



# Etik och marknadsföring i fastighetsmäklarens yrkesutövning

## Ethics and marketing in the real estate agent's professional practice

Författare:

Disa Ottosson

Fastighetsvetenskap

Kandidatnivå

15 hp

Vårtermin 2024

Handledare: Ola Jingryd

# Innehållsförteckning

## Abstract

## Sammanfattning

## Förkortningar

<b>1. Inledning.....</b>	<b>1</b>
1.1 Bakgrund.....	1
1.2 Problemdiskussion.....	2
1.3 Syfte och frågeställning.....	4
1.4 Avgränsning.....	4
1.5 Disposition.....	4
<b>2. Metod.....</b>	<b>5</b>
<b>3. Rättslig referensram.....</b>	<b>7</b>
3.1 Fastighetsmäklarlagen.....	7
3.1.1 God fastighetsmäklarsed och omsorgsplikt.....	7
3.1.2 Råd- och upplysningsplikt.....	8
3.2 Marknadsföringslagen.....	10
3.2.1 God marknadsföringssed.....	10
3.2.2 Aggressiv och vilseledande marknadsföring.....	11
3.2.3 Förbud mot vilseledande marknadsföring.....	11
<b>4. Etik.....</b>	<b>13</b>
4.1 Normativ etik.....	14
4.1.1 Utilitarismen.....	14
4.1.2 Egoismen.....	15
4.1.3 Pliktetiken.....	16
4.2 Affärsetiken.....	17
4.3 Branschspecifik etik.....	17
4.4 Etisk Marknadsföring.....	18
<b>5. Lojalitetsprincipen.....</b>	<b>20</b>
<b>6. Etiska dilemman.....</b>	<b>21</b>
6.1 Hemnets nya kommissionspolicy.....	21
6.2 Den enstegstätade fasaden.....	22
6.3 Den felaktigt marknadsförda bostadsrätten.....	24
6.4 Badrummet med det utjänta tätskiktet.....	25
6.5 Den fuktskadade fastigheten.....	26
<b>7. Etisk diskussion.....</b>	<b>28</b>
<b>8. Slutsats.....</b>	<b>34</b>
<b>Referenslista</b>	

## **Abstract**

The purpose of the essay is to try to identify possible ethical dilemmas linked to the real estate agent's professional practice and marketing as well as to clarify how the real estate agent should relate to these, both ethically and legally. The objective is to contribute to a clarification around the ethical aspect of marketing as part of the real estate agent's professional practice. The investigation is based on the questions surrounding which ethical dilemmas can be identified linked to marketing in the real estate agent's professional practice and how the real estate agent should relate to these ethical dilemmas in relation to ethics and Swedish law.

The investigation is carried out using a so-called mixed method where the basis is taken in the legal dogmatic method and then further developed with the help of a qualitative method where precedents constitute the main material.

The result showed that there are a multitude of ethical dilemmas connected to professional practice, even if this essay is in no way exhaustive in the matter. It also emerged that ethical dilemmas mainly appear in situations where the real estate agent ends up in a tug-of-war between his own interests and those of the seller or buyer.

The conclusion is that it is mainly in the scenario where the real estate agent bows to egoism that ethics also fail. Therefore, it is of great importance that the real estate agent's impartiality is allowed to take a large place in professional practice and that each individual real estate agent stays up-to-date on the precedents that are constantly developing regarding good real estate etiquette, as well as acts accordingly.

**Keywords:** Real Estate, Real Estate Agent, Ethics, Marketing, Law

## **Sammanfattning**

Syftet med uppsatsen är att försöka identifiera möjliga etiska dilemman kopplat till fastighetsmäklarens yrkesutövning och marknadsföring samt klargöra hur fastighetsmäklaren bör förhålla sig till dessa rent etiskt, men också rent lagmässigt. Detta med en förhoppning att bidra till en klarhet kring marknadsföringens etiska aspekt som en del av yrkesutövningen. Undersökningen grundar sig i frågeställningarna kring vilka etiska dilemman som kan identifieras kopplat till marknadsföringen i fastighetsmäklarens yrkesutövning samt hur fastighetsmäklaren bör förhålla sig till dessa etiska dilemman i förhållande till etik och svensk rätt.

Undersökningen genomförs med så kallad mixed method där avstamp tas i den rättsdogmatiska metoden för att sedan vidareutvecklas med hjälp av en kvalitativ metod där praxis utgör det huvudsakliga materialet.

Resultatet visade att det finns en uppsjö av etiska dilemman kopplat till yrkesutövningen även om denna uppsats inte på något sätt är uttömmande i frågan. Det framkom också att etiska dilemman främst framstår i de situationer då fastighetsmäklaren hamnar i en dragkamp mellan sina egna intressen och säljarens eller köparens.

Slutsatsen är att det främst är i scenarion där mäklaren böjer sig för egoismen som etiken också sviktar. Därför är det av stor vikt att mäklarens opartiskhet tillåts ta stor plats i yrkesutövningen samt att varje enskild mäklare håller sig uppdaterad kring den praxis som hela tiden utvecklas gällande God fastighetsmäklarsed samt förhåller sig till denna.

**Nyckelord:** Fastighetsförmedling, Fastighetsmäklare, Etik, Marknadsföring, Juridik

## **Förkortningar**

FML - Fastighetsmäklarlagen

MFL - Marknadsföringslagen

GFMS - God fastighetsmäklarsed

FMI - Fastighetsmäklarinspektionen

Prop. - Proposition

NJA - Nytt juridiskt arkiv

ARN - Allmänna reklamationsnämnden

FRN - Fastighetsmarknadens reklamationsnämnd

PICC - Unidroit Principles of International Commercial Contracts

PECL - Principles of European Contract Law

DCFR - Draft Common Frame of Reference

HD - Högsta domstolen

FDL - Lagen om försäkringsdistribution

JB - Jordabalken

SOU - Statens offentliga utredningar

# 1. Inledning

Nedan inledande kapitel utgörs av bakgrund kring ämnet tillsammans med problemdiskussion angående den etiska aspekten som finns i förhållande till fastighetsmäklarens marknadsföring och yrkesutövning. Vidare följer redogörelse för syfte, frågeställning, avgränsningar och disposition.

## 1.1 Bakgrund

Etiken studerar frågor gällande vår moral genom reflektioner kring våra värderingar, handlingar samt motiven bakom dessa. Förr hade kanske kyrkan den mest auktoritära rollen i frågan om utformningen av våra seder, traditioner och således också vår etik och moral. I takt med att dagens samhälle blir mer och mer sekulariserat har dock kyrkan fått en allt mindre framträdande roll och därmed också ett mindre inflytande i denna typ av frågor. Detta betyder däremot inte att intresset för etiken minskat, snarare tvärtom, då vi tvingas leta svar på våra frågor någon annanstans. Frågorna bottenar också i en allt mer komplex verklighet med ständigt nyuppkomna saker att förhålla sig till.<sup>1</sup>

I yrkeslivet, inte minst i fastighetsmäklarbranschen, stöter vi ständigt på etiska dilemman och invärtes argumentationer för hur vi bör agera och inte. Vilka skyldigheter har vi, varför gör vi som vi gör och vad händer om vi väljer att handla på ett annorlunda vis? I förhållande till fastighetsmäklaryrket har det också länge funnits en diskussion kring huruvida yrket skall betraktas som profession eller inte och något som krävs för denna betraktning är just att det finns en tydlig och etablerad etisk kod. Yrkesutövare som bryter mot denna kod måste riskera att bli uteslutna från branschen, i fastighetsmäklarens fall avregistrerad, samt förlora sitt goda anseende. Inom fastighetsförmedlingsbranschen är det närmast god fastighetsmäklarsed (GFMS) som bör likställas med den branschgemensamma etiska koden.<sup>2</sup>

Kopplat till fastighetsförmedling som profession finns många tänkbara vinklingar kopplat till etik och inte minst vad som omfattas av GFMS. En väg som dock inte är lika bevandrad i förhållande till etiken inom professionen är de etiska dilemman som kan tänkas uppstå i förhållande till fastighetsmäklarens marknadsföring. Marknadsföring är en naturlig del i arbetet och med detta har fastighetsmäklaren vissa saker som denne bör och ska förhålla sig till.

---

<sup>1</sup> Collste, G., Inledning till etiken, s. 9-12.

<sup>2</sup> Jingryd, O., Fastighetsförmedling, s. 23-24.

## 1.2 Problemdiskussion

Som redan nämnt finns det en del saker en fastighetsmäklare måste förhålla sig till. I första hand gäller det de specifika rättsreglerna i fastighetsmäklarlagen (2021:516), FML, som ställer krav på fastighetsmäklaren i dennes yrkesutövning men också de mer allmänna rättsreglerna återgivna i marknadsföringslagen (2008:486), MFL, är tillämpliga. Men hur ska fastighetsmäklaren egentligen förhålla sig till eventuella etiska aspekter kring sin marknadsföring och vilka typer av dilemman kan tänkas uppstå?

Inom FMLs ramar finns ett par områden och paragrafer kopplade till begreppet etik men även till hur fastighetsmäklaren ska agera i sin yrkesutövning rent praktiskt. Dessa är främst fastighetsmäklarens omsorgsplikt, upplysningsplikt, rådgivningsplikt, kontrollplikt, utredningsplikt samt att fastighetsmäklaren i allt skall iaktta GFMS. Förutom detta skall fastighetsmäklaren också fungera som en opartisk mellanhand mellan uppdragsgivaren och dess motparter.

GFMS fungerar som ett komplement till de rättsregler som finns i FML och även om det är ett begrepp som är vida känt i branschen är det också ett begrepp som saknar en klar definition. Klart är däremot att GFMS aldrig kan ges en definition som står i strid med befintlig lagstiftning eller på annat sätt erkända branschregler. På detta vis kan det sägas finnas en *lagstridighetsprincip*, vilken innebär att alla lagregler och författningar som kan appliceras på fastighetsmäklarens yrkesutövning får anses utgöra källor för vad som innefattas i begreppet GFMS.<sup>3</sup>

En rättskälla som kan appliceras på fastighetsmäklarens yrkesutövning, och således också utgör en källa för vad som omfattas av begreppet GFMS, är MFL. Enligt MFL skall en näringsidkare iaktta god marknadsföringssed och får inte använda sig av aggressiv eller vilseledande marknadsföring. Strider näringsidkaren mot dessa bestämmelser finns även påföljdsregler att finna i MFL.<sup>4</sup>

I förhållande till de etiska aspekterna kring fastighetsmäklarens yrkesutövning, som till viss del också innefattas av begreppet GFMS, tillkommer utöver de rent lagmässiga rättskällorna ett par etiska regler och förhållningssätt framtagna av branschorganisationen Mäklarsamfundet. I dessa återfinns återigen att en fastighetsmäklare skall iaktta FML, utföra sitt uppdrag omsorgsfullt och med GFMS samt att marknadsföring skall utformas i linje med bestämmelserna i MFL och med god marknadsföringssed. De etiska reglerna angriper också övriga delar av yrkesutövningen.

---

<sup>3</sup> Jingryd, O., Fastighetsförmedling, s. 30-31.

<sup>4</sup> Nordell, P., Marknadsrätten; en introduktion, s. 58.

Till exempel åligger det fastighetsmäklaren att utöva sitt yrke på ett sådant sätt att denne främjar professionens goda anseende samt att efter bästa förmåga tillvarata samtliga parter intressen.<sup>5</sup>

Även den tillsynsansvariga branschorganisationen Fastighetsmäklarinspektionen (FMI) har sitt att säga gällande fastighetsmäklaren och dess yrkesutövning och det är också de som till stor del bidrar till utvecklingen kring definitionen av begreppet GFMS. Detta genom avgöranden i tillsynsärenden samt förvaltningsdomstolarnas praxis.<sup>6</sup>

Som det bland annat står skrivet i Mäklarsamfundets etiska regler ska en fastighetsmäklare fungera som en opartisk mellanhand mellan säljare och köpare genom att visa objektivitet och utifrån bästa förmåga tillvarata båda parter intressen.<sup>7</sup> Detta skapar en plikt-kollision i sig men en fråga som också kan vara värd att ställa är huruvida fastighetsmäklaren handskas med sina egna intressen i förhållande till sina redan nämnda plikter och hur detta kan komma att påverka marknadsföringen. Till exempel är det enligt FML en förutsättning att en affär, med ett bindande köpekontrakt, kommer till stånd för att fastighetsmäklaren skall ha rätt till sin provision och hur skulle detta vidare kunna tänkas påverka fastighetsmäklaren i sin yrkesutövning och specifikt marknadsföringen av ett objekt?

Anta att en fastighetsmäklare i syfte att attrahera fler spekulanter skönsmålar bostadens brister i en bostadsannons. Anta vidare att denne inte gör det med uppsåt att fara med osanning utan för att skynda på vägen till en snabb och lyckad försäljning för säljaren. Vilka etiska dilemman kan finnas i denna typ av scenario, förekommer det och hur bör fastighetsmäklaren förhålla sig till sådana etiska dilemma rent professionellt men också rent lagmässigt?

Som tidigare nämnt är ämnet etik i koppling till marknadsföringen inom professionen tämligen outforskat, även om det finns en del forskning utförd med utgångspunkt i andra länder. Denna typ av forskning, som alltså inte är kopplad till Sverige, ger därför bara en fingervisning om en ungefärlig idé för hur det torde förhålla sig gällande etiken och marknadsföringen även här. Detta då andra länder har sina rättsregler som förhåller sig annorlunda än våra samt att yrket i sig också regleras och fungerar annorlunda. En direkt applicerad slutsats utifrån tidigare forskning utförd utomlands är alltså inte möjlig på problemställningen så som den ser ut här i Sverige varpå ämnet för denna uppsats anses påkallat.

---

<sup>5</sup> Mäklarsamfundet, Mäklarsamfundets stadgar och etiska regler, 2023-05-25.

<sup>6</sup> Fastighetsmäklarinspektionen, Mäklarens ansvar och roll, 2023-11-27.

<sup>7</sup> Mäklarsamfundet, Mäklarsamfundets stadgar och etiska regler, 2023-05-25.



### **1.3 Syfte och frågeställning**

Syftet med uppsatsen är att försöka identifiera möjliga etiska dilemman kopplat till fastighetsmäklarens marknadsföring och yrkesutövning samt diskutera hur fastighetsmäklaren bör förhålla sig till dessa rent etiskt, men också rent rättsligt. Detta med en förhoppning att bidra till en klarhet kring marknadsföringens etiska aspekt som en del av yrkesutövningen.

Utifrån syfte formuleras följande frågeställningar:

- Vilka etiska dilemman kan identifieras kopplat till marknadsföringen i fastighetsmäklarens yrkesutövning?
- Hur bör fastighetsmäklaren förhålla sig till dessa etiska dilemman i förhållande till etik och svensk rätt?

### **1.4 Avgränsning**

Uppsatsen avgränsas till svensk rätt med fokus på fastighetsmäklarlagen och marknadsföringslagen i förhållande till etiska dilemman kopplade till området. De etiska aspekter som omfattas av FML avgränsas till paragraferna gällande fastighetsmäklarens omsorgsplikt/GFMS, upplysningsplikt och rådgivningsplikt. Gällande den etiska aspekten av uppsatsen avgränsas den till ramen för vad som avser normativ etik.

### **1.5 Disposition**

Inledningsvis görs en deskriptiv genomgång av rättsregler med koppling till etiska frågor vilken följs av en teoretisk genomgång av etik som begrepp samt en redogörelse för lojalitetsprincipen som analysverktyg. Avslutningsvis sker en genomgång av rättspraxis analyserat ur ett etiskt perspektiv tillsammans med lojalitetsprincipen samt avslutande diskussion och slutsats.

## 2. Metod

Vid en ansats av rättsvetenskaplig natur finns det en uppsjö av juridiska metoder att arbeta utifrån.<sup>8</sup> En av de mer vanliga är kanske dock den rättsdogmatiska metoden, vilken är en metod för tolkning och systematisering av gällande rätt på området där det nästan alltid tas avstamp i en specifik och konkret formulerad problemställning. Vid denna typ av metod utgås det ifrån lagtext och ytterligare publicerade rättskällor såsom förarbeten, rättspraxis och doktrin. I ett andra steg tolkas inhämtat material för att nå en slutsats om hur de ska användas i praktiken, vilket i sin tur är en förutsättning för en korrekt utredning av ämnet och slutmålets svar på den konkreta problemställningen.<sup>9</sup>

Tack vare att denna uppsats, med sitt avstamp i etiken, sträcker sig även utanför det klassiskt rättsvetenskapliga området tordes dock en rent rättsdogmatisk ansats inte vara tillräcklig. På grund av detta kommer det därför krävas en kvalitativ ansats för insamling av information kring den etiska aspekten i förhållande till marknadsföringen och yrkesutövningen som uppsatsen syftar att undersöka.

En kvalitativ metod är just kvalitativ och svarar på frågor som till exempel ”vad, hur eller varför?”. Metoden definieras av att forskaren själv befinner sig i den sociala verklighet som skall analyseras. Det vill säga att analys och datainsamling sker omväxlande med syftet att fånga handlingar och dess innebörder och vidare göra en tolkning av dessa.<sup>10</sup> På så vis kan sägas att forskaren vid en kvalitativ ansats är mer intresserad av meningar och/eller innebörder snarare än kvantitativa och verifierbara samband.<sup>11</sup>

Kopplat till uppsatsens ämne ligger intresset mer i den etiska tolkningen och förståelsen av den rättsliga problemställningen än i att endast redogöra och bevisa vad som utgör gällande rätt. Att tolka den etiska aspekten av det rättsliga problemet är dock inte möjligt utan att också redogöra för vad som är det rättsliga utgångsläget. Utgångspunkten måste alltså ligga i den rättsdogmatiska metoden. Därmed blir det fråga om så kallade ”mixed methods”<sup>12</sup> där avstamp tas i den rättsdogmatiska metoden med dess systematisering och tolkning av rättskällor för att sedan utvecklas med hjälp av en kvalitativ metod. För att uppnå denna vidareutveckling kommer rättsmaterial, huvudsakligen praxis från FMI och FRN, användas som källmaterial på ett kvalitativt vis istället för ett rent rättsvetenskapligt.

---

<sup>8</sup> Korling, F., Zamboni, M., Juridisk metodlära, s. 17-19.

<sup>9</sup> Ibid. s. 21-23.

<sup>10</sup> Berggren, C., Skansholm, A., Kvantitativ metod – en uppsatshandbok för utbildningsvetenskap, s. 11.

<sup>11</sup> Alvehus, J., Skriva uppsats med kvalitativ metod, s. 20-23.

<sup>12</sup> Lidén, G., Att använda mixade metoder - En introduktion, s. 16.

Att utvidga metodvalet till att omfatta även en kvalitativ ansats gör att analys kan ske på ett lite annat vis än vad som är typiskt för en rättsvetenskaplig uppsats. Tack vare den kvalitativa ansatsen kan också praxis från andra instanser än HD, såsom FMI och FRN, användas som källmaterial. Denna möjlighet är för uppsatsen en nödvändighet såväl som en förtjänst.

I stället för att enbart använda rättspraxis för bedömning av gällande rätt möjliggörs en bredare användning där det etiska dilemmat tillåts hamna i förgrunden vilket är en förutsättning för att slutsats skall kunna nås i förhållande till uppsatsens frågeställningar. Användningen av praxis utgör dock även en begränsning då det är avgörande för uppsatsens utredning och redogörelse att tillräcklig mängd praxis, där etiska dilemman framkommer, går att finna och analysera. Detta då den kvalitativa metoden utkräver att en viss "mättnad" nås i det insamlade materialet för att det ska anses möjligt att dra en slutsats kring frågeställningen.<sup>13</sup> Med mättnad avses i detta fall att ett mönster av etiska problemställningar kan identifieras i praxis i sådan utsträckning att det anses möjligt att besvara uppsatsens frågeställningar.

I uppsatsen används främst rättsfall från FMI och FRN då dessa instanser i hög grad hanterar fall där fastighetsmäklare på något vis hamnat i klinch med sina konsumenter. På grund av detta anses denna typ av praxis mer användbar i förhållande till uppsatsens syfte än praxis från de ordinarie domstolarna som inte i lika hög utsträckning behandlar frågor som GFMS och liknande. På detta vis tillåts också ett större urval av rättsfall då det inte bara begränsas till HD avgöranden. En förtjänst i förhållande till den mättnad som uppsatsen är beroende av för att nå en väl underbyggd slutsats.

Val av rättsfall har främst gjorts med hänsyn till ämnet marknadsföring och GFMS. Utifrån detta har också ett icke rättsvetenskapligt case som behandlar Hemnets nya kommissionspolicy tagits med, vilket anses intressant då det tydligt illustrerar ett etiskt dilemma relevant för uppsatsen och dess frågeställning.

---

<sup>13</sup> Berggren, C., Skansholm, A., Kvantitativ metod – en uppsatshandbok för utbildningsvetenskap, s. 73-74.

### **3. Rättslig referensram**

Som nämnt tidigare är både FML och MFL tillämpliga på frågor gällande fastighetsmäklarens yrkesutövning och marknadsföring. Nedan avsnitt behandlar därmed mer ingående de paragrafer och dess lydelse som är av betydelse för denna uppsats.

#### **3.1 Fastighetsmäklarlagen**

FML gäller för förmedling som utförs eller riktas till såväl konsumenter som näringsidkare.<sup>14</sup> Enligt lagen är det bara fysiska personer som kan agera fastighetsmäklare och personen är därmed också personligt ansvarig för att uppdraget utförs på ett korrekt sätt i enlighet med den reglering som finns.<sup>15</sup> Nedan följer därför en mer ingående beskrivning av de paragrafer som anses intressanta i förhållande till uppsatsen och de etiska aspekterna av fastighetsmäklarens yrkesutövning.

##### **3.1.1 God fastighetsmäklarsed och omsorgsplikt**

I 3 kap. 1§ FML står det att en fastighetsmäklare ska utföra sitt uppdrag omsorgsfullt och i allt iaktta GFMS. Vidare ska fastighetsmäklaren ta till vara både säljarens och köparens intressen samt enligt de krav som GFMS ställer, särskilt beakta uppdragsgivarens ekonomiska intressen.

Som diskuterats i tidigare avsnitt saknar begreppet GFMS en klar definition. I förarbetena framhålls att GFMS främst är något som skall utvecklas genom praxis istället för genom lagstiftning. På så vis blir det främst praxis från FMI och förvaltningsdomstolarna, uttalanden från branschnämnder eller avgöranden från allmän domstol samt beslut från ARN och FRN som beaktas vid definitionen av begreppet.<sup>16</sup>

Fastighetsmäklaren skall vara en opartisk mellanhand och dess främsta uppgift är att sammanföra parter som önskar sluta avtal med varandra. I detta arbete är det en förutsättning att parterna kan lita på att fastighetsmäklaren ger korrekta upplysningar och visar omsorg inför alla parter situation och intressen, det vill säga att fastighetsmäklaren iakttar GFMS. Om fastighetsmäklaren brister i dessa avseenden och uppsåtligen eller av oaktsamhet åsidosätter sina skyldigheter har tillsynsmyndigheten FMI möjlighet att ge fastighetsmäklaren en erinran, varning eller i yttersta fall avregistrera fastighetsmäklaren.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> Prop. 2010/11:15

<sup>15</sup> Grauers, P. H., Rosén, M., Tegelberg, L., Fastighetsmäklarlagen - en vägledning, s. 23

<sup>16</sup> Prop. 1994/95:14 s.40; Prop. 2010/11:15 s.23 och 27; Prop. 2020/21:119 s. 112.

<sup>17</sup> Grauers, P. H., Rosén, M., Tegelberg, L., Fastighetsmäklarlagen - en vägledning, s. 97-98.

FMI avgör årligen en mängd ärenden i olika avseenden kopplat till GFMS och omsorgsplikt och denna typ av praxis, tillsammans med praxis från övriga instanser, anses därmed omfattande även om den inte på något sätt är uttömmande och fullständig. Definitionen för vad som utgör GFMS är alltså något som ständigt utvecklas.<sup>18</sup>

Omsorgsplikten innefattar främst ett allmänt krav på fackmannamässigt utförande och anses ofta som en del i det som också utgör GFMS.<sup>19</sup> Kravet på fackmannamässighet omfattar bland annat ett krav på att de handlingar som upprättas i samband med en fastighetsöverlåtelse skall vara av godtagbar kvalitet för att förhindra framtida tvister mellan säljare och köpare. Kravet omfattar även förväntningar på själva yrkesutövningen såsom att fastighetsmäklaren använder sig av vedertagna metoder kopplat till exempelvis värdering eller juridiska förehavanden. Omsorgsplikten kan också ses som en allmän aktsamhetsnorm då den rent juridiskt är klart besläktad med den oaktsamhet som tas i anspråk vid bedömning av culpa vid skadeståndsanspråk.<sup>20</sup>

Enligt bestämmelserna i 3 kap. 1§ FML ska fastighetsmäklaren, som redan nämnt, tillvarata både säljarens och köparens intresse. Det står alltså uttryckligen i lagen att fastighetsmäklaren ska agera som en opartisk mellanhand.<sup>21</sup> I direktiven till den utredning som låg till grund för 2011 års mäklarlag tillades dock att fastighetsmäklaren skulle anses närmare uppdragsgivaren vad gäller de ekonomiska intressena och att fastighetsmäklaren särskilt ska beakta dessa även om utgångspunkten fortfarande är en ren opartiskhet.<sup>22</sup>

### **3.1.2 Råd- och upplysningsplikt**

I likhet med begreppet GFMS är fastighetsmäklarens råd- och upplysningsplikt inte helt lättdefinierad och det anses ofta att den i själva verket ligger väldigt nära vad som också betraktas som GFMS.<sup>23</sup>

Råd- och upplysningsplikten regleras i 3 kap. 12§ FML och i första stycket anges att fastighetsmäklaren i den utsträckning GFMS kräver det ska ge tilltänkta köpare och säljare de råd och upplysningar som de kan tänkas behöva om fastigheten och andra förhållanden som hör till överlåtelsen. Fastighetsmäklaren skall också upplysa köparen i förväg om hur säljaren avser att genomföra affären.

---

<sup>18</sup> Melin, M., Fastighetsmäklarlagen - En kommentar, s. 80.

<sup>19</sup> Ibid., s. 79.

<sup>20</sup> Jingryd, O., Fastighetsförmedling, s. 41-42.

<sup>21</sup> Melin, M., Fastighetsmäklarlagen - En kommentar, s. 95.

<sup>22</sup> Ibid., s. 97.

<sup>23</sup> Grauers, P. H., Rosén, M., Tegelberg, L., Fastighetsmäklarlagen - en vägledning, s. 73.

Vidare ska fastighetsmäklaren verka för att säljaren lämnar de upplysningar som kan antas betydande för köparen samt skriftligt upplysa köparen om dess undersökningsplikt och verka för att köparen uppfyller densamma.

Har fastighetsmäklaren iakttagit, känner till eller har anledning att misstänka något om fastighetens skick eller annat som kan vara av betydelse för köparen ska fastighetsmäklaren upplysa köparen även om detta. Rådgivningsplikten omfattas också av 3 kap. 20§ FML som anger att fastighetsmäklaren ska verka för att säljare och köpare kommer överens om sådana frågor som behöver lösas i fråga om överlåtelsen.

Enligt lydelsen i 12§ begränsas alltså fastighetsmäklarens råd- och upplysningsplikt till omfattningen som ryms inom begreppet GFMS.<sup>24</sup> Fastighetsmäklaren skall vidare rådge i frågor av juridisk, byggnadsteknisk och ekonomisk natur i den utsträckning frågorna uppkommer i samband med förmedlingen. Exakt hur långt rådgivningsplikten sträcker sig kan dock diskuteras. Bland annat råder det delade meningar kring fastighetsmäklarens skyldighet att rådge i skattefrågor.<sup>25</sup>

Viktigt att påpeka är dock att fastighetsmäklaren i sin råd- och upplysningsplikt fortfarande förväntas beakta båda parterns intressen<sup>26</sup>, vilket i sig ställer krav på fastighetsmäklarens integritet då det kan uppstå situationer då denne har incitament att förtiga viss information för sin egen skull. Till exempel är fastighetsmäklarens ersättning i form av provision villkorad enligt lag genom att en bindande överlåtelse måste komma till stånd. Detta skulle kunna leda till svikligt beteende från fastighetsmäklarens sida i förhållande till dennes råd- och upplysningsplikt.<sup>27</sup>

Hur fastighetsmäklaren fått tag på sådan information som enligt råd- och upplysningsplikten är av intresse för köparen spelar ingen roll utan fastighetsmäklaren måste alltid vidarebefordra sådan information. Om informationen anses negativ eller positiv utifrån ett köparperspektiv spelar heller ingen roll. Antas den kunna vara av betydelse för köparen skall den alltid förmedlas vidare.<sup>28</sup>

Upplysningsplikten gäller som ovan nämnt även saker fastighetsmäklaren har skäl att misstänka. Detta omfattar sådana saker som fastighetsmäklaren utifrån sin erfarenhet och expertis får antas ha kännedom om eller kunna dra slutsatser kring.

---

<sup>24</sup> Prop. 1983/84:16 s. 56-66.

<sup>25</sup> Grauers, P. H., Rosén, M., Tegelberg, L., Fastighetsmäklarlagen - en vägledning, s. 74.

<sup>26</sup> Melin, M., Fastighetsmäklarlagen - En kommentar, s. 161.

<sup>27</sup> Jingryd, O., Fastighetsförmedling, s. 236.

<sup>28</sup> RÅ 2006 ref. 53.

Exempelvis skulle det kunna röra en viss typ av byggtekniskt förhållande som får fastighetsmäklaren att fatta misstanke om fastighetens skick.

Dessa misstankar måste isåfall förmedlas till köpare och andra seriösa spekulanter.<sup>29</sup> Viktigt att påpeka är också att rättsregeln är objektiv. Således räcker det att fastighetsmäklaren rent objektivt har skäl att misstänka något, och inte bara att denne faktiskt misstänker något, för att upplysningsplikten i detta avseende skall anses vara aktiverad.<sup>30</sup>

### **3.2 Marknadsföringslagen**

I begreppet GFMS ingår förstas också att fastighetsmäklaren ska följa annan lagstiftning som är tillämplig på yrkesområdet. Detta gäller bland annat den lagstiftning som finns i MFL.<sup>31</sup> MFLs huvudsakliga tillämpningsområde ligger mellan vad som kan betraktas som en marknadsföringsåtgärd och ett affärsbeslut. Utgångspunkten är såklart att en näringsidkares marknadsföringsaktiviteter ska leda konsumenten till varor som uppfyller konsumentens förväntningar. Skulle konsumenten dock känna sig besviken blir det en fråga om att utreda ifall felet ligger i näringsidkarens bristande marknadsföringsåtgärder eller i konsumentens möjlighet att uppfatta erbjudandet på ett korrekt vis.<sup>32</sup>

MFL är således skapad för att reglera förhållanden mellan näringsidkare och konsumenter och den är därför inte direkt utformad för fastighetsmäklartjänsten. Detta medför att viss anpassning kan vara aktuell. Till exempel anges det i 10§ MFL att näringsidkaren måste ange grunderna för sin prisberäkning vilket på grund av fastighetsmäklarens lojalitetsplikt gentemot sin uppdragsgivare inte kan anses gälla i fastighetsmäklarens yrkesutövning. Nedan följer utifrån detta resonemang ett nedslag i de paragrafer i MFL som anses mest väsentliga kopplat till uppsatsens ämne.<sup>33</sup>

#### **3.2.1 God marknadsföringssed**

God marknadsföringssed likställs i 3§ MFL med vad som utgör god affärssed eller andra vedertagna normer vars syfte är att skydda konsumenter och näringsidkare vid marknadsföring av produkter. Detta innebär bland annat att marknadsföring skall anses laglig, hederlig och vederhäftig.<sup>34</sup>

---

<sup>29</sup> Prop. 1983/84:16 s.38; prop. 2010/11:15 s. 56 f.

<sup>30</sup> Jingryd, O., Fastighetsförmedling, s. 234.

<sup>31</sup> Grauers, P. H., Rosén, M., Tegelberg, L., Fastighetsmäklarlagen - en vägledning, s. 60-61.

<sup>32</sup> Nordell, P., Marknadsrätten; en introduktion, s. 57.

<sup>33</sup> Jingryd, O., Fastighetsförmedling, s. 32.

<sup>34</sup> Nordell, P., Marknadsrätten; en introduktion, s. 61.

Enligt 5§ MFL skall all marknadsföring stämma överens med god marknadsföringssed och all marknadsföring som strider mot denna ska enligt 6§ MFL anses som otillbörlig om den i märkbar mån, eller sannolikt, påverkar mottagarens möjlighet att fatta ett väl underbyggt affärsbeslut. Detta innebär att marknadsföringen måste anses ha en viss omfattning för att påverkas av lagen då den annars inte kan antas påverka mottagarens förmåga till ett välgrundat affärsbeslut i tillräckligt stor utsträckning.<sup>35</sup>

### **3.2.2 Aggressiv och vilseledande marknadsföring**

Enligt 7§ MFL får en näringsidkare inte använda sig av aggressiv marknadsföring. Aggressiv marknadsföring definieras som marknadsföring som innefattar trakasserier, fysiskt våld, tvång, hot eller på annat sätt kan anses innehålla aggressiva påtryckningar. Vidare anses aggressiv marknadsföring otillbörlig om den i märkbar mån, eller sannolikt, påverkar mottagarens möjlighet att fatta ett väl underbyggt affärsbeslut.

Vid bedömning om det rör sig om aggressiv marknadsföring ska dess art, tidpunkt, varaktighet samt plats särskilt beaktas vilket framgår av 7a§ MFL. Enligt samma paragraf ska det också särskilt beaktas om näringsidkaren till exempel använder sig av ett kränkande språk eller beteende, utnyttjar särskilda omständigheter eller missöden som kan påverka konsumentens beslut gällande produkten, använder sig av betungande eller oproportionerliga hinder som inte följer av avtalet när konsumenten vill hävda sin rätt enligt avtalet samt om näringsidkaren uppger sig komma att vidta åtgärder som inte lagligen kan genomföras.

Enligt 8§ MFL skall marknadsföring som är vilseledande också anses otillbörlig om den i märkbar mån, eller sannolikt, påverkar mottagarens möjlighet att fatta ett väl underbyggt affärsbeslut. Vidare hänvisas också till de rekvisit som följer av 9, 10 eller 12-17 §§ MFL där främst 9 och 10 §§ är tillämpliga på de tjänster som omfattas av fastighetsmäklarens yrkesutövning.

### **3.2.3 Förbud mot vilseledande marknadsföring**

10§ MFL anger att ett företag inte får använda sig av felaktiga påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens eller andra näringsidkares näringsverksamhet.

---

<sup>35</sup> Nordell, P., Marknadsrätten; en introduktion, s. 61.



Detta gäller särskilt i framställningar som gäller till exempel produktens förekomst, art, mängd, kvalitet, ursprung, användning, pris etc. Näringsidkare får inte heller utelämna information som anses väsentlig för konsumenten. Detta gäller även i sådana fall då information ges på ett oklart, obegripligt, tvetydigt eller på annat sätt olämpligt sätt. Vid bedömning av om det rör sig om vilseledande marknadsföring eller inte utgås det ifrån det huvudsakliga intrycket av marknadsföringen vid ett flyktigt påseende.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Nordell, P., Marknadsrätten; en introduktion, s. 68.

## 4. Etik

Ordet etik härstammar från grekiskan och betyder *sed* eller *vana*. Vidare definieras etik ofta som läran kring vad som är rätt eller fel. Vad som anses som rätt eller fel enligt etiken stämmer nödvändigtvis inte överens med vad som anses rätt och fel enligt lagen och etiken tillhör därmed filosofin och religionsvetenskapen istället för juridiken.<sup>37</sup>

När det pratas etik är det inte ovanligt att ordet likställs med ordet moral. Vissa menar dock att denna likställning inte är helt korrekt. Moral definieras då som vad människor faktiskt gör, det vill säga hur vi beter oss och de val vi gör, medan etik syftar till studier kring vad som faktiskt anses vara rätt och fel. Man kan säga att etiken handlar mer om hur vi tänker och resonerar kring moral och vad som inbegrips i begreppet moral. Etiken utgör därmed ingen exakt vetenskap då olika människor kan ha olika syn på vad som utgör rätt och fel, såväl som vad som är moraliskt och omoraliskt. Detta medför också att det finns en rad olika teorier kring vad som anses rätt och fel.<sup>38</sup>

Ofta delas etiken i olika grenar utifrån det sätt en fråga eller ett dilemma angrips. Bland annat kan etiken delas in i grenarna metaetik, deskriptiv etik samt normativ etik. Deskriptiv etik används ofta av till exempel psykologer som syftar till att undersöka och beskriva människors moraluppfattningar. Detta görs utan att ta ställning till om uppfattningarna är bra eller dåliga och det handlar helt enkelt bara om att konstatera hur de moraliska uppfattningarna ser ut. Den normativa etiken försöker istället ge oss en vägledning om vad som utgör rätt och fel och studerar, samt värderar, de olika uppfattningarna som kan finnas kring en viss moralisk frågeställning. Dessutom försöker man ge skäl för sina uppfattningar och analysera dem genom att ställa sig frågan om uppfattningarna är rimliga och isåfall varför?<sup>39</sup>

Slutligen fokuserar metaetiken på de grunder etiken vilar på. Som redan nämnt skiljer sig människors uppfattningar kring etik och moral åt och inom metaetiken anses det därför att det inte finns några klara sanningar kring vad som egentligen utgör rätt och fel. Det vill säga att det snarare rör sig om filosofiska frågor än direkta sanningar. Huvudfrågan för metaetiken blir därmed om det över huvud taget går att ha kunskap och dra slutsatser om moral.<sup>40</sup>

---

<sup>37</sup> Andersson, D-E. & Lennerfors Taro, T., Etik, s. 9-15.

<sup>38</sup> Ibid., s. 9-15.

<sup>39</sup> Namli, E. & Grenholm C-H., Etik, s. 24-28.

<sup>40</sup> Ibid., s. 28.

## 4.1 Normativ etik

Vid tillämpning av normativ etik identifieras praktiska problem för att i ett andra skede söka lösningar på dessa. Praktiska problem kan vara såväl individuella som mer allmänna och tanken är att dessa ska lösas genom att en praktisk slutsats dras. Detta görs genom en analys av moraliska principer som kan tillämpas på problemet samt en redovisning av relevant fakta kopplad till problemet. På detta vis får den praktiska slutsatsen också en slags förklaring, det vill säga att vi inte bara får ett svar på *hur* vi bör agera utan också *varför* vi bör göra det. Syftet med denna arbetsmodell är att försöka koka ner frågan till den riktiga moraliska utgångspunkten och det är också just den slutprodukten som brukar benämnas som normativ etik. Således tillskrivs den normativa etiken en önskan om att på ett kritiskt och systematiskt sätt söka efter korrekta moraliska utgångspunkter för att sedan applicera dessa på praktiska problem.<sup>41</sup>

Inom ramen för den normativa etiken finns ett antal olika idéer kring vad som utgör moral och vad som anses rätt utifrån ett etiskt perspektiv.<sup>42</sup> Nedan följer en genomgång av ett urval av dessa åskådningar, vilka anses relevanta för uppsatsen och dess frågeställningar.

### 4.1.1 Utilitarismen

Utilitarismens grundtanke är att varje enskild individ ska handla så att konsekvenserna blir så positiva som möjligt för alla inblandade. Idén har sitt ursprung i en vilja att förändra världen genom ett kritiskt förhållningssätt till det traditionella och invanda.<sup>43</sup>

Utilitarismens anhängare gör en skarp gränsdragning mellan vad som anses vara rätt och fel men de påpekar också att bara för att en handling anses vara rätt betyder inte det att vi *bör* utföra den. Enligt detta resonemang är en handling som anses rätt bara rätt om det verkligen inte finns några alternativa handlingar som kan ge upphov till ett ännu positivare utfall. Vidare bör varje enskild individ, i varje enskild situation, handla så att världen blir så bra som möjligt. Motsatsvis anses en handling orätt i det fall dess positiva utfall inte kan garanteras eller maximeras.<sup>44</sup>

---

<sup>41</sup> Tännsjö, T., Grundbok i normativ etik, s. 9-15.

<sup>42</sup> Ibid., s. 16.

<sup>43</sup> Ibid., s. 24.

<sup>44</sup> Tännsjö, T., Grundbok i normativ etik, s. 26.

Exakt vad det är som skall maximeras råder det dock delade meningar om. Vissa menar att det är välbefinnande som ska stå i centrum medan andra är av övertygelsen att det är till exempel önskeuppfyllelse, självförverkligande eller självständighet som skall tillåtas en central roll.<sup>45</sup>

Utilitarismen kan utifrån vad som nämnts anses vara ganska självklar. Det som gynnar massan och ger de bästa resultaten för världen motsvarar också det som är rätt och vem kan egentligen motsätta sig ett sådant resonemang som så tydligt riktar sig till allas bästa? Utilitarismens kritiker menar dock att detta ger upphov till en inställning där ändamålet helgar medlen vilket kan anses problematiskt.<sup>46</sup>

En punkt som ofta kritiseras är till exempel utilitarismens positiva inställning till dödshjälp. Enligt utilitarismen innebär dödshjälp en välfärdsmaximering där en människa skonas från sitt lidande samtidigt som samhället befrias från den belastning som vården av den sjuke kräver. Saker som våldtäkt eller mord utgör handlingar som kan ursäktas av utilitarismen så länge konsekvenserna av handlingarna anses gynna majoriteten.<sup>47</sup> Vidare påpekar kritikerna att det tordes omöjligt att i stunden kunna avgöra vad som utgör det bästa alternativet för massan då vi saknar förmågan att blicka in i framtiden och överskåda konsekvenserna av våra handlingar. Kritikerna ställer sig således frågan hur vi kan vara säkra på att vårt handlande är det rätta om vi inte med hundra procents säkerhet kan utesluta att ett annat beslut kunde resulterat i ännu bättre konsekvenser för gruppen.<sup>48</sup>

#### **4.1.2 Egoismen**

Egoismen står i stark kontrast med utilitarismen på så sätt att den anser att vi endast har förpliktelser till oss själva. Istället för att fokusera på massan ligger fokuset på individen och handlandet bör grunda sig i vad som gör individens liv så bra som möjligt, istället för vad som är bäst för den breda majoriteten. På så vis kan egoisterna vidhålla att det är upp till var och en att maximera sina önskningar, sitt välbefinnande eller sin självständighet.<sup>49</sup>

Utifrån detta skapas kanske en uppfattning om att egoismens lära är tämligen enkel att efterleva då det egentligen inte krävs någon hänsyn till omvärlden. Tvärtom ställer den istället höga krav på individen själv. Inom egoismen anses allt som inte gynnar individen och dess framtid nämligen vara orätt.

---

<sup>45</sup> Tännsjö, T., Grundbok i normativ etik, s. 26.

<sup>46</sup> Ibid., s. 32.

<sup>47</sup> Roos, C. M., Affärsetiken grunder, s. 34-35.

<sup>48</sup> Tännsjö, T., Grundbok i normativ etik, s. 32.

<sup>49</sup> Ibid., s. 46-47.

Till exempel ställs krav på att leva hälsosamt och inte lägga sig till med ovanor som tobaksanvändning eller hög alkoholkonsumtion. Viktigt att påpeka är dock att egoismen inte helt bortser från människorna i individens omgivning. Även en egoist kan finna tillfredsställelse i att hjälpa andra. I en konfliktsituation finns det dock en sak som är säker och det är att egoisten ska, och kommer, sträva efter det egna välbefinnandet genom att sätta sig själv i första rum utan hänsyn till omvärlden.<sup>50</sup>

### 4.1.3 Pliktetiken

Till skillnad från utilitarismen och egoismen som båda är väldigt fokuserade på konsekvenserna av handlingar anser pliktetiken att en handling kan vara rätt, eller fel, helt oberoende av dess konsekvenser.<sup>51</sup>

Immanuel Kant, en framstående filosof inom pliktetiken, la stort fokus på *den goda viljan* och menade att en god vilja är det enda som, oavsett omständigheterna, anses värdefullt. Vidare menade Kant att det finns en plikt hos oss människor som är bindande oavsett vad vi som individer vill eller önskar. Utifrån detta formulerade Kant en idé om att en handling är rätt om den i sig kan upphöjas till allmän lag.<sup>52</sup> Exempel på detta är till exempel att inte ljuga, inte döda eller att inte stjäla, vilka alla nog skulle hålla med om utgör handlingar rimliga att upphöjas till allmän lag. I motsats anses handlingar som inte bör upphöjas till allmän lag felaktiga. Detta innebär alltså att om man handlar enligt principen att det är tillåtet att ljuga, medför detta att det är tillåtet för alla att ljuga. Men hur skulle en värld där alla ljuger egentligen se ut? Enligt Kant skulle det medföra att all språklig kommunikation imploderar. Därför kan vi rimligtvis inte vilja att lögnen tillåts varpå vi som individer inte heller bör ljuga. Det vill säga att handlingen, enligt Kant och pliktetiken, anses orätt.<sup>53</sup>

Enligt kritikerna finns dock brister i Kants utgångspunkt då de anser att det finns svårigheter att identifiera den relevanta aspekten som fångar själva handlingen i varje sammanhang. Vidare menar kritikerna att detta gör det omöjligt att ta ställning till om handlingen ska anses rätt eller orätt i det absoluta ordalag som Kant hävdar.<sup>54</sup>

---

<sup>50</sup> Tännsjö, T., Grundbok i normativ etik, s. 47.

<sup>51</sup> Roos, C. M., Affärsetiken grunder, s. 36.

<sup>52</sup> Ibid., s. 37.

<sup>53</sup> Tännsjö, T., Grundbok i normativ etik, s. 63.

<sup>54</sup> Ibid., s. 63.

## 4.2 Affärsetiken

Vinstintresse är något som genomsyrar all form av näringsverksamhet. Detta för att överhuvudtaget överleva på marknaden. I detta vilar också en etisk frågeställning, nämligen i vilken utsträckning det är rimligt att fokusera på total vinstmaximering samt med vilka medel? Affärsetiken handlar därmed om hur de aktörer som finns inom företagen skall förhålla sig till företagets vinstintressen samt hur de bör agera i olika sammanhang.<sup>55</sup>

Är du egenföretagare är det tämligen självklart att vinstintresset även omfattas av ett egenintresse. Går företaget inte med vinst är du den första att ta konsekvenserna. I de fall du jobbar som anställd i ett företag rör det sig däremot snarare om en form av förpliktigande gentemot företagsledningen där du som anställd har en plikt att generera vinst och handla i företagets intresse. I förhållande till affärsetiken uppkommer då frågor kring vad som egentligen är att betrakta som moraliskt rätt i strävan efter vinstmaximering och finns det kanske situationer då moraliska överväganden talar emot densamma? Enligt affärsetiken finns det faktiskt det. Till exempel är det möjligt att vi har speciella förpliktelser till oss själva och att det i vissa situationer därför är rimligt att handla utifrån ett egenintresse. Det kan också finnas andra intressenter än ägarna som kräver hänsyn. Till exempel medarbetare, kunder eller samhället i stort. I jämförelse med den tidigare nämnda utilitarismen bör vi också ta hänsyn till personer utanför den egna organisationen. Exempelvis bör vi värna om naturen och framtida generationer och detta ska inte ske i egenskap av rollen som anställd eller företagsledare utan som medmänniska.<sup>56</sup>

## 4.3 Branschspecifik etik

Specifika etiska principer formuleras ofta utifrån speciella områden eller branscher. En tydligt formulerad etisk branschkod fungerar ofta som en slags varudeklaration för allmänheten och inger ett visst förtroende för branschen och dess yrkesutövare. De etiska koderna kan också fungera som ett stöd för själva yrkesgruppen då de bidrar till en tydlig ram för gruppen att verka inom. På samma sätt kan etiska riktlinjer också upprättas med syftet att komma till rätta med oetiska förehavanden inom en specifik yrkeskår.<sup>57</sup>

---

<sup>55</sup> Brülde, B. & Strannegård, L., Affärsetik, s. 32-33.

<sup>56</sup> Ibid., s. 35-36.

<sup>57</sup> Collste, G., Inledning till etiken, s. 199-200.

Som redan nämnts i inledningen av denna uppsats, har branschorganisationen Mäklarsamfundet varit med och tagit fram ett antal etiska regler för fastighetsmäklarbranschen vilka följer enligt nedan:<sup>58</sup>

### **1. Allmänna bestämmelser**

*1.1 Fastighetsmäklaren ska iaktta fastighetsmäklarlagen, utföra sitt uppdrag omsorgsfullt och enligt god fastighetsmäklarsed.*

*1.2 Fastighetsmäklaren ska i förhållande till köpare och säljare visa objektivitet och söka att efter bästa förmåga tillvarata båda parter berättigade intressen.*

*1.3 Vid upprättandet av köpehandlingar ska fastighetsmäklaren alltid iaktta god affärssed och följa gällande lagstiftning. Köpehandlingar ska upprättas så entydigt och klart som möjligt, för undvikande av missförstånd mellan de parter som ingått avtalet.*

*1.4 Det åligger fastighetsmäklaren att på alla sätt arbeta för att främja mäklarkårens goda anseende och att fortlöpande skaffa sig erfarenhet och genomgå fortbildning, som erfordras för att kunna erbjuda allmänheten en fullgod mäklartjänst.*

*1.5 En fastighetsmäklare bör hänvisa till annan sakkunnig om det gäller en omständighet utanför fastighetsmäklarens kompetensområde.*

*1.6 Reklam och annan marknadskommunikation ska utformas så att den är laglig, vederhäftig, icke vilseledande och förenlig med god sed näringsidkare emellan.*

## **4.4 Etisk Marknadsföring**

I likhet med Mäklarsamfundets etiska regler finns också principer för vad som utgör etisk marknadsföring. Dessa sammanfattas bland annat i de så kallade ICC-reglerna som under en lång tid bidragit till ett näringsliv och ett samhälle med en väl etablerad etisk standard gällande marknadsföring.<sup>59</sup>

Den grundläggande principen inom etisk marknadsföring är att all reklam skall vara laglig, hederlig, vederhäftig och icke stötande. Den ska också överensstämja med vad som inom branschen betraktas som god affärssed. ICC:s grundregler och övriga koder har därför stor betydelse när det kommer till att skapa en internationellt accepterad bedömningsstandard, och därmed i förlängningen bidra till ett mer harmoniserat rättsläge på det internationella planet.<sup>60</sup>

<sup>58</sup> Mäklarsamfundet, Stadgar och etiska regler, s. 19.

<sup>59</sup> International Chamber of Commerce (ICC), ICC:s regler för reklam och marknadskommunikation, s. 2.

<sup>60</sup> Svensson, C.A., praktisk marknadsföringsetik, s. 22.

Kopplat till de etiska grundprinciperna finns två begrepp att diskutera; god marknadsföringssed samt god affärssed. Normen kring god marknadsföringssed definieras i MFL och utgör en samlingsnorm som inrymmer god affärssed, riktlinjer och föreskrifter från Konsumentverket, praxis från Marknadsdomstolen samt andra internationella vedertagna normer. I normen kring god affärssed ryms istället alla de utomrättsliga normer som finns till för att skydda konsumenter och näringsidkare. Således är god marknadsföringssed ett bredare begrepp än den utomrättsliga normen kring god affärssed.<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Svensson, C.A., praktisk marknadsföringsetik, s. 23.



## 5. Lojalitetsprincipen

Lojalitetsprincipen grundar sig i en åskådning att avtal, särskilt långvariga sådana, måste bygga på en lojal samverkan mellan parterna under hela avtalstiden. Detta för att möjliggöra och underlätta en total avtalsuppfyllelse, samt se till att parterna samverkar för att få ut så mycket som möjligt av avtalet. I denna samverkan ingår att vara lojal mot och ta tillvara även motpartens intressen. Grundtanken är att en part i första hand får beakta sina egna intressen men att den också ska beakta motpartens och aktivt arbeta till förmån för dessa. Detta dock förutsatt att det inte sker på alltför stor bekostnad av de egna intressena.<sup>62</sup>

Inom internationell kontraktsrätt finns ett antal principer kopplade till lojalitetsplikt. Dessa återfinns bland annat i Unidroit Principles of International Commercial Contracts (PICC), Principles of European Contract Law (PECL) samt Draft Common Frame of Reference (DCFR) och utgör en form av *soft law*. Det händer dock att även Högsta Domstolen åberopar dessa principer varpå de får anses ha en viss bäring även inom svensk rätt.<sup>63</sup>

Kopplat till lojalitetsprincipen är det framförallt en princip i ovan nämnda källor som behandlar ämnet lojalitetsplikt. Denna anger att alla avtalsförhandlingar ska ske “in good faith”, det vill säga lojalt, samt att parterna inte på något vis får inskränka eller åsidosätta denna princip.<sup>64</sup>

I en kontext av en fastighetsaffär innebär principen kring good faith således att en part i en affärsuppgörelse inte får berika sig på bekostnad av den andra parten, till exempel genom att undanhålla viktiga fakta eller lämna falska uppgifter. Detta oavsett om den andra parten uppfyllt sina ansvarsområden i form av till exempel undersökningsplikt eller inte.<sup>65</sup> För en mäklare innebär lojalitetsplikten utifrån detta ett etiskt dilemma i sig. Mäklaren måste beakta samtliga parter intressen, inklusive sina egna, samtidigt som mäklaren enligt FML ska fungera som en opartisk mellanhand, trots att mäklaren själv också har intressen i affären.

---

<sup>62</sup> Ramberg, J., Ramberg, C., Allmän avtalsrätt, s. 38-39.

<sup>63</sup> Jingryd, O., Fastighetsförmedling, s. 281.

<sup>64</sup> Unidroit Principles of International Commercial Contracts, s. 2; Principles of European Contract Law, s. 2; Draft Common Frame of Reference, s. 12.

<sup>65</sup> Jingryd, O., Fastighetsförmedling, s. 281.

## 6. Etiska dilemman

I nedan avsnitt presenteras case som uppstått inom fastighetsmäklarens yrkesutövning kopplat till marknadsföringen. Fokus i detta avsnitt är främst att identifiera det etiska dilemmat samt redogöra för den rättsliga situationen i varje case. Detta för att vidare diskutera den etiska aspekten i avsnitt 7.

### 6.1 Hemnets nya kommissionspolicy

I en nyligen publicerad artikel kritiserar Hemnets nya prislista. Detta efter att sajten på en sjuårsperiod höjt priserna för en annons på plattformen med hela 375 procent. Intervjuade fastighetsmäklare höjer nu rösten och kritiserar plattformen, dels för de höjda priserna men främst för deras nya kommissionspolicy. Plattformen har nämligen, i ett försök att stärka partnerskapet till fastighetsmäklarna, valt att höja kommissionen för de fastighetsmäklare som rekommenderar sina kunder att välja de dyrare annonspaketen. Fastighetsmäklarna menar att detta närmast kan liknas vid bedrägeri och att det ligger på gränsen för vad som får anses vara god etik och moral.<sup>66</sup>

Utifrån FML måste en mäklare i allt iaktta GFMS samt utföra sitt uppdrag med omsorg. Mäklaren ska också ta till vara både säljarens och köparens intressen samt särskilt beakta säljarens ekonomiska intressen. Mäklarens eventuella rekommendation till en säljare att använda sig av ett dyrare annonspaket måste alltså grunda sig i att vad som är bäst för säljaren och inte vad som ger mäklaren bäst arvode. Annars handlar mäklaren i direkt strid mot lagen.

Ovan situation skulle kunna ställas i jämförelse med 4 kap. lagen (2018:1219) om försäkringsdistribution (FDL). Av 4:1 FDL framgår nämligen att en försäkringsdistributör skall bedriva sin verksamhet med god omsorg och ta tillvara kundens intressen samtidigt som verksamheten inte får strida mot god försäkringsdistributionssed. I detta ingår att försäkringsdistributören skall handla hederligt, professionellt och rättvist. Vidare anges i 2 st samma paragraf att försäkringsdistributören måste anpassa sin rådgivning efter kunden och dennes behov samt önskemål och inte får komma med rekommendationer eller lösningar som är olämpliga för kunden. I 4:3 FDL framgår vidare att en distributör inte får ta emot ersättning från någon annan än kunden i samband med försäkringsdistributionen i de fall då ersättningen kan tänkas motverka att distributören uppfyller de krav som framkommer av 4:1 FDL.

---

<sup>66</sup> Mäklarvärlden, Ny prislista hos Hemnet väcker mäklarilska, 2024-04-26.

Om caset med Hemnets nya kommissionspolicy jämföras med försäkringsdistribution vore det alltså högst olämpligt att rekommendera sina kunder de dyrare annonspaketet i de fall då det inte anses absolut nödvändigt utifrån kundens intressen.

Rättsläget är i detta avseende tydligt men faktum kvarstår att det med Hemnets nya policy numera finns ett incitament för mäklarna att tumma på vad som är rätt och riktigt av rent egenintresse. Den nya kommissionspolicyen kommer därför med största sannolikhet innebära någon form av etiskt ställningstagande för samtliga fastighetsmäklare som använder sig av plattformen i sin marknadsföring.

## 6.2 Den enstegstätade fasaden

I ett fall som hamnade på FMI:s bord 2022 anklagades mäklaren för att ha undanhållit information kring att huset denne hjälpte till att förmedla hade en enstegstätad fasad. Informationen saknades både i marknadsföringsmaterial och i besiktningsprotokoll.<sup>67</sup>

HD har tidigare fastställt att det finns stora risker kopplade till detta byggnadssätt<sup>68</sup> varpå det får anses vara av stor vikt för köparen att delges denna typ av information. FMI ansåg vidare att mäklaren brustit i sin omsorgsplikt, upplysningsplikt samt handlat i strid mot GFMS genom att inte tydligt förmedla informationen, och riskerna, med den enstegstätade fasaden till köparna.<sup>69</sup>

I efterdyningarna av det välkända motocrossbanefallet<sup>70</sup> har Torgny Håstad framhållit att säljare av fast egendom nu bär lite av den upplysningsplikt som traditionsenligt föreligger fastighetsmäklaren enligt FML. Detta leder i sin tur till att fastighetsmäklarens upplysningsplikt måste utredas i vidare ordalag i förhållande till det felansvar som föreligger en säljare av fast egendom enligt 4 kap. JB.<sup>71</sup>

En mäklare är enligt FML skyldig att upplysa en tilltänkt köpare om sådant som kan antas vara av betydelse för denne. Skulle mäklaren känna till eller misstänka något om fastighetens skick som kan tänkas vara av betydelse för köparen ska denne informeras om detta.

Upplysningsplikten sträcker sig med andra ord till sådana förhållanden som fastighetsmäklaren, utifrån sin erfarenhet och utbildning, bör ana eller ha kännedom om.

Ett exempel på detta är definitivt riskerna kring en enstegstätad fasad.

---

<sup>67</sup> FMI, Diarienummer: 21-0071.

<sup>68</sup> NJA 2015 s. 110; NJA 2016 s. 346.

<sup>69</sup> FMI, Diarienummer: 21-0071.

<sup>70</sup> NJA 2007 s. 86.

<sup>71</sup> Krzymowska, A., Ett mäklarrättsligt perspektiv på motocrossbanefallet konkludent ratihabition av betalning till annan än borgenären och fråga om fastighetsmäklarens upplysningsplikt, Juridisk Publikation 1/2017 s. 79.

Att en mäklare bör ha kännedom kring detta byggnadssätt framgår i enlighet med de utbildningskrav som finns för registrering. Dessa återfinns i 25§ Fastighetsmäklarförordningen (2021:518) där det går att utläsa att det krävs utbildning inom bland annat byggnadsteknik som fastighetsmäklare med fullständig registrering.

En fastighetsmäklaren bör också verka för att säljaren lämnar de uppgifter som kan vara av betydelse för köparen vilket framgår av 12§ FML. Kort sagt medför mäklarens upplysningsplikt ett ansvar att se till att säljaren i sin tur uppfyller densamma.

Enligt FMI ansågs fastighetsmäklaren också ha brutit mot marknadsföringslagen genom vilseledande marknadsföring då denne uppgett att fasaden var av "trä och puts" i såväl objektsbeskrivningen som i marknadsföringen på internet.<sup>72</sup> Vilseledande marknadsföring avser både lämnande av direkt felaktiga uppgifter såväl som framställningar som förvisso är riktiga i sak men som fortfarande kan uppfattas som vilseledande. Detta kan avse halvsanningar eller uppgifter där viss information utelämnas eller lämnas på ett oklart vis. Detsamma gäller röriga framställningar som lämnas öppna för tolkning.<sup>73</sup>

Beskrivningen som användes av mäklaren i marknadsföringen, där fasaden angavs utgöras av "trä och puts", är därmed ett utmärkt exempel på en sådan halvsanning som förvisso är riktig i sak men som ändå måste anses vilseledande. Detta då dess omskrivning kraftigt förmildrar det faktum att det rör sig om en känd riskkonstruktion.

Utifrån bestämmelserna i MFL samt ovan förda resonemang kring upplysningsplikten råder det inga tvivel om att mäklaren varit ute på djupt vatten rent lagmässigt. FMIs åsikt att mäklaren handlat i strid mot GFMS ger dock en fingervisning om att det även finns ett etiskt dilemma fångat i situationen.

Självklart kommer vi aldrig kunna veta vad som försiggick i fastighetsmäklarens huvud i samband med marknadsföringen av objektet, men att mäklaren inte skulle haft vetskap om att det rörde sig om en enstegstätad fasad måste anses tämligen otroligt. Motiv att dölja, eller i alla fall skönmåla, detta för eventuella spekulanter är därför inte svåra att hitta, då det är väl utbredd vilka problem som följer med denna typ av konstruktion.

Att ange att fasaden består av trä och puts istället för att specificera det ytterligare som en enstegstätad fasad bör därför anses vilseledande, inte minst i enlighet med MFL. Vidare kan det också spekuleras kring syftet med denna omskrivning. Var syftet att tona ned de varningssignaler ett omnämnande av en känd riskkonstruktion innebär och kan det då vara så att fastighetsmäklaren handlade inte bara slarvigt utan också oetiskt i situationen?

---

<sup>72</sup> FMI, Diarienummer: 21-0071.

<sup>73</sup> SOU 2006:76 s. 231.

### 6.3 Den felaktigt marknadsförda bostadsrätten

I ett annat fall från 2023, som också anmäldes till FMI, hade en mäklare marknadsfört en lägenhet som en trea fastän den var registrerad som en tvåa. Det framgår av FMIs beslut att lägenheten från början marknadsfördes som en tvåa men att mäklaren sen, på säljarens inrådan, ändrat det till en trea då säljaren nyttjade lägenhetens klädkammare som kontor. Mäklaren hade då angett under “Övrigt” i bostadsbeskrivningen att lägenheten var registrerad som en tvåa.<sup>74</sup>

FMI angav, med stöd av MFL och FML att fastighetsmäklaren använt sig av vilseledande marknadsföring samt handlat i strid med GFMS, då klädkammaren enligt Lantmäteriets standard inte kunde räknas som ett rum.<sup>75</sup> Vidare finns det enligt FML vissa uppgifter i objektsbeskrivningen som är obligatoriska, antalet rum räknas inte som sådan.<sup>76</sup> Det är dock fastställt att alla uppgifter som förs in i objektsbeskrivningen skall vara korrekta och ge en rättvis bild av objektet.<sup>77</sup>

Marknadsföring är att ses som vilseledande om den inbegriper felaktig information eller om den i sin utformning, även om informationen är korrekt i sak, på något vis vilseleder eller sannolikt kommer att vilseleda den genomsnittliga konsumenten.<sup>78</sup> I detta fall fanns visserligen den korrekta informationen med i marknadsföringen i form av mäklarens brasklapp under rubriken “Övrigt”, men marknadsföringen måste nog ändå anses vilseledande för den genomsnittlige konsumenten. Detta då uppgiften under “Övrigt” inte är den huvudsakliga informationen som tydligast framkommer i marknadsföringen utan snarare är att räkna som något finstilt som vilar i bakgrunden.

En mäklares strävan att tillfredsställa säljarens vilja eller att nå ut till fler spekulanter kan enligt FMI inte försvara att ett objekt marknadsförs på ett felaktigt vis. En spekulant skall kunna ta för givet att presenterad information om objektet också stämmer överens med verkligheten. I detta fall är marknadsföringen kring antal rum att se som otillbörlig och i strid mot GFMS då den kan påverka en spekulants inledande affärsbeslut vid en sökning på internet efter en lägenhet.<sup>79</sup>

---

<sup>74</sup> FMI, Diarienummer: 23-1809.

<sup>75</sup> Ibid.

<sup>76</sup> Prop. 2010/11:15 s. 59.

<sup>77</sup> Kammarrätten i Göteborg, dom 2021-02-10, mål nr 6795–20.

<sup>78</sup> SOU 2006:76 s. 233.

<sup>79</sup> FMI, Diarienummer: 23-1809.

I ovan fall skapar mäklarens vilja att tillgodose säljarens önskemål och intressen, tillsammans med de krav mäklaren står under gällande marknadsföring och GFMS, således ett etiskt dilemma för mäklaren att ta ställning till.

#### **6.4 Badrummet med det uttjänta tätskiktet**

I september 2022 införskaffade ett par en bostadsrättslägenhet som marknadsförts med löften om ett helt nytt och totalrenoverat badrum. Senare visade det sig emellertid att det endast var ytskiktet som var helt nya medan tätskiktet var 27 år gammalt och alltså hade passerat sin tekniska livslängd. Köparna anmälde mäklaren till FRN och anförde att mäklaren garanterat att renoveringen var utförd av fackman och att dokumentation fanns. Vid nämndens utredning framkom istället att metoden "kakel på kakel" använts vid renoveringen av badrummet.<sup>80</sup>

Uppgiften i marknadsföringen kring att badrummet var totalrenoverat ansågs av FRN vara felaktig och vilseledande. Utifrån redan förda resonemang gällande vilseledande marknadsföring i tidigare avsnitt av uppsatsen råder det heller inga tvivel om att FRN har rätt i sin bedömning. Mäklaren har använt sig av framställningar kring badrummets skick som inte överensstämmer med verkligheten och marknadsföringen är således att ses som vilseledande och otillbörlig enligt MFL.

Av utredningen framkom också att mäklaren innan kontraktsskrivningen varit medveten om att tätskiktet inte var bytt men inte företog några åtgärder eller informerade köparna om detta. Istället bifogades objektsbeskrivningen med den felaktiga informationen till köpekontraktet vilket gjorde den till avtalsinnehåll. FRN ansåg att mäklaren agerat oaktsamt.<sup>81</sup>

Att felaktig information bifogades till köpekontraktet samtidigt som både mäklare och säljare var medvetna om att så var fallet skapar ett läge av asymmetrisk information parterna emellan då köparna lämnades ovetandes. Detta är också något som strider mot den lojalitetsplikt som skall föreligga vid avtalsförhandlingar och som anger att alla avtal ska ske "in good faith" och att en part inte får berika sig själv på den andres bekostnad, vilket är en omöjlighet om inte alla parter har fullständig information.

Att mäklaren bör ha insett vilken påverkan informationen kunde få för försäljningen får anses högst troligt. En renovering av ett badrum med ett uttjänt tätskikt kan bli en kostsam historia varpå mäklaren måste insett att detta skulle vara av stor betydelse för köparna. Således skulle informationen kunnat påverka även det överenskomna priset negativt om köparna tillkännagetts informationen innan kontraktsskrivningen.

---

<sup>80</sup> FRN, Diarienummer 137/23.

<sup>81</sup> Ibid.

Eventuellt skulle till och med hela affären kunnat gå i stöpet. Motiv å mäklarens sida att hålla på informationen kring badrummet i syfte att genomföra affären för det redan överenskomna priset är därmed inte svårfunna. Dessa motiv ställs dock på sin ända då mäklaren, i enlighet med den upplysningsplikt som regleras i FML och som redan redogjorts för i fallet med den enstegstätade fasaden, rent lagmässigt hade en skyldighet att informera köparen om det uttjänta tätskiktet. Samtidigt har mäklaren också en skyldighet att ta särskild hänsyn till säljarens ekonomiska intressen vilka med största sannolikhet skulle påverkas av att köparna fick vetskap om badrummets skick. För att ytterligare spetsa till situationen har mäklaren förmodligen också själv ett visst intresse av att affären genomförs. Inte minst i form av provision, vilken villkoras av att ett giltigt avtal om överlåtelse träffas. Ett etiskt dilemma minst sagt.

### **6.5 Den fuktskadade fastigheten**

2023 inkom en anmälan till FMI från en spekulant som ansåg att en fastighetsmäklare använt sig av vilseledande information i sin beskrivning och marknadsföring av en fastighet. Fastighetsmäklaren hade i objektsbeskrivningen använt sig av beskrivningar som “fantastiskt bra skick”, “oerhört bra skick” och “väl underhållet”. Mäklaren hade också uppgett att det rörde sig om ett hus som det bara var att flytta rakt in i utan att behöva oroa sig för några stora renoveringsprojekt. Spekulanten, tillika anmälaren, hade efter mäklarens beskrivning av objektet fattat intresse och begärt ut besiktningsprotokoll samt önskat tid för visning. När besiktningsprotokollet tillhandagavs spekulanten fanns dock flera fel i fastigheten samt påpekande om bristande underhåll från besiktningsmannen. På visningen upptäcktes också en större fuktskada, något som varken nämndes eller syntes på de bilder som innefattades i marknadsföringen. Vid påpekande om problematiken till mäklaren fick spekulanten till svar att det nog inte var rätt hus för dem och att de fick lycka till med det fortsatta husletandet.<sup>82</sup>

FMI ansåg att mäklaren brustit i sin omsorgsplikt samt handlat i strid med GFMS.

De påpekade även att det föreligger mäklaren att uppföra sig korrekt och affärsmässigt samt visa tillbörlig respekt och aktsamhet mot samtliga personer mäklaren kommer i kontakt med i sin yrkesutövning. Vidare ansågs mäklaren ha handlat avvisande i sitt svar till spekulanten och därmed inte visat prov på varken affärsmässigt eller korrekt beteende.<sup>83</sup>

---

<sup>82</sup> FMI, Diarienummer: 23-1075.

<sup>83</sup> Ibid.

Just mäklarens beteende strider också tydligt mot Mäklarsamfundets etiska regler som bland annat anger att en mäklare på alla sätt ska arbeta för att främja mäklarkårens goda anseende.<sup>84</sup>

Gällande marknadsföringen ansåg FMI att mäklaren gjort sig skyldig till vilseledande marknadsföring enligt vad som föreskrivs i MFL. Detta då marknadsföringen inte återgav objektet på ett korrekt sätt samt sannolikt skulle ha en påverkan på mottagarens möjlighet att fatta ett välgrundat affärsbeslut.<sup>85</sup>

Alla former av framställningar i fråga om en näringsidkares näringsverksamhet inbegrips av bestämmelserna kring vilseledande marknadsföring. Detta innefattar alla sätt som en näringsidkare meddelar sig med andra på, oavsett om det gäller muntligen, i bild eller genom skrift. Marknadsföring kan vidare anses vara av vilseledande karaktär bildmässigt om bildernas framställning på något vis anses förvillande eller utelämnande i sin utformning.<sup>86</sup> Att mäklaren varken nämnt fuktskadan eller tagit med den i form av bilder i sin marknadsföring får därmed anses vilseledande, vilket bara ytterligare förstärks av mäklarens positiva beskrivningar angående fastighetens utmärkta skick.

Av anmälan framgick att fuktskadan var tydligt synlig i bostaden samt att den omfattades av besiktningsprotokollet. Att mäklaren på något vis skulle ha missat den får därmed anses högst otroligt. Men varför framgick den då inte av det marknadsföringsmaterial som tillhandahölls av mäklaren i fråga? Lagen är tydlig gällande mäklarens ansvar kring information men ändå har mäklaren brustit i sina åtaganden, varpå resonemang kring vilka incitament mäklaren kan ha haft för att dölja informationen ligger nära till hands. Tydlig information i marknadsföringen kring fuktskadan hade förmodligen inneburit en mindre mängd intresserade spekulanter, kanske var det detta mäklaren ville undvika? Oavsett mäklarens tankegångar måste dock någon form av etiskt ställningstagande gjorts i avvägningen kring vilken information som skulle innefattas i marknadsföringen av objektet.

---

<sup>84</sup> Mäklarsamfundet, Stadgar och etiska regler, s. 19.

<sup>85</sup> FMI, Diarienummer: 23-1075.

<sup>86</sup> SOU 2006:76 s. 230-231.



## 7. Etisk diskussion

Fastighetsmäklaryrket är ett speciellt yrke på många sätt. Man handskas med människor och komplexa situationer där det gäller att vara på tårna och ibland fatta snabba beslut. Mitt i detta finns det en rad lagar och regler att förhålla sig till och som ovan fall exemplifierar uppkommer också en mängd situationer som ställer krav på mäklarnas etik och moral.

Ett utmärkt exempel på detta utspelar sig i artikeln kring Hemnets höjda priser och nya kommissionspolicy som närmast kan analyseras utifrån ett affärsetiskt perspektiv.

Att Hemnets fokus ligger i att vinstmaximera är i sig inte orimligt, särskilt inte som ett börsnoterat företag, men med vilka medel detta görs kan däremot ifrågasättas. I enlighet med utilitarismen ska hänsyn tas även till personer utanför den egna organisationen och det som är rätt är det som gynnar den breda massan mest. Så hur påverkar egentligen Hemnets affärsstrategi kunderna och i förlängningen även de fastighetsmäklare som hjälper till att förmedla tjänsten?

Det är inte orimligt att fastighetsmäklarna av egenintresse, och med utgångspunkt i läran om egoismen, söker större ersättning i form av att rekommendera sina kunder de dyrare annonspaketerna. Särskilt inte med tanke på att mäklarna arbetar på en hårt konkurrensutsatt marknad där det stundtals kan vara svårt att försörja sig på de provisioner de drar in. Utifrån läran om egoismen är detta förhållningssätt inte heller fel då allt som gynnar individen och dess framgång eller lycka anses rätt och riktigt. Vidare kan affärsetiken även appliceras direkt på fastighetsmäklaren och den vinstmaximering denna söker. Affärsetiken säger nämligen att det ibland kan vara rimligt att handla utifrån vårt egenintresse då vi har vissa förpliktelser till oss själva. Utifrån detta kan man också ställa sig frågan om mäklarnas vilja att tjäna pengar i sig verkligen bör anses klandervärd.

I Mäklarsamfundets etiska regler finns att läsa att en mäklare ska ta hänsyn och uppvisa objektivitet mot alla parter berättigade intressen samt handla i enlighet med GFMS och beakta sin omsorgsplikt. Att råda en säljare till de dyrare annonspaketerna för egen vinning måste därför anses strida mot samfundets etiska regler och i förlängningen också FML även om det inom visat etiska läror kan betraktas som "rätt".

En viktig fråga för mäklarna att ställa sig inför publicering på plattformen kommer därför vara i vems intresse en särskild rekommendation sker. Är det för mäklaren och den ersättning denne kan uppnå eller är det för säljaren och förmedlingsuppdragets bästa?

Vidare exemplifierar fallet en situation då mäklaren åläggs att sätta sina egna intressen åt sidan för att inte handla mot lagen, även om det rent etiskt, främst utifrån egoismen, skulle kunna anses rätt att handla lagstridigt.

Situationer kring riskkonstruktioner är svåra att undvika under sin mäklarkarriär, vilket var något som mäklaren i fallet med den enstegstätade fasaden blev varse. Både FML och MFL är i detta avseende tydliga, ett objekt skall marknadsföras med korrekta egenskaper och fullständig information. I fallet med den enstegstätade fasaden gäller samma affärsetiska resonemang som i fallet med Hemnets nya kommissionspolicy, det är varken orimligt eller fel av mäklaren att sätta sina egna intressen främst i syfte att vinstmaximera. Inte heller enligt egoismens lära är mäklarens agerande att anse som tvivelaktigt och oriktigt då egoismen inte ställer några krav på att individen bör ta hänsyn till någon annan än sig själv i sitt agerande. Faktum kvarstår dock att mäklaren förmodligen visste att det rörde sig om en enstegstätad fasad samt de risker detta medförde för en köpare. Hårddrar man mäklarens agerande kring att utelämna och omformulera informationen skulle det därför kunna uppfattas som en lögn, vilket enligt pliktetiken är ett felaktigt beteende då ljuga inte bör upphöjas till allmän lag.

Mäklarens marknadsföring av objektet strider också mot ICC:s grundregler kring etisk marknadsföring då den var att betrakta som ohederlig samtidigt som den också bröt mot MFL. Vidare stred mäklaren också mot Mäklarsamfundets etiska regler i egenskap av omsorgsplikt, GFMS och god marknadsföringssed.

Med utgångspunkt i läran om utilitarismen bör mäklaren i ovanstående scenario handla utifrån vad som är bäst för alla rent konsekvensmässigt. Att mäklaren valde att använda sig av bristfällig marknadsföring medförde svåra konsekvenser för såväl sig själv som för säljaren och köparen, varav agerandet utifrån utilitarismen också måste anses oriktigt.

Enligt lojalitetsplikten får en part inte berika sig på bekostnad av någon annan. I fallet med den enstegstätade fasaden råder därmed en obalans då köparen stod med förlust på grund av att säljaren, och framförallt mäklaren, berikade sig på köparens okunskap kring fasaden och dess risker. Mycket pekar alltså, genom ovanstående resonemang, på att mäklaren i detta fall handlat både oetiskt och lagstridigt i sin marknadsföring av objektet.

I fallet kring den felaktigt marknadsförda bostadsrätten rådde det inga tvivel rent lagmässigt om att mäklaren varit ute på djupt vatten. FMI åberopade såväl MFL som FML och i enlighet med de etiska föreskrifter Mäklarsamfundet bidrar med får mäklaren även anses ha handlat i strid mot dessa. Detta fall illustrerar vidare en förmodligen inte helt ovanlig situation för en mäklare, nämligen att säljaren ställer vissa krav på processen som mäklaren på ett eller annat sätt måste förhålla sig till.

Lägenheten hade från början marknadsförts som en tvåa vilket säljaren i ett senare skede motsatt sig. Mäklaren valde då att ändra marknadsföringen enligt önskan från säljaren. Det etiska dilemmat i situationen uppstår alltså av att mäklaren åsidosätter sina skyldigheter för att tillgodose säljarens önskemål.

Att mäklaren valde att ändra marknadsföringen till att lägenheten var en trea men istället ange under "Övrigt" att den de faktum var registrerad som en tvåa tycks bevisa att mäklaren faktiskt visste att marknadsföring av en trea egentligen var felaktigt. Skrivelsen under "Övrigt" bör ses som en gradering från mäklarens sida i ett försök att slingra sig undan eventuella lagmässiga åberopande.

Enligt Kants pliktetik och formulering kring den goda viljan är det kanske oklart ifall mäklarens agerande i denna situation skall anses felaktigt. Mäklarens val att tillgodose sin säljares önskemål måste ändå anses ske av god vilja snarare än något annat. Kants idé stannar dock inte vid den goda viljan utan formuleras vidare till att det som är rätt och riktigt också kan upphöjas till allmän lag. Att marknadsföra ett objekt som något det egentligen inte är, får nog ändå anses som felaktigt då det inte vore önskvärt att denna typ av bristfällig marknadsföring upphöjs till allmän lag.

Mäklarens agerande kan också analyseras utifrån utilitarismen. Det är inte omöjligt att mäklaren valde att följa säljarens önskemål i syfte att undvika eventuell missnöjdhet från densamma, även om mäklaren visste att den då handlade emot lagen, en teori som också stärks av mäklarens skrivelse kring vad som stod i lägenhetsregistret. Kanske gjorde mäklaren bedömningen i stunden att det viktigaste var att hålla säljaren nöjd och att det i sin tur skulle innebära de bästa resultaten för alla inblandade så länge informationen under "Övrigt" också inkluderades. På detta vis skapas även resonemang i förhållande till egoismen. Mäklarens skrivelse under "Övrigt" kan som sagt uppfattas som att mäklaren visste att den gjorde fel i att marknadsföra lägenheten som en trea. Skrivelsen kan därför ha kommit till som ett sätt för mäklaren att säkra sig själv i det fall marknadsföringen skulle komma att ifrågasättas. Med andra ord ett sätt att rå om sig själv och sina egna intressen istället för att upplysa säljaren om vad som gällde rent rättsligt och sen enbart handla utifrån det.

Situationer med badrum och kvalitetsdokument är i likhet med riskkonstruktioner vanligt förekommande i branschen. I fallet med badrummet och det uttjänta tätskiktet som anmäldes till FRN var det tämligen självklart att mäklaren handlat fel i förhållande till lagen. Vilket också framkom genom FRN:s bedömning av det hela.

Att mäklaren varit medveten om det uttjänta tätskiktet samt avsaknaden av kvalitetsdokument inför kontraktskrivningen men ändå valde att genomföra den utan att informera köparna talar för att mäklaren helt handlade i sitt eget (och eventuellt säljarens) intresse. Utan ett påskrivet köpekontrakt skulle mäklarens provision från försäljningen hänga i luften vilket kan ha motiverat mäklaren till att undanhålla informationen inför kontraktet.

Utifrån lagen får det anses utrett vad mäklaren borde gjort i situationen utifrån den upplysningsplikt som föreligger för en mäklare och som redan utretts i avsnitt 6.

Att kvalitetsdokument saknades och att tätskiktet var uttjänt är något som mäklaren i allra högsta grad var medveten om. Ändå valde mäklaren att genomföra kontraktskrivningen, varför? Kanske finns svaret i egoismen och förhållningssättet att allt som gynnar individen också är rätt. Att mäklaren främst övervägde sina egna och säljarens intressen framstår iallafall som uppenbart.

Med avstamp i lojalitetsplikten lämnar fallet också en del kvar att önska. Både säljaren och mäklaren visste om problematiken kring badrummet men valde att inte delge köparen informationen, varpå avtalet inte kan anses ha skett "in good faith". Både säljaren och mäklaren har berikat sig på köparens okunskap kring tätskiktet vilket i enlighet med lojalitetsprincipen likställs med illojalt beteende.

Gällande marknadsföringen ansågs den av FRN vilseledande vilket strider mot MFL, ICC:s grundregler samt Mäklarsamfundets etiska regler. Mäklaren hade beskrivit badrummet som nytt och totalrenoverat vilket skapar vissa förväntningar hos en spekulant. Detta är något en mäklare bör vara uppmärksam kring och noga överväga i sin marknadsföring.

Fallet från 2023 gällande den fuktskadade fastigheten uppvisade stora brister marknadsföringsmässigt vilket också framkom av FMI:s bedömning av saken. Fuktskadan varken nämndes eller syntes på de bilder som fanns i marknadsföringen och huset marknadsfördes istället med lovord som "oerhört bra skick". Som redan nämnt i föregående avsnitt hade en mer sanningsenlig marknadsföring av objektet förmodligen resulterat i ett minskat intresse för objektet. Detta är dock inget som lagen tar någon hänsyn till. Att marknadsföring skall presentera en korrekt och rättvis bild av ett objekt följer av MFL, ICC:s grundregler samt Mäklarsamfundets etiska regler. I detta fall rörde det sig om en väl synlig fuktskada, en skada mäklaren därför måste varit medveten om.

Att då beskriva objektet i sådana ordalag som "oerhört bra skick" och "fantastiskt skick" är inte bara vilseledande utan också att betrakta som ren osanning. Tidigare resonemang kring pliktetiken i fallet med den enstegstätade fasaden är därmed tillämpligt även här.

Vidare kritiserades mäklaren för sitt bemötande av spekulanten som ansågs avvisande och oprofessionellt. Mäklarens svar till spekulanten gällande att det nog var fel hus för dem och att de borde leta vidare kan uppfattas väldigt egoistiskt samtidigt som det står i direkt strid med Mäklarsamfundets etiska regler. Det kan också uppfattas som att mäklarens intresse låg mer i att genomföra en affär än i att den faktiskt genomfördes på ett bra och riktigt sätt för alla inblandade.

Mäklarens avvisande svar kan uppfattas som att spekulanten var oviktig för mäklaren om de ändå inte tänkte köpa huset varpå beteendet korrelerar mycket till läran om egoismen. En egoist kännetecknas nämligen ofta av att den i en konfliktsituation sätter sig själv främst och tar lite till ingen hänsyn till andra, vilket kan tyckas illustreras i mäklarens bemötande av spekulanten när denne försökte hörsamma sina klagomål.

Av samtliga fall att döma finns det en sak som är gemensamt och det är att någon form av egoism tillåtit ta plats i fastighetsmäklarnas etiska ställningstagande kring sin marknadsföring. Även i resonemanget kring Hemnet och deras nya policy är det mäklarnas eventuella egoism som är med och skapar det etiska dilemman, även om det här inte rör sig om ett klassiskt rättsfall.

Utifrån detta finns det framförallt en fråga som dyker upp; Är mäklaryrket och de krav som ställs på en yrkesutövare förenliga med att samtidigt låta egenintressen existera och ta plats, eller borde dessa helst hållas helt separat? Vidare kan man då fråga sig hur det skulle se ut och ifall det ens är möjligt? Svaret på det återfinns tyvärr inte inom ramen för denna uppsats men torde tillika vara ett intressant ämne att vidare studera.

## 8. Slutsats

Kopplat till marknadsföringen i fastighetsmäklarens yrkesutövning kan en rad etiska dilemman identifieras och denna uppsats är inte på något sätt uttömmande på området. Vad som framgår av uppsatsen är dock att etiska dilemman finns och att det är något varje yrkesutövare måste hantera och agera kring. Framförallt rör det sig om en avvägning i varje enskild situation i förhållande till samtliga parter och en medvetenhet kring de lagar och regler som framförallt måste följas.

Utifrån vad som framgått av utredningen bör vikten av att mäklaren agerar opartiskt och försöker sätta sina egna intressen i affären åt sidan lyftas fram. Utredningen visar att det främst är i scenarion där mäklaren böjer sig för egoismen som etiken också sviktar. Vad lagen säger är ofta tydligt och även om etik och moral är något som skiljer sig från person till person bör en mäklare i sin yrkesutövning i alla fall inte handla i direkt strid mot lagen.

Undersökningen visar även att lagen ofta går i linje med vad som anses etiskt korrekt. Inte minst utifrån de paragrafer som rör GFMS och god marknadsföringssed samt i förlängningen även den praxis som uppkommit utifrån dessa lydelse. Vidare är det därför viktigt att samtliga yrkesutövare håller sig uppdaterade kring den utvecklingen av praxis som sker på området samt handlar i enlighet med denna.

## Referenslista

### *Offentligt tryck*

Prop. 2020/21:119 En ny fastighetsmäklarlag – förstärkt tillsyn över fastighetsmäklarbranschen.

Prop 2010/11:15 Ny fastighetsmäklarlag.

Prop. 1994/95:14 Ny fastighetsmäklarlag.

Prop. 1983/84:16 Om fastighetsmäklare.

SOU 2006:76 om otillbörliga affärsmetoder

### *Rättsfall*

NJA 2016 s. 346.

NJA 2015 s. 110.

NJA 2007 s. 86.

RÅ 2006 ref. 53.

Kammarrätten i Göteborg, dom 2021-02-10, mål nr 6795–20.

FRN, Diarienummer: 137/23.

FMI, Diarienummer: 21-0071.

FMI, Diarienummer: 23-1809.

FMI, Diarienummer: 23-1075.

### *Litteratur*

Alvehus, Johan. *Skriva uppsats med kvalitativ metod*, 2 uppl., Liber, Stockholm, 2019.

Andersson, Dan-Erik & Lennerfors Taro, Thomas. *Etik*, Liber, Malmö, 2011.

Berggren, Caroline & Skansholm, Ann. *Kvantitativ metod – en uppsatshandbok för utbildningsvetenskap*, Studentlitteratur, Lund, 2022.

Brülde, Bengt & Strannegård, Lars. *Affärsetik*, Liber, Stockholm, 2006.

Collste, Göran. *Inledning till etiken*, 4 uppl., Studentlitteratur, Lund, 2019.

Draft Common Frame of Reference, 2009.

Grauers, Per Henning & Rosén, Mats & Tegelberg, Lars. *Fastighetsmäklarlagen - en vägledning*, 7 uppl., Norstedts Juridik, Stockholm, 2021.

International Chamber of Commerce (ICC), *ICC:S regler för reklam och marknadskommunikation*, Paris, 2019.

International Institute for the Unification of Private Law (UNIDROIT), *Unidroit Principles of International Commercial Contracts*, Rome, 2010.

- Jingryd, Ola. *Fastighetsförmedling*, 7 uppl., Studentlitteratur, Lund, 2023.
- Korling, Fredric & Zamboni, Mauro. *Juridisk metodlära*, 1:4 uppl., Studentlitteratur, Lund, 2014.
- Krzymowska, Antonia, Ett mäklarrättsligt perspektiv på motocrossbanefallet konkludent ratihabition av betalning till annan än borgenären och fråga om fastighetsmäklarens upplysningsplikt, *Juridisk Publikation* 1/2017, s. 79-89.
- Lidén, Gustav. *Att använda mixade metoder - En introduktion*, Studentlitteratur, Lund, 2023.
- Melin, Magnus. *Fastighetsmäklarlagen - En kommentar*, 5 uppl., Norstedts Juridik, Stockholm, 2022.
- Mäklarsamfundet, *Mäklarsamfundets stadgar och etiska regler*, Solna, 2024.
- Namli, Elena & Grenholm, Carl-Henric. *Etik*, Studentlitteratur, Lund, 2019.
- Nordell, Per Jonas. *Marknadsrätten; en introduktion*, 9 uppl., Norstedts Juridik, Stockholm, 2023.
- Principles of European Contract Law, 2002.
- Ramberg, Jan & Ramberg, Christina. *Allmän avtalsrätt*, 12 uppl., Norstedts Juridik, Stockholm, 2022.
- Roos, Carl Martin & Roos, Gertrud. *Affärsetiken grunder*, Studentlitteratur, Lund, 2007.
- Svensson, Carl Anders. *Praktisk marknadsföringsetik*, Studentlitteratur, Lund, 2006.
- Tännsjö, Torbjörn. *Grundbok i normativ etik*, 3 uppl., Bokförlaget Thales, Stockholm, 2022.

### ***Elektroniska källor***

- Fastighetsmäklarinspektionen, Mäklarens ansvar och roll, 2023-11-27,  
<https://fmi.se/vad-galler-vid-formedling/maklarens-ansvar-och-roll/> (hämtad 2024-02-05).
- Mäklarvärlden, Ny prislista hos hemnet väcker mäklarilska, 2024-04-26,  
<https://maklarvarlden.se/2024/04/ny-prislista-hos-hemnet-vacker-maklarilska/> (hämtad 2024-04-26).





