

Nr 567

Av herr **Bohman m. fl.**, i anledning av Kungl. Maj:ts framställning om anslag till Konsumentvaruforskning och konsumentupplysning.

(Lika lydande med motion nr 476 i Första kammaren)

Frågan om omfattningen av och formerna för statens insatser beträffande konsumentupplysningen och konsumentvaruforskningen har vid åtskilliga tillfällen under de senaste åren i anledning av därom väckta motioner varit föremål för riksdagens prövning. I motioner vid 1961 års riksdag — I:194 och II:277 — lämnades en redovisning för utvecklingen av den statliga konsumentupplysningen och för de problem av olika slag som därvid aktualiserats. Enligt motionärernas mening borde den statliga samordnande och planläggande verksamheten på konsumentupplysningens område koncentreras till konsumentinstitutet och själva forskningen i största möjliga utsträckning delegeras på enskilda forskningsinstitut, organisationer och företag. Arbetsfördelningen mellan konsumentinstitutet och andra statliga eller statsunderstödda institutioner å ena sidan samt näringslivets forsknings- och utredningsorgan å den andra borde undersökas. Särskild vikt borde tillmätas den upplysningsverksamhet som kunde bedrivas som ett led i skolutbildningen.

Önskemålen om en utredning på förevarande område avvisades emellertid av riksdagen. I fråga om behovet av en undersökning om konsumentupplysningens mål och medel hänvisade statsutskottet (utlåtande nr 165) till proposition nr 86 vid samma års riksdag angående effektivisering av verksamheten på pris- och konkurrensområdet. I nämnda proposition hade understrukits, att de statliga organens huvuduppgift vore att lägga fram ett vederhäftigt och för olika ändamål lämpligt utformat grundmaterial, medan det normalt borde få ankomma på organisationer och andra förmedlingsorgan att bearbeta och på skilda vägar föra ut informationerna till konsumenterna. Statsutskottet ifrågasatte vidare om det med hänsyn till krav, som från statlig sida måste ställas på en objektiv och av producentintressen oberoende forsknings- och upplysningsverksamhet, vore möjligt att åstadkomma någon decentralisering av konsumentvaruforskningen i den utsträckning motionärerna förordat. Statsutskottet vitsordade emellertid, att det efter hand kunde uppstå behov att ändra konsumentupplysningen med hänsyn till successivt vunnen erfarenhet, men förutsatte att Kungl.

Maj:t med uppmärksamhet följde utvecklingen på området. Någon utredning vore därför icke påkallad.

Frågan om konsumentupplysningens organisation, resurser och problematik har under de senaste åren fått förnyad aktualitet. I tilläggsdirektiv för radio-utredningen beträffande televisionens framtida utveckling har utredningen anmodats undersöka konsumentupplysningens uppläggning i televisionen. Enligt direktiven skall utredningen utgå ifrån att konsumentupplysningen skall vara vederhäftig och i verklig mening informativ samt därigenom vägleda konsumenten till från hans synpunkt riktiga inköp. Några vägledande anvisningar om konsumentupplysningens mål och metoder, möjligheter och gränser samt konsekvenserna i skilda hänseenden av upplysningsverksamhetens utövning lämnas emellertid icke.

Med statligt stöd har sistlidna höst bedrivits informationsverksamhet för ytterligare konsumentupplysning, och i dagspressen har förts en livlig debatt som berört olika aspekter på varuinformation, konsumentupplysning och konsumentutbildning.

I den aktivitet som således kommit till allt tydligare uttryck har emellertid de långsiktiga och mera komplicerade synpunkterna icke diskuterats. Vilket ansvar som skall kunna utkrävas på grund av skadeverkningar till följd av felaktiga eller missvisande konsumentupplysningar har icke belysts, icke heller det samspel och de konflikter som i skilda sammanhang uppkommer mellan rent objektiv konsumentupplysning och reklam i skilda former. Enligt vår mening bör i dessa och andra med konsumentupplysningen sammanhängande frågor en förutsättningslös utredning igångsättas.

I statens konsumentråds petita för instundande budgetår vitsordas den mera framskjutna plats som konsumentupplysningen fått i den allmänna debatten under senare tid. Enligt konsumentrådets mening hade konsumenterna därigenom blivit mer uppmärksamma och medvetna om sina problem än förr, och det vore av betydelse att denna uppmärksamhet utnyttjades positivt och att intresset för pris- och varuupplysning bibehölls. I sina petita har konsumentrådet bl. a. hemställt om medel till anställning på deltid av en tjänsteman för public relation-frågor, främst för kontakterna med press, radio och television.

Föredragande departementschefen har emellertid hävdad, att det knappast vore en pressombudsman som rådet behövde "utan snarast en utredning om principerna för pressens och televisionens konsumentupplysning — bl. a. aktualiserad i tilläggsdirektiven till 1960 års radioutredning —". En sådan utredning kunde emellertid enligt departementschefens mening utföras som ett extra-uppdrag inom ramen för det med 250 000 kr. förhöjda anslaget till konsumentvaruforskning och konsumentupplysning.

Det är enligt vår mening uppenbart, att departementschefen totalt underskattat de svårigheter som en dylik begränsad utredning måste möta. De pro-

blem som i samband därmed aktualiseras i fråga om televisionens konsumentupplysning har direkt motsvarighet inom konsumentupplysningen i allmänhet och är så komplicerade och har sådan räckvidd, att de borde förutsätta en omfattande och allsidig undersökning under medverkan av bl. a. sakkunskap från näringslivet. En dylik utredning måste ha att klarlägga hur det med tilltagande varuöverflöd växande behovet av konsumentinformativa åtgärder skall tillgodoses, vilket ansvar för den framtida inriktningen av konsumentupplysningen som bör åvila statsmakterna och i vilken utsträckning sådan verksamhet skall utövas av näringsidkarna själva, inom näringslivets institutioner eller inom ideella konsument- eller folkbildningsorganisationer eller andra liknande förmedlingsorgan.

Om en sådan allsidig, förutsättningslös utredning företages, torde vissa av de uppgifter på forsknings- och undersökningsområdet, vartill konsumentrådet i sina petita begärt ökade anslag, icke behöva utföras utan bära anstå i avvaktan på utredningens slutförande. Utredningen torde således ha att klarlägga frågor rörande förhållandet mellan konsumenten, varan och informationen samt i vilka former pris- och konsumentupplysningsaktioner i fortsättningen bör bedrivas. Den expertutredning som föredragande departementschefen förordat inom ramen för det med 250 000 kr. förhöjda anslaget till konsumentvaruforskning och konsumentupplysning kommer vid sådant förhållande icke heller att belasta berörda anslag. Detta bör därför kunna nedräknas med ett belopp av 100 000 kr.

I fråga om den nuvarande konsumentupplysningen, de frågor som hittills aktualiserats och de problem som den av oss förordade utredningen närmast måste lösa må följande anföras.

Den svenska konsumentupplysningens uppbyggnad och organisation

Upplysningsverksamheten begränsades till en början huvudsakligen till skolundervisning i hemkunskap. För att vägleda konsumenterna i ekonomisk hushållning tillskapades i början av andra världskriget Aktiv hushållning och några år senare Hemmens forskningsinstitut.

För att underlätta konsumenternas möjligheter till ett rationellt varuval på eget ansvar bildades i samråd mellan staten och näringslivet år 1951 den s. k. Varudeklarationsnämnden, vars verksamhet bygger på en strävan att basera konsumentupplysningen på kunskaper och självständighet hos konsumenten.

År 1954 samordnades Aktiv hushållning och Hemmens forskningsinstitut, och år 1956 övertog staten ansvaret för institutet, som då ombildades till statens institut för konsumentfrågor. Institutet utger skrifterna "Råd och Rön" samt "Konsumentinstitutet meddelar". Samtidigt tillsattes statens konsumentråd

med huvuduppgift att samordna forsknings- och utredningsarbetet på området samt att fördela forskningsanslag. Konsumentrådet ingår i International Office of Consumers Unions, som bl. a. förmedlar resultat av varuprövningar. Samarbete i konsumentfrågor bedrivs genom den Nordiska kommittén för konsumentfrågor, som också den utger en särskild publikation.

Viss verksamhet på förevarande område utövas också av statens pris- och kartellnämnd, som verkställer prisundersökningar och redovisar resultatet därav.

Huvuddelen av den informationsverksamhet på konsumentområdet som bedrivs i vårt land sker emellertid indirekt genom den upplysningsverksamhet som äger rum i dags- och fackpress, inom kvinno- och löntagarorganisationer samt i branschföreningar och andra organ inom och utom näringslivet. Icke minst betydelsefulla är de arbetsuppgifter som utförs av radio och television.

Motsvarande verksamhet i vissa andra länder

Konsumentupplysningens verksamhet i Norge bedrivs i huvudsak enligt de riktlinjer som uppdragits för den svenska informationsverksamheten och är även där finansierad av staten. Det norska konsumentrådet, som tillskapades för ett tiotal år sedan, utarbetar varudeklarationer i syfte att ge garantier för att vissa angivna varuegenskaper föreligger. Det bedriver också undersöknings- och informationsverksamhet beträffande priser och kvaliteter samt låter genom utomstående laboratorier föranstalta om varutestning. Resultatet härav delges allmänheten genom en särskild tidskrift, "Forbrukerrapporten", i vilken de testade varorna anges med identifierade märken och fabrikat. I begränsad utsträckning har rådet även sysslat med reklamsfrågor.

I de anglosaxiska länderna däremot är konsumentupplysningen icke statligt understödd utan bedrivs genom fristående organisationer, i USA bl. a. genom Consumers Union, och i Storbritannien genom Consumers Association.

Den engelska organisationen finansieras genom medlemsavgifter och utger en tidskrift "Which", i vilken resultatet av företagens varutestning delges tidskriftens läsekrets i form av köprekommendationer. Organisationen biträder också BBC vid vissa radioprogram, i vilka fabrikat och märken anges i klartext.

Behovet av en utvidgad konsumentinformation i Storbritannien har helt nyligen belysts i en offentlig utredning, den s. k. Molony-kommittén, som i juli 1962 avgav sin rapport, "Final Report of the Committee On Consumer Protection".

I Förenta staterna har nyligen diskuterats att komplettera den motsvarande, av enskilda finansierade konsumentupplysande verksamheten med statliga

åtgärder, och Kennedy-regimen har betonat den federala regeringens skyldighet att tillse att konsumenternas behov bleve tillgodosett.

I Västtyskland har åtgärder vidtagits för att inrätta ett konsumentinstitut, men hittills har verksamheten liksom i England i stor utsträckning finansierats av enskilda.

Av enskilda organisationer bedriven aktivitet förekommer även i Schweiz.

Olika aktuella problem på konsumentupplysningens område

Enligt vår mening bör konsumentupplysningen generellt syfta till att genom utbildning och upplysning ge konsumenterna möjligheter att köpa med kunskap och omdöme. En undersöknings- och upplysningsverksamhet bör bedrivas på sådant sätt, att största möjliga effekt kan utvinnas av de resurser som ställs till upplysningens förfogande. Avgörande för hur resurserna effektivast skall utnyttjas är i vilken utsträckning upplysningsverksamheten kan bedrivas av samhället, av näringslivet eller av särskilda konsumentorganisationer. Uppenbart är emellertid, att metoder, arbetssätt och ansvaret för verksamheten gestaltar sig olika vid olika alternativ. I de fall då statsmakterna, såsom i de skandinaviska länderna, svarar för i varje fall det centrala arbetet måste det ställas höga krav på objektivitet och saklighet. Detta medför å andra sidan svårigheter att i populär form presentera det vid undersökningarna utvunna materialet.

En statlig verksamhet på berörda område måste också möta och lösa ett flertal andra svårlosta problem, av vilka här må anges några.

I undersökningsverksamheten måste klarläggas vilka fabrikat av en viss vara som skall testas och göras till föremål för information. Det är många gånger omöjligt att undersöka *alla* tillgängliga produkter inom ett varuområde. Testningen och resultatet därav skulle ofta bli så omfattande att det inom ramen för tillgängligt utrymme i press, radio och television knappast skulle kunna göras till föremål för en lättillgänglig information. En uteslutning av vissa fabrikat kan å andra sidan knappast ske utan objektivt företagna utredningar, och under alla förhållanden kan för de uteslutna produkterna uppkomma allvarliga skadeverkningar.

Motsvarande svårigheter möter då det gäller att ange de olika varornas egenskaper. Erfarenheten har visat att olika konsumenter fäster olika avseende vid olika egenskaper. Detta försvårar också varujämförelser, vid vilka olika egenskaper skall vägas mot varandra och där pris skall vägas mot kvalitet och olika grader av service.

En allsidig konsumentupplysning över *hela* varuområdet, utövad med de krav på objektivitet och saklighet som statsmakterna i olika sammanhang uppställt skulle kräva utomordentligt stora personella och ekonomiska resurser.

Det kan diskuteras om det över huvud är möjligt att anförtro dylika uppgifter åt en enda byråkratiskt arbetande myndighet.

Skulle å andra sidan kraven på saklighet och objektivitet eftergivnas, möter problemet var gränsen skall dras, och i dessa fall får frågan om det ekonomiska ansvaret för de skador som eventuellt felaktiga informationer kan medföra betydligt större betydelse än eljest.

Motsvarande problem möter icke, därest verksamheten bedrivs inom näringslivet självt eller i enskild eller i enskilt kollektiv regi. En konsumentupplysning utövad av näringslivet, i första hand industrien, möter emellertid också problem. Även om intresset för en korrekt, effektiv konsumentupplysning med åren avsevärt ökats inom det svenska näringslivet, kan den där rådande konkurrensen — vilken också stimulerats av samhällliga åtgärder — medföra svårigheter då det gäller att skapa gemensamma organ för oobjektiv konsumentupplysning. Den samverkan som härför erfordras är vanskelig att lösa ur finansiell och administrativ synpunkt. Särskilda problem aktualiseras också i fråga om bedömningar av med den svenska industriens produkter konkurrerande importvaror.

Den reklamverksamhet i syfte att genom ökad efterfrågan åstadkomma längre produktionsserier samt lägre kostnader och priser som bedrivs inom näringslivet kan knappast samordnas med den konsumentupplysande verksamhet varom här är fråga. Även om reklamen i Sverige är mera varuupplysande och informativ än i åtskilliga andra länder, måste det förutsättas att reklamens syftemål och uppgifter skiljer sig från den objektiva konsumentupplysningens.

En självständig konsumentupplysning utövad av näringslivet måste under alla förhållanden samordnas med av övriga organ bedriven motsvarande aktivitet. Erfarenheterna från Förenta staterna, där olika enskilda konsumentupplysande institut verkat, har visat att dessa understundom kommit till helt olika värderingar av konkurrerande varor.

En information utövad av löntagar- eller konsumentorganisationer eller av dem bildade särskilda organ möter också den problem av här ovan angiven art. Även om dylik verksamhet kan drivas i friare former än den statliga och icke behöver vara bunden av objektivitetshänsyn i ens tillnärmelsevis samma utsträckning, måste likväl även här verksamhetens syfte vara att åstadkomma en neutral och allsidig upplysningsverksamhet, i största möjliga utsträckning upplagd så att produktion och utveckling av olika varor icke hämmas.

Vi har med det anförda endast velat allmänt ange några av de problem som aktualiseras i samband med en allmän bedömning av hur en effektiv konsumentupplysning skall organiseras och uppbyggas. I likhet med vad som anfördes i de inledningsvis åberopade motionerna anser vi, att verksamheten på här ifrågavarande område bör bygga på hittillsvarande erfarenheter och på en samordning av insatser från stat, näringsliv och konsumentgrupper. Den sam-

ordnande och planläggande verksamheten torde liksom hittills böra anknytas till konsumentinstitutet, som i stort sett motsvarar de krav som med hänsyn till tillgängliga resurser kan ställas på institutet. Det bör emellertid framdeles i större utsträckning än tidigare bygga på inom näringslivet vunna erfarenheter. En delegering av undersöknings- och forskningsverksamheten torde utan att kraven på objektivitet behöver eftersättas kunna ske till olika existerande eller för ändamålet nyskapade, opartiskt arbetande branschforskningsinstitut. Det är nämligen uppenbart, att det inom svenskt näringsliv står till förfogande organisationer, forskningsavdelningar och laboratorier i betydligt större omfattning än inom den offentliga sektorn, vilka i detta hänseende skulle kunna på olika sätt medverka i upplysningstjänsten. Det samarbete mellan staten, näringslivet och arbetsmarknadens parter som på olika områden blivit en tradition i vårt land skulle med andra ord kunna utövas även på detta område.

Oavsett vilken lösning som tillgripes måste emellertid särskild uppmärksamhet ägnas de problem som möter den förestående utbyggda konsumentupplysningen i radio och television. I samband därmed aktualiseras den svårösta frågan om det ekonomiska ansvaret för skador förorsakade av felaktiga eller missvisande informationer.

Med åberopande av vad sålunda anförts får vi hemställa,

att riksdagen måtte

dels besluta att till *Konsumentvaruforskning och konsumentupplysning* för budgetåret 1963/64 anvisa ett reservationsanslag av 1 150 000 kr,

dels i skrivelse till Kungl. Maj:t hemställa om utredning under medverkan av bl. a. företrädare för näringslivet rörande omfattningen av och formerna för den framtida konsumentupplysningen och konsumentvaruforskningen.

Stockholm den 26 januari 1963

Gösta Bohman

Folke Björkman

Karin Wetterström
