

## Nr 556

Av fru Lewén-Eliasson och fru Skantz, om vidgade direktiv för konsumentupplysningsutredningen.

(Lika lydande med motion nr 453 i Första kammaren)

Man kan tala om en konsumentrörelse i det moderna samhället. I allt större utsträckning har den uppfattningen fått spridning att konsumenterna bör ha ett större inflytande än nu på näringslivets verksamhet, speciellt i vad gäller produktion och distribution av konsumentvaror och av tjänster. I ett stort antal länder, exempelvis i England och USA, har nyligen konsumentorgan tillsatts som har möjlighet att med auktoritet hävda konsumenternas intressen på högsta nivå inom administrationen och vid förhandlingar med näringslivet.

I Sverige pågår med stöd av statliga medel konsumentaktiviteter på många områden. Statens institut för konsumentfrågor har nyligen fått en förstärkning av sin upplysningsavdelning. Statens konsumentråd föreslås i statsverkspropositionen få en höjning av det anslag som rådet fördelar för konsumentforskning och konsumentupplysning. Flera utredningar som avser konsumentupplysningen och konsumentforskningen pågår.

*Radioutredningen* kan förväntas framlägga förslag om ökade resurser för konsumentupplysning i TV i anslutning till den utredning som dess särskilda arbetsgrupper numera slutfört.

*1963 års konsumentupplysningskommitté* kommer enligt direktiven »att omfatta i huvudsak principiella frågor beträffande den statliga konsumentupplysningens utformning och frågan om en publiceringskodex för sådan konsumentupplysning vid spridning genom publikationer och massmedia».

*Konsumentupplysningsutredningen* skall å sin sida enligt direktiven, givna den 6 mars 1964, kartlägga tillgängliga forskningsresurser, som kan nyttiggöras inom konsumentupplysningen ävensom pröva möjligheterna att utvidga dessa samt föreslå samordningsåtgärder, som befinner rationella de olika forskningsorganen emellan.

Den sistnämnda utredningen anser vi i detta sammanhang vara mycket betydelsefull. Det är helt klart att en effektiv konsumentupplysning ej kan bedrivas vare sig genom konsumentinstitutets upplysningsavdelning, genom televisionen eller genom de många andra upplysningsorgan vi har såsom pressen, folkbildningsorganisationerna och skolorna, om det inte finns tillgång till ett objektivt kunskapsmaterial rörande varorna.

Men det finns i nuvarande läge inte bara behov av konsumentforskning, som skall ligga till grund för konsumentupplysning, utan av insamling av ett brett upplagt kunskapsmaterial, som skall kunna ligga till grund för ett agerande av konsumenterna såsom en aktiv part i överläggningar med näringslivet. Konsumentensidan måste få resurser att påverka produktions- sidan redan vid planeringen av produkterna och måste likaså kunna delta med konstruktiva förslag när det gäller distributionen. För detta fordras att konsumentensidan har sakkunniga som överblickar produktions-, distribu- tions- och konsumtionsproblemen på olika områden. Dessa sakkunniga är inte med nödvändighet »forskare» men måste kunna tillgodogöra sig fors- kares resultat när det gäller t. ex. varornas kvalitet och konstruktion, samt produktionens förutsättningar. De måste samtidigt ha praktisk och teore- tisk kunskap om konsumenternas behov och önskemål. Exempel kan hämtas från många varuområden där viss konsumentforskning sker men där pro- dukterna icke förbättras därför att forskningsresultaten icke blir utnytt- jade.

På *skoområdet* pågår en hel del forskning genom medicinsk expertis som stödes av statens konsumentråd och vid skoindustriens eget institut. Det finns sakkunniga som vet mycket om hur bra skor bör vara utformade. Men skobranschen har icke som riktpunkt för sin verksamhet att åstadkomma skor som passar människors fötter. Branschen arbetar under trycket av modehänsyn. Om en fabrikant försöker lansera förnuftiga skomodeller, får han inte stöd av handeln, och han ger därför snart upp försöken. Det är inte lätt för köparna att börja efterfråga skor som inte finns i handeln där man i övervägande grad ledes av modesynpunkter. Vad som saknas på *skoområ- det* är en fortlöpande konsumentverksamhet som tillgodogör sig forskar- resultaten och sprider dem, granskar fabrikanternas kollektioner och före- slår förbättringar, påverkar handeln att föra de förbättrade varorna och genom propaganda och upplysning hos köparna stimulerar efterfrågan så att fabrikanter och handel finner att deras ansträngningar lönar sig.

Förhållandena när det gäller *leksaker marknaden* förefaller att vara lik- artade. Det finns förnämlig barnpsykologisk expertis som vet hur leksaker skall vara för att intressera och passa barn i olika åldrar. Med stöd av kon- sumentrådet har på initiativ av organisationen Unga örnar gjorts ingående studier av leksaksmarknaden. Men fabrikanter, importörer och handel på leksaksområdet har ingen målsättning som syftar till att tillfredsställa kon- sumenten — barnet. Det skulle behövas ett konsumentorgan som bearbetade alla leden och gav riktlinjer för utformningen av nya leksakstyper och väg- ledde köparna till de goda nya varorna.

En granskning av direktiven för konsumentupplysningsutredningen ger inte vid handen att utredningen skulle kunna ta upp problemen om hur en sådan »bevakningstjänst» för konsumenternas räkning skulle kunna bedri- vas. Direktiven tyder på att utredningen har att framlägga förslag om effek-

tivare varuforskning inom olika forskningsinstitutioner och att man i första hand avser att resultat skall användas i upplysningsverksamheten.

Vi tror att det vore önskvärt att utredningens direktiv vidgades, så att den hade att på bred bas studera hur konsumentens sida skulle kunna få tillgång till sakkunskap för en kontinuerlig aktivitet av det slag som vi här skisserat och vilken organisatorisk ram som vore lämplig härför. Ett alternativ kunde vara att omskapa och bredda verksamheten vid konsumentinstitutet, ett annat alternativ att göra förändringar i konsumentrådets organisation och verksamhetsformer. Rådet har redan i några sammanhang funnit anledning att göra utredningar för att belysa dels näringslivets, dels konsumenternas förhållanden på ett visst område — den av rådet nyligen igångsatta utredningen av resebyråverksamheten kan exemplifiera detta — men rådet som endast har tillgång till ett mycket litet sekretariat kan naturligtvis icke ta på sig uppgiften att kontinuerligt följa och bevaka ens de områden som rådet självt tagit initiativ till att utreda och än mindre leda en bred konsumentaktivitet som omfattar varumarknaden och konsumtionen i stort.

Eftersom det synes oss lämpligt och angeläget att nu pågående utredningsarbete omkring konsumentfrågorna även omfattar det spörsmål vi ovan beskrivit, hemställes,

att riksdagen i skrivelse till Kungl. Maj:t måtte anhålla om vidgade direktiv för konsumentupplysningsutredningen.

Stockholm den 27 januari 1965

*Anna-Lisa Lewén-Eliasson*

*Anna-Greta Skantz*

---