



Ruter Dams grundare, Gunilla Arhén, ryter till mot Klarna: "Cynisk kundhantering". FOTO: JANERIK HENRIKSSON/TT



Sebastian Siemiatkowski och Niklas Adelberth. FOTO: KLARNA

"Cynisk kundhantering av Klarna"

Den bästa kunden är den som inte betalar direkt – utan den som får påminnelse- och inkassoavgifter. Det har en av Klarnas grundare sagt på en investerarkonferens.

Uttalandet väcker starka reaktioner. "Hårresande", enligt Sveriges Konsumenter. "Cynisk kundhantering", menar Gunilla Arhén, grundare av Ruter Dam.

SvD Näringslivs artiklar om betaltjänstbolaget Klarna har lett till en enorm läsarrespons. Avslöjandet har handlat om hur Klarna länge har skickat ut påminnelse- och inkassoavgifter till kunder, utan att kunderna har nåtts av någon originalfaktura. Tidigare medarbetare avslöjade också att en stor del av bolagets intäkter kommer från just påminnelseavgifter och dröjsmålsränta – något som Klarnas vd Sebastian Siemiatkowski säger "får stå för dem."

Men nu får de anonyma källorna rätt av Klarnas egen med-

grundare. Han har själv avslöjat strategin på en investerarkonferens, som handlade om startupbolag. Det var långt innan SvD-granskningen. Och den filmade presentationen, som hålls på engelska, är riktad till utländska investerare – inte kunderna.

När medgrundaren Niklas Adelberth svarar på en publikfråga, om Klarna har egen inkassoan-
sohantering, säger han:

–Det är en av våra intäktskällor. Den bästa kunden är den som inte betalar direkt, men som får en påminnelse och sedan inkassokrav, säger han.

I filmklippet, som skickades som ett tips av en av SvD:s läsare, avslutar Niklas Adelberth sitt svar:

–Så ja, vi är vår egen inkassofirma också, men vi gör det under ett annat varumärke, som kallas Segoria, för att inte förstöra vårt eget varumärke.

Texten om uttalandet, som

”Den bästa kunden är den som inte betalar direkt, men som får en påminnelse och sedan inkassokrav.

Niklas Adelberth, medgrundare till Klarna.

publicerades på nliv.se i går, har väckt starka reaktioner.

–Jag tror att Klarna tappar kunder på avslöjanden om cynisk kundhantering, bra, skriver Gunilla Arhén, vd och grundare av Ruter Dam, på twitter. Hon utvecklar senare för SvD Näringsliv:

–När det gäller betalningssystem på nätet förutsätter alla att det fungerar och att man kan lita på systemet. Då är det några som har hittat en nisch där de utnyttjar kunderna. För egen del, om jag ska handla på nätet, kommer jag inte handla om det är Klarna som har betalningslösningen, säger Gunilla Arhén.

Även på organisationen Sveriges Konsumenter reagerar man starkt på uttalandet.

–Det är hårresande att det finns sådan brist på affärsmoral, och sådan brist på ansvar gentemot kunderna och samhället i övrigt, säger Jan Bertoft, generalsekreterare på Sveriges Konsumenter.

–Om det här är en affärsidé som systematiskt utnyttjar utsatta konsumenter, vilket det här tyder på, så är det oacceptabelt. Det här bidrar till överskuldssättning och slår hårt mot konsumenter.

Klarnas vd Sebastian Siemiat-

kowski skriver i ett mejl att allt det hans kollega säger stämmer, men han vill tillägga att det också innebär en negativ kundupplevelse.

–Och med negativa kundupplevelser får vi inte återkommande kunder. Klarna jobbar för att göra e-handeln enklare och tryggare och att ha nöjda och återkommande kunder, skriver Sebastian Siemiatkowski.

Han utvecklade svaret senare i SvD Börsforum och skriver bland annat om sin medgrundares beskrivning av verksamheten:

–Även om ordvalet inte var det bästa så är Niklas och Klarna öppna med något som gäller för hela bank- och finansbranschen, teleoperatörer och elbolag, nämligen att en kund som betalar sent skapar extra intäkter.

CAROLINA NEURATH

08-13 53 27, carolina.neurath@svd.se

VAD GÄLLER SAKEN?

Klarna

SvD Näringsliv har i en rad artiklar granskat betaltjänstbolaget Klarna. Många kunder har vittnat om hur de får påminnelse- och inkassoavgifter, utan att ha nåtts av någon originalfaktura. I fjol skickade Klarna 34 000 ärenden till Kronofogden.

Konsumentverket har ett pågående ärende mot Klarna just nu. Det handlar dels om marknadsföring av delbetalning på faktura, där Klarna uppmanar kunderna att delbetala sina fakturor i stället för att betala allt på en gång. Dels är det en granskning av Klarnas så kallade uppläggningsavgif-

ter, som kunden betalar när man väljer delbetalningsalternativ.

Artiklarna har lett till ett stort engagemang i SvD:s Börsforum, samtidigt har närmare 500 läsare har hört av sig sedan i förra veckan.

CAROLINA NEURATH

NLIV.SE

Läs mer. Kunderna flyr och tidigare medarbetare talar ut om sin arbetsgivare Klarna. [nliv.se](#)

