

Stab och medlemsdialog
Louise Marcelius, 08-677 28 27
louise.marcelius@energiforetagen.se

ju.remissvar@regeringskansliet.se;
ju.L2@regeringskansliet.se

Remiss av SOU 2021:79 En uppföljning av skriftlighetskravet vid telefonförsäljning

Energiföretagen Sverige (Energiföretagen) samlar och ger röst åt omkring 400 företag som producerar, distribuerar, säljer och lagrar energi. Vårt mål är att utifrån kunskap, en helhetssyn på energisystemet och i samverkan med vår omgivning, utveckla energibranschen – till nytta för alla.

Energiföretagen representerar således ett brett spektrum av verksamheter. Telefonförsäljning sker emellertid i huvudsak inom ramen för verksamhet som bedrivs av elhandelsmedlemmar. Energiföretagens remissvar utgår därför från elhandelsföretagens perspektiv.

Sammanfattning

Energiföretagen anser att kravet på skriftlig accept vid telefonförsäljning lett till positiva effekter ur konsumentskyddssynpunkt, men att regelverket inte lett till att man nått hela vägen fram. Skriftlighetskravet har inte satt upp några större hinder för oschyssta aktörers agerande på marknaden och i vissa fall t.o.m. invaggat kunderna i en falsk trygghetskänsla.

Energiföretagen anser att kundskyddet skulle öka om regleringen tydliggjordes på ett antal punkter, bland annat genom att en bevisbörderegler som tar sikte på telefonförsäljning införs, att ramarna för användning av sms för bekräftelse av anbud och för konsumentens accept tydliggörs samt att det klagas att konsumenten ska ges skäligt rådrum för att ta ställning till anbudet. Skyddet kan också behöva stärkas för kunder som inte är konsumenter, men det krävs i så fall att det utökade skyddet avgränsas till en lämplig kundgrupp.

Energiföretagen anser att tillsynsmyndigheterna måste tillförsäkras resurser som möjliggör en aktiv tillsyn av att regelverket efterlevs.

Bakgrund

Kunder på den svenska elmarknaden kan sedan 1990-talet välja vilket elhandelsföretag de vill köpa sin el från. Det finns ca 150 elhandelsföretag i Sverige. Respektive företag har oftast flera olika avtalsformer som kunderna kan välja mellan. Mellan företagen råder öppen konkurrens. Försäljning av elhandelsavtal sker närmast uteslutande på distans eller utanför elhandelsföretagens affärslokaler.

För att upprätthålla en väl fungerande elhandelsmarknad krävs aktiva kunder, dvs. kunder som har omförhandlat sitt gamla avtal eller bytt elhandelsföretag. Telefonförsäljning är en viktig kanal för att främja att kunder gör aktiva val, eftersom telefonförsäljningen når även de kunder som annars inte på eget initiativ skulle se över sitt elhandelsavtal. Det är således mycket viktigt att se till att kunderna får ett tillräckligt skydd för att kunna lita på telefonförsäljning som kanal.

De flesta elhandelsföretagen i Sverige är seriösa företag som värnar sina kunder. Ett fåtal aktörer med oschyssta affärsmetoder ställer emellertid till problem för både kunder och övriga företag på marknaden. Dessa företag står för en stor andel av problemen på elhandelsmarknaden. Deras agerande påverkar förtroendet för hela elmarknaden men framför allt drabbar det kunderna som inte kan känna sig trygga i sitt elinköp.

Skriftlig accept på elhandelsmarknaden

År 2017 kom Energiföretagen överens med Konsumentverket om att införa krav på skriftlig accept från kund, för att ett elavtal som ingåtts vid telefonförsäljning ska gälla. Energiföretagens medlemsföretag gick före med införandet av skriftlig accept med förhoppningen att öka kundnöjdheten och höja förtroendet hos kunderna för branschens elhandelsföretag. Energiföretagens medlemmar såg det som en viktig åtgärd att ge kunderna rådrum att tänka över sitt avtalsbeslut.

Energiföretagen har tagit del av utredningens slutsatser kring införandet av kravet på skriftlig accept i distansavtalslagen. Föreningen delar till viss del utredningens slutsats att skriftlighetskravet vid telefonförsäljning har fått positiva effekter från konsumentskyddssynpunkt. De kunder som tecknar avtal med seriösa elhandelsföretag har fått en ännu tydligare uppfattning om det avtal som ingås och känner sig än mer trygga i sitt elinköp. Skriftlighetskravet har emellertid inte satt upp några större hinder för oschyssta aktörers agerande på marknaden. Tvärtom har det i vissa fall bidragit till att lura in kunder i ett avtalsförhållande eller invaggat kunderna i en falsk trygghetskänsla.

Det förekommer att skriftlig accept missbrukas på elhandelsmarknaden. Oschyssta elhandelsföretag säger en sak i ett säljsamtal, men anger något annat i det skriftliga anbud som ska spegla säljsamtalet. Om kunden inte noggrant kontrollerar vad som står i anbudet, utan förutsätter att den bara behöver lämna sin skriftliga accept, uppstår en besvärlig situation för kunden. I utredningen anges att det följer av allmänna principer att det är den som påstår att ett avtal har ingåtts som har bevisbördan för att avtalet har ingåtts och för avtalets närmare innehåll. Vidare anges att detta gäller även i situationer där konsumenten menar att säljaren har sagt något annat under telefonsamtalet än vad som framgår av anbudsbekräftelsen. Utredarens slutsats är att det ligger i näringsidkarens intresse att spela in det som sagts under samtalet och att spara inspelningen, eftersom man kan behöva bevisa vad som sades i försäljningssamtalet.

Energiföretagen erfar att det inte är särskilt känt bland vare sig konsumenter eller elhandelsföretag att innehållet i säljsamtalet ska ha företräde framför

anbudsbekräftelsen om dessa skiljer sig åt och att det är elhandelsföretagets skyldighet att kunna bevisa vad som sagts i säljsamtalet om konsumenten invänder mot det som skriftligen bekräftats. Det är naturligtvis bra att konsumenterna har rätten på sin sida, men det hjälper föga om konsumenterna inte känner till sin rätt. Medan information till seriösa aktörer kan höja medvetenheten om bevisbördan lär emellertid inte ökad information leda till att oseriösa aktörer frivilligt agerar i enlighet med en mindre känd allmän princip.

Utredningens slutsats att det inte finns något behov av en särskild bevisbörderegler som tar sikte på telefonförsäljning framstår mot bakgrund av oseriösa aktörers agerande som tveksam. En mer tydlig reglering skulle åtminstone ge bättre förutsättningar för en ökad efterlevnad och kunna underlätta i tillsynen av regelverket. Energiföretagen anser således att det skulle öka konsumentskyddet att tydliggöra bevisbördan genom lagstiftning.

En konsekvens som uppstått på elhandelsmarknaden sedan kravet på skriftlig accept införts är att kravet, trots att det enbart gäller i förhållande till konsumenter, används också i relationen till kunder som är näringsidkare. Tyvärr har det möjliggjort samma diskrepans mellan det muntliga och skriftliga avtalet som förekommer i konsumentförhållanden.

Den skriftliga accepten missbrukas också vid försäljning av elavtal på så sätt att kunder (näringsidkare och konsumenter) förleds att tro att de enbart kommer att få ytterligare information om ett avtalserbjudande. De får en länk i ett sms och när de klickar på den påstås de ha ingått avtal med det oschyssta elhandelsföretaget genom skriftlig accept. Energiföretagen ifrågasätter inte möjligheten som sådan att använda sig av sms för bekräftelse av anbud och för konsumentens accept. Det vore dock önskvärt att det uppställs tydligare krav för hur en accept ska lämnas för att vara giltig. Möjligen kan en ordning likt den som utredaren anger finns i Norge vara lämplig, där det tydliggörs att det krävs att konsumenten sänder tillbaka text för att accepten ska gälla. Kanske skulle det i någon mån motverka att konsumenter påstås ha lämnat sin accept genom ett klick på en länk.

Enligt distansavtalslagen ska konsumenten acceptera anbudet efter säljsamtalet. Däremot finns ingen reglering av hur långt efter samtalet det är tillåtet att kontakta kunden igen för att påpeka att den skriftliga accepten ännu inte kommit. Energiföretagen erfar att det förekommer att oseriösa aktörer hör av sig bara minuter efter säljsamtalet för att hetsa kunder till accept. Det förekommer också att dessa aktörer ringer många gånger till kunder som inte accepterat avtalet och ibland till och med förmedlar att de inte kommer att sluta ringa förrän de fått accepten.

Energiföretagen anser att det vore önskvärt att tydliggöra att konsumenten ska ges skäligt rådrum för att ta ställning till anbudet. På en marknad likt elhandelsmarknaden, med stora prissvängningar, kan rådrummet emellertid inte bli alltför långt. Elhandelsföretagen kan bara garantera utställt pris under viss tid. Dessutom tar ett byte av elhandelsföretag viss tid, vilket gör att en alltför sen

accept av ett anbud kan innebära att bytet försenas eller inte kan genomföras över huvud taget.

Mindre näringsidkare en fortsatt utsatt grupp

Utredningens uppdrag var att följa upp hur regleringen om skriftlighetskrav vid telefonförsäljning har fungerat i praktiken och om syftet med reformen har uppnåtts, dvs. om konsumentskyddet har stärkts. Det ligger därmed utanför utredningens uppdrag att ta ställning till behovet av skydd för andra kundgrupper. Utredningen har således endast redovisat att man från flera konsumentorganisationer fått inspel om att skriftlighetskravet skulle behöva utvidgas till att gälla "småföretag".

Energiföretagen delar konsumentorganisationernas bild av att det finns andra kunder än konsumenter som kan behöva ett stärkt skydd. Enligt föreningens mening bör ett eventuellt utvidgat skydd avse företag som är konsumentlika till sin natur, t.ex. enskilda firmor. Det saknas däremot anledning att ge större företag, som är mer jämbördiga med elhandelsföretaget i storlek, resurser och omsättning, ett utökat skydd. EU-kommissionens definition "mikroföretag", som för närvarande används i olika sammanhang, träffar t.ex. helt fel i och med att den avser företag med färre än 10 anställda och vars årsomsättning och/eller årliga balansomslutning inte överstiger 2 miljoner euro. I utredningen Förenklingar för mikroföretag och modernisering av bokföringslagen (SOU 2021:60) anges att cirka 96 procent av alla företag som fanns i Sverige november 2020 per denna definition är mikroföretag (se s. 71 i betänkandet). Om ett utökat skydd ska ges, t.ex. till företag som är konsumentlika, krävs det med andra ord att det går att hitta ett annat sätt att avgränsa kundgruppen.

Andra initiativ till förbättringar på elhandelmarknaden

Utredningen konstaterar att skriftlighetskravet vid telefonförsäljning inte har löst alla problem, men att de har minskat. Energiföretagen vill framhålla att telefonförsäljning bara är en liten del av interaktionen mellan kunder och företag på elhandelmarknaden. Branschen har sedan hösten 2020 arbetat intensivt med att hitta åtgärder och skruva på processer för att kunderna ska få en tryggare tillvaro på elhandelmarknaden och att minska utrymmet för oschysst beteende på marknaden. Sedan flera år tillbaka finns också en certifiering av elhandelsföretag – Schysst elhandel – som Energiföretagen tagit fram. Ett certifierat elhandelsföretag förbinder sig till 18 kundlöften.

Energiföretagen kan konstatera att det emellertid inte alltid räcker med frivilliga branschinitiativ, eftersom det fåtal aktörer som missköter sig sällan är villiga att sluta med sina oschyssta affärsmetoder. Föreningen ser därför positivt på att Energimarknadsinspektionen fått regeringens uppdrag att se över ellagen i syfte att stärka konsumenternas ställning på elmarknaden. Det behövs krafttag för att minska utrymmet för oseriösa elhandelsföretag att agera på elhandelmarknaden.

Behov av ökad tillsyn

För en väl fungerande konkurrens krävs att kunder kan göra informerade val mellan ett stort utbud av aktörer och produkter. Det är också nödvändigt att aktörerna på marknaden har lika spelregler.

Utredningen konstaterar att de konsumentproblem som fortfarande finns kring skriftlig accept till stor del hänför sig till företag som inte följer lagstiftningen. Energiföretagen håller i och för sig med om den slutsatsen, men kan också konstatera att den bristande regelefterlevnaden även sätter de i grunden lika reglerna på marknaden ur spel. Det är inte acceptabelt att de företag som med flit bryter mot regelverket kan fortsätta med sitt oschyssta beteende utan större konsekvenser och dessutom ta stora marknadsandelar. Energiföretagen erfar att i första hand Konsumentverket behöver tillföras tillräckliga resurser och verktyg för att möjliggöra en effektiv tillsyn.

Utredningens övergripande slutsats att inga ytterligare åtgärder krävs för att syftet med reformen ska uppnås blir i sammanhanget mycket märklig. Utredningen konstaterar visserligen att man bör komma till rätta med överträdelser av regelverket genom en aktiv tillsyn med effektiva tillsynsverktyg. Men när facit är att den tillsyn som hittills bedrivits inte alls varit tillräcklig för att stävja oschysst beteende på elhandelsmarknaden går det egentligen inte att dra några säkra slutsatser om hur effektivt kravet på skriftlig accept verkligen varit på elhandelsmarknaden.

Samtidigt är det viktigt att inte titta på telefonförsäljning isolerat från andra säljkanaler och annan regelefterlevnad på elhandelsmarknaden. Energiföretagen är övertygad om att det krävs ett helhetsgrepp för att minska utrymmet för oschyssta affärsmetoder på elhandelsmarknaden och att sådana åtgärder inte är direkt kopplade till telefonförsäljning.

Stockholm som ovan

Åsa Pettersson

VD Energiföretagen Sverige