

## Motion till riksdagen 2025/26:1426

av **Michael Rubbestad m.fl. (SD)**

# med anledning av prop. 2025/26:4 Kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om politisk reklam

---

## Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen avslår proposition 2025/26:4 i sin helhet.
2. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att regeringen skyndsamt bör återkomma med ett omarbetat och tydligt avgränsat förslag i enlighet med motionen och tillkännager detta för regeringen.

## Inledning

Sverigedemokraternas allmänna utgångspunkt är att EU över huvud taget inte borde reglera svensk politisk kommunikation om inte synnerligen starka skäl, såsom att stävja terrorism, extremism eller liknande, föreligger. Vi anser således att den nu aktuella EU-förordningen är mycket olycklig. Eftersom förordningar till sin natur är tvingande är vi av uppfattningen att den nya kompletterande lagen åtminstone ska ligga så nära en miniimplementering som möjligt. Regeringens förslag synes gå längre än vad som är nödvändigt och vi föreslår således att propositionen avslås och att regeringen återkommer till riksdagen med ett nytt förslag.

Förslaget bör följa följande parametrar:

- a) ingen överimplementering av förordningen (EU) 2024/900
- b) ett tydligt värnande av tryckfrihetsförordningen/yttrandefrihetsgrundlagen i praktisk tillsyn (en uttrycklig avstå-regel vid konflikt)
- c) enkom statiska hänvisningar till EU-rätten (med riksdagskontroll och återrapportering vid EU-ändringar)
- d) proportionalitet i sanktioner (varning följt av rättelse och därefter, vid behov, sanktionsavgift; särskilt skydd för små och medelstora företag/ideell sektor)

- e) bevisregler och tidsfrister under valperioder införs (snabbspår i domstol och myndigheter).

## Inskränkt möjlighet till opinionsbildning – risk för förbud genom osäkerhet

Propositionen kompletterar EU-regler som inte bara gäller transparens utan även materiella begränsningar för politisk annonsering (bl.a. artikel 18: förbud mot profilering med känsliga uppgifter, krav på uttryckligt samtycke, förbud mot inriktning/leverans gentemot personer minst ett år under rösträttsåldern). Dessa begränsningar kopplas i propositionen till sanktioner såsom förelägganden, viten och sanktionsavgifter. I kombination med dynamiska hänvisningar (som låter norm-innehållet skifta genom beslut tagna i EU utan att ett nytt riksdagsbeslut behöver fattas) skapas en rättsosäkerhet där olika aktörer – särskilt små partier, ideella föreningar, lokala medier och enskilda opinionsbildare – riskerar att avstå från laglig annonsering av oro för att göra fel. Effekten av detta blir att förutsättningarna för det demokratiska samtalet förändras i grunden och att opinionsbildning i praktiken begränsas på ett oacceptabelt sätt, detta trots att innehållet sannolikt skulle ha varit tillåtet enligt svensk grundlag.

## Grundlagssamspel och begreppsförväxling

Remissinstanser (bl.a. Tidningsutgivarna och TV4 Media) har varnat för begrepps-förväxling mellan mediegrundlagarnas ”utgivare” och förordningens ”utgivare av politisk reklam”. Sverigedemokraterna är över huvud taget mycket kritiska till att börja tillämpa EU-rättsliga begrepp i en svensk kontext utan att dessa omformuleras till vedertagna svenska juridiska motsvarigheter; detta är ett av många skäl till att EU-förordningar är så problematiska. Det gör sig synnerligen gällande när uttrycket är så lätt att förväxla med ett så väletablerat begrepp som utgivare. Detta är mycket olyckligt.

Därtill bör svensk rätt tillföras en uttrycklig avstå-regel: en bestämmelse som ålägger tillsynsmyndigheten att avstå från åtgärder (t.ex. förelägganden eller sanktioner) när ett ingripande riskerar att komma i konflikt med TF/YGL. En sådan regel skulle fungera som en inbyggd spärr mot innehållsstyrning i grundlagsskyddade medier och skydda mot otillbörliga myndighetsingripanden.

## Sanktioner och viten – behov av graderad steg

Propositionen öppnar för betydande sanktionsavgifter och viten. Utan lagfäst sanktionssteg: varning följt av rättelse och därefter, vid behov, sanktionsavgift, samt tydliga kriterier för försvårande/förmildrande omständigheter riskerar regelverket att få en mer restriktiv effekt än vad som är nödvändigt, då det riskerar att leda till över-efterlevnad och självcensur. Detta hämmar särskilt resurssvaga aktörer och minskar mångfalden i opinionsbildningen.

# Marknadsläget – Meta och Google inför långtgående begränsningar

Sedan förordningen antogs har Meta meddelat att bolaget fr.o.m. början av oktober 2025 stoppar all politisk annonsering samt val- och samhällsannonsering i EU, med hänvisning till ”betydande operativa utmaningar och juridiska oklarheter” under de nya reglerna för politisk reklam. Även Google har ändrat sina policyer och pausar politiska annonser i EU med hänvisning till samma regelverk. Dessa beslut innebär ett konkret och problematiskt bortfall av annonskanaler för laglig politisk kommunikation givet hur många som får sin information från dessa kanaler. Detta är närmast ett kvitto på den berättigade oro som finns om att en överförsiktighet riskerar att infinna sig hos olika utgivare och därmed leda till faktiska inskränkningar i opinionsbildningen.

*Michael Rubbestad (SD)*

*Fredrik Lindahl (SD)*

*Lars Andersson (SD)*

*Martin Westmont (SD)*