

Motion till riksdagen 2021/22:2534

av **Angelica Lundberg m.fl. (SD)**

Sverigevänlig konsumentpolitik

Innehållsförteckning

Förslag till riksdagsbeslut.....	2
Motivering	4
Mål för konsumentpolitiken	5
Ursprungsmärkning	5
Märkning av produkter från obedövad slakt	6
Innehållsförteckning på alkoholhaltiga drycker	6
Ursprungsmärkta menyer	7
Handla svenskt.....	7
Barn som konsumenter	8
Underlätta aktiva konsumentval	9
Ångerrätt och reklamationsrätt	10
Skärpta regler vid telefonförsäljning	10
Telefonförsäljning av lotter och spel	11
Åtgärder mot bluffakturor	11
Åtgärder mot ocker.....	12
Konsumentverkets stöd till organisationer	12
Försäljning av andrahandsbiljetter	13
Resenärsrättigheter i kollektivtrafiken	14
Automatiserat beslutsfattande	14

Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att införa ett nytt konsumentpolitiskt mål – att alla konsumenterna ska kunna konsumera hållbart, tryggt och aktivt – och tillkännager detta för regeringen.
2. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om obligatorisk ursprungsmärkning av samtliga animaliska produkter och tillkännager detta för regeringen.
3. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om förbättrad ursprungsmärkning av livsmedel med information om vilka nationella regler som gäller för produktionen och de anställdas villkor och tillkännager detta för regeringen.
4. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att regeringen bör verka för att förbjuda import till Sverige av produkter från obedövad slakt och tillkännager detta för regeringen.
5. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att till Sverige importerade produkter från obedövad slakt, till dess ett importförbud finns på plats, ska märkas tydligt och tillkännager detta för regeringen.
6. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att Sverige inom EU ska verka för ett förbud mot slakt utan bedövning och tillkännager detta för regeringen.
7. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att Sverige inom EU, till dess att det finns ett förbud mot obedövad slakt inom hela unionen, ska verka för att produkter från djur som slaktats utan bedövning ges en tydlig märkning och tillkännager detta för regeringen.
8. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att Sverige inom EU ska verka för att innehåll i alkoholhaltiga drycker ska uppges på innehållsförteckningen och tillkännager detta för regeringen.
9. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att införa ursprungsmärkning av huvudingrediensen i rätter på menyer och tillkännager detta för regeringen.
10. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att nationella riktlinjer bör tas fram om hur ökad upplysning om fördelar med att handla svenskt bör ske och tillkännager detta för regeringen.
11. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att ett nationellt regelverk för märkning av kulturhistoriskt värdefulla svenska matprodukter bör tas fram och tillkännager detta för regeringen.
12. 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.
13. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att säkerställa ett bra konsumentskydd för barn och unga i den digitala världen och tillkännager detta för regeringen.
14. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att Sverige i EU ska verka för att gällande svenska lagar för marknadsföring riktad mot barn ska utgöra miniminivå i hela Europa och tillkännager detta för regeringen.
15. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att regeringen bör lägga fram förslag till åtgärder för kontroller och sanktioner mot de företag som bryter

- mot lagen gällande direktriaktad reklam till barn och tillkännager detta för regeringen.
16. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att tydliggöra i lagstiftningen gällande när en vara anses vara i köparens besittning och tillkännager detta för regeringen.
 17. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att utreda hur det kan underlättas för konsumenter att byta bank och hur förfarandet för fullständigt bankbyte via fullmakt kan göras och tillkännager detta för regeringen.
 18. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om tidsfristen för utövande av ångerrätt och tillkännager detta för regeringen.
 19. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om förlängd tidsperiod för omvänd bevisbörda och tillkännager detta för regeringen.
 20. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att utreda hur differentierad reklamationsrätt kan införas och tillkännager detta för regeringen.
 21. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att företag, inte enbart privatpersoner, ska få utökat skydd mot försäljning som görs av försäljare via telefon och tillkännager detta för regeringen.
 22. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att ångerrätten vid telefonförsäljning ska gälla för företag, inte enbart privatpersoner, och tillkännager detta för regeringen.
 23. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att utöka skriftlighetskravet till att också gälla telefonförsäljning av lotter och spel och tillkännager detta för regeringen.
 24. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att inga undantag ska göras för partier eller bolag och föreningar som ägs av politiska partier, gällande försäljning av lotter och spel, och tillkännager detta för regeringen.
 25. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att lotter och spel inte ska kunna säljas på kredit och tillkännager detta för regeringen.
 26. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att regeringen bör ta fram förslag till sanktioner för de som levererar kring oriktiga fakturor och tillkännager detta för regeringen.
 27. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att upprätta en myndighetsadministrerad offentlig varningslista gällande bluffakturor och tillkännager detta för regeringen.
 28. 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.
 29. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att skärpa kontrollen av de organisationer som söker statligt stöd från Konsumentverket och tillkännager detta för regeringen.
 30. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att i förordningen om statligt stöd till organisationer på konsumentområdet tydliggöra vikten av partipolitiskt oberoende för att erhålla stödet och tillkännager detta för regeringen.
 31. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att revidera förordningen om statligt stöd till organisationer på konsumentområdet, så att organisationer vars samarbetsorgan erhållit stödet inte samma år kan beviljas stöd, och tillkännager detta för regeringen.

32. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att införa ett förbud mot att sälja andrahandsbiljetter till ett högre pris än originalpriset och tillkännager detta för regeringen.
33. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att Trafikverket och Konsumentverket bör ges i uppdrag att ta fram förslag till hur fullgod punktlighet och information kan uppnås genom förnyad ansvarsfördelning och utökad samordning mellan berörda inom kollektivtrafiken och tillkännager detta för regeringen.
34. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att regeringen ska se över lagen (2015:953) om kollektivtrafikresenärers rättigheter i syfte att göra förändringar för att tillgodose en god konsumenträtt avseende punktlighet, information och parkeringsplatstillgänglighet kopplat till kollektivtrafiken och tillkännager detta för regeringen.
35. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att det bör tillsättas en utredning för att förtydliga och stärka utökad lagstiftning som gäller i samband med tjänster där automatiserat beslutsfattande ingår, för ökad konsumenttrygghet, och tillkännager detta för regeringen.

Motivering

Konsumentpolitiken är ett viktigt område som berör alla människor i deras vardag. Grundläggande är att alla ska känna sig trygga med sina köp och veta vilka regler som gäller både före, under och efter köp.

För att kunna konsumera säkert och hållbart behövs möjlighet till påverkan och konsumentmakt. Rätt stöd och skydd i samhället, i relation till företag såväl som myndigheter, är av vikt. Medvetna och aktiva val ska kunna göras. Det kräver att den hjälp som kan behövas snabbt och enkelt erhålls. Det kan exempelvis gälla information om regler och riktlinjer, vad som gäller om avtal, alternativa valmöjligheter och vart man kan vända sig för hjälp med problem kring köp.

För att kunna handla hållbart och välja produkter som minskar påfrestningarna på miljön, är det avgörande att information finns lättillgänglig så att medvetna val kan göras. Det är av stor vikt att ge konsumenter vetskap om vad produkter innehåller och om mer abstrakta värden som lönevillkor och arbetsvillkor för de som producerar varan. Det är även centralt för konsumenter att få veta hur och av vad varan tillkommit. När det uppstår en tvist ska det vara tydligt vilka regler som gäller, så att konsumenter vet vad de kan förvänta sig.

Mer konsumentinriktade mål behövs, än de mål som regeringen satt upp, vilka utgår från marknaden. Vi vill även se lämpliga förhållanden inom marknadsföring i relation till barn som konsumenter och att förbättringar görs på området för att skydda de mest utsatta grupperna. Fler viktiga områden är möjligheterna att handla svenskt och när-odlat, att gynna svenska företag och svenskt näringsliv.

Vidare bör ursprungsmärkning av varor, på samtliga animalieprodukter, och att införa ursprungsmärkning på menyer och innehållsförteckning för alkoholhaltiga drycker prioriteras på konsumentområdet. Reglerna för telefonförsäljning, för telefonförsäljning specifikt av lotter och spel samt försäljning av andrahandsbiljetter, behöver skärpas. Större kontroll behövs över stödet till organisationer på konsumentområdet.

Konsumenträttigheter ska vara goda inom kollektivtrafiken. Regelverket gällande automatiskt beslutsfattande inom de tjänster och produkter som innefattar artificiell intelligens, behöver förtydligas och förbättras.

Att generellt underlätta aktiva val för konsumenter är viktigt. Detsamma gäller förbättringar i lagstiftning kring då en vara anses vara i köparens besittning och att underlätta för konsumenter som vill byta bank. Även åtgärder mot bluffakturor och mot ocker är prioriterade områden liksom förbättrade regler för reklamation och ångerrätt.

Mål för konsumentpolitiken

Svenska konsumenter ska ha makt över sin konsumtion, kunna använda sina resurser effektivt och ha rätt att få information om produkter och tjänster. Att fatta välgrundade beslut baserade på korrekt information om produkten, tjänsten eller företaget som tillhandahåller den, ska vara en självklar rättighet för konsumenter. Konsumenter ska ha en stark ställning på hela marknaden och kunna känna sig trygga i köpsituationer. Viktigt är också att konsumtion i samhället totalt sett, är hållbar ur samtliga perspektiv. Det gäller såväl ekonomiskt som socialt och miljömässigt. Därför ska samtliga perspektiv finnas med i den konsumentpolitiska målsättningen och vara jämställda varandra.

Regeringen noterar att ”målet för konsumentpolitiken är väl fungerande konsumentmarknader och en miljömässigt, socialt och ekonomiskt hållbar konsumtion. För detta krävs fungerande lagstiftning som skyddar konsumenterna samt ett konsumentstöd som är lättillgängligt och tillförlitligt. Ett högt konsumentskydd är viktigt även utanför Sveriges gränser, till exempel vid resor eller inköp via internet”. Målet är mycket generellt och siktar på konsumentmarknaden. Det utgår inte från konsumenterna själva. Sverigedemokraterna värnar konsumenterna, och ett välfungerande mål behöver utgå ifrån individerna och deras konsumtion samt goda förutsättningar, regler, riktlinjer och stöd för konsumenterna.

Målet för konsumentpolitiken ska vara att alla konsumenter ska kunna konsumera hållbart, tryggt och aktivt.

Ursprungsmärkning

Ursprungsmärkning är viktig ur många aspekter. Konsumenter ska ha möjlighet och 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. Ursprunget har en avgörande betydelse även för andra varor samt vilka regler som gällt för produktionen. Skillnaden kan vara stor mellan kött som är producerat i Danmark eller i Sverige, trots att det handlar om två grannländer.

Ursprungsmärkning är idag enbart obligatorisk för ett fåtal livsmedel och det finns inget krav från EU att produkter måste ursprungsmärkas; det är upp till varje enskilt medlemsland att bestämma. Sverige har ingen egen lagstiftning om ursprungsmärkning även om vissa varor, exempelvis textilier och livsmedel, har särskilda regler för ursprunget på delar av innehållet. Ursprungsmärkning krävs i de flesta fall enbart om

konsumenten kan bli vilseledd om uppgiften saknas. Vissa livsmedel som exempelvis honung, frukt och olivolja ska enligt EU:s förordningar märkas med ursprung. Även fisk samt kött av nöt, gris, lamm, get och fågel ska märkas, men det gäller inte kött som värmebehandlats, rimmats, panerats, kryddats eller marinerats. Hur ett djur har behandlats under uppväxt och slakt, antibiotikaanvändning och djurskyddsregler torde ha betydelse för många konsumenter. Därför ska alla animaliska produkter omfattas av obligatorisk ursprungsmärkning.

Enligt den EU-förordning som gäller från och med den 1 april 2020 ska uppgift om ursprungsland eller härkomstplats för den primära ingrediensen anges. Om ursprungslandet eller härkomstplatsen för en primär ingrediens inte är densamma som det ursprungsland eller den härkomstplats som anges för livsmedlet, ska det anges på något av flera alternativa sätt. Dessa kan vara exempelvis ”EU”, ”icke-EU” eller ”EU och icke-EU”. Den typen av övergripande märkning är inte tillräcklig då villkor och produktionssätt kan skilja sig åt väsentligen mellan olika EU-länder. Reglerna behöver alltså förbättras så att medvetna val möjliggörs för konsumenter. Märkningen ska alltid ge konsumenten information om vilka nationella regler som gäller för produktionen och de anställdas villkor.

Märkning av produkter från obedövad slakt

Många svenska konsumenter äter i dag kött från djur som halal- eller kosher-slaktats, ofta helt utan vetskap. Slaktmetoderna innebär kortfattat att djuren avlivas och avblodas helt utan bedövning, vilket innebär ett utdraget dödsförlopp med onödigt lidande, smärta och ångest för djuret. Eftersom det tycks finnas en marknad för dessa produkter och därmed också ekonomiska incitament, blir det allt vanligare att köttproducenter övergår till dessa slaktmetoder. Andelen kött som slaktats med dessa båda slaktmetoder ökar. I vissa producentländer slaktas till exempel allt får- och lammkött med detta tillvägagångssätt. I en rapport från EU-kommissionen framkommer att närmare 75 procent av nötkreaturen inom EU slaktas utan bedövning.

Slakt utan bedövning är förbjudet i Sverige och ett förbud mot import av dessa produkter bör snarast införas. Det är oväsentligt för djuret som lider, om slakten skett i Sverige eller någon annanstans. Sverige ska även inom EU verka för att slakt utan bedövning förbjuds inom hela unionen.

För att stärka konsumentmakten ska alla produkter som saluförs i Sverige och kommer från djur som slaktats utan bedövning, ges tydlig märkning. Till dess att ett förbud mot slakt utan bedövning finns på plats, ska Sverige också inom EU verka för att produkter från djur som slaktats utan bedövning, ska märkas tydligt inom hela EU.

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, som gäller i Sverige, tillåter exempelvis 63 olika tillsatser och

processhjälpmiddel vid tillverkning av vin utan att dessa på något sätt behöver deklarerar.

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 inom EU verka för att innehållet i samtliga livsmedelsprodukter samt alkoholhaltiga drycker, redovisas och tydliggörs för konsumenter.

Ursprungsmärkta menyer

Konsumenter ska ha rätt att veta vad de köper på restaurang. Det är alltid möjligt att fråga personalen, men det kan ibland uppfattas som omständligt, och många personer avstår av olika skäl. Det bör framgå av menyn vilket ursprung huvudingrediensen i maträtten har, då det kan ha avgörande betydelse för vilka restprodukter som kan förväntas och hur villkoren ser ut för de som producerat maten.

Ett exempel på där skillnader mellan producentländer förekommer, är antibiotika-användandet i köttproduktion. Information om regler för djurhållning, arbetsvillkor och besprutningsgrad behövs för att kunna göra medvetna val.

Regeringen gav i juli 2018 Livsmedelsverket i uppdrag att analysera vilka underlag som Sverige behöver ta fram för en anmälan till EU-kommissionen om nationella bestämmelser om obligatorisk ursprungsmärkning av kött och fisk på restauranger och i storhushåll. Ett år senare fick Livsmedelsverket i uppdrag att också ta fram underlagen. Syftet var att få fram bestämmelser om obligatorisk ursprungsinformation för kött på restauranger och i storhushåll. Uppdraget skulle redovisas den 1 december 2020, men detta är i september 2021 enligt Näringsdepartementet framskjutet. Detta är ett steg i rätt riktning, även om det tar lång tid för regeringen att agera i frågan. Sverigedemokraterna har länge drivit förslaget. Ursprungsmärkning bör införas för huvudingrediensen gällande allt som köps på restaurang, inte enbart kött. Produktursprung ska införas på menyer för ökad konsumentmakt.

Handla svenskt

Det är eftersträvansvärt att konsumenter väljer närproducerade produkter som har lång hållbarhet, eftersom det ger mindre påverkan på miljön. Många svenska produkter håller god kvalitet och har hög hållbarhet samt närproducerade produkter orsakar minimal miljöpåverkan genom minskad mängd transporter. Att handla svenskt kött innebär förutom kortare transportväg även bättre villkor för djuren och ökat stöd till svenska företagare. Det är positivt för det svenska näringslivet.

Maten spelar en central roll. Förutom att utgöra en nödvändig näringskälla är den bärare av traditioner, kultur och upplevelser. 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.

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.

Barn som konsumenter

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 sälla 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 enbart en liten del numera som direktadresseras. Den största delen av reklam och reklambudskap ges via alla de digitala kanaler och plattformar som barn hanterar. Av den anledningen behövs en lagskärpning, för ökat skydd gällande marknadsföring riktad till barn. Eftersom direkta köpuppsmaningar till barn är förbjudna och räknas som otillbörlig marknadsföring så krävs åtgärder för kontroller och sanktioner mot de företag som bryter mot lagen.

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 marknadsföringslagen 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 köpuppsmaning. Detta kan orsaka köptryck hos både barn och föräldrar. Här behöver även den svenska lagstiftningen uppdateras så att konsumentskyddet för framförallt barn och unga följer 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.

Underlätta aktiva konsumentval

Sverigedemokraternas konsumentpolitik utgår till stor del från den lilla människans perspektiv. Ett välfungerande samhälle där lagar och regler är logiska och så enkla som möjligt att förstå eftersträvas. Konsumenter vill känna trygghet och erhålla nödvändig information för att kunna fatta bra beslut i varje situation. Parallellt med att näringslivets villkor utvecklas och att det finns en välfungerande konkurrens, behöver konsumenternas villkor kontinuerligt också utvecklas. Konsumenten ska ha möjligheten att göra aktiva val.

Riksdagen har tidigare bifallit regeringens förslag i betänkandet Tydligare regler vid konsumentavtal. Detta handlar om att reglerna vid konsumentavtal som inte ingås fysiskt i butik utan på distans via telefon eller digitalt ska bli tydligare för konsumenter och näringsidkare. Konsumenten ska i samband med sådana distansavtal få ett formulär att fylla i gällande ånger av köp. Det ska också bli tydligare vid vilken tidpunkt under en leverans som ansvaret för en vara går över från näringsidkaren till konsumenten. Dessa lagändringar började gälla 1 maj 2020. Ändringarna är positiva, men mer behöver göras för att underlätta aktiva val. Regleringen för när en vara ska anses vara i köparens besittning bör utredas och förtydligas. Det är vanligt att konsumenter handlar via internet och får hemleveranser. Men det är inte alltid möjligt att vara hemma då leveransen sker. Många anser att det är bekvämt att få ett paket eller en matkasse lämnad vid dörren. Vid vilken tidpunkt en vara anses vara i köparens besittning skiljer sig i dagens lagstiftning beroende på om konsumenten bor i villa eller lägenhet, vilket i sin tur påverkar vilken rätt köparen har gentemot säljaren.

Att byta mobilabonnemang är idag enkelt då konsumenten har rätt att medföra sitt gamla telefonnummer till den nya operatören. Detta beror framför allt på att mobiltelefonnummer är standardiserade, vilket rent tekniskt möjliggör medflyttning. Banktjänster är däremot inte standardiserade på likvärdigt sätt. Bankerna har inte samma format och syntaxer för de tjänster de erbjuder, vilket förhindrar flyttning. Den som vill byta bank kan naturligtvis öppna ett kundengagemang i ny bank vid sidan om den befintliga banken, men bankkontonummer kan inte enkelt flyttas över. Dessutom är det omöjligt att medföra clearingnummer eftersom dessa av tradition är knutna till det fysiska bankkontoret. Det behöver undersökas om clearing- och bankkontonummer kan ersättas av en standardiserad nummermodell inom Sverige. Eftersom byte av bank i regel innebär att tjänster behöver flyttas var för sig och att alla banker inte erbjuder samma tjänster, kan detta försvåra byte av bank. Det kan uppfattas vara en alltför krånglig procedur. Regelverket för fullmaktsförfarande vid bankbyte behöver utvecklas, så att fler tjänster kan flyttas enklare och där endast en underskrift genom bank-id eller en vanlig signatur krävs. Detta skulle underlätta för bankkunderna och ge dem möjlighet att ställa högre krav på sin bank. Med anledning av detta behöver det utredas hur det kan underlättas för konsumenter att byta bank och hur förfarandet för fullständigt bankbyte via fullmakt kan göras.

Ångerrätt och reklamationsrätt

Reglerna för konsumentavtal behöver förtydligas ytterligare. Det är inte EU och EU:s politiker som ska besluta vad som ska gälla i Sverige, men vi är i dagsläget bundna av EU-direktiv. Sveriges införlivande av EU:s direktiv om konsumenträtt och frågan kring hur ångerrätten ska hanteras har ifrågasatts. Det räcker enligt kommissionen inte med att informera om den standardblankett som EU beslutat ska användas vid utnyttjande av ångerrätten, utan säljaren ska vara skyldig att överlämna formuläret till konsumenten. Det är högst rimligt. Med anledning av detta överlämnade regeringen propositionen Tydligare regler vid konsumentavtal (prop. 2019/20:63) till riksdagen. I den föreslogs, tvärt emot vad promemorian föreslog, att ångerfristens 14 dagar skulle börja löpa även om formuläret inte tillhandahållits. Sverigedemokraterna motsatte sig detta. Vi menar att direktivet klart fastställer att ångerfristen ska löpa ut 14 dagar efter den dag då konsumenten mottagit informationen. Då informationen kommer att innefatta även ett tillhandahållande av själva formuläret och beskriver att formuläret måste lämnas innan ett avtal ingås, måste formuläret i sig därmed anses tillhöra informationen. Tidsfristen för utövande av ångerrätten ska därför inte börja löpa innan säljaren tillhandahållit formuläret för utövande av ångerrätten.

I Sverige gäller tre års reklamationsrätt, och inom EU har konsumenter rätt att reklamera en vara inom två år. Fel som visar sig inom sex månader efter det att varan levererades förutsätts ha funnits vid leveransen om inte annat framgår. Bevisbördan för när felet uppstod övergår efter detta till konsumenten. Inom EU diskuteras möjligheten att förlänga tiden till 12 månader, något som Sverigedemokraterna är positiva till. Sverige bör verka för att så sker. Att förlänga tidsperioden för när näringsidkaren måste bevisa att felet inte fanns vid leverans, så kallad omvänd bevisbörda, skulle medverka till att stärka konsumentskyddet.

Även möjligheterna till en differentierad reklamationsrätt behöver ses över. Detta eftersom exempelvis en hårfön eller ett par hörlurar inte förväntas hålla lika länge som en gräsklippare eller en tvättmaskin. Det är därför rimligt att produkter med längre förväntad livslängd också har längre reklamationsrätt och att den omvända bevisbördan procentuellt sett följer reklamationstiden.

Skärpta regler vid telefonförsäljning

Alla affärer bygger på att säljare och köpare, båda parter, är nöjda med uppgörelsen. Så ser det inte alltid ut, framförallt 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 små företagare, 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.

Telefonförsäljning av lotter och spel

Försäljning av lotter och spel om pengar som sker genom att telefonförsäljare ringer upp personer med försök till övertalning att köpa lotter är oetiskt. Ofta sker detta med löften om stor möjlig vinst. Telefonförsäljning av spel och lotter innebär i sig självt påträngande och aggressiv försäljning, vilket är negativt. Genom skriftliga avtal skulle tryggheten i samband med köp öka för konsumenten.

Den 1 september 2018 infördes ett skriftlighetskrav vid telefonförsäljning i syfte att stärka konsumentskyddet. Men kravet omfattar inte lotterier och andra speltjänster eller paketresor. I civilutskottet riktades våren 2021 ett tillkännagivande från riksdagen till regeringen med uppmaningen att den i sitt pågående arbete särskilt ska se över om krav på skriftliga avtal vid telefonförsäljning av lotter och andra spel kan komma att gälla. Det återstår att se när regeringen kommer att anamma uppmaningen.

Det är anmärkningsvärt att det finns särskilda undantag för politiska partiers försäljning av lotter och spel på kredit, vilket möjliggör högst tveksamma upplägg. 2019 var försäljningen Socialdemokraternas största inkomstkälla och partiet sålde lotter för hela 181,5 miljoner kronor. De lagar som finns för att skydda konsumenter ska givetvis gälla även för politiska partier och bolag och föreningar som ägs av politiska partier. Lotter och spel ska aldrig säljas på kredit och försäljningen ska inte vara aggressiv.

Det tar lång tid för regeringen att hantera denna fråga. Redan riksdagens verksamhetsår 2017/18 tillkännagav riksdagen till regeringen att man bör ta fram ytterligare skriftlighetskrav. Sverigedemokraterna är måna om att framhålla vikten av snabbare hantering. Man behöver på bättre sätt och mer skyndsamt agera för konsumenternas trygghet gällande telefonförsäljning.

Åtgärder mot bluffakturor

Konsumenttryggheten behöver ökas och skärpningar göras kring olovlig försäljning och bluffakturor. Konsumentverket och konsumentrådgivare informerar och ger råd kring bluffakturor och Svensk Handel tillhandahåller en varningslista över företag med icke seriösa försäljningsmetoder och vilseledande erbjudanden. Polisen har även i samverkan med bland annat Bolagsverket tagit fram en guide till hur man bör gå tillväga för att bestrida bluffakturor. Detta är positivt, men kraftiga åtgärder med skärpt lagstiftning om sanktioner i samband med bluffakturor måste till. En myndighetsadministrerad tjänst genom en särskild hemsida där företagare och privatpersoner ska kunna anmäla fakturor som man anser eller misstänker kan vara felaktiga, ska upprättas för att stärka konsumentskyddet.

En översyn av regelverken behöver också göras. Där det är uppenbart att man satt i system att utnyttja reglerna, bör också straffen var kännbara. En översyn behövs av hur det kan undvikas att regelverk som skapats för handel mellan företag samt mellan företag och privatpersoner utnyttjas av kriminella.

Även reglerna för förenklat tvistemål ska ses över. Detta så att icke seriösa företag inte systematiskt ska kunna undgå rättegångskostnader. Icke seriös försäljning ska dessutom i mycket högre utsträckning hanteras av polis och åklagare, snarare än som avtalsbrott i domstol.

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 oskäligen 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 rättestak 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.

Konsumentverkets stöd till organisationer

Stödet till organisationer på konsumentområdet och reglerna kring det behöver skärpas. Konsumentverket betalar idag ut stöd till organisationer med stöd av förordningen (2007:954) om statligt stöd till organisationer på konsumentområdet. Syftet är enligt Konsumentverket att stödja konsumentintresset inom olika verksamhetsområden. För att erhålla stödet krävs enligt förordningen att organisationen är nationell, demokratiskt uppbyggd och partipolitiskt obunden och bedriver verksamhet utan vinstsyfte. Bidrag får inte ges till en förening som har skatteskulder eller skulder till Kronofogden eller som är aktuell för konkurs eller likvidation. Stödet delas upp i organisationsstöd och verksamhetsstöd. Organisationsbidrag får lämnas till en organisation som har som huvudsakligt syfte att tillvarata svenska konsumenters intressen nationellt eller internationellt, har bedrivit verksamhet i enlighet med ett sådant syfte under minst två år före ansökan om bidrag, är rikstäckande och har minst 1 000 betalande medlemmar. Verksamhetsstöd får lämnas till en organisation vars verksamhet syftar till att stärka svenska konsumenters inflytande på marknader i Sverige. Det stödet får även lämnas till en organisation som verkar inom Europeiska unionen eller andra internationella forum och där representerar svenska konsument.

Vid granskning av de senaste årens utbetalningar visar det sig att stödet har betalats ut till organisationer som inte uppfyller kraven i förordningen. Exempelvis har stöd

betalats ut till lokala organisationer och andra organisationer där det kan anses tveksamt om det huvudsakliga syftet är att tillvarata konsumenternas intressen. Det är inte heller ovanligt att organisationerna har en tydlig politisk riktning och att deras företrädare öppet uttrycker stöd för vissa politiska inriktningar även om de inte officiellt är knutna till något parti. Detta innebär att deras oberoende kan ifrågasättas.

Kontrollen av organisationer som söker stödet måste skärpas så att skattemedel inte fördelas ut felaktigt. Vikten av partipolitiskt oberoende ska också tydliggöras, för att kunna erhålla stödet. Bidrag får, enligt förordning 2018:1198, lämnas till en organisation som är ett samarbetsorgan för flera organisationer. Det innebär i praktiken att en organisation kan erhålla flera stöd om den ansöker om stödet själv och samtidigt tillhör en paraplyorganisation som i sin tur ansöker om stöd. Detta bidrar till en orättvis fördelning.

Förordningen behöver därför ses över för att skärpa kontrollen av de organisationer som övervägs ges stöd, för att tydliggöra vikten av partipolitiskt oberoende och för att undvika att samma organisation beviljas dubbla stöd.

Försäljning av andrahandsbiljetter

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

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 förbud mot försäljning av biljetter köpta genom automatiserade metoder, så kallade botar, som EU antog i revideringen av fyra konsumenträttighetsdirektiv i november 2019 är inte tillräckligt. Mer behöver göras för att skydda konsumenterna. I flera andra länder, exempelvis Danmark och Norge, är det förbjudet att sälja biljetter vidare till ett högre pris än det ursprungliga från arrangören. Därigenom minskar intresset för att köpa biljetter i vidareförsäljningssyfte. Ett sådant förbud i Sverige skulle öka konsumentskyddet och hindra oseriösa aktörer.

Resenärsrättigheter i kollektivtrafiken

Inom kollektivtrafiken förekommer i vissa fall brister där konsumenter drabbas. Det gäller inte minst punktligheten, även information kring då fel och förseningar inträffar samt att det råder parkeringsplatsbrist i anslutning till hållplatser.

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 planering, 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. Här behöver trafiktabeller mellan godstrafik respektive passagerartrafik synkroniseras.

Det brister många gånger även i informationen till resenärer då fel inträffar. Här saknas samordning mellan transportörer, där Trafikverket och kommunerna inte har skyldighet att informera Svensk Kollektivtrafik eller SJ om förändringar. Någon form av ansvar för samordning genom stationsråd på plats för att ge resenärer den information som behövs, skulle förbättra konsumentperspektivet inom kollektivtrafiken. Ytterligare behov är bättre platstillgänglighet för bilparkering i anslutning till hållplatser, eftersom det i många fall saknas tillgänglighet och tillräckligt antal parkeringsplatser.

Utökade uppdrag till berörda myndigheter för att få nödvändiga förändringar till stånd och att se över lagen (2015:953) om kollektivtrafikresenärers rättigheter utifrån gällande problematik, skulle bättre svara mot en god konsumenträtt.

Automatiserat beslutsfattande

Idag kartläggs konsumtionsmönster, vanor, beteenden och konsumenters köp i hög grad. Det ska vara transparent och tydligt vad som kartläggs och konsumenten ska kunna säga nej till kartläggning om man så önskar. Det behöver i minst lika hög grad vara möjligt för konsumenter att få kunskap och kartläggning om regler, alternativa valmöjligheter, avtal och om företagstjänster och produkter, som andra har tillgång till konsumenternas vanor och beteenden. Det finns behov av utökad konsumentssäkerhet och trygghet kring automatiserat beslutsfattande i de tjänster där sådan ingår. Det gäller inte minst de tjänster som oskyddade konsumenter, exempelvis barn, använder.

Artificiell intelligens används i stor utsträckning. Det är en exponentiell teknik som utvecklas i snabb takt och med kraftfull verkan. Den skapar stora möjligheter med smarta produkter och tjänster. Det ställer också kompetenskrav, förändrar användningsätt och ställer nya krav kring hantering av data och säkerhet. Automatiserat beslutsfattande används sedan en längre tid tillbaka i stor utsträckning inom svenska myndigheter och tjänster som privatpersoner där använder. Detta exempelvis inom Arbetsförmedlingen, Transportstyrelsen, Försäkringskassan och vissa kommuner. Även företag använder det i upphandlingsprocesser och inom ekonomiadministration. Det förekommer också i andra former av tjänster och produkter som kommersiella företag levererar. I en vidare bemärkelse är teknikens användning i tjänsterna ändå relativt ny

och modern och regelverket har inte utvecklats i samma takt som övrig teknik- och tjänsteutveckling.

En rad faktorer behöver mer anpassad reglering. Det gäller bland annat åtgärder kring säkerställande av konsumenternas förtroende om säkerhet och funktion, etiska frågor och möjlighet till mänsklig kontroll. Fler faktorer att ta hänsyn till är ansvarsfördelning, korrigeringsmöjlighet samt möjlighet att pröva och häva beslut. Ytterligare aspekter som behöver säkerställas är säkring av hantering och skydd av personuppgifter, åtgärder för eventuella luckor i lagstiftningen samt anpassning av risk- och säkerhetsbestämmelser för olika produkter. Dessa viktiga aspekter har även Europaparlamentet lyft, vilket framgår av resolutionen om automatiserat beslutsfattande Att säkerställa konsumentskydd och fri rörlighet för varor och tjänster 2019/2915(RSP). Den europeiska kommissionen har därför tillsatt en expertgrupp för AI-frågor.

I Sverige behöver det tillses i så stor utsträckning som möjligt att svenska konsumenters och berörda intressenters intressen bemöts och skyddas i lagstiftning. Eventuell harmonisering med EU-lagstiftning får inte innebära att svenska konsumenters trygghet och säkerhet får stå tillbaka. Som konsument kan det i flera olika fall vara nödvändigt att kunna ändra beslut och köp. Det behövs därför tydlig reglering och moderniserade tillsynsmöjligheter då konsekvenserna av AI-teknikerna kan bli stora. Nackdelen med AI-system är svårighet att förklara beslut i efterhand och att åtgärda problem och att felaktigheter kan förekomma i systemen. Det förekommer tillförlitlighetsbrister och att system har brister i transparens. Konsumenter behöver ha rätten att motsätta sig beslut som fattats automatiskt och att få veta vilka data som används, i vilket syfte och vem som har tillgång till dessa data. Lagstiftning behöver baseras på risken för allvarliga konsekvenser. Leverantörer av tjänster där AI-system används ska kunna demonstrera att systemen följer relevant lagstiftning, exempelvis genom insyn från tillsynsmyndighet.

Angelica Lundberg (SD)

Mikael Eskilandersson (SD)

Roger Hedlund (SD)