

INTRODUKTION TILL

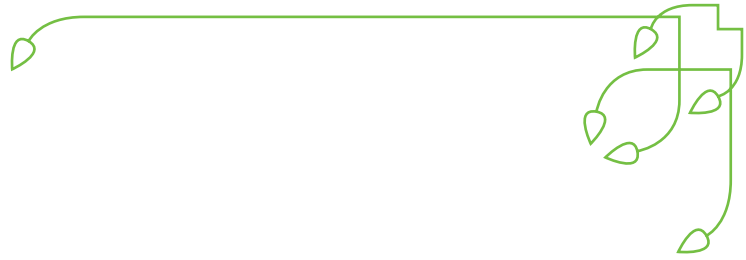
ISLAMISK FINANSIERING

ETT STUDIECIRKELMATERIAL FÖR STUDIEFÖRBUNDET IBN RUSHD

UTARBETAT AV MARIANNE LAANATZA, 2009. MED SYNPUNKTER FRÅN OCH VISSA TILLÄGG AV OTHMAN TAWALBEH



IBN RUSHD



FÖRORD

Studieförbundet Ibn Rushd har sedan länge uppmärksammat frågan om islamisk finansiering och önskemålet bland många muslimer i Sverige att få tillgång till en dylik finansiering exempelvis vid husköp och bilköp. I England har där fast boende muslimer möjlighet sedan några år tillbaka att nyttja islamisk finansiering liksom andra islamiska banktjänster genom the Islamic Bank of Britain.

Vi hoppas få motsvarande möjligheter i Sverige på sikt.

Som ett steg på vägen har vi gett *Marianne Laanatza* genom MENA.SE i uppdrag att utarbeta ett studiematerial. Laanatza föreläser om islamisk finansiering inom ramen för de universitetskurser hon ansvarar för. Vidare anordnade hon den första islamiska konferensen i Sverige tillsammans med den Islamiska utvecklingsbanken i Jeddah 2006.

Som framtida nyttjare av islamiska finansiella tjänster är det viktigt att vi har vissa förkunskaper på området. Vi anser att ämnet passar väl inom vår studiecirkelverksamhet och hoppas på ett stort intresse från våra medlemmar.

Om cirkelarna kan användas som en bas för att skapa ett nätverk mellan muslimska konsumenter i Sverige för att gemensamt arbeta för att få en islamisk bank här, har vi redan kommit en bit på vägen för att kunna få tillgång till islamiska banktjänster i Sverige på sikt.

Othman Al Tawalbeh

Helsingborg, onsdag den 22 september 2010

INNEHÅLL

FÖRORD	2
INNEHÅLL	3
INTRODUKTION	5
DEL 1. ISLAMISK FINANSIERING OCH DESS VÄXANDE ROLL REGIONALT OCH INTERNATIONELLT – EN UTMANING OCKSÅ I SVERIGE?	6
1.1 Internationella storbanker erbjuder islamisk finansiering	6
1.2 I Storbritannien finns nu en lokal islamisk bank för muslimer i landet	7
1.3 Det moderna islamiska bankväsendet startade för knappt 50 år sedan	7
1.4 Det finns en Islamisk världsbank för muslimska länder	11
1.5 Tillväxten av islamiska banker och andra islamiska finansiella institutioner har påverkats av oljeprisets utveckling under åren.	12
1.6 Utvecklingen av ett islamiskt försäkringsväsende	14
1.7 Konferenser och seminarier i Sverige om islamisk finansiering	15
1.8 Riksbanken och Finansinspektionen visar intresse för islamisk finansiering	15
1.9 Har svenska banker visat intresse för islamisk finansiering?	17
1.10 Har några svenska försäkringsbolag visat intresse för att islamiska försäkringar?	18
1.11 Svenska muslimer och islamiska sparfonder	18
DEL 2. VÄRDEGRUND I ISLAMISKT EKONOMISKT TÄNKANDE – EN MODERN OCH FRAMSYNT KONSUMENTPOLITIK OCH AFFÄRSETIK	19
2.1 Kort presentation av de fyra viktigaste sunnitiska lagskolorna och den jafaritisk shiitiska lagskolan,	19
2.2 Värdegrunden i islamiskt ekonomiskt tänkande	20
2.3 Luft, vatten och tillgångar under jordytan skall vara i kollektivets, samhällets - eller folkets – tjänst	21
2.4 Enligt islamiska ekonomiska grundprinciper är det förbjudet att ge falsk information eller på något sätt utnyttja sitt överläge med mer kunskap om den produkt som man vill marknadsföra.	22
2.5 Förbjudet inom islam att påverka barn att köpa produkter eller lura en blind om en produkt	26
2.6 Krav enligt Sharia på kontraktets utformning och innehåll	30



DEL 3. ISLAMISK EKONOMI RÄNTEFRITT OCH MEDANSVAR MED DELAD VINST OCH FÖRLUST	33
3.1 Förbudet att "tjäna pengar på pengar"	33
3.2 Kärnan i islamisk ekonomisk verksamhet är parternas gemensamma	33
3.3 MUDHARABAH och MUSHARAKAH – instrumenten som används för investeringar	34
3.4 BAY'AL-SALAM och MURABAHAH – formerna för deltagande i korta affärer och handelskrediter	34
3.5 Leasing eller IJARAH - en vanlig bankprodukt	35
3.6 SUKUK – islamiska obligationer	35
3.7 Olika slags partnerskapskontrakt; SANA'I och MUDARABAH	35
3.8 TAKAFUL; islamiska försäkringar	35
3.9 Kravet på dokumentation	36
3.10 Shariaexperter som rådgivare knutna till styrelsen	36
DEL 4. HUR KAN VI GÅ VIDARE? – IDÉER OCH STRATEGIER!	37
4.1 Behövs islamisk finansiering i Sverige?	37
4.2 Varför skapa nätverk för muslimska konsumenter i Sverige	38
4.3 Att agera som en påtryckningsgrupp/intressegrupp	38
ORDLISTA	39
"A Short Dictionary of Islamic Economic Terms"	40
REFERENSLITTERATUR	43
BILAGA 1	44
En förteckning över islamiska fonder	44
BILAGA 2	48
Ytterligare text från Konsumentverkets hemsida samt länkar	48



INTRODUKTION

I hela världen finns det ett växande intresse för islamisk finansiering och detta gäller givetvis också bland svenska muslimer. På uppdrag av studieförbundet Ibn Rushd har MENA.SE, som är en think tank inriktad på Mellanöstern, Nordafrika och Centralasien, utarbetat detta studiematerial.

Syftet med studiematerialet är att ge en introduktion till islamisk finansiering. Perspektivet som har valts är ett konsumentperspektiv mot bakgrund av att det förhoppningsvis i en nära framtid också skall ges möjlighet för muslimer i Sverige att få tillgång till islamisk finansiering. *Studiematerialet är planerat för tolv studietimmar, som kan uppdelas på tre till fyra mötestillfällen.*

Studiematerialet består av fyra delar. Den första delen behandlar framväxten av islamiskt bankväsende och islamisk finansiering i stort, samt dess växande roll regionalt och internationellt. Utvecklingen inom den islamiska försäkringssektorn presenteras likaså. I denna del redovisas också visat intresse i Sverige från svenska banker och försäkringsbolag sida. Vidare beskrivs vilka aktiviteter som hittills ägt rum i Sverige beträffande islamisk finansiering och därtill knutna frågor.

Studiematerialets andra del behandlar värdegrunden i islamiskt ekonomiskt tänkande. Islamisk etik och moral genomsyrar kraven på ett korrekt och rättfärdigt agerande i relationen mellan köpare och säljare. Av exemplen framgår att den islamiska värdegrunden utgör en mycket god bas för en modern och fram-synt konsumentpolitik som ser till konsumentens intressen och behov vad gäller korrekt produktinfor-mation och rimliga priser m.m. Detsamma gäller också för försäkringstagare.

Studiematerialets tredje del beskriver de olika instrument och arbetsformer som islamiska banker och andra finansiella institutioner använder. Detta avsnitt behandlar således hur en islamisk räntefri ekonomi fungerar i praktiken. De arabiska termer som är beteckningen på respektive instrument eller produkt och deras funktioner redovisas. Det är de vanligaste och/eller de mest frekventa instrumenten som present-eras. Dessa instrument utvecklas snabbt och nya finansiella produkter lanseras. Det handlar om en mycket dynamisk sektor. Särskild stor uppmärksamhet och betydelse har tillkomsten av islamiska obligationer fått. Denna nya produkt presenteras också liksom utvecklingen på det islamiska försäkringsområdet.

Tanken bakom den fjärde delen i studiematerialet är att deltagarna tillsammans med cirkelledaren skall fördjupa diskussionerna kring olika frågor som deltagarna funnit särskilt intressanta och viktiga. Gruppen kan exempelvis gemensamt utarbeta en handlingsplan om hur den skall kunna gå vidare på olika punkter och de deltagare som så vill skulle kunna vara med och skapa/vidareutveckla ett nätverk för muslimska konsumenter i Sverige.



DEL 1. ISLAMISK FINANSIERING OCH DESS VÄXANDE ROLL REGIONALT OCH INTERNATIONELLT – EN UTMANING OCKSÅ I SVERIGE?

I Sverige är det många som inte känner till att det finns islamiska banker.

1.1. INTERNATIONELLA STORBANKER ERBJUDER ISLAMISK FINANSIERING

Flertalet i Sverige har nog inte noterat att islamisk finansiering finns och inte heller att det fått en allt viktigare roll både regionalt i muslimska länder och globalt. Muslimska banktjänster har blivit en väldig framgång i den internationella finansvärlden. Framför allt har efterfrågan vuxit efter 11 september 2001 och ännu kraftigare efter det att oljepriset började stiga till rekordhöga nivåer efter den amerikansk-brittiska invasionen i Irak ägt rum 2003.

Enligt Internationella Valutafonden fanns det redan 2008 mer än 300 islamiska finansiella institutioner som hade i 51 länder. Deras sammanlagda tillgångar översteg 250 miljarder USD och den årliga tillväxten låg på mellan tio och femton procent. Cirka var femte person i världen berördes på ett eller annat sätt av islamisk finansiering och i vissa länder svarade islamiska finansiella institutioner för mer än tjugo procent av landets finansiella aktiviteter. Detta har också medfört att finansiella tjänster kunnat erbjudas grupper som hittills varit exkluderade från dylika tjänster.

Få vet att de flesta internationella storbankerna i väst har avdelningar för islamisk finansiering. Det gäller konventionella internationella storbanker, såväl amerikanska, brittiska *Bank of Britain*, tyska *Commerzbank*, franska och schweiziska *UBS*, som japanska och andra internationella storbanker. En av storbankerna, *HSBC*, har t.o.m. ambitionen att kunna erbjuda islamisk finansiering i alla europeiska länder där efterfrågan finns.



Internationell expertis är överens om att islamiska finansiella institutioner klarade den globala finansiella bankkrisen mycket bättre än de konventionella bankerna gjorde. Detta sammanhänger med att risktagande och riskspridning ser annorlunda ut och spekulering är förbjudet i det islamiska finansiella systemet. Detta till trots har givetvis värdet på islamiska finansiella tillgångar i både USA och EU sjunkit till följd av prisras på flera viktiga fastighetsmarknader i dessa regioner.

Några exakta uppgifter på hur omfattande den islamiska finansieringen är i Europa är oklart. Enligt vissa skattningar beräknas den uppgå till 500 miljarder dollar – 3 500 miljarder kronor.¹

London idag är den största plattformen för islamisk ekonomi i Europa. Senare efter elfte september har London blivit centrum för islamsk finanssektor i västvärlden. London har fem islamiska banker och många andra företag som erbjuder islamiska finansprodukter.²

¹ Se vidare Fokus - 2007-04-13 - Sida: 42

² Exempel på uppgifter i svensk press: Se Sydsvenskan - 2009-09-27
Sida: 27 - Sektion:A

1.2. I STORBRIANNIEN FINNS NU EN LOKAL ISLAMISK BANK FÖR MUSLIMER I LANDET

STORBRIANNIEN FÖRST MED EN INHEMSK ISLAMISK BANK I EUROPA...

De internationella storbankerna erbjuder främst islamiska finansiella tjänster knutna till investeringar i fastigheter, medan de islamiska storbankerna i muslimska länder har ett brett utbud av finansiella tjänster. Det finns emellertid ett växande tryck från muslimer i Väst att få tillgång till en egen lokal islamisk bank – liksom konsumenterna i allt fler muslimska länder.

Detta önskemål har tillgodosetts i Storbritannien, där Islamic Bank of Britain startade sedan hösten 2004. Banken har blivit en förebild för andra liknande initiativ. Islamic Bank of Britain närmare 50 000 kunder.



...FÖLJT AV FRANKRIKE

I november 2009 beslutade Frankrikes Finansminister Christine Lagarde att tillåta islamiska banker för Frankrikes uppskattningsvis fem miljoner muslimer från och med 2010. Målet är att dra till sig nytt utländskt kapital.³

1.3. DET MODERNA ISLAMISKA BANKVÄSENDET STARTADE FÖR Knappt 50 ÅR SEDAN

Troende muslimer har varit skeptiska till västerländska banker. Ännu under 1900-talet var det många som föredrog att spara på annat sätt, som investeringar i silver och guld. Kvinnornas guldsmycken kunde omvandlas till likvida medel när så behövdes. Noteras kan att först under 1960-talet utgavs sedlar i Saudiarabien. De första arabiskt ägda bankerna etablerades på 1920-talet, nämligen *Misr Bank* i Egypten och den palestinskt ägda *Arab Bank*. Dessförinnan var det utländska banker som helt dominerade i regionen. Även *the Ottoman Bank* och *National Bank of Egypt* hade utländska ägare. Bankernas uppgift var främst att erbjuda handelskrediter och/eller lån till regimerna i berörda länder. Det var kolonialmakterna och deras företag som kontrollerade handeln, och de viktigaste varorna var bomull och tobak.

ISLAMISKT BANKVÄSENDE STARTAR

Det islamiska bankväsendet är en relativt ung företeelse - cirka 50 år - och den första banken startade i Pakistan på 1950-talet följt av *Mitr Ghams Saving Bank* i Egypten 1963, som övervakades av *Nasser Social Bank*. De största aktörerna i sistnämnda bank var egyptiska storjordägare som startade agroindustriella företag.

³ Exempel på uppgifter i svensk press: Göteborgs-Posten 1 - 2007-06-09
- Sida: 70 - Sektion: Privata pengar, Finansvärlden - 2010-01-25 - Sida: 6
- Del: 1 samt Kyrkans Tidning - 2009-11-26 - Sida: 10 - Del: 1

ISLAMISKT BANKVÄSENDE UTVECKLADES SNABBT I MALAYSIA, INDONESIA OCH BANGLADESH

Det islamiska bankväsendet utvecklades också i andra länder i Asien. Malaysia etablerade sig tidigt som något av centrum för islamisk bankverksamhet. Malaysias inriktning mot sharia-anpassad ekonomi skärptes efter den ekonomiska kraschen i Sydostasien 1997, då landet vägrade acceptera de villkor erbjöds från Internationella valutafonden. Malaysias dåvarande premiärminister, doktor Mohamad Mahathir, kritiserade Internationella valutafonden och attackerade offentligt utländska valutaspekulanter. Han anklagade dem för att ha ruinerat ett rikt muslimskt land och påpekade att spekulering, gharar, är förbjudet i islam.⁴

Författaren till denna rapport hade själv förmånen att delta i ett möte i Oxford i slutet av 1990-talet med representanter från Internationella Valutafonden (IMF), Världsbanken, Islamiska Utvecklingsbanken (IDB), Bank of England, andra centralbanker i väst samt företrädare från Malaysias regering och centralbank och flera andra ledande islamiska banker och kreditinstitutioner, där Malaysias kritik mot bl.a. IMF diskuterades. Slutsatser och rekommendationer presenterades och IMF liksom andra västorienterade kreditinstitutioner tvingades tillstå att de begått allvarliga fel bl.a. genom att alltför snabbt och brutalt kräva en liberalisering av Malaysias finansiella marknad och att liberaliseringen ägt rum att nödvändiga myndigheter byggts upp i landet som bank- och/eller finansinspektion. Vidare krävde Islamiska Utvecklingsbanken (IDB) att ett så kallat Early Warning System måste utvecklas för att i tid uppmärksamma ett lands försämrade kreditvärdighet. IDB krävde också att det framöver skulle få all behövlig information för att i tid kunna förhindra framtida finansiella kriser i muslimska länder. (Mer om IDB i avsnitt 1.4)

Bank Islam Malaysia etablerades 1983 och följdes av flera andra islamiska banker i såväl Malaysia som Indonesien och i Bangladesh. Numera är islamisk finansiering väl etablerat också i Indien och andra delar av Asien inklusive Kina. Idag finns omkring femton islamiska banker och finansiella institutioner enbart i Malaysia samt ytterligare över 30-talet andra aktörer som erbjuder islamisk finansiering. Malaysia är utan konkurrens den ledande staten i denna del av Asien vad gäller islamisk finansiering.

EXPANSIONEN TAR FART I DUBAI, KUWAIT OCH BAHRAIN

På 1970-talet kom den första expansionsvågen av nya islamiska banker på Arabiska Halvön. Kapitalinflödet hade ökat markant till följd av nationalisering av oljan i kombination med höjda oljepriser. Inom loppet av några år etablerades en rad banker, nämligen *Dubai Islamic Bank 1975*, *Kuwait Finance House 1977* och *Bahrain Islamic Bank 1979*. Merparten av kapitalet kom från den privata sektorn, medan staterna ifråga var minoritetsägare. Dessa banker utvecklades sida vid sida med "vanliga" banker västerländsk modell, både nationellt ägda och med helt eller delvis utländskt ägandeskap.

De islamiska bankerna uppfattades som innovativa och moderna. Utöver traditionella tjänster vände sig dessa banker också till vanliga muslimska konsumenter med erbjudanden om finansiering av hus- och lägenhetsköp samt köp av bil. Dyliga tjänster erbjöds inte av de andra "västerländska" bankerna i regionen. På 1990-talet började islamiska banker att utveckla investeringsfonder och andra produkter.

I dagsläget har antalet islamiska banker och andra finansiella institutioner ökat markant. Enbart i Bahrain finns numera närmare ett trettiotal, medan antalet är färre i övriga Golfstater. Omsättningen inom den islamiska banksektorn i dessa länder är mycket stor och växande.

⁴ Exempel på uppgifter i svensk press: Helsingborgs Dagblad - 2006-10-10 - Sida: 26 - Sektion: AKultur

HUR GICK DET I SAUDIARABIEN OCH JEMEN?

Även om det funnits ett brett stöd för islamisk finansiering som sådan i Saudiarabien kom inte the *Saudi Arabian Monetary Agency, SAMA*, att ge några licenser för att etablera islamiska banker i Saudiarabien förrän i mitten av 1990-talet. Regimen menade att de redan etablerade bankerna följde islamiska regler vad gäller ränta. Den enda banken som var helt islamisk var den *Islamiska Utvecklingsbanken i Jeddah*, en form av islamisk världsbank. (se nedan). Saudiska affärsmän använde i stor utsträckning växelkontor och penningutlånare istället för de västerländska bankerna. En viktig aktör var *ar-Rajhis-familjen*, när SAMA krävde att ar-Rajhis skulle registrera sig som en "vanlig" bank, vägrade de detta och tog steget att söka islamisk bankstatus. Sedan dess har antalet islamiska banker och finansiella institutioner växt snabbt i Saudiarabien. Idag finns sammanlagt tio islamiska banker och finansiella institutioner.

I Jemen finns fem islamiska banker och finansiella institutioner. De svarar för ca en tredjedel av landet bankkapital. Den äldsta banken och viktigaste är *Islamic Bank of Yemen for Finance and Investment*. Den grundades 1995. Numera ägs banken till 40 procent av Bahrain Islamic Bank som också tillfört mycket kapital.

Inom en femårsperiod beräknas hälften av den finansiella sektorn i de arabiska Golfstaterna vara islamisk.



بنك دبي الإسلامي
Dubai Islamic Bank P.J.S.C.

بيت التمويل الكويتي
Kuwait Finance House



HUR GICK DET I ÖVRIGA MELLANÖSTERN?

I Jordanien har islamiska banker funnits sedan 1980-talet och de spelar en viktig roll. De första bankerna var *Jordan Islamic Bank for Finance and Investment (JIBFI)* och *Islamic International Arab Bank (IIAB)*. Egypten kom igång tidigt med islamisk finansiering i o m att *Faisal Islamic Bank of Egypt (FIBE)* upprättades redan på 1970-talet. Det finns ytterligare två större islamiska banker, *Egyptian-Saudi Finance Bank* och *Islamic International Bank for Investment and Development (IIBI)*, men Egypten har halkat efter Golfstaterna, även om ytterligare fem islamiska finansiella institutioner är verksamma i landet.

Trots alla krig, konflikter och avstängningar finns redan fem islamiska banker och finansiella institutioner på *Västbanken* och i *Gaza*. Snabbast växer the *Arab Islamic Bank*, som nu är den tredje största banken. Sedan september 2006 har tre islamiska banker etableras i Syrien. Den första var *Cham Bank*, följt av *Syria International Islamic Bank* och *Al Barakah Bank Syria*. I Libanon etablerades den första islamiska banken 1992. Det var *Al Barakah Bank of Lebanon*, sedan dess har ytterligare tre tillkommit.

Även i *Turkiet* har den ismiska banksektorn växt och framtidsförväntningarna är stora. Tillgångarna uppgår till ca 10 miljarder USD och beräknas öka till 25 miljarder USD i mitten av 2010-talet. Enligt denna prognos skulle det islamiska bankväsendet i landet komma att svara för tio procent av samtliga bankers kapital. De ledande islamiska bankerna är *Turiye Finans Kaptlim Bankasi*, *Asya Katilim Bankasi*, *Albaraka Turk Katilim Dankasi* samt *Kuveyt Turk Katalim Bankasi*.

Under 1970- och 1980-talet saknades ett mer heltäckande regelverk för islamiska banker i flertalet länder. Under 1990-talet kom ett harmoniserat regelverk att börja utvecklas. En viktig aktör är *den islamiska utvecklingsbanken i Jeddah*. (Se nedan)

DAR AL-MAAL AL-ISLAMI (DMI)

Ett antal islamiska banker startade också utanför den muslimska världen, bl a i *Schweiz och på Bahamas*. En viktig aktör som redan etablerat islamiska banker både i Sudan och Egypten var den saudiske prinsen al-Faisal as-Saud. Han tog initiativet till att skapa en islamisk bank utanför den muslimska världen, nämligen *Dar al-Maal al-Islami (DMI)* i Schweiz 1981. En filial till banken etablerades också i Köpenhamn. Banken koncentrerar sig i huvudsak på långsiktiga investeringar, särskilt i fastigheter.

Sedan *Dar al-Maal al-Islami* startade sin verksamhet har en rad andra islamiska banker också börjat operera i Västeuropa, främst i Storbritannien där nio islamiska banker är verksamma och dessutom ytterligare tretton banker har skönat för islamisk finansiering. Men dessa skyddas inte av brittisk lagstiftning. Det enda undantaget är ovan nämnda *Islamic Bank of Britain*, som skyddas helt av den brittiska lagstiftningen.

HITTILLS BLYGSAMT MED ISLAMISKA BANKER I AFRIKA OCH CENTRALASIEN, MEN I MAGHREB BÖRJAR DET TA REJÄL FART

Med undantag för *Sudan*, där *Faisal Islamic Bank of Sudan* etablerades redan på 1970-talet, fanns få islamiska banker etablerade i Afrika, men en förändring är på väg. Numera finns det nio islamiska banker och finansiella institutioner verksamma i Sudan. Noteras bör att det redan 1989 upprättades en islamisk bank i *Sydafrika*, *Albaraka*. Under 2007 licensierades två islamiska banker i *Kenya*, *Gulf African Bank* och *First Community Bank* – båda med investerare från Gulstaterna. Vidare finns islamiska banker i *Djibouti*, *Gambia*, *Guinea*, *Mauretanien*, *Niger* och i *Senegal*. Det är förvånansvärt att det inte finns fler islamiska banker och kreditinstitutioner i *Nigeria* med 70 miljoner muslimer och en mycket expansiv banksektor. Landet har bara två operatörer. Däremot finns det islamiska investeringar på flera håll och i *Senegal* kommer islamiska obligationer, *sukuk*, att lanseras.

Sedan banklagstiftningen liberaliserats i *Algeriet* har två islamiska banker etablerats där. Den första var *al Baraka Bank* och den andra den emiratiska *Bank Salam*. Under senare år har också *Algerian Saudi Leasing Holding Co* varit verksam i landet. I *Tunisien* är numera två operatörer verksamma – utöver *Best Bank* och *Noor Islamic Bank* planeras även *Banque Islamique Zitouna*. I *Marocko* finns inga islamiska banker. Däremot har de inhemska affärsbankerna fått tillstånd att marknadsföra islamiska finansiella tjänster. Nämnas kan att 2006 gick *Gulf Finance House* i Bahrain in med 1,4 miljarder USD i Marocko inom turistsektorn. Åtskilliga islamiska finansiärer kritiserar Marockos restriktiva lagstiftning som blockerar öppnandet av självständiga islamiska banker. I *Libyen* diskuteras om landet skall introducera islamisk finansiering bl a förs diskussioner om en *Qatari-Libyan Islamic Bank*.

I *Centralasien* har islamisk finansiering hittills varit marginell. Det är huvudsakligen the Islamic Development Bank (IDB), den islamiska världsbanken, som svarat för genomförda och planerade projekt med islamisk finansiering i *Kirgizistan*, *Kazakstan*, *Tadzjikistan* och *Turkmenistan*.

En förteckning över islamiska banker och finansinstitut finns på länken: <http://www.islamic-banking.com/ibanking/statusib.php>

- ✿ Som framgår har de stora OECD-länderna åtskilliga finansiella institutioner som erbjuder islamiska lösningar. Diskutera ovan beskrivna utveckling i studiegruppen! Vad väcker förvåning? Har någon i gruppen besökt någon islamisk bank? Berätta om era egna erfarenheter eller om släktingars och vänners eventuella erfarenheter!

1.4. DET FINNS EN ISLAMISK VÄRLDSBANK FÖR MUSLIMSKA LÄNDER

DEN ISLAMISKA VÄRLDSBANKEN, IDB, HAR MÅNGA FUNKTIONER

Ett viktigt steg var tillkomsten av *en islamisk världsbank, the Islamic Development Bank, (IDB)* i mitten av 1970-talet. Banken fick sitt säte i Jeddah i Saudiarabien och har regionalkontor i Rabat och Kuala Lumpur samt representationskontor på olika håll i Asien, Nordafrika och Afrika söder om Sahara. Femtiosex muslimska länder är medlemmar i banken. IDB:s uppgift är att stödja ekonomisk utveckling och sociala framsteg i medlemsländerna och i enskilda muslimska samhällen inklusive bistånd till muslimska minoriteter i andra delar av världen. Stödet måste ske i enlighet med Sharia. Banken har stora resurser och är mycket solid. Utöver att delfinansiera infrastrukturella projekt i medlemsländerna och finansiellt stöd till berörda stater kan IDB tillsammans med andra islamiska finansiella institutioner också erbjuda exportkrediter och exportkreditgarantier. Banken erbjuder även tekniska tjänster och utbildningsprogram. IDB har en central roll vad gäller vilka kriterier som skall uppfyllas för att olika islamiska finansiella produkter/tjänster skall kunna godkännas.

IDB:s kapital har växt från 2 miljarder islamiska dinar 1992 till 30 miljarder islamiska dinar.



WHAT ARE THE DINAR & DIRHAM?

The Islamic *Dinar* is a specific weight of 22k gold equivalent to 4.25 grammes.
The Islamic *Dirham* is a specific weight of pure silver equivalent to 3.0 grammes.



DINAR



DIRHAM

EN RAD INSTITUTIONER ÄR KNUTNA TILL IDB SOM

- Islamic Corporation for Insurance of Investment and Export Credits (ICIEC)
- Islamic Research and Training Institute (IRTI)
- Islamic Corporation for the Development of the Private Sector (ICD)
- International Islamic Trade Finance Corporation (ITFC)
- World WAQF Foundation (WWF)
- International Center for Biosaline Agriculture (ICBA)
- OICNetwork Sdn Bhd (dealing with Information Services, Ecommerce, Internet Connectivity, and Consultancy Services)
- Saudi Arabian Project for the Utilization of Hajj Meat

Bristen på tillförlitlig statistik om medlemsländerna har varit ett stort problem. För att lösa detta har en särskild institution skapats:

IDB STATISTICAL CAPACITY BUILDING (IDB-STATCAP) INITIATIVE

The IDB-STATCAP is aimed at assisting member countries to build and strengthen their statistical capacities to enable them produce reliable, timely, consistent and accurate economic, financial, socio-demographic and other data (in accordance with international good practice and frameworks) for policy formulation and decision making, and for monitoring development and poverty reduction which is the cornerstone of IDB's strategic objective.

Nämnas kan också att IDB har stipendieprogram som vänder sig till muslimska församlingar i länder som inte är medlemmar i IDB (som Sverige). Vidare finns särskilda stipendieprogram inom vetenskap och teknik, som vänder sig till de minst utvecklade medlemsstaterna. Ett särskilt program finns för "High Technology".

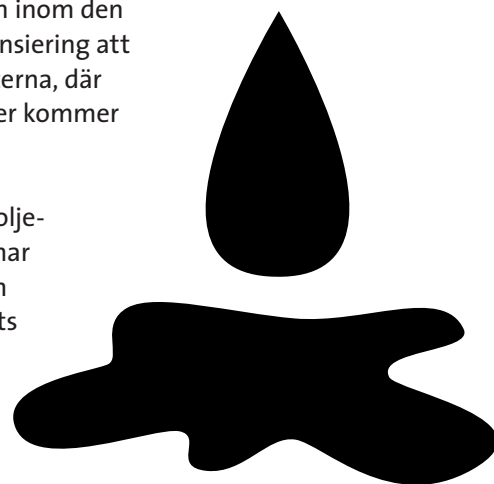
- ✿ Gå till IDB:s hemsida och gå igenom dess olika verksamhetsgrenar: www.isdb.org Diskutera i gruppen den bild ni får av IDB:s uppgifter och notera att IDB även har en verksamhet och projekt som också vänder sig till muslimska minoriteter i hela världen, således också för muslimerna i Sverige.

1.5. TILLVÄXTEN AV ISLAMISKA BANKER OCH ANDRA ISLAMISKA FINANSIELLA INSTITUTIONER HAR PÅVERKATS AV OLJEPRISETS UTVECKLING UNDER ÅREN.

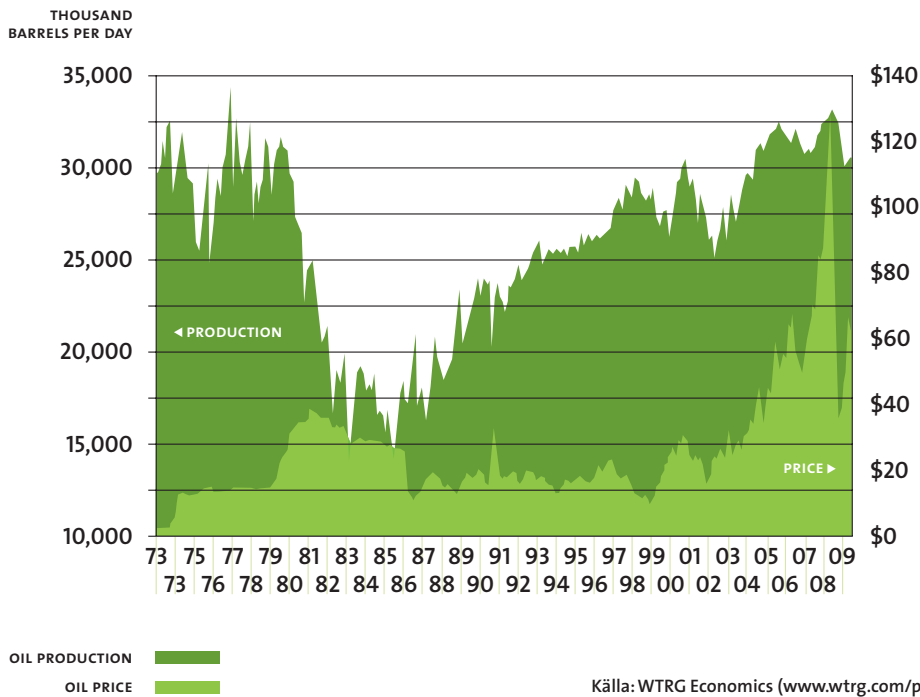
Oljeprisets utveckling och dess inflytande på kapitaltillförsel till det islamiska bankväsendet och andra islamiska finansiella institutioner.

Höga oljepriser har gett en skjuts framåt för islamiska banker, då mycket nytt kapital har slussats in, medan tillförseln av nytt kapital har varit mycket mindre i tider med låga oljepriser. De senaste årens rekordhöga oljepriser har gett den islamiska finansiella sektorn ett enormt tillskott av kapital. Även om oljepriser för närvarande är betydligt lägre och kapitaltillväxten inom den islamiska finansiella sfären kan förväntas bli lägre, kommer islamisk finansiering att behålla en stark position – inte minst i Malaysia och de arabiska Golfstaterna, där prognosen, som redan nämnts, är att hälften av alla finansiella aktiviteter kommer att vara islamiska redan före 2015.

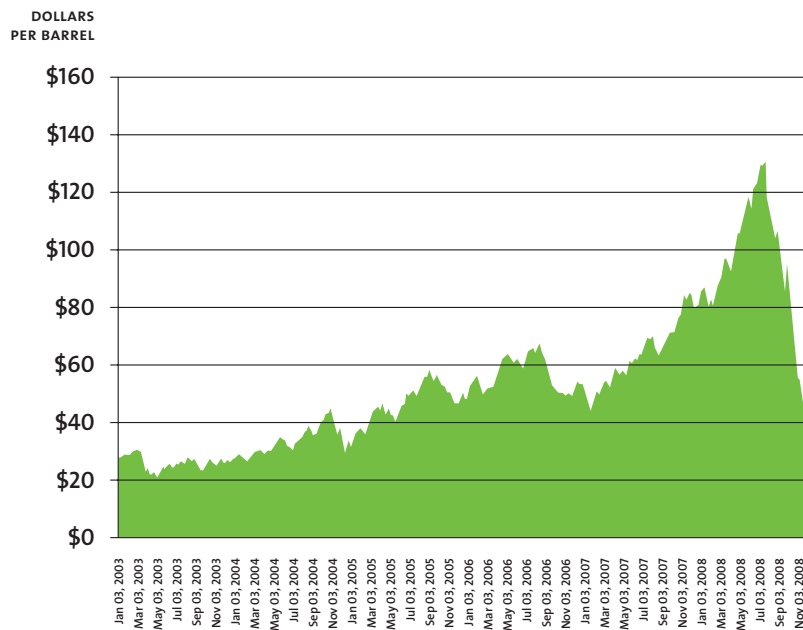
De islamiska bankerna beräknades ha cirka 400-500 miljarder USD före oljeprisuppgången 2004. Detta kapital har dubblats sedan dess. Dessutom har antalet islamiska fonder växt snabbt och dess kapital är mycket större än banksektorns. Parallellt har en islamisk obligationsmarknad *sukuk* skapats och har inom loppet av några år ökat från noll till minst 100 miljarder USD 2008.



CRUDE OIL PRODUCTION (Mbb/d) OPEC COUNTRIES: JANUARY 1973 – JUNE 2009



OIL PRICE: JANUARY 2003 – DECEMBER 2008



Weekly United States Spot Price Weighted by Import Volume (Dollars per Barrel)

Källa: Wikipedia (www.wikipedia.org)
("Oil price increases of 2004–2007")

- ✿ Diskutera vad ni tror om utvecklingen av oljepriset och den framtida kopplingen till tillväxten inom den islamiska finansiella sektorn! Finns det andra faktorer som påverkar utvecklingen inom den islamiska finansiella sektorn? Vad anser du om detta?

1.6. UTVECKLINGEN AV ETT ISLAMISKT FÖRSÄKRINGSVÄSENDE

TAKAFUL är den termen som används för det islamiska konceptet för försäkring. Det grundar sig på *muamalat* – en form av bank (eller bankliknande) transaktion och som uppfyller kriterierna för Sharia. Konceptet har använts alltsedan profeten Mohammeds tid.

Syftet med TAKAFUL är att det skall svara mot vissa grundläggande behov i ett samhälle, där man tillsammans kan hjälpa enskilda personer eller familjer som drabbats av någon katastrof, skada och eller sjukdom genom att kollektivet ställer upp och bidrar med finansiering. Det moderna islamiska försäkringsväsendet har utvecklats snabbt under de senaste åren. Enligt Ernst & Young uppskattades TAKAFUL premierna uppgå till 2 miljarder USD 2006 (av ett globalt premiekapital på 3,7 triljoner USD. Mot bakgrund av den snabba tillväxten inom den islamiska försäkringssektorn bedömde Ernst & Young 2008 att TAKAFUL-marknaden kommer att närma sig 8 miljarder USD 2012.

Källa: IFIS – Islamic Finance Information Service, April 20, 2009

“First Takaful Operator (Islamic Insurance) In Malaysia and The Leader in Worldwide Takaful Industry:”



TAKAFULmalaysia

The incorporation of Takaful Malaysia was based on the recommendation of the “Task Force on the Study for the Establishment of an Islamic Insurance Company in Malaysia” (Task Force) set up by the Government of Malaysia in 1981. The Task Force in its report concluded that a takaful company based on the principle of al-Mudharabah would be a viable venture in view that its participants would have the opportunity to save, invest and earn profits based on this principle.

Vad har hänt i Sverige hittills?

1.7. KONFERENSER OCH SEMINARIER I SVERIGE OM ISLAMISK FINANSIERING

Mot ovan presenterade utveckling inom den islamiska finansiella sektorn och med det positiva exemplet som *the Islamic Bank of Britain* är - kan frågan ställas:

”NÄR FÅR VI EN ISLAMISK BANK I SVERIGE?”

”Vi svenskar tar för givet att vi har ett bankomatkort, att vi ska kunna spara till våra barns framtid och kanske kunna köpa vårt boende. Men för många nya svenskar är det inte möjligt idag. Människor med en muslimsk tro ska kunna agera på samma sätt som vi andra”, säger Kristina Alvendal från integrationsborgarrådet i Stockholm.⁵ Mostafa Kharraki, ordförande i Sveriges muslimska råd, hoppas att uppmaningen från Stockholms stad ska få de svenska bankerna att tänka om.⁶

Nämnas kan att den första konferensen om islamisk finansiering i Sverige ägde rum i juni 2006 i Kista – och den fick ett mycket positivt gensvar. Konferensen ordnades av MENA.SE i samverkan med den Islamiska utvecklingsbanken i Jeddah (IDB). Företrädare från alla svenska storbanker och från Finansinspektionen, finansdepartementet och Exportkreditnämnden samt Sida deltog i konferensen liksom företrädare från flera svenska storföretag och muslimska företrädare, samt givetvis en representant från Ibn Rushd.

I december 2008 anordnade Ibn Rushd i samarbete med MENA.SE ett välbesökt seminarium om räntefri ekonomi med Shaheer Abbas⁷, som varit en ledande person och expert i *the Islamic Bank of Britain*, som huvudtalare. Seminariet ägde rum i Kista Science Tower. Nämnas bör också att Stockholms Stad anordnade ett frukostmöte om islamisk finansiering 2007 med Shaheer Abbas som särskild gäst och med företrädare från studieförbundet Ibn Rushd.

SEMINARIUM I RÄNTEFRI EKONOMI OCH ISLAMISK FINANSIERING

Vi anordnar ett seminarium i ämnet *Räntefri ekonomi och islamisk finansiering*. Under seminariet får vi bland annat ta del av erfarenheter från Storbritannien med experten Mr. Shaheer Abbas från Islamic Bank of Britain, Marianne Lanaatza Handelspolitisk expert och specialist i islamisk finansiering, svenska banker och försäkringsbolag med flera. Detaljerat program skickas efter anmälan. Välkomna alla konsumenter och företagare – hur vill ni ha det?

☪

KISTA SCIENCE TOWER
17 DECEMBER 13:00* TILL 17:30
60 KRONOR**

*REGISTRERING FRÅN 12:30
**ARBETSLÖSA, STUDERANDE OCH PENSIONÄRER, 30 KRONOR

ANMÄLAN SKER TILL rantefriekonomi@ibnrushd.se

IBN RUSHD

MENA.SE – A THINK TANK

⁵ Dagen - 2007-09-07

⁶ Uppger Radio Stockholm enligt Dagen - 2007-09-07

⁷ Shaheer Abbas, är numera chef för the Shariah Compliance and Product Development IFAAS UK Limited (Islamic Finance Advisory & Assurance Services)

1.8. RIKSBANKEN OCH FINANSINSPEKTIONEN VISAR INTRESSE FÖR ISLAMISK FINANSIERING

I samband med konferensen om islamisk finansiering 2006 anordnades ett särskilt möte på Riksbanken. Företrädaren från Islamiska Utvecklingsbanken i Jeddah gjorde en mycket uppskattad genomgång om syfte och utformning av islamisk finansiering.

Efter Kista-konferensen bestämde sig Finansinspektionen för att utreda hur islamisk finansiering skulle kunna fungera i Sverige och vilka eventuella justeringar av det svenska regelverket som skulle kunna behövas.

I början av hösten 2008 kom *Finansinspektionen* med en utredning i vilken fastslås att det inte finns några formella hinder för islamisk finansiering eller institutioner i Sverige. Hittills har bara ett steg tagits, men ett viktigt steg, nämligen erbjudandet om ett islamiskt fondsparande. (Se avsnitt 1.11. nedan) Vad blir nästa steg och vilken aktör kommer först?

- ✿ **Finansinspektionens slutsatser återges nedan. Det är viktigt att gå igenom hela texten och notera att andra myndigheter, främst Skatteverket, måste lösa vissa problem för att exempelvis undvika dubbel stämpelskatt vid köp av fastighet. Diskutera texten i gruppen? Vilka problem lyfts fram och vad händer med dessa frågor?**

1(2) Promemoria

Datum 2008-08-28 fi dnr 08-7999

Författare Johan Terfelt

Inga hinder för islamisk bankverksamhet i Sverige



Slutsats

Finansinspektionen (FI) kan konstatera att det generellt inte finns några legala hinder för att driva islamisk bankverksamhet i Sverige. Enligt FI:s normala rutiner kommer dock varje enskild ansökan om bankverksamhet att prövas för sig tillsammans med de produkter och tjänster som banken tänker erbjuda.

Utanför den centrala rörelselagstiftningen som gäller för banker kan däremot vissa delar i annan svensk lag innebära komplikationer. Detta gäller primärt på skatte- och konsumentskyddsområdet.

FI vidtar följande åtgärder

FI kommer att informera berörda myndigheter och departement om våra iakttagelser om vad svenska lagar kan innebära för islamisk bankverksamhet.

Undersökningen

FI har undersökt om rörelsereglerna för banker innebär hinder för islamisk bankverksamhet i Sverige.

Undersökningens resultat

Undersökningen visar att svensk banklagstiftning inte hindrar islamisk bankverksamhet såsom den exempelvis bedrivs i andra Europeiska länder. Finansiella tjänster och produkter bör kunna skapas med samma förutsättningar som för traditionella banker.

På vissa områden kommer de som driver islamisk bankverksamhet dock behöva finna andra lösningar. Exempelvis vid fastighetsfinansiering där det är brukligt att den islamiska banken köper fastigheten och säljer den vidare till kunden. Det är inte möjligt i Sverige eftersom banker inte får äga fast egendom annat än för eget bruk. Det är också viktigt att religiösa rådgivares ställning i bankens organisation är klargjord. Om dessa personer kan anses ingå i bankens ledning ska de genomgå FI:s sedvanliga ledningsprövning.

Notera följande: Andra regler

Det finns regler även utanför FI:s ansvarsområde som banker ska följa. Denna undersökning omfattar inte dessa regler, däremot ger vi exempel på områden där den som driver islamisk bankverksamhet sannolikt kommer att behöva finna lösningar.

Finansinspektionen

P.O. Box 7821 SE-103 97 Stockholm

[Brunnsgatan 3] Tel +46 8 787 80 00 Fax +46 8 24 13 35 finansinspektionen@fi.se www.fi.se 2

- Om banken köper fastigheten för att sälja den vidare till kunden med uppskjuten betalning kan det medföra att två stämpelskatter ska betalas.¹
- *Olika bedömning av kreditavgifter och krediträntor i skattehänseende.*²
- *Metoden att ersätta en ränta med en avgift kan komma i konflikt med den svenska konsumenträtten som inte erkänner att avgifter för krediter tas ut för annat ändamål än för att täcka de kostnader kreditgivaren faktiskt har för krediten.*³
- *I konsumentskyddslagstiftningen anges också att en kredittagare alltid har rätt att betala sin skuld till kreditgivaren före den avtalade förfallotiden. Denna rättighet kan komma i konflikt med islamisk bankverksamhet, eftersom banken inte kan vara säker på hur länge kundförhållandet råder.*
- *Vidare är en kreditgivare normalt skyldig att ange den "effektiva räntan" för krediten. Även om den effektiva räntan endast är ett begrepp för att kunna jämföra kostnader mellan olika krediter och inte en ränta, kan begreppet i sig medföra förklaringsvårigheter.*⁴
- *Även på andra områden inom civilrätten finns regler som kan komma i konflikt med islamisk bankverksamhet. Som exempel kan nämnas skyldigheten att betala ränta vid dröjsmål vid gränsöverskridande betalningar.*⁵

¹ Lag (1984:404) om stämpelskatt vid inskrivningsmyndigheter.

² Inkomstskattelag (1999:1229)

³ Prop. 1991/92:83 s. 118 ff.

⁴ Konsumentkreditlag (1992:830)

⁵ Lag (1999:268) om betalningsöverföringar inom det Europeiska ekonomiska samarbetsområdet.

- Diskutera Finansinspektionens synpunkter och kommentarer mer ingående i gruppen! Beträffande frågan om: "religiösa rådgivares ställning i bankens organisation" eller "SHARIA EXPERTS and the BOARD" – återkommer denna fråga senare i studiematerialet.

Vilka fler potentiella svenska aktörer har agerat?

1.9. HAR SVENSKA BANKER VISAT INTRESSE FÖR ISLAMISK FINANSIERING?

Ja, vissa banker har visat intresse, nämligen följande:

IKANOBANKEN i samtal med FOLKSAM.

NORDEA – skickade sin Mellanösternchef på kurs i Bahrain.

Noteras kan också andra satsningar för att ge bättre service till kunder med annan kulturell och språklig bakgrund, nämligen SWEDBANK som redan hade en multikulturell satsning som inkluderade kontor i Rosengård i Malmö och Rinkeby.

1.10. HAR NÅGRA SVENSKA FÖRSÄKRINGSBOLAG VISAT INTRESSE FÖR ATT ISLAMISKA FÖRSÄKRINGAR?

Ja, sådana exempel finns, nämligen:

FOLKSAM har visat intresse för frågan. Inledningsvis i kontakt med IKANOBANKEN – nu i samverkan med HSBC – ett koncept som håller på att form.

LÄNSFÖRSÄKRINGAR har tagit initiativ till möte – Göteborgsavdelningen har börjat skissa på olika försäkringslösningar som kan uppfylla kraven för en islamisk försäkring.



1.11. SVENSKA MUSLIMER OCH ISLAMISKA SPARFONDER

Under 2008 introducerades möjligheten till islamiskt fondsparande i Sverige genom fonden Selecta. Folksam har inlett ett samarbete med HSBC för att introducera ytterligare en fond.

Sverige har fått sin första islamfond. Fonden tar avstånd från företag som tjänar pengar på ränta, alkohol och porr och fem imamer garanterar de sparande att deras pengar placeras i enlighet med islam. Etiska fonder har funnits en längre tid i Sverige, men Selector Islam Global är den första fonden som specifikt riktar sig till troende muslimer. Fondspararna garanteras att de företag som de investerar i inte sysslar med tobak, krigsmateriel, alkohol eller pornografi. Så långt kan den liknas vid andra etiska fonder, men det som utmärker den är att den också tillgodoser muslimers förbud mot att tjäna pengar på ränta. Inga bankföretag finns med i fonden och spararnas pengar förs över via ett räntefritt konto. Källa: DAGEN, Torsdag 28 maj 2009

- ✿ Ta reda på mer om Selecta och övriga initiativ och diskutera inom studiecirkeln hur ni tror att ovan redovisade dessa kommer att utvecklas!
Vad grundar ni era antaganden på?

DEL 2. VÄRDEGRUND I ISLAMISKT EKONOMISKT TÄNKANDE – EN MODERN OCH FRAMSYNT KONSUMENTPOLITIK OCH AFFÄRSETIK

- *De fyra (4) sunnitiska lagskolorna och den jafaritiska shiitiska lagskolan.*
- *Etiska regler knutna till islamisk ekonomi.*
- *Viktiga begrepp och deras betydelse.*

2.1. KORT PRESENTATION AV DE FYRA (4) VIKTIGASTE SUNNITISKA LAGSKOLORNA (ARAB. MADHÂHIB, SING. MADHHAB) OCH DEN JAFARITISK SHIITISKA LAGSKOLAN,

Det islamiska regelsystemets *fiqh* [sv. uttal fik] (arab., ”förståelse”, ”insikt”) började utvecklas under profetens Mohammads livstid⁸. Andra viktiga utvecklingsfaser skedde under ledning av profeten Mohammads följeslagare (632-61). Från år 661 började man bygga upp *fiqh* som ett vetenskapligt ämne, vilket pågick fram till år 750. Bland de troende har det hela tiden funnits behov av att få vägledning om hur de ska hantera nya situationer som de ställs inför i livet. Detta har lett till att *fiqh* fortsatt utvecklas för att möta dessa behov. Även idag använder man sig av *Idjtihâd* för att kunna få vägledning inför nya situationer. Det har under historiens gång funnits mer än 70 kända rättslärdar och ett stort antal rättskolor, men de flesta rättskolorna fick en marginaliserad roll och kom att förlora sitt inflytande i samhället, även om det finns möjlighet att studera texterna ifråga. Från medeltidens senare del räknar man huvudsakligen med fyra sunnitiska rättskolor och en shiitisk, uppkallade efter respektive lärofader: ash-Shafi⁹ (shafitiska rättskolan), Malik ibn Anas¹⁰ (malikitiska rättskolan), Abu Hanifa¹¹ (hanafitiska rättskolan) och Ahmad ibn Hanbal¹² (hanbalitiska rättskolan). Till dessa läggs den viktigaste av de shiitiska rättskolorna, benämnd efter den sjätte shiitiska imamen Jafar as-Sadiq¹³ (jafaritiska rättskolan).

Den malikitiska lagskolan dominerar i Maghreblanderna och i Afrika söder om Sahara med vissa undantag. I Egypten finns både Hanafi och Shafi. Hanafi är vanligast bland sunnimuslimska turkar och irakier samt på Balkan, i Kaukasus, Centralasien, Indien och Pakistan samt i Afghanistan, medan Shafi dominerar bland kurderna, syrier, jordanier, palestinier, libaneser och jemeniter samt i stora delar av Asien. På Arabiska halvön, särskilt i Saudiarabien är det Hanbali och dess renässans i Wahabismen som dominerar. Ofta beskrivs Hanafi som den mest liberala och Hanbali som den strängaste lagskolan. Shia och därmed den jafaristiska lagskolan dominerar i Iran, Azerbajdzjan, Bahrain and Irak.

Även om det föreligger olika traditioner/skillnader mellan lagskolorna överensstämmer de i stort på de områden som diskuteras i detta studiematerial.

⁸ Profetens Mohammad var född i Mecka ca 570, och dog i Medina 8 juni 632

⁹ Ash-Sha'fi (Abū 'Abd Allāh Muhammad ibn Idrīs ash-Shāfi'ī), 767-820, muslimsk lärd, född i Gaza. Han vistades på olika orter för studier och undervisning (Mekka, Medina samt i Yemen, Irak, Syrien) och dog i Fustat (nuv. Gamla Kairo). Han har givit namn åt shafitiska rättskolan.

¹⁰ Malik ibn Anas ibn Malik ibn abi 'Amr, al-Asbahi (93-179), muslimsk lärd, född i Medina, ”imamen av Medina”. Han var Ash-Sha'fiis lärare. Han har givit namn åt shafitiska rättskolan.

¹¹ Abu Hanifa (Abū Hanīfa an-Nu'mān), 699-767, islamisk teolog och jurist. Född i Ku'fa i Irak. Imamen Jafar as-Sadiq var en av hans lärare. Grundare av den hanafitiska rättskolan.

¹² Ahmad ibn Hanbal, Ahmad ibn Hanbal, 780-855, ”imamen av Bagdad”, teolog, jurist och traditionssamlare, grundare av den hanbalitiska rättskolan. Träget samlade han därför traditioner om Muhammads liv och utsågor. Ca 30 000 av dessa ingår i hans berömda Musnad, som efter hans död utgavs med tillägg och kommentarer av sonen Abd Allah.

¹³ Ja'far ibn Muḥammad eller Ja'far as-sādiq, ca 700-ca 765, den sjätte imamen enligt shiitisk islam - den siste som vann fullt erkännande inom alla shiitiska sekter.

2.2. VÄRDEGRUNDEN I ISLAMISKT EKONOMISKT TÄNKANDE

Ordet ”*Riba*” är ett arabiskt ord som betyder ”ökning”. Förbudet mot *Riba* ”ränta” kom gradvis samt omtalas 4 gånger i Koranen. Första texten kom i Mecka-kapitel 30 Ar Rum meningen var att förbereda folket om det förbud mot ränta som kom sedan under Medina perioden cirka 630 e kr, där förbudet ankom via några verser i tre Medina- kapitlen; kapitel 2; Al bakarah ”Kon”, kapitel 3, Al Imran ”Imran ätt”, kapitel 4 An Nisa ”Kvinnorna”.

Koranen menar alltså att ränta är förbjudet även hos tidigare trossamfund (se Koranen: 2/161). *Riba* förbjöds likaså i ett antal Hadither (arabiska, ”yttrande” dvs. det som profeten Muhammad har sagt, gjort eller godkänt), t ex profeten Muhammad sa under sitt avskedstal som han höll under hans sista pilgrimsfärd: ” *Riba* (ränta) har blivit olaglig och är ej längre tillåtet. Jag efterskänker härmed all form av ränta för någon av mina familjemedlemmars räkning; till exempel all ränta för min farbror, Abbas bin Abdul Muttalib efterskänks härmed i sin helhet”

I Islam är sambandet starkt mellan etik och ekonomi, ränta ”*riba*” leder till att man utnyttjar sin medmänniskas svåra ekonomiska situation. Detta strider direkt emot Islams budskap och det är omoraliskt att vinsten blir det enda målet. Man skall inte exploatera sina medmänniskor utan man skall skydda fattiga och utsatta medmänniskor. Man måste visa solidaritet och bistå dem som är i nöd.

Utifrån dessa etiska regler är det uppenbart att det inte är tillåtet att satsa pengar på exempelvis pornografi, vapen, spel, alkohol, droger och mänskohandel. Enligt islam är det inte heller tillåtet att tjäna pengar på andras pengar, man ska utföra en arbetsinsats för att förtjäna pengarna. *Riba* medför en inkomstökningar utan risktagande eller någon egen arbetsinsats, vilket resulterar i orättfärdiga inkomster, som i sin tur kan leda till ökade klyftor i samhället. I islam skall de svaga i samhället skyddas och en orättfärdig inkomstökning samtidigt förhindras. Man har som muslim ett alternativ i Islams ekonomi, som bygger på de islamiska principerna som *Ijara* (hyra) och *Musharaka* (partnerskap). Allt detta och mycket annat kommer att förklaras i kommande avsnitt i studiematerialet.

Innan vi tar steget och presenterar de viktigaste produkterna eller tjänsterna som en islamisk bank eller annan islamisk finansiell institution kan erbjuda - utöver räntefrihet - är det nödvändigt att ta upp värdegrunden i islamiskt ekonomiskt tänkande, eftersom det är den med dess speciella villkor och krav som styr hur islamiska ekonomiska institutioner och aktörer skall handla. Det överraskande för den ännu oinvidde är att islamiskt ekonomiskt tänkande passar så väl in på svenskt blandekonomiskt tänkande och på moderna konsumentkrav och på nya uppförandekoder i näringslivet, som syftar till att sociala krav och mänskliga rättigheter respekteras. *Samtidigt bör noteras att flertalet muslimska länder har en stor uppgift framför sig för att själva följa värdegrunden inom islamiskt ekonomiskt tänkande.*

2.3. LUFT, VATTEN OCH TILLGÅNGAR UNDER JORDYTAN SKALL VARA I KOLLEKTIVETS, SAMHÄLLETS - ELLER FOLKETS – TJÄNST

Islams profet Muhammad sa: ” Människor skall gemensamt ha tillgång till de tre; vatten, betesmark och eld (kraft)” (Detta berättades av Ahmad och Abou Daoud), profeten Muhammad sa även ”Tre inte hållas/ ägas/kontrolleras betesmark, vatten och eld” (berättades av Ibn Majah). Dessa hadither speglar islams syn på jordens tillgångar (som inte skall omfattas av privat ägande utan av folket/kollektivet), nämligen vatten, betesmark och eld, för dessa gäller offentligt ägande och dessa resurser skall vara i folkets tjänst.

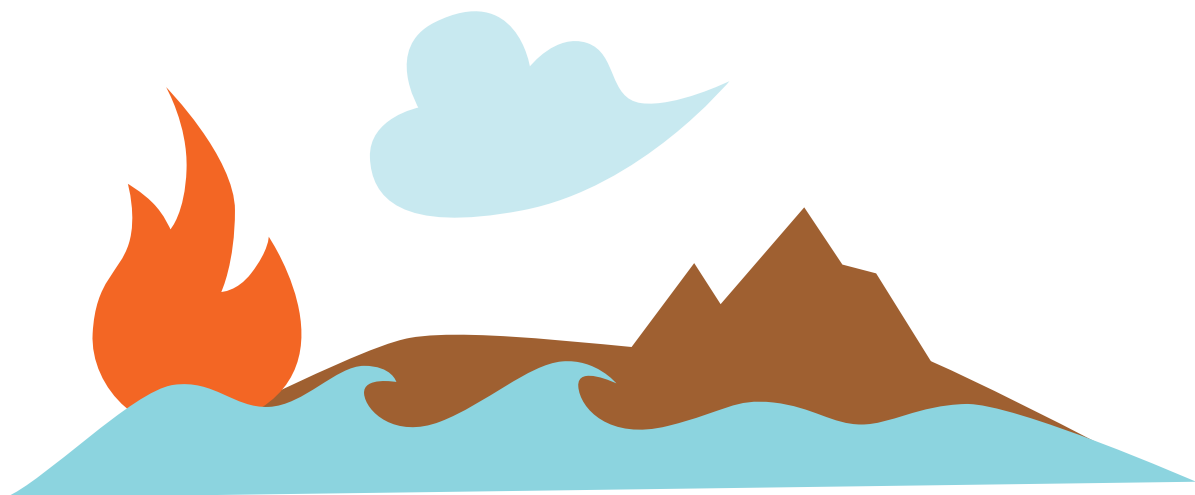
Som framgår av texten ovan utgör uppfattningen att luft, vatten och tillgångar under jordytan skall vara i kollektivets, samhällets - eller folkets - tjänst och inte ägas privat – en grundläggande princip i islam. . Tillgång till ren luft och vatten, som är livsnödvändigheter, skall således vara en mänsklig rättighet inom ramen för samhället, egentligen umma. Malm-, olje- och gasfyndigheter bör vara i samhällets ägo – även om exploateringen kan ske i olika former; privat eller statligt, men vinsterna bör gå till uppbyggnaden av samhällets till fromma för dess befolkning.

Det finns också ett klart fördömande i islam av exploatering av medmänniskor. Om man har personer anställda bör kontrakten vara fattade på ömsesidigt acceptabla villkor. Att exploatera andra människor strider mot den islamiska värdegrunden. Detta inbegriper givetvis behandlingen av arbetskraften dvs. anställda generellt. I internationella sammanhang ställs växande krav på företag att de inte skall exploatera arbetskraften, exempelvis europeiska storföretag i Kina etc.. och olika former av uppförandekoder har utvecklats inom olika branscher. Att utveckla motsvarande uppförandekoder passar väl in i islamiskt socialt och ekonomiskt tänkande.

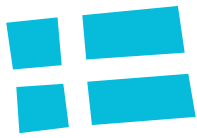
På Fair Trade's hemsida finns en del information att hämta om företagens uppförandekoder. Bl a återfinns följande text:

En uppförandekod är skriftliga regler för företags verksamhet. Uppförandekoden antas av företaget själv och är ett frivilligt åtagande. Organisationer och fackföreningar har tagit fram ”modell”-uppförandekoder. Oftast har uppförandekoder antagits i samband med att konsument- och mänskörätsorganisationer samt fackföreningar har uppmärksammat grava missförhållanden. På engelska kallas uppförandekoder bland annat för ”Codes of Conduct” eller ”Codes of Practice”.

- ✿ Diskutera detta inom din studiecirkel och hämta mer information från Fair Trade's hemsida och andra källor samt gå igenom innehållet i uppförandekoderna utifrån en islamisk värdegrund.



2.4. ENLIGT ISLAMISKA EKONOMISKA GRUNDPRINCIPER ÄR DET FÖRBJUDET ATT GE FALSK INFORMATION ELLER PÅ NÅGOT SÄTT UTNYTTJA SITT ÖVERLÄGE MED MER KUNSKAP OM DEN PRODUKT SOM MAN VILL MARKNADSFÖRA.

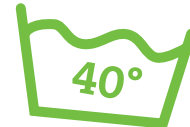


MADE IN SWEDEN
STAINLESS STEEL



MADE IN TUNISIA
GENUINE LEATHER

MADE IN
TURKEY
100% COTTON



I alla samhällen finns det mer eller mindre seriösa företag. Inom den sistnämnda kategorin finns det de som har förkastliga metoder, som samhället via lagstiftningen - främst konsumentlagstiftningen - försöker få bort. Exempelvis kan det handla om ofullständig eller rent vilseledande information vid telefonförsäljning. *Enligt islamiska ekonomiska grundprinciper är det förbjudet att ge falsk information eller på något sätt utnyttja sitt överläge med mer kunskap om den produkt som man vill marknadsföra. Korrekt och transparent information liksom entydiga försäljningsvillkor är ett måste, annars blir köpeavtalet ogiltigt.* En detaljerad varu-/innehållsdeklaration ligger således i linje med islamiska kriterier.

Exempelvis berättas hur Profeten agerade, när han passerade marknaden och uppmärksammade att det fanns mat som var vattenskadad. Profeten tittade närmare på produkten, pekade på den och frågade försäljaren: "Vad är det här?", försäljaren svarade: "Det drabbades av regn, O Allahs budbärare." Varpå profeten sade: "Skulle du inte visa den drabbade delen så att folk ser den; den som bedrar oss är inte en av oss." Profeten Muhammad sa även "Den som vilseleder är inte av mig".

Ett annat exempel som åberopas inom islamisk rätt och som är baserat på erfarenheter från profeten Mohammads tid är som följer:

En lantis kommer till stan och ser något fint som han vill köpa. Affärsmannen noterar att kunden är en lantis och tänker att han inte känner till varken priser eller kvalitéer. Köpmannen själv har ett överläge eftersom han har god kunskap om produktens marknadsvärde. Han skulle kunna lura lantisen, men ett sådant beteende är emot islam. Att utnyttja sitt övertag är således oislamiskt.

Däremot är det helt ok att förhandla om priset, när väl båda parter har likvärdig information.

Vidare är det i islam generellt förbjudet att sälja en produkt eller egendom som man inte äger eller har uppdragskontrakt för att sälja. Exempelvis går det inte att sälja icke-existerande tomter i Spanien eller tomter som man själv ännu inte har rätt att sälja vidare. Profeten Muhammad sa till en av sina kompisar "Hakeem ibn Hizam" : "Sälj inte vad du inte har" (Berättad av al-Tirmidhi (1232), An Nasay(4613), Abu Dawood (3503), och Ibn Majah (2187))

Det är likaså inte tillåtet att sälja fisk innan man fångat den. Allt måste vara väldokumenterat och korrekt – annars blir försäljningen ogiltig.



Det får inte hellre finnas icke-relevanta villkor knutna till försäljningen, som att kunden får köpa produkten till överenskommet pris endast om den uppfyller andra villkor – som inte har med själva köpet att göra. Detsamma gäller försök att tvinga köparen att acceptera köp av två produkter – trots att köparen bara vill köpa en.

Man måste även väga med fulla mått. Koranen säger [11:85] *”Mitt folk! Mät och väg med fulla mått [i allt vad ni företar er] som rätt och rimlighet bjuder, gör inte intrång i andras rättigheter och sprid inte sedeslöshet och annat ont på jorden”*

Sammanfattningsvis kan sägas att ett köp blir ogiltigt i följande fall:

1. I det fall att bedrägeri förekommer.
2. I det fall att tvetydighet och okunskap förekommer
3. I det fall att ett köp knyts till Riba, ränta.

Islamisk värdegrund fungerar väl som bas för en modern konsumentlagstiftning utifrån många aspekter!

- ✿ Hur väl stämmer dessa regler överens med en islamisk värdegrund? Läs texten nedan och diskutera de olika exemplen i gruppen! Hur bedöms/hanteras vilseledande marknadsföring, fel på varan, torghandel och marknader, bytesrätt, reklamation och kvitton? Hur vill du justera texterna nedan för att få dem så väl överensstämmande som möjligt med en islamisk värdegrund?

Om du som konsument i Sverige känner dig lurad p. g. a. att det finns fel på varan har du vissa rättigheter enligt konsumentköplagen och KO etc.. I korthet gäller följande:

VILSELEDANDE MARKNADSFÖRING

En näringsidkare får vid marknadsföringen inte använda felaktiga påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens egen eller någon annans näringsverksamhet. Paragraf 10 i marknadsföringslagen slår fast principen att påståenden och andra framställningar inte får vara vilseledande. Med framställningar menas ord, bild, tecken med mera. Det kan vara fråga om framställningar i annonser och broschyrer, på förpackningar med mera, men också muntliga framställningar. Marknadsdomstolen har i många fall tagit ställning till vad som är vilseledande reklam. En utgångspunkt för bedömningen är det helhetsintryck framställningen ger konsumenten vid en flyktig kontakt.

Information som lämnas får alltså inte vara vilseledande. Dessutom framgår av paragrafens tredje stycke att väsentlig information inte heller får utelämnas i marknadsföringen så att framställningen blir vilseledande. Om informationen är oklar, obegriplig eller tvetydig jämförelsesvis med att information utelämnats. Vid bedömningen av om ett utelämnande är vilseledande får kommunikationsmediets begränsningar i tid och utrymme beaktas.

EXEMPEL PÅ FRAMSTÄLLNINGAR

I paragrafen ges exempel på i vilka avseenden framställningar inte får vara vilseledande. Exempelen bygger på EU:s direktiv om otillbörliga affärsmetoder. Därutöver nämns särskilt produktens inverkan på hälsa och miljö.

- Produktens förekomst, art, mängd, kvalitet och andra utmärkande egenskaper.
- Produktens ursprung, användning och risker såsom inverkan på hälsa och miljö.
- Kundservice, reklamationshantering samt metod och datum för tillverkning eller tillhandahållande.
- Produktens pris, grunderna för prisberäkningen, särskilda prisfördelar och betalningsvillkoren.
- Näringsidkarens egna eller andra näringsidkares kvalifikationer, ställning på marknaden, åtaganden, varumärken, varunamn, kännetecken och andra rättigheter.
- Belöningar och utmärkelser som har tilldelats näringsidkaren.
- Leveransvillkor för produkten.
- Behovet av service, reservdelar, byte eller reparation.
- Näringsidkarens åtagande att följa uppförandekoder.
- Konsumentens rättigheter enligt lag eller annan författning.

FEL PÅ VARAN

Är det fel på en vara du köpt kan du enligt konsumentköplagen ha rätt att:

- kräva att felet avhjälpas,
- kräva omleverans av en ny, felfri vara,
- få prisavdrag,
- få ersättning för reparation,
- häva köpet och få pengar tillbaka,
- hålla inne betalning,
- få skadestånd.

Men du kan inte kräva alla alternativen vid ett och samma tillfälle. Det är egentligen bara kravet på skadestånd som går att kombinera med något av de andra. Du har rätt att reklamera en vara *upp till tre år* efter köpet.

TORGHANDEL OCH MARKNADER

När det gäller marknader och handel på gator och torg gäller i princip samma bestämmelser som för annan affärsverksamhet.

Om det är fel på något du har köpt, ska felet antingen åtgärdas eller också ska du få ersättning eller annan kompensation, enligt konsumentköplagen. Men i praktiken kan det bli besvärligt att reklamera. Vem ska du klaga till? Du kanske varken känner till säljarens firmanamn eller telefonnummer.

BYTESRÄTT

En del affärer som inte tillämpar öppet köp kan i stället erbjuda dig bytesrätt. Det innebär att du kan lämna tillbaka varan och välja en annan i stället. Ibland erbjuds du ett tillgodokvitto om du ångrar köpet. Du får alltså inte igen dina pengar. Dina skyldigheter när du köper med bytesrätt är i stort sett desamma som vid öppet köp. Innan du betalar, fråga när du senast måste lämna tillbaka varan. Spara alltid kvittot. Det står ofta *"Reavara bytes ej"* i affärerna, vilket är lätt att missförstå. Självklart har du rätt att klaga på en reavara - om det är något fel på den.

REKLAMATION

En reklamation innebär att du meddelar säljaren:

- att du inte godtar varan.
- att du anger på vilket sätt du anser att varan är felaktig.

Du måste lämna ett meddelande om felet ”inom skälig tid” efter det att du har upptäckt det. Om du reklamerar inom två månader räknas det alltid som att det skett i rätt tid. Skälig tid kan emellertid vara längre än två månader. Som regel är det en giltig ursäkt om du haft förhinder, exempelvis om du har varit sjuk eller bortrest.

Under de första sex månaderna efter köpet är det säljarens sak att bevisa att felet inte fanns från början. Annars räknas felet som ursprungligt. När det har gått mer än sex månader efter köpet är det du som köpare som måste kunna bevisa att felet fanns från början.

Din rätt att reklamera går enligt konsumentköplagen ut tre år efter det att du har tagit emot varan. Det gäller varor och tjänster som du köpt den dagen eller senare. Varan kan ha en garanti som är kortare än tre år, men det förkortar inte reklamationstiden enligt lagen.

För att vara säker på att inte gå miste om dina rättigheter:

Reklamera alltid så snart som möjligt!

KVITTON

Hur länge måste man spara kvitton? Det är väldigt olika för olika varor och tjänster.

Konsumentköp – tre år

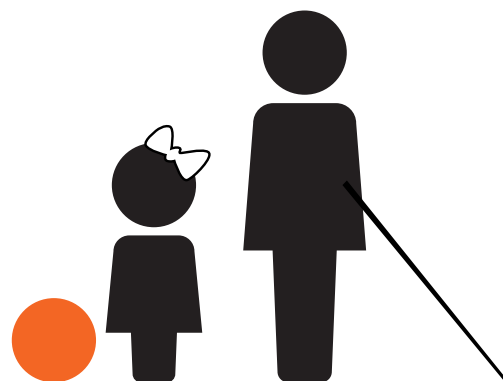
För vanliga varor är det en bra idé att spara kvittona i *tre år*. Så lång tid har du enligt konsumentköplagen på dig att reklamera om det är något fel på det du har köpt. Har du till exempel köpt en kamera som slutar att fungera inom tre år, är det bra om du har kvittot kvar när du vill reklamera felet. Annars är det svårt att bevisa att du köpt kameran i en viss affär.

Reklam som utnyttjar barns spontanitet och "habegär" och/eller handikappades situation.

2.5. FÖRBJUDET INOM ISLAM ATT PÅVERKA BARN ATT KÖPA PRODUKTER ELLER LURA EN BLIND OM EN PRODUKT

Listan av exempel på krav på god affärsmoral kan göras mycket längre, liksom villkoren för att ett kontrakt skall vara giltigt. Men avslutningsvis bör åtminstone ytterligare några viktiga fall uppmärksammas, nämligen att det är förbjudet inom islam att påverka barn att köpa produkter eller lura en blind om en produkts utseende och skick, dvs. det är under alla omsändigheter förbjudet att utnyttja motpartens tillkortakommanden. Förbud mot reklam av leksaker i anknytning till barnprogram går således hand i hand med islamisk etik och moral.

Konsumentverket har följande text avseende barn och reklam. Texten refererar också till Barnkonventionen.



- Läs texten nedan och diskutera vilka delar som är särskilt viktiga utifrån en islamisk värdegrund och motivera. Vad passar in och vad passar inte in i en text för en islamisk konsumentförening? Vilka tillägg vill ni göra?

MARKNADSFÖRING RIKTAD TILL BARN OCH UNGA SAMT MINDERÅRIGA SOM AVTALSPARTER – RIKTLINJER ENLIGT KONSUMENTVERKET.

Inledning

Den kommersiella pressen på såväl vuxna som barn och unga blir allt starkare och marknadsföringen alltmer påträngande. Barn och unga är en särskilt utsatt målgrupp. De är genom sin oerfarenhet mer mottagliga för kommersiella budskap och har inte samma förmåga som vuxna att vara kritiskt inställda till den påverkan som de utsätts för i vinstsyfte. Samtidigt har de unga idag mer egna pengar att spendera och dessutom stor inverkan på familjens inköp.

Till följd av den ökade användningen av Internet och mobiltelefoner har också nya marknadsföringskanaler tillkommit som de unga snabbt tar till sig. Den nya tekniken ger upphov till viktiga frågor om gränserna för barn och minderårigas rättshandlingsförmåga.

Konsumentverket/KO har sammanställt de principer och regler som gäller för marknadsföring riktad till barn och unga med KO:s tolkning av dessa samt de regler och praxis som gäller för minderårigas möjligheter att ingå avtal. Vägledningen riktar sig främst till näringsidkare som planerar marknadsföringskampanjer riktade till barn och unga (*Konsumentverket 2006-01-19*). Den kan också vara till hjälp för alla som intresserar sig för hur barn och unga ska - eller bör - bemötas i kommersiella sammanhang.

BARN SOM MÅLGRUPP

Barn och unga - en särskilt skyddsvärd grupp

Enligt FN:s konvention om barnets rättigheter, Barnkonventionen, har föräldrar huvudansvaret för barnets uppfostran och utveckling. Med barn avses i konventionen varje person som inte fyllt 18 år. Det anges vidare i konventionen att barn skall ha en möjlighet att utvecklas andligt, moraliskt, psykiskt och socialt. Här ligger att det finns ett intresse att skydda barn från påverkan som hindrar dem att utvecklas i nämnda avseenden. Omsorgen om barn och ungas välbefinnande har medfört att många länder har antagit särskilda regler som inskränker marknadsföring riktad till barn.

Länk: FN:s barnkonvention

www.manskligarattigheter.gov.se/dynamaster/file_archive/020521/a2fe55424340e999aedo47eb281537d7/fn%5f891120.pdf

Svensk lagstiftning innehåller inte många uttryckliga regler som specifikt tar sikte på barn och unga, men specialregler finns i radio- och tv-lagen samt alkohollagen. I övrigt är det marknadsrättslig praxis på basis av god affärssed som definierat gränserna för vad som är rätt och fel vid marknadsföring till barn och unga. Principen om att barn anses vara en särskilt skyddsvärd grupp vid marknadsföring framgår av bland annat förarbetena till marknadsföringslagen, Internationella Handelskammarens (ICC) grundregler, Marknadsdomstolens (MD) praxis, olika branschorganisationers egna koder samt avgöranden i näringslivets etiska nämnd Marknadsetiska rådet (MER). Barns naturliga godtrogenhet och begränsade erfarenhet får inte utnyttjas. Det ställs speciellt höga krav på hederlighet och vederhäftighet i reklam som vänder sig till barn, eftersom denna målgrupp kan antas vara mindre kritisk och mer mottaglig för överdrivna produktlöften. Ett exempel på marknadsföring till barn där domstolen i praxis särskilt har beaktat att barn var målgruppen gäller direktadresserad reklam (MD 1983:16). I detta fall ställs särskilt höga krav på vederhäftighet. Ett annat fall gällde reklam för samlarbilder (MD 1972:13) där marknadsföringen ansågs utnyttja barns naturliga godtrogenhet. Reklam som innehåller framställningar med våld utan förmildrande eller förklarande inslag (MD 1996:7) har förbjudits som otillbörlig enligt MFL med särskilt beaktande av barn som målgrupp. Det ställs också högre krav på tydlig information när jultidningsförsäljning och liknande erbjuds barn och unga. Förtjänstmöjligheterna får inte överdrivas och prestationserbjudanden ska beskrivas på ett återhållsamt sätt. (² *Konsumentverket 2006-01-19*)

Hänsyn till barn i all reklam

Även om barn och unga inte är den främsta målgruppen för en marknadsföringskampanj tar de ofta del av marknadsföring som är riktad till vuxna. En internationell studie om barn och deras relationer till vuxnas varumärken visar att barnen har ett stort inflytande på familjens val av bil och även av andra varor/varumärken. Att barn då kommer att ingå i mottagargruppen av reklamen är något som näringsidkare bör ta hänsyn till vid marknadsföring av produkter som kan väntas intressera barn och unga, och som kan användas av dem.

Tydlig reklamidentifiering

En grundläggande princip inom marknadsrätten är att reklam skall vara lätt att känna igen som sådan. Oavsett marknadsföringens form skall det klart framgå att det handlar om marknadsföring. Detta är särskilt viktigt för barn och unga, som har svårare att skilja reklam från redaktionellt material och att förstå syftet med reklam. Principen om reklamidentifiering framgår av marknadsföringslagen och av ICC:s grundregler för reklam. Frågan ställs på sin spets när marknadsföringen är en integrerad del av underhållning, som vid spel på Internet eller vid produktplacering (se nedan avsnittet om Internet).

Säkerhet och marknadsföring

Marknadsdomstolen har slagit fast (MD 1979:24) att det strider mot god marknadsföringssed att visa barn i situationer där normala försiktighetsmått åsidosätts, om det inte är försvarligt av pedagogiska skäl. I det aktuella fallet gällde det en bild av en pojke som åkte skateboard utan tillräckligt skydd. Domstolen uttalade att bilden inte stod i överensstämmelse med det ofarlighetskrav och de fordringar på rimliga försiktighetsmått som ICC:s grundregler ställer upp för bilder i reklamen.

Även andra aspekter på säkerhet måste beaktas när barn kan nås av reklamen. Det gäller till exempel utdelning av varuprover eller direktreklam som innehåller något som kan skada barn (MD 1989:1).

ETT ETISKT OCH SOCIALT ANSVAR

Näringslivets egenåtgärder

Vid sidan av marknadsföringslagens krav på hur marknadsföring skall vara utformad bör näringsidkare som planerar en marknadsföringskampanj beakta näringslivets egna regler på området. Efterlevnaden av dessa regler bevakas av näringslivets etiska nämnder och utgångspunkten vid bedömningen är Internationella Handelskammarens (ICC:s) grundregler för reklam som är den centrala koden på marknadsföringsområdet.

Marknadsetiska rådet (MER), vars huvudmän är ICC:s Svenska Nationalkommitté och Näringslivets Delegation för Marknadsrätt (NDM), gör uttalanden om marknadsföringsåtgärders förenlighet med god affärssed. MER har gjort flera uttalanden som rör frågor om reklam och barn. Exempel på andra råd (se länkar nederst i dokumentet) är Etiska nämnden för direktmarknadsföring (DM-nämnden) (³ *Konsumentverket 2006-01-19*), Näringslivets Etiska råd mot Könsdiskriminerande reklam (ERK) och Etiska Rådet för Betalletejänster (ERB).

Dessa egenåtgärdssystem saknar emellertid sanktioner. Det förutsätts dock att näringslivet känner ett moraliskt ansvar att följa de uttalanden som nämnderna gör.

ICC:s grundregler för reklam

Det primära syftet med ICC:s grundregler för reklam är att utgöra ett underlag för fastställande av nivån på den etiska standarden på marknadsföringsområdet och att ange vad som utgör god affärssed. Marknadsföring som anses strida mot god affärssed kan även bedömas strida mot 4 § marknadsföringslagen. Reglerna angående barn och ungdom är samlade i artikel 14 i grundreglerna.

Hänsyn till godtrogenhet och oerfarenhet

Reklam får aldrig vilseleda och det ställs särskilda krav på tydlighet när den riktas till barn och unga, eftersom de saknar vuxnas erfarenhet. Särskild aktsamhet skall iakttas för att säkerställa att reklamen inte vilseleder barn och unga om den marknadsförda produktens värde, prestanda, hållbarhet, storlek etc. etera.

Vidare får reklam inte utnyttja barns och ungdomars godtrogenhet eller bristande erfarenhet eller underskatta den färdighet, skicklighet eller ålder som normalt krävs för att använda en viss produkt.

Säkerhet och trygghet

Barn och unga kan påverkas negativt av marknadsföring med våldsamma inslag. Allmänt gäller att reklam inte får vara ägnad att uppmuntra till våld eller ge intryck av en överseende inställning till våld (se MD 1996:7). Eftersom barn tar del av reklam till vuxna bör särskild försiktighet iakttas i all reklam när det gäller framställningar som innehåller våld. Humoristiska inslag kan visserligen motverka risken för att inslag uppfattas på ett visst sätt, men barn och unga har svårare att uppfatta sådana inslag. Detsamma gäller användningen av ironi.

Barn kan härma beteenden som förekommer i reklam. Reklam får därför inte innehålla framställningar i ord eller bild som kan leda till att barn eller ungdomar utsätts för fysiska skador eller påverkas negativt i psykiskt eller moraliskt avseende.

Sociala värderingar

Reklam får inte ge intryck av att innehav eller användning av en viss produkt ger ett övertag över jämnåriga. Den får heller inte undergräva föräldrarnas auktoritet eller ansvar eller innehålla direkta uppmaningar till barn att övertala sina föräldrar att köpa den annonserade produkten åt dem.

Stereotypa könsroller

Enligt *artikel 4 punkt 1* i grundreglerna får reklam inte vara diskriminerande ifråga om bland annat kön. Reklam förmedlar attityder och ideal. Barn och unga är särskilt mottagliga för sådan påverkan. Det är därför viktigt att reklam som kan intressera barn och unga inte förmedlar stereotypa könsroller. Etiska rådet för könsdiskriminerande reklam (ERK) bedömde med hänvisning till ICC:s grundregler att en reklamfilm från en hamburgerkedja förmedlade ett intryck av att kvinnan ensam eller till övervägande del skall ha ansvar för hemmet medan mannen arbetar. I reklamfilmen visas parallellt ett vuxet par där mannen förbereder sig för att åka till jobbet och två barn som spelar upp samma scenario. I filmen återges en schablon av familjen, enligt vilken kvinnan ensam har ansvaret för hemmets skötsel och mannen är den som arbetar och försörjer familjen. ERK fann att den schablonisering som kom till uttryck i filmen var nedvärderande för såväl män som kvinnor, och att reklamen därmed var könsdiskriminerande (*ärende 112, 113 och 129/02*).

I ett annat fall har ERK fällt ett leksaksföretag för dess marknadsföring av leksaker i en katalog. ERK uttalade att den aktuella marknadsföringen framställde pojkarna genomgående som handlingskraftiga och prestationsinriktade medan flickorna sysslade huvudsakligen med hushållsarbete. De leker med dockor, är intresserade av dammsugare och spisar samt att klä upp sig. ERK uttalade att denna framställning konserverar otidsenliga könsroller och därmed är att anse som kränkande mot såväl kvinnor som män (*ärende 164/02*). (*4 Konsumentverket 2006-01-19*)

Se vidare i bilagan.

- ✿ Diskutera era textförslag inom studiecirkel! Vad stämmer väl överens? Vad är tveksamt utifrån en islamisk värdegrund?

2.6. KRAV ENLIGT SHARIA PÅ KONTRAKTETS UTFORMNING OCH INNEHÅLL

*TROENDE! Fullgör [era förpliktelser enligt] de avtal som ni har ingått!
Koranen [5:1]*

VILLKOR FÖR STYRKANDE AV AVTAL (EN'EQAD) ÄR:

- Att det existerar två avtalslutande parter
- Att det finns en mall/uppställning och ett ärende
- Att specifika villkor som hör till vissa kontrakt finns med – annars blir avtalet ogiltigt – exempelvis krav på närvaro av vittnen
- Att tydliga villkor för verkställighet finns angivna (nafath)
- Att den som skall leverera/sälja en produkt har densamma i sin ägo, eller skall åtminstone kunna överlämna densamma om den inte är i hans ägo
- Att det inte finns några anspråk från någon tredje part på produkten/föremålet som avtalet avser
- Att villkoren för åtagandet är klart angivna (lozum)
- Att kontrakten inte innehåller valmöjligheter eller alternativ
- Att produkten/föremålet som avses i kontraktet inte har några dolda defekter/fel
- Att villkor för rättelse ingår (Sehah)
- Att kontraktet uppfyller grundläggande obligatoriska villkor, nämligen att det inte inkluderar något som är förbjudet enligt Sharia
- Att följa grundläggande regler såsom:
 - Att avtalets ändamål och betydelse framgår tydligt – och inte kompliceras av svårtolkade formuleringar eller ord
 - Att de fem kända övergripande reglerna i sharia iakttages:
 1. "Saker och ting bedöms enligt dess ändamål"
 2. "Sannolikhet försvinner inte med tvivel"
 3. "Svårigheter medför underlättande"
 4. "Skadan tas bort"
 5. "Vanan är normgivande"

Ett kontrakt kan avse någon verksamhet/aktivitet som skall inledas eller avbrytas/avslutas eller någon form av överlåtelse av ägodel.

ENLIGT SVENSK KONSUMENTLAGSTIFTNING OM AVTAL GÄLLER FÖLJANDE:

Avtal

Du kanske inte har tänkt på det, men när du köper en glass, beställer biljetter eller bokar ett hotellrum ingår du ett avtal. Därför är det bra att veta vilka regler som gäller.

För att ingå ett avtal måste du vara över 18 år. Är du omyndig och vill ingå ett avtal krävs föräldrars eller förmyndares tillstånd, även om verkligheten inte alltid ser ut sådan.

Undantag

Det finns dock två undantag. Har du fyllt 16 år och handlar för pengar som du själv har tjänat har du rätt att ingå avtal. Den som har eget hushåll före 18 års ålder har rätt att handla till hushållet. Undantagen gäller dock endast kontantköp. Du har aldrig rätt att handla på kredit om du är under 18 år. (Se pdf nedan)

Bindande avtal

Avtal är bindande och kan inte ensidigt ändras. Har du exempelvis beställt en ny diskmaskin, får inte säljaren i efterhand ta ut fakturerings- eller expeditionsavgifter om ni inte har kommit överens om detta.

Villkor i avtal

Vare sig du har läst villkoren i ett avtal eller inte, är du i regel bunden av dem. Det enda som krävs av säljaren är att han har hållit villkoren tillgängliga för dig så att du har kunnat läsa dem före exempelvis ett köp.

Ogiltighet

I vissa fall kan avtalet förklaras som ogiltigt. Avtalsvillkor som strider mot konsumentköplagen eller andra tvingande konsumentskyddande lagar är ogiltiga. Är ett avtal ogiltigt har du rätt att lämna tillbaka det du har köpt och få tillbaka dina pengar.

Priset

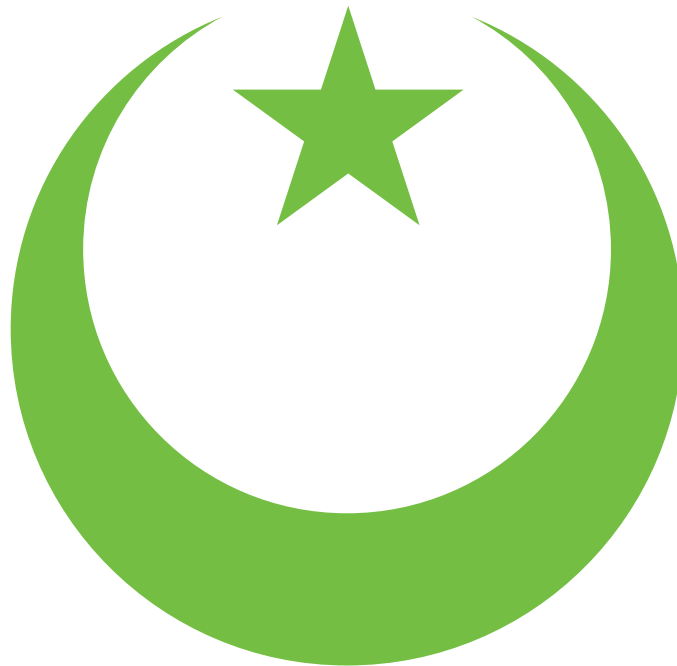
Priset är ett viktigt villkor när du ingår avtal. Det är upp till säljare och köpare att göra upp om priset för en vara eller tjänst. Lämnar säljaren en felaktig prisuppgift i sin marknadsföring kan du i vissa fall få ersättning för kostnader du har haft på grund av den vilseledande annonsen, till exempel en onödig resa till butiken.

Obeställda varor

Vid ett köp och andra avtal måste du säga ”ja”, det vill säga gå med på villkoren, för att köpet ska gälla. Om du får varor som du inte har beställt har du i princip inga skyldigheter. Detta gäller dock inte om du är medlem i en bokklubb och har ingått ett abonnemangsavtal. Då får du böcker hemskickade om du inte före varje utskick tackar nej.

Konsumentverket/KOUtskrivet: 23 April 2009

- ✿ Gå igenom texten ovan och kommentera den utifrån en islamisk värdegrund. I vilken utsträckning uppfyller svensk konsumentlagstiftning de grundläggande krav som kan ställas utifrån en islamisk värdegrund avseende avtal generellt, undantag, bindande avtal, villkor i avtal, ogiltighet, priset samt obeställda varor?



EN SAMMANFATTNING AV ETISKA NORMER INOM DET ISLAMISKA EKONOMISKA SYSTEMET

- Rätt att upprätta kontrakt
- Fritt från tvång
- Fritt från oriktigheter/förvrängningar
- Fritt från ränta; *Ar-Ribaa*
- Fritt från stor osäkerhet; *Al-Gharar*
- Fritt från spelande; *Al-Qimaar*
- Fritt från icke-intjänade inkomster; *Al-Maysir*
- Fritt från priskontroll och manipulation
- Fritt från impulser
- Rätt att handla till rimliga priser
- Rätt att överföra till rimliga priser
- Lika rätt till prispförhandling
- Berättigande till lika, rimlig och exakt information
- Fritt från skador/fel: *Darar*
- Ömsesidigt samarbete och solidaritet (inte minst inom försäkringssektorn TAKAFUL)
- Obegränsad gemensamt intresse; *Maslahah Mursalah*

DEL 3. ISLAMISK EKONOMI RÄNTEFRITT OCH MEDANSVAR MED DELAD VINST OCH FÖRLUST

3.1. FÖRBJUDET ATT ”TJÄNA PENGAR PÅ PENGAR”

Det som är det mest utmärkande för islamisk ekonomi är ränteförbudet. Visserligen finns det en diskussion som återkommer beträffande hur ränteförbudet skall tolkas, om det enbart handlar om förbud mot ockerräntor eller generellt. Det är emellertid entydigt från Islamiska institutioners sida att ränta är FÖRBJUDET. Detta sammanhänger med att man aldrig får tjäna pengar på pengar – utan enbart på varu- och tjänstehandel, investeringar etc.. Det som gäller är att kapitalet skall arbeta och generera jobb, produkter och tjänster och därigenom gynna en positiv samhällsutveckling.

Att handla med aktier eller fondspara är helt förenligt med islamiskt ekonomiskt agerande liksom att använda olika former av leasing. Viktigt att uppmärksamma är också att en islamisk obligationsmarknad har utvecklats under de senaste åren. Att islamiska ekonomiska kriterier fungerar väl som en bas för ett modernt och innovativt finansiellt system framstår som mer och mer uppenbart – även för dess kritiker.

3.2. KÄRNAN I ISLAMISK EKONOMISK VERKSAMHET ÄR PARTERNAS GEMENSAMMA ANSVAR

Kärnan i islamisk ekonomisk verksamhet är parternas gemensamma ansvar. De projekt som parternas engagemang är knutet till eller används för kan generera vinster eller förluster, som delas proportionellt till insatserna.



3.3. MUDHARABAH OCH MUSHARAKAH – INSTRUMENTEN SOM ANVÄNDS FÖR INVESTERINGAR

De vanligaste islamiska bankprodukterna som är knutna till investeringar är *MUDHARABAH (Vinstdelning)* respektive *MUSHARAKAH (Joint Venture)*.

Dessa beskrivs på ett lättfattligt sätt i Nationalencyklopedin:

Mudarabah - kontrakt ligger till grund för reglering av förhållandet mellan den islamiska banken, insättarna och låntagarna (entreprenörerna) och baseras på vinst- och förlustdelningsprinciper. Det innebär att insättaren delar såväl vinster som förluster med banken enligt en på förhand bestämd fördelning. Vid förlust förlorar insättaren en del av det insatta kapitalet, eller i värsta fall hela. Vid investeringar finansierar banken det totala kapitalbehovet, medan entreprenören ställer sin arbetskraft och sitt kunnande till förfogande. Banken delar också vinster som ev. uppstår vid en investering med entreprenören. Om förluster uppkommer förlorar banken sitt kapital, och ersättning för entreprenörens kunnande och arbetskraft uteblir.

Vid musharaka-kontraktet bidrar både banken och entreprenören med kapital för finansiering av ett projekt. Vinsten, eller förlusten, bestäms oftast i proportion till det insatta kapitalet. Denna form av finansiering liknar i stort stamaktier i ett traditionellt aktiebolag.

Mudharabah – kontrakt innebär således att insättaren låter banken välja investeringsobjekt, medan insättaren, som väljer musharakah - kontrakt, själv bestämmer vilka projekt som hans/hennes insatta kapital skall investeras i. *I första fallet har således insättaren ingen kontroll över valet av investeringsobjekt, men däremot full kontroll i det andra fallet.*

3.4. BAY'AL-SALAM OCH MURABAHAH – FORMERNA FÖR DELTAGANDE I KORTA AFFÄRER OCH HANDELSKREDITER

Om du däremot inte vill binda dina insättningar under en längre period kan du välja bland andra produkter som en islamisk bank erbjuder som *BAY'AL-SALAM* eller *MURABAHAH*. Dessa är knutna till korta affärer som handelskrediter – export och import av produkter.

I Nationalencyklopedin ges följande beskrivning:

Vid tillämpning av murabaha-kontraktet tar banken en fast avgift för att förmedla en transaktion mellan köpare och säljare. Murabaha-kontraktet anses vara skilt från räntan eftersom det inte är relaterat till tiden, utan snarare till den enskilda transaktionen.

Om insättaren väljer *bay'al-salam (form av förskottsinsbetalning)* innebär detta att han/hon överläter till banken att välja vilka affärer som skall få nyttja krediterna, Om däremot det andra alternativet *murabahah (kostnader med påslag)* valts är det insättaren själv som väljer för vilka affärer som krediterna får nyttja. Exempelvis kan han välja import av sågade trävaror från land X.

3.5. LEASING ELLER IJARAH - EN VANLIG BANKPRODUKT

Som ovan nämnts är leasing eller *IJARAH*, en vanlig bankprodukt inom det islamiska bankväsendet. Många svenska exportföretag har redan erfarenhet av denna produkt. Den kan nyttjas när kunden, en näringsidkare, inte själv kan finansiera köp av exempelvis en dyr maskin eller lastbil utan ber sin islamiska hemmabank att genomföra köpet för att sedan kunna hyra maskinen eller lastbilen från banken. Genom överenskomna amorteringar kan köparen stegvis överta ägandet av produkten ifråga.

3.6 SUKUK – ISLAMISKA OBLIGATIONER

SUKUK är en form av islamiska obligationer, värdepapper som är förenliga med Sharia. Värdet framkommer vid köp och försäljningar av dessa värdehandlingar och är i regel knutna till större investeringar, inklusive infrastrukturella satsningar. I dagsläget uppgår *SUKUK*-marknaden till minst 500 miljarder USD.

3.7. OLIKA SLAGS PARTNERSKAPSKONTRAKT; SANA'I OCH MUDARABAH

Inom den islamiska finansiella sfären finns olika slags partnerskapskontrakt såsom *SANA'I*, som handlar om fördelning av arbetskraftinsatser, och *MUDARABAH*, som innebär att ena parten ställer upp med kapital och den andre med arbetskraftinsatser.

3.8. TAKAFUL; ISLAMISKA FÖRSÄKRINGAR

Det som kännetecknar *TAKAFUL*, islamiska försäkringar, är att det inte definieras som att den enskilde försäkrar sig mot någon risk för egen del, exempelvis sjukdom, vattenskadorna i sitt hus eller skador på sin bil – utan den enskilde betalar in sina försäkringspremiärer för att bistå den som råkar ut för någon skada etc.. och kan på motsvarande sätt själv få ekonomiskt bistånd från kollektivet om något händer honom/henne. Försäkringsbolaget får således ha en kooperativ karaktär.

Som framgår av ovan korta presentation av olika islamiska finansiella produkter inklusive försäkringar så handlar det genomgående om deltagande och medansvar, även om du kan vara mer eller mindre direkt involverad.



3.9. KRAVET PÅ DOKUMENTATION

Utmärkande för islamisk finansiering är också den omfattande dokumentation som ingår. Från första kontakten till dess att en affär, exempelvis ett köp av en lastbil, är helt slutbetald följs varje transaktion upp med en dokumentation. En islamisk finansiering får inte blandas med annan finansiering.

3.10. SHARIAEXPERTER SOM RÅDGIVARE KNUTNA TILL STYRELSEN

Det måste finnas Sharia expertis knuten till varje islamisk bank och finansiell institution. Detta gäller givetvis oberoende av om det islamisk finansiell verksamhet i en islamisk bank eller i en särskild avdelning inom City Bank eller HSBC. I Malaysia finns ett *National Shariah Advisory Council* som blivit en förebild.

Noteras bör också IDB:s roll. Banken har påtagit sig uppgiften att harmonisera regelverken kring islamiska finansiella instrument i enlighet med Sharia. Detta sker inom ramen för *the Islamic Research and Training Institute (IRTI)*, som tidigare nämnts.

Konkurrensen om välrenommerade shariaexperter är stor och deras arvoden överstiger ofta välrenommerade amerikanska advokaters. Som exempel på ett företag som marknadsför sin kompetens presenteras MCCA nedan.

SHARIAH COMPLIANCE

At MCCA we combine steadfast beliefs with the flexibility needed by today's diverse community. All of our products are developed in conjunction with and certified by our Shariah Advisory Board to ensure that each product in their expert opinion adheres to the principles of Sharia, including:

- *Avoidance of paying and earning interest (Riba)*
- *Avoidance of uncertainty (Gharar)*
- *Profit sharing*
- *Avoidance of trading unlawfully (Haram)*
- *Ensuring community benefit*

After reading all of our product information, the decision about whether or not to utilize MCCA products is one left to each individual. We understand that not every person has the same interpretation of the Sharia.

It is MCCA's commitment to continue to improve and expand our products and provide for the economic development of the Ummah.

- ✿ Diskutera de olika finansiella tjänsterna som presenteras ovan. I vilka fall används de? Ge exempel på tillämpning. Vilka tjänster/finansiella instrument kan förväntas vara mest prioriterade för muslimer i Sverige? Diskutera detta i gruppen!

DEL 4. HUR KAN VI GÅ VIDARE? – IDÉER OCH STRATEGIER!

4.1. BEHÖVS ISLAMISK FINANSIERING I SVERIGE?

Varför öppna upp för islamisk finansiering i sverige?

Skulle flertalet muslimska konsumenter föredra att ha islamisk finansiering och islamiska försäkringar framför vanliga lån och försäkringar om alternativet fanns?

- Vad tror ni som deltar i studiecirkel om möjligheten att få tillstånd att öppna en islamisk bank här i landet?
- Hur stor andel av muslimerna i Sverige kan förväntas komma att utnyttja islamisk finansiering och islamiska försäkringar – är det 40, 50 eller 80 procent?

Viktiga tillfällen kan vara:

- Köp av bil
- Köp av villa eller bostadsrätt
- Köp av kapitalvaror som vitvaror, tekniska produkter etc..
- Lån för studier m.m.

Behov av försäkringar särskilt gällande följande situationer:

- Vem vill inte försäkra sitt hus eller bostadsrätt?
- Vem vill inte försäkra sitt hem – inventarier av olika slag?
- Vem vill inte försäkra sin bil? (vilket är obligatoriskt)
- Vem vill inte ha sjuk och olycksfallförsäkring – eller försäkring om något händer på semesterresan m.m.?



Noteras kan att:

- Många muslimer är knutna till JAK med dess räntefria lån och speciella koncept
- Toyota och Volkswagen har på ad hoc-basis erbjudit räntefria lån till sina kunder

- Diskutera behovet av islamisk finansiering och islamiska försäkringar utifrån områdena/fallen som nämns ovan och ta fram fler områden/fall!

4.2. VARFÖR SKAPA NÄTVERK FÖR MUSLIMSKA KONSUMENTER I SVERIGE?

Vilka fördelar skulle ett mer formellt nätverk/förening kunna medföra för muslimska konsumenter?

- Att denna konsumentgrupp SYNLIGGÖRS i debatten
- Att de muslimska konsumenternas behov och intressen blir kända
- Att nätverket kan agera som en påtryckningsgrupp/intressegrupp

✿ Ta fram fler argument och diskutera skapandet/utvecklingen av ett nätverk för konsumenter!

4.3. ATT AGERA SOM EN PÅTRYCKNINGSGRUPP ELLER INTRESSEGRUPP

- Vid hus- och lägenhetsköp – Varför inte ställa krav på byggföretagen?
- Vid bilköp
- Vid köp av andra kapitalvaror
- Vid val av försäkring
- I samband med studiefinansiering etc..

✿ Diskutera olika strategier kopplade till respektive sakområde som nämns ovan och ta fram fler relevanta sakområden!



ORDLISTA

KORTARE KREDITENGAGEMANG – EXEMPELVIS VID IMPORT- ELLER EXPORTAFFÄRER

BAY'AL-SALAM – kapitalgivaren/insättaren överlåter till banken att välja vilka affärer som skall få nyttja krediterna.

MURABAHAH – kapitalgivaren/insättaren väljer vilka affärer som skall få nyttja krediterna.

LÅNGSIKTIGT ENGAGEMANG – VID INVESTERINGAR

MUDHARABAH – innebär att insättaren låter banken välja investeringsobjekt.

MUSHARAKAH – innebär att insättaren själv väljer investeringsobjekt.

LEASING

IJARAH – leasing

OLIKA SLAGS PARTNERSKAPSKONTRAKT

SANA'I – handlar om fördelning av arbetskraftsinsatser.

MUDARABAH – ena parten ställer upp med kapital och den andre med arbetskraftsinsatser.

ISLAMISKA FÖRSÄKRINGAR

TAKAFUL – islamiska försäkringar

ISLAMISKA OBLIGATIONER

SUKUK – islamiska obligationer



“A SHORT DICTIONARY OF ISLAMIC ECONOMIC TERMS”

Riba, Musharikah, Muzara'ah: what do all of these words mean? They are simply Islamic economic terms you may come across when trying to do business Islamically or reading up on this subject.

Here is a short dictionary you can refer to. Listings are in English alphabetical order.

A

Ata: Simply refers to a donation or a grant.

Awqaf: This is plural of the word Waqf (see below). It refers to property that has been transferred to a charity or a trust on a voluntary and permanent basis. The purpose is so that its usufruct may benefit other people.

B

Bayt ul Mal: The Islamic state treasury.

F

Fiqh: This refers to Muslim jurisprudence. In addition to issues like the five pillars of Islam, it covers family law, inheritance and commerce, to name just a few areas. Fiqh is based primarily on Quran and Sunnah.

G

Gharar: This means the uncertainty and ambiguity in transactions which comes from events whose happening or not happening is subject to chance and as a result is unknown to the parties of a transaction at the time of the contract.

Gharim: A person who is in debt and cannot pay the debt from his wealth.

H

Halal: That which is allowed according to Islamic law.

Haram: That which is against Islamic law.

Hima: This refers to a public land which is reserved for the use of a person or a group, excluding other members of society.

Al-Hisbah: This is a system of state inspection to ensure fair practices in markets. The term is also used in a more general sense to include checking minor crimes on streets.

I

Ijarah: This is a contract involving hiring or leasing through which the services of a person or a legal entity or organization is rented out or leased against a mutually agreed-upon fee (the rent or leasing fee). This contract is somewhat like a leasing and installment loan, or a hire-purchase agreement. It can eventually lead to the ownership of buildings.

Iktinaz: This refers to hoarding wealth without fulfilling one's legal obligations on it.

Infaq: This refers to spending in Allah's way, especially to assist the poor and needy.

Iqta: This is when the state gives individuals ownership or usufruct rights over state land.

Ifqar: This means lending any animal for riding or carrying a load, free of cost.

Irtifaq: This means giving concessions that relate to real estate (i.e. giving the right to place a beam on a neighbor's wall).

J

Joalah: This is an agreement which involves hiring optional services. For instance, if someone offers a prize or compensation to any person who performs a given service, such as a father offering a prize for finding his missing son or indicating where he is. In this contract, the person who does the designated job becomes entitled to receive the promised compensation. In contrast to Ijarah, in which a given person does a designated job, in Joalah, anyone can do the job even though he does not have the means to do it. But once he does it, he is entitled to the posted compensation.

K

Kharaj: This is tax on land.

Khums: This refers to a levy of 20 percent which is imposed on some kinds of wealth (i.e. mines and wealth buried in land that has no owner).

M

Manihah: This is a productive asset given to a needy person for a certain period or time. The person uses it freely and enjoys its usufruct.

Maun: This means lending items of ordinary use (i.e. domestic utensils) free of cost.

Mudarabah (also called Qirad): This is a profit and loss sharing contract. In it, one party provides capital and the other manages the enterprise. If there is loss, the provider of capital bears the financial loss while the worker loses his labor. If there is profit, both parties share it in proportions agreed upon at the time of the contract.

Muhaqalah: This refers to the sale of wheat while it is still growing. It also refers to the sale of unharvested crop. This kind of sale contract is not allowed in Islam.

Mukhabarah: This is a share-cropping contract whereby the land owner reserves the crop of a certain area for himself. The share-cropping contract of this nature is not permitted in Islam.

Murabaha: One of the most controversial type of transaction, it is a contract of sale in which payment is made some time after delivery of the goods transacted. Used as the basis of modern Islamic banking since the amount charged for deferred payment is in excess of the current market price (usually by an amount approximately equivalent to the prevailing rate of interest).

Musharakah: This simply refers to a partnership. This is like a joint-venture agreement which stipulates the conditions of a partnership. For this joint-venture to be in line with Islamic law, both parties must participate in profits and losses, not just in profits. This technique can be used for short-term financing.

Muzara'ah: This is a contract involving share-cropping.

N

Nisab: This refers to the minimum amount of property liable to Zakat payment.

Q

Qard Hasan: This literally means a goodly loan. In Islamic economics, it refers to a loan without any return.

R

Riba: This means interest. More specifically, it refers to any pre-agreed excess paid or received over and above the principal in a loan contract.

Riba Nasia: This refers to interest in debt. Nasia means a delay given to the debtor. You will find this kind of Riba in all credit transactions in which a loan is advanced to a person on a payment of interest over and above the principal for the time of the debt.

Riba al-Fadl: This refers to interest in barter. This indicates the excess charged in the exchange of commodities of the same kind (for instance, wheat for wheat, barley for barley, etc..). Barter transactions were common during Prophet Muhammad (peace and blessings be upon him)'s time, and he did not restrict the application of Riba only to the credit transaction of cash, but to all types of barter.

Rikaz: This is ancient wealth found buried in land whose owner is unknown,

S

Sadaqah: This means anything which is given or help offered to others to seek Allah's Pleasure. It also refers to a good act. If it involves spending income, this must have been earned in an Islamically permissible way.

Sadaqah al-Fitr: This is an Islamic levy paid in the month of Ramadan.

T

Takaful: This is a scheme of mutual support which offers insurance to people against the dangers of falling into unexpected and dire need.

U

Ushr: This refers to the ten percent (in some cases five percent) of agricultural produce payable by a Muslim as a part of his religious obligation, like Zakat (see below) mainly for the benefit of the poor and the needy.

W

Waqf: This means assets which have been entrusted to an individual or organizations for a specified charitable purpose.

Wasiyyah: This is the Arabic word for a will. Under Islamic law, a person cannot bequeath over one-third of his total inheritance, nor can he make a bequest in favor of any of his heirs in addition to his or her share which is fixed by Islamic law.

Z

Zakat: This refers to a compulsory levy on each Muslim who has wealth which equal to or more than a minimum called Nisab (see above). It is one of the five pillars of Islam. There are eight categories of those who receive Zakah, including the poor and needy.

A B C

REFERENSLITTERATUR

BILAGA 1

EN FÖRTECKNING ÖVER ISLAMISKA FONDER

Equity Fund Name	Fund Manager	Location
Abrar Investment Fund	Abrar Unit Trust Managers	Malaysia
Alfanar Investment Holdings	AIH Investment Management Company Ltd.	UK
Al-Rajhi Egyptian Equity Fund	Al Rajhi Banking & Investment	Saudi Arabia
Al-Rajhi European Equity Fund	Al Rajhi Banking & Investment	Saudi Arabia
Al-Rajhi GCC Equity Fund	Al Rajhi Banking & Investment	Saudi Arabia
Al-Rajhi Global Equity Fund	Al Rajhi Banking & Investment	Saudi Arabia
Al-Rajhi Local Shares Fund	Al Rajhi Banking & Investment	Saudi Arabia
Children Fund	Al Rajhi Banking & Investment	Saudi Arabia
Global Small Cap Equity Fund	Al Rajhi Banking & Investment	Saudi Arabia
Ladies Fund	Al Rajhi Banking & Investment	Saudi Arabia
TAIB Crescent Global Fund	Albert Asset Management	Bahrain
Dow Jones Islamic Index (US) Fund *	Allied Asset Advisors Funds	USA
Children's Investment Fund	Al-Tawfeek Company for Investment Funds	Saudi Arabia
Alfanar	US Capital Value Apex Capital LLC	UK
Al-Mubarakah Portfolio	Arab National Bank	Saudi Arabia
Al-Naqaa Al Mubarak Fund	Arab National Bank	Saudi Arabia
Crescent Fund	Arab National Bank	Saudi Arabia
Tabung Ittikal Arab-Malaysian	Arab-Malaysian Unit Trusts Bhd	Malaysia
Tabung Amanah	Bakti Asia Unit Trust Berhad	Malaysia
Dana Al-Aiman	ASM Mara Unit Trust Management	Malaysia
Azzad Income Fund *	Azzad Asset Management	USA
Al-Seef Fund	Bank Al-Bilad	Saudi Arabia
Asayel Fund	Bank Al-Bilad	Saudi Arabia
Al Khair Equities Fund	Bank Aljazira	Saudi Arabia
Al Mashareq	Japanese Equities Bank Aljazira	Saudi Arabia
Al Taiyebat Saudi Equities	Bank Aljazira	Saudi Arabia
Al Thoraiya Equities	Bank Aljazira	Saudi Arabia
Al-Khair Global Equity Fund	Bank Aljazira	Saudi Arabia
Al-Nukhba Asian Equity	Bank Aljazira	Saudi Arabia
Al Badr Fund Saudi Riyal	Bank Alsaudi Alfransi	Saudi Arabia
Al Badr US Dollar	Bank Alsaudi Alfransi	Saudi Arabia
Al Naqaa Asia Growth Fund	Bank Alsaudi Alfransi	Saudi Arabia
Al Noor Equity Trading Fund	Bank Alsaudi Alfransi	Saudi Arabia
Al Qindeel high yield Murabaha	Bank Alsaudi Alfransi	Saudi Arabia
Al-Saffa Saudi Equity Trading	Bank Alsaudi Alfransi	Saudi Arabia
BBMB Dana Putra	BBMB Unit Trust Management	Malaysia
BHLB Pacific Dana Al-Mizan (Balanced)	BHLB Pacific Trust	Malaysia
BHLB Dana Al-Ihsan	BHLB Pacific Trust	Malaysia
Amanah Saham	Bank Islam BIMB Unit Trust Mgmt Bhd.	Malaysia
Dow Jones Islamic Index Fund	Brown Brothers Harriman & Co.	USA
Parsoli Global Equity	Capel Cure Sharp. Ltd.	UK

Al-Sukoor European Equity	CICM Fund Management Ltd.	Germany
Citi Global Portfolios	Citi Asset Management Group	Bahrain
Mendaki Capital Protected Fund	DBS Asset Management	Singapore
Mendaki Global Fund	DBS Asset Management	Singapore
Mendaki Growth Fund	DBS Asset Management	Singapore
SAMI Fund	Dynamic Mutual Funds Ltd.	Canada
Alfanar Global Healthcare	Essex Investment Management LLC	UK
Alfanar Technology	Essex Investment Management LLC	UK
First Arabian Equity 2000	First Investment Funds E.C.	Kuwait
Alfanar US Capital Growth	Forstmann-Leff Associates LLC	UK
FutureGrowth AlBaraka Equity	Fraters Asset Management	South Africa
QIB Global Equities	Global Asset Management (GAM)	Qatar
Al-Durra Islamic Fund	Global Investment House	Kuwait
Global Islamic Fund	Global Investment House	Kuwait
Amanah Saham Wanita Hijrah	Unit Trust Management Bhd	Malaysia
HLB Dana Makmur Fund HLB	Unit Trust Management Bhd	Malaysia
Amanah European Basket Protected	HSBC Amanah Finance	UAE
Amanah Global Titans Protected	HSBC Amanah Finance	UAE
HSBC Amanah Aqar Income Fund	HSBC Amanah Finance	UAE
HSBC Amanah Best-Manager Fund	HSBC Amanah Finance	UAE

Source: Failaka International (www.failaka.com).

Equity Fund Name	Fund Manager	Location
HSBC Amanah Blue Chip Protected Fund	HSBC Amanah Finance	UAE
HSBC Amanah Euro Basket Protected Fund	HSBC Amanah Finance	UAE
HSBC Amanah Global Index Fund	HSBC Amanah Finance	UAE
HSBC Amanah Global Properties Income Fund	HSBC Amanah Finance	UAE
HSBC Amanah Healthcare Protected Fund	HSBC Amanah Finance	UAE
HSBC Amanah Pan-European Protected Fund	HSBC Amanah Finance	UAE
HSBC Life Amanah Pension Fund	HSBC Amanah Finance	UAE
HSBC Amanah Saudi Equity Fund	HSBC Amanah Finance	UAE
HSBC Amanah Global Equity	HSBC Investment Funds (Lux.) SA	UAE
IBB Global Equity Fund	Islamic Bank of Brunei	Brunei
Kuala Lumpur Ittikal Fund	Kuala Lumpur Mutual Funds	Malaysia
Mayban Dana Yakın	Mayban Management Bhd.	Malaysia
Al Baraka Global Equity	Merrill Lynch Mercury Asset Mgmt	Bahrain
Arzaq Investment Fund	Multi-Manager	Kuwait
Al-Watania Fund	National Bank of Bahrain	Bahrain
AlAhli Asia Pacific Trading Equity	National Commercial Bank (AlAhli)	Saudi Arabia
AlAhli Europe Trading Equity	National Commercial Bank (AlAhli)	Saudi Arabia
AlAhli GCC Trading Equity Fund	National Commercial Bank (AlAhli)	Saudi Arabia
AlAhli Global Trading Equity	National Commercial Bank (AlAhli)	Saudi Arabia
AlAhli Healthcare Trading Equity	National Commercial Bank (AlAhli)	Saudi Arabia
AlAhli Saudi Dynamic Trading Equity	National Commercial Bank (AlAhli)	Saudi Arabia
AlAhli Saudi Trading Equity	National Commercial Bank (AlAhli)	Saudi Arabia
AlAhli Small Cap Trading Equity	National Commercial Bank (AlAhli)	Saudi Arabia
AlAhli US Trading Equity	National Commercial Bank (AlAhli)	Saudi Arabia
Navis Asia III (CIMB-Muamalat Fund)	Navis Investment Partners/ Navis-CIMB	Malaysia
Oasis Crescent Fund (S. Africa)	Oasis Asset Management Ltd.	South Africa
Oasis Crescent Global Equity	Oasis Global Management Co.	Ireland
Pacific Dana Amana	Pacific Mutual Fund Trust	Malaysia
Al-Dar World Equities	Pictet & Cie	Switzerland

TII Small Cap Equity (European)	Pictet Asset Management Ltd.	UK
Amanah Saham Darul Iman	PTB Amanah Saham Darul Iman	Malaysia
Al Nama'e International Stock Portfolio	Qatar Islamic Bank	Qatar
RHB Mudarabah Fund	RHB Unit Trust Management	Malaysia
Al Hadi Islamic Portfolio	Riyad Bank	Saudi Arabia
Al Mokdam Islamic Portfolio	Riyad Bank	Saudi Arabia
Al Shamekh Islamic Portfolio	Riyad Bank	Saudi Arabia
Al Shuja'a Islamic Portfolio	Riyad Bank	Saudi Arabia
Global Equity Fund	Riyad Bank	Saudi Arabia
Islamic Balanced Income Fund	Riyad Bank	Saudi Arabia
Riyad Equity Fund 2 (Saudi)	Riyad Bank	Saudi Arabia
Al-Safwa International Equity	Roll & Ross Asset Management	Saudi Arabia
Miraj Global Equity	Royal Bank of Canada	Canada
Al Raed Fund	SAMBA	Saudi Arabia
Global Equity Trad. (Al Manal)	SAMBA	Saudi Arabia
Intl Equity & ITF (Al Wasat)	SAMBA	Saudi Arabia
Amana Growth *	Saturna Capital	USA
Amana Income *	Saturna Capital	USA
Amanah Balanced Portfolio	Saudi British Bank	Saudi Arabia
Amanah Defensive Portfolio	Saudi British Bank	Saudi Arabia
Amanah Global Equity Index Fund	Saudi British Bank	Saudi Arabia
Amanah Growth Portfolio	Saudi British Bank	Saudi Arabia
Amanah Saudi Equity Fund	Saudi British Bank	Saudi Arabia
Amanah Saudi Industrial Fund	Saudi British Bank	Saudi Arabia
YOSR Aman Portfolio	Saudi Hollandi Bank	Saudi Arabia
YOSR Mizan Portfolio	Saudi Hollandi Bank	Saudi Arabia
YOSR Tamoh Portfolio	Saudi Hollandi Bank	Saudi Arabia
Gulf Companies Fund	Saudi Investment Bank	Saudi Arabia
Gulf Industrial Companies Fund	Saudi Investment Bank	Saudi Arabia
Saudi Companies Fund	Saudi Investment Bank	Saudi Arabia
SUT Ethical Growth Fund	Singapore Unit Trust Ltd.	Singapore
SUT Ethical Value Fund	Singapore Unit Trust Ltd.	Singapore
TAIB Islamic Currency Fund	Taib Bank E.C.	Bahrain
TAIB Islamic GCC Equities Index Fund	Taib Bank E.C.	Bahrain
TAIB Islamic UK Equities Index Fund	Taib Bank E.C.	Bahrain
Alfanar Europe	TT International Investment Management	UK
Ibn Majid Emerging Markets	UBS Brinson	Switzerland
Noriba Global Equity	UBS Islamic Fund Management Co.	Bahrain
Al-Bukhari Global Equity	Wafra Investment Advisory Group	USA
Barclays Global Equity	Wellington Management Co. LLP	USA
Caravan Fund	Wellington Management Co. LLP	USA
Hegira Global Equity	Wellington Management Co. LLP	USA
Alfanar US Large Cap	WP Stewart Asset Management	UK
Azzad DJIM Index Fund *	Wright Investors' Service	USA

Balanced & Hybrid Funds	Fund Manager	Location
Al-Rajhi Balanced Fund 1	Al Rajhi Banking & Investment	Saudi Arabia
Al-Rajhi Balanced Fund 2	Al Rajhi Banking & Investment	Saudi Arabia
Al Hilal Fund (Balanced)	Merril Lynch Mercury Asset Mgmt	UAE
AlManarah Conservative Growth Portfolio	National Commercial Bank (AlAhli)	Saudi Arabia
AlManarah High Growth Portfolio	National Commercial Bank (AlAhli)	Saudi Arabia
AlManarah Medium Growth Portfolio	National Commercial Bank (AlAhli)	Saudi Arabia
Islamic Bond (Sukuk) Funds	Fund Manager	Location
Amlak	Amlak Finance	UAE
USD 600Mn Malaysia Global Sukuk	HSBC Amanah Finance	Malaysia
USD 700Mn Qatar Global Sukuk	HSBC Amanah Finance	Qatar
Kuala Lumpur Islamic Bond Fund	Kuala Lumpur Mutual Funds	Malaysia
Dahlia Syariah Income Fund	Mayban Life Assurance Bhd.	Malaysia
RHB Islamic Bond Fund	RHB Unit Trust Management	Malaysia
Takaful Funds	Fund Manager	Location
Takaful Global Fund	HSBC Singapore	Singapore
Takaful Sinaran Fund	HSBC Singapore	Singapore
Leasing Funds	Fund Manager	Location
GCC Leasing Fund	Al-Tawfeek Company for Investment Funds	Saudi Arabia
GCC Leasing Fund II	Al-Tawfeek Company for Investment Funds	Saudi Arabia
International Leasing Fund	Al-Tawfeek Company for Investment Funds	Saudi Arabia
AlAhli Auto Finance Fund "A"	National Commercial Bank (AlAhli)	Saudi Arabia
AlAhli Auto Finance Fund "B"	National Commercial Bank (AlAhli)	Saudi Arabia
Real Estate Funds	Fund Manager	Location
AlBait UK Real Estate Fund	ABC Islamic Asset Management	UK
Amlak First Real Estate Fund	Amlak Finance	UAE
Global Us Real Estate Fund	Global Investment House	Kuwait
Al-Deera Real Estate Finance Fund	Kuwait Finance House	Kuwait
Al-Soor Real Estate Leasing Fund	Kuwait Finance House	Kuwait
First Industrial Fund	Kuwait Finance House	Kuwait
AlAhli Real Estate Income Fund	National Commercial Bank (AlAhli)	Saudi Arabia
Badr Property Fund	Qatar Islamic Bank	Qatar

NOTE:

- This list does not include currency funds or trading funds.
- The locations listed are not necessarily where the funds are domiciled, they are the location of the fund manager.

* Funds registered with the SEC, which may be bought and sold by US residents.
Source: Failaka International (www.failaka.com).

BILAGA 2

YTTERLIGARE TEXT FRÅN KONSUMENTVERKETS HEMSIDA SAMT LÄNKAR

SÄRSKILDA PRODUKTER

Livsmedel

Det är viktigt att reklam som påverkar barn och unga inte främjar en osund livsstil. Under de senaste åren har fetma också bland minderåriga blivit ett folkhälsoproblem. Reklamen för onyttig mat eller så kallad utrymmesmat är betydligt vanligare än för livsmedel som ingår i kostcirkeln. Marknadsföring till minderåriga av mat och dryck måste vara ansvarsfull från ett folkhälsoperspektiv.

ICC antog 2004 riktlinjer för ansvarsfull reklam för mat och dryck. Av dessa framgår bland annat:

- att reklam för mat och dryck inte får uppmuntra till eller överse med överdriven konsumtion,
- att portionsstorlekar ska vara lämpliga med hänsyn till den miljö i vilken de visas,
- att reklam för mat och dryck inte får undergräva vare sig främjandet av en hälsosam och balanserad kost eller vikten av en hälsosam aktiv livsstil,
- att reklam inte får innehålla direkta uppmaningar till barn att övertala sina föräldrar eller andra vuxna att köpa den annonserade produkten åt dem.

Länk: ICC - riktlinjer för ansvarsfull reklam

www.icc.se/policy/marknad/koder/svenska/matdryck.pdf

Det strider mot god sed att framställa ett livsmedel som nyttigt när det i själva verket inte borde ätas annat än undantagsvis. Det slog MER fast i ett ärende (16/05) som KO anmälde till rådet. I uttalandet framhöll MER att reklam för mat och dryck på ett rättvisande sätt måste presentera produktens verkliga egenskaper och inte får missleda i något avseende (⁵ *Konsumentverket 2006-01-19*). Nämnden uttalade också att reklam, som i och för sig har vuxna som målgrupp, ändå ska följa de regler som gäller för barn när reklamen har ett innehåll och upplägg som når många barn och lockar dem att ta del av den.

Alkohol och tobak

Barn och unga skall inte genom marknadsföring utsättas för påtryckningar att prova alkohol eller tobak. Marknadsföring av alkohol får därför inte rikta sig särskilt till eller skildra barn eller ungdomar under 25 år (alkohollagen). Enligt motiven till tobakslagen får marknadsföring av tobak inte utformas så att den fångar uppmärksamheten hos barn och ungdomar under 18 år. Det är till exempel inte tillåtet att marknadsföra godis och leksaker som kan förknippas med en specifik tobaksvara.

SÄRSKILDA MARKNADSFÖRINGSFORMER

TV-reklam

Barn tittar mycket på TV, särskilt under tider då det sänds barnprogram. Yngre barn kan normalt inte skilja mellan reklam och annat programinnehåll och har svårt att förstå reklamens bakomliggande syfte att locka till köp. Att använda televisionen för reklam till barn anses därför strida mot deras intressen. Om ett reklambudskap sänds i anslutning till barnprogram kan det antas att avsikten är att nå just barnen som målgrupp. Enligt radio- och tv-lagen får det därför inte sändas någon reklam över huvud taget omedelbart före eller efter barnprogram.

I tv-reklam får det inte heller uppträda personer eller figurer som spelar en framträdande roll i program som huvudsakligen vänder sig till barn.

Reklam i en tv-sändning får inte syfta till att fånga uppmärksamheten hos barn under 12 år. Reklam som strider mot detta förbud anses otillbörlig enligt marknadsföringslagen.

Vid bedömningen ska samtliga betydelsefulla omständigheter beaktas. Dit hör exempelvis:

- den utannonserade varan eller tjänsten
- annonsens utformning
- det sammanhang där annonsen förekommer

Konsumentverket/KO har efter förhandlingar med Näringslivets delegation för marknadsrätt (NDM) träffat en överenskommelse om tolkningsråd för barnreklamförbudet i radio- och tv-lagen. De ska vara till hjälp för annonsörer, reklambyråer, reklamfilmsproducenter och sändande programföretag vid bedömning av om reklamen syftar till att fånga uppmärksamheten hos barn under tolv år.

Länk: Konsumentverkets tolkningsråd

www.konsumentverket.se/mallar/sv/artikel.asp?lngArticleID=789&lngCategoryID=942

⁽⁶⁾ *Konsumentverket 2006-01-19)*

Marknadsdomstolen har hittills prövat sju reklamslag, varav fyra har ansetts strida mot barnreklamförbudet. Vid sin bedömning har Marknadsdomstolen lagt stor vikt vid den produkt som marknadsförts i inslagen. Efter en dom i EG-domstolen står det klart att Sverige med stöd av barnreklamförbudet inte kan ingripa mot reklam som riktas till barn i sändningar från andra EU-länder.

Annonsörer som riktar reklam till barn i tv-kanaler som sänds från ett annat EU-land är emellertid skyldiga att följa sändningslandets lagstiftning på området. För TV3 och Kanal 5 innebär det att de följer brittisk lagstiftning på området. Lagstiftningen i de olika medlemsstaterna bygger på rådets direktiv 89/552/EEG av den 3 oktober 1989 om samordning av vissa bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och andra författningar om utförandet av sändningsverksamhet för television (tv-direktivet). I tv-direktivet anges att tv-reklam inte ska orsaka moralisk eller fysisk skada hos minderåriga. Det innebär att den inte direkt får uppmana minderåriga att köpa en produkt eller tjänst genom att utnyttja deras oerfarenhet eller godtrogenhet och inte heller direkt uppmuntra minderåriga att övertala sina föräldrar eller andra att köpa de utannonserade varorna eller tjänsterna. Reklamen får heller inte utnyttja det speciella förtroende som barn hyser för föräldrar, lärare och andra personer samt inte utan skäl visa barn i farliga situationer.

Direktadresserad reklam

Direktadresserad reklam är en effektiv och påträngande reklamform. Barn och unga kan ha svårt att värja sig från budskap i personligt adresserad reklam. Barn under 16 år har normalt sett inte heller rätt att ingå avtal till följd av sådana erbjudanden. Enligt praxis i Marknadsdomstolen (bland annat MD 1983:16 och 1999:26) är det oförenligt med god affärssed att skicka adresserad direktreklam till personer under 16 år. Etiska nämnden för direktmarknadsföring (DM-nämnden) prövar ärenden som rör såväl adresserad som oadresserad direktreklam. DM-nämnden har i ett flertal uttalanden fastställt att det strider mot god sed i direktmarknadsföring att skicka adresserad reklam till barn under 16 år. Förbudet grundas på det faktum att personer under denna ålder saknar så kallad rättshandlingsförmåga – till exempel att med bindande verkan kunna ingå avtal. Detta leder till att direkta uppmaningar - exempelvis i form av beställningskuponger - och sannolikt också många indirekta uppmaningar att ingå avtal, inte kan accepteras i reklam till personer under 16 år.

Från etiska utgångspunkter finns det också anledning att se kritiskt på inslag i reklam som kan antas leda till att barn, som ser reklamen, utsätter sina föräldrar för påstötningar att köpa vissa produkter som föräldrarna finner oacceptabla. Inom näringslivet har man sedan länge avstått från att skicka direktadresserad reklam till barn under 16 år. (*7 Konsumentverket 2006-01-19*)

Ny teknik

Barn och unga har lätt att ta till sig ny teknik. Internet och mobiltelefoni är två relativt nya marknadsföringskanaler som näringsidkare använder sig av för att nå ut till barn och unga. Genom att använda sig av dessa nya kanaler blir det också svårare för föräldrar att få en inblick i vilken slags marknadsföring deras barn exponeras för och i vilken omfattning. Det har också blivit svårare att dra en gräns mellan spel/lek/underhållning och marknadsföring. Tekniken innebär också att barn kan köpa tjänster elektroniskt utan att reflektera över att de ingår avtal eller åtar sig förpliktelser.

Internet

Barn och unga tillbringar mycket tid på Internet där de chattar på olika webbplatser, laddar ner musik, spelar spel och köper varor. På Internet har webbsidor utvecklats där marknadsföring integreras med till exempel lek och spel riktade till barn, så kallade advergames. Reklambudskapet bakas på så sätt in i själva spelet. Med hjälp av levande bilder, ljud och interaktiva moment bekantar sig barnen med de aktuella varumärkena. Barnet riktar sin uppmärksamhet på underhållningsmomentet medan det kommersiella budskapet framförs utan att barnet förstår detta. Försåtligt inplacerad reklam av det slaget kan därför anses oetisk. Det är viktigt att kravet på tydlig reklamidentifiering respekteras även vid marknadsföring på webbplatser.

De nordiska konsumentombudsmännen har i en gemensam ståndpunkt formulerat vad som är god marknadsföringssed på Internet.

Länk: Konsumentverket – nordisk ståndpunkt

www.konsumentverket.se/Documents/internetit/nordisk_standpunkt_ehandel_2002.pdf

De Nordiska konsumentombudsmännens ståndpunkt om handel och marknadsföring på Internet.

I korthet innebär ståndpunkten att marknadsföringen skall vara utformad så att det är uppenbart för den åldersgrupp som den riktar sig till att det är fråga om marknadsföring. Marknadsföring av produkter och varumärken riktad till barn bör inte utformas som spel eller lek/aktivitetssidor och inte heller avbrytas av reklaminslag. Barn och unga bör heller inte uppmanas att köpa varor eller ingå avtal om köp eller beställning av varor/tjänster som innebär en skuldförpliktelse.

ICC:s riktlinjer om marknadsföring och reklam i elektroniska media

ICC har tagit fram riktlinjer om marknadsföring och reklam i elektroniska media. Riktlinjerna är inte lika långtgående som den ovannämnda nordiska ståndpunkten. I *artikel 11* i riktlinjerna, som avser marknadsföring riktad till barn, anges att marknadsförare inte skall utnyttja barns bristande erfarenhet eller godtrogenhet eller försöka påverka deras lojalitet mot föräldrar. De ska endast samla in de personuppgifter som behövs och avstå från att samla in uppgifter om barn i syfte att marknadsföra varor och tjänster som inte är lämpliga för dem.

Vidare ska annonsörerna uppmuntra barn att inhämta föräldrars godkännande innan de lämnar information elektroniskt och avhålla sig från att samla in uppgifter om familjens ekonomiska situation (⁸ *Konsumentverket 2006-01-19*). De ska även uppmuntra föräldrar att övervaka barns aktiviteter på Internet.

Länk: ICC – riktlinjer för elektronisk media

www.icc.se/policy/marknad/koder/svenska/internetreglero4.pdf

Personuppgifter

Personuppgiftslagen (1998:204 PUL) är tillämplig på behandling av personuppgifter som helt eller delvis görs med hjälp av datorer. Med behandling avses bland annat insamling, registrering och utlämnande av uppgifter. I PUL finns det ingen bestämmelse om när minderåriga får lämna personuppgifter. I förarbetena till lagen framgår att ett samtycke kan lämnas av vem som helst, som förstår vad det innebär. Frågan vid vilken ålder ett barn har uppnått sådan mognad att han eller hon förstår innebörden av ett samtycke får avgöras från fall till fall, men tonåringar anses som regel ha uppnått sådan mognad.

Utgångspunkten i konsumentombudsmännens ståndpunkt är att ett inhämtande av personuppgifter endast kan ske från myndiga personer och att näringsidkare i vart fall inte bör inhämta personuppgifter från underåriga som inte kan ingå avtal (se nedan avsnitt barn och avtal). Om detta ändå sker skall näringsidkaren först inhämta samtycke från föräldrarna. Skriftligt samtycke kan inhämtas genom underskrift av en förälder, som därefter skickar sitt samtycke med post. Om samtycke inhämtas elektroniskt bör det kontrolleras genom till exempel telefon, e-post, brev eller fax. Näringsidkare bör enligt ståndpunkten inte heller skicka direktadresserad reklam till barn, uppmuntra barn och unga att lämna information om sig själva, sin familj eller sina kamrater, erbjuda belöningar till barn och unga mot att de lämnar personuppgifter eller använda undersökningar, tävlingar eller andra liknande metoder för att samla in personuppgifter från dem.

Mobiltelefoni som marknadsföringskanal

Mobiltelefoner används idag inte bara för att ringa. Det finns en rad olika innehållstjänster som erbjuds barn och ungdomar via mobiltelefonen. Ungdomar kan beställa ringsignaler, logotyper, ladda ner musik med mera. Dessa tjänster kan fås utan att någon kontroll görs om beställaren är underårig. Betalning sker genom att pengar dras från kontantkortet eller att abonnemangsinnehavarens räkning krediteras. Etiska rådet för betalteletjänster är en fristående och oberoende branschorganisation som har till uppgift att utarbeta och upprätthålla etiska regler för innehållet i den information som lämnas om betalteletjänster samt för marknadsföring av dessa. I punkt 4 i reglerna anges att marknadsföring av betalteletjänster inte får förekomma om den väsentligen riktar sig till personer under 14 år och kostnaden för att använda tjänsten kan komma att överstiga 10 kronor.

Sponsring i skolan

Konsumentverket/KO har i samarbete med Skolverket och Svenska kommunförbundet utarbetat en vägledning för sponsring i skolorna. Vägledningen är avsedd att användas som ett stöd för kommuner och skolor i deras arbete med att formulera en lokalt förankrad policy för sponsring. Frågor som skolorna bör ställa sig är i korthet om företaget är en lämplig samarbetspartner (⁹ *Konsumentverket 2006-01-19*), hur och om varumärket får exponeras och var gränsen går för reklam. Sponsring kan vara till nytta för skolorna, men det är viktigt att skolor inte bidrar till att öka den kommersiella pressen på barn och unga.

Länk: Konsumentverket – sponsring i skolan

www.konsumentverket.se/Documents/skola_ungdom/sponsring_skolan.pdf

AVTAL SOM INGÅS AV UNDERÅRIGA

Allmänt om barns möjlighet att ingå avtal

Dagens barn och unga har ett stort intresse för ny teknik. Den ökade användningen av Internet och mobiltelefoni har medfört att barn kan ingå avtal och spendera pengar utan att träffa motparten och utan att överlämna kontanter. Den lagstiftning som reglerar barns rättshandlingsförmåga är inte riktigt anpassad till det nya sättet att ingå avtal. Barns behörighet att ingå avtal regleras i föräldrabalken (FB). I 9 kap 1 § FB anges att den som är under 18 år (underårig) är omyndig och äger inte själv råda över sin egendom eller ingå förbindelser. Avtal som ingås med en omyndig är därför ogiltiga, om inte vissa i lagen angivna undantag är uppfyllda. Barn som fyllt 16 får bestämma över de pengar som han eller hon själv har intjänat genom eget arbete (9 kap 3 § FB). Detta gäller endast kontantbetalning. Den omyndige får däremot inte ingå ett kreditavtal utan förmyndares godkännande eller samtycke. Har den omyndige ett eget hushåll får han eller hon ingå avtal för den dagliga hushållningen (9 kap 2a § FB).

Enligt föräldrabalkens regler är således avtal som en underårig ingår på egen hand i princip ogiltiga. Regeln om begränsad rättshandlingsförmåga har i såväl domstolars som Allmänna reklamationsnämndens (ARN) praxis mildrats, genom att man vid vissa kontantköp har tolkat in ett underförstått samtycke (jämför till exempel RH 1988:82 och från ARN nr 1999-1495 och 1999-4143.) I dessa fall har det inte krävts ett verkligt och uttryckligt samtycke från förmyndarens sida, utan det har räckt att förmyndaren har gjort det möjligt för den omyndige att uppträda så att det ser ut som om han eller hon har haft tillåtelse att ingå avtal. I förarbetena till föräldrabalken (NJA II 1924 s.317) uttalas att om förmyndaren ger kontanter till den omyndige får det anses att han eller hon har rätt att förfoga över beloppet, om inte särskilda skäl talar mot det. I det fall en omyndig kan anses ha rätt att förfoga över pengarna får dock avgöras efter en samlad bedömning av den omyndiges ålder, beloppets storlek och andra omständigheter vid avtalets ingående. Denna bedömning kan vara svår att göra när avtal ingås på Internet eller via en mobiltelefon. Marknadsdomstolen har i ett avgörande (MD 1986:49) ansett att det är vilseledande att, när samtycke från förmyndare inte finns, låta underårig underteckna en handling som ger intryck av att avse en bindande förpliktelse. Bolaget hade vid uthyrning av ett tv-spel låtit en underårig underteckna en skriftlig handling. Enligt MD kan användningen av en sådan handling medföra att den underåriga och dennes föräldrar tror att ett för dem bindande avtal har uppkommit genom den unges underskrift.

(¹⁰ *Konsumentverket 2006-01-19*)

Jultidningsförsäljning

Konsumentverket har träffat en överenskommelse med två jultidningsförlag om jultidningsförsäljning. Här fastställs regler om vad som utgör god sed på marknaden för försäljning som sköts av barn och ungdomar. Företag som anlitar barn och ungdomar skall kontrollera om föräldrarna samtycker till att barnet deltar i jultidningsförsäljning. Företag får vidare inte överdriva förtjänstmöjligheterna, och om en prestationstävling ingår i erbjudandet, får den inte vara huvudargumentet vid värvingen. Tävligen skall vidare vara utformad och presenterad på ett återhållsamt sätt med hänsyn till att barn gärna överskattar eventuella vinstchanser.

Konsumentkreditlagen

Enligt huvudregeln kan som nämnts ovan underåriga inte ingå kreditavtal. Frågan är då vad en kredit närmare bestämt är. Konsumentkreditlagen definierar inte begreppet kredit.

Man kan dock tala om i princip tre olika typer av krediter, nämligen:

- Lån
- Betalningsanstånd
- Löpande krediter

En kredit anses råda även om beloppet är mycket litet eller kredittiden mycket kort, till exempel en eller två dagar. Det är alltså klart att olika typer av betalkort, där skulden skall regleras vid nästkommande månadsskifte, omfattas av konsumentkreditlagen. Avtal där kreditbeloppet inte är bestämt från början omfattas också av reglerna, till exempel avtal om leverans av elektricitet, vatten och telefonsamtal. För så kallade debetkort/bankkort dras inköp däremot direkt mot ett tillgångskonto. Det är då inte fråga om en kredit, även om viss fördröjning av debiteringen sker.

Av 9 kap. 1 § föräldrabalken följer att en omyndig inte får ”åta sig förbindelser”, vilket innebär att kreditavtal med underåriga inte är giltiga. Det framgår även av 13 kap. 12 § i samma lag att föräldrar endast med överförmyndarens samtycke får ta lån eller ingå skuldförbindelse för den omyndiges räkning.

Har en näringsidkare sålt en vara på kredit och vårdnadshavaren inte har lämnat sitt samtycke till avtalet ska varan återlämnas, om den finns kvar. Finns varan inte kvar eller har den förlorat i värde, ska den ersättas av den omyndige om den varit till nytta för denne. Om varan var onödigt dyr skall endast ett skäligt belopp betalas.

Slutsatsen blir att en omyndig aldrig kan ingå bindande avtal med betal- eller kreditkort. Ett uttagskort kopplat till medel, som den omyndige får förfoga över på grund av eget förvärv eller gåva, möter däremot inga hinder att avtala om. Ett bankkort kopplat till samma slags medel är tänkbart, men något utrymme för god tro hos näringsidkaren vid en affär finns inte och handlaren riskerar att köpet går åter om det inte godkännes av vårdnadshavaren.

(¹ Konsumentverket 2006-01-19)

E-handel

Reglerna om omyndigas begränsade möjligheter att ingå avtal är också tillämpliga vid avtal via Internet. Avtal med barn under 16 år förutsätter således alltid förälders godkännande. Det är svårt att över Internet kontrollera om det finns ett samtycke från föräldern. Möjligheten att förutsätta ett så kallat tyst samtycke finns inte heller, eftersom avtalsparterna aldrig träffas och näringsidkaren inte kan få en uppfattning om den omyndige har rätt att disponera beloppet. Den som säljer varor eller tjänster måste förvissa sig om att den som handlar inte är minderårig. Det faller också på säljaren att bevisa att avtalet har ingåtts med en myndig person. En lösning på problemet kan vara ett krav på skriftligt samtycke från föräldern som sedan kan kontrolleras per telefon, e-post eller liknande.

TELEFON OCH MOBILA INNEHÅLLSTJÄNSTER

Ingående av avtal med hjälp av telefon

Många barn under 18 år disponerar idag en mobiltelefon och tar del av marknadens utbud av innehållstjänster till barn och unga (ringsignaler, logotyper, musik med mera). Precis som vid beställningar som görs över Internet är det vid beställning av innehållstjänster via telefon svårt för säljaren att göra en bedömning av köparens ålder. Även om beställningen av till exempel en SMS-tjänst har skett från ett visst mobiltelefonnummer innebär det inte automatiskt att det är abonnenten som beställt tjänsten, eftersom den kan ha gjorts av någon annan. Det är leverantörens ansvar att styrka att det är den personen som fakturerats för tjänsten som också har beställt den.

Betalteletjänster som faktureras av annan än teleoperatören

Det finns viss praxis från Allmänna reklamationsnämnden (ARN) beträffande avtal om betalteletjänster som ingåtts av underårig och där leverantören av innehållstjänster sänder en faktura. ARN har i dessa fall uttalat att om en underårig "utan erforderligt samtycke av förmyndare träffat avtal med en näringsidkare, är rättshandlingen (avtalet) ogiltig". Har en transaktion genomförts ska vardera parten återbära vad som erhållits eller ersätta dess värde. Detta gäller undantagslöst för en näringsidkare som träffat ett "ogiltigt avtal med en underårig" (ARN 2004/7546). I dessa situationer har ARN inte ansett att näringsidkaren mot konsumentens bestridande kunnat utgå ifrån att den underåriga haft rätt att ingå dessa avtal. Det kan bero på att denna typ av tjänster normalt faktureras i efterhand och därmed utgör en kredit (omyndiga har som framgår ovan inte rätt att ingå avtal om kredit). Inte heller har säljaren i dessa fall kunnat göra sig någon uppfattning om hur gammalt barnet är eller hur mycket pengar han eller hon kan tänkas ha haft rätt att disponera över.

Tjänster som återförsäljs av operatören

I sådana fall då betalteletjänster tillhandahålls direkt av teleoperatören har ARN ansett att abonnemangsavtalet med operatören ingåtts av en myndig person och att abonnemangsinnehavaren enligt detta avtal har skyldighet att betala för samtliga uppkopplingar från abonnemanget. Betalningsskyldighet för abonnemangsinnehavaren kan således uppstå trots att avtalet ingås av en omyndig person (se bland annat ARN 2004/1152). ⁽¹²⁾ *Konsumentverket 2006-01-19*

En fristående innehållsleverantör kan däremot inte stödja sig på det faktum att abonnemangsinnehavaren i sitt avtal med operatören åtar sig ansvaret att svara för samtliga kostnader som abonnemanget medför. Av ett tidigare avgörande i Marknadsdomstolen (MD 2004:19) framgår att en leverantör av innehållstjänster inte får ålägga konsumenten betalningsskyldighet enbart med stöd av abonnemangsavtalet. Leverantören skall även kunna visa att ett särskilt avtal har ingåtts om den aktuella tjänsten och att det av avtalet framgår vilket pris som avtalats mellan parterna för att betalningsskyldighet skall uppkomma.

Vissa operatörer har i diskussioner med Konsumentverket uppgivit att de numera i större utsträckning ska fungera som betalningsförmedlare snarare än som återförsäljare av denna typ av tjänster. Abonnemangsavtalet borde då inte grunda någon rätt till betalning för tjänsteleverantören, utan denne har då att styrka bland annat att avtal om tjänsten ingåtts med en myndig person.

Mobila innehållstjänster

Många av de tjänster som tillhandahålls via mobiltelefon, till exempel chatforum, ringsignaler och loggor riktar sig särskilt till just barn och unga. Därför måste prisinformationen såväl vid marknadsföringen som vid avtalsingåendet vara särskilt tydlig.

Flera klagomål som inkommit till Konsumentverket har handlat om att minderåriga dragit på sig stora skulder via Premium SMS-tjänster. Det rör sig om fall då föräldrarna ingått abonnemangsavtal för att barnen ska använda telefonen. Barnen beställer sedan tjänsterna och blir inte medvetna om kostnaden förrän fakturan kommer.

Ofta har minderåriga endast tillgång till mobiltelefoner med kontantkort. I de fall det inte har funnits tillräckligt belopp på det kontantkort som används när beställningen gjordes har konsumenten fått en skuld som debiterats när denne på nytt laddar upp sitt kontantkort. Detta har många konsumenter upplevt som att tjänsteleverantören dragit pengar från deras kontantkort trots att någon beställning inte gjorts. Förfarandet har också inneburit att minderåriga kunnat ingå avtal utan att ha tillräcklig täckning för tjänsten på sitt kontantkort och på så sätt blivit skuldsatta gentemot tjänsteleverantören. Betalning av en tjänst ska bara kunna göras en gång. Om kortet saknar medel eller är spärrat skall leverans av tjänsten annulleras. Man får alltså inte leverera en tjänst och vänta med att ta betalt till dess att det finns medel på kortet. Se nedan de regler som branschorganisationen Morgan sammanställt.

Branschens egenåtgärder

Branschorganisationen för innehållsleverantörer, Morgan, har satt samman branschregler för vad som skall gälla vid marknadsföring och försäljning av så kallade Premium SMS-tjänster. Den som önskar marknadsföra och sälja sådana tjänster måste förbinda sig att följa dessa regler för att få tillgång till de nödvändiga kortnummer (Premium SMS-nummer) som teleoperatörerna disponerar över (¹³ *Konsumentverket 2006-01-19*). Enligt reglerna har tjänsteleverantören bara ett försök för att genomföra betalningen av en tjänst. Om betalningen misslyckas skall beställningen annulleras.

Länk: Morgan

www.morganforum.com

Etiska rådet för betalteletjänster, ERB, har utarbetat regler som tar direkt sikte på marknadsföring och försäljning av tjänster till barn. De innehåller bland annat bestämmelser om att underåriga varken direkt eller genom sammankoppling får utnyttja så kallade one-to-one tjänster. Reglerna gäller även SMS-chat, Wap-GPRS-chat och liknande. ERB har möjlighet att vid överträdelser av reglerna stänga av den aktuella linjen.

ÖVRIGA LÄNKAR

E-consumer
(www.econsumer.gov)

Granskningsnämnden
(www.grn.se)

Konsumentverket
(www.konsumentverket.se)

Etiska rådet
(www.etiskaradet.se)

Icpen/Ricpc
(www.icpen.org)

Marknadsdomstolen
(www.marknadsdomstolen.se)

Etiska rådet – ERK
(www.etiskaradet.org/erk-html)

ICC wbo
(www.iccwbo.org)

Marknadsetiska rådet
(www.marknadsetiskaradet.org)

DM-nämnden
(www.dm-namnden.org)

Klaga reklam
(www.klagareklam.se)

(¹⁴ *Konsumentverket 2006-01-19*)

