



Svar på fråga 2024/25:1283 av Anna-Belle Strömberg (S)
Transparens och etik i personanpassad marknadsföring

Anna-Belle Strömberg har frågat mig om jag avser vidta åtgärder för att öka transparensen och stärka konsumenternas möjlighet att förstå och påverka den typ av marknadsföring de utsätts för, och i så fall vilka.

Regeringen arbetar aktivt för att omhänderta digitaliseringens möjligheter och för att möta eventuella risker. Regeringen har nyligen beslutat om en digitaliseringsstrategi där regeringen aviserat ett uppdrag till Post- och telestyrelsen att öka den grundläggande digitala kompetensen med särskilt fokus på AI. I oktober lämnar utredningen sitt betänkande om hur Sverige ska anpassa sig till EU:s AI-förordning, inklusive krav på insyn och kontroll. Bland annat ställs det krav på AI-utvecklare beroende på deras roll i värdekedjan.

När det gäller konsumentskydd är bl.a. marknadsföringslagen tillämplig på marknadsföring via digitala kanaler och på datadriven personanpassad marknadsföring. Under 2026 väntas

EU-kommissionen presentera en så kallad Digital Fairness Act. Dessutom har en utredning nyligen lämnat förslag på hur ett nytt EU-direktiv om finansiella tjänster till konsumenter ska genomföras i svensk rätt. Förslaget innehåller bl.a. regler som ska motverka att näringsidkaren inrättar onlinegränssnitt på ett sätt som väsentligen snedvrider eller försämrar konsumenters förmåga att fatta välgrundade beslut. Betänkandet bereds i Regeringskansliet. Ett starkt konsumentskydd i digitala miljöer värnas vidare genom den tillsyn som Konsumentverket och andra berörda myndigheter bedriver, ofta tillsammans med konsumentskyddsmyndigheter inom EU, och de informationsåtgärder som vidtas.

Stockholm den 15 juli 2025

Erik Slottnér