

Motion till riksdagen

1985/86:L253

Lars Ernestam och Gudrun Norberg (fp)

Översyn av konsumentförsäkringslagstiftningen

Sverige har en långtgående lagstiftning på konsumentområdet. Konsumentombudsmannen och konsumentverket skall bevaka köparens intressen. Marknadsdomstolen kan stoppa vilseledande marknadsföring och med vitesföreläggande förbjuda fortsatt försäljning av farliga eller otjänliga varor. I kommunerna har vi konsumentnämnder som ger köpråd och information.

Lagstiftningen och konsumentorganen har tillkommit för att hjälpa den enskilde konsumenten. Trots detta finns det fortfarande stora brister som gör att den enskilda människan ofta känner sig utlämnad och tvingad att i underläge föra sin talan mot organisationer som på sin sida förfogar över en mycket stark juridisk expertis.

I detta sammanhang tänker vi särskilt på de personer som vill hävda sin rätt i försäkrings-sammanhang.

Vi har ett väl utbyggt frivilligt försäkringssystem i Sverige. Det är bra att det finns försäkringar och att den enskilde som tecknat en försäkring kan känna den trygghet försäkringen är avsedd att ge. I normalfallet uppstår inga problem när skada, stöld eller olycksfall inträffar. Parterna träffar överens-kommelse att reglera skadan.

Ibland visar det sig emellertid att försäkringen inte gäller. Det kan vara så att den försäkrade vill ha ersättning för något som det är klart angivet att försäkringen inte gäller för. Då skall givetvis ersättning inte utgå. Alltför ofta har det dess värre under senare tid visat sig att försäkringsbolagen med hjälp av sin juridiska expertis och finstiltla, av den enskilde försäkringstagaren svårtolkade, bestämmelser vägrar utbetala ersättning för skada som rimligen borde ersättas. Det har exempelvis gällt olycksfallsdrabbade som av försäkringsbolagen ansetts vara för skadade för att de skulle ha nytta av sina försäkringspengar. Det har gällt butiksinnehavare som inte har stått på rätt plats i butiken när han blivit bestulen. Uppräkningen kan bli lång. En genomläsning av en årgång av en svensk dagstidning visar många exempel på fall som överensstämmer med de refererade.

I reklambroschyrer, genom kundbesök osv. bedriver försäkringsbolagen en aktiv marknadsföring. Det är rimligt och skall så vara i en fungerande marknadsekonomi. Det man i det sammanhanget kan kritisera är den bristfälliga informationen om vad försäkringen inte gäller för. En olycka måste ske enligt visst mönster enligt försäkringsvillkoren.

Den enskilde som tecknat försäkringen och känt trygghet känner sig helt utlämnad. För att hävda sin rätt måste han kanske föra skadeståndstalan mot

bolaget som har all expertis på sin sida.

Mot. 1985/86
L253

Enligt vår uppfattning är det mer angeläget att försäkringsbolagen upplyser konsumenterna om vad försäkringen inte gäller för än att upplysa om de förmåner den ger.

KO måste ges utökade möjligheter att bistå enskilda konsumenter och försäkringstagare i allmän domstol. Över huvud taget behöver konsumentorganisationen ges större möjligheter att förstärka försäkringstagarens ställning.

Försäkringsbolagen kan givetvis själva åstadkomma mycket för att ge försäkringstagarna en heltäckande information men det är också angeläget att konsumentverket får utökade möjligheter att påverka marknadsföringen.

Hemställan

Med hänvisning till ovanstående hemställs

att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad som i motionen anförs om behovet av översyn av konsumentlagstiftningen i syfte att stärka den enskilde försäkringstagarens ställning mot försäkringsbolagen.

Stockholm den 27 januari 1986

Lars Ernestam (fp)

Gudrun Norberg (fp)