

18 maj 2026

Yttrande över promemorian ”Skärpt tillsyn över tjänsteutövers klagomålshantering” Fi2026/00345

Näringslivets delegation för marknadsrätt (NDM) delar promemorians grundläggande utgångspunkt att konsumenter ska ha tillgång till en fungerande klagomålshantering och att oseriösa aktörer som systematiskt försvårar för konsumenter att tillvarata sina rättigheter ska kunna mötas av effektiva tillsynsåtgärder. En välfungerande kundservice och en korrekt hantering av reklamationer, ångerrättsärenden och andra konsumenträttsliga frågor är centrala för förtroendet på marknaden.

NDM avstyrker dock promemorians förslag då de föreslagna sanktionsmöjligheterna finns redan idag samt då vi anser att förslaget varken är ändamålsenligt eller tillräckligt rättssäkert.

Bristande ändamålsenlighet och rättssäkerhet

I den svenska översättningen av tjänstedirektivet¹ används ordet klagomål vilket också är ordvalet i lagen (2009:1079) om tjänster på den inre marknaden. Ordet ”klagomål” är varken definierat i direktivet eller i den svenska lagen men direktivets systematik visar att begreppet inte är avsett att omfatta all kundservicekommunikation. I såväl den engelska språkversionen av direktivet som den franska används ord med innebörd motsvarande svenskans ”reklamation”.

Medan ett klagomål även omfattar en allmän missnöjesyttring är reklamationen ett konkret meddelande från en konsument till en näringsidkare om ett påstått fel i en vara, tjänst eller annan prestation, i syfte att göra gällande en konsumenträttslig påföljd. Allmänna synpunkter, frågor till kundservice, missnöjesyttringar eller önskemål om information varken kan eller bör likställas med en reklamation där den väsentliga skillnaden alltså ligger i reklamationens centrala funktion inom konsumenträtten.

¹ Europaparlamentets och rådets direktiv 2006/123/EG av den 12 december 2006 om tjänster på den inre marknaden.



Att kunna bedriva en effektiv tillsyn mot bristfällig reklamationshantering är alltså något NDM ser som självklart. Det fyller däremot ingen som helst konsumentskyddande funktion att ålägga ett företag, vid vite, att inom angiven tid besvara klagomål om exempelvis varför deras produkter tillverkas i ett visst land eller varför en viss produkt (tjänst) utgått ut sortimentet eller stigit i pris.

Det är enligt NDM bekymmersamt, och anmärkningsvärt, att promemorian inte redovisar en tydlig motivering till sitt ställningstagande i denna del.

Den föreslagna sanktionen innefattas av dagens regler

Som framgår av promemorian finns redan i dag ett regelverk som ger utrymme för tillsyn, förelägganden och viten vid brister i näringsidkares agerande gentemot konsumenterna.

Marknadsföringslagen (2008:486) har ett brett tillämpningsområde och omfattar näringsidkares affärsmetoder före, under och efter ett avtal. Exempelvis nämner 10 § 2 st. 3 p. uttryckligen reklamationer vilket alltså innebär att lagens tillämpningsområde omfattar just reklamationer. Denna slutsats framgår också av lagens förarbeten (prop. 2008/09:187) där regeringen på sidan 163 anger att ”en annan fråga är om ett krav på reklamationshantering kan sanktioneras och i så fall hur detta bör ske”. Här angav Allmänna reklamationsnämnden att ”bestämmelsen behöver kopplas till marknadsföringslagen genom att det anges att underlåtenhet att hantera klagomål ska anses som en otillbörlig metod”. Som svar angavs att ”Regeringen anser att brister i en tjänsteleverantörs klagomålshantering kan prövas med stöd av marknadsföringslagen även utan att det särskilt anges i lag. Någon lagstiftningsåtgärd är därför inte nödvändig”.

Det är utifrån detta mycket anmärkningsvärt att promemorian drar motsatt slutsats. I synnerhet som något försök från Konsumentverket att tillämpa marknadsföringslagen i dessa fall inte tycks ha gjorts och det därmed inte visats att förarbetsuttalandet skulle vara felaktigt. Förarbetsuttalandet bör istället ges betydelse enligt dess ställning som rättskälla.

Ett skäl som lyfts fram är utmaningen i att förbjuda en ”icke-handling” som att inte svara i telefon. Det finns dock redan en rad exempel på marknadsrättsligt grundade förbud mot underlåtenhet i praxis från marknadsdomstolarna och det har hittills visat sig fungera väl.

Ett annat skäl som lyfts fram är det s.k. transaktionstestet i marknadsföringslagen. Testet i fråga innebär att förbud mot bristfällig reklamationshantering endast kan meddelas i de fall marknadsföringen i märkbar mån påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. Givet reklamationens avgörande betydelse inom konsumenträtten är det uppenbart att en bristfällig reklamationshantering i märkbar mån påverkar affärsbeslut som möjligheten att reklamera och de därtill kopplade rättsföljderna vid fel i produkten. Vad testet dock medför är ökad rättssäkerhet i det att det inte går att sanktionera klagomål som inte är



konsumenträttsligt grundade. Det sistnämnda innebär att testet alltså ska ses som ett skäl för nuvarande ordning snarare än ett argument mot.

Till skillnad från marknadsföringslagen, som tillämpas på alla slags produkter, innebär den föreslagna lösningen i realiteten att vissa tjänster liksom samtliga varor och andra nyttigheter faller utanför den föreslagna sanktionsmöjligheten (men som hade omfattats av marknadsföringslagen). Detta eftersom förslaget motiveras med att marknadsföringslagen inte kan tillämpas – för det fall den alltjämt kan det finns uppenbarligen inget behov av ytterligare en identisk reglering. Det skulle annars leda till just den regulatoriska osäkerhet som regeringen inte vill se.

NDM vill avslutningsvis framhålla följande. Konsumentverket/KO har som tillsynsmyndighet möjlighet att tillämpa befintlig lagstiftning. Såvitt känt har detta inte gjorts i nämnvärd utsträckning vad gäller bristfällig reklamationshantering. Ny reglering varken bör eller ska införas innan befintliga verktyg har prövats fullt ut och lösningen för drabbade konsumenter är att tillsynsmyndigheten tillämpar befintligt regelverk - inte att det tillförs ytterligare lager av regler ovanpå de dittills oanvända. Agerandet från tillsynsmyndigheten i denna fråga kan beskrivas som anmärkningsvärt.

Stockholm dag som ovan

Mattias Grundström
Ordförande NDM



Medlemsförteckning NDM – Näringslivets Delegation för Marknadsrätt

Direct Selling Sweden

(Swedish Direct Selling Association)

Finansbolagens Förening

(Association of Swedish Finance Houses)

Företagarna

(Swedish Federation of Business Owners)

GIVA

(Swedish Fundraising Association)

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)

Sprit- och vinleverantörsföreningen

(Swedish Spirit and Wine Suppliers Association)

Stockholms Handelskammare

(Stockholm Chamber of Commerce)

SWEDMA

(Swedish Data Marketing Association)

Svensk Försäkring

(Insurance Sweden)

Svensk Handel

(Swedish Trade Federation)



Svenska Bankföreningen

(Swedish Bankers' Association)

Svenska Franchiseföreningen

(Swedish Franchise Association)

Sveriges Annonörer AB

(Association of Swedish Advertisers)

Sveriges Bryggerier

(Swedish Brewers Association)

Sveriges Kommunikationsbyråer

(Swedish Association of Communication Agencies)

Sveriges Marknadsförbund

(Swedish Marketing Federation)

Sveriges Tidskrifter

(Swedish Magazine Publishers Association)

Svenskt Näringsliv

(Confederation of Swedish Enterprise)

TidningsUtgivarna TU

(Swedish Media Publishers' Association)

Tobaksleverantörsföreningen

(Swedish Tobacco Association)

VISITA

(Swedish Hospitality Enterprises)