

Nr 489.

Av herr Severin i Stockholm m. fl., i anledning av Kungl. Maj:ts proposition, nr 103, med förslag till lag om motverkande i vissa fall av konkurrensbegränsning inom näringslivet m. m.

Enligt 2 § i det framlagda förslaget till lag om motverkande i vissa fall av konkurrensbegränsning inom näringslivet m. m. må företagare utan tillstånd av det s. k. näringsfrihetsrådet icke av företagare inom senare försäljningsled betinga sig att vid försäljning av förnödenhet visst pris icke må underskridas. Sådant tillstånd må enligt 4 § endast meddelas, om konkurrensbegränsningen i fråga kan antagas främja kostnadsbesparingar, vilka till väsentlig del komma konsumenterna till godo eller i övrigt bidra till en ur allmän synpunkt ändamålsenlig ordning eller då eljest särskilda skäl äro därtill. Avsikten med ifrågavarande bestämmelser är att förbjuda det s. k. bruttoprissystemet.

Bland de varor, vilka sedan gammalt plägat åsättas bruttopris, intaga tidningar och tidskrifter i skilda hänseenden en särställning. Tidningar och tidskrifter nå i Sverige sina läsare dels genom fasta abonnemang (prenumeration), dels genom lösnummerförsäljning. Sistnämnda försäljning sker i vårt land praktiskt taget endast i kommission. Var och en, som vill bli antagen som försäljare, gör härom ansökan hos Svenska tidningsutgivareföreningens kommissionärsnämnd, vilken direkt eller genom särskilda ombud prövar ansökan. Den som antages som försäljare får rätt att köpa tidningar i kommission, vilket innebär att han erhåller fri retur rätt och behöver betala endast för av honom försålda exemplar. Att man valt detta system för försäljning framför försäljning i fast räkning beror på tvenne omständigheter. Den främsta anledningen är önskemålet att trygga det fria valet av tidning. Om återförsäljaren skulle löpa ekonomisk risk vid varje inköp av tidningar i och för försäljning, skulle hans risktagande icke kunna undgå att påverka försäljningen. Försäljarens intresse att begränsa sina förluster skulle medföra, att hans intresse koncentrerade sig till de mest efterfrågade, under det att tidningar, som endast mera sporadiskt bli föremål för efterfrågan, över huvud icke regelbundet skulle komma att saluföras. Försäljaren skulle vidare kunna ha ekonomiskt intresse av att påverka kundkretsen till att inköpa de ur hans synpunkt lämpligaste tidningarna.

Genom kommissionssystemet frikopplas försäljarens intresse av att just en särskild tidning säljes, vilket med hänsyn till tryckfrihetslagstiftningens grundsatser måste ur allmän synpunkt anses önskvärt. Tryckfriheten skulle ju nämligen kunna göras partiellt illusorisk, därest icke bekväm och praktisk tillgång för allmänheten till inköp av olika slag av tidningar föreligger. Kommissionssystemet tryggar således, i likhet med abonnemangssystemet, allmänhetens fria val av tidning, och det hindrar ej nya periodiska skrifter att relativt snabbt nå ut till publiken.

Den andra anledningen till kommissionssystemet är, att tidningarna därmed själva kunna påverka försäljningens storlek. I regel känner tidningsledningen de händelser och omständigheter, som påverka försäljningen, på ett tidigare stadium än vad som är möjligt för försäljaren. Med hänsyn till knappheten på tid kan en dagstidning icke gärna avvakta sina försäljares eventuella begäran om ett större antal exemplar. Genom nuvarande försäljningssystem är det emellertid enkelt för tidningsföretaget att, om så finnes anledning, öka upplagan. Återförsäljaren, som har fri returrätt, löper härvidlag ingen risk.

Kommissionssystemets nackdelar äro emellertid riskerna för alltför höga retur och därmed följande kostnader. Systemet förutsätter därför från tidningsutgivarnas sida en noggrann prövning av antalet försäljningsställen och en kontinuerlig uppsikt över försäljningen. Skulle var och en, som så önskar, erhålla rätt att försälja tidningar, skulle det med nuvarande system medföra ekonomiska konsekvenser av allvarlig natur. Returexemplaren skulle öka och kostnaderna stiga. Det är att märka, att den kontroll över lösnummerförsäljningen, som tidningsutgivarna på grund av kommissionssystemet nödgas tillämpa, omhänderhaves helt av tidningarna själva. Några presumtiva konkurrenter till dem, som ansöka om tidningsrättigheter, ha härvidlag icke inflytande eller bestämmanderätt.

De synpunkter, som motivera kommissionssystemet och därmed följande kontroll av antalet försäljningsställen, äro även vägledande i fråga om det system för prissättningen på tidningar och tidskrifter, som tillämpas i vårt land och för övrigt praktiseras överallt i världen. Tidningarna kunna icke utan risker för en ur tryckfrihets- och läsfrihetsmässiga hänsyn obehörig påverkan från försäljarens sida acceptera avvikelser från återförsäljarna från det av tidningen bestämda utförsäljningspriset. Tidningar utgöra i icke ringa utsträckning en s. k. lockvara, där det kan te sig frestande för återförsäljaren att i syfte att locka kunder till försäljningsstället med avstående av sin provision försälja tidningen till ett lägre pris än det åsatta. Försäljaren kan också tänkas av andra skäl ha

intresse av att gynna försäljningen av en speciell tidning, vilket skulle kunna ske genom att han helt eller delvis avstode från sin provision.

Det nu tillämpade systemet att sälja tidningar och tidskrifter i kommission med fasta bruttopriser måste anses vara en ur allmän synpunkt ändamålsenlig ordning och synes, med hänsyn till de speciella förhållanden, som föreligga på detta område, böra undantagas från det i 2 § av lagen intagna förbudet mot bruttopriser.

Med stöd av ovanstående få vi hemställa,

att riksdagen måtte uttala, att försäljningen av tidningar och tidskrifter i kommission med av vederbörande tidningar fastställda bruttopriser är en ur allmänna synpunkter ändamålsenlig ordning, vilken bör undantagas från det i 2 § av lagen om motverkande i vissa fall av konkurrensbegränsning inom näringslivet uppställda förbudet för företagare att av företagare inom senare försäljningsled betinga sig att visst pris icke må underskridas.

Stockholm den 1 april 1953.

Frans Severin.

Rolf Edberg.

Manne Ståhl.

Gösta Netzén.

Jean Braconier.
