SKANSKA

Pressmeddelande
från Skanska Nya Hem

2009-05-08

Skanska har redan förbättrat informationen till bostadskunder men välkomnar granskning

Den ekonomiska nedgången i höstas skapade en ny situation på bostadsmarknaden och osäkerheten ökade kring bostadsrättsköp och byggbranschens marknadsföring av dessa. Därför införde Skanska redan i december TryggAffär, ett nytt trygghetspaket för bostadsköpare, och förbättrade informationen till konsumenterna. Att Konsumentverket väljer att driva en process om inaktuella avtal och förhållanden är därför förvånande.

– När bostadsmarknaden gick ner kraftigt i oktober och november såg vi att en del bostadsköpare inte nåtts av, eller fullt ut förstått, den information om avtalsvillkoren som vi lämnat. Därför införde vi redan 11 december ett nytt trygghetspaket, TryggAffär, säger Kaj Stenman, försäljningschef, Skanska Nya Hem.

TryggAffär innebär en extra trygghet för kunderna som får en möjlighet att utan särskilda skäl välja att inte fullfölja avtalet. De riskerar då aldrig att behöva betala mer än fem procent av priset på bostaden, exklusive eventuella tillval. I samband med detta infördes också ett tillägg till alla förhandsavtal, där innebörden av TryggAffär tydligt beskrivs och som alla kunder har fått underteckna att de har tagit del av. Skanska har även på andra sätt förstärkt såväl muntlig som skriftlig information om avtalsvillkoren.

Sedan några månader tillbaka har Konsumentverket/KO undersökt den marknadsföring som byggföretagen använder före, efter och i samband med att förhandsavtal ingås mellan blivande bostadsrättsköpare och bostadsrättsföreningen. Verket har nu bestämt sig för att gå vidare med en stämning och har då valt att driva en process mot det största företaget i byggbranschen, Skanska, för att pröva om marknadsföringen står i strid med lagen.

– Med de åtgärder vi vidtog redan i december är det mycket förvånande att Konsumentverket/KO väljer att driva en process mot just Skanska. Deras fakta baseras på inaktuella förhållanden och vi har sedan i december ett helt annat sätt att informera våra kunder, säger Kaj Stenman.

– Samtidigt tycker vi att det är positivt att Marknadsdomstolen nu kan hjälpa till att vägleda branschen i den här frågan. Alla aktörer har inte kommit lika långt och det är bra om det kan bli en samsyn kring hur marknadsföringen av bostadsrätter

ska utformas. Vi kommer att följa det här noga och se på vilka sätt som vi ytterligare kan förbättra vår information. Skanska har självklart inget intresse av att någon kund ska känna sig vilseledd, säger Kaj Stenman.

TryggAffär har fått en mycket god respons från Skanskas kunder och bostadsförsäljningen i Sverige var under första kvartalet i år högre än under samma period förra året, trots den tuffare ekonomiska situationen.

För mer information om Skanskas erbjudande TryggAffär se www.bostad.skanska.se/tryggaffar.

För ytterligare information vänligen kontakta:
Peter Gimbe, presschef, Skanska AB, tel: 010-448 88 38.
Per-Lennart Berg, presstalesman, Skanska Nya Hem, tel 010-448 88 28.
Skanskas direktnummer för media, tel: 010-448 88 99