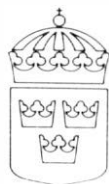


Motion till riksdagen

1985/86:13

Nic Grönvall

Ändring i marknadsföringslagen (1975:1418), m. m. (prop.
1984/85:213)



Mot.
1985/86:13

Med anledning av regeringens ovanstående proposition får jag anföra följande.

Konsumentverkets riktlinjer

Riktlinjebegreppet inom marknadsföringslagstiftningen är ett rättsligt begrepp, som saknar motsvarighet i andra rättsområden. Den rättsliga ställningen hos konsumentverkets riktlinjer har varit föremål för debatt och utredning. Rättsutvecklingen och olika former av uttalanden av lagrådet och föredragande statsråd synes emellertid nu ha väsentligen klarlagt konsumentverkets riktlinjers rättsliga ställning.

Som framhålls på flera ställen av föredragande statsråd saknar alltså konsumentverkets riktlinjer rättslig förpliktande effekt.

Det måste emellertid beklagligtvis konstateras att i vissa avseenden kvarstår långtgående osäkerhet om konsumentverkets riktlinjers rättsliga ställning. Denna osäkerhet framgår särskilt tydligt av föredragande statsråds utläggningar på s. 35. En upprepad läsning av andra stycket på denna sida leder endast till att osäkerheten om riktlinjernas rättsliga ställning konfirmeras trots att föredragande statsråd tidigare med enfaset understrukit att riktlinjernas rättsliga natur är väl belyst numera. Särskilt framgår osäkerheten av statsrådets förhållande till de s. k. skall-reglerna. Statsrådet synes å ena sidan mena att de inte är bindande men å andra sidan också att man inte kan avvika från dessa regler utan att följder kan ifrågakomma. Dessa båda uttalanden kan uppenbarligen inte vara förenliga.

I samband med 1975 års marknadsföringslagstiftning, som citeras på s. 12 i propositionen, angavs att riktlinjerna "normalt ligger till grund för marknadsdomstolens bedömning". Detta är i grunden felaktigt. Det är angeläget att riksdagen nu gör en markering av att detta uttalande helt strider mot modern syn på den rättsliga innebörden av konsumentverkets riktlinjer. Riksdagen måste entydigt uttala att all rättsskapande verksamhet inom marknadsföringsrätten vilar på marknadsdomstolen och ingen annan. Marknadsdomstolen varken kan eller får påverkas av riktlinjerna som sådana.

Vidare föreligger ett konkurrensförhållande mellan konsumentverkets riktlinjer och näringslivets självsanerande verksamhet. Föredragande statsråd uttalar på s. 29 att riktlinjesystemet måste ha företräde framför egenåtgärder från näringslivets sida. Några meningar senare uttalar emeller-

tid statsrådet att lagstiftningen inte får innebära att företagen avlyfts sitt förstahandsansvar för marknadsföringen. Även på detta område synes således angeläget att riksdagen gör klarläggande uttalanden. Riksdagen bör i detta sammanhang entydigt uttala att näringslivets medverkan vid utformningen av den marknadsetiska standarden skall ha en ledande roll. Konsumentverket skall blott i det fall då konsumentverket kan påvisa underlåtenhet från näringslivet ha rätt att inleda förhandlingar för utgivande av riktlinjer.

Angående 4 § marknadsföringslagen

4 § marknadsföringslagen är tillämplig på produktionsmetoder och konstruktioner för produktion och ej på enstaka produkter.

Den framlagda propositionen innehåller förslag om en generell öppning av 4 § för hela tjänstesektorn. Motiveringen för denna väsentliga lagstiftningsåtgärd är mycket dålig. Inte ett hållbart exempel kan ges för förslaget.

En viss del av de tjänster som tillhandahålls konsument faller numer under konsumenttjänstlagen – främst tjänster som avser arbete på lös sak och i viss utsträckning på fast egendom. Därmed har den del av tjänstesektorn som ur konsumentsynpunkt har ansetts angelägen reglerats. (Det skall här emellertid framhållas att kritik vid framläggandet av konsumenttjänstlagen riktats mot denna för att blott en mindre del av tjänstesektorn blivit föremål för lagstiftning.)

Tillämplighet av 4 § förutsätter alltså att verksamheten skall vara av viss permanent natur och icke hänförlig till enstaka produkter. En genomgång av de tjänster som erbjuds konsumenterna visar att den totalt dominerande delen av sådana tjänster redan specialreglerats under skilda författningar. Man har svårt att i fantasin formulera en konsumenttjänst som skulle vara farlig för konsumenten och som inte därmed faller ur marknadsbruk av sig själv. De exempel som lämnats i propositionen och som i debatten framförts är alla exempel som reglerats i andra författningar.

Det är mycket olämpligt och kan i viss omfattning hävdas vara farligt för upprätthållande av god efterlevnad till given lag om i lag införs bestämmelser som skapar osäkerhet av innebörden om bestämmelsens innehåll. Av allt förarbete och av alla uttalanden som gjorts om förslaget att öppna 4 § marknadsföringslagen för tjänstesektorn framgår entydigt att det är närmast omöjligt att ge exempel på sådana tjänster som skulle kunna falla under 4 §. Något förslag om denna utvidgning av tillämpningsområdet för 4 § bör därför icke genomföras.

Direkt talerätt för företagen

I propositionen avvisas framlagt förslag om rätt för företag att direkt väcka talan i marknadsdomstolen.

I propositionen framhålls på många sätt det angelägna i näringslivets medverkan till utveckling av den marknadsetiska standarden. Det är därför angeläget och av utomordentlig betydelse att näringslivet får tillgång till ett eget direktverkande sanktionssystem i det fall näringslivet önskar ingripa

mot en marknadsetiskt klandervärd verksamhet.

Mot. 1985/86:13

Nuvarande ordning innebär att ett företag som önskar rikta marknadsetisk kritik mot annat företag först har att göra anmälan därom till konsumentombudsmannen som först då har att utreda saken. Sedan utredningen hos konsumentombudsmannen lett till att denne beslutat att inte föra saken till domstol kan företaget agera. Det behöver inte särskilt markeras att det i många fall lett till att en klandervärd, konkurrensskadlig verksamhet då sedan länge förlorat aktualitet. De av statsrådet åberopade skälen för att avvisa förslaget om direkt talerätt för företag är inte hållbara.

Angående talan i marknadsdomstolen då yrkande medgivits

Jag har i tidigare motion till riksdagen påvisat det orimliga i att en part som velat böja sig för, av ett eller annat skäl, krav från konsumentombudsmannen därmed inte kan skydda sig från att bli indragen i processföring i marknadsdomstolen och de därmed förenade kostnaderna.

Det är angeläget att upprätthålla kongruens mellan olika lagar inom civilrättens komplex. Det är en enligt svensk rätt allmänt accepterad princip att den som medger talan aldrig skall kunna ådra sig rättegångskostnader. I själva verket utgör just prövningen av rättegångskostnaderna en väsentlig del av prövningen av huruvida ett påstående skall medges eller ej.

Talan i marknadsdomstolen ger inte rätt till kostnadsersättning av motparten även om målet vinnns. Det är ur den synpunkten alldeles orimligt att så att säga påtvinga en part som fullgjort vad som krävs av honom skyldigheten att företräda en ståndpunkt i marknadsdomstolen som han redan övergivit. De skäl som åberopas till stöd för denna ordning – nämligen att marknadsrätten är beroende av prejudikat och praxisutveckling och att för den skull KO måste ha rätt att driva mål denne bedömer vara av principiell betydelse – är inte ett hållbart skäl eftersom en processovillig part uppenbarligen inte ger den belysning till tvisteföremålet som är nödvändig för att en säker och trygg rättspraxis skall utvecklas.

Hemställan

Med stöd av det som anförts yrkar jag

1. att riksdagen uttalar att näringslivets egenåtgärder skall utgöra grundvalen för den marknadsetiska utvecklingen i landet liksom att konsumentverket blott i fall då brist i denna utveckling kan påvisas skall äga inleda förhandlingar för utgivande av konsumentverkets riktlinjer i frågan,

2. att riksdagen uttalar sig för att konsumentverkets riktlinjer icke längre skall utges under beteckningen konsumentverkets författnings-samling eftersom detta kan leda till uppfattningen att konsumentverkets riktlinjer har bindande verkan,

3. att riksdagen uttalar att rättsbildningen inom marknadsförings-området uteslutande bör tillkomma marknadsdomstolen som därvid är fri från hänsynstagande till konsumentverkets riktlinjer,

4. att riksdagen ur den föreslagna lydelsen i 4 § marknadsföringslagen utesluter ur tredje stycket orden "eller tjänster som tillhandahålls mot ersättning",

5. att riksdagen begär att regeringen framlägger förslag om sådan ändring i marknadsföringslagen som innebär att ett företag får rätt till direkt talan i marknadsdomstolen mot annat företag i konkurrens-ärende,

6. att riksdagen begär att regeringen framlägger förslag om sådan ändring i lagstiftningen som innebär, i kongruens med rättegångsbalkens regler, att talan som medgivits i marknadsdomstolen ej får föranleda prövning där och ej heller får föranleda att den part som lämnat medgivandet åläggs att på något kostnadskrävande sätt delta i processföring i marknadsdomstolen.

Stockholm den 7 oktober 1985

Nic Grönvall (m)