

Podcast Konkurrenten

Avsnitt 25: Alla vinner på konkurrens

Textversion av Konkurrenten avsnitt 25 (publicerat 4 december 2017), vill du hellre lyssna på avsnittet kan du ta del av det på vår webbplats www.konkurrensverket.se/konkurrenten.

Hanna Witt:

Varmt välkomna till Konkurrenten, Konkurrensverkets podd där vi pratar om frågor som rör konkurrens och upphandling. Jag som leder den här podden heter Hanna Witt och är chef över konkurrenstillsynen på Konkurrensverket. I dag ska vårt samtal handla om konkurrens i ett litet bredare perspektiv och särskilt om vad konkurrensen har för fördelar för konsumenter. Och jag har två kunniga gäster med mig här i dag och jag vill börja med att be vår externa gäst att presentera sig själv. Anna, kan du berätta vem du är och vad du gör?

Anna Hult:

Jag heter Anna Hult och jobbar som jurist på Konsumentverket med tillsyn över kredit- och betaltjänster.

Hanna Witt:

Och Arvid vill du fortsätta och berätta vem du är och vad du gör på Konkurrensverket?

Arvid Fredenberg:

Arvid Fredenberg heter jag och jag är chefsekonom så jag ansvarar över den ekonomiska analysen i våra ärenden.

Hanna Witt:

Varmt välkomna hit båda två. Om vi börjar med dig Anna och jag ställer frågan vad innebär egentligen att vara konsument på en konkurrensutsatt marknad?

Anna Hult:

Det innebär att du har rätt så många val, när du ska välja produkter och tjänster

men också att du måste vara upplyst som konsument och veta vad det är du vill ha och kunna ta ställning till vilken produkt som är bäst för dig.

Hanna Witt:

Det låter litet jobbigt, är det det?

Anna Hult:

Ja, alltså det kan ju vara jobbigt man måste låta olika beslut ta tid. Vissa beslut är ju enkla att ta som att kanske köpa mjölk eller fil eller vad du ska ha till lunch medan andra produkter, som dyra kapitalvaror eller produkter som påverkar din pension eller liknande måste få ta tid och där du ska helst analysera vilken produkt som är bäst för dig.

Hanna Witt:

Och varför måste jag göra allt det här? Vad vinner jag på det som konsument?

Anna Hult:

Det du vinner är ju att du förhoppningsvis får den produkten som passar just dig bäst och att du hittar den produkten som kanske har de bästa villkoren för just dig. Eller om du vill ha de bästa villkoren för miljön eller för hållbar konsumtion eller liknande.

Hanna Witt:

Finns det någon bransch, kan du ge något exempel, där företagen underlättar för konsumenterna och vad det är som gör att just den branschen fungerar bra?

Anna Hult:

Det svåra är kanske att peka ut en bransch som underlättar just för konsumenterna, där hela branschen gör det. Men det finns en viss lagstiftning som gör att det blir enklare för konsumenterna. Om man då t.ex. tittar på finansbranschen som jag jobbar mycket mot och kreditdelen, så finns det väldigt mycket lagstiftning som kommer från olika direktiv, från Europa alltså, som ska se likadana ut i hela Europa, med förköpsinformation till exempel. Så all information från alla olika bolag ska se likadan ut. Vilket gör att du enkelt kan be om att få informationen och sedan jämföra vilken av produkterna som passar dig bäst?

Hanna Witt:

Vad säger du om det Arvid från Konkurrensverkets perspektiv? Håller vi med om det på Konkurrensverket, lika regler?

Arvid Fredenberg:

Lika regler är ju bäst för marknaden och då kan ju de olika företagen konkurrera med sina egna egenskaper, satsa på det de verkligen vill satsa på för att locka konsumenterna.

Hanna Witt:

Och vad skulle du vilja lyfta för fördelar för konsumenterna med en sund konkurrens? Vad ligger i det begreppet Arvid, kan du berätta?

Arvid Fredenberg:

Det är ju en hel del. Den första saken jag kommer att tänka på är att det ju leder till lägre priser. En del av er kanske minns hur det var när Linjeflyg hade monopol på inrikesflyget i Sverige. Då var det väldigt dyrt att flyga. Nu finns det ju konkurrens på de flesta rutter och då är priserna väldigt mycket lägre. Nyligen fick ju SJ konkurrens med MTR på tågtrafiken mellan Stockholm och Göteborg och då sänkte SJ priserna med 10–15 %. Företag som möter konkurrens måste sänka priserna för att behålla konsumenterna. Slarvar företagen med kvalitet så går vi till någon annan. Om kaffet är dåligt på det kafé där man dricker det så går man till ett annat kafé dagen efter. Så konkurrens pressar företagen till att höja servicen och kvaliteten. När det blev konkurrens mellan apotek så var en av effekterna att både nya och gamla apotek började ha öppet på söndagar. Det var väldigt ovanligt tidigare. Så konkurrens leder till ett ökat utbud. Det är också så att på längre sikt så leder konkurrens till fler innovationer som ofta gör att företagen kämpar om att få en egen del av marknaden. De vill bli bättre än konkurrenterna så de vill hela tiden forska fram nya produkter som är bättre än konkurrenternas produkter. Då får vi till en dynamisk konkurrens som verkligen gynnar innovationen.

Hanna Witt:

Många fördelar för konsumenterna alltså. Har du någon kommentar till det Anna? Instämmer Konsumentverket i Arvids beskrivning?

Anna Hult:

Ja, jag tycker att det låter såsom man själv kanske har svårt att sätta ord på när man inte jobbar med just konkurrensfrågor. Men det är hela tiden det man möter både som konsument men också i sin arbetssituation att man ser olika möjligheter både för konsumenterna att också då kunna göra aktiva val att man faktiskt kan välja bort någonting som man inte tycker är bra. För ett val är ju inte bara det man väljer utan ett val är ju också det som man faktiskt har möjlighet att välja bort.

Hanna Witt:

Om det inte finns en sund konkurrens, Arvid, en bristfällig konkurrens, vad kan det få för andra konsekvenser?

Arvid Fredenberg:

Det kan ju leda till högre priser. Det blir tråkigare, tristare, färre valmöjligheter. Jag skulle också vilja lyfta att det kan vara sämre även för levnadsstandarden. En stor del av den svenska ekonomin är ju det som upphandlas av myndigheter, kommuner och landsting det är nästan 20 % av BNP. När det offentliga köper in, om det då är karteller eller monopol eller på något annat sätt avsaknad av

konkurrens, då får de mindre för pengarna, då får vi skattebetalare mindre för pengarna. Det blir färre cykelbanor, det blir färre tjälskador som kan lagas i vägarna, linjenätet för bussarna kanske måste dras in för att budgeten inte räcker.

Hanna Witt:

Du reflekterade litet grann över det när du tog upp Linjeflyg, men hur hade det sett ut i dag om det hade varit som på 80- och 90-talet?

Arvid Fredenberg:

Ja, det hade väl varit en hel del trötta monopolister. Ni kanske minns de inplastade mackorna på SJ förr i tiden? Nu är det ju konkurrens mellan SJ och MTR och de tar in kända kockar som ska utforma måltiderna. Jag minns fortfarande hur det var när Televerket bestämde vilken telefon man skulle ha. Alla telefoner skulle vara godkända av Televerket. Tänk om det var så nu. Då skulle vi bara ha Telia som den enda operatören och kanske gamla Ericson-telefoner som de enda telefonerna.

Hanna Witt:

Det har skett stora förändringar på marknaden verkligen. Anna, har konsumentmakten förändrats sedan 80- och 90-talet, tror du det har blivit svårare eller lättare att vara konsument? Hur tänker du om det?

Anna Hult:

Ja, spontant skulle jag säga att det har blivit lättare, att man har många fler alternativ. Det svår är kanske alla valmöjligheter man har. Men på det stora hela tror jag att fler valmöjligheter, fler alternativ och möjligheten till den egna viljan är det som är det allra bästa för konsumenterna.

Hanna Witt:

Och när man som konsument tycker att någonting inte fungerar så utövar ni på Konsumentverket tillsyn. Hur fungerar den? När kan man vända sig till er som konsument? Kan du berätta?

Anna Hult:

Man kan vända sig till oss i två delar. Först kan man vända sig till oss, till vår upplysningstjänst som heter Hallå konsument. Och där kan man få hjälp och rådgivning om man har något eget konsumentproblem. Jag har någon tvist med någon hantverkare eller liknande eller har fel på min bil och jag vet inte var jag ska vända mig. Då vänder man sig till Hallå konsument. Om man däremot ser någon marknadsföring eller något avtalsvillkor som man tycker är konstiga eller man förstår de inte eller man känner sig felaktigt behandlad eller man har köpt en produkt som inte motsvarar det som man hade förväntat sig. Då kan man göra en anmälan till Konsumentverket. Det gör man via vår webbsida skriftligt, så man skickar in den till oss som svarar på ett antal frågor om produkten och den tas om hand av Konsumentverkets jurister därefter. Och då görs en bedömning av varje

anmälan om det är något marknadsrättsligt problem som vi kan titta på. Att det är marknadsrättsligt innebär att vi aldrig kommer kunna hjälpa dig som har anmält specifikt, men däremot kan vi hjälpa övriga konsumenter i framtiden att se till att det här avtalsvillkoret kanske försvinner eller att marknadsföringen tas bort så att vi hjälper konsumentkollektivet i slutändan.

Hanna Witt:

Vad är vanliga frågor och klagomål som kommer in till er?

Anna Hult:

Det kan vara brister i prisinformation, att man inte får rätt pris. Det kan vara att en marknadsföring av ett mobilabonnemang har varit vilseledande eller att det har varit konstiga villkor när jag skulle ta mitt bolån till exempel.

Hanna Witt:

Och Arvid, Konkurrensverket utövar ju också tillsyn. När kan man vända sig till Konkurrensverket?

Arvid Fredenberg:

Man kan vända sig till Konkurrensverket om man upptäcker några konstigheter på marknaden, man misstänker att företag samarbetar i en kartell. Sådana tips tar vi gärna emot. Det kan också vara om man noterar att ett stort dominerande företag försöker pressa ut konkurrenter genom otillbörliga affärsvillkor eller något sådant. Sådana tips tar vi också gärna emot. Mycket av den tillsynen vi utövar är ju inte baserad på tips som vi får in och inte bara tips från konsumenter utan även drabbade företag utan vi jagar ju karteller. Vi vill ju inte att det ska finnas några karteller i samhället. De är vårt största fokus, att vi ska sätta stopp för kartellerna, för kartellerna är det är en allvarlig ekonomisk brottslighet som bör stoppas.

Hanna Witt:

Som är dålig för konsumenterna.

Arvid Fredenberg:

Som är dålig för konsumenterna. Den kan t.o.m. vara dålig för miljön. I den här nyligen avslöjade lastbilskartellen, där de stora lastbilsbolagen Volvo och Scania var med där kom de inte bara överens om priser utan de kom även överens om att fördröja införandet av mer miljövänlig teknik.

Hanna Witt:

Kartell Arvid, vad är det för något?

Arvid Fredenberg:

Det är ett olagligt samarbete mellan företag där de kommer överens om att inte konkurrera. Till exempel genom att komma överens om priser eller dela upp marknaden mellan sig eller dela upp kunder mellan sig.

Hanna Witt:

Och varför är det så dåligt för konkurrensen och konsumenterna? Vad händer?

Arvid Fredenberg:

Det som händer är ju att priserna blir högre än vad de hade varit annars. Konkurrensen blir sämre.

Hanna Witt:

Man tar bort tävlingsmomentet mellan företagen alltså. Är det så du menar?

Arvid Fredenberg:

Ja.

Hanna Witt:

Anna, finns det någon bransch, där man ska vara extra vaksam som konsument?

Anna Hult:

Ja, kanske inte på det sättet ur ett rent konkurrensperspektiv såsom Arvid pratade om karteller och liknande, men däremot finns det bolag som väljer att skapa marknadsföring t.ex. som är vilseledande och kanske lovar mer än de kan ge. Vilket gör att de då tar kunder från bolag som kanske har de mer normala villkoren eller de vanligare priserna på tjänsten eller produkten just nu. Det är ju sämre för konkurrensen om det finns ett bolag som då inte heller kan leva upp till det som de lovar konsumenterna. Och sådant har ju anmälts till oss och kan ju anmälas till oss och det brukar anmälas då som vilseledande marknadsföring.

Hanna Witt:

Är det någon idé att anmäla saker till er?

Anna Hult:

Ja, det är ju en idé att anmäla saker till oss så vi kan få bort vilseledande marknadsföring och oskäligen avtalsvillkor. Men om det är en trasig produkt eller en tjänst som inte blivit genomförd som den ska så har man också en möjlighet att kontakta lokala konsumentvägledare och budget- och skuldrådgivare. De kan hjälpa dig som konsument på ett annat sätt i kontakter med företag eller hur just du ska gå till väga för att få din rätt. Medan vill man hjälpa till för alla andra och få bort marknadsföring och oskäligen avtalsvillkor då anmäler man till Konsumentverket och då kommer vi att titta på det.

Hanna Witt:

Och Arvid finns det någon bransch där man ska vara extra vaksam från Konkurrensverkets perspektiv, en kartelltät bransch? Finns det någon sådan?

Arvid Fredenberg:

Det ligger ju i sakens natur att vi inte vet var kartellerna finns för hade vi vetat det så hade vi redan lagfört dem, men typiskt sett så är det branscher där det är

ganska få aktörer, de känner varandra väl, de har ofta ett väl utvecklat branschsamarbete. Många karteller har upptäckts inom olika delar av byggsektorn.

Hanna Witt:

Och hjälper det att kontakta Konkurrensverket med tips och klagomål? Kan du ge något exempel?

Arvid Fredenberg:

Ja då, det kan det visst göra. Vi hade ett exempel för ett antal år sedan med en glasmästare som upptäckte att glaset han köpte in hade höga priser. Han anmälde det till oss på Konkurrensverket och vi vidarebefordrade det där till EU-kommissionen som sedan lyckades avslöja en europeisk kartell bland glastillverkare.

Hanna Witt:

Europeiskt samarbete låter som det är väldigt viktigt på det här området alltså. Finns det sådant på konkurrenssidan?

Arvid Fredenberg:

O ja, det finns det. Vi har ett etablerat samarbete med de andra konkurrensmyndigheterna i Europa. Vi tipsar varandra om vilka branscher vi har aktivitet inom och vilka metoder vi använder.

Hanna Witt:

Kan vi t.o.m. hämta bevis i andra länder?

Arvid Fredenberg:

Det kan vi göra och andra kan komma och hämta bevis hos oss och då hjälper vi till.

Hanna Witt:

Och på konsumentsidan Anna, finns det ett europeiskt samarbete där också? Hur fungerar det?

Anna Hult:

Ja, det finns ett europeiskt samarbete. Vi kan ta hjälp av de andra europeiska konsumentmyndigheterna. Om vi har problem med bolag som verkar i Sverige men har sitt säte i andra länder. Sedan har vi också en del på Konsumentverket som heter Konsument Europa som hjälper svenska konsumenter som har problem utomlands och utländska konsumenter som har haft problem med svenska näringsidkare. De har också ett väldigt väl utvecklat samarbete med sina systemmyndigheter de andra Konsument Europa runt om i Europa. Och som vi pratade om innan så är det också mycket av lagstiftningen är ju fullharmoniserad inom EU i dag vilket gör också att det ska vara likadant, se likadant ut i hela Europa. Och som på konsumentkreditsidan t.ex. finns det en förköpsinformation

som du ska kunna få i Sverige och du ska t.ex. kunna få den från Frankrike. Och den ska se likadan ut så även om du inte kan franska ska du ändå kunna förstå vad som står i blanketten om du har den på svenska. Den ska se likadan ut i hela Europa.

Hanna Witt:

Och Anna hur kan man vara en bra konsument, om du får ge oss dina tre bästa tips? Du har ju berättat litet grann förut här, men dina tre bästa tips hur man är en bra konsument.

Anna Hult:

Ja, jag tycker man ska låta större beslut ta tid. Att man ska titta runt hos olika återförsäljare eller företag och att bestämma sig för vilket är viktigast för mig, är det kvaliteten eller är det priset och så fatta sina beslut efter det.

Hanna Witt:

Och om man agerar som Anna har beskrivit Arvid, hur bidrar det att förbättra konkurrensen?

Arvid Fredenberg:

Det är jättebra, ju fler aktiva konsumenter det finns desto bättre fungerar konkurrensen. Det ser vi ju skillnad på olika marknader där det är många aktiva konsumenter där måste företagen vara på tå hela tiden och erbjuda bättre villkor. Medan på marknader där konsumenterna är väldigt trögrörliga och inte byter, ja då kan företagen leva kvar i en trygg värld där de har sina kunder som de har kvar trots att de inte ger något bättre.

Hanna Witt:

Och vad gör du själv för att vara en bra konsument Arvid?

Arvid Fredenberg:

Jag jämför erbjudanden från olika leverantörer. Jag har ett årligt samtal med den bank som jag just nu har mina affärer med för att förhandla om villkoren och nu senast blev jag inte så nöjd så jag byter bank.

Hanna Witt:

Och Anna vad gör du?

Anna Hult:

Jag håller med Arvid precis. Jag gör nog precis på samma sätt som du så länge det är litet större och viktigare beslut för mig. Medan andra beslut kan man ta på stående fot. Men det är viktigt att man bestämmer sig för vilka av alla beslut jag ska ta känner jag att jag vill göra en större undersökning kring och vilka beslut kan jag lägga litet mindre fokus på och bara låta ske. På så sätt blir nog inte de här inköpen någon större börda för dig även om vi önskar att man är aktiv.

Hanna Witt:

Kloka medskick hur man är en aktiv konsument och bidrar till en bättre konkurrens på marknaden. Och då har det blivit dags att avsluta diskussionen om konkurrensens fördelar för konsumenten och vad man kan göra för att vara en bra konsument. Jag vill tacka Anna Hult från Konsumentverket och Arvid Fredenberg från Konkurrensverket för att ni har deltagit här i dag.

Anna Hult:

Tack.

Arvid Fredenberg:

Tack.

Hanna Witt:

Jag heter Hanna Witt, jag är chef över konkurrenstillsynen på Konkurrensverket och vill tacka för en spännande diskussion. Och också rikta ett stort tack till alla er som har lyssnat. Och om ni vill lära er mer om konkurrensens fördelar för konsumenter är ni välkomna att besöka vår webbplats www.konkurrensverket.se och Konsumentverkets webbplats naturligtvis www.konsumentverket.se. Där hittar ni mycket intressant information och bl.a. finns det en broschyr på Konkurrensverkets webbplats som heter Alla vinner på bättre konkurrens och där går vi in litet djupare i varför överträdelser över konkurrensreglerna är så skadliga för samhällsekonomin. Läs gärna den. Stort tack för i dag.