

Företagare behöver kunskapslyft om konsumenträtt

Det råder oacceptabelt stora kunskapsbrister bland företagare och säljare om konsumentlagstiftningen. De som dagligen möter sina kunder i butiken, via telefon, ”på gatan” eller via en hemsida kan många gånger inte ens elementa om sina skyldigheter. Problemet riskerar att förvärras när arbetslösa uppmanas att starta egna företag. Nya företag förväntas ju ha kunder, men ändå verkar konsumenträtten ha glömts bort i starta-eget-program och utbildningar.

Fler konsumenter borde kunna sina lagliga rättigheter och skyldigheter. Det gäller allt från att skaffa ett mobilabonnemang eller köpa bil till att köpa och renovera en bostad. Då skulle de spara tid, pengar och genom sina krav bidra till en fungerande marknadsekonomi. Tyvärr är konsumentlagstiftning inte prioriterat vare sig i dagens skola. Inte heller i morgondagens, om man ska tro de utredningar som lagts fram och de signaler regeringen skickat ut.

Värre är att kunskapsnivån är så låg hos dem som har det som dagligt jobb – de professionell säljare. Självklart ska de veta vad som gäller om min vara eller tjänst inte är till belåtenhet, om den går sönder eller om tjänsten inte motsvarar vad vi kommit överens om. De ska veta vem som ansvarar för felet och hur det skall rättas till.

Tyvärr är erfarenheten hos vår konsumentvägledning, som svarar på frågor från konsumenter i delar av Stockholm, att så inte är fallet. Vi stöter dagligen på konsumenter som blivit felaktigt avvisade av en säljare. Här är några exempel på vad konsumenten kan få höra:

”Tyvärr kan vi inte hjälpa dig för att garantin har gått ut.”

”Du skall inte vända dig till oss, du får vända dig till tillverkaren.”

”Konsumentköplagen är bara en frivillig överenskommelse, den behöver man inte följa.”

”Menar du att vi skulle vara skyldiga att åtgärda ursprungliga fel i upp till tre år?”

”När du ångrar ett distansköp måste du dels ha ett giltigt skäl och du får inte heller öppna förpackningen för att undersöka varan.”

De företagare som ringer till oss bekräftar tyvärr denna bild. Tidigare kartläggningar som gjorts av Konsumentverket visar också på en förbluffande och utbredd okunskap om det som självklart borde höra till en säljares jobb.

Att det är så här är egentligen inte förvånade. I de gymnasiala yrkesutbildningar som vi varit i kontakt med är inte konsumentlagstiftningen prioriterad. Den som får jobb som säljare i en butik får vanligtvis ingen eller väldigt torftig utbildning och information om vilka regler och vilken lagstiftning som gäller.

Tyvärr gäller samma sak för alla dem som uppmanas att starta eget, i dagens lågkonjunktur. Varken arbetsförmedlingen eller kommunernas service till näringslivet och nystartade verksamheter, verkar ha klart för sig hur viktigt det är att de som vänder sig till privatpersoner kan konsumenträtten. En företagare har ju en kund, en försäljning omfattas av

en stora och genomgripande konsumentlagstiftning (om det inte handlar om business to business). Det är som om marknaden inte skulle ha både en utbuds- och en efterfrågesida.

Omvänt är det faktiskt en konkurrensfördel att kunna utlova korrekt och lagenlig reklamationshantering. Det kan påverka konsumentens val av vem denne vill handla med. Att undvika onödig, felaktig och dyr reklamationshantering, vilken kanske slutligen måste prövas i Allmänna reklamationsnämnden eller i tingsrätten kan spara tid och pengar för företagaren (och för samhället). Särskilt betydelsefull är detta för den lilla nystartade företagaren med små marginaler. Många småföretagare är dessutom inte med i någon branschorganisation, som kan ge dem stöd.

Än viktigare blir kunskap nu när den nya marknadsföringslagen ställer krav på säljaren att ge korrekt information både före och efter köpet. Annars kan säljaren dras inför Marknadsdomstolen och riskera dryga böter.

EU-kommissionens mål för konsumentpolitiken 2007-2013 är att stärka konsumenternas ställning i EU och effektivt skydda konsumenterna mot risker och faror. Sveriges konsumentminister Nyamko Sabuni har uttalat sig för en hög skyddsnivå för konsumenterna (tidningen KonsumentMakt nr 4/2008).

Allt pekar i samma riktning. En kompetenshöjning bland både etablerade och nya företagare borde vara självklar. Här krävs ett snabbt uppvaknande, inte minst från regering, kommuner och myndigheter. Inför omedelbart konsumentlagstiftningen i utbildning till dem som ska möta konsumenterna. Alternativet är att antalet reklamationer kommer att öka dramatiskt, till men för den enskilde, företaget och samhället. Dessutom går man miste om en uppenbar konkurrensfördel, att vara en seriös och kunnig företagare som tar sina kunder på allvar.

Jan Bertoft
generalsekreterare Sveriges Konsumenter