

Nr 639

Av herr **Larsson** i Borrby, *angående konsumentupplysningen.*

(Lika lydande med motion nr 547 i Första kammaren)

Konsumtionssamhället har under de senare årens debatt utsatts för en hel del kritik. Utmärkande för kritiken har dock varit att den mera riktat in sig på fel och brister i det rådande systemet än på systemet som sådant.

Konsumentpolitiken hör intimt samman med näringspolitiken. Konsumentpolitiken måste anpassas efter hur näringslivet är organiserat. I den situation vi i dag upplever, med en stark koncentration i företagslivet och med en marknadsföring av produkter med många gånger andra metoder än kvalitets- och priskonkurrens, ställs ökade krav på samhällets konsumentpolitik.

Ett fritt konsumtionsval är en förutsättning för att den styrda och ramplanerade marknadsekonomi som centerpartiet förespråkar skall kunna fungera. Konsumenterna skall genom sin efterfrågan på varor och tjänster ha ett avgörande inflytande över vad som skall produceras. Detta förutsätter i sin tur en fungerande konkurrens i näringslivet. Det är samhällets uppgift att med aktiva åtgärder verka för att detta åstadkommes.

Centerpartiet tar i sitt förslag till nytt partiprogram upp en del förslag till åtgärder som bidrar till att främja konkurrensen:

Maktkoncentration, såväl privat som statlig, innebär risk för maktmissbruk. Så långt möjligt bör därför eftersträvas ett decentraliserat beslutsfattande i näringslivet.

Utveckling av småföretagsamheten motverkar tendenser till maktkoncentration. Pris- och konkurrensövervakande samhällsorgan måste ges resurser att främja konkurrensen.

Reklamen skall utformas i enlighet med de sociala krav som samhället ställer, så att ett fritt konsumtionsval möjliggöres. Regler skall fastställas genom lagstiftning så att vilseledande reklam förhindras.

Genom bland annat beskattning av större allmännyttiga stiftelser skall tendenser till maktkoncentration i näringslivet motverkas.

Kartell- och monopolföreteelser i det privata samhället skall hindras genom konkurrensstimulerande åtgärder. I första hand skall de pris- och konkurrensövervakande organen ges resurser att upprätthålla konkurrensen. Därutöver skall samhället, om så är erforderligt, kunna starta konkurrentföretag. Samtidigt måste tillses att statligt näringsliv och kreditväsende inte utformas så, att möjligheterna till konkurrens på lika villkor förhindras.

De multinationella företagen utgör en form av maktkoncentration som är svår att kontrollera. Dessa företag skall genom skatte-, närings-, arbets-, social- och miljölagstiftning underordnas den nationella ekonomin. En effektiv kontroll över de multinationella företagen förutsätter dessutom internationella överenskommelser.

För möjligheterna att åstadkomma en decentralisering av inflytande i såväl multinationella som andra företag är åtgärder av företagsdemokratisk art avgörande. Samhället bör stimulera till kooperativa företagsformer.

Partiprogrammet skisserar även upp riktlinjerna för hur samhällets konsumentpolitik bör bedrivas:

Samhället skall aktivt medverka till att konsumenten får goda möjligheter att rationellt välja sin konsumtion — — — . Väsentligt är att främja en god närservice för konsumenterna och en tillfredsställande varudistribution för olika delar av landet.

Ett fritt och självständigt konsumtionsval förutsätter, att konsumenterna är prismetvetna och utrustade med tillräckliga kunskaper om varor och tjänster samt att de får informationer om varornas priser och egenskaper.

Det är samhällets uppgift att tillse att reklamen inte får ett inflytande som snedvrider konsumtionsvalet. Reklamen måste vara vederhäftig och överensstämmande med de sociala krav, som samhället skall ställa. Samhället måste förbjuda reklam, som är vilseledande och strider mot god affärs sed. Producent och säljare skall vara skyldiga att styrka de uppgifter, som lämnas i annonser, på förpackningar eller i andra reklamformer. Varorna skall vara försedda med upplysningar om priser och egenskaper.

Den samhälleliga konsumentupplysningen skall vara saklig och korrekt. Det är angeläget att samhället till grund för upplysningsverksamheten satsar på forskning om konsumenternas behov och önskemål, varuprovningar och prisutredningar. Rådgivningen bör innefatta även frågor kring avbetalningsköp och garantiförbindelser. Konsumentupplysningen skall hjälpa konsumenten till en självständig bedömning av utbudna varor och tjänster. Grunden till god konsumentfostran skall läggas i skolan genom undervisning i konsumentkunskap.

Samhället bör utge broschyrer och skrifter med konsumentupplysning i lättillgänglig form. Television och radio liksom tidningspress är effektiva media för konsumentupplysning. Studieförbund och andra organisationer, som påtar sig konsumentupplysande uppgifter, bör verksamt stödjas av samhället.

De tjänster av olika slag, som staten och kommunerna tillhandahåller, är endast i begränsad utsträckning bestämda av ett fritt konsumtionsval. Det gäller t. ex. undervisning, daghemspplatser, lekplatser, undervisning, miljövård och sjukvård. Samhället måste genom politiska beslut avgöra insatserna på sådana områden efter en bedömning av konsumentbehovet. Det är en viktig uppgift för samhället att genom konsumentupplysning informera medborgarna om de tjänster som den offentliga sektorn erbjuder.

År 1968 gick 72,9 miljarder kr. eller cirka 54 % av bruttonationalprodukten till privat konsumtion. Konsumtionens inriktning är därför av stort

intresse från samhällssynpunkt. Konsumtion av varor med snabb förgänglighet och liten nytta eller med stor miljöförstöring som följd måste från samhällssynpunkt anses som mindre önskvärd än en konsumtion av beständiga varor med hög nytta och ingen miljöförstöring som följd. I en värld med starkt ökande befolkning och snabbt minskande tillgång till naturresurser som ren luft, rent vatten, mineraltillgångar och energi måste frågan om en begränsning av slöseriet med naturtillgångar ges högsta prioritet.

Det finns två principiellt skilda sätt att stärka de enskilda konsumenternas ställning. Det ena är att stärka konsumenternas motståndskraft mot reklam och marknadsföring i övrigt, medan det andra innebär direkta ingrepp i syfte att begränsa reklamens och den övriga marknadsföringens skadeverkningar. Enligt min uppfattning måste båda dessa vägar anlitas. Genom direkta samhällsinsatser mot skadlig eller vilseledande marknadsföring kan avarterna elimineras. I övrigt är upplysning att föredraga.

De reklamutgifter som årligen görs för att påverka konsumenterna har uppskattats till cirka tre miljarder kronor. Med hjälp av marknadsundersökare, psykologer, tekniker och andra blir metoderna för påverkan för vart år alltmera avancerade. 1960-talet har på reklamområdet kännetecknats av en övergång från reklam med mera sakinriktade argument till känslologiska argument. Främst är det statustänkande som förs in i reklamen.

Konsumenten är givetvis inte helt maktlös inför detta stora reklamutbud. Men utvecklingen under det gångna decenniet har varit så entydigt till konsumentens nackdel att jag finner det i hög grad angeläget att samhällseliga åtgärder vidtas för att rätta till icke önskvärda tendenser i reklam och övrig marknadsföring. Inte minst gäller detta det könsrollstänkande som reklamen ofta uppmuntrar till.

I detta sammanhang är det med tillfredsställelse jag noterar att handelsministern i årets statsverksproposition aviserar en lag med förbud mot otillbörlig marknadsföring.

Direkt asociala konsekvenser har reklamen kommit att få vad beträffar alkohol- och tobaksreklam. Trots vissa begränsningar i reklamutformningen på detta område framstår tydligt att denna typ av reklam främst har till uppgift att påverka ungdomen. Konsekvenserna är välkända. Från samhällssynpunkt är alkohol- och tobaksreklamen klart förkastlig och bör följaktligen förbjudas helt. Skulle ett förbud i dag vara omöjligt från tryckfrihetssynpunkt finner jag en grundlagsändring i detta avseende vara befogad.

Genom en översyn av köplagen torde konsumentens ställning gentemot säljare kunna förbättras avsevärt. Samtidigt måste en ökad information kring köplagens bestämmelser till. Bl. a. borde möjligheterna att frånträda köpeavtal inom en viss tid efter köpets ingående kunna utökas.

Som föreslogs i partiprogrammet bör producent och säljare vara skyl-

diga att styrka de uppgifter som lämnas i annonser, på förpackningar eller i andra reklamformer. Varorna skall vara försedda med upplysningar om priser och egenskaper.

Genom forskning om kostfrågor och andra konsumtionsbehov skapas förutsättningar för såväl ett riktigt konsumtionsval som en rationell produktion. I övrigt bör testningsverksamhet och andra former av varuprovningar byggas ut väsentligt. Konsumentupplysningen bör inte minst gälla den snabbt växande tjänstesektorn. I statsverkspropositionen föreslås för kommande budgetår 23,7 milj. kronor. Mot detta kan ställas totalt till konsumentupplysande verksamhet den tidigare angivna siffran för reklamutgifterna under ett år: tre miljarder kronor.

Konsumenten kan som synes knappast anses vara en jämställd part med producenten; han har inte i tillräcklig utsträckning getts förutsättningar att bedöma utbudet av varor och tjänster. En bärande princip för den konsumentpolitiska informationen måste vara att samhället utnyttjar det informationssystem som står till buds på ett sådant sätt att hushållens planerings- och kontrollmöjligheter förbättras. Detta kan på sikt delvis åstadkommas genom en utbyggnad av grundskolans undervisning i konsumtionskunskap.

Undervisningen måste sättas in redan under de första skolåren och intensifieras allteftersom de ungas konsumtionsramar ökas. Det är således av allra största vikt att konsumtionsundervisningen på grundskolans alla stadier samt i mellanskolan görs obligatorisk och läggs upp på bred grund.

Vid utformning av kursplanerna måste största hänsyn tas till samhällsutvecklingen. Undervisningen i matlagning, bakning, tvätt o. d. torde för närvarande kunna begränsas till förmån för undervisning i frågor rörande konsumtionsval, direkt köpinformation m. m.

Av stor betydelse är att konsumentundervisningen i ökad omfattning integreras med övriga skolämnen och knyts närmare till miljödebatten. Omedelbara åtgärder måste också vidtas för att förbättra förutsättningarna för den stora grupp konsumenter som under skolgången inte fått någon undervisning i konsumentfrågor.

Vuxenundervisningen på detta — liksom på många andra områden — måste prioriteras. Information kan ges bl. a. genom radio och TV samt genom folkrörelserna. I detta sammanhang bör även poängteras bildningsorganisationernas verksamhet i konsumentupplysningsfrågor.

Det är av största vikt att vuxenundervisningen kanaliseras så att den når ut även till personer som är mer eller mindre bundna till hemmet.

Syftet med konsumentupplysningen skall vara att öka konsumenternas förmåga att på egen hand ställa samman fakta om olika produkter och tjänster. Konsumenterna skall också ges förutsättningar att kritiskt bedöma inköpserbjudanden och informationer om priser, kvaliteter, service m. m. En sådan uppläggnings är av största vikt eftersom nya produkter och produktvarianter ständigt förs ut på marknaden.

Konsumentundervisningen i skolan och vuxenundervisningen måste kompletteras med en avsevärt ökad samhällsinformation som bl. a. syftar till att motverka annonsernas känsloladdade information. Sådan samhällsinformation bör framföras via radio och TV samt genom annonsering i dags- och veckopress.

All köpinformation måste utformas med hänsyn till användningssituationen och därvid också ge underlag för mera övergripande och långsiktiga beslut. Ett sätt att från samhällets sida stödja detta är en utveckling av varudeklarationssystemet. Som detta fungerar i dag uppfyller det inte de krav konsumenterna bör kunna ställa. Varudeklarationen måste utökas till att omfatta ett betydligt bredare sortiment av varor samt även inbegripa utbud av tjänster. När det gäller vissa varor är systemdeklarationer en nödvändighet för att konsumenterna skall kunna planera sina inköp på längre sikt.

Konsumentpolitiken bör på det centrala planet handhas av ett konsumentverk, där konsumenterna, näringslivet och forskningen är representerade.

En stor del av den kost- och konsumentupplysning som sker ombesörjes nu av hemkonsulenterna. Redan 1910 anställde några hushållningssällskap hemkonsulenter. Verksamheten utvecklades, och år 1938 beviljades hushållningssällskapen statsbidrag för att anställa 28 hemkonsulenter. Den 1 juli 1967 övertog lantbruksnämnderna större delen av hushållningssällskapens arbetsuppgifter; även hemkonsulenterna placerades vid lantbruksnämnderna under en övergångstid tills utredningsarbetet om den centrala och regionala anknytningen var klart. Hemkonsulentens arbete var under tidigare år inriktat på lantbrukarhemmen; behovet av rådgivning angående arbete och rationalisering ansågs och var helt naturligt där stort med tanke på naturhushållningen. Numera finns mycket små skillnader, om det finns några, mellan lantbrukarhushållet och andra hushåll. Alla är konsumenter med behov av rådgivning. I Stockholm och Norrköping finns kommunalt anställda hemkonsulenter.

I årets statsverksproposition föreslås att hemkonsulenterna centralt skall överföras till konsumentinstitutet och regionalt till länsstyrelserna.

Jag har svårt att finna andra skäl för den föreslagna regionala anknytningen, än att priskontoren är placerade vid länsstyrelsen. Hemkonsulentutredningen har heller inte funnit några andra skäl, men utredningens majoritet förordar ändå denna anknytning. Flera skäl talar däremot för en anknytning till landstingen. Landstingen har redan visat stort intresse för detta arbete, bl. a. genom bidrag och kursverksamhet. Detta intresse är helt naturligt med tanke på landstingens arbetsuppgifter. Den stora utgiftsposten för landstingen är sjukvårdskostnaderna, varför den förebyggande hälso- och tandvården är mycket aktuell, och här är kostupplysningen en viktig del. Inom landstingens institutioner serveras i dag ett stort antal matportioner. Även här behövs rådgivning till personalen. Jag

tror inte att hemkonsulenten hinner med detta, men en samordning med en näringskonsulent skulle vara till fördel. Det starkaste skälet för landstingsanknytningen är det medborgerliga inflytandet.

Landstingsvalda har politiskt ansvar och politiskt förtroende. En samrådsgrupp inom länsstyrelsen, som utredningen föreslår, har ej sådant ansvar eller förtroende, och jag har svårt att tro att ledamöter i en sådan grupp kan uppleva sitt arbete lika självständigt som en nämnd i landstinget och därmed vara lika aktiva. I själva ordet samrådsgrupp är det för övrigt mycket lätt att inse begränsningen av det medborgerliga inflytandet. De lekmananämnder som nu finns tillsatta inom länsstyrelserna har visat sig spela en underordnad och passiv roll, och det finns ej något som talar för att den samrådsgrupp som utredningen föreslår för konsumentupplysningen skall få en annan ställning. Lekmananämnden i länsstyrelsen var naturligtvis tänkt som en demokratisering, som tyvärr ej har slagit så väl ut. Därför finner jag det välbetänkt att nu, när man alltmer inser behovet av mera demokratisering och medborgarinflytande i beslutande organ, anknyta den viktiga hemkonsulentverksamheten och dess konsumentupplysning till landstingen. Jag anser inte att priskontorens placering på länsstyrelserna utgör något hinder för visst samarbete med den inriktning priskontoren har i dag. Med utökad verksamhet från priskontorens sida, t. ex. upplysande, är jag inte främmande för tanken att även priskontorens verksamhet överflyttas på landstinget.

Vid en regional anknytning till landstinget är det följdriktigt att lokalt anknyta till kommunen och att kommunalfullmäktige utser ledamöter i den lokala nämnd som bör finnas. Här finns samma politiska ansvar och förtroende och omsorg om kommuninvånarna.

Med hänvisning till vad som anförts i motionen hemställer jag,

A. att riksdagen i skrivelse till Kungl. Maj:t måtte hemställa

1. om utredning i syfte att se över köplagen enligt de riktlinjer som ovan skisserats;

2. att vidta erforderliga åtgärder i syfte att åstadkomma förbud mot alkohol- och tobaksreklam;

3. om att huvudman för hemkonsulentverksamheten i varje län skall vara landstinget;

4. om utredning i syfte att få en anknytning till stånd mellan lokala konsumentkommittéer och kommunalfullmäktige; samt

B. att riksdagen med instämmande i de principiella ståndpunkterna överlämnar motionen till konsumentutredningen.

Stockholm den 28 januari 1970

Einar Larsson (cp)

i Borrbý