

Åtgärder för en mer hållbar konsumtion (SOU 2025:124)

Tidningsutgivarna (TU) har tagit del av betänkandet och lämnar följande allmänna synpunkter.

TU finner det inledningsvis oerhört märkligt att utredningen helt duckat för att göra en analys av hur förslagen i utredningen förhåller sig till grundlagarna och den delegationsbestämmelse som finns i TF. TU ber också att i detta avseende få hänvisa till vad Journalistförbundet säger i sitt yttrande.

I utredningen föreslås att det i marknadsföringslagen införs regler för att motverka vilseledande marknadsföring om bl.a. produkters miljömässiga egenskaper. TU anser självklart att det är viktigt att konsumenterna kan göra väl underbyggda val, inte minst ur ett miljöperspektiv. Här har även medier en viktig uppgift i att bevaka och skriva om detta område inklusive utveckling av nya varor och tjänster på redaktionell plats. Felaktig marknadsinformation och löften om miljöinsatser kan leda till att konsumenter blir skeptiska till kommunikation och detta kan drabba företag som arbetar seriöst med miljö- och hållbarhetsfrågor.

Utöver detta första mycket grundläggande konstaterande vill TU särskilt lyfta ansvaret för att reklam (annonser) inte är otillbörlig. I praxis har konstaterats att en tidning måste ta ett visst begränsat ansvar för införda annonser även om tidningen inte tagit något aktiv del i annonsernas utformning. Det får anses ankomma på ett seriöst tidningsföretag att ha kontroll över de annonser som införs i tidningen. Ett tidningsföretags medverkansansvar är, och skall vara, begränsat till fall där det står helt klart för tidningsföretaget att annonsen är otillbörlig. Enligt praxis kan någon ingående utredning inte krävas av tidningsföretaget före ett annonsinförande, något som bland annat följer av MD 1995:2.

TU:s medlemmar jobbar aktivt med att säkerställa att alla annonser är tillbörliga men kan inte beläggas med alltför långtgående undersökningsplikt. Inte minst gäller detta komplexa områden som hållbarhet där ansvar och tillsyn i första hand ska ligga på annonsör och tillsynsmyndighet.

Johan Taubert

Jan Fager

VD

Jurist