

Civilutskottets betänkande 2018/19:CU10

Konsumenträtt

Sammanfattning

Utskottet föreslår att riksdagen avslår samtliga motionsyrkanden som behandlas i betänkandet. Motionsyrkandena gäller bl.a. telefonförsäljning, reklam riktad till barn, lagstiftning mot könsdiskriminerande reklam m.m., köp av levande djur, bindningstider för konsumentavtal, småhusentreprenad, snabbblån m.m., konsumentvägledning och märkningsfrågor. Utskottet hänvisar främst till pågående arbeten och tidigare ställningstaganden.

I betänkandet finns 12 reservationer (M, SD, C och L) och 2 särskilda yttranden (M och L).

Behandlade förslag

Cirka 30 yrkanden i motioner från allmänna motionstiden 2018/19.

Innehållsförteckning

| | |
|---|----|
| Utskottets förslag till riksdagsbeslut | 3 |
| Redogörelse för ärendet | 6 |
| Utskottets överväganden | 7 |
| Telefonförsäljning | 7 |
| Bluffakturor | 14 |
| Reklam riktad till barn | 20 |
| Lagstiftning mot könsdiskriminerande reklam m.m. | 29 |
| Reklamationsrätt och presumtionsfrist | 34 |
| Köp av levande djur | 37 |
| Bindningstider för konsumentavtal | 41 |
| Småhusentreprenad | 43 |
| Tydligare regler för fakturors förfalldatum | 48 |
| Snabblån m.m. | 50 |
| Resegarantisystemet | 53 |
| Konsumentvägledning | 55 |
| Märkningsfrågor | 60 |
| Reservationer | 67 |
| 1. Telefonförsäljning, punkt 1 (SD) | 67 |
| 2. Telefonförsäljning, punkt 1 (C) | 68 |
| 3. Bluffakturor, punkt 2 (SD) | 68 |
| 4. Reklam riktad till barn , punkt 3 (SD) | 70 |
| 5. Reklamationsrätt och presumtionsfrist, punkt 5 (C) | 71 |
| 6. Bindningstider för konsumentavtal, punkt 7 (SD) | 71 |
| 7. Småhusentreprenad, punkt 8 (L) | 72 |
| 8. Snabblån m.m., punkt 10 (SD, C) | 73 |
| 9. Konsumentvägledning, punkt 12 (M) | 74 |
| 10. Konsumentvägledning, punkt 12 (SD) | 75 |
| 11. Märkningsfrågor, punkt 13 (SD) | 75 |
| 12. Märkningsfrågor, punkt 13 (C) | 76 |
| Särskilda yttranden | 78 |
| 1. Telefonförsäljning, punkt 1 (M) | 78 |
| 2. Märkningsfrågor, punkt 13 (L) | 78 |
| <i>Bilaga</i> | |
| Förteckning över behandlade förslag | 79 |
| Motioner från allmänna motionstiden 2018/19 | 79 |

Utskottets förslag till riksdagsbeslut

1. Telefonförsäljning

Riksdagen avslår motionerna

2018/19:981 av Mikael Eskilandersson m.fl. (SD) yrkandena 10 och 11,

2018/19:1741 av Sten Bergheden (M) och

2018/19:2838 av Ola Johansson m.fl. (C) yrkande 6 i denna del.

Reservation 1 (SD)

Reservation 2 (C)

2. Bluffakturor

Riksdagen avslår motion

2018/19:159 av Tobias Andersson m.fl. (SD) yrkandena 1 och 2.

Reservation 3 (SD)

3. Reklam riktad till barn

Riksdagen avslår motionerna

2018/19:981 av Mikael Eskilandersson m.fl. (SD) yrkandena 7 och 8

samt

2018/19:1292 av Staffan Eklöf m.fl. (SD) yrkande 10.

Reservation 4 (SD)

4. Lagstiftning mot könsdiskriminerande reklam m.m.

Riksdagen avslår motionerna

2018/19:901 av Annika Hirvonen Falk och Janine Alm Ericson (båda MP),

2018/19:954 av Lawen Redar (S) yrkande 2,

2018/19:1806 av Gunilla Carlsson (S),

2018/19:2120 av Anna Wallentheim m.fl. (S) och

2018/19:2121 av Aylin Fazelian m.fl. (S).

5. Reklamationsrätt och presumtionsfrist

Riksdagen avslår motion

2018/19:2426 av Kristina Yngwe m.fl. (C) yrkande 44.

Reservation 5 (C)

6. Köp av levande djur

Riksdagen avslår motion

2018/19:1487 av Ola Johansson och Annika Carlsson (båda C) yrkande 4.

7. Bindningstider för konsumentavtal

Riksdagen avslår motion

2018/19:981 av Mikael Eskilandersson m.fl. (SD) yrkande 9.

Reservation 6 (SD)

8. Småhusentreprenad

Riksdagen avslår motionerna

2018/19:1389 av Jonas Eriksson och Emma Hult (båda MP) och

2018/19:2590 av Jan Björklund m.fl. (L) yrkande 22.

Reservation 7 (L)

9. Tydligare regler för fakturors förfalldatum

Riksdagen avslår motion

2018/19:197 av Johnny Skalin (SD).

10. Snabblån m.m.

Riksdagen avslår motionerna

2018/19:337 av Markus Wiechel (SD) yrkandena 1, 2 och 5 samt

2018/19:2838 av Ola Johansson m.fl. (C) yrkande 6 i denna del.

Reservation 8 (SD, C)

11. Resegarantisystemet

Riksdagen avslår motion

2018/19:928 av Sten Bergheden (M) yrkande 3.

12. Konsumentvägledning

Riksdagen avslår motionerna

2018/19:337 av Markus Wiechel (SD) yrkande 3,

2018/19:838 av Johanna Haraldsson (S),

2018/19:981 av Mikael Eskilandersson m.fl. (SD) yrkande 5 och

2018/19:2830 av Mats Green m.fl. (M) yrkande 2.

Reservation 9 (M)

Reservation 10 (SD)

13. Märkningsfrågor

Riksdagen avslår motionerna

2018/19:981 av Mikael Eskilandersson m.fl. (SD) yrkande 2,

2018/19:2255 av Jan Björklund m.fl. (L) yrkande 6,

2018/19:2691 av Henrik Vinge (SD) och

2018/19:2861 av Johan Hedin m.fl. (C) yrkande 18.

Reservation 11 (SD)

Reservation 12 (C)

Stockholm den 26 mars 2019

På civilutskottets vägnar

Emma Hult

Följande ledamöter har deltagit i beslutet: Emma Hult (MP), Larry Söder (KD), Johan Löfstrand (S), Mats Green (M), Elin Lundgren (S), Cecilie Tenfjord Toftby (M), Mikael Eskilandersson (SD), Leif Nysmed (S), Momodou Malcolm Jallow (V), Roger Hedlund (SD), Sanne Lennström (S), Joakim Järrebring (S), Angelica Lundberg (SD), David Josefsson (M), Maria Stockhaus (M), Martina Johansson (C) och Henrik Edin (L).

Redogörelse för ärendet

I betänkandet behandlar utskottet ca 30 motionsyrkanden från allmänna motionstiden 2018/19. Motionsyrkandena handlar bl.a. om telefonförsäljning, reklam riktad till barn, lagstiftning mot könsdiskriminerande reklam m.m., köp av levande djur, bindningstider för konsumentavtal, småhusentreprenad, snabbblån m.m., konsumentvägledning och märkningsfrågor. Samtliga yrkanden är förslag till tillkännagivanden.

Utskottet behandlar under skilda rubriker de olika frågor som aktualiserats i motionerna. Förslagen i motionerna finns i bilagan.

Utskottets överväganden

Telefonförsäljning

Utskottets förslag i korthet

Riksdagen avslår motionsyrkanden om telefonförsäljning. Utskottet hänvisar bl.a. till överväganden som gjorts i samband med ny lagstiftning och branschens egenåtgärder.

Jämför reservation 1 (SD) och 2 (C) samt särskilt yttrande 1 (M).

Motionerna

I kommittémotion 2018/19:981 anser Mikael Eskilanderesson m.fl. (SD) att företagare ska få utökat skydd mot telefonförsäljning och att mindre företag som kontaktas av telefonförsäljare ska omfattas av regler om ångerrätt och skriftlighetskrav. Tillkännagivanden föreslås i enlighet med detta (yrkandena 10 och 11).

I kommittémotion 2018/19:2838 menar Ola Johansson m.fl. (C) att möjligheten att inkludera mindre företag, exempelvis skogs- och lantbruksföretag, i konsumentlagstiftningen vid telefonförsäljning bör undersökas. Ett tillkännagivande föreslås i enlighet med detta (yrkande 6 i denna del).

Sten Bergheden (M) anser i motion 2018/19:1741 att regeringen bör se över vad man kan göra för att försvåra oseriös telefonförsäljning. Bland annat kan man undersöka möjligheten att kräva att alla samtal som sker mellan näringsidkare och konsumenter och som leder till avtal spelas in. Vidare kan regeringen exempelvis överväga möjligheten att se över Konsumentverkets informations- och rådgivningsfunktion för företagare så att de bättre kan skyddas mot ovälkommen telefonförsäljning. Ett tillkännagivande föreslås i enlighet med detta.

Gällande rätt m.m.

Ett avtal som ingås per telefon utan att parterna träffas är ett s.k. distansavtal. Bestämmelser om distansavtal finns i lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler (distansavtalslagen). Lagen gäller när avtal om varor och icke finansiella tjänster samt avtal om finansiella tjänster och finansiella instrument ingås på distans. Lagen är tillämplig på distansavtal som ingås mellan en näringsidkare och en konsument. Med konsument avses enligt lagen en fysisk person som handlar huvudsakligen för ändamål som faller utanför näringsverksamhet. Lagen grundar sig i huvudsak på två EU-direktiv, vilka brukar benämnas konsumenträttighetsdirektivet och direktivet om distansförsäljning av finansiella tjänster.

I syfte att stärka konsumentskyddet har ett skriftlighetskrav införts vid telefonförsäljning av varor och tjänster som omfattas av distansavtalslagen (prop. 2017/18:129, bet. 2017/18:CU36, rskr. 2017/18:404). Ändringarna i distansavtalslagen, som trädde i kraft den 1 september 2018, innebär att det inte längre ska vara möjligt att ingå ett avtal muntligen om en näringsidkare på eget initiativ kontaktar en konsument per telefon i syfte att ingå ett distansavtal. Om telefonkontakten leder till att parterna vill ingå ett avtal ska näringsidkaren bekräfta sitt erbjudande i en handling eller i någon annan läsbar och varaktig form. För att ingå ett giltigt avtal krävs att konsumenten efter telefonsamtalet skriftligen accepterar näringsidkarens erbjudande. Om en näringsidkare levererar varor eller utför tjänster trots att det inte finns något giltigt avtal, ska konsumenten inte vara betalningsskyldig för dessa.

I proposition 2017/18:129 Skriftlighetskrav vid telefonförsäljning berördes frågan om huruvida de konsumentskyddsregler som föreslogs även skulle omfatta företagare. I propositionen anförde regeringen följande.

Några remissinstanser, bl.a. Småföretagarnas Riksförbund, ifrågasätter att ett skriftlighetskrav inte ska gälla i förhållande till småföretagare. I sammanhanget anför de att småföretagare i flera fall kan finnas i en liknande situation som konsumenter och att det finns oseriösa företag som särskilt inriktar sig på telefonförsäljning till äldre personer som äger t.ex. en mindre skogsfastighet och då kan räknas som företagare. Att införa tvingande regler till skydd för andra grupper än konsumenter har endast i undantagsfall ansetts motiverat i svensk rätt. Regeringen kan till en början konstatera att även den som är egen företagare kan ingå avtal i egenskap av konsument, om personen handlar huvudsakligen för ändamål som faller utanför näringsverksamheten. I sådant fall är de konsumenträttsliga lagarna tillämpliga, bl.a. reglerna om ångerrätt i distansavtalslagen (se bl.a. Allmänna reklamationsnämndens beslut 2012-08-13, änr 2012-01334, där nämnden fann att en person som var lantbrukare hade ingått ett distansavtal om telefonabonnemang i egenskap av konsument). Vidare finns det vissa skyddsregler för näringsidkare i avtalsituationer, bl.a. om ogiltighet på grund av svek (30 § lagen [1915:218] om avtal och andra rättshandlingar på förmögenhetsrättens område, avtalslagen). Ett avtalsvillkor kan också jämkas eller lämnas utan avseende om det är oskäligt med hänsyn till bl.a. avtalets innehåll och omständigheterna vid avtalets tillkomst. Vid prövningen ska särskild hänsyn tas till behovet av skydd för den som i egenskap av konsument eller annars intar en underlägsen ställning i avtalsförhållandet (36 § avtalslagen). I sammanhanget noterar regeringen även de nya uppföranderegler inom telekombranschen som innebär att enskilda näringsidkare omfattas av ångerrätt vid t.ex. telefonförsäljning. Som utredningen liksom flera remissinstanser, bl.a. Företagarna, bedömer synes problemen vid telefonförsäljning när det gäller småföretagare inte vara tillräckliga för att göra de konsumentskyddsregler som föreslås i denna proposition tillämpliga även på dessa företag. Regeringen avser dock att följa utvecklingen på området (prop. s. 26 f.).

I propositionen togs även frågan om ett generellt krav på inspelning av försäljningsavtal upp. Regeringen anförde bl.a. följande.

När det gäller ett krav på inspelning av försäljningssamtal kan det konstateras att många näringsidkare redan i dag spelar in sådana samtal och att det även är lagreglerat i visst fall (se 8 kap. 17 § lagen [2007:528])

om värdepappersmarknaden, som genomför MiFID II i Sverige och som trädde i kraft den 3 januari 2018). Att generellt reglera en sådan skyldighet i lag skulle visserligen kunna få betydelse ur bevishänseende. Om ansvaret att agera i praktiken ändå ligger på konsumenten, kommer problemen dock att kvarstå. Som nämns ovan spelar det ingen roll att konsumenten i det läget har rätten på sin sida eftersom alltför många inte tillvaratar sin rätt i en sådan situation. Det kan bero på att konsumenten inte har förmåga att agera, t.ex. på grund av hög ålder eller bristande förståelse. Det kan dock lika väl bero på att konsumenten inte anser det värt att lägga ned tid och pengar på att hävda sin rätt då varan inte är så dyr eller det ändå går att utöva ångerrätten (prop. s. 21 f.).

Regeringen ansåg sammanfattningsvis i propositionen att den åtgärd som borde övervägas för att komma till rätta med problemen vid telefonförsäljning var införandet av ett skriftlighetskrav (prop. s. 22).

Distansavtalslagen innehåller vidare bl.a. bestämmelser om att näringsidkaren är skyldig att lämna viss information till konsumenten och om att konsumenten i regel har rätt att frånträda avtalet inom viss tid (ångerrätt).

Det finns vidare bestämmelser i marknadsföringslagen (2008:486) som reglerar hur telefonförsäljning till en fysisk person får användas i marknadsföringssyfte. Telefonförsäljning får enligt 21 § marknadsföringslagen användas så länge konsumenten inte tydligt har motsatt sig det (s.k. opt out). Upprepade och oönskade kontakter per telefon kan vidare anses vara aggressiv marknadsföring och kan därmed förbjudas. Detsamma gäller om en näringsidkare i marknadsföringsmaterial vilseleder konsumenten genom att oriktigt ge intryck av att han eller hon redan beställt en produkt, t.ex. genom att inkludera en faktura. Sanktionsbestämmelser i marknadsföringslagen kan också tillämpas, om näringsidkaren brister i sin informationsskyldighet enligt distansavtalslagen. Det innebär bl.a. att en näringsidkare som vid sin marknadsföring låter bli att lämna väsentlig information får åläggas att vid vite lämna den informationen.

Regler som är tillämpliga vid telefonförsäljning till konsumenter finns även i annan lagstiftning, bl.a. lagen (2003:862) om finansiell rådgivning till konsumenter, försäkringsavtalslagen (2005:104), lagen (2007:528) om värdepappersmarknaden och konsumentkreditlagen (2010:1846). Dessa lagar innehåller bl.a. informationskrav för näringsidkaren.

Som redovisats ovan finns ett krav på inspelning av försäljningssamtal i 8 kap. 17 § lagen om värdepappersmarknaden.

Sedan den 1 juli 2018 gäller ett förbud mot marknadsföring eller försäljning av tjänster och produkter på premiepensionsområdet via telefon (64 kap. 46 § socialförsäkringsbalken).

På Konsumentverkets webbplats finns information riktad till företagare om bl.a. avtal, villkor och marknadsföring som företagare behöver känna till vid sina kontakter med konsumenter. Informationen omfattar bl.a. regler vid telefonförsäljning till konsumenter.

Hallå konsument är en rikstäckande upplysningstjänst för konsumenter som samordnas av Konsumentverket. Hallå konsument ska tillhandahålla opartisk information och vägledning till konsumenter. Hallå konsument lämnar bl.a.

information om telefonförsäljning som riktar sig till konsumenterna. På Hallå konsumenters webbplats anvisas företagarna att kontakta sin branschorganisation eller en jurist om de vill ha råd och tips, exempelvis om de har köpt en vara eller tjänst från ett annat företag. Flera bransch- och intresseorganisationer lämnar på sina webbplatser information om hur man ska skydda sig mot oseriös telefonförsäljning. Råd och stöd lämnas också till enskilda medlemmar som t.ex. drabbas av sådan telefonförsäljning (se även avsnittet Bluffakturor i detta betänkande).

Riksdagens tillkännagivande

I det ovan nämnda lagstiftningsärendet våren 2018 om att införa ett skriftlighetskrav vid telefonförsäljning beslutade riksdagen även, på utskottets förslag, om ett tillkännagivande om att regeringen bör påbörja ett arbete med att utreda om ett skriftlighetskrav vid telefonförsäljning till konsumenterna bör gälla för ytterligare varor och tjänster som bl.a. lotterier och paketresor och återkomma med förslag (bet. 2017/18:CU36, rskr. 2017/18:404).

I skrivelse 2018/19:75 Riksdagens skrivelser till regeringen – åtgärder under 2018 anger regeringen att ärendet bereds.

Statsrådet Ardalan Shekarabis svar vid frågestunden den 28 februari 2019

På en fråga om när regeringen tänker lägga fram ett förslag om ett skriftlighetskrav vid telefonförsäljning gällande spel anförde ministern bl.a. följande.

Vi kommer att behöva fortsätta att justera och skärpa lagstiftningen på spelområdet. Därför jobbar just nu en utredning egentligen parallellt med genomförandet med att ta fram nya lagförslag. Vi kommer att återkomma till riksdagen så snart vi har ett underlag från utredningen vad gäller de olika konsumenträttsliga frågor som är relevanta på spelmarknaden.

Nix-Telefon

Fysiska personer som har ett telefonabonnemang kan anmäla till spärregistret Nix-Telefon att de inte önskar bli kontaktade på telefonnumret i försäljnings-, marknadsförings- eller insamlingssyfte. Spärregistret omfattar all telefoni. Om ett telefonnummer som är infört i spärregistret Nix-Telefon innehas av en enskild näringsidkare och denne är aktiv genom att vara momsregistrerad, registrerad som arbetsgivare eller F-skatteregistrerad, är det enligt Nix-Telefons regler tillåtet att i försäljnings-, marknadsförings- eller insamlingssyfte ringa sådana samtal som avser produkter och tjänster som riktar sig till den fysiska personen i dennes roll som näringsidkare. När det gäller telefonnummer som är införda i spärregistret Nix-Telefon och som innehas av en juridisk person och som även brukas av en fysisk person för privata ändamål, är det enligt reglerna inte tillåtet att ringa samtal i

försäljnings-, marknadsförings- eller insamlingssyfte om samtalet riktar sig till den fysiska personen i egenskap av konsument. Däremot är det tillåtet att ringa samtal som avser abonnentens, dvs. den juridiska personens, näringsverksamhet. Sådana samtal får endast ringas under den tid som den juridiska personen normalt kan anses vara aktiv, dvs. vanligtvis under kontorstid.

Registret drivs av Föreningen Nix-Telefon. I Föreningen Nix-Telefon ingår Direct Selling Sweden, Svensk Försäkring, Kontakta, Sveriges Annonserer, Svenska Bankföreningen, Sveriges Kommunikationsbyråer, Sveriges Marknadsförbund, Sveriges Tidskrifter, Swedma och Tidningsutgivarna.

Telekområdgivarnas uppföranderegler

Konsumentbyrån Telekområdgivarna har tillsammans med de operatörer som finansierar och ingår i Telekområdgivarna tagit fram nya uppföranderegler för avtal om abonnemang för tv, telefoni och bredband. Uppförandereglerna tillämpas när en operatör som är med i Telekområdgivarna ingår avtal, eller har ingått avtal, med konsumenter eller enskilda firmor för tjänsterna tv, telefoni och bredband. Reglerna gäller inte vid försäljning av innehållstjänster. Enligt reglerna omfattas enskilda näringsidkare av ångerrätt vid t.ex. telefonförsäljning.

I fråga om telefonförsäljning gäller vidare följande enligt uppförandereglerna.

Operatören har bevisbördan för att ett giltigt avtal har ingåtts. Om en operatör på eget initiativ kontaktar en konsument via telefon för att ingå ett avtal, måste operatören bekräfta sitt anbud i en handling eller i någon annan läsbar och varaktig form som är tillgänglig för konsumenten. Denne måste efter telefonsamtalet skriftligen acceptera anbudet för att det ska bli ett giltigt avtal.

I de fall avtalet inte omfattas av lagens skriftlighetskrav gäller följande för telefonförsäljning:

Operatören kan styrka muntligt avtal genom inspelning. Om avtal spelas in ska inspelningen skickas till abonnenten på begäran, om det inte är i strid med GDPR. Eventuell inspelning ska utöver information om ångerrätten innehålla information om huvudsakliga priser och villkor enligt punkt 3.

Om inte hela samtalet spelas in, ska inspelningen avslutas med en fråga om det är någonting särskilt som abonnenten anser bör finnas med på inspelningen utifrån vad som har diskuterats under samtalet innan inspelningen påbörjades.

Operatören ska också följa reglerna för Nix-telefon.

Branschetiska regler för telemarketing mellan företag

Svensk Handel, Kontakta (tidigare Sveriges CallCenterförening, SCCF) och Swedma har tagit fram en branschöverenskommelse avseende god sed vid telefonförsäljning mellan näringsidkare. Avsikten med branschöverenskommelsen är att stärka den seriösa försäljningen och försvåra för

bluffföretagen. Enligt branschöverenskommelsen har företagare ångerrätt i sju arbetsdagar.

Pågående arbete

Utredningen om konsumentskydd vid telefonförsäljning

En särskild utredare fick den 31 oktober 2013 ett regeringsuppdrag att överväga och bedöma om konsumentskyddet i samband med telefonförsäljning behöver stärkas och vid behov föreslå åtgärder. Utredningen, som antog namnet Utredningen om konsumentskydd vid telefonförsäljning, överlämnade den 17 juni 2015 betänkandet Ett stärkt konsumentskydd vid telefonförsäljning (SOU 2015:61).

Utredningens förslag om ett skriftlighetskrav vid telefonförsäljning till konsumenter har behandlats i proposition 2017/18:129 (se ovan).

I utredningsbetänkandet tas även upp frågor om Nix-Telefon. Utredningen bedömer att näringslivets reglering kring Nix-Telefon är utformad på ett sådant sätt att registret inte ger konsumenter ett tillräckligt skydd mot oönskad marknadsföring. Utredningen anför bl.a. att det finns situationer där marknadsföring är tillåten trots att ett telefonnummer är infört i registret. Utredningen bedömer att utrymmet för detta är alltför omfattande. Utredningen föreslår att Konsumentverket ges i uppdrag att föra en dialog med företrädare för näringslivet om utformningen av reglerna för Nix-Telefon i syfte att öka konsumenters möjligheter att motsätta sig marknadsföring per telefon. Konsumentverket ska vidare ges i uppdrag att verka för att lättillgänglig information om Nix-Telefon finns framför allt för konsumenter som inte har tillgång till internet, som talar andra språk än svenska eller som har andra särskilda svårigheter att ta till sig samhällsinformation. Som alternativ lösning har övervägts att i stället för Nix-Telefon som administreras av näringslivet inrätta ett statligt spärregister. Utredningen har dock bedömt att Nix-Telefon bör behållas.

Enligt uppgift från Finansdepartementet bereds utredningsbetänkandet i den del som gäller Nix-Telefon fortfarande inom Regeringskansliet.

Utskottets ställningstagande

I syfte att stärka konsumentskyddet har nyligen ett skriftlighetskrav införts vid telefonförsäljning av varor och tjänster som omfattas av distansavtalslagen. Skriftlighetskravet gäller om en näringsidkare på eget initiativ kontaktar en konsument per telefon i syfte att ingå ett distansavtal. Om telefonkontakten leder till att parterna vill ingå ett avtal, ska näringsidkaren bekräfta sitt anbud i en handling eller i någon annan läsbar och varaktig form. För att ingå ett giltigt avtal krävs att konsumenten efter telefonsamtalet skriftligen accepterar näringsidkarens anbud. I lagstiftningsärendet om införande av ett skriftlighetskrav beslutade riksdagen även, på utskottets förslag, om ett tillkännagivande om att regeringen bör påbörja ett arbete med att utreda om

ett skriftlighetskrav vid telefonförsäljning till konsumenter bör gälla för ytterligare varor och tjänster som bl.a. lotterier och paketresor och återkomma med förslag.

I propositionen med förslag om ett skriftlighetskrav vid telefonförsäljning till konsumenter berörde regeringen frågan om huruvida de konsumentskyddsregler som föreslogs även skulle gälla vid telefonförsäljning till småföretagare. Regeringen anförde bl.a. att det i svensk rätt endast i undantagsfall har ansetts motiverat att införa tvingande regler till skydd för andra grupper än konsumenter och att problemen vid telefonförsäljning när det gäller småföretagare inte synes vara tillräckliga för att göra de konsumentskyddsregler som föreslogs i propositionen tillämpliga även på dessa företag. Regeringen avsåg dock att följa utvecklingen på området.

I den aktuella propositionen togs även frågan om ett generellt krav på inspelning av försäljningssamtal upp. Regeringen konstaterade att många näringsidkare redan spelade in sådana samtal och att en lagreglering om krav på inspelning av säljsamtal finns i lagen om värdepappersmarknaden. Regeringen ansåg sammanfattningsvis att den åtgärd som borde övervägas för att komma till rätta med problemen vid telefonförsäljning var införandet av ett skriftlighetskrav.

Av de skäl som anfördes i propositionen ställde sig utskottet i betänkande 2017/18:CU36 bakom regeringens lagförslag om att införa ett skriftlighetskrav vid telefonförsäljning till konsumenter. Riksdagen följde utskottets förslag till riksdagsbeslut.

Vidare gäller sedan den 1 juli 2018 ett förbud mot marknadsföring eller försäljning av tjänster och produkter på premiepensionsområdet via telefon.

I fråga om telefonförsäljning som riktar sig till näringsidkare vill utskottet även peka på att Svensk Handel, Kontakta (tidigare Sveriges CallCenterförening, SCCF) och Swedma tagit fram en branschöverenskommelse avseende god sed vid telefonförsäljning mellan näringsidkare. Enligt branschöverenskommelsen har företagare ångerrätt i sju arbetsdagar. Vidare har nya uppföranderegler tagits fram inom telekombranschen som innebär att enskilda näringsidkare omfattas av ångerrätt vid t.ex. telefonförsäljning. Flera bransch- och intresseorganisationer lämnar på sina webbplatser information om hur man ska skydda sig mot oseriös telefonförsäljning. Råd och stöd lämnas också till enskilda medlemmar som t.ex. drabbas av sådan telefonförsäljning (se även avsnittet Bluffakturor).

Mot denna bakgrund finns inte skäl att föreslå något initiativ från riksdagens sida med anledning av motionsyrkandena. De bör därför avslås.

Bluffakturor

Utskottets förslag i korthet

Riksdagen avslår motionsyrkanden om bluffakturor. Utskottet hänvisar bl.a. till pågående informationsinsatser och beredning av utredningsbetänkande.

Jämför reservation 3 (SD).

Bakgrund

Bluffakturor kan ta sig olika uttryck. Det finns rena bluffakturor där ett oseriöst företag genom att skicka fakturor, inbetalningsavier eller liknande meddelanden till näringsidkare och konsumenter försöker få betalt för en vara eller en tjänst som inte har beställts. Det förekommer också erbjudanden som utformas som fakturor. Ibland föregås fakturan av en telefonkontakt och det påstås att ett avtal har ingåtts, trots att så inte är fallet eller i varje fall inte på de villkor som görs gällande.

Motionen

I kommittémotion 2018/19:159 föreslår Tobias Andersson m.fl. (SD) tillkännagivanden om att upprätta en myndighetsadministrerad varningslista gällande bluffakturor (yrkande 1) och att ge företag utökat stöd för att bestrida felaktiga fakturor och begära rättelse från Kronofogdemyndigheten (yrkande 2).

Gällande rätt m.m.

Att i marknadsföringsmaterialet inkludera en faktura eller liknande betalningshandling som ger konsumenten intryck av att han eller hon redan har beställt den marknadsförda produkten när så inte är fallet är en sådan affärsmetod som enligt punkt 21 i bilaga I till direktivet om otillbörliga affärsmetoder (2005/29/EG) under alla omständigheter är otillbörlig. Även näringsidkare omfattas av de regler som räknas upp i bilagan.

I 8 § andra stycket marknadsföringslagen (2008:486) föreskrivs att sådan vilseledande marknadsföring som anges i punkterna 1–23 i bilaga I till direktivet om otillbörliga affärsmetoder alltid är att anse som otillbörlig. Bilagan gäller enligt 4 § marknadsföringslagen som lag i Sverige. En näringsidkare som bryter mot bestämmelsen i punkt 21 kan bl.a. åläggas att betala en marknadsstörningsavgift och skadestånd (29 och 37 §§ marknadsföringslagen).

I avtalslagen finns bestämmelser om slutande av avtal. Det är den som påstår att ett avtal har ingåtts som har att bevisa det. I avtalslagen finns också bestämmelser om avtals ogiltighet. Ett avtal som någon framkallat genom svikligt förledande är ogiltigt enligt 30 §. Enligt 33 § får en rättshandling inte

göras gällande om omständigheterna vid dess tillkomst är sådana att det skulle strida mot tro och heder att med vetskap om dem återropa avtalet. Avtalsvillkor som är oskäliga kan enligt 36 § jämkas eller lämnas utan avseende.

För att ansöka om betalningsföreläggande hos Kronofogdemyndigheten krävs att sökanden har en dispositiv penningfordran som är förfallen till betalning, 2 § lagen (1990:746) om betalningsföreläggande och handräckning. Om det kan antas att sökandens yrkande i ett mål om betalningsföreläggande är ogrundat eller obefogat, ska ansökningen behandlas som om svaranden bestritt den. Det innebär att sökanden kan begära att målet överlämnas till tingsrätt och att, om ingen sådan begäran kommer in i tid, ansökan avskrivs (23, 33 och 37 §§ samma lag).

Enligt 7 § kreditupplysningslagen (1973:1173) får kreditupplysningar om fysiska personer som inte är näringsidkare inte innehålla uppgifter om andra betalningsförsummelse än sådana som 1. har slagits fast genom en domstols eller en annan myndighets avgörande eller åtgärd eller, 2. har lett till ett inledande beslut om skuldsanering eller F-skuldsanering eller till betalningsinställelse, konkursansökan eller ackord. Detta innebär t.ex. att ansökningar om betalningsförelägganden inte får redovisas i en kreditupplysning som gäller en privatperson. Sedan 2011 finns en frivillig överenskommelse inom hela kreditupplysningsbranschen om att tillämpa samma princip när det gäller juridiska personer om företaget som har gjort ansökan om betalningsföreläggande finns på Svensk Handels varningslista (se nedan).

Vidare finns en rättelsebestämmelse i 3 kap. 3 a § lagen (2001:184) om behandling av uppgifter i Kronofogdemyndighetens verksamhet som innebär att uppgifter ska rättas, blockeras eller utplånas bl.a. i de fall då de är missvisande i fråga om den registrerades vilja eller förmåga att uppfylla sina ekonomiska förpliktelser. Om en registeruppgift beror på ett krav som grundas på en bluffaktura, kan det vara skäl för rättelse. Har de missvisande uppgifterna lämnats ut till tredje man ska denne underrättas om rättelseåtgärden om den registrerade begär det eller om mera betydande skada eller olägenhet för den registrerade kan undvikas på detta sätt. Rättelsebestämmelsen är även tillämplig på uppgifter om juridiska personer och avlidna. Kreditupplysningsföretag är skyldiga att gallra uppgifter som har blockerats (8 § kreditupplysningslagen).

Den 1 juli 2017 infördes en ny straffbestämmelse i brottsbalken om grovt fordringsbedräveri (9 kap. 3 a § brottsbalken). Det som straffbeläggs genom bestämmelsen är att i vilseledande syfte rikta betalningsuppsmaningar till en vidare krets av mottagare. Den nya bestämmelsen syftar till att komma till rätta med de problem som bluffakturor och liknande systematiska förfaranden orsakar för enskilda och samhället. Straffskalan är fängelse i lägst sex månader och högst sex år (prop. 2016/17:131, bet. 2016/17: JuU13. rskr. 2016/17:272).

Sedan flera år har aktörer i näringslivet upprättat s.k. varningslistor över företag som på olika sätt bedöms vara oseriösa och bedriva verksamhet med bluffakturor eller liknande. Som exempel kan nämnas att Svensk Handel på

sin webbplats har lagt ut uppgifter om företag med oseriösa försäljningsmetoder. Kreditupplysningsföretagen använder Svensk Handels varningslista för att avgöra vilka uppgifter som ska ingå i kreditupplysningar.

Konsumentverket har i februari 2019 återinfört en varningslista på verkets webbplats. Varningslistan ska ge konsumenter information och vägledning angående aktuella och angelägna konsumentproblem. En publicering på Konsumentverkets varningslista bestäms framför allt utifrån anmälningar till Konsumentverket och kontakter med Konsumentverkets upplysningstjänster Hallå konsument och Konsument Europa. Både fysiska och juridiska personer kan publiceras på varningslistan (Konsumentverket använder företag som gemensam benämning). För att ett företag ska hamna på listan måste det orsaka konsumenter betydande problem. Det ska också vara angeläget att konsumenter snabbt uppmärksammas på problemen. En publicering på listan måste dessutom vara det mest lämpliga och ändamålsenliga sättet att informera och vägleda konsumenter om de aktuella problemen.

Finansinspektionen har på sin webbplats en varningslista där inspektionen varnar för företag som erbjuder svenska konsumenter och investerare finansiella tjänster eller produkter utan att företaget har nödvändiga tillstånd i eller utanför Sverige. Finansinspektionens varningslista innehåller även varningar som har utfärdats av tillsynsmyndigheter som Finansinspektionen samarbetar med genom Europeiska värdepappers- och marknadsmyndigheten (Esma) och Internationella organisationen för värdepapperstillsyn (Iosco).

Som redovisats under avsnittet Telefonförsäljning har Svensk Handel, Kontakta (tidigare Sveriges CallCenterförening, SCCF) och Swedma tagit fram en branschöverenskommelse avseende god sed vid telefonförsäljning mellan näringsidkare. Avsikten med branschöverenskommelsen är att stärka den seriösa försäljningen och försvåra för bluffföretagen. Enligt branschöverenskommelsen har företagare ångerrätt i sju arbetsdagar.

Många intresse- och branschorganisationer lämnar på sina webbplatser information om hur man ska gå till väga om man får en bluffaktura. Råd och stöd lämnas också till enskilda medlemmar som drabbas.

Flera myndigheter, bl.a. polisen och Kronofogdemyndigheten, lämnar på sina webbplatser information om bl.a. hur en bluffaktura kan bestridas. Även på konsumentupplysningstjänsten Hallå konsumenters webbplats lämnas sådan information.

Pågående arbete

Utredningen om åtgärder mot fakturabedrägerier

En särskild utredare fick i februari 2014 ett regeringsuppdrag att kartlägga omfattningen och karaktären av problemen med fakturabedrägerier. I uppdraget ingick att med beaktande av kartläggningen överväga behovet av förändringar i framför allt civilrättslig, näringsrättslig och civilprocessrättslig lagstiftning. Utredningen överlämnade i september 2015 betänkandet Fakturabedrägerier (SOU 2015:77).

Utredningen har delat in fakturabedrägeri i två huvudkategorier: bluffakturor och fakturabedrägeri efter kontakt. Med bluffakturor avses bluffakturor som skickats ut utan föregående kontakt mellan fakturautställare och fakturamottagare. Med fakturabedrägeri efter kontakt avses fakturor som skickats ut efter en kontakt mellan fakturautställare och fakturamottagare, vilken enligt fakturautställaren har resulterat i någon form av avtal mellan dem.

Utredningen gör bl.a. följande bedömningar.

Den summariska processen bör inte stramas upp i syfte att renodla den från tvistiga fordringar och möjliggöra ett snabbare rättelseförfarande. De regler som skulle krävas för att åstadkomma ett sådant resultat skulle samtidigt kunna missbrukas av de gäldenärer som inte vill betala sina skulder eller som vill tilltvinga sig längre kredittid. Den summariska processen skulle därmed inte längre erbjuda samma effektiva indrivning av fordringar som den gör i dag. De negativa effekter som dessa regler skulle kunna få för näringslivet i stort uppvägs inte av den betydelse som reglerna skulle kunna ha för att motverka fakturabedrägeri riktade mot företagen. Några sådana regler föreslås därför inte.

Utredningen bedömer att det finns ett behov av förebyggande information om fakturabedrägeri hos såväl näringsidkare som konsumenter. Samhället bör tillhandahålla sådan information. Informationen bör anpassas till respektive målgrupp.

Förebyggande information bör tillhandahållas av de myndigheter som företagen respektive konsumenterna främst vänder sig till för att söka efter samhällsinformation som angår dem. För konsumenter framstår Konsumentverkets upplysningstjänst för konsumenter som en naturlig informationskanal. Konsumentverket bör därför få i uppdrag att även ansvara för information rörande fakturabedrägeri i förhållande till konsumenterna. För företag finns ingen motsvarande informationstjänst. Tillväxtverket har dock i uppdrag att bl.a. erbjuda företagen samlad myndighetsinformation och tillhandahåller i det syftet en webbplats som riktar sig till företagen. Tillväxtverket framstår därför som den myndighet som är bäst lämpad att ansvara även för information rörande fakturabedrägeri i förhållande till företagen. För dem som redan har drabbats, eller som redan har viss kunskap om fakturabedrägeri, framstår det också som naturligt att söka efter mer information hos Polismyndigheten.

Utredningen föreslår att ett regeringsuppdrag ska ges åt var och en av myndigheterna Konsumentverket, Tillväxtverket och Polismyndigheten att tillhandahålla relevant information för att motverka att fler drabbas av fakturabedrägeri. Myndigheternas uppdrag bör omfatta att samla in och sammanställa relevant information från olika källor, bl.a. andra myndigheter och privata aktörer. Informationsuppdragen bör innefatta direktvägledning åt enskilda konsumenter och näringsidkare men inte enskild rådgivning. I uppdragen föreslås ingå att myndigheterna tillsammans får det huvudsakliga ansvaret för att utarbeta en strategi för att öka kännedomen om vart man kan vända sig för att få information om fakturabedrägeri.

Utredningen föreslår också att ett särskilt uppdrag ska ges åt var och en av Bolagsverket, Datainspektionen, Kronofogdemyndigheten och Skatteverket att utifrån varje myndighets verksamhetsområde bidra med information till Polismyndigheten, Tillväxtverket och Konsumentverket om olika former av fakturabedrägeri och att bidra med sakkunskaper på områden som är av betydelse för att kunna hantera fakturabedrägeri.

Myndigheterna föreslås få informationsansvar för den information de lämnar.

Utredningen föreslår vidare att förordningen om en upplysningstjänst för konsumenter ska ändras så att det framgår att även Polismyndigheten, Skatteverket, Datainspektionen och Bolagsverket ska vara informationsansvariga enligt förordningen.

Utredningen anser dock att det inte bör införas någon myndighetsadministrerad varningslista motsvarande dem som tillhandahålls inom näringslivet. Enligt utredningens bedömning riskerar handläggningen att bli långsam och listan skulle därmed inte ge samma möjlighet till tidig varning som de privata listorna. De förfaranden som kan utgöra skäl för varning faller dessutom inom olika myndigheters kompetensområden. Det gör att det finns en risk för motstridiga beslut och att instansordningen skulle bli komplicerad. De administrativa kostnader som en myndighetsadministrerad varningslista skulle vara förknippad med framstår inte heller som motiverad utifrån den nytta som en sådan lista kan göra.

Enligt uppgift från Justitiedepartementet bereds utredningsbetänkandet för närvarande inom Regeringskansliet.

Tidigare riksdagsbehandling

Civilutskottet behandlade senast motionsyrkanden om åtgärder mot bluffakturor våren 2017 i betänkande 2016/17:CU12 och i förenklad ordning våren 2018 i betänkande 2017/18:CU10. I betänkande 2016/17:CU12 hänvisade utskottet bl.a. till förslag om ny straffrättslig lagstiftning och pågående beredning. Riksdagen har följt utskottets förslag.

Riksdagen beslutade våren 2016 om ett tillkännagivande till regeringen om att regeringen borde överväga ändringar i kreditupplysningslagen så att kreditupplysningar om näringsidkare inte omfattar betalningsförsummelser som inte blivit fastställda av en domstol eller en annan myndighet (bet. 2015/16:FiU22, rskr. 2015/16:195). Finansutskottet ansåg i betänkandet att en kreditupplysningsverksamhet med aktuell och korrekt information om både enskilda och näringsidkare är en viktig förutsättning för att komma till rätta med oriktiga krav och fakturabedrägerier, vilka räknas som ett stort samhällsproblem.

I proposition 2017/18:120 Kreditupplysningslagen och dataskyddsförordningen gjorde regeringen bedömningen att det inte bör införas något förbud i kreditupplysningslagen mot att en kreditupplysning om en näringsidkare innehåller uppgifter om betalningsförsummelser som inte har blivit fastställda av en domstol eller Kronofogdemyndigheten. Regeringen anförde bl.a. följande (prop. s. 49 f.).

På senare år har frågan om vad som ska få ingå i en kreditupplysning om ett företag uppmärksammats med anledning av den ökade förekomsten av fakturabedrägerier i samhället. Fakturabedrägerier är ett allvarligt problem för dem som drabbas och samhället i stort. Utöver obehag och skada för de drabbade riskerar tilltron till betalnings- och faktureringsrutiner att påverkas negativt. Det är därför angeläget att vidta åtgärder för att

bekämpa denna form av bedrägerier och att underlätta för drabbade att hävda sin rätt.

Arbetet för att komma till rätta med fakturabedrägerier bör i stället bedrivas på annat sätt. Fakturabedrägerier skulle inte existera om fakturorna och betalningskraven inte betalades. I regel krävs det inte några större arbetsinsatser för att bestrida ett oriktigt krav. Det är angeläget att höja kunskapsnivån i samhället så att den som tar emot ett oriktigt krav kan ta till vara sina rättigheter gentemot dem som framställer kraven. På det området utför redan i dag olika myndigheter och branschorganisationer ett viktigt arbete. Utredningen lämnar också förslag om bl.a. informationsinsatser för att förmå fler att våga bestrida oriktigt krav.

Finansutskottet anslöt sig i det av riksdagen godkända betänkandet 2017/18:FiU37 till regeringens överväganden.

Utskottets ställningstagande

Förekomsten av bedrägerier med bluffakturor har under senare år blivit ett samhällsproblem som drabbar både privatpersoner och företag. Bluffakturor orsakar kostnader och andra besvär för de som drabbas. För småföretagare och privatpersoner med begränsade ekonomiska och juridiska resurser kan konsekvenserna bli särskilt allvarliga.

Utskottet vill inledningsvis betona att den som sänder en bluffaktura normalt gör sig skyldig till brott. För att åstadkomma en effektivare sanktion mot fakturabedrägerier infördes under 2017 en ny straffbestämmelse i brottsbalken om grovt fordringsbedrägeri som tar sikte på systematiska bedrägerier med bluffakturor. Det är också enligt marknadsrättsliga regler förbjudet att tillställa någon bluffaktura, och marknadsrättsliga sanktioner finns att använda mot den som skickar sådana falska fakturor. I avtalslagen finns bestämmelser om vad som krävs för att ett avtal ska anses ha ingåtts. Den gällande lagstiftningen tar alltså tydligt avstånd från den här typen av verksamhet.

Enligt utskottet är det angeläget att det bedrivs ett brett arbete för att motverka bluffakturor. Det är viktigt att de som drabbas av bluffakturor kan få tillräcklig vägledning och stöd. Från branschens sida pågår sedan flera år ett informationsarbete om bluffakturor. Bland annat har aktörer i näringslivet upprättat s.k. varningslistor över företag som bedriver verksamhet med bluffakturor eller liknande. Som exempel kan nämnas den varningslista som Svensk Handel lagt ut på sin webbplats. Kreditupplysningsföretagen använder listan för att avgöra vilka uppgifter som ska ingå i kreditupplysningar. Många bransch- och intresseorganisationer lämnar på sina webbplatser information om hur man ska gå till väga om man får en bluffaktura. Råd och stöd lämnas också till enskilda medlemmar som drabbas. Flera myndigheter, bl.a. polisen och Kronofogdemyndigheten, lämnar på sina webbplatser information om bl.a. hur en bluffaktura kan bestridas. Även på konsumentupplysningstjänsten Hallå konsumenters webbplats lämnas sådan information. Vidare har

Konsumentverket återinfört en varningslista som finns på verkets webbplats. Varningslistan ska ge konsumenter information och vägledning om aktuella och angelägna konsumentproblem. För att ett företag ska publiceras på listan krävs bl.a. att det orsakar konsumenter betydande problem.

Utredningen om åtgärder mot fakturabedrägerier har haft i uppdrag att kartlägga omfattningen och karaktären av problemen med bluffakturor och överväga behovet av ändringar i framför allt civilrättslig, näringsrättslig och civilprocessrättslig lagstiftning. I de flesta fall har utredningen dragit slutsatsen att de regler som finns ger ett tillräckligt skydd mot fakturabedrägerier. På flera rättsområden har utredningen konstaterat att problemen med fakturabedrägerier snarast har att göra med att reglerna inte tillämpas som det är tänkt. Ett sätt att få fler enskilda personer och företag att vägra betala krav av detta slag är, enligt utredningen, att höja deras beredskap för förfarandena och att förse dem med nödvändiga kunskaper för att kunna ta till vara sina rättigheter gentemot dem som framställer kraven. Utredningen anser därför att det finns behov av ytterligare informationsinsatser riktade till både konsumenter och företag, utöver de som görs i dag. Enligt utredningen bör samhället tillhandahålla sådan information.

Utredningsbetänkandet bereds för närvarande inom Regeringskansliet.

Mot denna bakgrund finns det inte behov av något initiativ från riksdagen med anledning av motionsyrkandena. De bör därför avslås.

Reklam riktad till barn

Utskottets förslag i korthet

Riksdagen avslår motionsyrkanden om åtgärder mot reklam riktad till barn. Utskottet hänvisar bl.a. till pågående arbete.

Jämför reservation 4 (SD).

Motionerna

I kommittémotion 2018/19:981 anför Mikael Eskilander m.fl. (SD) att det i dagsläget inte finns något förbud mot att rikta reklam till barn på internet. Motionärerna anser att den svenska lagstiftningen behöver uppdateras så att konsumentskyddet för barn och unga följer den digitala utvecklingen. Ett tillkännagivande föreslås i enlighet med detta (yrkande 7). Motionärerna föreslår även ett tillkännagivande om att Sverige inom EU ska verka för att regler om marknadsföring riktad till barn motsvarande de svenska reglerna ska vara miniminivå inom hela EU (yrkande 8).

I kommittémotion 2018/19:1292 föreslår Staffan Eklöf m.fl. (SD) ett tillkännagivande om att reklam för ohälsosam mat som riktas till barn ska förbjudas (yrkande 10).

Gällande rätt m.m.

Genom marknadsföringslagen (2008:486) har bl.a. direktivet (2005/29/EG) om otillbörliga affärsmetoder genomförts i svensk rätt. Direktivet är i huvudsak ett fullharmoniseringsdirektiv, vilket innebär att medlemsstaterna inte får behålla eller införa bestämmelser som avviker från direktivet.

I marknadsföringslagen finns generella regler om marknadsföring som gäller oavsett vilken produkt som marknadsförs och oavsett vilket medium som används. Marknadsföringslagen är således tillämplig även på marknadsföring som förekommer på internet.

Enligt 5 § marknadsföringslagen ska marknadsföring stämma överens med god marknadsföringssed. Av 6 § marknadsföringslagen följer att marknadsföring som strider mot god marknadsföringssed är att anse som otillbörlig om den i märkbar mån påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. I ingressen till direktivet om otillbörliga affärsmetoder sägs bl.a. att om en affärsmetod är särskilt riktad till en viss konsumentgrupp, t.ex. barn, är det önskvärt att affärsmetodens inverkan bedöms ur ett perspektiv som är representativt för den genomsnittliga medlemmen i denna grupp (punkt 18).

Enligt 7 § marknadsföringslagen får en näringsidkare inte använda sig av aggressiv marknadsföring. Marknadsföringen är att anse som aggressiv om den innefattar trakasserier, tvång, fysiskt våld, hot eller annat aggressivt påtryckningsmedel. Aggressiv marknadsföring är att anse som otillbörlig om den i märkbar mån påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. I 7 a § marknadsföringslagen förtydligas vilka omständigheter som ska beaktas vid bedömningen av om marknadsföringen är aggressiv. Av 7 § sista stycket marknadsföringslagen framgår att sådan aggressiv marknadsföring som anges i punkterna 24–31 i bilaga I till direktivet om otillbörliga affärsmetoder alltid är att anse som otillbörlig. Bilagan ska enligt 4 § marknadsföringslagen gälla som lag i Sverige. Enligt punkt 28 i bilagan är det under alla omständigheter en otillbörlig affärsmetod att i en annons direkt uppmana barn att köpa eller att övertala sina föräldrar eller andra vuxna att köpa de utannonserade produkterna åt dem.

I propositionen med förslag till en ny marknadsföringslag anförde regeringen att direktivet allmänt sett ger barn och andra utsatta grupper ett visst starkare skydd mot otillbörliga marknadsföringsåtgärder. Ett förbud finns t.ex. mot direkta köpuppsmaningar riktade till barn (punkt 28 i bilaga I). Om marknadsföring riktas till barn ska dessutom bedömningen av om åtgärden är otillbörlig ske utifrån en person som är representativ ur den krets som åtgärden riktas till (prop. 2007/08:115).

Marknadsföringslagen och bilagan innehåller därutöver, till skillnad från radio- och tv-lagen (2010:696), inte några särskilda bestämmelser om reklam riktad till barn. Enligt 8 kap. 3 § radio- och tv-lagen får program i tv-sändningar och beställ-tv som huvudsakligen riktar sig till barn under tolv år inte avbrytas av annonsering. I 7 § samma kapitel anges att reklam i tv-sändningar, sökbar text-tv och beställ-tv inte får syfta till att fånga

uppmärksamheten hos barn under tolv år. I tv-sändningar och beställ-tv får reklam inte heller förekomma omedelbart före eller efter ett program eller en del av ett program som huvudsakligen vänder sig till barn under tolv år.

Konsumentombudsmannen har ett tillsynsansvar över att bestämmelserna i marknadsföringslagen följs.

En näringsidkare kan enligt marknadsföringslagen bl.a. förbjudas att fortsätta med marknadsföring som är otillbörlig (23 §). Genom lagändringar som trädde i kraft den 1 oktober 2016 har sanktionsmöjligheterna för Konsumentombudsmannen stärkts. Bland annat ges Konsumentombudsmannen möjlighet att i vissa fall direkt förbjuda en näringsidkare att fortsätta med en viss marknadsföringsåtgärd (prop. 2015/16:168, bet. 2015/16:CU23, rskr. 2015/16:300).

Egenåtgärder m.m.

Internationella Handelskammaren (ICC) har ställt upp särskilda regler när det gäller reklam som riktar sig till barn och ungdomar. Bland annat får reklam inte utnyttja barns och ungdomars naturliga godtrogenhet eller bristande erfarenhet. Digital marknadskommunikation som riktar sig till barn i en viss åldersgrupp ska vara lämplig och passande för dessa barn. När det gäller beteendestyrd reklam online (OBA) får OBA-segment inte skapas för målgrupper bestående av barn som är 12 år eller yngre. Vidare har ICC tagit fram riktlinjer när det gäller ansvarsfull marknadskommunikation för mat och dryck, som bl.a. omfattar marknadsföring som riktar sig till barn. Marknadsföring av livsmedel som riktar sig till barn får inte undergräva vikten av en hälsosam livsstil. Påståenden om näringsinnehåll och hälsoeffekter ska ha en vetenskaplig grund, och påståendena ska bedömas utifrån hur de uppfattas av ett barn. Fantasiinslag och animeringar i sådan marknadsföring ska användas med försiktighet då det kan utnyttja barns fantasi och vilseleda det om exempelvis produktens näringsinnehåll. Marknadsföringen får inte ge intryck av att produkten leder till status eller popularitet bland andra barn eller framgång i exempelvis idrott. Reklam för mat får inte undergräva den roll som föräldrar och andra vuxna som är ansvariga för ett barns välfärd har när det gäller kostvägledning och val av livsstil.

Enligt Etiska Rådet för Betalitetjänsters (ERB) etiska regler får marknadsföring av betalitetjänster inte förekomma om denna väsentligen riktar sig till personer under 14 år och kostnaden för att begagna sig av tjänsten kan överstiga 10 kronor.

Stiftelsen Reklamombudsmannen (RO) inrättades 2009. Stiftelsen Reklamombudsmannen är näringslivets självregleringsorgan som har till uppgift att främja en hög etisk standard inom reklam och marknadsföring. Stiftelsen har två prövande instanser, Reklamombudsmannen (RO) och Reklamombudsmannens Opinionsnämnd (RON). Allmänheten, företag, myndigheter och andra organisationer kan vända sig till RO med klagomål på reklam som man anser strider mot god marknadsföringsetik. RO granskar även

reklam på eget initiativ samt ger information, utbildning och vägledning i marknadsföringsetiska frågor. RO prövar i första hand om reklam följer ICC:s regler för reklam och marknadskommunikation och meddelar i uppenbara fall (om praxis finns) friande eller fällande beslut. Övriga ärenden överlämnas för prövning av RON. RO:s beslut kan överklagas till RON. RON:s beslut kan inte överklagas.

De nordiska konsumentombudsmännen tog 2015 fram en ny gemensam ståndpunkt om handel och marknadsföring på internet i de nordiska länderna. I ståndpunkten har konsumentombudsmännen sammanfattat några viktiga regler och principer som bör eller ska följas av näringsidkare som bedriver handel med konsumenter för att uppfylla de gemensamma kraven om god marknadsföringssed. Ståndpunkten är ett komplement till den nationella lagstiftningen och den praxis som utvecklats för handel och marknadsföring på internet. Ett särskilt avsnitt rör marknadsföring som riktas till barn och unga. Enligt ståndpunkten ska näringsidkaren bl.a. utforma marknadsföringen på ett sådant sätt att det är uppenbart för den åldersgrupp som är målgrupp att det rör sig om marknadsföring. Näringsidkaren får inte använda eller medverka till användandet av produktplacering eller annan form av dold reklam för produkter osv. på egna eller andra webbplatser som riktar sig mot barn och unga, t.ex. i spel eller annan underhållning. Spel och liknande bör inte heller avbrytas av reklamslag. Om det finns sponsorer som står bakom spel och liknande riktade mot barn bör det finnas information om detta, men på ett sådant sätt att det inte fokuseras överdrivet/huvudsakligen på detta. I ståndpunkten finns flera exempel på vad näringsidkare bör ta hänsyn till när de riktar sig till barn.

Vidare har de nordiska konsumentombudsmännen tagit fram en ståndpunkt om marknadsföring via sociala medier. Enligt ståndpunkten bör näringsidkaren bl.a. inte använda barn och ungdomar i försäljnings- och marknadsföringssyfte eller som säljkanal, för t.ex. rekrytering bland vänner och liknande. Näringsidkaren bör inte heller uppmana användare av det sociala mediet att dela marknadsföring, om marknadsföringen särskilt vänder sig till barn och ungdomar. I den mån marknadsföringsreglerna innehåller förbud mot marknadsföring av vissa produkter för barn och unga, åligger det vidare näringsidkaren att löpande tillämpa bästa möjliga tekniska lösningar för att kontrollera åldern på användarna av det sociala medium som marknadsföringen riktar sig till. Ståndpunkten är ett komplement till ståndpunkten för handel och marknadsföring på internet.

De nordiska konsumentombudsmännen har 2016 även tagit fram en ståndpunkt om dold marknadsföring som bl.a. gäller marknadsföring som riktar sig mot barn och unga.

Konsumentverket har 2014 i en vägledning sammanställt de regler och den praxis som gäller för marknadsföring riktad till barn och unga, bl.a. när det gäller marknadsföring på internet och för minderårigas möjligheter att ingå avtal. Vägledningen riktar sig främst till näringsidkare som planerar marknadsföringskampanjer riktade till barn och unga.

Vidare har Konsumentverket 2015 tagit fram en vägledning om marknadsföring i bloggar och andra sociala medier, bl.a. när det gäller marknadsföring som riktar sig till barn och unga. Vägledningen vänder sig till den som marknadsför ett företags verksamhet eller produkter på sina bloggar eller i andra sociala medier.

Pågående arbete

Utredningen om ett reklamlandskap i förändring

Regeringen gav den 13 oktober 2016 en särskild utredare i uppdrag att kartlägga de stora förändringar i reklamlandskapet som skett under senare år framför allt till följd av informations- och kommunikationsteknikens snabba utveckling och vid behov föreslå lämpliga åtgärder för att förbättra konsumentskyddet. Särskilt fokus ska läggas på sårbara konsumenters situation. Utredningen, som antog namnet Utredningen om ett reklamlandskap i förändring, överlämnade i januari 2018 betänkandet *Ett reklamlandskap i förändring – konsumentskydd och tillsyn i en digitaliserad värld* (SOU 2018:1).

Enligt utredningens bedömning är det i huvudsak de digitala marknadsföringskanalerna som utmärker sig som problematiska ur ett konsumentperspektiv. De problem utredningen har identifierat beror dock generellt inte på brister i regleringen, varken i marknadsföringslagen eller i bakomliggande EU-direktiv. Marknadsföring på internet bör enligt utredningens uppfattning inte särregleras. Regleringen bör även framöver vara teknikneutral, dvs. den ska inte skilja mellan online- och offline-miljöer. Utredningen bedömer att de problem som identifierats bäst löses genom att fortsätta arbetet med utbildning och rådgivning för att sprida kunskap om gällande rätt och hur den ska tillämpas i nya medier. Konsumentskyddande myndigheter bör sträva efter att nå ut brett med information och utbildning om vad som gäller vid marknadsföring i digitala kanaler. Riktlinjer om marknadsföring på internet bör vara så tydliga som möjligt. Konsumentverket bör också i ett första skede ges i uppdrag att samverka med företrädare för branschen. Om inte samverkan fungerar på frivillig väg får krav övervägas.

Utredningen gör vidare bedömningen att den reglering som finns i huvudsak ger ett fullgott skydd även när marknadsföring riktas mot barn och unga. Utredningen föreslår dock att det bör införas en bestämmelse i marknadsföringslagen som stadgar att om marknadsföring riktar sig mot eller när barn och unga ska det visas särskild hänsyn till barns bristande erfarenheter och naturliga godtrogenhet. Införandet av en sådan bestämmelse innebär egentligen inget nytt utan får ses som en kodifiering av vad som redan gäller. Utredningen bedömer dock att införandet av en sådan bestämmelse kan ha en tydliggörande funktion och lyfta fram hur viktigt det är att skydda barn och unga.

Enligt uppgift från Finansdepartementet bereds utredningsbetänkandet för närvarande inom Regeringskansliet.

EU:s förordning om konsumentskyddssamarbete

EU har antagit en ny förordning (EU) 2017/2394 om samarbete mellan de nationella myndigheter som har tillsynsansvar för konsumentskyddslagstiftningen. Förordningen är tillämplig vid gränsöverskridande överträdelser. Syftet med den nya förordningen är att effektivisera och stärka samarbetet mellan myndigheterna för att möta de utmaningar som den digitala utvecklingen medfört och stärka den gränsöverskridande e-handeln inom EU. De behöriga myndigheterna ska ges utvidgade och nya befogenheter i fråga om utredning och tillsyn. Bland annat ska en behörig myndighet ges möjlighet att ta bort innehåll från eller begränsa tillgång till ett onlinegränssnitt (webbplatser m.m.) eller kunna beordra att en varning tydligt visas för konsumenter när de använder ett onlinegränssnitt. Förordningen ska börja att tillämpas den 17 januari 2020.

Regeringen gav i februari 2018 en särskild utredare i uppdrag att analysera vilka författningsändringar som kan behöva göras för att befogenheterna i förordningen om konsumentskyddssamarbete ska kunna utövas av behöriga myndigheter på ett effektivt och rättssäkert sätt. Utredningen, som antog namnet Utredningen om EU:s förordning om konsumentskyddssamarbete, överlämnade i mars 2019 betänkandet Nya befogenheter på konsumentskyddsområdet (SOU 2019:12). När det gäller åtgärder som rör webbplatser föreslår utredningen att en näringsidkare som genom sitt agerande på internet bryter mot den konsumentskyddande lagstiftningen, t.ex. genom otillbörlig marknadsföring, ska kunna åläggas vid vite att ta in ett varningsmeddelande som tydligt visas i samband med besök på webbplatsen. En förutsättning ska vara att överträdelsens allvar motiverar åtgärden. Om inga andra effektiva medel står till buds, ska ett sådant åläggande kunna ges även mot värdtjänstleverantören och internetleverantörerna

Direktivförslag om revidering av fyra konsumenträttsdirektiv

Kommissionen har lämnat ett förslag om revidering av fyra direktiv på konsumenträttsområdet (COM (2018) 185). Syftet med förslaget är att stärka tillsynen av konsumenträtten och modernisera vissa delar av de fyra direktiven. Bland annat berörs direktivet om otillbörliga affärsmetoder. En av de större ändringar som föreslås är harmoniserade regler om påföljder vid överträdelser av de fyra direktivens konsumentskyddsregler. När det gäller direktivet om otillbörliga affärsmetoder föreslås, utöver förslaget om påföljder, bl.a. att medlemsstaterna ska ge konsumenter möjlighet att dels få skadestånd och, dels tillgång till kontraktsrättsliga påföljder som möjligheten att avsluta avtal när de utsatts för otillbörliga affärsmetoder. Vidare föreslås krav på annonsmarkering av betalda sökresultat på internet.

Direktivförslaget förhandlas för närvarande inom EU.

Ändringar i AV-direktivet

Direktivet om audiovisuella medietjänster (AV-direktivet) innehåller bestämmelser om tv-sändningar och beställ-tv. I direktivet finns vissa minimiregler för bl.a. utformning av reklam, annonsmängd och placering av annonser samt skydd av minderåriga. AV-direktivet uppmuntrar medlemsstaterna att använda vad som i direktivet benämns samreglering och att främja självreglering. Samreglering kan beskrivas som en kombination av lagstiftning och självreglering. I Sverige är direktivet genomfört till största delen genom radio- och tv-lagen. Europaparlamentet och rådet antog i november 2018 ett direktiv (EU) 2018/1808 om ändringar av AV-direktivet. Ändringarna innebär bl.a. följande. Tillämpningsområdet för AV-direktivet utvidgas till att även omfatta s.k. videodelningsplattformstjänster i vilka program från medietjänsteleverantörer eller användarproducerad video lagras och där tjänsteleverantören saknar redaktionellt ansvar för innehållet men samtidigt kan bestämma hur det organiseras, t.ex. med hjälp av automatiserade metoder och algoritmer. Medlemsstaterna åläggs att säkerställa att leverantörer av sådana tjänster vidtar lämpliga åtgärder bl.a. för skydd av minderåriga. Vidare skärps reglerna för skydd av minderåriga i fråga om beställ-tv i syfte att uppnå samma skyddsnivå som i dag gäller för tv-sändningar. Dessutom införs mer detaljerade regler, bl.a. om medlemsstaternas skyldighet att se till att tillräcklig information lämnas om sådant innehåll som riskerar att skada utvecklingen hos minderåriga. Skydd av minderåriga är ett av de områden där medlemsstaterna särskilt uppmanas att utnyttja samreglering vid genomförandet av ändringsdirektivet.

Regeringen har gett en särskild utredare i uppdrag att föreslå de författningsändringar och andra åtgärder som behövs för att genomföra ändringsdirektivet. Bland annat ska utredaren analysera behovet av författningsändringar med anledning av de striktare reglerna för skydd av minderåriga. Uppdraget ska redovisas senast den 17 augusti 2019 (Dir. 2018:55).

Uppdrag till Statskontoret om hur den offentliga styrningen för att främja hälsosamma matvanor kan stärkas

Regeringen har gett Statskontoret i uppdrag att utreda hur den offentliga styrningen för att främja hälsosamma matvanor kan stärkas. Uppdraget ska genomföras med utgångspunkt i regeringens folkhälsopolitiska proposition. Uppdraget avgränsas till de offentliga styrmedel som Folkhälsomyndigheten och Livsmedelsverket har identifierat som särskilt angelägna att utreda, bl.a. begränsningar i marknadsföringen av ohälsosam mat till barn.

Uppdraget innefattar följande delar.

- Statskontoret ska sammanställa den samlade kunskapen om användningen av ekonomiska styrmedel på livsmedelsområdet och av begränsningar i marknadsföringen av ohälsosam mat till barn i Sverige och andra jämförbara länder. I sammanställningen ska åtgärdernas resultat och

uppskattade effekt på konsumtion av olika typer av livsmedel och på hälsa redovisas. I den mån det finns uppgifter om ekonomiska effekter ska dessa också redovisas.

- Statskontoret ska utifrån denna sammanställning fördjupa analysen av åtgärder som bedöms kunna bidra till de folkhälsopolitiska målen utan oproportionerligt negativa sideeffekter för samhället eller individer. Statskontoret ska redovisa ett underlag som kan ligga till grund för ett möjligt fortsatt arbete med att främja hälsosamma matvanor genom offentliga styrmedel.

Uppdraget ska redovisas senast den 31 maj 2019.

Utskottets ställningstagande

Det finns i dag många olika marknadsföringskanaler som riktar sig till barn. Barn är genom sin bristande erfarenhet extra mottagliga för kommersiella budskap och har inte samma förmåga som vuxna att kritiskt granska marknadsföringen. Utskottet anser att det är av största vikt att marknadsföringen till barn präglas av återhållsamhet och hänsynstagande. Det krävs också att det finns ett regelverk som ger tillräckligt stöd för att skydda barn mot oönskad marknadsföring.

Genom 2008 års marknadsföringslag har direktivet om otillbörliga affärsmetoder genomförts i svensk rätt. Direktivet är i huvudsak utformat som ett fullharmoniseringsdirektiv. Medlemsstaterna är därmed förhindrade att införa bestämmelser som avviker från vad som föreskrivs i direktivet. Vid sin behandling av proposition 2007/08:115 Ny marknadsföringslag uttalade utskottet att direktivet, utan att innehålla ett totalförbud mot reklam riktad till barn, allmänt sett ger barn och andra utsatta grupper ett i viss mån starkare skydd mot otillbörliga marknadsföringsåtgärder. Så är t.ex. direkta köpuppsmaningar riktade till barn en sådan affärsmetod som enligt bilaga I till direktivet under alla omständigheter är otillbörlig (punkt 28). Om marknadsföring riktas till barn ska dessutom bedömningen av om åtgärden är otillbörlig ske utifrån en person som är representativ för den krets som åtgärden riktas mot. I övrigt gäller marknadsföringslagens bestämmelser om bl.a. god marknadsföringssed och förbud mot aggressiv och vilseledande marknadsföring även när marknadsföringen riktar sig till barn (bet. 2007/08:CU21). I marknadsföringslagen finns generella regler om marknadsföring som gäller oavsett vilken produkt som marknadsförs och oavsett vilket medium som används. Marknadsföringslagen är således tillämplig även på marknadsföring som förekommer på internet.

En näringsidkare kan enligt marknadsföringslagen bl.a. förbjudas att fortsätta med marknadsföring som är otillbörlig. Genom lagändringar som trädde i kraft den 1 oktober 2016 har dessutom sanktionsmöjligheterna för Konsumentombudsmannen stärkts. Bland annat har Konsumentombudsmannen fått möjlighet att i vissa fall direkt förbjuda en näringsidkare att fortsätta med en viss marknadsföringsåtgärd.

Som redovisats ovan har Utredningen om ett reklamlandskap i förändring haft i uppdrag att kartlägga de stora förändringar i reklamlandskapet som skett under senare år framför allt till följd av informations- och kommunikationsteknikens snabba utveckling och vid behov föreslå lämpliga åtgärder för att förbättra konsumentskyddet. Enligt utredningens bedömning ger den reglering som finns i huvudsak ett fullgott skydd när marknadsföring riktas mot barn och unga. Utredningen föreslår dock att det bör införas en bestämmelse i marknadsföringslagen som stadgar att om marknadsföring riktar sig mot eller når barn och unga ska det visas särskild hänsyn till barns bristande erfarenheter och naturliga godtrogenhet. Utredningsbetänkandet bereds för närvarande inom Regeringskansliet. Vidare har kommissionen presenterat ett förslag om en revidering av bl.a. direktivet om otillbörliga affärsmetoder. Syftet med förslaget är att stärka tillsynen av konsumenträtten och modernisera vissa delar av de direktiv som omfattas av revideringen. Direktivförslaget förhandlas för närvarande inom EU.

Utredningen om EU:s förordning om konsumentskyddssamarbete har nyligen överlämnat sitt betänkande. Utredningen föreslår bl.a. att en näringsidkare som genom sitt agerande på internet bryter mot den konsumentskyddande lagstiftningen, t.ex. genom otillbörlig marknadsföring, ska kunna åläggas vid vite att ta in ett varningsmeddelande som tydligt visas i samband med besök på webbplatsen.

Europaparlamentet och rådet har hösten 2018 antagit ett direktiv om ändringar av AV-direktivet. Ändringarna innebär bl.a. att tillämpningsområdet för AV-direktivet utvidgas till att även omfatta s.k. videodelningsplattformstjänster. Medlemsstaterna åläggs att säkerställa att leverantörer av sådana tjänster vidtar lämpliga åtgärder bl.a. för skydd av minderåriga. Dessutom införs mer detaljerade regler, bl.a. om medlemsstaternas skyldighet att se till att tillräcklig information lämnas om sådant innehåll som riskerar att skada utvecklingen hos minderåriga. Regeringen har gett en särskild utredare i uppdrag att föreslå de författningsändringar och andra åtgärder som behövs för att genomföra ändringsdirektivet. Bland annat ska utredaren analysera behovet av författningsändringar med anledning av de striktare reglerna för skydd av minderåriga. Uppdraget ska redovisas senast den 17 augusti 2019.

Utskottet vill även nämna att de nordiska konsumentombudsmännen har tagit fram gemensamma ståndpunkter om handel och marknadsföring på internet, marknadsföring via sociala medier och dold marknadsföring som bl.a. innehåller särskilda rekommendationer och riktlinjer när det gäller marknadsföring till barn. Konsumentverket har vidare tagit fram en vägledning om marknadsföring riktad till barn och unga, bl.a. när det gäller marknadsföring på internet. Vägledningen vänder sig särskilt till näringsidkare som planerar marknadsföringskampanjer riktade till denna grupp. Konsumentverket har också tagit fram en vägledning om marknadsföring i bloggar och andra sociala medier, bl.a. när det gäller marknadsföring som riktar sig till barn och unga.

När det gäller motionsyrkandet om att förbjuda reklam för ohälsosam mat som riktas till barn vill utskottet därutöver peka på att regeringen har gett Statskontoret i uppdrag att utreda hur den offentliga styrningen för att främja hälsosamma matvanor kan stärkas. Uppdraget är avgränsat till de offentliga styrmedel som Folkhälsomyndigheten och Livsmedelsverket har identifierat som särskilt angelägna att utreda, bl.a. begränsningar i marknadsföringen av ohälsosam mat till barn. Vidare har ICC tagit fram riktlinjer när det gäller ansvarsfull marknadskommunikation för mat och dryck.

Utskottet kan således konstatera att det har vidtagits lagstiftningsåtgärder och pågår ett arbete i frågorna såväl nationellt som internationellt. Enligt utskottet finns det därför inte behov av något tillkännagivande till regeringen. Motionsyrkandena bör avslås.

Lagstiftning mot könsdiskriminerande reklam m.m.

Utskottets förslag i korthet

Riksdagen avslår motioner om åtgärder mot könsdiskriminerande reklam m.m. Utskottet hänvisar bl.a. till pågående arbete.

Motionerna

I motion 2018/19:901 föreslår Annika Hirvonen Falk och Janine Alm Ericson (båda MP) ett tillkännagivande om behovet av lagstiftning mot sexistisk reklam. Motionärerna hänvisar bl.a. till civilutskottets betänkande 2016/17:CU12 (se nedan) och anser att det är hög tid att agera i frågan.

Aylin Fazelian m.fl. (S) föreslår i motion 2018/19:2121 ett tillkännagivande om att se över möjligheten att införa ett förbud mot sexistisk, rasistisk och homofobisk reklam.

I motion 2018/19:1806 föreslår Gunilla Carlsson (S) ett tillkännagivande om att se över möjligheten att införa ett förbud mot retuscherade reklambilder eller införa en märkning av retuscherade reklambilder. Motsvarande förslag lämnas också i motion 2018/19:2120 av Anna Wallentheim m.fl. (S).

Lawen Redar (S) menar i motion 2018/19:954 att regeringen bör göra en översyn av de marknadsföringsrättsliga reglerna för att hindra marknadsföringens negativa inverkan på ungas självbild och kroppsideal. Motionären nämner exempelvis förekomsten av manipulerade bilder i marknadsföringen. Möjligheten till lagändringar för att stoppa kommersialiseringen av kvinnokroppen bör ses över. Ett tillkännagivande föreslås i enlighet med detta (yrkande 2).

Egenåtgärder

Som tidigare redovisats i avsnittet Reklam riktad till barn inrättades Stiftelsen Reklamombudsmannen (RO) 2009. Allmänheten, företag, myndigheter och

andra organisationer kan vända sig till RO med klagomål på reklam som man anser strider mot god marknadsföringsetik. RO granskar även reklam på eget initiativ och ger information, utbildning och vägledning i marknadsföringsetiska frågor. RO prövar i första hand om reklam följer Internationella Handelskammarens (ICC) regler för reklam och marknads-kommunikation och meddelar i uppenbara fall (om praxis finns) friande eller fällande beslut. Övriga ärenden överlämnas för prövning av Reklamombudsmannens opinionsnämnd (RON). RO:s beslut kan överklagas till RON. RON:s beslut kan inte överklagas.

I artikel 1 i ICC:s regler för reklam och marknads-kommunikation föreskrivs bl.a. att marknads-kommunikation ska utformas med vederbörlig känsla för socialt och yrkesmässigt ansvar. Enligt artikel 4 i grundreglerna ska marknads-kommunikation respektera mänsklig värdighet. Marknads-kommunikation får inte uppmana till eller överse med någon form av diskriminering, inbegripet sådan som hänför sig till ras, nationalitet, härkomst, religion, kön, ålder, funktionsnedsättning eller sexuell läggning.

Den europeiska kosmetikbranschen (Cosmetics Europe) antog 2012 vägledande principer för ansvarsfull marknadsföring av kosmetika. Enligt dessa principer ska reklam och marknads-kommunikation för kosmetika respektera mänsklig värdighet och mångfald. Den ska inte uppmana till eller överse med någon form av diskriminering, inbegripet sådan som härrör från bl.a. härkomst, kön eller sexuell läggning (2.2.1 h). Digitala tekniker ska inte ändra bilder på fotomodeller på ett sådant sätt att deras kroppsformer eller egenskaper blir oralistiska och vilseledande för den egenskap som produkten kan åstadkomma (2.1.2 b). Modeller som används i annonser och efterbearbetningstekniker får inte verka för att främja ett extremt smalt kroppsideal (2.2.1 j).

Utredningen om könsdiskriminerande reklam

En särskild utredare fick i juli 2006 ett regeringsuppdrag att kartlägga utvecklingen och omfattningen av könsdiskriminerande reklam i Sverige och lämna förslag till hur lagstiftning mot sådan reklam skulle kunna utformas, samt redovisa för- och nackdelar med dessa förslag. Uppdraget omfattade även att beakta andra möjligheter att komma till rätta med könsdiskriminerande reklam, t.ex. genom näringslivets egna självreglerande organ.

Utredaren överlämnade i januari 2008 betänkandet Könsdiskriminerande reklam – kränkande utformning av kommersiella meddelanden (SOU 2008:5) till statsrådet och chefen för Integrations- och jämställdhetsdepartementet. I betänkandet föreslogs en ny och fristående lag mot könsdiskriminerande reklam. Utredaren ansåg inte att en sådan lagstiftning är grundlagsstridig. Utredaren ansåg vidare bl.a. att Konsumentverket/Konsumentombuds-mannen ska ansvara för frågor om könsdiskriminerande reklam, vilket bl.a. innefattar kartläggning av dess utveckling och omfattning, utformning av råd och spridning av information.

Regeringen beslutade den 24 april 2008 att lägga betänkandet till handlingarna.

Pågående arbete

I regleringsbrevet för budgetåret 2018 gav regeringen Diskrimineringsombudsmannen i uppdrag att genomföra en kartläggning av förekomsten av könstereotyp och sexistisk reklam. I uppdraget ingick en bedömning av om det finns behov av ytterligare åtgärder, i form av utvecklad självreglering och utbildningsinsatser, inom detta område. Vid behov borde det även göras en bedömning av vilka åtgärder av sådant slag som i så fall kan genomföras. Eftersom regeringsuppdraget att kartlägga förekomsten av könstereotyp och sexistisk reklam avser ett område som ligger utanför Diskrimineringsombudsmannens verksamhetsområde anlitate Diskrimineringsombudsmannen, i enlighet med vad som överenskommits mellan Diskrimineringsombudsmannen och företrädare för Regeringskansliet, Högskolan i Halmstad för att genomföra uppdraget.

En delredovisning av uppdraget överlämnades i juni 2018. Delredovisningen tar upp nya tendenser när det gäller förekomsten av könstereotyp och sexistisk reklam på grund av teknologisk och ekonomisk utveckling 2008–2018. Slutredovisningen av uppdraget, som handlar om att kartlägga hur Reklamombudsmannens (RO) verksamhet fungerar, överlämnades den 1 mars 2019. De slutsatser och rekommendationer som presenteras i slutredovisningen ansvarar Högskolan i Halmstad och kartläggningens författare för. Mot bakgrund av att det område som regeringens uppdrag rör faller utanför Diskrimineringsombudsmannens verksamhetsområde tar myndigheten inte ställning till de resultat som redovisas och inte heller till om de åtgärder som uppdragstagaren bedömer kan genomföras är adekvata.

Vid en sammantagen bedömning med slutredovisningens resultat som grund anser de som utfört utredningen (utredningen) att självregleringen gällande, och förekomsten av, könsdiskriminerande reklam ej är tillfredsställande.

Utredningen redovisar sammanfattningsvis bl.a. följande slutsatser och förslag.

I den första delen av uppdraget identifieras nya tendenser som kan iakttas sedan RO bildades fram till i dag. Exempel på sådana tendenser är sociala medieplattformar, marknadsföring via influerare, flöden av marknadsföringsuttryck på digitala plattformar och riktad marknadsföring baserad på persondata.

I den andra delen av uppdraget kartläggs hur RO:s verksamhet fungerar. När det gäller RO:s verksamhet har utredningen företagit en kvantitativ analys av RO:s ärenden under åren 2009–2017 i syfte att beskriva vilka typer av ärenden RO behandlat samt hur de hanterar den definition av könsdiskriminerande reklam som de använder för att fria eller fälla beslut. För

att närmare undersöka hur självregleringen av könsdiskriminerande marknadsföring ser ut i dag har den kvantitativa kartläggningen kompletterats med en särskild granskning av RO:s ärenden under åren 2016-2017. Utredningen anför följande i denna del.

Resultaten av den kvantitativa kartläggningen visar bl.a. att för de ärenden som avser könsdiskriminerande marknadsföring är internet det vanligaste mediaslaget, klädesbranschen den vanligaste bransch kategorin, kvinnor vanligast bland vilka som är avbildade och objektifierande reklam den vanligaste bedömningsgrunden. Undersökningen visar vidare att anmälningsfrekvensen av könsdiskriminerande marknadsföring varierat under åren. Det har funnits toppar som bland annat gått att förklara med att särskilda kampanjer uppmärksammat att det går att anmäla könsdiskriminerande reklam.

Utredningen har också gjort en särskild kartläggning av mediaslaget internet under åren 2016-2017. Kartläggningen i denna del syftar till att bedöma om de aktörer som blivit föremål för prövning följer RO:s ställningstaganden i det enskilda fallet, om marknadsaktörer påverkas i sin fortsatta verksamhet eller om det är vanligt med upprepade överträdelser. Utredningen anför följande.

Totalt har 36 stycken annonsörer undersökts. Av dessa har 20 tagit bort annonsen, 15 har kvar annonsen och 17 har, vad utredningen bedömt, publicerat liknande marknadsföring efter det att en av deras annonser har blivit fällda. Vidare har undersökts om annonsörer blivit anmälda till RO återkommande under åren 2009–2018. Resultaten visar att 35 annonsörer har blivit anmälda mer än en gång. Detta innebär att självregleringen av könsdiskriminerande marknadsföring inte kan anses helt tillfredställande heller i relation till de ärenden som RO faktiskt prövar eftersom besluten åtminstone inte har en fullständig efterlevnad.

Som ett vidare led i att undersöka hur RO:s verksamhet fungerar har utredningen även utrett hur RO prövar enskilda ärenden. Utredningen rekommenderar vidare bl.a. att RO bör se över om anmälningsförfarandet kan förenklas och att RO medvetandegör att det går att anmäla könsdiskriminerande reklam. Utredningen anför därutöver bl.a. följande.

Antalet anmälningar har haft toppar och dalar under åren RO varit verksam. De senaste åren kan en viss tendens till minskning av antal anmälningar noteras. Det föreligger emellertid inget direkt orsakssamband mellan antalet minskade anmälningar och hur väl självregleringssystemet fungerar. I vår kartläggning av antalet ärenden som inkommit till RO kan noteras att frekvensen för anmälningarna varierar på grund av faktorer som inte står i direkt samband med annonsörers efterlevnad av regleringen. Brister i regleringen av könsdiskriminerande marknadsföring framgår emellertid redan av den kvantitativa kartläggningen. Denna påvisar hur könsdiskriminerande marknadsföring fortsätter att anmälas och fällas. Så länge det fortlöper förekommer könsdiskriminerande marknadsföring, och självregleringen kan därmed inte anses fungera helt tillfredsställande.

Redovisningen analyseras för närvarande inom Regeringskansliet.

Kultur- och demokratiminister Alice Bah Kuhnkes svar vid frågestunden den 18 januari 2018

På en fråga om regeringens åtgärder för att komma till rätta med sexistisk reklam svarade ministern bl.a. följande.

I december gav vi DO i uppdrag att dels undersöka hur stort och utbrett problemet med sexistisk reklam är, dels komma tillbaka till oss och redovisa hur självregleringen i branschen har fungerat.

Jag vill ha förändring, och jag vet att självreglering är ett sätt att åstadkomma förändring. Med det underlag vi får sätter vi ytterligare blåslampa på branschen att faktiskt åstadkomma förändring. Vi får även ett underlag som vi kan gå vidare med om vi ser att självregleringen inte räcker till.

Det har legat en utredning i byrålådan i snart tio år. Vi har sett över den och konstaterat att den inte längre håller. Om vi ska ta steg mot lagstiftning – om vi kommer fram till att självreglering inte räcker till – behöver vi ett nytt underlag.

Jag hoppas fortsatt på självreglering, för om en bransch själv vill åstadkomma förändring är det vad som bär mest. Men om det skulle visa sig att det inte finns tillräckliga verktyg för detta behöver vi se vad nästa steg kan vara, och det måste ske så snart som möjligt.

Tidigare riksdagsbehandling

Motionsyrkanden om könsdiskriminerande reklam och om retuscherade bilder i reklam behandlades senast av utskottet våren 2017 i betänkande 2016/17:CU12 och i förenklad ordning våren 2018 i betänkande 2017/18:CU10. I betänkande 2016/17:CU12 anförde utskottet när det gällde de då aktuella motionerna om könsdiskriminerande reklam att utskottet förväntar sig att regeringen snarast återkommer med förslag om lagstiftning. Motionerna fick därmed anses delvis tillgodosedda och borde avslås. När det gällde övriga motioner fanns det inte skäl att föreslå någon åtgärd från riksdagen, varför motionerna borde avslås. Riksdagen följde utskottets förslag.

Utskottets ställningstagande

När det gäller motionerna om att förbjuda könsdiskriminerande reklam och reklam som är diskriminerande utifrån etnisk tillhörighet och sexuell läggning vill utskottet understryka att reklam med inslag av diskriminering i olika former är oacceptabel. Utskottet anser att branschen har ett stort ansvar för att motverka diskriminerande reklam. Utskottet ser därför positivt på den branschfinansierade Reklamombudsmannens verksamhet. Förutom att granska reklam har Reklamombudsmannen också en viktig uppgift i att informera och utbilda branschen i marknadsföringsetiska frågor.

När utskottet våren 2017 behandlade motioner om könsdiskriminerande reklam var utskottet inte berett att då föreslå något initiativ med anledning av motionerna. Utskottet förväntade sig att regeringen snarast återkommer med

förslag om lagstiftning. Utskottet stod våren 2018 fast vid detta ställningstagande.

Som redovisats ovan har Diskrimineringsombudsmannen haft ett regeringsuppdrag att genomföra en kartläggning av förekomsten av könstereotyp och sexistisk reklam. I uppdraget har ingått att göra en bedömning av om det finns behov av ytterligare åtgärder, i form av utvecklad självreglering och utbildningsinsatser, inom detta område. Diskrimineringsombudsmannen har anlitat Högskolan i Halmstad för att genomföra uppdraget. En slutredovisning av uppdraget, som handlar om att kartlägga hur Reklamombudsmannens verksamhet fungerar, överlämnades den 1 mars 2019. De slutsatser och rekommendationer som presenteras i slutredovisningen ansvarar Högskolan i Halmstad och kartläggningens författare för. Vid en sammantagen bedömning med slutredovisningens resultat som grund anser de som utfört utredningen att självregleringen gällande, och förekomsten av, könsdiskriminerande reklam inte är tillfredsställande. Utredningen lämnar bl.a. ett antal rekommendationer när det gäller förändringar av Reklamombudsmannens verksamhet.

Slutredovisningen av regeringsuppdraget har nyligen överlämnats och analyseras för närvarande inom Regeringskansliet. Utskottet anser att resultatet av detta arbete nu bör avvaktas. Utskottet är därför inte berett att föreslå någon åtgärd med anledning av motionsyrkandena. Utskottet kommer dock att noga följa frågorna. Motionerna 2018/19:901 (MP) och 2018/19:2121 (S) bör avslås.

När det gäller övriga motioner finns det inte skäl att föreslå någon åtgärd från riksdagen. Motionerna 2018/19:954 (S) yrkande 2, 2018/19:1806 (S) och 2018/19:2120 (S) bör därför avslås.

Reklamationsrätt och presumtionsfrist

Utskottets förslag i korthet

Riksdagen avslår motionsyrkanden om att reklamationsrätten bör följa en vara och att presumtionsfristen i konsumentköplagen ska förlängas. Utskottet hänvisar till pågående och aviserat arbete.

Jämför reservation 5 (C).

Motionen

I kommittémotion 2018/19:2426 menar Kristina Yngwe m.fl. (C) att tidsfristen i 20 a § konsumentköplagen när det gäller presumtion för ursprungligt fel på en vara ska utsträckas från sex till tolv månader. Enligt motionärerna skulle en längre tidsfrist skapa incitament för företag att producera varor som håller längre. För att stödja återanvändning och vidareförsäljning av produkter som den enskilda inte längre behöver anser motionärerna även att reklamationsrätten ska följa en vara i stället för att

stanna hos den ursprungliga köparen. Ett tillkännagivande föreslås i enlighet med detta (yrkande 44).

Gällande rätt

Konsumentköplagen (1990:932) gäller när en näringsidkare säljer en lös sak till en konsument. Enligt 23 § konsumentköplagen får köparen inte åberopa att varan är felaktig, om han eller hon inte lämnar säljaren meddelande om felet inom skälig tid efter det att köparen märkt eller borde ha märkt felet (reklamation). Ett meddelande som lämnas inom två månader efter det att köparen har märkt felet ska alltid anses ha lämnats i rätt tid. I detta fall är den avgörande tidpunkten för när reklamationsfristen börjar löpa alltså när köparen fått faktisk kunskap om felet.

Reklamerar köparen inte inom tre år från det att han eller hon har tagit emot varan, förlorar köparen rätten att åberopa felet, om inte annat följer av en garanti eller liknande utfästelse.

Köplagen (1990:931) är tillämplig på köp mellan näringsidkare men även på köp mellan privatpersoner och när en privatperson säljer till en näringsidkare. Enligt 32 § köplagen får köparen inte åberopa att varan är felaktig, om köparen inte lämnar säljaren meddelande om felet inom skälig tid efter det att köparen märkt eller borde ha märkt felet (reklamation). Reklamerar köparen inte inom två år från det att han eller hon har tagit emot varan, förlorar köparen rätten att åberopa felet, om inte annat följer av en garanti eller liknande utfästelse.

Enligt 20 § konsumentköplagen ska frågan om en vara är felaktig bedömas med hänsyn till varans beskaffenhet när den avlämnas. Säljaren ansvarar för fel som har funnits vid denna tidpunkt även om felet visar sig först senare. Det är i princip köparen (konsumenten) som ska bevisa att felet fanns när varan avlämnades (ett ursprungligt fel).

En särskild presumtionsregel finns i 20 a § konsumentköplagen. Ett fel som visar sig inom sex månader efter det att varan avlämnades ska anses ha funnits vid avlämnandet om inte annat visas eller detta är oförenligt med varans eller felets art.

Bestämmelsen i 20 a § infördes i konsumentköplagen 2002 och genomför artikel 5.3 i direktivet (1999/44/EG) om vissa aspekter rörande försäljning av konsumentvaror och härmed förknippade garantier (konsumentköpsdirektivet). I propositionen anförde regeringen att det inte fanns tillräckliga skäl att utsträcka presumtionsregeln till att gälla under längre tid än sex månader. Lagutskottet tillstyrkte propositionen och riksdagen följde utskottet (prop. 2001/02:134, bet. 2001/02:LU33, rskr. 2001/02:292).

Pågående arbete m.m.

Kommissionen presenterade hösten 2015 ett förslag till ett fullharmoniserande direktiv om vissa aspekter på avtal om försäljning av varor på nätet och annan

distansförsäljning av varor (COM(2015) 635). Förslaget hade sin bakgrund i kommissionens meddelande i maj 2015 om en digital inre marknadsstrategi för Europa. Kommissionen presenterade den 31 oktober 2017 ett ändrat förslag till direktiv om vissa aspekter på avtal om försäljning av varor, COM (2017) 637 (varudirektivet). I ändringsförslaget utvidgas tillämpningsområdet för det ursprungliga förslaget så att direktivet ska gälla vid både distans- och butiksköp. Syftet med ändringsförslaget är att åstadkomma samma köprättsliga regler när en näringsidkare säljer en vara till en konsument oavsett om det sker på nätet, i butik eller på något annat sätt. Förslaget ska bidra till snabbare tillväxt på den inre marknaden och stärka konsumentskyddet.

Det ändrade förslaget syftar till att skapa ytterligare fullharmoniserade regler på en hög konsumentskyddsnivå när det gäller avtal om försäljning av en vara mellan en näringsidkare och en konsument. Direktivförslaget ska ersätta det nuvarande minimiharmoniserande konsumentköpsdirektivet (1999/44/EG).

Förslaget reglerar särskilt frågor om en varas avtalsenlighet och vilka påföljder konsumenten kan göra gällande vid bristande avtalsenlighet, dvs. när varan är behäftad med fel, och på vilket sätt konsumenten utövar dessa rättigheter. Beroende på omständigheterna kan konsumenten göra gällande rätt till avhjälpan av felet, omleverans, prisavdrag eller hävning av avtalet. Förslaget innehåller också bestämmelser om tidsfrister, bl.a. inom vilken tid en konsument måste reklamera ett fel.

Rådet och Europaparlamentet nådde i januari 2019 en överenskommelse om innehållet i direktivet. Direktivet förväntas att bli antaget inom kort.

Överenskommelsen innebär bl.a. att konsumenten har rätt att göra gällande felpåföljderna i två år efter övergången av risken för varan från säljaren till konsumenten. Det ges dock utrymme för medlemsstaterna att ha en längre reklamationsfrist. Medlemsstaterna ska även ha möjlighet att införa en skyldighet för konsumenten att anmäla bristande överensstämmelse till försäljaren inom två månader.

Fel som uppkommer inom ett år från avlämnandet ska presumeras ha varit ett ursprungsfel, om inte felet är oförenligt med varans eller felets natur. Utrymme finns för medlemsstaterna att ha en tidsfrist på två år.

I skrivelse 2018/19:75 Riksdagens skrivelser till regeringen – åtgärder under 2018 anger regeringen att den avser att under våren 2019 ge en särskild utredare i uppdrag att ta ställning till hur varudirektivet ska genomföras (se närmare avsnittet Köp av levande djur).

Utskottets ställningstagande

Som redovisats ovan presenterade kommissionen hösten 2017 ett ändrat förslag till direktiv om försäljning av varor. Syftet med ändringsförslaget är att åstadkomma samma köprättsliga regler när en näringsidkare säljer en vara till en konsument oavsett om det sker på nätet, i butik eller på något annat sätt.

Förslaget innehåller bl.a. regler om vilka rättigheter konsumenten har om ett fel uppkommer och hur rättigheterna utövas.

Rådet och Europaparlamentet nådde i januari 2019 en överenskommelse om innehållet i varudirektivet. Ett direktiv om försäljning av varor förväntas därför att bli antaget inom kort.

Överenskommelsen innebär bl.a. att konsumenten har rätt att göra gällande felpåföljderna i två år efter övergången av risken för varan från säljaren till konsumenten. Det ges dock utrymme för medlemsstaterna att ha en längre reklamationsfrist. Fel som uppkommer inom ett år från avlämnandet ska presumeras ha varit ett ursprungsfel, om inte felet är oförenligt med varans eller felets natur. Utrymme finns för medlemsstaterna att ha en tidsfrist på två år.

I skrivelse 2018/19:75 anger regeringen att den avser att under våren 2019 ge en särskild utredare i uppdrag att ta ställning till hur varudirektivet ska genomföras.

Utskottet anser att det pågående och aviserade arbetet inte bör föregripas genom någon åtgärd från riksdagen. Motionsyrkandet bör därför avslås.

Köp av levande djur

Utskottets förslag i korthet

Riksdagen avslår ett motionsyrkande om köp av levande djur. Utskottet hänvisar till pågående och aviserat arbete.

Motionen

I motion 2018/19:1487 yrkande 4 föreslår Ola Johansson och Annika Carlsson (båda C) ett tillkännagivande om att göra en översyn av konsumentlagstiftningen så att regler om försäljning av hästar och övriga levande djur skiljs från regler om försäljning av andra varor.

Gällande rätt

Köplagen (1990:931) är tillämplig vid köp av lös egendom, dvs. all egendom som inte är fast egendom. Konsumentköplagen (1990:932) är tillämplig vid köp av lösa saker. Med lösa saker avses vanligen fysiska föremål som är flyttbara. Till lös egendom och lösa saker räknas även djur. Vid köp av djur ska således köplagens och konsumentköplagens regler om t.ex. fel på varan tillämpas.

Konsumentköplagen gäller när en näringsidkare säljer en lös sak till en konsument. Konsumentköplagen är i huvudsak tvingande till köparens (konsumentens) förmån. Lagen gäller inte vid köp mellan privatpersoner.

En vara ska enligt 16 § konsumentköplagen anses felaktig bl.a. om den avviker från vad som avtalats eller om den i något annat avseende avviker från

vad köparen med fog kunnat förutsätta. Frågan om varan är felaktig ska enligt 20 § konsumentköplagen bedömas med hänsyn till varans beskaffenhet när den avlämnades. Säljaren ansvarar för fel som har funnits vid denna tidpunkt även om felet visar sig först senare. Den köprättsliga utgångspunkten är att det är köparen som har bevisbördan för att ett fel föreligger och att felet fanns när varan avlämnades.

En särskild presumtionsregel finns i 20 a § konsumentköplagen. Ett fel som visar sig inom sex månader efter det att varan avlämnades ska anses ha funnits vid avlämnandet, om inte annat visas eller detta är oförenligt med varans eller felets art. Regeln innebär att om konsumenten efter köpet lägger fram tillräckligt stark bevisning för att ett fel i varan ska anses föreligga och att felet visade sig, dvs. rent faktiskt uppenbarade sig, inom sexmånadersfristen, ska felet presumeras ha funnits vid avlämnandet. Om näringsidkaren kan bevisa att felet inte fanns vid tidpunkten för avlämnandet utan har uppkommit senare gäller inte presumptionen. Presumptionen gäller inte heller om det är oförenligt med varans eller felets art att felet ska anses ha funnits redan vid avlämnandet.

Bestämmelsen i 20 a § infördes i konsumentköplagen 2002 och genomför artikel 5.3 i direktivet (1999/44/EG) om vissa aspekter rörande försäljning av konsumentvaror och härmed förknippade garantier (konsumentköpsdirektivet). Konsumentköpsdirektivet är ett s.k. minimidirektiv. Det innebär att medlemsstaterna får bestämma ett starkare skydd för konsumenterna än det som direktivet ger. De nationella reglerna får däremot inte ge konsumenterna ett sämre skydd.

Riksdagens tillkännagivande

Riksdagen beslutade våren 2017, i enlighet med utskottets förslag, om ett tillkännagivande om att regeringen både nationellt och inom EU bör initiera överväganden om huruvida reglerna i konsumentköplagen för köp av levande djur är ändamålsenligt utformade (bet. 2016/17:CU12, rskr. 2016/17:209).

Pågående arbete

Som tidigare redovisats i avsnittet Reklamationsrätt och presumtionsfrist har kommissionen presenterat ett ändrat förslag till direktiv om vissa aspekter på avtal om försäljning av varor, COM(2017) 637 (varudirektivet). Det ändrade förslaget syftar till att skapa ytterligare fullharmoniserade regler på en hög konsumentskyddsnivå när det gäller avtal om försäljning av en vara mellan en näringsidkare och en konsument. Förslaget ska ersätta det nuvarande minimiharmoniserande konsumentköpsdirektivet (1999/44/EG).

Direktivförslaget innehåller bl.a. regler om vilka rättigheter konsumenten har om ett fel uppkommer och hur rättigheterna utövas.

Rådet och Europaparlamentet nådde i januari 2019 en överenskommelse om innehållet i direktivet. Direktivet förväntas att bli antaget inom kort. Överenskommelsen innebär bl.a. att fel som uppkommer inom ett år från

avlämnandet ska presumeras ha varit ett ursprungsfel, om inte felet är oförenligt med varans eller felets natur. Utrymme finns för medlemsstaterna att ha en tidsfrist på två år. Sverige har under förhandlingarna fått gehör för att medlemsstaterna ska få undanta köp av levande djur från direktivets tillämpningsområde

Frågesvar

Statsrådet Heléne Fritzon anförde följande den 17 januari 2018 som svar på en skriftlig fråga (fr. 2017/18:568) om på vilket sätt hon och regeringen agerade på EU-nivå för att regelverket vid köp av levande djur ska förändras och bli mer ändamålsenligt.

Det är viktigt att vi har ändamålsenliga konsumentköpsregler i Sverige. Att köpa och sälja varor ger tillväxt, bidrar till sysselsättningen och tillgodoser människors behov. En förutsättning för detta är att det råder en god balans mellan konsumenters och näringsidkares intressen.

Justitiedepartementet har sedan en tid tillbaka kontakt med främst hästnäringens företrädare som redovisat sin problembeskrivning. Frågan om hur konsumentlagstiftningen fungerar på köp av levande djur är alltså en fråga som jag och regeringen är uppmärksam på.

Det finns enligt min mening inte något enkelt sätt att lösa det som näringsidkare upplever som problem vid försäljning av levande djur utan att samtidigt försämra skyddet för konsumenterna. Det tillkännagivande som riksdagen beslutat innebär ”att regeringen både nationellt och inom EU bör initiera överväganden om huruvida reglerna i konsumentköplagen för levande djur är ändamålsenligt utformade”. Ordvalet i tillkännagivandet avspeglar att även riksdagen har insikt i komplexiteten i denna fråga.

Regeringen verkar generellt för ett konsumentskydd som på en gång är både högt och balanserat. Kommissionen presenterade så sent som i oktober förra året ett ändrat förslag till direktiv om konsumentköp av varor. Direktivet omfattar, liksom tidigare, köp av levande djur. Sverige har redan i de inledande förhandlingarna av förslaget tagit upp att frågan om köp av levande djur är något som bör uppmärksammas i de fortsatta diskussionerna.

Vidare anförde justitie- och migrationsminister Morgan Johansson följande den 26 februari 2019 som svar på en skriftlig fråga (fr. 2018/19:214) om vad som har hänt det senaste året i förhandlingarna om förslaget till nytt direktiv om försäljning av varor i fråga om konsumenternas rätt till reklamation när det gäller levande djur.

Förhandlingarna i Bryssel har nyss avslutats. Ett direktiv om försäljning av varor förväntas därför antas inom kort. Vi har varit framgångsrika i förhandlingarna och fått gehör för att medlemsstaterna får undanta köp av levande djur från direktivets tillämpningsområde.

Regeringens skrivelse 2018/19:75

När det gäller riksdagens tillkännagivande från våren 2017 om köp av levande djur (se ovan) anger regeringen i skrivelse 2018/19:75 Riksdagens skrivelser till regeringen – åtgärder under 2018 bl.a. att regeringen avser att under våren 2019 ge en särskild utredare i uppdrag att ta ställning till hur varudirektivet ska genomföras och särskilt överväga frågan om hur köp av levande djur ska regleras.

Utskottets ställningstagande

Hösten 2017 presenterade kommissionen ett ändrat förslag till direktiv om försäljning av varor (varudirektivet). Det föreslagna fullharmoniserande direktivet ska ersätta det nuvarande konsumentköpsdirektivet. Rådet och Europaparlamentet nådde i januari 2019 en överenskommelse om innehållet i direktivet. Ett direktiv om försäljning av varor förväntas därför att bli antaget inom kort. Överenskommelsen innebär bl.a. att fel som uppkommer inom ett år från avlämnandet ska presumeras ha varit ett ursprungsfel, om inte felet är oförenligt med varans eller felets natur. Utrymme finns för medlemsstaterna att ha en tidsfrist på två år. Sverige har under förhandlingarna fått gehör för att medlemsstaterna ska få undanta köp av levande djur från direktivets tillämpningsområde.

Vidare har Justitiedepartementet kontakt med främst hästnäringens företrädare som har redovisat sin problembeskrivning. Utskottet förutsätter att regeringen nu, när direktivet om försäljning av varor kommer att ge möjlighet till nationella lösningar för köp av levande djur, följer riksdagens tidigare tillkännagivande och initierar överväganden av om de nationella reglerna är ändamålsenligt utformade för köp av levande djur eller inte. Regeringen har i skrivelse 2018/19:75 också angett att den avser att under våren 2019 ge en särskild utredare i uppdrag att ta ställning till hur varudirektivet ska genomföras och särskilt överväga frågan om hur köp av levande djur ska regleras.

Utskottet är mot denna bakgrund inte berett att föreslå någon åtgärd med anledning av motionsyrkandet. Motionsyrkandet bör avslås.

Bindningstider för konsumentavtal

Utskottets förslag i korthet

Riksdagen avslår ett motionsyrkande om bindningstider för konsumentavtal. Utskottet hänvisar bl.a. till gällande rätt och ett avgörande från Marknadsdomstolen.

Jämför reservation 6 (SD).

Motionen

I kommittémotion 2018/19:981 yrkande 9 föreslår Mikael Eskilanderesson m.fl. (SD) ett tillkännagivande om att ta bort eller förkorta onödigt långa bindningstider för konsumentavtal.

Gällande rätt m.m.

I svensk rätt finns inte någon generell lagreglering av bindningstider för avtal mellan näringsidkare och konsumenter. För vissa avtalstyper inom det konsumentskyddande området finns bestämmelser om att en bestämd avtalstid inte får överstiga en viss tid. Enligt 3 kap. 2 § försäkringsavtalslagen (2005:104) får försäkringstiden för en konsumentförsäkring inte överstiga ett år, om det inte finns särskilda skäl för en längre försäkringstid. Av 5 kap. 15 a § lagen (2003:389) om elektronisk kommunikation framgår att den som tillhandahåller elektroniska kommunikationstjänster ska erbjuda slutanvändare att ingå avtal med en längsta giltighetstid om 12 månader. Ett avtal mellan en konsument och den som tillhandahåller elektroniska kommunikationstjänster får inte ha en längre inledande bindningstid än 24 månader.

Enligt 36 § avtalslagen får ett avtalsvillkor jämkas eller lämnas utan avseende om villkoret är oskäligt med hänsyn till avtalets innehåll, omständigheterna vid avtalets tillkomst, senare inträffade förhållanden och omständigheterna i övrigt. Särskild hänsyn ska tas till behovet av skydd för den som i egenskap av konsument eller annars intar en underlägsen ställning i avtalsförhållandet.

Lagen (1994:1512) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden (avtalsvillkorlagen) gäller enligt 1 § avtalsvillkor som näringsidkare använder när de erbjuder varor, tjänster eller andra nyttigheter till konsumenter. Om ett avtalsvillkor som avses i 1 § med hänsyn till pris och övriga omständigheter är oskäligt mot konsumenten, får Patent- och marknadsdomstolen enligt 3 § första stycket förbjuda näringsidkaren att i framtiden i liknande fall använda samma eller väsentligen samma villkor, om förbudet är motiverat från allmän synpunkt eller annars ligger i konsumenternas eller konkurrenternas intresse. En ansökan om förbud får, enligt 4 §, göras av Konsumentombudsmannen. Om Konsument-

ombudsmannen för ett visst fall beslutar att inte göra någon ansökan, får ansökan göras av en sammanslutning av näringsidkare, konsumenter eller löntagare.

Marknadsdomstolen (som tidigare prövade avtalsvillkor enligt avtalsvillkorslagen) har ansett att avtalsvillkor mellan näringsidkare och konsumenter gällande spår- och spärrtjänster med bindningstider överstigande 12 månader varit oskäligen enligt 3 § avtalsvillkorslagen (MD 2015:5).

Frågan om huruvida avtalsvillkor med viss bindningstid varit oskäligen mot konsumenter enligt 3 § avtalsvillkorslagen har även prövats i avgöranden från Patent- och marknadsöverdomstolen och Patent- och marknadsdomstolen.

I en dom meddelad den 18 december 2018 har Patent- och marknadsöverdomstolen ansett att avtalsvillkor mellan en premiepensionsförvaltare och konsumenter om premiepensionsförvaltningstjänster med bindningstider som överstiger 12 månader varit oskäligen (mål nr PMT 7011-17).

Vidare har Patent- och marknadsdomstolen i en dom meddelad den 8 juni 2018 ansett att ett avtalsvillkor mellan en gymkedja och konsumenter om gymmedlemskap med en bindningstid om mer än 12 månader var oskäligt mot konsumenten (mål nr PMT 5750-17).

I samtliga av dessa mål hade talan väckts av Konsumentombudsmannen.

Bindningstiders längd har också prövats av Allmänna reklamationsnämnden i tvister mellan enskilda konsumenter och näringsidkare. Allmänna reklamationsnämnden har bl.a. i två beslut ansett att en inledande bindningstid om 30 månader som inkluderade vissa betalningsfria månader för tv-tjänster är oskäligt lång. Det fanns enligt nämndens mening skäl att i detta sammanhang inte behöva acceptera en längre bindningstid än 24 månader. Allmänna reklamationsnämnden rekommenderade företagen att sätta ned bindningstiderna till 24 månader inklusive betalningsfria månader (Ånr 2016-08890 och Ånr 2017-06422).

Vidare ansåg Post- och telestyrelsen hösten 2017 att två kabel-tvbolag som vid avtal med privatpersoner tillämpade inledande bindningstider på mellan 27 och 30 månader, där avtalstiden var uppdelad på först ett antal betalningsfria månader och därefter 24 månader mot betalning, hade agerat i strid med 5 kap. 15 a § lagen om elektronisk kommunikation. Sedan Post- och telestyrelsen enligt 7 kap. 4 § samma lag underrättat företagen om sin bedömning ändrade bolagen sina inledande bindningstider till 24 månader inklusive betalningsfria månader.

Enligt lagen (2014:1449) om konsumentskydd vid automatisk avtalsförlängning ska en näringsidkare inför en förlängning av ett tidsbestämt avtal påminna en konsument om det avtalsvillkor som innebär att avtalet förlängs om konsumenten inte säger upp det. Påminnelsen ska vara skriftlig och lämnas senast en månad före den tidpunkt då avtalet senast måste sägas upp. Om näringsidkaren inte fullgör sin påminnelseskyldighet, ska konsumenten ha rätt att säga upp avtalet med omedelbar verkan eller, om avtalstiden ännu inte har löpt ut, till avtalstidens utgång. Lagen är tvingande till konsumentens

förmån. Lagen ska inte tillämpas om det finns särskilda bestämmelser om förlängning av ett avtal eller om konsumenten efter förlängningen kan säga upp avtalet med högst tre månaders uppsägningstid.

Utskottets ställningstagande

I svensk rätt finns inte någon generell lagreglering av bindningstider för avtal mellan näringsidkare och konsumenter. När det gäller konsumentförsäkringar och elektroniska kommunikationstjänster finns dock bestämmelser om att en bestämd avtalstid inte får överstiga en viss tid. Vidare har frågan om huruvida avtalsvillkor med viss bindningstid varit oskäligen mot konsumenter enligt 3 § avtalsvillkorlagen bl.a. prövats av Marknadsdomstolen. Även Allmänna reklamationsnämnden har prövat frågor om bindningstider i tvister mellan enskilda konsumenter och näringsidkare. Vidare har Post- och telestyrelsen som tillsynsmyndighet enligt lagen om elektronisk kommunikation agerat mot långa bindningstider när det gäller elektroniska kommunikationstjänster. I det enskilda fallet kan dessutom en domstol enligt 36 § avtalslagen jämka eller bortse i från ett avtalsvillkor som innebär en oskäligt lång bindningstid.

Enligt utskottets mening finns inte skäl att föreslå någon åtgärd med anledning av motionsyrkandet. Motionsyrkandet bör därför avslås.

Småhusentreprenad

Utskottets förslag i korthet

Riksdagen avslår motionsyrkanden om småhusentreprenad. Utskottet hänvisar bl.a. till tidigare ställningstagande från riksdagens sida.

Jämför reservation 7 (L).

Motionerna

I partimotion 2018/19:2590 anser Jan Björklund m.fl. (L) att konsumentskyddet vid småhusentreprenader behöver stärkas. Exempelvis bör det införas ett generellt krav på att avtal om småhusentreprenad ska upprättas i skriftlig form och att en slutbesiktning ska vara obligatorisk. Det bör också övervägas om det behövs en lagreglering av vem som ska utse en besiktningsman vid slutbesiktningen. Enligt motionärerna behöver det juridiska skyddet för konsumenter vid småhusentreprenader bli föremål för en bredare översyn i form av en utredning. Ett tillkännagivande föreslås i enlighet med detta (yrkande 22).

I motion 2018/19:1389 föreslår Jonas Eriksson och Emma Hult (båda MP) ett tillkännagivande om att en konsument som köpt ett småhus i andra hand bör få reklamera fel till entreprenören.

Gällande rätt m.m.

I 51–61 §§ konsumenttjänstlagen (1985:716) finns särskilda bestämmelser om tjänster som avser uppförande eller tillbyggnad av en- eller tvåbostadshus (småhusentreprenad). 51 § innehåller vissa bevisbörderegler. Enligt bestämmelsen ska vad konsumenten påstår har avtalats om arbetets omfattning, priset eller grunderna för hur priset bestäms, tiden för betalning, och tiden för arbetets avslutande gälla, om inte annat framgår av ett skriftligt avtal eller av omständigheterna i övrigt. Bevisbörderegeln är tvingande till förmån för konsumenten (se 3 § konsumenttjänstlagen).

Vid småhusentreprenad ska en slutbesiktning göras om någon av parterna begär det. Slutbesiktningen görs efter det att arbetet har avslutats. Om flera näringsidkare utför arbeten i anslutning till varandra kan, om parterna är ense om det, slutbesiktningen i stället göras när samtliga arbeten har avslutats (53 §). Näringsidkaren ska i god tid underrätta konsumenten om när arbetet beräknas vara avslutat och en slutbesiktning kan göras. Konsumenten ska därefter utan dröjsmål meddela näringsidkaren om han eller hon begär besiktning och, om så är fallet, utse en person som ska utföra besiktningen (besiktningsman). Om konsumenten inte utser någon besiktningsman, får näringsidkaren göra det. Parterna kan också utse en besiktningsman gemensamt (54 §). Vid slutbesiktningen ska besiktningsmannen undersöka om småhusentreprenaden är felaktig. Resultatet av slutbesiktningen ska snarast redovisas skriftligen till parterna och innehålla uppgifter om de fel som besiktningsmannen konstaterat. Utlåtandet ska också innehålla uppgifter om förhållanden som konsumenten anser utgör fel. Av utlåtandet ska framgå om besiktningsmannen godkänner entreprenaden. Entreprenaden ska godkännas om arbetet inte är felaktigt eller de konstaterade felen är av mindre betydelse. Om småhusentreprenaden inte godkänns och parterna inte bestämmer något annat, ska en ny slutbesiktning göras vid ett senare tillfälle. Näringsidkaren ska i god tid underrätta besiktningsmannen om när en ny slutbesiktning kan göras (56 §).

Näringsidkaren ansvarar för de fel i entreprenaden som fanns vid den tidpunkt då arbetet godkändes vid slutbesiktningen. Näringsidkaren ansvarar också för fel som visar sig inom två år efter slutbesiktningen, om inte felet beror på olyckshändelser, vanvård, onormalt brukande eller liknande (58 och 59 §§). Efter det att en slutbesiktning gjorts får konsumenten i princip endast åberopa fel som har antecknats i besiktningsutlåtandet. Undantag görs för bl.a. dolda fel (60 §). Om det inte görs någon slutbesiktning ska konsumenttjänstlagens allmänna felregler tillämpas. En konsument som vill åberopa att tjänsten är felaktig ska underrätta näringsidkaren om detta (reklamation). Konsumenten behöver inte reklamera fel som har antecknats i ett besiktningsutlåtande eller har påtalats för näringsidkaren inom sex månader från slutbesiktningen. Preskriptionsfristen, dvs. den längsta tid inom vilken reklamation kan göras, är tio år vid småhusentreprenad. Har en slutbesiktning gjorts, ska fristen räknas från den tidpunkt då besiktningen godkändes såvida inte annat följer av en garanti eller liknande utfästelse (61 §). Vid fel i

entreprenaden har konsumenten enligt konsumenttjänstlagens allmänna regler bl.a. rätt att få felet avhjälpt av näringsidkaren, få prisavdrag eller häva avtalet. Konsumenten kan också kräva skadestånd av näringsidkaren (16, 20, 21 och 31 §§).

De särskilda bestämmelserna om småhusentreprenad infördes i konsumenttjänstlagen 2005 (prop. 2003/04:45, bet. 2003/04:LU25, rskr. 2003/04:240). Samtidigt togs undantaget bort för entreprenader där konsumenten tillförsäkrades ett sådant skydd som ställdes som villkor för statligt bostadsstöd. Konsumenttjänstlagens reglering av avtal mellan en konsument och näringsidkare som rör småhusentreprenad blev därmed undantagslöst tvingande till konsumentens förmån. Syftet med de lagändringar som infördes 2005 var att stärka konsumentskyddet vid förvärv av och entreprenadarbeten avseende småhus.

I proposition 2003/04:45 ansåg regeringen att lagstiftningen borde främja en skriftlig dokumentation av parternas avtal. Enligt regeringen skulle dock en bestämmelse om ett skriftlighetskrav motsvarande den vid köp av fast egendom (4 kap. 1 § jordabalken) knappast vara ändamålsenlig när det gäller avtal om småhusentreprenader. Regeringen anförde vidare följande.

Syftet med ett skriftlighetskrav är ju här att åstadkomma en skriftlig dokumentation av väsentliga avtalsvillkor. Behovet av skriftlig dokumentation torde därmed många gånger avse betydligt flera uppgifter än vad som måste tas in i ett köpekontrakt enligt jordabalken. Så kan det t.ex. vara nödvändigt med en ingående redovisning av arbetets omfattning. Med ett mycket vidsträckt krav på skriftlighet ökar emellertid risken för att parterna av förbiseende missar att lämna uppgift i något hänseende. Den rättsföljd som är knuten till skriftlighetskravet vid köp av fast egendom – avtalets ogiltighet – framstår mot den bakgrunden som alltför sträng och skulle kunna drabba såväl näringsidkaren som konsumenten på ett oskäligt sätt. I likhet med utredningen anser vi därför att ett formkrav av detta slag inte bör väljas (prop. s. 33).

Regeringen stannade i stället för en regel som lade bevisbördan för vad som avtalats i vissa hänseenden på näringsidkaren. Regeringen anförde bl.a. att en sådan regel torde ge näringsidkaren ett starkt incitament att upprätta skriftliga offerter och avtal. Samtidigt ger den parterna full frihet att själva bestämma i vilken utsträckning de anser att deras avtal behöver dokumenteras och ger över huvud taget avsevärt utrymme för att ta hänsyn till omständigheterna i det enskilda fallet (prop. s. 34).

När det gällde frågan om huruvida en slutbesiktning skulle vara obligatorisk anförde regeringen bl.a. följande.

I likhet med utredningen anser vi att det inte kan komma i fråga att göra reglerna om slutbesiktning helt dispositiva. En helt dispositiv reglering skulle inte ge ett tillräckligt konsumentskydd. Reglerna bör alltså i viss utsträckning vara tvingande. Utredningen har utformat sitt förslag så att slutbesiktning framstår som ett obligatorium; när arbetena har avslutats ska slutbesiktning göras. Såsom Juridiska fakultetsstyrelsen vid Lunds universitet har varit inne på torde detta emellertid föra för långt. Det kan förekomma fall då ingen av parterna ser det som meningsfullt att hålla en särskild besiktning. Samhällsintresset av att det i en sådan situation likväl

görs en besiktning är förhållandevis litet och möjligheterna att framtvinga en besiktning skulle också vara begränsade. Vi förordar därför att bestämmelserna utformas så att besiktning ska göras om någon av parterna begär det. En sådan bestämmelse ger konsumenten en oavvislig rätt att få till stånd en besiktning och medför att avtal som inskränker denna rätt kommer att sakna verkan. Även utan ett generellt krav på besiktning kan det f.ö. antas att besiktning kommer till stånd i det stora flertalet fall. Bl.a. de bestämmelser om näringsidkarens felansvar som vi återkommer till i avsnitten 5.2.6 och 5.2.7 kommer att ge näringsidkaren ett starkt incitament att se till att besiktning görs (prop. s. 46).

När det gällde frågan om utseende av besiktningsman anförde regeringen följande.

De rättsverkningar som knyts till slutbesiktningen – och som vi kommer att behandla i det följande – utgör i sig ett starkt skäl för parterna att se till att en slutbesiktning kommer till stånd. Vi menar att det trots det finns behov av att klarlägga vem av parterna som i första hand bör ta initiativet till en slutbesiktning. Det ligger då närmast till hands att tillämpa den ordning som gäller enligt bl.a. ABS 95. Den innebär att näringsidkaren är skyldig att anmäla till konsumenten när uppdraget beräknas vara slutfört och slutbesiktning kan göras och att det sedan i första hand är konsumentens sak att utse besiktningsman. Detta utgör naturligtvis inte något hinder mot att parterna samråder i frågan. Lagrådet har påpekat att det inte heller bör finnas något hinder mot att parterna gemensamt utser en besiktningsman. Vi delar Lagrådets uppfattning. Såsom Juridiska fakultetsstyrelsen vid Lunds universitet har anfört bör näringsidkaren ges en möjlighet att utse besiktningsman, om konsumenten inte har gjort det. På så sätt kan näringsidkaren tillvarata sitt intresse av att en slutbesiktning kommer till stånd (prop. s. 48).

I propositionen föreslog regeringen även bl.a. regler om att det i vissa fall ska finnas ett färdigställandeskydd vid byggnadsarbeten på småhus.

Lagutskottet föreslog i betänkande 2003/04:LU25 att riksdagen skulle bifalla propositionen och avslå motionsyrkanden om bl.a. att regeringen skulle återkomma med ett nytt lagförslag med krav på att vissa avtalsvillkor skulle vara skriftliga och krav på obligatorisk slutbesiktning. Riksdagen följde lagutskottets förslag.

Reglerna om färdigställandeskydd finns numera i lagen (2014:227) om färdigställandeskydd. Om en näringsidkare har åtagit sig att för en konsuments räkning utföra arbeten som avser en- eller tvåbostadshus (småhus) ska det i vissa fall finnas ett färdigställandeskydd som består av en försäkring eller en bankgaranti. Ett färdigställandeskydd ska omfatta skälig ersättning för extra kostnader för att slutföra arbetena, kostnader för att avhjälpa fel som en besiktningsman har anmärkt på vid en slutbesiktning enligt 53 § konsumenttjänstlagen, och kostnader för att avhjälpa skador på byggnaden som har orsakats av sådana fel. Färdigställandeskyddet får, till den del det avser ersättning för extra kostnader för att slutföra arbetena, tas i anspråk om näringsidkaren hamnar i sådant dröjsmål som ger konsumenten rätt att häva avtalet enligt 29 § konsumenttjänstlagen. Till den del färdigställandeskyddet avser ersättning för att avhjälpa fel och skador får det tas i anspråk om

näringsidkaren har gått i konkurs eller av någon annan anledning inte kan fullgöra sitt åtagande.

Avgöranden från Högsta domstolen

En konstruktion med putsade, enstegstätade fasader har bedömts i rättsfallet NJA 2015 s. 110. Fallet rörde frågan om fel i en totalentreprenad avseende småhus. Standardavtalet ABS 95 gällde för entreprenaden. I avgörandet konstaterade HD att konstruktionen hade medfört betydande risker för problem med mögel, röta och dålig lukt. Resultatet av entreprenörens arbete svarade därför inte mot vad beställarna med fog hade kunnat förutsätta. HD har funnit att fel förelåg i entreprenaden.

I ett senare avgörande i samma mål, NJA 2015 s. 1040, har HD förklarat att entreprenörens ansvar enligt ABS 95 inte var begränsat till garantitiden, eftersom det var fråga om ett väsentligt fel som hade sin grund i entreprenörens vårdslöshet. I avgörandet har HD vidare ansett att ett avtalat överlåtelseförbud inte har hindrat en förvärvare av huset från att mot entreprenören göra gällande rättigheter som övertagits från beställaren.

Allmänna bestämmelser för småhusentreprenader – ABS 18

Det finns också ett standardavtal, Allmänna bestämmelser för småhusentreprenader – ABS 18, som bygger på konsumenttjänstlagens regler. ABS 18 har ersatt standardavtalet Allmänna bestämmelser för småhusentreprenader – ABS 09. ABS 18 är framtaget av Konsumentverket, Villaägarnas Riksförbund, Sveriges Byggindustrier, Gar-Bo Försäkring AB samt Trä- och Möbelföretagen. I formuläret entreprenadkontrakt till ABS 09 fanns en bestämmelse om att entreprenadkontraktet inte av någondera parten fick överlåtas på någon annan utan den andra partens godkännande. I entreprenadkontraktet till ABS 18 har denna bestämmelse tagits bort.

Utskottets ställningstagande

Förvärv och entreprenadarbeten som avser småhus utgör för de flesta privatpersoner de ekonomiskt mest betydelsefulla affärerna i deras liv. Det är därför av största vikt att rättsordningen tillhandahåller den enskilde ett gott och tydligt konsumentskydd vid sådana förvärv och arbeten. De tillämpliga reglerna måste innebära en rättvis avvägning mellan parternas intressen. De lagändringar som trädde i kraft 2005 innebar en förstärkning av konsumentskyddet vid förvärv och entreprenadarbeten i fråga om småhus. Genom lagändringarna kom den konsumenträttsliga regleringen av avtal mellan en konsument och näringsidkare som rör småhusentreprenad att undantagslöst vara tvingande till konsumentens förmån. Vidare infördes de särskilda bestämmelserna i konsumenttjänstlagen om småhusentreprenad och regler om färdigställandeskydd. I lagstiftningsärendet ställde sig lagutskottet

bakom regeringens lagförslag och avstyrkte motioner om bl.a. att regeringen skulle återkomma med ett nytt lagförslag med krav på att vissa avtalsvillkor skulle vara skriftliga och krav på obligatorisk slutbesiktning. Riksdagen följde lagutskottets förslag.

Det finns även ett nyligen uppdaterat standardavtal, Allmänna bestämmelser för småhusentreprenader – ABS 18, som bygger på konsumenttjänstlagens regler.

När det gäller möjligheten för en andrahandsköpare av ett småhus att reklamera fel till entreprenören har Högsta domstolen i ett avgörande avseende småhusentreprenad ansett att ett avtalat överlåtelseförbud inte har hindrat en förvärvare av huset från att mot entreprenören göra gällande rättigheter som övertagits från beställaren (NJA 2015 s. 1040). Utskottet vill i sammanhanget även peka på att i det uppdaterade entreprenadkontraktet till ABS 18 har en tidigare bestämmelse om att entreprenadkontraktet inte fick överlåtas på någon annan utan den andra partens godkännande tagits bort.

Utskottet kan mot den bakgrunden inte se att det finns skäl att föreslå något initiativ från riksdagen. Motionerna 2018/19:1389 (MP) och 2018/19:2590 (L) yrkande 22 bör därför avslås.

Tydligare regler för fakturors förfallodatum

Utskottets förslag i korthet

Riksdagen avslår ett motionsyrkande om att införa en generell regel om när en faktura ska anses vara betald. Utskottet hänvisar till tidigare ställningstaganden från riksdagens sida.

Motionen

Johnny Skalin (SD) anför i motion 2018/19:197 att bl.a. företag har olika syn på vad som ska anses vara en fakturas sista förfallodag. Vissa företag anser att sista förfallodag är detsamma som sista mottagningsdag till deras konton. Motionären anser att det, för att förtydliga och förenkla för konsumenterna, bör införas en lagregel om att sista förfallodatum motsvarar sista betalningsdag till betalningsmottagarens konto. Ett tillkännagivande föreslås i enlighet med detta.

Nuvarande ordning m.m.

Om tidpunkten för betalningen inte följer av avtalet gäller enligt 49 § köplagen (1990:931) och 36 § konsumentköplagen (1990:932) att köparen ska betala när säljaren kräver det.

Högsta domstolen har i ett avgörande från 1988 ansett att en betalning som har skett till borgenärens postgirokonto har fullgjorts den dag då betalningen

bokfördes av postgirot, om inte annat följer av särskilda föreskrifter som t.ex. i fråga om hyresbetalningar (NJA 1988 s. 312).

Särskilda regler om när en betalning ska anses fullgjord finns t.ex. i hyreslagen (12 kap. jordabalken), försäkringsavtalslagen (2005:104) och skatteförfarandelagen (2011:1244).

I hyreslagen finns regler om när en hyra ska anses betald. Om hyresgästen betalar hyran på ett post- eller bankkontor anses beloppet ha kommit hyresvärden till handa omedelbart vid betalningen. Lämnar hyresgästen ett betalningsuppdrag på hyran till bank-, post- eller girokontor anses beloppet ha kommit hyresvärden till handa när betalningsuppdraget togs emot av det förmedlande kontoret (12 kap. 20 § tredje stycket jordabalken).

När det gäller betalning av premier genom betalningsförmedlare finns i huvudsak motsvarande regler i försäkringsavtalslagen. En försäkringstagare anses ha betalat premien när han eller hon lämnat ett betalningsuppdrag avseende premien till en bank eller någon annan liknande betalningsförmedlare (5 kap. 5 §, 8 kap. 17 § och 13 kap. 5 § försäkringsavtalslagen).

Enligt 62 kap. 2 § skatteförfarandelagen ska skatter och avgifter betalas in till Skatteverkets särskilda konto för skattebetalningar. Skatten eller avgiften är betald den dag då betalningen har bokförts på det särskilda kontot.

Tidigare riksdagsbehandling

Motsvarande motionsyrkande har behandlats av utskottet vid flera tidigare tillfällen, senast våren 2017 i betänkande 2016/17:CU12 och i förenklad ordning våren 2018 i betänkande 2017/18:CU10. Utskottet stod då fast vid sitt ställningstagande i betänkande 2011/12:CU15. I det betänkandet anförde utskottet att det finns särskilda lagregler om när skatter och avgifter ska anses betalda. Sådana regler finns även när det gäller betalningar av hyra och försäkringspremier och innebär i de fallen ett undantag från principen att betalningen anses fullgjord när beloppet bokförts på mottagarens konto. I de sistnämnda fallen rör det sig om lagstiftning som har en social skyddskaraktär. Enligt utskottets mening fanns det inte skäl att, som motionären önskade, införa en generell lagreglering om när en faktura ska anses betald. Utskottet avstyrkte motionsyrkandena, och riksdagen följde utskottets förslag.

Utskottets ställningstagande

Utskottet står fast vid sin ovan redovisade uppfattning och föreslår att riksdagen avslår motionen.

Snabblån m.m.

Utskottets förslag i korthet

Riksdagen avslår motionsyrkanden om snabblån m.m. Utskottet hänvisar bl.a. till ny lagstiftning och tidigare ställningstagande.

Jämför reservation 8 (SD, C).

Motionerna

I motion 2018/19:337 yrkande 1 föreslår Markus Wiechel (SD) ett tillkännagivande om att förbjuda snabblån. Vidare anser motionären att det alltid ska finnas tydlig information om möjligheten till konsumentvägledning i samband med att en låntagare erbjuds lån. Ett tillkännagivande föreslås i enlighet med detta (yrkande 2). Motionären anser även bl.a. att det bör införas en karenstid vid utbetalning av lån. Ett tillkännagivande föreslås i enlighet med detta (yrkande 5).

Ola Johansson m.fl. (C) anser i kommittémotion 2018/19:2838 att det ska vara möjligt för den som byter bank att behålla sitt kontonummer. Det skulle enligt motionärerna gynna konsumenterna som får bättre villkor och kan ställa högre krav på sin bank och även vara ett litet steg till en flexiblare marknad för banker. Ett tillkännagivande föreslås i enlighet med detta (yrkande 6 i denna del).

Gällande rätt m.m.

Konsumentkreditlagen (2010:1846) trädde i kraft den 1 januari 2011 (prop. 2009/10:242, bet. 2010/11:CU5, rskr. 2010/11:80). Konsumentkreditlagen omfattar i princip alla slag av krediter som näringsidkare lämnar till konsumenter. Lagen är tvingande till konsumentens förmån.

Det har under senare år vidtagits flera olika åtgärder för att motverka problem som snabblån kan orsaka. Bland annat har det införts strängare krav i konsumentkreditlagen på att kreditgivaren ska lämna information och att kreditgivaren ska pröva om konsumenten har ekonomiska förutsättningar att fullgöra vad han eller hon åtar sig enligt kreditavtalet (kreditprövning). Sedan 2011 granskar Konsumentverket att snabblåneföretagen följer dessa regler. Vidare skärptes sanktionssystemet våren 2014 genom att Konsumentverket gavs möjlighet att ta ut en sanktionsavgift av kreditgivare som inte gör tillräckliga kreditprövningar. Sedan juli 2014 omfattas även snabblåneföretagen av tillståndsplikt och tillsyn från Finansinspektionen med ett tydligt krav på sundhet i rörelsen. Under 2016 infördes en möjlighet för Konsumentverket att omedelbart förbjuda ett företag att låna ut pengar till konsumenter, om företaget allvarligt brister i sina kreditprövningar.

Våren 2017 beslutade riksdagen, på förslag av utskottet, om ett tillkännagivande om att regeringen behövde vidta ytterligare åtgärder för att

motverka oseriös kreditgivning till konsumenter på snabblånemarknaden (bet. 2016/17:CU12, rskr. 2016/17:209).

Regeringen överlämnade våren 2018 proposition 2017/18:72 Räntetak och andra åtgärder på marknaden för snabblån och andra högkostnadskrediter till riksdagen. I propositionen lämnade regeringen förslag till ändringar i konsumentkreditlagen för att åstadkomma en mer ansvarsfull marknad för snabblån och andra högkostnadskrediter. Utskottet ställde sig i betänkande 2017/18:CU20 bakom regeringens förslag till lagändringar. När det gällde riksdagens tillkännagivande från våren 2017 delade utskottet regeringens bedömning att tillkännagivandet genom lagförslagen och de åtgärder som i övrigt redovisades i propositionen var slutbehandlat. Riksdagen biföll utskottets förslag till riksdagsbeslut (rskr. 2017/18:262). Ändringarna i konsumentkreditlagen, som trädde i kraft den 1 september 2018, innebär i huvudsak följande.

Ett räntetak som begränsar kreditgivarens möjlighet att ta ut kreditränta för högkostnadskrediter har införts. Med högkostnadskredit avses enligt konsumentkreditlagen en kredit med en effektiv ränta som är minst 30 procentenheter högre än referensräntan enligt 9 § räntelagen (1975:635) och som inte huvudsakligen avser kreditköp eller är en bostadskredit. En högkostnadskredit får inte ha en kreditränta eller dröjsmålsränta som är mer än 40 procentenheter högre än den vid varje tid gällande referensräntan. En konsument som är i dröjsmål med betalning av en högkostnadskredit är inte skyldig att betala någon annan form av ersättning med anledning av dröjsmålet än dröjsmålsränta.

Vidare har ett kostnadstak för högkostnadskrediter införts. För en högkostnadskredit får kostnaderna aldrig överstiga ett belopp som motsvarar kreditbeloppet eller, i fråga om en kontokredit, varje enskilt utnyttjande av kreditbeloppet som konsumenten har gjort. Med kostnader avses kreditkostnader, dröjsmålsränta och kostnader för åtgärder som syftar till att få konsumenten att betala sin skuld.

Löptiden för en högkostnadskredit får, med vissa undantag, inte förlängas mer än en gång. Undantaget från skyldigheten att göra en kreditprövning vid gratislån och andra korta fristående krediter som inte är förbundna med mer än en obetydlig avgift har tagits bort.

Det har också införts ett krav på att måttfullhet ska iakttas vid marknadsföring av alla slags konsumentkrediter. Marknadsföring som inte är måttfull ska anses som otillbörlig mot konsumenter och kunna leda till sanktioner.

Vid marknadsföring av ett kreditavtal som avser en högkostnadskredit ska näringsidkaren även vara skyldig att ge konsumenten en upplysning om att det är fråga om en sådan kredit. Upplysningen ska också innehålla information om riskerna med skuldsättning och om vart konsumenten kan vända sig för att få stöd i budget- och skuldfrågor.

Avsikten är att lagändringarna ska leda till rimligare villkor på marknaden för snabblån och andra högkostnadskrediter och till att färre människor riskerar att hamna i överskuldssättning på grund av dessa lån.

Nummerportabilitet för betalkonton

När betalkontodirektivet (2014/92/EU) genomfördes i svensk rätt infördes ett krav i lagen (2010:751) om betaltjänster att betaltjänstleverantörer ska ha rutiner för byte av betalkonton inom Sverige (se prop. 2016/17:129, bet. 2016/17:FiU33, rskr. 2016/17:237). Medlemmarna i Svenska Bankföreningen har sedan tidigare enats om gemensamma rutiner för bankbyte. Regeringens bedömning i propositionen var att dessa rutiner fungerade väl. Bytesrutinerna omfattar inte bara konton utan även andra tjänster.

Kommissionen har ifrågasatt det svenska genomförandet av vissa artiklar i betalkontodirektivet. I proposition 2018/19:72 Vissa betaltjänstfrågor som nyligen överlämnats till riksdagen föreslår regeringen därför att det i lagen om betaltjänster bl.a. ska förtydligas att en betaltjänstleverantör ska informera konsumenten om rutinerna vid byte av betalkonto. Frågor om nummerportabilitet för betalkonton berörs inte i propositionen.

Enligt betalkontodirektivet (artikel 28.1) ska kommissionen senast den 18 september 2019 överlämna en rapport till Europaparlamentet och rådet om tillämpningen av betalkontodirektivet. Rapporten ska inkludera en bedömning av lönsamheten i ett genomförande av en fullständig unionsomfattande nummerportabilitet för betalkonton.

Tidigare riksdagsbehandling

Motionsförslag om att förbjuda snabblån, införa krav om att det alltid ska finnas information om möjligheten till konsumentvägledning i samband med att en låntagare erbjuds lån och en karenstid vid utbetalning av lån m.m. har senast behandlats av utskottet i lagstiftningsärendet om införande av bl.a. räntetak och kostnadstak för högkostnadskrediter i betänkande 2017/18:CU20.

När det gällde de då aktuella motionsyrkandena anförde utskottet att det tidigare i betänkandet ställt sig bakom regeringens förslag på åtgärder för att åstadkomma en mer ansvarsfull marknad för snabblån och andra högkostnadskrediter. Vad som anfördes i motionerna gav inte utskottet skäl att föreslå något initiativ från riksdagens sida, varför motionsyrkandena borde avslås. Riksdagen följde utskottets förslag.

Motionsyrkanden om nummerportabilitet för betalkonton har behandlats av Finansutskottet bl.a. våren 2018 i betänkande 2017/18:FiU22. Finansutskottet avstyrkte motionsyrkandena och riksdagen följde utskottets förslag. Ett motionsyrkande om flyttbara bankkontonummer har även behandlats av Finansutskottet våren 2019 i betänkande 2018/19:FiU22. Finansutskottet avstyrkte motionsyrkandet.

Utskottets ställningstagande

När det gäller motionsyrkandena om snabblån beslutade riksdagen våren 2018 om flera ändringar i konsumentkreditlagen som ska leda till rimligare villkor på marknaden för snabblån och andra högkostnadskrediter och till att färre människor riskerar att hamna i överskuldssättning på grund av dessa lån. Lagändringarna, som trädde i kraft den 1 september 2018, innebär bl.a. att det har införts räntetak och kostnadstak för högkostnadskrediter och att konsumenter vid marknadsföringen ska uppmärksammas på riskerna när de överväger att ta sådana lån samt informeras om vart konsumenten kan vända sig för att få stöd i budget- och skuldfrågor. Det ställs också krav på att all marknadsföring av konsumentkrediter ska vara måttfull.

Motsvarande motionsyrkanden som de nu aktuella behandlades av utskottet i lagstiftningsärendet om införande av bl.a. räntetak och kostnadstak för högkostnadskrediter. Utskottet står fast vid sitt tidigare ställningstagande och anser således att det inte finns skäl att föreslå något initiativ från riksdagens sida med anledning av motionsyrkandena. Motion 2018/19:337 (SD) yrkandena 1, 2 och 5 bör avslås.

När det gäller motion 2018/19:2838 (C) yrkande 6 om nummerportabilitet för betalkonton anser utskottet att det inte finns skäl att föreslå någon åtgärd med anledning av motionsyrkandet. Motionsyrkandet i denna del bör avslås.

Resegarantisystemet

Utskottets förslag i korthet

Riksdagen avslår ett motionsyrkande om resegarantierna inom bussbranschen. Utskottet hänvisar till den nya resegarantilag som trädde i kraft den 1 augusti 2018.

Motionen

Sten Bergheden (M) anför i motion 2018/19:928 att det bör göras en översyn av resegarantierna inom bussbranschen. Enligt motionären är kostnaderna för resegarantierna för höga. Ett tillkännagivande föreslås i enlighet med detta (yrkande 3).

Den nya resegarantilagen

Våren 2018 beslutade riksdagen om en ny paketreselag (2018:1217) och en ny resegarantilag (2018:1218) som trädde i kraft den 1 augusti 2018 (prop. 2017/18:225, prop. 2017/18:226, bet. 2017/18:CU29, rskr. 2017/18:373–374). De nya lagarna genomför Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2015/2302 om paketresor och sammanlänkade researrangemang. (paketresedirektivet) i svensk rätt. Paketresedirektivet innehåller bl.a.

bestämmelser om skydd vid obestånd. Dessa bestämmelser genomförs i den nya resegarantilagen.

Den nya resegarantilagen, som ersatt 1972 års resegarantilag, ska tillämpas på sådana paketresor och sammanlänkade researrangemang som omfattas av den nya paketreselagen. Med resegaranti avses enligt den nya lagen ett skydd mot ekonomisk skada som kan drabba resenärer till följd av insolvens hos arrangörer av paketresor eller näringsidkare som genom förmedling eller på annat sätt underlättat uppkomsten av sammanlänkade researrangemang. Dessa aktörer är skyldiga att ordna en resegaranti som är godkänd enligt resegarantilagen. Den nya lagen ska möjliggöra att resegaranti kan ordnas i flera olika former.

I proposition 2017/18:226 Ny resegarantilag anförde regeringen att det dåvarande resegarantisystemet hade kritiserats bl.a. för att vara ekonomiskt betungande för framför allt de mindre reseföretagen. Systemet har normalt inneburit att arrangörer ordnat en individuell garanti. Den nya resegarantilagen ska möjliggöra att resegaranti kan ordnas i olika former. Reseaktörerna ska inom vissa givna ramar kunna välja den lösning som passar den egna verksamheten bäst.

När det gäller de olika former av resegarantier som kan bli aktuella och konsekvenser för företagen anförde regeringen bl.a. följande i propositionen:

Resegarantin kan således bestå av en försäkring med resenären som förmånstagare eller en kollektiv garanti i likhet med de kollektiva garantier som finns i dag. Deposition av medel kan vara ett alternativ som särskilt kan passa arrangörer som säljer enstaka paketresearrangemang med ett mindre antal resenärer. De individuella garantier som finns i dag kan även fortsättningsvis användas, vilket av naturliga skäl kommer vara fallet under en tid framöver tills nya resegarantilösningar utvecklats på marknaden. Regeringen bedömer dock, vilket bekräftas av de signaler utredningen har fått under arbetet med slutbetänkandet (SOU 2016:84 s. 140), att det kommer att utvecklas både försäkringsprodukter och kollektiva branschlösningar när regelverket tydligt möjliggör sådana alternativ till dagens system (prop. s 28).

Den öppna lösning som föreslås bör leda till att nya, kollektiva lösningar utvecklas på marknaden. Det kan röra sig om försäkringar eller andra kollektiva lösningar, t.ex. branschfonder. Dessa kollektiva resegarantier innebär en möjlighet att fördela risken och finansieringen mellan flera reseaktörer och att resegarantins storlek kan beräknas utifrån förväntade utbetalningar, vilket kan sänka reseaktörernas kostnader avsevärt. Små och medelstora företag kan halvera sina kostnader för resegarantin vid en öppen lösning, jämfört med individuella garantier. Samtidigt visar utredningens analyser att vilken resegarantilösning som medför lägst kostnader kan bero på vilken typ av reseaktör det är frågan om (prop. s. 30).

Regeringen bedömer att förslaget med en öppen lösning för resegarantisystemet bör innebära en avsevärd sänkning av företagens kostnader. Detta gäller särskilt för små och medelstora företag. En öppen lösning möjliggör för företagen att tillhandhålla resegarantier på annat sätt än genom individuella garantier. Utredningen har uppskattat att den löpande administrationen för de företag som använder en kollektiv lösning

kan halveras jämfört med dagens individuella garantier. Regeringen delar bedömningen att de administrativa kostnaderna bör kunna sänkas vid en övergång till en kollektiv lösning, bl.a. mot bakgrund av att företagens uppgiftslämnande om verksamheten bör kunna göras mer schabloniserat än i dag (prop. s. 71).

Utredningen har kommit fram till att framför allt små och medelstora företag bör, genom att ställa resegarantier i form av försäkring eller annan kollektiv lösning, kunna halvera sina kostnader jämfört med dagens individuella garantier. Utredningen har i många fall, av försiktighets skull, valt att använda höga kostnadsantaganden och påpekar samtidigt att kostnadssänkningarna troligtvis kan vara ännu större.

Regeringen konstaterar att det finns en viss osäkerhet i bedömningen av kostnaderna för företagen när det gäller de olika alternativen att ställa resegaranti som blir möjliga med förslaget om en öppen lösning. Det handlar om uppskattningar av kostnader för produkter som inte finns på den svenska marknaden i dag. Regeringen bedömer dock, i likhet med utredningen, att förslaget om en öppen lösning bör medföra att företagen kommer att kunna halvera sina resegarantikostnader (prop. s. 72).

Utskottets ställningstagande

Som redovisats ovan trädde en ny resegarantilag i kraft den 1 augusti 2018. Den nya lagen innebär en övergång till ett mer flexibelt resegarantisystem. Resegaranti kan ordnas i olika former så att aktörerna inom vissa ramar har möjlighet att välja den lösning som bäst passar deras verksamhet. I propositionen med förslag till ny resegarantilag bedömde regeringen att en öppen lösning för resegarantisystemet bör innebära en avsevärd sänkning av företagens kostnader. Detta gäller särskilt för små och medelstora företag. Enligt regeringens bedömning bör den nya lagstiftningen medföra att företagens kostnader för ställande av resegarantier kan halveras.

Genom den nya resegarantilagen får motionsyrkandet i allt väsentligt anses tillgodosett och bör därför avslås.

Konsumentvägledning

Utskottets förslag i korthet

Riksdagen avslår motionsyrkanden om konsumentvägledning.

Utskottet hänvisar bl.a. till pågående arbete.

Jämför reservation 9 (M) och 10 (SD).

Motionerna

Mats Green m.fl. (M) anför i kommittémotion 2018/19:2830 bl.a. att ett välfungerande konsumentupplysningsarbete är betydelsefullt såväl för samhället och samhällsekonomin som för enskilda individer. Förändringar i samhället och ekonomin i stort ställer nya krav på konsumenternas kunskap om sina rättigheter och om privatekonomi. Motionärerna anser att det är

angeläget att arbetet med konsumentvägledning fortsätter att utvecklas. Även upplysningstjänsten Hallå konsument bör fortsätta att utvecklas. Det är viktigt att följa uppkomsten av helt nya branscher och att konsumentupplysningen följer med i de förändringar som sker. Motionärerna föreslår ett tillkännagivande om att vidta åtgärder för att öka kunskaperna om konsumenters rättigheter (yrkande 2).

Mikael Eskilander m.fl. (SD) anför i kommittémotion 2018/19:981 bl.a. att det är eftersträvansvärt att konsumenter väljer närproducerade produkter som har lång hållbarhet. Det är också viktigt att konsumtionen bidrar till social hållbarhet. Det handlar i första hand om rättvisa villkor för de som producerar varor och att konsumtionen inte bidrar till barnarbete och miljöförstöring. Motionärerna anför vidare att svenska produkter ofta är kända för att vara av bra kvalitet och hålla länge samtidigt som produkterna orsakar mindre miljöpåverkan vid transport. Även utifrån en social hållbarhetsaspekt är det så långt som möjligt bäst att välja svenskproducerade varor. Motionärerna föreslår ett tillkännagivande om att upplysa konsumenterna om fördelarna med att handla svenskproducerade varor (yrkande 5).

I motion 2018/19:838 anser Johanna Haraldsson (S) att det finns behov av att stärka tillgången till kommunal konsumentvägledning. Enligt motionären bör det övervägas att införa lagstiftning om att kommunerna ska vara skyldiga att tillhandahålla konsumentvägledning. Ett tillkännagivande föreslås i enlighet med detta.

I motion 2018/19:337 anser Markus Wiechel (SD) att det bör tas fram informationsmaterial för att ge konsumenterna bättre kunskap om låntagande och hushållsekonomi. Ett tillkännagivande föreslås i enlighet med detta (yrkande 3).

Den kommunala konsumentvägledningen

Kommunernas arbete med konsumentvägledning är ett frivilligt åtagande, och verksamheten kan därmed variera mellan kommunerna i fråga om innehåll, omfattning och organisation. Ibland samarbetar flera kommuner genom att t.ex. ha gemensam konsumentvägledning. Inom ramen för den kommunala konsumentvägledningen kan det förekomma dels direktrådgivning, dvs. efterfrågestyrd information om konsumentlagar, stöd vid tvister, ekonomiska råd och köpråd direkt till en enskild konsument, dels långsiktigt förebyggande arbete, dvs. marknadsbevakning samt kontakter med och information till skolor, näringsliv och organisationer.

Enligt instruktionen för Konsumentverket ska myndigheten med utbildning och information stödja kommunernas konsumentverksamhet i frågor som rör konsumentskydd och konsumentlagstiftning. På Konsumentverkets webbplats Portalen kan personer som är verksamma inom kommunernas konsumentverksamhet ta del av aktuella nyheter och vägledande dokument inom konsumentområdet. Genom Portalen finns även möjlighet att dela information med kollegor i andra kommuner och ta del av Konsumentverkets

utbildningar. Utbildningarna är kostnadsfria och ges i form av kurser, e-kurser och webbseminarier. Via Portalen nås också funktionen Fråga experten där tjänstemän inom kommunernas konsumentverksamhet kan ställa frågor till experter hos Konsumentverket, Kronofogden och konsumentbyråerna. Vidare erbjuds alla som bedriver kommunal konsumentvägledning möjlighet att få tillgång till Konsumentverkets statistikverktyg Konstat som är ett verktyg för omvärldsbevakning särskilt avsett för att fånga upp problem och tendenser som har kommit in till den kommunala konsumentvägledningen.

Konsumentverket följer vidare utvecklingen av konsumentverksamheten i kommunerna, och verket lämnar årligen en lägesbeskrivning av verksamheten.

Av den rapport som lämnades 2018 (Rapport 2018:10 Läget i landet – KVL 2018) framgår att 234 kommuner våren 2018 erbjöd konsumentvägledning, vilket var en minskning med 14 kommuner jämfört med 2017. Det är det lägsta antalet under 2000-talet. 95 årsarbetskrafter arbetar med konsumentvägledning, vilket är 9 årsarbetskrafter färre än 2017.

Hallå konsument – en rikstäckande upplysningstjänst för konsumenter

Våren 2015 startade Hallå konsument som är en rikstäckande upplysningstjänst för konsumenter. Upplysningstjänsten ska tillhandahålla opartisk information och vägledning till konsumenter. Upplysningstjänsten ska också tillhandahålla information som syftar till att underlätta för konsumenter att göra väl avvägda val. Där ingår även information om miljömässigt hållbar konsumtion relaterad till generationsmålet för miljöarbetet och miljö kvalitetsmålen, liksom när så bedöms lämpligt information om andra hållbarhetsaspekter. Tjänsten syftar till att göra konsumentstödet mer känt och lättillgängligt och till att ge konsumenterna tillgång till stöd på ett mer samordnat och effektivt sätt. Konsumentverket ansvarar för att tillhandahålla och samordna upplysningstjänsten. Tjänsten drivs i samarbete med flera andra myndigheter, de fyra konsumentbyråerna och landets kommuner via konsumentvägledning och budget- och skuldrådgivning. Tjänsten är tillgänglig via telefon, e-post och internet (se förordning [SFS 2014:110] om en upplysningstjänst för konsumenter). Vägledare svarar på övergripande frågor eller hjälper konsumenten vidare till den kommunala konsumentverksamheten eller till experter hos myndigheter och konsumentbyråer.

På Hallå konsumenters webbplats lämnas information till konsumenter om olika privatekonomiska frågor bl.a. när det gäller lån och hushållsekonomi. Informationen riktar sig till olika målgrupper. Konsumentverket har vidare tagit fram skolmaterial om privatekonomi. Flera myndigheter samverkar även när det gäller att lämna information om privatekonomiska frågor. Exempelvis är Koll på cashen som är ett webbaserat undervisningsmaterial om privatekonomi för gymnasieelever ett samarbete mellan Finansinspektionen, Konsumentverket och Kronofogden.

Pågående arbete

Uppdrag till Statskontoret

Regeringen har gett Statskontoret i uppdrag att bedöma ändamålsenligheten och effektiviteten i det stöd, i form av opartisk information och vägledning, som förmedlas till konsumenterna. Statskontoret ska vidare överväga möjliga förbättringar när det gäller konsumentstödet. Statskontoret ska vid genomförandet av uppdraget beakta att konsumenternas behov av stöd kan variera.

Uppdraget ska utgå ifrån en kartläggning av det konsumentstöd som förmedlas via myndigheter och den kommunala konsumentverksamheten. Även det konsumentstöd som ges via de branschfinansierade konsumentbyråerna och det civila samhällets aktörer ska beaktas.

Statskontoret ska genomföra uppdraget efter samråd med berörda aktörer, bl.a. Sveriges Kommuner och Landsting. Konsumentverket ska bistå Statskontoret med kunskap och erfarenheter vid genomförandet av uppdraget.

Uppdraget ska redovisas senast den 30 april 2019.

Statsrådet Ardalan Shekarabis svar vid frågestunden den 31 januari 2019

På en fråga om hur han avser att arbeta för att trygga konsumentvägledningen i kommunerna svarade statsrådet Ardalan Shekarabi följande.

Under förra mandatperioden tog Konsumentverket initiativ till och startade en nationell konsumentupplysningstjänst, Hallå konsument, som har varit väldigt framgångsrik. Där får konsumenter stöd i konsumentrelaterade frågor. Jag kommer naturligtvis även under denna mandatperiod att föra en dialog med Konsumentverket om hur vi kan utveckla den nationella konsumentupplysningen.

Men det finns en oroande utveckling vad gäller den kommunala konsumentupplysningen. Där ser vi att det görs neddragningar i kommunerna. Därför har Statskontoret fått i uppdrag att kartlägga det kommunala konsumentstödsarbetet. I april månad kommer vi att få en utvärdering av Statskontoret, och vi kommer naturligtvis därefter att gå vidare med frågan.

Vidare svarade statsrådet följande på frågan om hur han tänker att man kan arbeta för att uppnå målet om medvetna och säkra konsumenter.

Det finns flera aspekter. En är naturligtvis konsumentvägledning och upplysning, som måste finnas på plats. Där måste samhället ge rätt stöd.

En annan är att ge bra förutsättningar för och ha ett gott samarbete med konsumentrörelsen. Vi ser att människor engagerar sig i konsumentrelaterade frågor, och vi har fler och fler medvetna konsumenter. Detta måste vara grunden för ett partnerskap mellan det offentliga och konsumentrörelsen, i syfte att göra konsumtionen mer hållbar och medveten.

Utskottets ställningstagande

Vad först gäller önskemålet i motion 2018/19:838 (S) om att det bör övervägas att införa lagstiftning om att kommunerna ska vara skyldiga att tillhandahålla

konsumentvägledning är det enligt utskottets uppfattning viktigt att alla konsumenter oavsett var de bor har tillgång till en god konsumentvägledning. Den kommunala konsumentvägledningen har en särskilt betydelsefull roll när det gäller att ge stöd till konsumenter som är i behov av rådgivning vid ett personligt möte. När utskottet tidigare behandlat motioner om att det ska vara ett obligatoriskt åtagande för kommuner att tillhandahålla konsumentvägledning har utskottet dock ansett att en sådan reglering skulle innebära en inskränkning av den kommunala självbestämmanderätten som utskottet inte kunde ställa sig bakom (se t.ex. bet. 2009/10:CU1 och bet. 2016/17:CU12). Vidare har Statskontoret ett pågående regeringsuppdrag att bedöma hur det oberoende konsumentstödet fungerar och överväga möjliga förbättringar när det gäller konsumentstödet. Uppdraget ska utgå från en kartläggning av det konsumentstöd som förmedlas via myndigheter och den kommunala konsumentverksamheten. Även det konsumentstöd som ges via de branschfinansierade konsumentbyråerna och det civila samhällets aktörer ska beaktas. Statskontorets uppdrag ligger även i linje med önskemålen i motion 2018/19:2830 (M) yrkande 2 om åtgärder för att öka kunskaperna om konsumenternas rättigheter. Enligt utskottet bör resultatet av det pågående utredningsarbetet avvaktas. Utskottet vill vidare peka på att statsrådet Ardalán Shekarabi vid riksdagens frågestund den 31 januari 2019 förklarade att han under mandatperioden kommer att föra en dialog med Konsumentverket om hur den nationella konsumentupplysningen kan utvecklas.

När det gäller yrkandet i motion 2018/19:337 (SD) yrkande 3 om att ta fram informationsmaterial för att ge konsumenterna bättre kunskap om låntagande och hushållsekonomi lämnas exempelvis på Hallå konsumenters webbplats information till konsumenter om olika privatekonomiska frågor bl.a. när det gäller lån och hushållsekonomi.

Mot denna bakgrund finns det inte behov av något initiativ från riksdagens sida med anledning av motionsyrkandena. Motionerna 2018/19:337 (SD) yrkande 3, 2018/19:838 (S) och 2018/19:2830 (M) yrkande 2 bör därför avslås.

Vad slutligen gäller yrkandet i motion 2018/19:981 (SD) yrkande 5 om att upplysa konsumenterna om fördelarna med att handla svenskproducerade varor anser utskottet att det är viktigt att konsumenterna inför köp av varor kan få adekvat och objektiv information om bl.a. hållbarhetsfrågor. Utskottet kan däremot inte ställa sig bakom förslaget i motionen. Motionsyrkandet bör därför avslås.

Märkningsfrågor

Utskottets förslag i korthet

Riksdagen avslår motionsyrkanden om olika märkningsfrågor. Utskottet hänvisar bl.a. till aviserat och pågående arbete.

Jämför reservation 11 (SD) och 12 (C) samt särskilt yttrande 2 (L).

Motionerna

I partimotion 2018/19:2255 anser Jan Björklund m.fl. (L) att det ska införas krav på obligatorisk klimatmärkning vid reklam för flygresor och vid köp av flygresor. Ett tillkännagivande föreslås i enlighet med detta (yrkande 6).

I kommittémotion 2018/19:981 anför Mikael Eskilander m.fl. (SD) att det för att konsumenterna ska kunna göra medvetna val är väsentligt att veta var en vara är tillverkad. Därför bör alla varor som importeras till Sverige vara märkta med uppgift om ursprungsland. I de fall där tillverkningen skett i flera länder bör det av märkningen framgå i vilka länder varan i huvudsak har tillverkats och var den har färdigställts. Ett tillkännagivande föreslås i enlighet med detta (yrkande 2).

Johan Hedin m.fl. (C) menar i kommittémotion 2018/19:2861 att det för att motverka människohandel finns behov av att öka företagens och konsumenternas medvetenhet om förekomsten av fall där människor tvingas att arbeta under dåliga förhållanden. För att göra det lättare för företag och konsument att välja bra alternativ vid köp av varor eller tjänster behöver den information som lämnas när det gäller åtgärder mot människohandel förbättras. Ett tillkännagivande föreslås i enlighet med detta (yrkande 18).

Henrik Vinge (SD) anser i motion 2018/19:2691 att regeringen bör utreda möjligheten att införa en obligatorisk märkning som ska omfatta alla kosmetiska produkter som har testats på djur eller som innehåller råvaror som har testats på djur. Ett tillkännagivande föreslås i enlighet med detta.

Klimatdeklaration vid köp av flygresor

I den överenskommelse med 73 punkter som träffades mellan Socialdemokraterna, Centerpartiet, Liberalerna och Miljöpartiet de gröna i januari 2019 (härefter benämnt januariavtalet) anges att flygets klimatpåverkan ska minska. En obligatorisk klimatdeklaration vid köp av flygresor genomförs. Ett uppdrag ges till Luftfartsverket våren 2019. Klimatdeklarationen börjar gälla från den 1 januari 2021.

Utredningen om styrmedel för att främja användning av biobränsle för flyget föreslår i sitt betänkande Biojet för flyget (SOU 2019:11), som överlämnades i februari 2019, att Konsumentverket ges i uppdrag att tillsammans med berörda myndigheter ta fram ett förslag på redovisning av

klimatpåverkan från långväga resande med buss, tåg, flyg och färja vid försäljning och marknadsföring av resor, en klimatdeklaration.

Ursprungsmärkning

I fråga om ursprungsmärkning av livsmedel anges i artikel 26.2 a) i förordning (EU) nr 1169/2011 om tillhandahållande av livsmedelsinformation till konsumenterna att uppgifter om ursprungsland eller härkomstplats är obligatoriska i de fall där underlåtenhet att lämna sådana uppgifter skulle kunna vilseleda konsumenterna i fråga om livsmedlets rätta ursprungsland eller härkomstplats, i synnerhet om den information som åtföljer livsmedlet eller etiketten som helhet annars skulle antyda att livsmedlet har ett annat ursprungsland eller en annan härkomstplats. För vissa livsmedel finns även regler med krav på obligatorisk ursprungsmärkning.

Bestämmelser om ursprungsmärkning finns vidare i ellagen (1997:857). Enligt 8 kap. 12 ellagen ska elleverantören i fakturor och i reklam lämna uppgift om bl.a. varje enskild energikällas andel av den genomsnittliga sammansättning av energikällor som använts för att framställa den el som elleverantören sålde under närmast föregående kalenderår och den inverkan på miljön i form av utsläpp av koldioxid samt den mängd kärnbränsleavfall som framställningen av elen har orsakat.

Riksdagen beslutade våren 2018 om ändringar i drivmedelslagen (2011:319) som syftar till att underlätta för konsumenter att göra informerade och miljöanpassade val av drivmedel. Lagändringarna trädde i kraft den 1 januari 2019 (prop. 2017/18:229, bet. 2017/18:MJU22, rskr. 2017/18:440). I betänkande 2017/18:MJU22 instämde miljö- och jordbruksutskottet med regeringen i att det kan finnas skäl för att den miljödeklaration som ska lämnas enligt de nya reglerna bör omfatta uppgift om ursprung.

I januariavtalet anges att det ska införas ursprungsmärkning av kött och fisk på restauranger och i storkök. Ett uppdrag gavs till Livsmedelsverket i juli 2018. En proposition ska lämnas våren 2020.

I januariavtalet anges vidare att en utredning ska tillsättas om möjligheten att alla produkter ska ha ett produktpass med information om vad produkten innehåller, var den kommer från och hur den kan återvinnas eller tas om hand. Utredningen tillsätts under 2021.

Frågesvar

Statsrådet Jennie Nilsson anförde följande den 13 februari 2019 som svar på en skriftlig fråga (fr. 2018/19:163) om ursprungsmärkning på menyer

God information är en förutsättning för att konsumenter ska kunna göra medvetna och hållbara val. Det finns ett stort intresse idag var maten, framför allt köttet, kommer ifrån. I matbutiken är det lätt att få reda på köttets ursprung, men inte om man äter på restaurang och i storhushåll.

Förordningen (EU) nr 1169/2011 om tillhandahållande av livsmedelsinformation till konsumenterna (hädanefter kallad informationsförordningen) anger de allmänna reglerna som gäller för märkning av livsmedel inom unionen. Dessa regler kompletteras av bestämmelser om information om ursprungsland i andra regelverk. När det gäller förpackade livsmedel finns tydliga bestämmelser för hur information om ursprungsland ska lämnas för bland annat olika köttslag och för fisk. För livsmedel som tillhandahålls på restaurang och i storkök finns inga motsvande krav.

Ett medlemsland som önskar införa nationella bestämmelser om ursprungsmärkning måste anmäla dessa till EU-kommissionen i enlighet med informationsförordningen. I anmälan behöver landet bland annat kunna visa på samband mellan vissa kvaliteter hos livsmedlet och dess ursprung samt kunna visa att en majoritet av konsumenterna tycker att information om livsmedlets ursprung är mycket viktigt.

Regeringen gav Livsmedelsverket i juni 2018 i uppdrag att analysera vilka åtgärder som krävs för att Sverige ska kunna göra en anmälan till EU-kommissionen om nationella bestämmelser om ursprungsmärkning av kött och fisk på restaurang och i storkök. Livsmedelsverket redovisade uppdraget i december 2018 och myndighetens behovsanalys gav vid handen att ett antal underlag behöver tas fram för att Sverige ska kunna göra en anmälan.

EU-kommissionen godkände i januari 2019 Finlands anmälan om obligatorisk ursprungsmärkning av kött som används som ingrediens i icke färdigförpackade måltider som serveras på restaurang och i storkök. Den finska förordningen träder i kraft den 1 maj 2019 och gäller i två år.

I den sakpolitiska överenskommelsen mellan Socialdemokraterna, Centerpartiet, Liberalerna och Miljöpartiet, det s.k. januariavtalet, anges att ursprungsmärkning på kött och fisk på restaurang och i storkök ska införas. Livsmedelsverkets redovisning från det tidigare uppdraget utgör ett bra underlag för vidare beredning av ärendet.

Statsrådet Jennie Nilsson har även den 27 februari och den 13 mars 2019 lämnat i huvudsak motsvarande svar på två skriftliga frågor om regler om ursprungsmärkning av kött på restauranger respektive om nya krav på ursprungsmärkning av kött (fr. 2018/19:262 och 2018/19:300).

Statsrådet Jennie Nilsson anförde vidare följande den 27 februari 2019 som svar på en skriftlig fråga (fr. 2018/19:253) om information om tillverkare och ursprungsland i fråga om s.k. EMV-produkter (egna märkesvaror).

Det finns ett stort intresse idag var maten kommer ifrån och vad den innehåller. God information är en förutsättning för att konsumenter ska kunna göra medvetna och hållbara val. Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1169/2011 om tillhandahållande av livsmedelsinformation till konsumenterna (hädanefter kallad informationsförordningen) anger de allmänna reglerna som gäller för märkning av livsmedel inom unionen. Reglerna ska tillämpas på alla livsmedel som är avsedda för konsumenten. För färdigförpackade livsmedel är det till exempel obligatoriskt att ange uppgifter om bland annat ingrediensförteckning, näringsdeklaration och kontaktpgifför tillverkare, förpackare eller säljare. Lagstiftningen gäller oavsett om det är handelns egna märkesvaror (EMV-produkter), där det är dagligvarukedjorna som marknadsför och ansvarar för varans kvalitet och innehåll, eller andra produkter.

De allmänna reglerna i informationsförordningen kompletteras av bestämmelser om information om ursprungsland i andra regelverk. Idag är det obligatoriskt att ange ursprungsland för nötkött, kött av gris, fjäderfä, får och getter, fisk (fångstområde), färsk frukt och färska grönsaker (inklusive svamp), vin, olivolja och ägg. Vill ett medlemsland införa nationella bestämmelser om obligatorisk ursprungsmärkning på ytterligare produkter måste det anmälas till EU-kommissionen i enlighet med informationsförordningen.

Det är dock alltid möjligt att komplettera de obligatoriska bestämmelserna genom att frivilligt ange ytterligare information under förutsättning att den är korrekt och inte vilseledande. I Sverige har vi t.ex. sedan 2016 den frivilliga ursprungsmärkningen från Sverige. Idag kan konsumenter hitta symbolen från Sverige på bland annat mejeri- och charkprodukter samt färdigförpackat bröd och det gäller både för EMV-produkter och andra produkter.

Regeringen anser att det är viktigt att konsumenterna kan göra medvetna och hållbara val oavsett om det är EMV-produkter eller andra produkter.

Förslaget till förordning om konsumentprodukters säkerhet

Kommissionen presenterade i februari 2013 ett förslag till förordning om konsumentprodukters säkerhet (COM(2013) 78) som tillsammans med ett förslag till en förordning om marknads kontroll av produkter ingår i det s.k. produktsäkerhetspaketet. Förslagen syftar till säkrare konsumentvaror på den inre marknaden genom införande av ett mer enhetligt och tydligt regelverk och ett förbättrat system för marknads kontroll. Enligt förslaget till förordning om konsumentprodukters säkerhet ska tillverkare eller importörer se till att produkterna är märkta med ursprungsland (artikel 7). Skyldigheten att ange ursprungsland ska gälla alla konsumentprodukter som omfattas av förordningen. Förordningen ska dock inte tillämpas i fråga om bl.a. livsmedel och tjänster. Det råder oenighet i rådet när det gäller förslaget om obligatorisk ursprungsmärkning. Några förhandlingar om förordningsförslaget pågår inte.

Socialt ansvarstagande

Regeringen har gett Konsumentverket i uppdrag att i samarbete med Upphandlingsmyndigheten främja tillhandahållandet av tillförlitlig information om produktionsvillkor i andra länder genom att stimulera kunskaps- och erfarenhetsutbyten mellan berörda samhällsaktörer, identifiera intresset för samarbete hos dessa och ta initiativ till aktiviteter. Myndigheten ska vid genomförandet av uppdraget ta till vara de kunskaper och den erfarenhet som finns hos relevanta myndigheter, framför allt inom områdena internationellt utvecklingssamarbete och handelspolitik. En redovisning av genomförda aktiviteter och uppnådda resultat ska lämnas till regeringen senast den 1 november 2019 (se regleringsbrevet för budgetåren 2018 och 2019).

Vidare har Upphandlingsmyndigheten fått i uppdrag att främja upphandlande myndigheters tillgång till tillförlitlig information om produktionsvillkoren i andra länder. Myndigheten ska bl.a. genom att

stimulera kunskaps- och erfarenhetsutbyten mellan berörda samhällsaktörer identifiera intresset för samarbete hos dessa och ta initiativ till aktiviteter. Uppdraget ska redovisas senast den 1 november 2019 (se regleringsbrevet för budgetåren 2018 och 2019).

Inom utgiftsområde 18 har riksdagen beslutat om tillfälliga höjningar av anslaget till Konsumentverket för detta ändamål (prop. 2017/18:1 utg.omr. 18, bet. 2017/18:CU1, rskr. 2017/18:68 och prop. 2018/19:1 utg. omr. 18, bet. 2018/19:CU1, rskr. 2018/19:81).

Anslaget 2:4 Åtgärder på konsumentområdet inom utgiftsområde 18 får bl.a. användas för stöd till det civila samhällets organisationer som på olika sätt främjar konsumenternas intressen. Medlen fördelas av Konsumentverket. För att möjliggöra att det civila samhällets organisationer tar fram lättillgängliga informationsverktyg för konsumenterna om frågor som rör produktionsvillkor i andra länder har riksdagen beslutat om tillfälliga anslagshöjningar (prop. 2017/18:1 utg.omr. 18, bet. 2017/18:CU1, rskr. 2017/18:68 och prop. 2018/19:1 utg. omr. 18, bet. 2018/19:CU1, rskr. 2018/19:81).

Både det nordiska miljömärket Svanen, EU-miljömärket och flera andra miljömärkningar uppställer socialt ansvarstagande som ett kriterium för märkningen. När det gäller kravet på socialt ansvarstagande utgår man i regel från Internationella arbetsorganisationens (ILO) konventioner (se riksdagsrapporten (2015/16:RFR9) Miljömärkning av produkter – En översikt över de miljömärkningar av produkter som finns i Sverige och i de övriga nordiska länderna).

Märkning av kosmetiska produkter som har testats på djur

Från och med den 11 mars 2013 råder ett totalt förbud mot djurförsök vid framtagandet av kosmetiska produkter som ska släppas ut på EU/EES-marknaden (se uppgift på Läkemedelsverkets webbplats samt Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 1223/2009 om kosmetiska produkter). Enligt artikel 20.3 i förordningen får det på produktens förpackning, i dokument, i meddelande, på etikett, ring eller hylsa som medföljer eller avser den kosmetiska produkten anges att inga djurförsök har utförts, endast under förutsättning att tillverkaren och leverantören inte har testat eller låtit testa den kosmetiska slutprodukten, dess prototyp eller några av de beståndsdelar som den innehåller på djur eller använt beståndsdelar som andra har testat på djur i syfte att utveckla nya kosmetiska produkter. Det är enligt förordningen inte obligatoriskt att lämna sådan information.

Frågesvar m.m.

Socialminister Annika Strandhäll anförde den 20 juni 2018 som svar på en skriftlig fråga (fr. 2017/18:1441) om ett globalt förbud mot djurtestad kosmetika att Europaparlamentet nyligen antagit en resolution om att kosmetikatester på djur i andra länder inte är försvarbart. I resolutionen krävs

ett globalt stopp för kosmetikatester på djur samt ett förbud mot handel med kosmetiska ingredienser och produkter som testats på djur. Resolutionen uppmanar vidare EU att verka för ett världsomfattande förbud mot kosmetikatester på djur inom FN:s ramverk. Europaparlamentet har skickat resolutionen till rådet och kommissionen och nu blir det upp till dessa institutioner att reagera på resolutionen. Ministern anförde vidare att frågan om ett globalt förbud mot djurförsök på området är något som med fördel kan drivas gemensamt på EU-nivå. Regeringen avser att lyfta frågan när den tas vidare på EU-nivå.

Enligt uppgift från Regeringskansliet har kommissionen gett sitt stöd till Europaparlamentets resolution. Regeringen har också framfört att Sverige är positivt till kommissionens ansträngningar för ett globalt förbud mot djurförsök.

Utskottets ställningstagande

Vad först gäller motionsyrkandet om krav på klimatmärkning vid reklam för flygresor och vid köp av flygresor anges i januariavtalet att en obligatorisk klimatdeklaration vid köp av flygresor ska införas. Enligt den angivna tidsplanen i avtalet ska ett uppdrag ges till Luftfartsverket under våren 2019. Klimatdeklarationen ska gälla från den 1 januari 2021. Det finns därför inte behov av något tillkännagivande i denna fråga. Motion 2018/19:2255 (L) yrkande 6 bör avslås.

När det gäller motionsyrkandet om ursprungsmärkning av varor finns som redovisats ovan bl.a. krav på obligatorisk ursprungsmärkning för vissa livsmedel. Krav om viss ursprungsmärkning finns även i fråga om el.

I januariavtalet anges att det ska införas ursprungsmärkning av kött och fisk på restauranger och i storkök. Livsmedelsverket har haft i uppdrag att analysera vilka åtgärder som krävs för att Sverige ska kunna göra en anmälan till EU-kommissionen om nationella bestämmelser om en sådan ursprungsmärkning. Enligt januariavtalet ska en proposition lämnas under våren 2020. Vidare anges i januariavtalet att en utredning om möjligheten att alla produkter ska ha ett produktpass med information om vad produkten innehåller, var den kommer från och hur den kan återvinnas eller tas om hand ska tillsättas under 2021.

Utskottet finner inte anledning att föreslå någon åtgärd med anledning av motionsyrkandet. Motion 2018/19:981 (SD) yrkande 2 bör avslås.

När det gäller motionsyrkandet om information om bl.a. arbetsförhållanden för att underlätta bra val vid köp av varor och tjänster har regeringen gett Konsumentverket i uppdrag att i samarbete med Upphandlingsmyndigheten främja tillhandahållandet av tillförlitlig information om produktionsvillkor i andra länder. Riksdagen har beslutat att avsätta medel för detta ändamål. Vidare har riksdagen tillfört medel för bidrag till de organisationer inom det civila samhället som tar fram lättillgängliga informationsverktyg för konsumenterna om frågor som rör produktionsvillkor i andra länder. Både det

nordiska miljömärket Svanen, EU-miljömärket och flera andra miljömärkningar uppställer socialt ansvarstagande som ett kriterium för märkningen.

Utskottet kan således konstatera att det pågår ett arbete som måste anses ligga i linje med motionsönskemålet. Motion 2018/19:2861 (C) yrkande 18 bör därför avslås.

När det slutligen gäller motionsyrkandet om att utreda möjligheten att införa en obligatorisk märkning av djurtestade kosmetiska produkter råder ett totalt förbud mot djurförsök vid framtagandet av kosmetiska produkter som ska släppas ut på EU/EES-marknaden. I Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 1223/2009 om kosmetiska produkter regleras när det är tillåtet att bl.a. på produktens förpackning och i meddelanden ange att produkten inte är testad på djur. Vidare har Europaparlamentet nyligen antagit en resolution om ett globalt stopp för kosmetikatester på djur samt ett förbud mot handel med kosmetiska ingredienser och produkter som testats på djur. Resolutionen uppmanar vidare EU att verka för ett världsomfattande förbud mot kosmetikatester på djur inom FN:s ramverk. Dåvarande socialministern Annika Strandhäll anförde i sitt frågesvar den 20 juni 2018 att frågan om ett globalt förbud mot djurförsök på området är något som med fördel kan drivas gemensamt på EU-nivå. Enligt uppgift från Regeringskansliet har kommissionen gett sitt stöd till Europaparlamentets resolution.

Enligt utskottets mening finns det inte skäl att föreslå någon åtgärd med anledning av motionen. Motion 2018/19:2691 (SD) bör därför avslås.

Reservationer

1. Telefonförsäljning, punkt 1 (SD)

av Mikael Eskilandersson (SD), Roger Hedlund (SD) och Angelica Lundberg (SD).

Förslag till riksdagsbeslut

Vi anser att förslaget till riksdagsbeslut under punkt 1 borde ha följande lydelse:

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i reservationen och tillkännager detta för regeringen.

Därmed bifaller riksdagen motion

2018/19:981 av Mikael Eskilandersson m.fl. (SD) yrkandena 10 och 11, bifaller delvis motion

2018/19:2838 av Ola Johansson m.fl. (C) yrkande 6 i denna del och avslår motion

2018/19:1741 av Sten Bergheden (M).

Ställningstagande

All bra försäljning bygger på att parterna är nöjda med uppgörelsen. Så är dock inte alltid fallet när det gäller framför allt telefonförsäljning. För att motverka problemen med telefonförsäljning gäller sedan den 1 september 2018 ett skriftlighetskrav när en näringsidkare kontaktar en konsument per telefon i syfte att ingå ett distansavtal. I propositionen med förslag om ett skriftlighetskrav vid telefonförsäljning till konsumenter ansåg regeringen däremot inte att reglerna om ett skriftlighetskrav även skulle vara tillämpliga vid telefonförsäljning till småföretagare.

Företagare förväntas ha större resurser för att skydda sig mot oönskad telefonförsäljning. Det finns dock många småföretagare som befinner sig i samma utsatta situation som konsumenter och är i behov av samma skydd vid telefonförsäljning som denna grupp. Vi anser därför att även småföretagare som kontaktas av telefonförsäljare ska omfattas av samma regler om skriftlighetskrav och ångerrätt som gäller vid telefonförsäljning till konsumenter. Regeringen bör återkomma till riksdagen med ett lagförslag med detta innehåll.

Det vi nu anfört bör riksdagen ställa sig bakom och tillkännage för regeringen.

2. Telefonförsäljning, punkt 1 (C)

av Martina Johansson (C).

Förslag till riksdagsbeslut

Jag anser att förslaget till riksdagsbeslut under punkt 1 borde ha följande lydelse:

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i reservationen och tillkännager detta för regeringen.

Därmed bifaller riksdagen motion

2018/19:2838 av Ola Johansson m.fl. (C) yrkande 6 i denna del och avslår motionerna

2018/19:981 av Mikael Eskilanderesson m.fl. (SD) yrkandena 10 och 11 samt 2018/19:1741 av Sten Bergheden (M).

Ställningstagande

Sedan den 1 september 2018 gäller ett skriftlighetskrav när en näringsidkare kontaktar en konsument per telefon i syfte att ingå ett distansavtal. I propositionen med förslag om ett skriftlighetskrav vid telefonförsäljning till konsumenter gjorde regeringen dock bedömningen att de konsumentskyddsregler som föreslogs inte skulle omfatta småföretagare.

Oseriösa aktörer inom telefonförsäljningsbranschen fortsätter att orsaka problem, och många småföretagare eller personer som äger en mindre skogsfastighet är drabbade. Dessa har, med hänvisning till att de ingått avtal i egenskap av näringsidkare och därför inte omfattas av distansavtalslagens bestämmelser, blivit bundna av långa och kostsamma avtal som är svåra att ta sig ur. Att ta sig ur långa och dyra avtal tar tid, kraft och pengar från personer som bör kunna lägga fokus på att driva sitt företag.

Jag anser att frågan om att ge mindre näringsidkare samma skydd som konsumenter vid telefonförsäljning bör övervägas på nytt. Det får bli regeringens uppgift att ta nödvändiga initiativ.

Det jag nu anfört bör riksdagen ställa sig bakom och tillkännage för regeringen.

3. Bluffakturor, punkt 2 (SD)

av Mikael Eskilanderesson (SD), Roger Hedlund (SD) och Angelica Lundberg (SD).

Förslag till riksdagsbeslut

Vi anser att förslaget till riksdagsbeslut under punkt 2 borde ha följande lydelse:

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i reservationen och tillkännager detta för regeringen.

Därmed bifaller riksdagen motion
2018/19:159 av Tobias Andersson m.fl. (SD) yrkandena 1 och 2.

Ställningstagande

Bedrägerier med bluffakturor har blivit ett samhällsproblem som drabbar såväl privatpersoner, företag och kommuner som myndigheter. Särskilt mikro- och småföretag saknar ofta de ekonomiska resurser som krävs för att bemöta bluffakturor. Vidare kan bluffakturor skickas ut vid t.ex. löneutbetalningar, bokslut och semestertider då belastningarna på företagen är större än normalt eller den ordinarie personalen kan vara ersatt av vikarier.

Utredningen om åtgärder mot fakturabedrägerier har haft i uppdrag att kartlägga omfattningen av och karaktären på problemen med fakturabedrägerier och överväga behovet av ändringar i framför allt civilrättslig, näringsrättslig och civilprocessrättslig lagstiftning. Utredningen överlämnade i september 2015 betänkandet Fakturabedrägerier (SOU 2015:77). I betänkandet föreslår utredningen bl.a. ytterligare informationsinsatser om fakturabedrägerier från samhällets sida riktade till både konsumenter och näringsidkare. Däremot föreslår inte utredningen att någon myndighetsadministrerad varningslista ska införas. Utredningsbetänkandet bereds för närvarande inom Regeringskansliet.

I dag upprättar aktörer i näringslivet s.k. varningslistor över företag som på olika sätt bedöms vara oseriösa och bedriva verksamhet med bluffakturor eller liknande. Ett exempel är den varningslista som Svensk Handel har lagt ut på sin webbplats. Vi tycker att det är positivt med dessa initiativ men vi anser att det är alltför rättsosäkert att överlåta ansvaret till privata aktörer eftersom det kan vara oklart hur listan tillkommer och vilka syften och drivkrafter som egentligen finns bakom. Vi ser positivt på att Konsumentverket nyligen har återlanserat en varningslista som ska ge konsumenter information och vägledning om aktuella och angelägna konsumentproblem. Enligt vår mening bör dock en varningslista rikta sig till både näringsidkare och konsumenter. Listan ska publicera information om oseriösa företag som bedriver verksamhet med bluffakturor eller liknande. Det bör få negativa konsekvenser för ett företag att föras upp på en sådana lista. Ett företag som förts upp på varningslistan bör t.ex. inte kunna vända sig till Kronofogdemyndigheten för att driva in en fordran. På varningslistan ska det klart framgå vilka skäl som ligger bakom att företag tas upp på listan och vilka övriga regler som gäller. En lämplig myndighet bör få i uppdrag att skapa och samordna en sådan varningslista.

Vi anser även att företag bör få ökat stöd och kunskap i att bestrida felaktiga fakturor och begära rättelse från Kronofogdemyndigheten.

Våra synpunkter bör övervägas vid den fortsatta beredningen av Utredningen om åtgärder mot fakturabedrägeriers betänkande.

Vad vi nu anfört bör riksdagen ställa sig bakom och tillkännage för regeringen.

4. Reklam riktad till barn , punkt 3 (SD)

av Mikael Eskilander (SD), Roger Hedlund (SD) och Angelica Lundberg (SD).

Förslag till riksdagsbeslut

Vi anser att förslaget till riksdagsbeslut under punkt 3 borde ha följande lydelse:

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i reservationen och tillkännager detta för regeringen.

Därmed bifaller riksdagen motionerna

2018/19:981 av Mikael Eskilander m.fl. (SD) yrkandena 7 och 8 samt

2018/19:1292 av Staffan Eklöf m.fl. (SD) yrkande 10.

Ställningstagande

Även om barn, i alla fall de i de lägre åldrarna, inte köper särskilt mycket produkter själva, har de ofta egna pengar och är också delaktiga i familjens inköp. De är därför i allra högsta grad konsumenter. Eftersom barn har svårare än vuxna att sålla och vara kritiska mot de budskap de möter är de extra mottagliga för reklambudskap. Det är därför viktigt att det ställs särskilt höga krav på den marknadsföring som riktas till barn och att lagstiftningen skyddar barn mot oönskad marknadsföring.

Barn tillbringar alltmer tid i den digitala världen. Vi anser att den svenska lagstiftningen när det gäller regler om marknadsföring till barn behöver uppdateras så att lagstiftningen följer den digitala utvecklingen. Våra synpunkter bör övervägas vid den fortsatta beredningen av Utredningen om ett reklamlandskap i förändrings betänkande. Vi anser även att Sverige inom EU ska verka för att regler om marknadsföring till barn motsvarande de svenska reglerna ska vara mininivå inom hela EU.

Vi ser vidare ett särskilt problem när det gäller reklam för ohälsosam mat som riktas till barn. Föräldrars strävan att ge sina barn sunda matvanor motverkas av reklam som förhållig ohälsosam mat och dryck till barn, vilket bidrar till en ohälsosam livsstil. Det är enklare att rikta marknadsföringen av sådana produkter till barn som är mer påverkbara i fråga om reklambudskap. Som förälder har man en fostrande roll och rätten att bestämma över vad familjen ska ha för inköpsvanor. En förälder ska inte behöva utsättas för köptryck med risk för konflikt med barnen. Förälderns bestämmanderätt ska därför inte få ifrågasättas genom reklam om ohälsosam mat som riktar sig till barn. Det är positivt att Statskontoret för närvarande utreder hur den offentliga styrningen för att främja hälsosamma matvanor kan stärkas. Uppdraget gäller de offentliga styrmedel som Folkhälsomyndigheten och Livsmedelsverket har identifierat som särskilt angelägna att utreda, bl.a. begränsningar i marknadsföringen av ohälsosam mat till barn. Enligt vår mening bör

nuvarande regler skärpas. Regeringen bör inom EU även verka för att förbjuda reklam för ohälsosam mat som riktas till barn.

Vad vi nu anfört bör riksdagen ställa sig bakom och tillkänna för regeringen.

5. Reklamationsrätt och presumtionsfrist, punkt 5 (C)

av Martina Johansson (C).

Förslag till riksdagsbeslut

Jag anser att förslaget till riksdagsbeslut under punkt 5 borde ha följande lydelse:

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i reservationen och tillkänner detta för regeringen.

Därmed bifaller riksdagen motion
2018/19:2426 av Kristina Yngwe m.fl. (C) yrkande 44.

Ställningstagande

Jag anser att det är viktigt att produkters livslängd förlängs. Ju längre en produkt håller, desto bättre för miljön. Genom att stärka konsumentskyddet kan det skapas incitament för företag att producera varor som håller längre och som konsumenterna därmed kan använda längre. Tidsfristen i 20 a § konsumentköplagen när det gäller presumtion för ursprungligt fel på en vara bör utsträckas från sex till tolv månader. Jag välkomnar därför att det EU-direktiv om försäljning av varor som förväntas att antas inom kort innehåller bestämmelser om en sådan förlängd tidsfrist. För att stödja återanvändning och vidareförsäljning av produkter som den enskilda inte längre behöver anser jag även att reklamationsrätten ska följa en vara i stället för att stanna hos den ursprungliga köparen. Mina synpunkter bör beaktas vid det kommande arbetet med att genomföra direktivet i svensk rätt.

Vad jag nu anfört bör riksdagen ställa sig bakom och tillkänna för regeringen.

6. Bindningstider för konsumentavtal, punkt 7 (SD)

av Mikael Eskilander (SD), Roger Hedlund (SD) och Angelica Lundberg (SD).

Förslag till riksdagsbeslut

Vi anser att förslaget till riksdagsbeslut under punkt 7 borde ha följande lydelse:

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i reservationen och tillkänner detta för regeringen.

Därmed bifaller riksdagen motion
2018/19:981 av Mikael Eskilanderesson m.fl. (SD) yrkande 9.

Ställningstagande

Långa bindningstider för avtal försvårar konsumenternas möjligheter att göra aktiva val. Konsumenten riskerar att bli bunden vid avtalet samtidigt som det finns bättre och billigare alternativ på marknaden. Vi anser därför att onödigt långa bindningstider för konsumentavtal ska tas bort eller förkortas.

Det får bli regeringens uppgift att ta nödvändiga initiativ.

Vad vi nu anfört bör riksdagen ställa sig bakom och tillkänna för regeringen.

7. Småhusentreprenad, punkt 8 (L)

av Henrik Edin (L).

Förslag till riksdagsbeslut

Jag anser att förslaget till riksdagsbeslut under punkt 8 borde ha följande lydelse:

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i reservationen och tillkännager detta för regeringen.

Därmed bifaller riksdagen motion
2018/19:2590 av Jan Björklund m.fl. (L) yrkande 22 och
avslår motion
2018/19:1389 av Jonas Eriksson och Emma Hult (båda MP).

Ställningstagande

En husaffär är för de flesta människor det största ekonomiska åtagandet man gör under hela livet. De stora kostnader det innebär att bygga nytt gör att konsumentskyddet vid småhusentreprenader behöver vara extra starkt.

År 2005 infördes särskilda bestämmelser i konsumenttjänstlagen om småhusentreprenad. Bestämmelserna gäller bl.a. bevisbördans placering när det gäller vissa avtalsvillkor, slutbesiktning och utseende av besiktningsman. Enligt min mening behöver dock det juridiska skyddet för den enskilde vid småhusentreprenader stärkas. Till att börja med bör bevisbördan när det gäller vad som avtalats mellan parterna flyttas ytterligare till konsumentens fördel genom att det införs ett generellt krav om att avtal om småhusentreprenad ska upprättas i skriftlig form. Ett skriftlighetskrav innebär med automatik att arbetets omfattning klarläggs. Vidare bör det vara ett obligatoriskt krav på slutbesiktning. I dag sker en slutbesiktning bara om någon av parterna begär det, vilket orsakar problem eftersom slutbesiktningen avgör om entreprenaden godkänns eller inte. Det bör också övervägas om bestämmelsen om vem som ska utse besiktningsman behöver förändras.

Jag anser sammanfattningsvis att frågan om det juridiska skyddet för den enskilde vid småhusentreprenader behöver bli föremål för en bredare översyn i form av en utredning. Utredningens uppdrag bör inkludera, men inte avgränsas till, de delfrågor som nämnts ovan. Det är regeringens uppgift att tillsätta en sådan utredning.

Vad jag nu anfört bör riksdagen ställa sig bakom och tillkänna för regeringen.

8. Snabblån m.m., punkt 10 (SD, C)

av Mikael Eskilander (SD), Roger Hedlund (SD), Angelica Lundberg (SD) och Martina Johansson (C).

Förslag till riksdagsbeslut

Vi anser att förslaget till riksdagsbeslut under punkt 10 borde ha följande lydelse:

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i reservationen och tillkännager detta för regeringen.

Därmed bifaller riksdagen motion

2018/19:2838 av Ola Johansson m.fl. (C) yrkande 6 i denna del och avslår motion

2018/19:337 av Markus Wiechel (SD) yrkandena 1, 2 och 5.

Ställningstagande

Det är i dag lätt att byta mobilabonnemang, eftersom kunden har rätt att ta med sitt gamla telefonnummer. Det är praktiskt inte minst därför att många tjänster är knutna till det specifika numret. Samma sak borde i viss mån gälla bankkontonummer. Autogiron och e-fakturor är många gånger knutna inte bara till en person utan också till ett visst kontonummer. Det betyder att det är tidskrävande och krångligt för den som byter bank, eftersom det kräver omregistrering av olika autogiron m.m. Vi anser att rätten till nummerportabilitet – dvs. möjligheten att behålla kontonummer för den som byter bank – bör garanteras. Det skulle gynna konsumenterna, som får bättre villkor och kan ställa högre krav på sin bank och även vara ett litet steg mot en flexiblare bankmarknad.

Det får bli regeringens uppgift att ta nödvändiga initiativ.

Vad vi nu anfört bör riksdagen ställa sig bakom och tillkänna för regeringen.

9. Konsumentvägledning, punkt 12 (M)

av Mats Green (M), Cecilie Tenfjord Toftby (M), David Josefsson (M) och Maria Stockhaus (M).

Förslag till riksdagsbeslut

Vi anser att förslaget till riksdagsbeslut under punkt 12 borde ha följande lydelse:

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i reservationen och tillkännager detta för regeringen.

Därmed bifaller riksdagen motion

2018/19:2830 av Mats Green m.fl. (M) yrkande 2 och

avslår motionerna

2018/19:337 av Markus Wiechel (SD) yrkande 3,

2018/19:838 av Johanna Haraldsson (S) och

2018/19:981 av Mikael Eskilandersson m.fl. (SD) yrkande 5.

Ställningstagande

Den kanske enskilt viktigaste faktorn för att en individ ska kunna planera sin ekonomi är kunskap. Därför är ett välfungerande konsumentupplysningsarbete betydelsefullt såväl för samhället och samhällsekonomin som för enskilda individer. Förändringar i samhället och den alltmer komplexa ekonomiska omvärlden innebär dessutom att nya krav ställs på konsumenternas kunskap när det gäller deras rättigheter och om privatekonomi i stort.

De senaste åren har Konsumentverket, i vissa fall i samarbete med andra myndigheter, på ett bra sätt vidtagit riktade åtgärder för att tidigt förstärka ungdomars kunskap om privatekonomi, exempelvis genom undervisningsmaterialet Koll på cashen. Vi anser att det är angeläget att arbetet med konsumentvägledning till olika grupper fortsätter och utvecklas.

De flesta kommuner i Sverige har kommunala konsumentvägledare. De senaste åren har det på många håll skett en stor strukturell förändring av deras arbete som har varit positiv. Vi anser att de kommunala konsumentvägledarna fyller en mycket viktig funktion i det förebyggande arbetet och för konsumentkunskapen i stort. Inte minst ser vi ett stort behov bland nyanlända.

Vi vill även att upplysningstjänsten Hallå konsument ska fortsätta att utvecklas. Det är också viktigt att verksamheten följer uppkomsten av helt nya branscher och att konsumentupplysningen följer med i de förändringar som sker. Arbetet för att öka kunskapen bland konsumenterna bör stärkas brett.

Statskontoret har för närvarande ett regeringsuppdrag att bedöma ändamålsenligheten och effektiviteten i det oberoende stöd som förmedlas till konsumenterna. I Statskontorets uppdrag ingår vidare att överväga möjliga förbättringar när det gäller konsumentstödet. Uppdraget ska redovisas till regeringen senast den 30 april 2019. Vi anser att regeringen ska beakta våra synpunkter i det fortsatta arbetet med frågorna.

Vad vi nu anfört bör riksdagen ställa sig bakom och tillkänna för regeringen.

10. Konsumentvägledning, punkt 12 (SD)

av Mikael Eskilandersson (SD), Roger Hedlund (SD) och Angelica Lundberg (SD).

Förslag till riksdagsbeslut

Vi anser att förslaget till riksdagsbeslut under punkt 12 borde ha följande lydelse:

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i reservationen och tillkännager detta för regeringen.

Därmed bifaller riksdagen motion
2018/19:981 av Mikael Eskilandersson m.fl. (SD) yrkande 5 och
avslår motionerna
2018/19:337 av Markus Wiechel (SD) yrkande 3,
2018/19:838 av Johanna Haraldsson (S) och
2018/19:2830 av Mats Green m.fl. (M) yrkande 2.

Ställningstagande

Vi anser att det är eftersträvansvärt att konsumenter väljer närproducerade produkter som har lång hållbarhet. Det är också viktigt att konsumtionen bidrar till social hållbarhet. Det handlar i första hand om rättvisa villkor för de som producerar varor och att konsumtionen inte bidrar till barnarbete och miljöförstöring. Svenska produkter är ofta kända för att vara av bra kvalitet och att hålla längre samtidigt som produkterna orsakar mindre miljöpåverkan vid transport. Även ur en social hållbarhetsaspekt är det så långt det är möjligt bäst att välja svenskproducerade varor. Enligt vår mening bör därför konsumenterna upplysas om fördelarna med att handla svenskproducerade varor. Det får bli regeringens uppgift att ta nödvändiga initiativ.

Vad vi nu anfört bör riksdagen ställa sig bakom och tillkänna för regeringen.

11. Märkningsfrågor, punkt 13 (SD)

av Mikael Eskilandersson (SD), Roger Hedlund (SD) och Angelica Lundberg (SD).

Förslag till riksdagsbeslut

Vi anser att förslaget till riksdagsbeslut under punkt 13 borde ha följande lydelse:

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i reservationen och tillkännager detta för regeringen.

Därmed bifaller riksdagen motion
2018/19:981 av Mikael Eskilandersson m.fl. (SD) yrkande 2 och
avslår motionerna
2018/19:2255 av Jan Björklund m.fl. (L) yrkande 6,
2018/19:2691 av Henrik Vinge (SD) och
2018/19:2861 av Johan Hedin m.fl. (C) yrkande 18.

Ställningstagande

Vi anser att ursprungsmärkningar är viktiga när det gäller att ge konsumenter tillräcklig information för att kunna göra aktiva val vid köp av varor och tjänster. Detta för att kunna välja bort en vara eller tjänst som inte når upp till de krav som konsumenten ställer men också för att kunna välja vad man vill stödja genom sin konsumtion. För att konsumenterna ska kunna göra medvetna val är det väsentligt att veta exakt var en vara är tillverkad. En uppgift om att varan är tillverkad inom EU är enligt vår mening inte tillräcklig. Vi anser därför att alla varor som importeras till Sverige bör vara märkta med uppgift om varans huvudsakliga ursprungsland. I de fall där tillverkningen har skett i flera länder bör det av märkningen framgå i vilka länder varan huvudsakligen har sitt ursprung och var den har färdigställts.

Vi anser att regeringen bör driva frågan om en tydlig ursprungsmärkning av importerade varor.

Vad vi nu anfört bör riksdagen ställa sig bakom och tillkännage för regeringen.

12. Märkningsfrågor, punkt 13 (C)

av Martina Johansson (C).

Förslag till riksdagsbeslut

Jag anser att förslaget till riksdagsbeslut under punkt 13 borde ha följande lydelse:

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i reservationen och tillkännager detta för regeringen.

Därmed bifaller riksdagen motion
2018/19:2861 av Johan Hedin m.fl. (C) yrkande 18 och
avslår motionerna
2018/19:981 av Mikael Eskilandersson m.fl. (SD) yrkande 2,
2018/19:2255 av Jan Björklund m.fl. (L) yrkande 6 och
2018/19:2691 av Henrik Vinge (SD).

Ställningstagande

Jag anser att det för att motverka människohandel finns behov av att öka företagens och konsumenternas medvetenhet om förekomsten av fall där människor tvingas att arbeta under dåliga förhållanden. Det kan gälla arbeten

i allt från fabriker till restauranger och i nagelbarer. För att göra det lättare för företag och konsumenter att välja bra alternativ vid köp av varor eller tjänster behöver den information som lämnas när det gäller åtgärder mot människohandel förbättras.

Det får bli regeringens uppgift att ta nödvändiga initiativ.

Vad jag nu anført bör riksdagen ställa sig bakom och tillkännage för regeringen.

Särskilda yttranden

1. Telefonförsäljning, punkt 1 (M)

Mats Green (M), Cecilie Tenfjord Toftby (M), David Josefsson (M) och Maria Stockhaus (M) anför:

Sedan den 1 september 2018 gäller ett skriftlighetskrav när en näringsidkare kontaktar en konsument i syfte att ingå ett distansavtal. Vi anser dock att det behövs ytterligare åtgärder för att stärka skyddet mot oönskad telefonförsäljning. Det nu gällande skriftlighetskravet omfattar endast telefonförsäljning av varor och tjänster enligt distansavtalslagen. I lagstiftningsärendet om införande av skriftlighetskrav beslutade riksdagen även, på utskottets förslag, om ett tillkännagivande om att regeringen bör påbörja ett arbete med att utreda om ett skriftlighetskrav vid telefonförsäljning till konsumenter bör gälla för ytterligare varor och tjänster som bl.a. lotterier och paketresor och återkomma med förslag. Då vi vill avvakta vilka åtgärder regeringen kommer att vidta med anledning av tillkännagivandet har vi valt att inte reservera oss till förmån för motion 2018/19:1741. Vi kommer dock att noggrant följa det fortsatta arbetet med frågan och återkomma med förslag om det finns anledning till det.

2. Märkningsfrågor, punkt 13 (L)

Henrik Edin (L) anför:

Allt fler människor vill genom medvetna val minska sin egen påverkan på miljö och klimat. Jag välkomnar denna positiva utveckling som bör underlättas än mer. För att förenkla för konsumenterna att göra klimatsmarta val när det gäller resor anser jag att det ska införas krav på obligatorisk klimatmärkning vid reklam för och köp av flygresor.

Enligt januariavtalet ska en obligatorisk klimatdeklaration vid köp av flygresor införas. Ett uppdrag ska ges till Luftfartsverket under våren 2019, och klimatdeklarationen ska gälla från den 1 januari 2021. Med hänsyn till detta avstår jag för närvarande från att reservera mig till förmån för partimotion 2018/19:2255 (L) yrkande 6. Jag kommer dock att noggrant följa upp det planerade arbetet och de förslag som regeringen lämnar för att säkerställa att överenskommelsen genomförs på ett godtagbart sätt i denna del.

BILAGA

Förteckning över behandlade förslag

Motioner från allmänna motionstiden 2018/19

2018/19:159 av Tobias Andersson m.fl. (SD):

1. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att upprätta en myndighetsadministrerad varningslista gällande bluffakturor och tillkännager detta för regeringen.
2. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att ge företag utökad stöd till att bestrida felaktiga fakturor och begära rättelse från Kronofogden och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:197 av Johnny Skalin (SD):

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att låta lagstadga att sista förfalldatum är lika med sista betalningsdag och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:337 av Markus Wiechel (SD):

1. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att förbjuda snabbblån och tillkännager detta för regeringen.
2. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att information om konsumentvägledning ska vara tydlig i de fall lån erbjuds och tillkännager detta för regeringen.
3. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att ta fram informationsmaterial för bättre utbildning om låntagande och hushållsekonomi och tillkännager detta för regeringen.
5. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att införa karenstid vid utbetalning av lån samt utreda möjligheten till införande av mindre, sociala lån genom socialtjänsten och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:838 av Johanna Haraldsson (S):

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om krav på kommunal konsumentvägledning och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:901 av Annika Hirvonen Falk och Janine Alm Ericson (båda MP):

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om lagstiftning mot sexistisk reklam och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:928 av Sten Bergheden (M):

3. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om möjligheten att se över om resegarantierna i bussbranschen behöver vara så höga som i dag och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:954 av Lawen Redar (S):

2. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att överväga behovet av en översyn av möjligheterna att stoppa kommersialiseringen av kvinnokroppen, porrens skadeverkningar och bearbetning av fysiska kroppar i reklam och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:981 av Mikael Eskilanderesson m.fl. (SD):

2. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att förbättra ursprungsmärkningen och tillkännager detta för regeringen.
5. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att upplysa konsumenterna om fördelar med att handla svenskt och tillkännager detta för regeringen.
7. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att säkerställa konsumentskyddet för barn och unga i den digitala världen och tillkännager detta för regeringen.
8. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att Sverige ska verka för att våra lagar gällande marknadsföring riktad mot barn blir en miniminivå i hela Europa och tillkännager detta för regeringen.
9. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att ta bort eller förkorta onödigt långa bindningstider och tillkännager detta för regeringen.
10. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att även företag ska få utökat skydd mot telefonförsäljare och tillkännager detta för regeringen.
11. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att ångerrätten vid telefonförsäljning även ska gälla för företag och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:1292 av Staffan Eklöf m.fl. (SD):

10. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att förbjuda reklam för ohälsosam mat riktad till barn och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:1389 av Jonas Eriksson och Emma Hult (båda MP):

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att konsumenter som köper småhus i andra hand bör få reklamera fel på huset till byggföretaget och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:1487 av Ola Johansson och Annika Qarlsson (båda C):

4. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om en översyn av konsumentlagstiftningen så att regler för försäljning av hästar och övriga levande djur skiljs från regler för försäljning av andra varor och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:1741 av Sten Bergheden (M):

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om ovälkommen, oseriös telefonförsäljning och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:1806 av Gunilla Carlsson (S):

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att se över ett förbud mot retuscherade reklambilder eller att införa märkning av retuscherade reklambilder och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:2120 av Anna Wallentheim m.fl. (S):

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att se över ett förbud mot eller märkning av retuscherad reklam och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:2121 av Aylin Fazelian m.fl. (S):

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att se över möjligheterna att införa ett förbud mot sexistisk, rasistisk och homofobisk reklam och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:2255 av Jan Björklund m.fl. (L):

6. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om konsumenters val, märkning av varor inklusive obligatorisk klimatmärkning när det gäller vissa varor samt vid reklam och köp av flygresor och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:2426 av Kristina Yngwe m.fl. (C):

44. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att stärka och förbättra konsumenträtt och reklamationsrätt och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:2590 av Jan Björklund m.fl. (L):

22. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om konsumentskyddet vid småhusentreprenader och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:2691 av Henrik Vinge (SD):

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att utreda möjligheten att införa en obligatorisk märkning av djurtestade kosmetikaprodukter och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:2830 av Mats Green m.fl. (M):

2. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att införa åtgärder för att öka kunskaperna om konsumenters rättigheter och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:2838 av Ola Johansson m.fl. (C):

6. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om skydd och underlättnader för konsumenter och tillkännager detta för regeringen.

2018/19:2861 av Johan Hedin m.fl. (C):

18. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om ökade kunskaper och åtgärder mot människohandel och tillkännager detta för regeringen.