



Justitiedepartementet
Enheten för familjerätt och allmän
förmögenhetsrätt
Kansliråd Johan Klefbäck

Stockholm, 4 maj 2019

Remissyttrande

Tydligare regler vid konsumentavtal

NDM – Näringslivets Delegation för Marknadsrätt - är ett samarbetsorgan inom svenskt näringsliv, främst i frågor som rör konsumentpolitik och marknadsrätt. En medlemsförteckning bifogas.

NDM har fått förslaget på remiss och önskar framföra följande synpunkter av generell karaktär. Mer detaljerade synpunkter mot förslaget har utvecklats i föreningen Svensk Handels remissyttrande och NDM hänvisar därför även till det yttrandet.

Generellt ifrågasätter NDM hur de förslagna ändringarna har konsekvensbedömts. NDM efterlyser en djupare analys av de faktiskt konstaterade ökade kostnaderna för näringsidkaren. Det är tydligt att förslaget kommer innebära ekonomiska och administrativa konsekvenser för svenska näringsidkare som inte enbart är av en begränsad karaktär. Dessa utreds inte närmare. NDM konstaterar också att utredningen helt saknar en analys av de miljömässiga konsekvenserna och hållbarhetsperspektivet vilket är anmärkningsvärt mot bakgrund av regeringens positionering i frågorna.

Informationskrav

NDM anser att de ändringar som föreslås angående informationskravet är mindre justeringar som troligen kommer att få begränsad effekt på företagens redan betungande informationsbörda. Det skulle varit önskvärt om ett helhetsgrepp tagits om informationsplikterna i syfte att minska den totala bördan.

När det gäller informationsplikten vid distanskommunikation med ett begränsat utrymme ifrågasätts förslaget som innebär att standardformuläret för utövande av ångerrätten, ska överlämnas till konsumenten.

NDM menar att det alltid, oavsett om utrymmet är begränsat eller inte, måste anses vara tillräckligt att lämna information om ångerblanketten och var den kan finnas. Det kan inte anses ändamålsenligt att blanketten ska skickas till konsumenten i varje enskild situation.



Att skicka med blanketten i varje enskilt fall medför administrativ belastning, med högst tveksam nytta för konsumenten. Som påpekats ovan finns dessutom en miljöaspekt på detta som inte kan bortses från. Kommissionen anser att näringsidkaren har en skyldighet att *överlämna* standardformuläret. NDM är av uppfattningen att ett sådant *överlämnade* måste kunna ske via en direktlänk i anslutning till den övriga informationen som lämnas om ångerrätten i samband med distansköpet. En sådan direktlänk kan idag anses vara ett varaktigt medium.

Begränsning av informationskravet beträffande digitalt innehåll

NDM välkomnar att begränsningen i informationskravet tydliggörs i den faktiska lagtexten eftersom den nuvarande ordalydelsen innebär en större räckvidd än direktivet åsyftar. Att påföra näringsidkaren en informationsplikt angående tekniska lösningar som denne omöjligt kan eller borde känt till är en ohanterlig uppgift. I många fall, i takt med att tekniken förändras och nya programlösningar krävs för digitalt innehåll, vore det orimligt om informationskravet sträckte sig längre än just vid köptillfället. Det är mot bakgrund av detta positivt att ett klagörande görs i lagtext att informationsplikten enbart omfattar information som näringsidkaren känner till eller rimligen känner till.

Definitionen av begreppet garanti genomförs i informationsbestämmelserna

Som huvudregel måste näringsidkaren själv kunna bestämma om garanti lämnas och hur garanti utformas. Garanti lämnas frivilligt av en näringsidkare, ofta för att vara behjälplig och ge bra service till kunderna. Det viktigaste är att båda parter är införstådda med vad som menas med garantin och att detta tydliggörs vid avtalets ingående. Garantier är någon som ökar trovärdigheten för näringsidkaren men det stärker också konsumentens rätt. NDM är därför av övertygelsen att det är olyckligt att reglera definitionen av garanti i informationsbestämmelserna eftersom det riskerar att leda till att färre näringsidkare vågar använda sig av möjligheten att lämna en garanti alternativt att näringsidkaren uppfattar att definitionen inte är förenlig med de möjligheter verksamheten ger. Konsekvensen av en legal definition kan således få en direkt negativ effekt på konsumentskyddet och försämra näringsidkarens möjlighet att ha god service. *Den här typen av lagändringar kan aldrig anses motiverade.* Då det finns en rad tvingande regler på konsumenträttens område riskerar en definition av begreppet garanti att röra till begreppen och dess innebörd för konsumenterna. Utgångspunkten vid klagörande i lagtext måste vara påvisade förbättringseffekter och förenklningar i tillämpningen hos parterna. I förevarande fall finns varken effektivitetsvinster eller förenklingspotential.

Att lämna en garanti funderar idag som ett konkurrensverktyg och att begränsa möjligheten att anpassa garantin efter verksamheten vore därför, enligt NDM, att försämra konkurrensmöjligheterna för svenska näringsidkare.

I andra motsvarande lagar så som inom förmögenhetsrätten har begreppen inte definierats, det vill säga kommersiell garanti och rättslig garanti. Begreppen har istället bedömts i varje enskilt fall. Precis som identifierats i utredningen befärar NDM att en definition av begreppet garanti även skulle smitta av sig till närliggande rättsområden. Slutligen vill NDM understryka vikten av att EU-rätten tillämpas korrekt. Eftersom lagtext ska tolkas direktivkonformt saknas anledning att ändra i den nuvarande lagtexten.



Ångerrätten

NDM är av uppfattningen att ångerrätten ger konsumenten ett starkt skydd i dess nuvarande utformning. Idag har en konsument rätt att frånträda ett distansavtal eller ett avtal utanför affärslokaler inom 14 dagar. Vid användandet av ångerrätten behöver konsumenten inte ange några skäl eller belastas av några andra kostnader. En konsument kan således avbryta ett fullt korrekt ingått avtal utan att motivera varför. Detta måste, mot bakgrund av allmän avtalsrätt, anses vara en generös lagstiftning i konsumentens favör.

I ett redan obalanserat partsförhållande, där näringsidkaren i många situationer saknar verktyg att agera mot konsumenter som använder ångerrätten felaktigt, finns det ingen anledning att försvåra för näringsidkaren ytterligare. Mot bakgrund av detta avstyrker NDM förslaget om att näringsidkaren ska bli ålagd att överlämna ångerrättsblanketten till konsument istället för att, som den nuvarande formuleringen säger, informera om det. NDM är av uppfattningen att det inte förenklar för konsumenten om blanketten läggs som en PDF eller om den informeras om. Att det skulle förenklas har inte heller påvisats i någon konsekvensbedömning. Det bör åtminstone vara fullt tillräckligt att företaget ombesörjer konsumenten med en direktlänk till standardformuläret.

Vidare anser NDM att det är problematiskt att ångerrättsblanketten har betydelse för hur ångerfristen beräknas samt att den påverkar konsumentens skyldighet vid utövandet av ångerrätten. Huvudregeln är att ångerfristen börjar löpa när avtal ingås förutsatt att näringsidkaren fullgjort sin informationsplikt. Vi tycker detta är en rimlig beräkning och anser att det vore felaktigt om ångerrätten började löpa först när ångerrättsblanketten överlämnats till konsumenten. Detta försvåras ytterligare i kontexten av det så kallade värdeminskningssavdraget. Teoretiskt sätt kan ändringen leda till att en konsument använder varor under 364 dagar och därefter använder sin ångerrätt om ångerrättsblanketten inte överlämnats och att näringsidkaren dessutom får det svårt att hänvisa till värdeminskningssavdrag.

Uttrycklig begäran om utförande eller leverans under ångerfristen

NDM är av uppfattningen att det redan idag är problematiskt för näringsidkaren att inhämta samtycken eftersom dessa ofta förväxlas med samtycken om personuppgiftsbehandling. Det är påvisat att det är de stora aktörerna som har enklare att inhämta samtycken varför krav på att konsumenten uttryckligen måste begärt att utförandet eller leveransen ska ske under ångerfristen skulle kunna få konsekvensen som missgynnar små och medelstora företag. Att konsumenten accepterar köpevillkoren bör anses tillräckligt för att utförande och leverans ska anses uttryckligen begärt. Denna tolkning innebär att näringsidkaren slipper stå risken under tiden utförandet och leveransen pågår. Om accepterade av köpevillkoren inte anses tillräckligt kommer konsekvensen bli sämre leveransservice till konsumenten eftersom näringsidkaren inte har råd att riskera att varken få betalt för varan eller få varan tillbaka vilket kommer resultera i att leveranserna kommer behöva ske först efter 14 dagar.

Klargörande hur konsumenten kan gå till väga för att ångra ett köp

NDM är delvis positiva till de förändringar som föreslås. Det är aldrig bra med lagformuleringar som innebär oklara tolkningar för myndigheter och de som tillämpar lagen. Idag finns det en oklarhet i hur lagen ska utläsas och detta drabbar såväl konsumenter som näringsidkare. Av förarbetena framgår att en konsument har rätt att ångra sitt köp och kan anmäla detta till näringsidkaren genom att lämna eller sända ett meddelande om detta



förutsatt att meddelandet inte är otvetydigt. Detta får konsekvensen att näringsidkare möts av diverse olika metoder av meddelanden från konsumenterna som vill utnyttja sin ångerrätt. Inte sällan är det svårt att förstå vad konsumenten vill och huruvida det är en korrekt meddelandeform. Samhället kan inte lägga i knäet på näringsidkaren att göra dessa tolkningar utan riktlinjer. Inte heller är det rimligt att näringsidkaren ska lägga tid och resurser att tillhandla hålla diverse olika system för att konsumenten ska kunna återöppna ångerrätten.

Å andra sidan ifrågasätter NDM teknikneutraliteten i förslaget. Att klargöra att det finns ett standardformulär i lag bör ifrågasättas utifrån den snabba teknikutvecklingen samt snabbt förändrade konsumentbeteenden. Istället anser vi att det bör åläggas myndigheten att informera konsumenterna hur konsumenten kan gå tillväga för att ångra ett köp.

Konsumentens kostnadsansvar vid leverans av digitalt innehåll

Principiellt anser vi att det bör ifrågasättas om en konsument som använder en produkt under ångerrättsfristen ska kunna undgå att betala för detta. Behovet av digitalt innehåll kan i princip handla om ett kort användande under en dag eller någon timme. Det är mot bakgrund av detta inte rimligt att konsumenten kan ångra sig efter att ha använt det digitala innehållet och dessutom utan kostnadsansvar. Digitalt innehåll är med dagens teknik dessutom lätt att föra över till andra elektroniska apparater. Huvudregeln bör vara att ångerrätten försakras om konsumenten använder en vara eller tjänst, oavsett om den är digital eller inte.

Undantag från ångerrätten för vissa avtal och digitalt innehåll

Mot bakgrund av ovanstående resonemang anser NDM att det är bra att ångerrätten kan gå förlorad om konsumenten uttryckligen har samtyckt till detta på förhand.

Riskens övergång

NDM står för regelförenkling, samhällsutveckling och parterna avtalsfrihet. Mot bakgrund av detta bör den föreslagna tilläggsformuleringen i 6 § konsumentköplagen starkt ifrågasättas. Förslaget innebär att säljaren fortsätter bära risken även för de varor då konsumenten aktivt valt transportalternativet. För att tillgodose den genomsnittlige konsumenten önskemål krävs snabba och anpassade transporter. Enligt tidigare förarbeten kan en vara anses avlämnad om den har lämnats på en tomt, exempelvis i en brevlåda, men däremot inte i en trappuppgång. Idag kontakter flera av de transportbolag som ombesörjer transporten av varor som handlats på internet konsumenten när avlämnandet närmar sig via ett sms. I smstet har konsumenten möjlighet att svara om den vill att varan ska lämnas utanför dörren. I dessa fall menar NDM att konsumenten aktivt har samtyckt till att överta risken i och med att de frivilligt har valt att varan ska lämnas utanför dörren.

Den föreslagna ordalydelsen är inte förenlig med de krav och förväntningar konsumenten har, utan begränsar möjligheterna för såväl konsumenterna som för näringsidkaren. Det bör dessutom ifrågasättas varför konsumenterna som är bosatta i lägenhetshus ska få sämre leveransmöjligheter än fastighetsägare.

I det fall den föreslagna ordalydelsen blir gällande anser vi att det är viktigt att näringsidkaren och konsumenten, som parter i avtalsförhållandet, har möjlighet att avtala angående överlämningsstidpunkten. Vi föreslår därför att om konsumenten önskar att en vara överlämnas utanför dörren (eller på annan plats) är det rimligt att näringsidkaren och



konsumenten har en möjlighet, genom avtal, att reglera riskövergången. En sådan möjlighet skulle innebära att de tidigare skrivningarna i förarbetena blir obsoleta och att ett mer balanserat partförhållande uppstår. Dessutom kan näringsidkaren och konsumenten komma överens, efter konsumentens preferenser, om hur leveransen ska gå till utan att det innebär ett oproportionerligt risktagande för näringsidkaren.

Vissa oskäligen avtalsvillkor i konsumentförhållanden

NDM avstyrker förslaget om klarläggandet i lagtexten angående att konsumenter har rätt att få tillbaka tilläggsbetalningar som denne inte uttryckligen har godkänt. Vi anser dock att invändningsrätten ska finnas kvar och att näringsidkaren ska klargöra vilka priser exempelvis specialtillverkade produkter kan ha, trots att det inte alltid är möjligt att ge ett definitivt svar.

Huvudregeln enligt NDM måste vara att anbud- och acceptmodellen gäller. I de fall konsument och näringsidkare avtalar om en tjänst eller vara så ska parterna kunna göra upp om bland annat priset. Näringsidkaren ska, som utgångspunkt, vara så tydlig som möjligt med vilka tilläggsbetalningar som kan uppkomma, men det förekommer situationer då detta inte kan anges i en definitiv siffra, vilket konsumenten måste förstå. I sådana fall vore det oproportionerligt om konsumenten kan kräva tillbaka tilläggsbetalningar.

Förslaget innebär en ökad administrativ börda för företagen som aktivt måste inhämta uppgifter och samtycken från varje enskild konsument för att kunna leverera vissa varor och tjänster. Detta kommer givetvis leda till merkostnader för företagen. Det bör principiellt ifrågasättas om det är företagen som ska bära ansvaret för extrakostnader som är självklara vid framtagande av specialvaror och inte konsumenten, som genom köpet måste ha förstått att varan eller tjänsten innebär tilläggskostnader.

NDM kan inte finna annat än att det finns ett uppenbart missförhållande mellan de mål som utredningen synes vilja uppnå och de åtgärder/ålägganden som föreslås. I många delar saknas således proportionalitet.

NDM, NÄRINGS- OCH KONSUMENTBYGGNADENS DELEGATION FÖR MARKNADSRÄTT

Tina Wahlroth
Ordförande



NDMs medlemmar

Direkthandelns Förening

(Swedish Direct Selling Association)

Finansbolagens Förening

(Association of Swedish Finance Houses)

Företagarna

(Swedish Federation of Business Owners)

IAB Sverige

(Interactive Advertising Bureau, IAB Sweden)

Kontakta

(Swedish Contact Center Association)

Läkemedelsindustriföreningen

(Swedish Association of the Pharmaceutical Industry)

Spelplan – ASGD (Dataspelsbranschen)

(Swedish Games Industry)

Stockholms Handelskammare

(Stockholm Chamber of Commerce)

SWEDMA

(Swedish Data & Marketing Association)

Svensk Digital Handel

(Swedish Distance Sellers (SDS))

Svensk Försäkring

(Insurance Sweden)

Svensk Handel

(Swedish Trade Federation)

Svenska Bankföreningen

(Swedish Bankers' Association)

Svenska Franchiseföreningen

(Swedish Franchise Association)

Sveriges Marknadsförbund

(Swedish Marketing Federation)

Sveriges Annonörer

(Association of Swedish Advertisers)



Sveriges Kommunikationsbyråer

(Swedish Association of Communication Agencies)

Svenskt Näringsliv

(Confederation of Swedish Enterprise)

Sveriges Tidskrifter

(Swedish Magazine Publishers' Association)

TidningsUtgivarna TU

(Swedish Media Publishers' Association)

Tobaksleverantörsföreningen

(Swedish Tobacco Association)

NDMs ordförande: Tina Wahlroth, Kontakta

Adress:

NDM

c/o Föreningen Kontakta

Box 1029

171 21 Solna

Tel: 0735- 66 55 22

E-post: tina.wahlroth@kontakta.se