

## Betänkandet Nya befogenheter på konsumentskyddsområdet (SOU 2019:12).

TU – Medier i Sverige (TU) har tagit del av rubricerat betänkande och får anföra följande.

### 1. Sammanfattning

- TU tillstyrker avgränsningen av behöriga myndigheter
- TU förordar ett uttryckligt undantag om att kraven om att vid förelägganden och inspektioner tillhandahålla upplysningar och handlingar inte ska omfatta den som har tystnadsplikt enligt tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen.
- TU ställer sig kritiskt till förslaget om s k testköp under dold identitet.
- TU avstyrker förslaget om att en näringsidkare eller en värdtjänst- eller internetleverantör i vissa fall ska kunna åläggas att publicera s k varningsmeddelanden på framför allt en grundlagsskyddad webbplats.

### 2. Behöriga myndigheter

Betänkandet innehåller förslag till en implementering av EU:s förordning om konsumentskyddssamarbete, det vill säga om samarbete mellan de nationella myndigheter som har tillsynsansvar för konsumentskyddslagstiftningen.

En första fråga gäller vilka som ska vara behöriga myndigheter med ansvar för tillämpningen av förordningen och därmed också med de utrednings- och tillsynsbefogenheter som följer av förordningen.

I betänkandet diskuteras flera tänkbara myndigheter. TU anser att de behöriga myndigheterna, liksom i dag, ska avgränsas till Konsumentverket, Finansinspektionen och Läkemedelsverket och att detta ska framgå av respektive myndighets instruktion. TU avstyrker däremot, vilket diskuteras i betänkandet, att även Transportstyrelsen, Granskningsnämnden för radio och tv och Kammarkollegiet skulle ges dessa befogenheter.

### 3. Upplysningskyldighet och inspektionsrätt

I betänkandet föreslås en förstärkning av regleringen om skyldighet att lämna Konsumentverket upplysningar och tillhandahålla handlingar vid tillämpningen av marknadsföringslagen och lagen om avtalsvillkor i konsumentförhållande. Ett vitesföreläggande ska kunna meddelas direkt och utan en föregående uppmaning och ett sådant beslut ska kunna gälla omedelbart, det vill säga oavsett om det överklagats och vunnit laga kraft.

TU konstaterar att detta innebär en förändring av det sedan lång tid tillbaka etablerade och mera informella förhållningssätt som gällt på det marknadsföringsrättsliga området och som i första hand byggt på dialog och rättelse, men sedan naturligtvis också med sanktioner som ett andra steg. Även om kommittén (s 77) uttalar att detta även i fortsättningen bör vara ”utgångspunkten” i KO:s verksamhet kan här antas att det i praktiken kommer att ske en betydande förändring. Om en sådan förändring alls ska genomföras anser TU att denna ”utgångspunkt” för verksamheten betydligt klarare måste uttalas och tydliggöras.

När det gäller just medieområdet finns ett lika stort behov av klagörande. Skyldigheten att lämna upplysningar och handlingar gäller självfallet inte sådana uppgifter om vilka medie företaget och dess medarbetare har tystnadsplikt enligt tryckfrihetsförordningen (TF) och yttrandefrihetsgrundlagen (YGL). Det ska här särskilt noteras att den tystnadsplikt som följer av källskyddet under vissa förutsättningar också omfattar den som är annonsör.

Även om kommittén noterar denna begränsning (s 76), liksom grundsatsen om att grundlag har företräde framför vanlig lag, anser TU att det finns anledning att överväga om inte lagtexten direkt bör innehålla en tydlig erinran om detta förhållande.

Detsamma gäller utredningens förslag om att det i lagtext ska klargöras att Konsumentombudsmannen i samband med en inspektion i nödvändig omfattning på plats ska få ta del av handlingar och begära upplysningar. Också här noteras (s 81) att ett sådant beslut, liksom i dag, inte får fattas om det skulle komma i konflikt med grundläggande tryck- och yttrandefrihetsrättsliga principer.

Även om uttrycket ”beslagta” här har sin egen unionsrättsliga innebörd och inte är detsamma som ordet ”beslag” i rättegångsbalken är situationen densamma. TU anser således även här att en erinran om att de föreslagna bestämmelserna om befogenheter vid inspektion inte gäller vid en konflikt med tryck- och yttrandefrihetsrättsliga principer, bör komma till uttryck i lagtext.

#### 4. Testköp

Utredningen föreslår att Konsumentombudsmannen ska ges befogenhet att genomföra så kallade testköp av varor, tjänster och andra nyttigheter under dold identitet. En förutsättning ska vara att testköpet är nödvändigt för tillsynen i ett ärende enligt marknadsföringslagen och lagen om avtalsvillkor i konsumentförhållanden.

Förslaget följer av artikel 9.3 d i konsumentskyddsförordningen. TU är dock mycket kritiskt till förslaget som påminner om så kallad brottsprovokation. Det ska mycket till för att legitimera ett sådant förfarande – som innebär ett avsteg från den grundläggande principen om att all myndighetsutövning ska ske öppet – på konsumentskyddsområdet.

Om förslaget alls ska genomföras tillstyrker TU bedömningen att sådana testköp inte ska få genomföras med fingerade personnummer. Som en ytterligare rättssäkerhetsåtgärd anser TU, till skillnad från utredningen (s 95), att testköp endast ska få ske efter ansökan hos, och beslut av, domstol. TU vill slutligen särskilt uppmärksamma att konflikter kan uppstå mot det tryck- och yttrandefrihetsrättsliga området, till exempel frågor om meddelarfrihet och källskydd, i de fall testköpen riktas mot medie företag, och att detta särskilt måste beaktas.

#### 5. Varningsmeddelande

Utredningen föreslår att det i marknadsföringslagen ska tas in en bestämmelse om att en näringsidkare, vars marknadsföring bedöms vara otillbörlig, på uppmaning av Konsumentombudsmannen i vissa fall ska kunna åläggas att publicera ett ”varningsmeddelande” på webbplatsen. Detsamma ska gälla enligt avtalsvillkorslagen och enligt de lagar som Finansinspektionen och Läkemedelsverket har tillsyn över. Ytterst ska skyldigheten att publicera varningsmeddelande även kunna riktas mot värdtjänstleverantörerna och internetleverantörerna.

TU avstyrker förslaget bestämt.

Om förslaget förefaller tveksamt i ett allmänt yttrandefrihetsperspektiv, så strider det direkt emot den grundlagsskyddade principen om ensamansvar på medieområdet, det vill säga ensamansvaret i tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen.

Ensamansvaret är strikt och innebär att en person, oftast utgivaren, ensam får bära det straffrättsliga ansvaret för vad som publiceras. En konsekvens därav är

att utgivaren ensam är suverän att besluta om vad som ska eller inte ska publiceras.

Ett förslag som innebär att en myndighet skulle kunna beordra publicering av varningsmeddelanden, om än i vissa fall efter beslut av Patent- och Marknadsdomstolen, är sålunda direkt oförenligt med grundlagen och ensamansvaret. Detsamma gäller självfallet ett åläggande riktat mot en värdtjänst- eller internetleverantör.

TU noterar att utredningen inte synes göra någon skillnad mellan den som verkar på webbplatser med skydd av yttrandefrihetsgrundlagen och andra webbplatser. Det är i sig anmärkningsvärt.

Under alla omständigheter konstaterar TU att förslaget inte kan genomföras på det mediegrundlagsskyddade området utan grundlagsändring. Också utanför det mediegrundlagsskyddade området ter sig förslaget om varningsmeddelanden olämpligt.

Stockholm den 14 juni 2019

TU – Medier i Sverige

Jeanette Gustafsdotter  
VD

Per Hultengård  
Jurist