

Nr 458

Av fru Lewén-Eliasson m. fl., angående konsumentupplysningen m. m.

(Lika lydande med motion nr 250 i Första kammaren)

Den snabba utvecklingen av teknisk forskning och därmed sammanbunden produktutveckling borde för konsumenterna regelmässigt betyda bättre varor. Alltför ofta måste man emellertid konstatera att det släpps ut på marknaden produkter som inte är fullvärdiga. Det händer t. o. m. att de åsamkar förbrukaren direkt obehag eller vållar skador.

Sådant måste med all energi motarbetas, och det faller på samhället och näringslivet ett gemensamt ansvar att vidtaga åtgärder för att hindra att ofullgångna produkter testas på ovetande konsumenter. För en tid sedan förekom i pressen uppgifter om en ny tandkräm, som orsakade skador på tänder och tandproteser. Innan en sådan produkt släpps ut på marknaden borde tillverkaren ha eliminerat sådana effekter.

Särskilt allvarlig är frågan om olika produkters utformning och verkningar då de har konsekvenser inte bara för den enskilde köparen utan för hela samhället. Exempel på detta är tvättmedlen. Fortfarande har man i gott minne huru tvättmedlen för några år sedan förorsakade en kraftig uppgång av allergiskt betingade hudåkommor för många. Åter har tvättmedelsbranschen blivit aktuell. Nu gäller det olika tvättmedels inverkan på våra vattendrag. Den konsument som gärna vill anpassa sitt val av tvättmedel så, att det gagnar vattenvården, får en ringa hjälp av producenterna. Konsumentinstitutet förefaller att föra en ojämn kamp emot dessa, då man rekommenderar allmänheten att återgå till att använda tvåltvättmedel. Man anser sig ha belägg för att en kombination av syntet- och tvåltvättmedel ger den bästa tvätteffekten. Dessutom bevisar man att tvåltvättmedel med hänsyn till tvättverkan är billigare. En resignerad men allvarlig anklagelse gentemot fabrikanterna finner man i artikeln Stort slitage vid regelbunden tvätt med starkt blekande medel ur Råd och rön nr 6, 1967:

Ur kostnadssynpunkt står sig institutets tidigare erfarenhet att tvålmedel blir billigare. I det här försöket doserades tvålmedlen till 9 öre per kg torrt tvättgod, de syntetiska till 14 öre och kombinationen syntetiskt och tvål till 12 öre. Ett försök att dosera Tend 4 till samma kostnad som tvålmedel gav märkbart försämrad tvättverkan. De syntetiska medlen ger sålunda inte lika bra tvättverkan som tvålmedel om de doseras till samma låga kostnad.

Det borde gå att utveckla tvålmedlen och förbättra dem ytterligare. Tvålmedel används i mycket liten utsträckning, trots att de anses likvärdiga med

de syntetiska. Men tvättmedelsfabrikanterna har inte satsat särskilt mycket på vare sig reklam eller utveckling av tvålmedlen.

Just nu pågår åter en stor reklamkampanj omkring tvättmedel. NTA är nu det nya säljargumentet; det kan nedbringa fosfattillskottet i vatten- dragen. I denna situation borde det finnas resurser i samhällets hand både att utröna sanningen om detta och att med tillräcklig genomslagskraft informera allmänheten.

”Datummärkningen av vår barnmat är egentligen inget annat än en ren reklamkupp” säger i ett pressuttalande direktören för ett av de två konkurrerande företagen i den branschen. Stora pengar kunde sparas för konsumenterna om man slapp datummärka denna vara påstås vidare. Vad skall nu den oinitierade konsumenten tro? Datummärkning på livsmedel är ändå ett krav som hävdats länge och enträget från konsumenthåll. Kan det vara möjligt att tidsfaktorn är likgiltig för en vara som denna? I så fall är det anmärkningsvärt att man fördyrar en vara med en så oviktig information. Konsumenten har rätt att genom samhällets försorg även härvidlag få en upplysning som inte är färgad av säljintressen.

Då man i en annons säger att ”Y-lakton av L-treo-l-karboxi-1, 2, 3, 4, 5-pentahydroxipenten-(1) är precis vad alla behöver just nu” är detta kanske sant eftersom det tycks betyda C-vitamin, men samtidigt är det ett exempel på hur man söker ge sin reklam en vederhäftig-vetenskaplig prägel utan att dess egentliga informationsvärde ökar det minsta.

På detta sätt kan man från den aktuella debatten hitta en mängd exempel på hur konsumenten är i underläge gentemot tillverkaren och distributören. Företagen betraktar varan ur sin egen horisont med hänsyn till hur företaget bäst kan utnyttja sina resurser och inskränker sig till sådana problem som innefattas i produktionsprocessen samt distributionen.

Men såväl från den enskildes som hela samhällets synpunkt är det viktigt att förhindra att man utnyttjar produktiva resurser på ett otillfredsställande sätt. Man gör från samhällets sida icke oväsentliga insatser för konsumentforskning, och även konsumentupplysningen har byggts ut liksom prisövervakningen ökat.

Man måste emellertid se konsumentpolitiken ändå mera som en del av en effektiv näringspolitik.

Konsumentfrågan har länge betecknats som huvudsakligen bestående i en uppgift att framställa informationsmaterial så att varje individ kan vara bättre orienterad. Detta innebär att en mycket stort ansvar lägges på konsumenten. En sådan inriktning av samhällets insatser för konsumenterna är fortfarande aktuell, men för att kunna bedriva en aktiv konsumentpolitik krävs mycket mera. Åtgärder från samhällets sida till vägledning och stöd åt konsumenterna måste erhålla en rättmätig plats som en väsentlig del av ett integrerat system för en effektiv näringspolitik. Om inte detta sker kom-

mer olika delar av den ekonomiska verksamheten att motverka varandra, och resultatet blir ett mycket sämre resursutnyttjande.

Då kommer många ting av en sådan art som att produktionen av tvättmedel effektiviseras men samhället får naturförstörelingsproblem att klara. Distributionskostnaderna sänkes genom nya förpackningsmetoder, men avfallsproblemen växer, eller varudistributionen förenklas och förbilligas genom centralisering i stora enheter men utan en samtidig planering av hur varuförmedlingen skall ske till dem som ej kan ta sig till dessa stora försäljningsställen. Samhällets konsumentpolitik bör bedrivas på ett sådant sätt att motsättningar av denna typ ej uppstår.

Av vad ovan anförts framgår att åtgärder behöver vidtas för att åstadkomma ett närmande mellan konsumenterna och näringslivet och därvid tillförsäkra konsumenterna ett reellt inflytande. Det synes ligga i linje med den pågående konsumentupplysningsutredningens uppgifter att skapa ett administrativt system som möjliggör för samhället att bedriva en aktiv konsumentpolitik i konsumenternas men — speciellt på längre sikt — också näringslivets intresse.

Med hänvisning härtill hemställas,

att riksdagen i skrivelse till Kungl. Maj:t begär att konsumentutredningen får i uppdrag att lämna förslag till ett administrativt och organisatoriskt system för konsumentpolitiken som har denna inriktning.

Stockholm den 24 januari 1968

Anna-Lisa Lewén-Eliasson (s) *Essen Lindahl (s)* *Gunnel Olsson (s)*
