

Motion till riksdagen 2009/10:C481

av **Carina Moberg m.fl. (s)**

Konsumentens makt

Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen beslutar att upphäva målet för området Konsumentpolitik och godkänner det mål som föreslås i motionen.
2. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om konsumentorganisationernas betydelse.
3. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att se över regelverket för att skydda barn från stark reklamexponering.
4. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att ge Konsumentverket i uppdrag att fortlöpande följa upp reklam för mat som riktar sig till barn.
5. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att införa en ny lagstiftning som förhindrar att evenemangsbiljetter säljs vidare till överpriser.
6. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att uppdraga åt berörda myndigheter att se över hur utformningen av informationen till konsumenterna i samband med kreditköp kan vidareutvecklas.

Motivering

Som konsumenter behöver vi ta ställning till ett ständigt ökat utbud av produkter och tjänster. Socialdemokraterna anser att konsumenterna måste ges förutsättningar att kunna göra de val som de avser och önskar. För det krävs att konsumenternas makt stärks och att kunskaperna hos den enskilde konsumenten ökar. Barns möte med konsumtionssamhället sker i allt tidigare åldrar, vilket gör barnen särskilt utsatta. Socialdemokraterna menar att det krävs en tydlig lagstiftning och ett stort ansvarstagande från marknadens aktörer. Konsumentlagstiftningen i Sverige bygger till stora delar på regelverk som beslutar

Fel! Okänt namn på

tats inom ramen för EU-samarbetet. Det är därför helt nödvändigt att Sverige agerar med kraft för konsumenternas intresse inom EU. Konsumentrörelsen är en viktig resurs i detta arbete.

Konsumentpolitiskt mål

Under den moderatstyrda regeringen har det konsumentpolitiska målet omformulerats. Det nu gällande målet lyder ”Konsumenterna har makt och möjlighet att göra aktiva val”. Något delmål som visar politiska ambitioner om hållbar konsumtion lyser med sin frånvaro. Trots att våra konsumtionsmönster är en avgörande fråga för ett hållbart samhälle saknas således ett hållbarhetsmål för konsumentpolitiken. Då den moderatstyrda regeringen aktivt tagit bort sådana formuleringar kan detta inte tolkas på annat sätt än att regeringen motsätter sig tanken att koppla samman konsumtion med miljö. Detta visar på både bristande kunskaper hos regeringen och ett lågt engagemang för en hållbar konsumtion. Det är en oansvarig politik för framtiden.

Vidare saknas formuleringar som belyser olika människors förutsättningar att göra medvetna och aktiva val. Alla konsumenter har inte de kunskaper som krävs för att göra aktiva val. Vad de ”aktiva val” som nämns i målet ska syfta till utelämnas dessutom helt från regeringens sida.

Socialdemokraterna menar att målet för konsumentpolitiken måste utvecklas. Ett konsumentpolitiskt mål med tydliga ambitioner klargör den politiska viljeinriktningen och har en viktig funktion för att precisera behov av insatser, lagstiftning eller andra åtgärder. Ett tydligt mål bidrar även till att de politiska ambitionerna vinner större genomslag då det uppmuntrar och vägleder övriga samhällsaktörer att vidta åtgärder i samma riktning.

Socialdemokraterna anser att det nuvarande målet för konsumentpolitiken ska avskaffas och ersättas med en ny målformulering. Vi anser att det i detta sammanhang är helt nödvändigt att utgå från det tidigare konsumentpolitiska målet.

Målet: Trygga konsumenter som handlar hållbart. Delmål: Konsumentskyddet är på en hög nivå och tillgängligt för alla. Medvetna och kunniga konsumenter hushållar med egna och gemensamma resurser. Producenter och övriga näringsidkare tar sitt ansvar gentemot konsumenterna.

Konsumentorganisationernas betydelse

Socialdemokraterna anser att konsumenternas makt behöver stärkas och att kunskaperna hos den enskilde konsumenten behöver öka. Som konsumenter behöver vi ta ställning till allt fler produkter och tjänster. Inte sällan handlar det om att sätta sig in i komplicerade abonnemangsavtal eller olika former av erbjudanden där kvalitet, prestanda och pris behöver vägas mot varandra och jämföras gentemot andra leverantörer. Olika märkningssystem för etisk eller ekologisk handel och annan viktig information har också stor betydelse för att vi som konsumenter ska kunna göra de val vi önskar. Vidare krävs även kun-

skaper för att vi som enskilda konsumenter ska kunna hävda vår rätt att exempelvis häva köp eller reklamera en vara.

De kommunala konsumentvägledarna liksom konsumentorganisationerna spelar en viktig roll i arbetet med att stärka konsumenternas makt både lokalt och regionalt. Vi anser att konsumentorganisationerna har en viktig roll i konsumentskyddsarbetet och att deras arbete bör uppmuntras.

Sverige ska också vara en kraftfull röst och ta taten för konsumenternas intressen inom EU. Konsumentlagstiftningen i Sverige bygger till stora delar på regelverk som beslutats inom ramen för EU-samarbetet. Den frivilliga konsumentrörelsen, som till exempel Sveriges Konsumenter, behöver självklart kunna agera även på EU-nivå.

Barns möte med konsumtionssamhället

Barn möter konsumtionssamhället i allt tidigare åldrar. Det ställs särskilt höga krav på reklam som riktar sig till barn. Barn är mindre kritiska och mer mottagliga för till exempel överdrivna löften om produkter eller tjänster och har svårt att avgöra om priset är rimligt. Det finns därför särskilda regler och praxis om reklam till barn.

Trots detta möter barn ständigt reklam och erbjudanden. Marknadsföring som vänder sig till barn blir även allt aggressivare och mera omfattande. På olika sätt ”smygs” det in reklam för olika varor och tjänster riktade till barn. Barn möts av utdelning av leksaker, gratiserbjudanden, tidningsutskick och pysselaktiviteter. Färgglada och roliga reklamannonser för ringsignaler, tävlingar och andra mobiltjänster dyker upp på communities på Internet och andra hemsidor som barn ofta besöker. Trots att underåriga inte har rätt att teckna avtal görs detta ändå, och barn riskerar att luras på pengar. Även barns matvanor påverkas i hög grad av aggressiv marknadsföring av snabbmat, godis, läsk och andra livsmedel med höga fett- och sockerhalter. I marknadsföringen används populära artister och seriefigurer, och inte sällan delas mindre gåvor ut i samband med köp.

Socialdemokraterna anser att barns utsatthet i konsumtionssamhället måste tas på stort allvar. Utbildning och kunskap riktad mot barn är viktigt. Men branscher på marknaden har ett mycket stort ansvar för att leva upp till de regler, lagar och överenskommelser som finns. Visserligen är det idag förbjudet med direkta köpuppmaningar som riktar sig till barn, men enligt vår mening bör ytterligare åtgärder vidtas för att skydda barn från en stark exponering. Socialdemokraterna anser därför att det är angeläget att se över hur regelverk efterlevs samt se över huruvida regelverket behöver stärkas för att skydda barnen från vilseledande och konsumtionspåverkande marknadsföring. En fråga som bör utredas är möjligheten att införa en regel i marknadsföringslagen som ålägger näringsidkare att beakta barns allmänna utsatthet i kommersiella sammanhang. Vi anser även att regeringen bör ge Konsumentverket i uppdrag att fortlöpande följa upp reklam för mat som riktar sig till barn.

Fel! Okänt namn

Kulturkonsument på lika villkor

Den svarta marknaden för olika typer av evenemangsbiljetter gör det allt svårare för en enskild konsument att komma över efterlängtade konsert- och idrottsbiljetter till ordinarie pris. Exempelen är många. Stora konserter med många tusen biljetter säljer slut på en halvtimme. Senare samma dag finns likafullt biljetter att köpa på svarta börsen, då till betydligt högre pris. Exempel finns även där biljetter till och med annonserats ut på andrahandsmarknaden redan innan biljettsläpp, det vill säga till betydligt högre priser och innan dess att biljetterna finns på den ordinarie marknaden.

Socialdemokraterna anser att "svarta börsens" makt över tillgången av biljetter till de mest efterfrågade konserterna är oacceptabel. Skyddet för konsumenterna mot systematiskt biljettocker måste stärkas. Inte nog med att andrahandsbiljetterna säljs till priser långt över ordinarie nivåer, dessutom riskerar konsumenterna att luras på pengar då exempelvis Ticnet har rätt att beslagta och makulera biljetter som sålts vidare till orimliga priser.

Konsumentverket har tagit upp frågan med berörda och påtalat att information om riskerna att köpa biljetter på andrahandsmarknaden måste framgå på ett tydligare sätt. Ytterligare åtgärder behöver dock vidtas.

I Danmark och Norge har åtgärder vidtagits genom att det är olagligt att sälja biljetter vidare till ett högre pris än vad som står på biljetten. Socialdemokraterna anser att lagen måste ses över och att de lösningar som våra grannländer valt att genomföra bör övervägas.

Konsumtion på kredit

Det blir allt vanligare att vi konsumenter erbjuds handla varor på kredit. Genom medlemskort och kampanjerbjudanden erbjuder företag stora krediter vid köp av deras produkter och en möjlighet att lägga upp betalning av skulden under en lång tid, inte sällan flera år. Betalning av skulden sker sedan genom månadsfakturer. För många konsumenter innebär detta en möjlighet att köpa den efterlängtade soffan eller byta ut den gamla tv:n trots att konsumenten inte kan betala kontant. Krediten och månadsfaktureringen innebär dock extra avgifter och den effektiva räntan är i många fall hög.

Under den tid en konsument bundit upp sig för att betala en kredit kan livssituationen förändras. Arbetslöshet eller sjukdom kan få stora konsekvenser för den egna ekonomin och därmed möjligheterna att fullfölja betalningen av skulden. Stora krediter och snabba lån riskerar därmed att fort leda till en ohållbar ekonomisk situation. I en tid då arbetslösheten stiger och den ekonomiska otryggheten ökar är detta särskilt allvarligt.

Merparten av de hjälpsökande hos kommunernas budget- och skuldrådgivare har skulder som härrör från lån utan säkerhet och nästan hälften har skulder efter kreditkortsök.¹ Nu riskerar gruppen att öka.

¹ Konsumentverkets rapport 2009:9.

Fel! Okänt namn på

Konsumentkreditlagens marknadsföringsregler anger att uppgifter om effektiv ränta, kreditkostnad, kontantpris samt kredittid om månadsbetalningens storlek ska framgå vid marknadsföringen av kontokreditköp. Avsikten är att konsumenten ska få veta vad det kostar att köpa den aktuella varan på kredit jämfört med att betala kontant samt kunna bilda sig en uppfattning om den egna ekonomin klarar ett långsiktigt betalningsåtagande.

Socialdemokraterna anser att detta regelverk är bra men menar att det bör övervägas att se över hur denna information kan framgå på ett än mer tydligt sätt för konsumenten. Regeringen bör därför uppdra åt berörda myndigheter såsom Kronofogdemyndigheten, Finansinspektionen och Konsumentverket att se över hur utformningen av den för konsumenten viktiga informationen skulle kunna vidareutvecklas. En sådan översyn görs med fördel i samarbete med övriga berörda aktörer från såväl näringsliv som konsumentorganisationer.

Stockholm den 6 oktober 2009

Carina Moberg (s)

Johan Löfstrand (s)

Gunnar Sandberg (s)

Fredrik Lundh (s)

Börje Vestlund (s)

Eva Sonidsson (s)

Christina Oskarsson (s)

Kristina Zakrisson (s)

Rose-Marie Carlsson (s)