen (kapitlet Kredit och reklam på avvägar i USA) betonar Sv. T. att »kritiken riktar sig mot de amerikanska reklamformer, till vilka vi ännu inte har någon motsvarighet i Sverige». Härtill kan anföras att när detta avsnitt i min bok tidigare var infört som artikel i *Industria*, gav det annonsbyråchefen Erik Elinder anledning att publicera en »replik», som var upplagd som om min framställning gällde reklam överhuvudtaget och *svensk* reklam i synnerhet. Jag frågade mig med stor förvåning, hur det kunde komma sig att en svensk reklamman kände sig hårt träffad av amerikansk reklamkritik, då jag alltid haft intrycket att svensk reklam sköts mycket ansvarsfullare än amerikansk. Av den fortsatta debatten framgick med all tydlighet att Elinder inte ansåg, att det i princip finns någon skillnad mellan amerikansk och svensk reklam.

Det gläder mig att konstatera att Sv. T. uppskattar min bok som en plaidoyer för den enskildes och fa-

miljens ekonomiska frihet och oberoende. Något annat vore ju inte heller möjligt, då det alltid i borgerliga kretsar räknats som en dygd, att den enskilde kan ekonomiskt stå på egna ben. Jag finner det emellertid egendomligt att skribenten i Sv. T. med denna grundinställning inte gjort klart för sig, vilka stora risker för ett undergrävande av den enskildes ekonomi, som en utbredd konsumtionskredit innebär. Enligt vissa beräkningar skulle i USA minst vart tredje hushåll vara så hårt skuldsatt, att det hotas av konkurs, om extra svårigheter i form av arbetslöshet, sjukdom m. m. tillstöter. En liknande utveckling måste med all kraft förhindras i Sverige. Därför har man anledning att hälsa med tillfredsställelse att regeringen igångsatt en utredning av olika former av konsumtionskredit, deras innebörd och verkningar.

Det är mycket påfallande att de extrakostnader, som konsumtionskrediten är förenad med, inte brukar anges — vilket är det vanliga vid kreditgivning — i form av årsränta på kreditbeloppet. En förklaring härtill är givetvis att krediten successivt amorteras, varför man inte kan utgå från det ursprungliga lånebeloppet utan måste beräkna det genomsnittliga kreditbeloppet under året. Om man gör detta, skall man vid avbetalningsköp ofta finna, att krediträntan är förbluffande hög. Räntesatser på 30 procent och däröver är inte ovanliga. I verkligheten har man här en av de viktigaste förklaringarna till vissa kreditsystems stora omfattning. Det är för många avbetalningsfirmor i hög grad lönande att sälja på kredit, detta ända därhän att företagen (som nu senast amerikanen Hillel Black påpekat i sitt läsvärda arbete *Buy now — pay later*) tjänar mer på att förmedla kredit än på att sälja varor.

Det är ovillkorligen nödvändigt att dessa förhållanden blir klagjorda för allmänheten, och även Sv. T. har här en viktig upplysningsuppgift. Sv. T. får under inga förhållanden nöja sig med att inbilla folk att de moderna formerna av konsumtionskredit är ett

medel att sanera ekonomin. Då är man inne på mycket farliga vägar och riskerar i stället att lägga hyenden under en last som innebär ett svårt hot mot hushållens och deras medlemmars ekonomi.