

## Motion till riksdagen 2008/09:C368

av **Christina Axelsson m.fl. (s)**

# Näringsidkares information till konsumenten

## Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att näringsidkare ska lämna information som är av särskild betydelse från konsumentsynpunkt.
2. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att näringsidkare ska lämna information vid förmånserbjudanden.

## Motivering

Vid behandlingen av regeringens proposition 2007/08:115 Ny marknadsföringslag i riksdagen (bet. 2007/08:CU21) beslutade majoriteten att ta bort de tidigare kraven på att näringsidkare ska lämna information som är av särskild betydelse från konsumentsynpunkt. Även informationsplikten vid förmånserbjudanden avskaffades.

Vi kan konstatera att konsumentfrågorna berör oss alla. Aldrig förr har vi som konsumenter haft så stora valmöjligheter som i dag. Men det är inte alltid lätt att göra medvetna och hållbara val. En tämligen färsk undersökning visar att konsumentkollektivet varje år förlorar 20 miljarder kronor på grund av problem med varor och tjänster (Jordbruksdepartementet 2005, se prop. 2005/06:105 s. 15). Många konsumenter befinner sig alltså i underläge. Att det är upp till näringsidkarna själva att lämna tillräcklig information om sina produkter kallar regeringen renodling av idén. Vi menar att det är ett sätt som ytterligare riskerar att försvaga konsumenternas ställning på marknaden till förmån för näringsidkarna.

Inför riksdagens ställningstagande till motionsspörsmålen är det värt att erinra om att EG-direktivet om otillbörliga affärsmetoder i huvudsak är utformat som ett fullharmoniseringsdirektiv. Detta innebär att medlemsstaterna vid

**Fel! Okänt namn på**

genomförandet av direktivet endast får bestämma ett skydd för konsumenterna som är i nivå med vad som angetts i direktivet. Reklam och erbjudande om förmåner tar idag nya vägar. Det är inte längre ovanligt att olika förmåner direktkommuniceras med kunderna via e-post eller sms. Då är det svårt att få fullgod information om vad förmånen verkligen innehåller. Visserligen ankommer det på näringsidkarna själva att lämna tillräcklig information om sina produkter inom ramen för de förbud om vilseledande åtgärder som direktivet uppställer. Det är bra att en framställning som innehåller ett förmånerserbjudande får prövas bl.a. enligt de bestämmelser om vilseledande marknadsföring som har beslutats. Men en prövning tar lång tid och det är många gånger svårt för kunden att få rätt mot försäljarna.

Vi anser att det även i den nya marknadsföringslagen bör finnas en bestämmelse om en generell informationsskyldighet för näringsidkare. Detta är också något som 2005 års marknadsföringsutredning har föreslagit i sitt betänkande Otillbörliga affärsmetoder (SOU 2006:76). Vidare bör bestämmelsen om en informationsskyldighet vid förmånerserbjudanden föras in i den nya lagen. Enligt vår mening riskerar konsumenternas ställning på marknaden att försvagas ytterligare i och med att det generella informationskravet har tagits bort.

Stockholm den 30 september 2008

*Christina Axelsson (s)*

*Maryam Yazdanfar (s)*

*Tommy Waidelich (s)*