

”Marknadsföra rätt”

Hanna Ackeberg, Anna Hult och
Gabriella Fenger-Krog,
Konsumentverket



Målet för konsumentpolitiken

*”Väl fungerade konsumentmarknader och en
miljömässigt,
socialt och ekonomiskt hållbar konsumtion”*



Konsumentverkets målsättning

- Konsumenters skadan minskar
- Hållbar konsumtion blir enklare



Konsumentnytta

- Stort allmänt konsumentintresse
- Frågan är viktig ur ett rättsligt perspektiv och bör prövas av domstol.
- Allmänpreventivt syfte



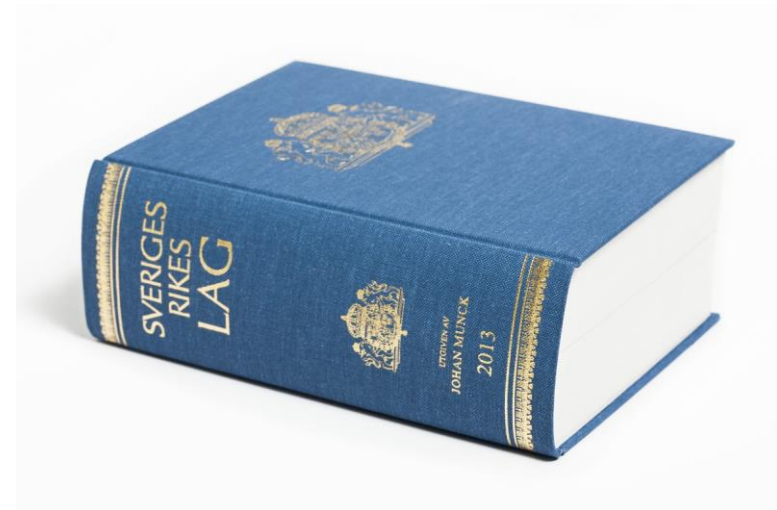
Konsumentverkets uppdrag

- Bevaka att de konsumentskyddande reglerna efterlevs
- Tillhandahålla information till konsumenter
- Stärka konsumenternas ställning genom dialog med företagen och genom branschöverenskommelser
- Verka för ett konsumentskydd på en hög nivå

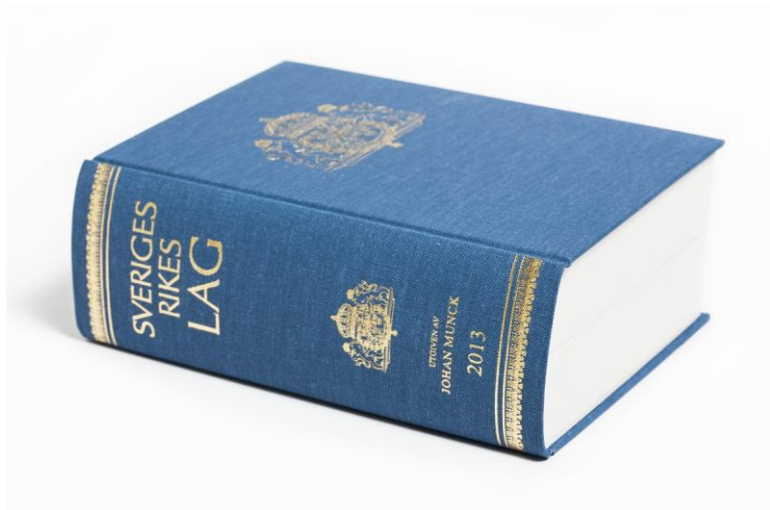


Lagar som Konsumentverket har direkt tillsyn över

- Marknadsföringslagen
(2008:486)
- Lag om avtalsvillkor i
konsumtförhållanden
(1994:1512)



Annan särskild lagstiftning som Konsumentverket har tillsyn över



- Lag om värdepappersfonder
- Lag om distansavtal och avtal utanför affärslokal
- Prisinformationslagen
- och flera andra lagar och förordningar....

Konsumentrapporten 2013 - 2018

- Telekomtjänster
- Försäkringar
- Bank- och finanstjänster





Långsiktigt sparande – en ojämsställd marknad

(Rapport 2018:18)

Marknadsföringslagen

- Grundläggande regler inom marknadsrätt

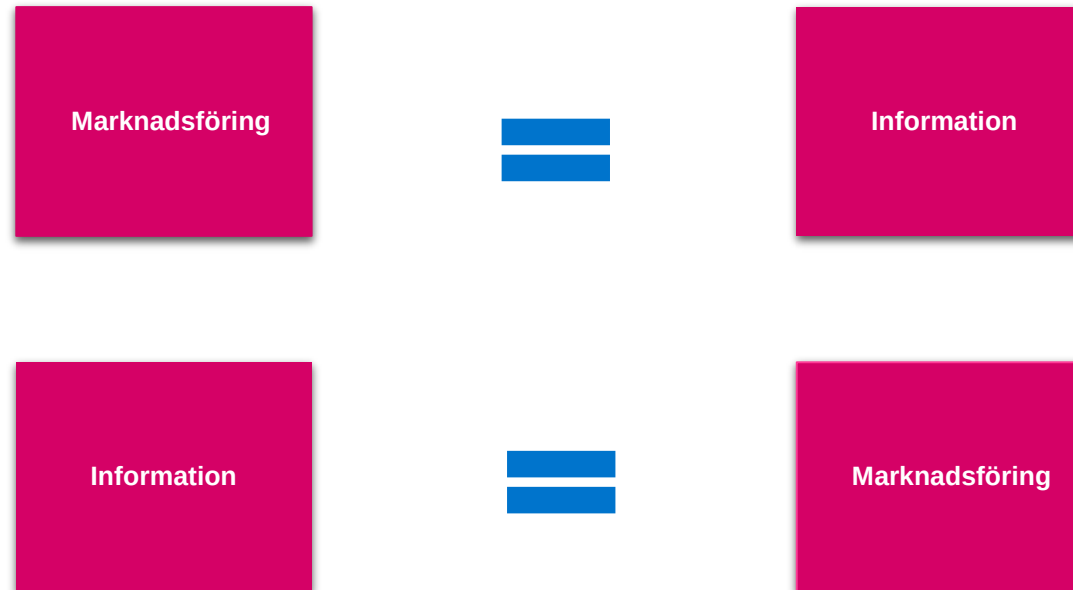


Vad är marknadsföring?

- 3 § marknadsföringslagen

*Reklam och andra åtgärder i näringsverksamhet som är ägnade att främja avsättningen av och tillgången till produkter inbegripet en näringsidkares handlande, underlåtenhet eller någon annan åtgärd eller beteende i övrigt **före, under eller efter** försäljning eller leverans av produkter till konsumenter.*

Vad är marknadsföring?



Marknadsföring är alltså...

*Allt en näringsidkare säger i
syfte att sälja.
Före, under eller efter
försäljning!*



God marknadsföringssed

- God affärssed eller andra vedertagna normer, t.ex.
 - uppförande- och branschkode,
 - domstolspraxis,
 - Konsumentverkets föreskrifter och allmänna råd.
- Konsumentverkets branschöverenskommelse med Fondbolagens förening angående regler för marknadsföring av fonder (BÖ 2015:2).

Krav på vederhäftighet

- Påståenden eller andra framställningar får inte vara felaktiga eller vilseledande.
- Näringsidkaren har bevisbördan.
- Även för alla tolkningar som ligger nära till hands.
- Avgörande är konsumentens uppfattning, inte näringsidkarens avsikt.



Högst
avkastning!



Marknadens
lägsta avgift!



Billigaste
fonden!

Vilseledande marknadsföring

- Påståenden eller andra framställningar som vilseleder om näringsidkarens egen eller någon annans näringsverksamhet.
- Gäller även om informationen utelämnas eller lämnas på ett otydligt sätt.
- Avgörande är om framställningen varit *ägnad* att vilseleda konsumenten.

Marknadsföringens ekonomiska påverkan

- Är marknadsföringen ägnad att påverka konsumentens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut?
- Skillnad på *affärsbeslut* och *köpbeslut*.
- Affärsbeslutet täcker flera beslut som konsumenten kan fatta under processen fram till köpbeslutet och även efter detta.
- Väsentlig information vid affärsbeslut och inte vid köpbeslut.

Utgångspunkter vid bedömningen

- Målgruppens helhetsintryck vid en flyktig kontakt.
- Genomsnittskonsumentens uppfattning.
- En för gruppen normalt informerad och skäligen uppmärksam och upplyst person.
- Varje reklamenhet bedöms sedd var för sig.

Konsumentverkets utgångspunkt vid granskning av fondmarknadsföring

*En genomsnittskonsumент som inte kan förutsättas ha några
djupare kunskaper i ämnet*

MD 2010:31

Granskning av angivande av riskinformation vid marknadsföring av fonder



BÖ 2015:2 – Marknadsföring av fonder

- Punkt 1
 - Relevant och saklig information
 - Vilka risker som föreligger med erbjuden produkt
 - Informationen ska vara tydlig

BÖ 2015:2 – Marknadsföring av fonder

- Punkt 7:
 - Vid marknadsföring av fonder ska alltid framgå att sådana investeringar innebär en risk
 - Följande information (eller med liknande innebörd) ska alltid finnas med och får inte ges en undanskymd placering:

BÖ 2015:2 Marknadsföring av fonder

"Historisk avkastning är ingen garanti för framtida avkastning. De pengar som placeras i fonden kan både öka och minska i värde och det är inte säkert att du får tillbaka hela det insatta beloppet".

BÖ 2015:2 Marknadsföring av fonder

- MD 2010:6
 - Överenskommelsen ska gälla även andra finansiella produkter än fonder
- MD 2010:31
 - Samtliga aktörer som marknadsför fonder ska omfattas av branschöverenskommelsen, inte enbart Fondbolagens Förenings medlemmar.
 - Branschöverenskommelsen ska anses utgöra god marknadsföringssed

Granskning av angivande av riskinformation vid fondmarknadsföring

- 20 slumpmässigt utvalda aktörer
- Granskningen omfattar bl.a. placering och utformning av riskinformation
- "Ej undanskymd" eller "framträdande"?



Resultat av granskningen

- Samtliga aktörer har lämnat fullständig eller viss riskinformation
- Varierade val av placering och utformning
- Olika exempel
- Fiktivt exempel från Konsumentverket



Dinfinans.se

[Våra spartips](#)[Dina fonder](#)[Kontakta oss](#)

Våra fonder

Fond	NAV-kurs SEK	3 mån %	Sharpe	Förv.av. %	Prod.avg. %	Rating	Risk	Jfr
Storfonden	924,85	13,41	0,71	1,75	3,04	3	Hög (7 av 7)	☐
Småfonden	590,52	12,84	0,69	1,54	2,5	2	Hög (7 av 7)	☐
Bredfonden	638,72	8,39	0,75	1,75	2,48	3	Hög (7 av 7)	☐
Smalfonden	94,88	7,92	0,73	1,85	1,95	3	Hög (7 av 7)	☐
Rundfonden	122,83	7,67	0,00	1,00	3,13	-	Medel (4 av 7)	☐
Plattfonden	3498,26	7,31	1,86	1,00	5,75	-	Medel (5 av 7)	☐
Storfonden	924,85	13,41	0,71	1,75	3,04	3	Hög (7 av 7)	☐
Småfonden	590,52	12,84	0,69	1,54	2,5	2	Hög (7 av 7)	☐
Bredfonden	638,72	8,39	0,75	1,75	2,48	3	Hög (7 av 7)	☐

Bredfonden	638,72	8,39	0,75	1,75	2,48	3	Hög (7 av 7)	☐
Smalfonden	94,88	7,92	0,73	1,85	1,95	3	Hög (7 av 7)	☐
Rundfonden	122,83	7,67	0,00	1,00	3,13	-	Medel (4 av 7)	☐
Plattfonden	3498,26	7,31	1,86	1,00	5,75	-	Medel (5 av 7)	☐
Storfonden	924,85	13,41	0,71	1,75	3,04	3	Hög (7 av 7)	☐
Småfonden	590,52	12,84	0,69	1,54	2,5	2	Hög (7 av 7)	☐
Bredfonden	638,72	8,39	0,75	1,75	2,48	3	Hög (7 av 7)	☐
Smalfonden	94,88	7,92	0,73	1,85	1,95	3	Hög (7 av 7)	☐
Rundfonden	122,83	7,67	0,00	1,00	3,13	-	Medel (4 av 7)	☐
Plattfonden	3498,26	7,31	1,86	1,00	5,75	-	Medel (5 av 7)	☐
Storfonden	924,85	13,41	0,71	1,75	3,04	3	Hög (7 av 7)	☐
Småfonden	590,52	12,84	0,69	1,54	2,5	2	Hög (7 av 7)	☐
Bredfonden	638,72	8,39	0,75	1,75	2,48	3	Hög (7 av 7)	☐
Smalfonden	94,88	7,92	0,73	1,85	1,95	3	Hög (7 av 7)	☐
Rundfonden	122,83	7,67	0,00	1,00	3,13	-	Medel (4 av 7)	☐

Visa fler

Dinfinans.se

Om Dina finanser

Investera

Jobba hos oss

Blogg & Podd

Aktuellt

Podden

Blogg & Podd

Aktuellt

Podden

Följ oss!

Facebook

Twitter

Användarvillkor

Säkerhet

Reklamationer och klagomål

Integritet

Cookies

Historisk avkastning är ingen garanti för framtida avkastning. En investering i värdepapper/fonder kan både öka och minska i värde och det är inte säkert att du får tillbaka det investerade kapitalet.

Rundfonden	122,85	7,37	0,88	1,00	5,75	-	Medel (5 av 7)	☐
Plattfonden	3498,26	7,31	1,86	1,00	5,75	-	Medel (5 av 7)	☐
Storfonden	924,85	13,41	0,71	1,75	3,04	3	Hög (7 av 7)	☐
Småfonden	590,52	12,84	0,69	1,54	2,5	2	Hög (7 av 7)	☐
Bredfonden	638,72	8,39	0,75	1,75	2,48	3	Hög (7 av 7)	☐

Visa fler

SWESIF är Sveriges Forum för Hållbara Investeringar. Markeringen med den runda ringen innebär att fonden har upprättat SWE-SIFs Hållbarhetsprofil. Hållbarhetsprofilen gör det möjligt att få information om och hur fonder tillämpar hållbarhetskriterier i sin förvaltning. Informationen i Hållbarhetsprofilen upprättas av fondbolagen och de är själva ansvariga för att informationen följer SWESIFs riktlinjer och att angiven information är riktig. Läs mer om respektive fonds hållbarhetsarbete genom att klicka på fondens Hållbarhetsprofil. [Läs mer om Hållbarhetsprofilen >>](#)

Dinfinans rekommenderade utbud består av fonder från ledande fondförvaltare både i Sverige och utomlands. Arbetet med fondutbudet följer en kvalificerad utvärderingsprocess där ambitionen är att ha det bästa fondutbudet på marknaden. Dinfinans arbetar också kontinuerligt med ansvarsfulla investeringar, [Läs mer här](#). Alla våra rekommenderade fonder är öppna för direktfondsparande, IPS och fondförsäkring hos Dinfinans om inget annat anges. Inom avtalspensioner (t ex FTP, ITP) kan undantag förekomma, för avtalspension inom BTPK gäller det rekommenderade utbudet. Läs mer om fondutbudet.

Sparande i fonder innebär alltid en risk. De pengar som placeras i fonder kan både öka och minska i värde och det är inte säkert att du får tillbaka hela det insatta beloppet. [Läs mer om risk i fonder](#). Informationen baseras på uppgifter från Börsen. Dinfinans reserverar sig för eventuella fel i informationen. Varken Börsen eller dinfinans ansvarar för skada, vare sig direkt eller indirekt på grund av eventuella brister eller fel i informationen. Användare får inte förlita sig på informationen utan att ha gjort vederbörliga kontroller. Vid omräkning av fondkurserna till svensk valuta används olika valutakurser av olika aktörer vilket innebär att marginella avvikelser kan förekomma vid en jämförelse. Vid jämförelser och portföljanalyser av fonder är det möjligt att välja och analysera fonder från olika utbud vilket kan medföra att du inte kan genomföra köp eller fondbyte av alla fonder som inkluderats.

Dinfinans.se

Om Dina finanser

Investera

Jobba hos oss

Blogg & Podd

Aktuellt

Podden

Blogg & Podd

Aktuellt

Podden

Följ oss!

Facebook

Twitter

Dinfinans.se

[Våra spartips](#)[Dina fonder](#)[Kontakta oss](#)

Här finns din framtid!

Asim voloris idempori dolorum rere aut faceped qui to vernatem eveliam, seque res rerferatium nos eosam, coremporio mo od quam volupturias reri qui coreptatem qui reptam doluptamus.

Sumquas ex erum voloreria aut omniet qui dolupta debis int, officimaxi-me volorepelit velluptam, temquo velectur mi, apidessum ipsam fugiam reici dolo debit liaepre vendigenet laut quae im que poriamus eost, que volum rerum nos ut quas illuptate incidist qui niet, si tecest.

[Börja spara nu!](#)[Kontakta mig](#)

Nyheter

Våra fonder

Fond	NAV-kurs SEK	1 år %	Sharpe	Rating
Storfonden	421,20	70,24	0,43	3
Småfonden	51,33	62,86	0,27	2
Bredfonden	337,75	60,73	0,35	3
Smalfonden	492,37	89,45	-0,28	-
Rundfonden	122,55	56,41	0,68	3
Plattfonden	72,24	48,35	0,64	3
Storfonden	421,20	70,24	0,43	3
Småfonden	51,33	62,86	0,27	2
Bredfonden	337,75	60,73	0,35	3
Smalfonden	492,37	89,45	-0,28	-
Rundfonden	122,55	56,41	0,68	3
Plattfonden	72,24	48,35	0,64	3

Nyheter

2019-09-03 13:37 | Asim voloris idempori dolorum rere aut facedped qui to vernatem eveliam, seque res rerferatium nos eosam, coremporio mo od quam volupturias reri qui coreptatem qui reptam doluptamus.

2019-09-03 10:11 | Sumquas ex erum voloreria aut omniet qui dolupta debis int, officimaxime volorepelit velluptam, temquo velectur mi, api-dessum ipsam fugiam reici dolo debit liaepre vendigenet laut quae im que poriamus eost.

2019-09-03 09:58 | Asim voloris idempori dolorum rere aut facedped qui to vernatem eveliam, seque res rerferatium nos eosam, coremporio mo od quam volupturias reri qui coreptatem qui reptam doluptamus.

2019-09-03 13:37 | Asim voloris idempori dolorum rere aut facedped qui to vernatem eveliam, seque res rerferatium nos eosam, coremporio mo od quam volupturias reri qui coreptatem qui reptam doluptamus.

2019-09-03 13:37 | Asim voloris idempori dolorum rere aut facedped qui to vernatem eveliam, seque res rerferatium nos eosam, coremporio mo od quam volupturias reri qui coreptatem qui reptam doluptamus.

[Fler nyheter >>](#)

Storfonden	421,20	70,24	0,43	3
Småfonden	51,33	62,86	0,27	2
Bredfonden	337,75	60,73	0,35	3
Smalfonden	492,37	89,45	-0,28	-
Rundfonden	122,55	56,41	0,68	3
Plattfonden	72,24	48,35	0,64	3
Storfonden	421,20	70,24	0,43	3
Småfonden	51,33	62,86	0,27	2
Bredfonden	337,75	60,73	0,35	3
Smalfonden	492,37	89,45	-0,28	-
Rundfonden	122,55	56,41	0,68	3
Plattfonden	72,24	48,35	0,64	3
Storfonden	421,20	70,24	0,43	3
Småfonden	51,33	62,86	0,27	2
Bredfonden	337,75	60,73	0,35	3

Visa fler

Riskinformation: Historisk avkastning är ingen garanti för framtida avkastning. Pengar som placeras i fonder kan både öka och minska i värde och det är inte säkert att du får tillbaka hela det investerade kapitalet. Ladda ned faktablad och informationsbroschyr under respektive fond.

Dinfinans.se

Om Dina finanser
Investera
Jobba hos oss

Blogg & Podd

Aktuellt
Podden

Blogg & Podd

Aktuellt
Podden

Följ oss!

Facebook
Twitter



Våra fonder

Viktig information

Historisk avkastning är ingen garanti för framtida avkastning. De pengar som placeras i fonder kan både öka och minska i värde och det är inte säkert att du får tillbaka hela det insatta kapitalet. Vi rekommenderar att du läser fondens faktablad och fullständiga informationsbroschyr innan du köper andelar i en fond.

Fond	NAV-kurs SEK	3 mån %	Sharpe	Förv.av. %	Prod.avg. %	Rating	Risk	Jfr
Storfonden	924,85	13,41	0,71	1,75	3,04	3	Hög (7 av 7)	☐
Småfonden	590,52	12,84	0,69	1,54	2,5	2	Hög (7 av 7)	☐
Bredfonden	638,72	8,39	0,75	1,75	2,48	3	Hög (7 av 7)	☐
Smalfonden	94,88	7,92	0,73	1,85	1,95	3	Hög (7 av 7)	☐
Rundfonden	122,83	7,67	0,00	1,00	3,13	-	Medel (4 av 7)	☐
Plattfonden	3498,26	7,31	1,86	1,00	5,75	-	Medel (5 av 7)	☐
Storfonden	924,85	13,41	0,71	1,75	3,04	3	Hög (7 av 7)	☐
Småfonden	590,52	12,84	0,69	1,54	2,5	2	Hög (7 av 7)	☐
Bredfonden	638,72	8,39	0,75	1,75	2,48	3	Hög (7 av 7)	☐
Smalfonden	94,88	7,92	0,73	1,85	1,95	3	Hög (7 av 7)	☐
Rundfonden	122,83	7,67	0,00	1,00	3,13	-	Medel (4 av 7)	☐

Konsumentverkets bedömning

- Väsentlig information ska inte behöva eftersökas
- Risk att informationen förbigås av konsumenten
- Missad information kan påverka konsumentens affärsbeslut



Ej undanskymd eller framträdande?

- Synpunkter från branschen
- Konsumentverkets syn:
 - Relevant och saklig information, risker med produkten – **tydligt angiven information**
 - Risk att förbigås – informationens syfte går förlorat
- Möjlighet till dialog

Riskinformationens placering

- Enligt Konsumentverket motiverat även enligt andra marknadsrättsliga grunder
- Riskinformation väsentlig
- Vilseledande utelämnande, 10 § 3 st MFL
- Olämplig placering påverkar konsumentens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut

Riskinformationens utformning

- Ska vara fullständig (även om lydelsen ändras)
- Ska framgå på samtliga sidor där marknadsföring förekommer

”Statisk” placering av riskinformation

- 2 typer
 - ”Likadan” placering på samtliga sidor – OK om marknadsföringen och riskinformationen följs åt på samtliga webbsidor
 - ”Fast” placering av riskinformation på en plats – flyttas nedåt vid rullist och/eller följer inte med vid popup-fönster – inte OK



Här finns din framtid!

Asim voloris idempori dolorum rere aut faceped qui to vernatem eveliam, seque res rerferatium nos eosam, coremporio mo od quam volupturias reri qui coreptatem qui reptam doluptamus.

[Börja spara nu!](#)[Kontakta mig](#)

Välj någon av våra fonder

[Storfonden >>](#)[Småfonden >>](#)[Bredfonden >>](#)[Smalfonden >>](#)

Nyheter

2019-09-03 13:37 | Asim voloris idempori dolorum rere aut faceped qui to vernatem eveliam, seque res rerferatium nos eosam, coremporio mo od quam volupturias reri qui coreptatem qui reptam doluptamus.

[Fler nyheter >>](#)

Riskinformation: Historisk avkastning är ingen garanti för framtida avkastning. Pengar som placeras i fonder kan både öka och minska i värde och det är inte säkert att du får tillbaka hela det investerade kapitalet. Ladda ned faktablad och informationsbroschyr under respektive fond.

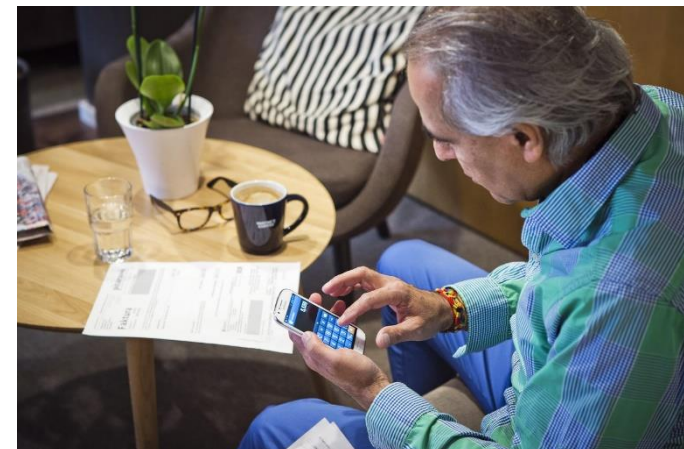
Nu lanserar vi småfonden

Pa coriate cuptum qui nectem invendae volore doluptatur?

Neque aspelicab ipsae si re, omnis dolestini natemolum facerum imentiur aut remporerum re rerferit ipsa sed quisita sperit aut quid que verferum quia con reriorrumqui intur rem eatem ditatum, ut dus ea niendios se rim vellum volomomandolocihustam aut volutet effatini dolerist

Riskinformation på websidor i mobilversion

- Vanligt med icke-anpassade mobilversioner
- Leder bland annat till scrollande i sidled – inte OK
- Samma riktlinjer gäller i övrigt
- Scrollande beroende på bristande skärmutrymme OK, riskinformationen måste dock vara placerad i direkt anslutning till marknadsföringen



Sammanfattning

- Riskinformation ska finnas med på samtliga sidor där fondmarknadsföring förekommer,
- Placering i direkt anslutning till marknadsföringen,
- Scrollning för att ta del av informationen ska ej behövas
- Fullständig information, ej placerad tillsammans med annan information,
- Ej mindre typsnitt än annan info
- Får gärna markeras med rubrik, symbol, ruta eller liknande,
- Får vara statiskt placerad, så länge marknadsföring och riskinformation följs åt på samtliga sidor
- Samma förutsättningar i mobilversion. Sidan ska även vara mobilanpassad

Marknadsföring i sociala medier



Reklamidentifiering och sändarangivelse

- All marknadsföring ska utformas och presenteras så att det tydligt framgår att det är fråga om marknadsföring.
- Det ska också tydligt framgå vem som står bakom marknadsföringen.



Utgångspunkter

- Näringsidkaren har huvudansvaret för marknadsföringen.
- Omfattar även åtgärder som man låter någon annan vidta för sin räkning, t.ex. influencers.
- Näringsidkaren har ett kontrollansvar.
- Grunden är ett tydligt avtal mellan parterna.

Medverkansansvar

- Någon annan som handlar på näringsidkarens vägnar eller var och en som i övrigt väsentligt bidragit till marknadsföringen.
- Gäller även angivande av riskinformation.
- Frågan om medverkansansvar för en influencer har prövats av PMD.
- Konsumentverkets vägledning om marknadsföring i bloggar och andra sociala medier.

Mediets begränsning

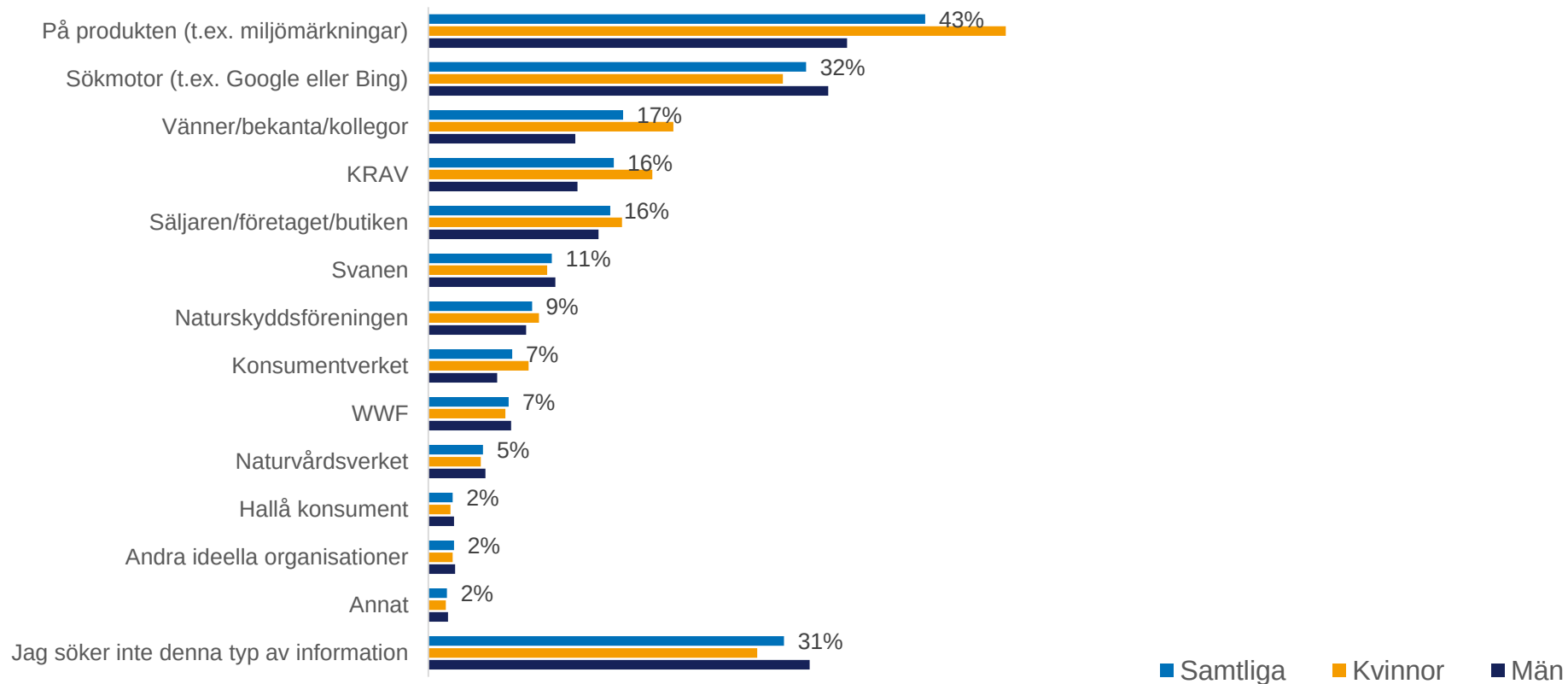
- Lämpar det sig att marknadsföra fonder i alla medier?
- Marknadsföringslagen gör ingen skillnad på olika typer av medier.
- Viktigt att tänka på att det kan finnas begränsningar i utrymmet.
- Riskinformation ska framgå i direkt anslutning till marknadsföringen.

Miljömärkningar– och påståenden i marknadsföring

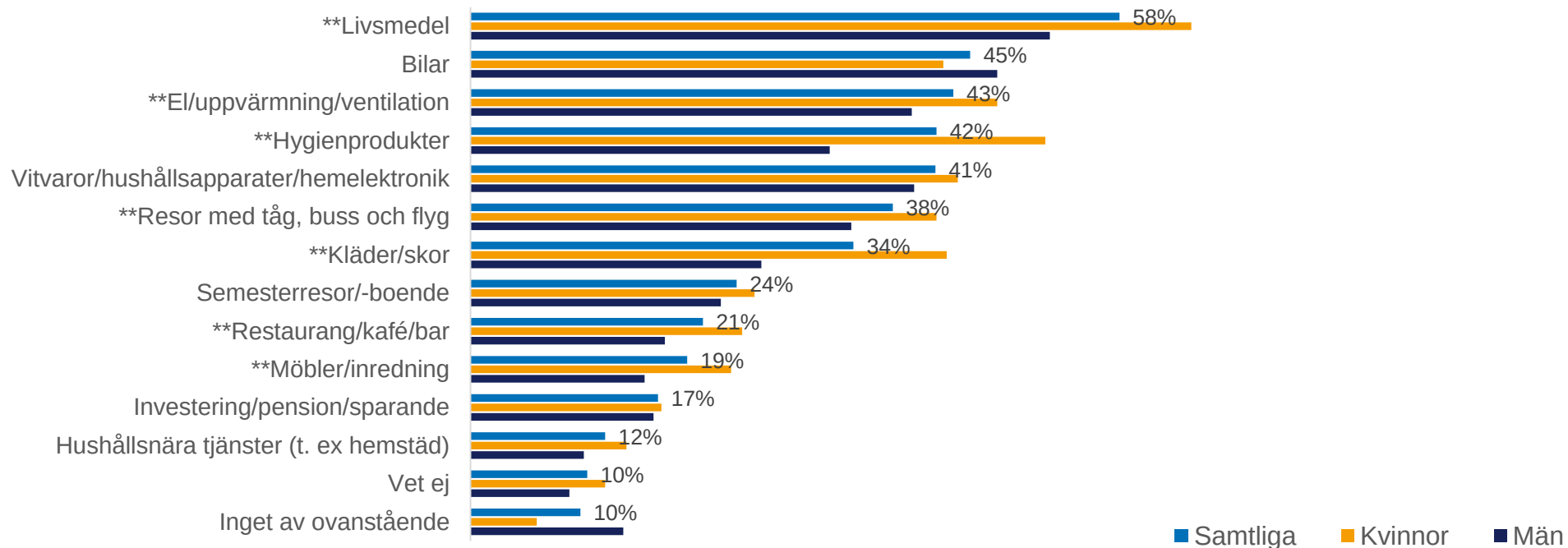


Informationskällor – varor och tjänsters klimat- och miljöpåverkan

**

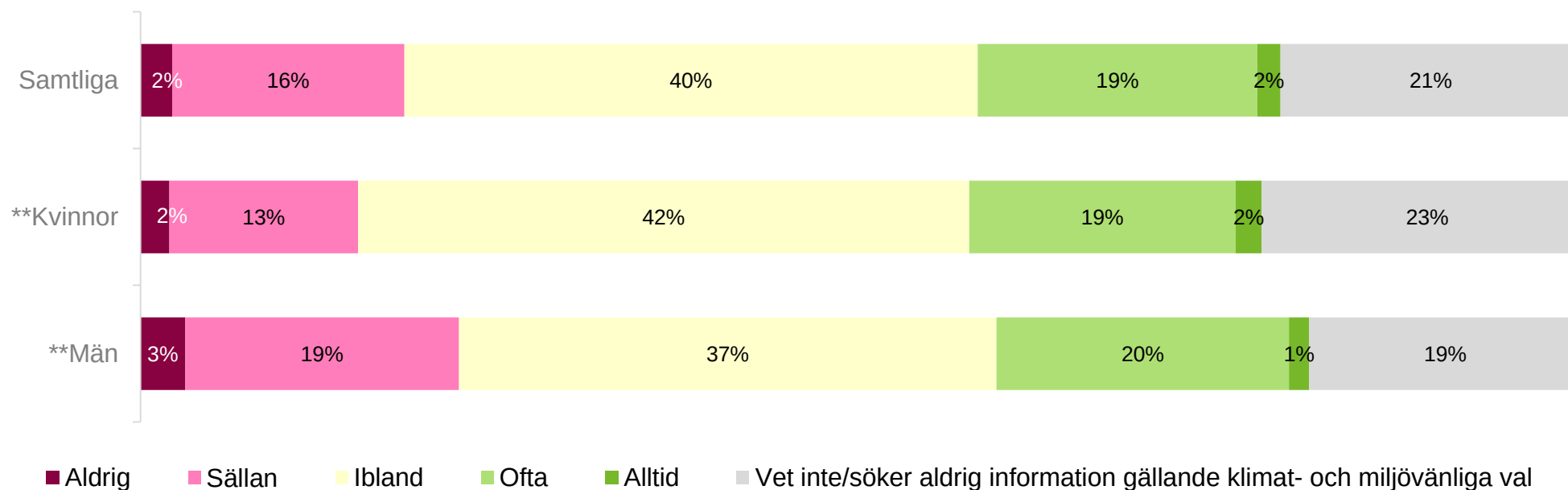


Områden konsumenterna önskar information gällande klimat- och miljöpåverkan



**Signifikant skillnad: kvinnor/män

Hittar relevant information klimat-/miljövänliga val



**Signifikant skillnad: kvinnor/män, svarsalternativ: "Sällan" & "Aldrig"

Slutsatser av undersökningen

- De vanligaste källorna för att söka information om klimat-
miljöpåverkan inför ett köp är:
 - På produkten (43 procent)
 - Sökmotor (32 procent)
- En tredjedel av konsumenterna uppger att de inte söker efter denna typ av information.
- Den produkt som flest är intresserade av att få information om är livsmedel.

Miljöpåståenden



- Vad är ett miljöpåstående?
- Fastställa innebörden av miljöpåståendet
- Genomsnittskonsumenten
 - Betydande kommersiellt värde

Regelverk

- Marknadsföringslagen
 - Vägledningen till UCPD
 - Kommissionens efterlevnadskriterier
- Internationella handelskammarens regler (ICC)
- ISO 14021:2017



Miljöpåståenden i marknadsföring

En näringsidkare får inte använda sig av felaktiga påståenden eller andra framställningar som kan vilseleda konsumenter.

Detta gäller särskilt framställningar som rör en produkts inverkan på miljön.



Huvudprinciperna

- Allmänt hållna miljöpåståenden ex. miljövänlig, grön, ekologisk och klimatsmart får endast användas om de:

Kvalificeras

- Precisera vilka miljöeffekter som åsyftas

Verifieras

- Styrk påståendet med betryggande bevisning

Miljömärkningar

- Märkningens betydelse och avgränsning måste framgå
- Kriterierna för märkningen måste vara uppfyllda och finnas offentligt och enkelt tillgängliga
- Kriterierna bör visa tydliga miljöfördelar
- Märkningen ska inte kunna förväxlas



Praxis

- **"Äntligen en miljövänlig bil"** (MD 2011:12)
- **Naturliga blöjor** (MD 2012:7)
- **"Ekofärgen"** (PMT 8776-17, PMT 6755-18)

Checklista

- Stämmer påståendet och är det relevant?
- Är påståendets begränsning förtydligat?
- Kan det som påstås/uppfattas bevisas?



Tack!

Hanna Ackeberg, Anna Hult och
Gabriella Fenger-Krog, Konsumentverket

