SVERIGES RIKSDAG

Motion till riksdagen 2026/27:2327

av Clara Aranda m.fl. (SD)

Konsumentpolitik

Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att Sverige inom EU ska verka för att införa en åldersgräns för reklam på internet i syfte att skydda barn och tillkännager detta för regeringen.
2. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att undersöka flera möjliga åtgärder för kontroller och sanktioner mot de företag som bryter mot lagen gällande reklam riktad direkt till barn och tillkännager detta för regeringen.
3. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att Sverige i EU ska verka för att svensk lagstiftning om reklam riktad mot barn i tv-sändningar ska utgöra miniminivå i hela Europa och tillkännager detta för regeringen.
4. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att utreda möjligheterna till ett nationellt regelverk för märkning av kulturhistoriskt värdefulla svenska matprodukter och tillkännager detta för regeringen.
5. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att Sverige inom EU ska verka för att införa innehållsförteckningar på alkoholhaltiga drycker och tillkännager detta för regeringen.
6. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att det bör tas fram nationella riktlinjer för hur offentliga inköp kan styras mer mot svenskproducerade varor och tillkännager detta för regeringen.

7. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att företag och juridiska personer ska få utökat skydd mot försäljning som utförs av försäljare via telefon och tillkännager detta för regeringen.
8. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att ångerrätten vid telefonförsäljning ska gälla för företag och tillkännager detta för regeringen.
9. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att utreda regelverket mot ocker så att lagen får rimlig effekt på priser och avtal och tillkännager detta för regeringen.
10. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att utreda ett förbud mot att sälja andrahandsbiljetter till ett högre pris än originalpriset och tillkännager detta för regeringen.
11. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att det tydligt ska framgå vid försäljning av biljetter om företaget är den officiella säljaren av biljetterna och tillkännager detta för regeringen.
12. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att stärka samordningen mellan statliga myndigheter, regionala kollektivtrafikmyndigheter och trafikföretag för att säkerställa enhetlig och tillförlitlig realtidsinformation till resenärer och tillkännager detta för regeringen.
13. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att stärka resenärers rätt till tydlig information, skälig kompensation och snabb återbetalning vid inställda eller kraftigt försenade kollektivtrafikresor och tillkännager detta för regeringen.
14. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att verka för att stärka tågresenärers rätt till ersättning vid förseningar och inställda avgångar och tillkännager detta för regeringen.
15. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att fortsatt värna om behovet av att kontanter ska vara ett giltigt betalningsmedel för livsnödvändiga varor och tillkännager detta för regeringen.

Motivering

Innehållsförteckning på alkoholhaltiga drycker

Konsumenter har rätt att få vetskap om innehållet i det som köps i form av tjänster och varor, även i livsmedel och drycker. Idag görs skillnad på kraven i innehållsförteckningar beroende på produkttyp. För alkoholhaltiga produkter med högre alkoholhalt än 1,2 volymprocent krävs ingen redovisning av ingredienser eller näringsdeklaration. EU:s lagstiftning tillåter exempelvis 63 olika tillsatser och processhjälpmedel vid tillverkning av vin utan att dessa på något sätt behöver deklareras.

Konsumenter är medvetna och ställer krav. Det finns numera stora behov och flera skäl för många att få vetskap om innehållet i de produkter som ska förtäras. Sådana skäl kan vara etiska eller hälsomässiga. Då det förekommer allergier är det av största vikt att få vetskap om innehållet i förväg. Innehållsdeklaration skulle även påverka branschen positivt. Erfarenheter från då krav ställs på innehållsdeklaration för livsmedel, är att skadliga ingredienser successivt plockas bort. Sverige ska därför inom EU verka för att innehållet i samtliga livsmedelsprodukter samt alkoholhaltiga drycker redovisas och tydliggörs för konsumenter.

Ursprungsmärkning

Ursprungsmärkning är viktig ur många aspekter. Konsumenter ska ges tillräcklig information för att kunna göra aktiva val när de köper produkter eller utnyttjar en tjänst. Detta för att kunna välja bort en sämre vara eller tjänst som inte når upp till de krav konsumenten ställer. Viktigt är också att kunna välja vad man vill stödja genom sin konsumtion, inte minst när det gäller jordbruksprodukter.

Enligt Livsmedelsverket ska vissa livsmedel alltid ursprungsmärkas. Det gäller fisk, nötkött, gris, lamm, get, fågel och även honung, frukt, grönsaker med mera. För andra livsmedel ska ursprung endast anges om kunden kan bli vilseledd. Trots tydliga direktiv finns det en risk att en konsument har svårighet att välja exempelvis svenskproducerat, ekologiskt eller kött som inte är ritualslaktat. Sverige har strängare regler när det gäller exempelvis djurhållning och användning av antibiotika vilket medför högre kostnader, men som ger mer hälsosam mat och som skyddar djur mot onödigt lidande.

Det ska vara lätt för svenska konsumenter att välja svensk mat. Om fler handlar svenska produkter så gynnar det även jordbruksnäringen. Om livsmedelsproduktionen ökar i Sverige så ökar även självförsörjningsgraden, och sårbarheten i händelse av krig

och kris minskar. I och med det rådande omvärldsläget så är detta extra viktigt och det måste vara en prioriterad fråga.

För att göra det enkelt för konsumenter behövs därför tydligare regler. EU:s dokument och de svenska tolkningarna kan vara komplicerade och svårtolkade. Exempelvis finns utrymme för tolkning om en produkt innehåller råvaror från flera länder eller olika resonemang om vilken huvudingrediens en produkt har. Något som kan leda till svårigheter för konsumenten att fatta ett informerat val vid köp av produkter. Det ska vara lätt för svenska konsumenter att välja svensk mat och göra medvetna val utifrån produkternas ursprung och regeringen bör därför verka för striktare regler för ursprungsmärkningar.

Nationellt regelverk för märkning av kulturhistoriskt värdefulla svenska matprodukter

Maten spelar en central roll för den svenska kulturen och för varje nations självbild. Förutom att utgöra en nödvändig näringskälla är den bärare av traditioner, kultur och historia. Sverige har många traditionella matprodukter som är nära sammankopplade till vårt land, vår miljö och vår kulturhistoria, och det förtjänar att lyftas fram. I dagsläget finns dock inga nationella regleringar för att skydda eller uppmärksamma svensk högkvalitativ mat. Därför behöver ett nationellt regelverk för märkning av kulturhistoriskt värdefulla svenska matprodukter tas fram, vilket skulle medföra positiva effekter för besöksnäringen, landsbygdsutvecklingen och svenska konsumenter. Ett nationellt regelverk för märkning av kulturhistoriskt värdefulla svenska matprodukter bör därför tas fram.

Nationella riktlinjer för hur offentliga inköp kan styras mer mot svenskproducerade varor

Konsumtion ska bidra till social hållbarhet. Det gäller i första hand rättvisa villkor för de som producerar de varor vi använder och att vår konsumtion inte bidrar till barnarbete eller till för hög miljöbelastning. Även i detta avseende är det Sverigedemokraternas mening att det så långt det är möjligt är bäst att välja svenskproducerat. Genom att upplysa konsumenter om fördelarna med att välja svenskproducerade varor och genom att välja svenskproducerat i offentliga inköp,

gynnas svenska företag och deras konkurrenskraft. Därför bör det tas fram nationella riktlinjer för hur offentliga inköp kan styras mer mot svenskproducerade varor.

Inför på EU-nivå en åldersgräns för reklam på internet och förtydliga åtgärder vid brott mot lagen

Barn i lägre åldrar gör inte inköp i särskilt hög grad själva, men de är i allra högsta grad konsumenter. Därför är det viktigt att de regler som omfattar konsumenter tar extra hänsyn till produkter, tjänster och konsumentprocesser avsedda för barn. Eftersom barn och unga ofta har svårare än vuxna att sålla och vara kritiska till de budskap de möter kan de anses som extra mottagliga för reklambudskap. Därför behöver reglerna för reklam riktad till barn vara skarpare än det som gäller idag. Företag ska inte skicka direktreklam till någon som är yngre än 16 år. Förbud mot direktreklam till barn som är yngre än 16 år råder gällande all adresserad reklam. Det gäller i brev, via telefon och sms.

Det är dock enbart en liten del av reklamen som numera är direktadresseras. Den största delen av reklam och reklambudskap ges via alla de digitala kanaler och plattformar som barn hanterar. Av den anledningen behövs ett starkare skydd gällande marknadsföring riktad till barn. Sverige bör inom EU verka för att införa en åldersgräns för reklam på internet i syfte att skydda barn. Eftersom direkta köpuppmaningar till barn är förbjudna och räknas som otillbörlig marknadsföring krävs dessutom att flera möjliga åtgärder för kontroll och sanktioner mot företag som bryter mot lagen undersöks.

Verka på EU-nivå för att svensk lagstiftning om reklam riktad mot barn i tv-sändningar ska utgöra miniminivå i Europa

Barn under 12 år ska slippa reklam före och efter tv-program riktade till deras åldersgrupp, enligt svensk lagstiftning. Men detta gäller endast för tv-sändningar från Sverige. Det resulterar i att många tv-kanaler använder plattformar utanför Sverige, där andra
lagar gäller. Många barn ser dessa sändningar, och lagen behöver därför skärpas så att barnprogram kan ses utan att riskera reklam. Enligt radio- och tv-lagen får inte reklam i

tv-sändningar, sökbar text-tv och beställ-tv syfta till att fånga uppmärksamheten hos barn under tolv år. I tv-sändningar och beställ-tv får reklam inte förekomma omedelbart före eller efter ett program eller en del av ett program som huvudsakligen vänder sig till barn under tolv år. Genom lagändringar som trädde i kraft den 1 december 2020 ska även en leverantör av en videodelningsplattform följa dessa regler (prop. 2019/20:168).

Barn spenderar mer och mer tid i den digitala världen. I dagsläget saknas förbud mot riktad barnreklam på internet och i appar. Det finns regler för hur reklamen får se ut och vad den får innehålla; den får inte utformas som spel, lekar eller liknande. Men inte sällan innehåller appar med barn som målgrupp så kallade köp inuti app, vilket får anses utgöra indirekt köpuppmaning. Reklam på internet får inte direkt uppmana barn att köpa något, men det finns inget förbud mot att rikta reklam mot barn som surfar på internet. Detta kan orsaka köptryck hos både barn och föräldrar. Här behöver även konsumentskyddet för framför allt barn och unga följa den digitala utvecklingen. Sverige ska inte enbart försvara sin rätt till hårdare lagar mot marknadsföring riktad till barn utan även inom EU verka för att kraven i denna lagstiftning utgör en miniminivå i hela Europa. Det bör även undersökas flera möjliga åtgärder för kontroll och sanktioner mot de företag som bryter mot lagen gällande direktriktad reklam till barn.

Företag bör få utökat skydd mot försäljning via telefon och ha ångerrätt vid telefonförsäljning

Alla affärer bygger på att säljare och köpare, båda parter, är nöjda med uppgörelsen. Så ser det inte alltid ut, framför allt inte när det gäller telefonförsäljning. Lagen om telefonförsäljning har ändrats så att telefonförsäljning till privatpersoner har belagts med ett skriftlighetskrav. Detta på grund av de många problemen med telefonförsäljning. Den 1 september 2018 infördes ett skriftlighetskrav vid telefonförsäljning i syfte att stärka konsumentskyddet. Skriftlighetskravet innebär att det inte längre är möjligt att ingå ett distansavtal muntligen när näringsidkaren på eget initiativ kontaktar konsumenten per telefon. För att ett giltigt avtal ska ingås krävs att konsumenten efter telefonsamtalet skriftligen accepterar näringsidkarens anbud.

Företagare förväntas ha större resurser för att skydda sig mot oönskad telefonförsäljning. Men det drabbar småföretagare, som vanligtvis inte har större resurser än en privatperson och därmed är lika utsatta. Mindre företag har i dag svårigheter att hävda sin rätt mot oseriösa telefonförsäljare då det kan vara svårt för företagare att styrka att de blivit vilseledda. Till skillnad från konsumenter har

företagare inte någon lagstadgad ångerrätt vid 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. Vi anser att skyddet för småföretagare vid distansavtal måste stärkas. Bland annat bör småföretagare som kontaktas av telefonförsäljare omfattas av samma regler om skriftlighetskrav och ångerrätt som gäller vid telefonförsäljning till konsumenter.

Åtgärder mot ocker

Lagstiftning mot ocker ska förhindra att en säljare eller kreditgivare utnyttjar en kunds okunskap, utsatthet eller oförmåga att bedöma en varas eller tjänsts kostnad. Det har dock visat sig att ocker sällan leder till åtal eller straff.

Ett exempel är då hantverkare begär högre betalning än vad som i berörd bransch kan anses rimligt eller gör ett större påslag på varor som säljs än vad som är befogat. Ett annat exempel är annonsering om bostäder där det företag som majoriteten av mäklarfirmorna är anslutna till har en närmast monopolliknande ställning och därför kan ta ut oskäliga avgifter av konsumenterna. Dessa har i många fall inte något annat val än att utnyttja tjänsten om de vill få sin bostad såld. Numera finns ett räntetak som ska reglera hur mycket ränta som maximalt är möjligt att ta ut. I Sverige bör det även fortsättningsvis finnas en ockerlagstiftning som begränsar möjligheterna att utnyttja konsumenters okunskap eller oförmåga att bedöma riktigheten i kostnader och avtal. Regelverket bör utredas för att säkerställa att lagstiftningen får rimlig effekt på oskäliga priser och avtal.

Förbud mot försäljning av andrahandsbiljetter till överpris och tydlighet om vem som är den officiella säljaren av biljetterna

Varje år arrangeras många event runt om i landet. Det handlar bland annat om konserter, sportevenemang, festivaler och teater. Det kan vara högt tryck på de populära tillställningarna och köpare behöver ofta vara ute i god tid för att få tag i biljetter. Generellt sett släpps biljetterna många månader före evenemanget. Det är därför vanligt att biljetter säljs i andra hand, exempelvis då den ursprungliga köparen av olika skäl ångrat sig. Eftersom biljettförsäljaren inte är skyldig att tillämpa ångerrätt vid köp av

evenemangsbiljetter och ångerrätten, i de fall den förekommer, har en kort tidsfrist så säljs biljetterna ofta vidare i andra hand för att undvika ekonomisk förlust.

Många gånger är konsumenten av den uppfattningen att företaget man köper biljetten av är den officiella biljettförsäljaren. I själva verket är det ofta så att företaget säljer biljetten i andra hand. Det behöver därför tydligt framgå vid försäljning av biljetter om företaget är den officiella säljaren av biljetterna. Syftet är att det ska bli tydligare för konsumenten om man köper sina biljetter via en officiell sida till aktuellt pris eller om man handlar på andrahandsmarknaden och betalar ett överpris. Det förekommer också att både privatpersoner och företag köper upp åtråvärda biljetter för att sälja dem vidare i vinstsyfte, vilket resulterar i överpriser. Eftersom en person eller ett företag som säljer biljetter i andra hand kan prissätta efter eget tycke, säljs i stort sett alltid andrahandsbiljetter till ett betydligt högre pris än vid förstahandsförsäljning. Detta innebär en försämrad möjlighet att få tag i biljetter för de som vill besöka evenemanget, samtidigt som det också begränsar möjligheten för de som inte kan betala överpriser.

Som konsument är det vanskligt att köpa andrahandsbiljetter. Det kan innebära att man behöver betala överpris. Det är dessutom svårt att veta om biljetten är äkta, om platserna stämmer med det som bokats och om samma biljett sålts till fler personer. En ytterligare risk kan vara att om arrangemanget ställs in erhåller köparen möjligen enbart summan motsvarande det ursprungliga priset tillbaka och alltså inte det köparen betalat totalt för biljetten. Det finns ett förbud mot försäljning av biljetter köpta genom automatiserade
metoder, så kallade botar, som EU antog i revideringen av fyra konsumenträttighets direktiv i november 2019. I exempelvis Danmark och Norge är det förbjudet att sälja biljetter vidare till ett högre pris än det ursprungliga från arrangören. Ett förbud mot att sälja andrahandsbiljetter till ett högre pris än originalpriset bör därför införas.

Enhetlig och tillförlitlig realtidsinformation inom kollektivtrafiken

Det brister många gånger i informationen till resenärer då fel inträffar. Här saknas samordning mellan berörda aktörer och resenärer får inte alltid tillgång till enhetlig och tillförlitlig information när förseningar, inställda avgångar eller andra störningar uppstår. För att stärka konsumentperspektivet inom kollektivtrafiken behöver samordningen mellan statliga myndigheter, regionala kollektivtrafikmyndigheter och trafikföretag förbättras. Ett stärkt samarbete för att säkerställa enhetlig och tillförlitlig

realtidsinformation skulle förbättra resenärernas möjligheter att planera sina resor och fatta välgrundade beslut när störningar uppstår.

Stärk kollektivtrafikresenärers rättigheter vid förseningar och inställda avgångar

I kollektivtrafiken förekommer omfattande brister där konsumenter drabbas. Det gäller inte minst punktligheten, men även information kring då fel och förseningar inträffar. Från flera håll hörs stark kritik mot att tågtrafiken fungerar mycket dåligt. Det är så många problem med tågtrafiken i Sverige, med bland annat inställda och försenade tåg, att det krävs omfattande åtgärder för att komma till rätta med problemen.

Resenärer är intresserade av punktlighet för tidsmässig vinst, detta som ett skäl för att välja just kollektivtrafik. När det brister i punktlighet så orsakar det att deras planerade möten och andra trafikavgångar missas. Konsumentperspektivet ska vara lika starkt gällande resenärsrättigheter som för konsumenter vid tillhandahållande av andra produkter och tjänster. Enligt Svensk Kollektivtrafik är problemen störst inom tågtrafiken, eftersom samtliga aktörer där är beroende av varandra och olika former av stopp medför köer eftersom omkörningar inte kan göras. I augusti 2023 gav regeringen Trafikverket i uppdrag att ta fram förslag för att stärka järnvägsunderhållets genomförande och järnvägstrafikens robusthet, tillförlitlighet och punktlighet. I februari 2024 redovisade Trafikverket pågående och planerade åtgärder som syftar till att förbättra den operativa förmågan. Åtgärderna är strukturerade i nio fokusområden som omfattar exempelvis införande av nya affärsupplägg, förbättrad reservdelsstrategi och riktade utbyten av viktiga komponenter. Det återstår dock att se hur väl åtgärderna kommer att förbättra situationen för resenärerna. Vi ser fortsatt behov av förbättringar på området. Resenärer ska ha rätt till tydlig information, skälig kompensation och snabb återbetalning vid inställda eller kraftigt försenade kollektivtrafikresor.

Stärk tågresenärers rätt till ersättning vid förseningar och inställda avgångar

Tågresenärer är konsumenter och ska följaktligen ha goda och likvärdiga rättigheter. Det är därför nödvändigt att tågresenärer ska erbjudas ett starkare skydd vid förseningar och inställda avgångar än vad som erbjuds i dagsläget. Det är viktigt att reglerna kring ersättning ger tågresenärer goda möjligheter till ersättning när resor ställs in eller försenas. Tågresenärers rätt till ersättning vid förseningar och inställda avgångar behöver därför stärkas. I dag så omfattas flygpassagerare av ett starkare och mer generöst ersättningsskydd än tågresenärer. Trots att resor med tåg är mer klimatneutralt än flygresor. Därtill så täcks ofta inte kostnader för alternativa transporter vilket ofta kan vara nödvändigt vid inställda eller försenade avgångar. Regeringen bör därför utreda hur tågresenärers rätt till ersättning vid inställningar och förseningar kan stärkas för att mer efterlikna det ersättningsskydd som finns för flygresenärer.

Kontantplikt för livsnödvändiga konsumtionsartiklar

Kontantanvändningen har minskat kraftigt de senaste åren och har ersatts av kortbetalning och digitala betalsätt i takt med den ökade digitaliseringen. Kontanter är dock fortsatt ett effektivt medel för sparande, särskilt i kristid. Svensk Handel menar att det finns grupper i samhället som i högre utsträckning är beroende av kontanter än andra, exempelvis äldre, funktionsnedsatta och turister. Riksbanken har lyft behovet av en viss mängd kontanter för att ekonomin ska fungera. Samtidigt är kontanter viktiga för social inkludering för vissa grupper av samhället såsom äldre personer och låginkomsttagare.

Kontantutredningen som tillsattes av den tidigare Regeringen tillsammans med Sverigedemokraterna mynnade ut i Prop. 2025/26:199 Åtgärder för att stärka kontanternas funktionssätt. Propositionen gav livsmedelsbutiker och apotek en skyldighet att ta emot kontanta betalningsmedel. Att det från och med 2026 finns en kontantplikt för större livsmedelsbutiker och apotek är en stor framgång och innebär en styrka för Sverige ur beredskapssynpunkt och en lättnad får många äldre. Vi föreslår därför att Regeringen följer upp den nya lagen samt ser till att livsmedelsbutiker och apotek följer den nya lagstiftningen.

Clara Aranda (SD)

Dennis Dioukarev (SD)

Denice Westerberg (SD)