

Nr 1557

av fru Sundberg och fru Olsson i Helsingborg
i anledning av Kungl. Maj:ts proposition nr 33 med förslag till riktlinjer
för och organisation av samhällets konsumentpolitik m. m.

När konsumentinstitutet 1957 började sin verksamhet innebar detta en fortsättning på det arbete som tidigare utförts av Aktiv hushållning och Hemmens forskningsinstitut.

Aktiv hushållning tillkom 1940 och var ett statligt organ som hade till uppgift att verka för att de knappa varuresurserna under krisåren skulle utnyttjas på bästa sätt, medan Hemmens forskningsinstitut, som började sin verksamhet 1944, hade till uppgift att verka för rationalisering av arbetet i hemmet samt att utföra provningar och undersökningar av varor och arbetsredskap från funktionella, hygieniska och ekonomiska synpunkter. Hemmens forskningsinstitut bildades på initiativ av hushållspedagoger och kvinnoorganisationer och fick stöd av staten och näringslivets organisationer. 1954 sammanslogs de båda institutionerna Aktiv hushållning och Hemmens forskningsinstitut till ett institut och bidraget från staten ökade. 1957 övertogs det ekonomiska ansvaret helt av staten och institutet fick sitt nuvarande namn, statens institut för konsumentfrågor.

Arbetet med undersökningar och provningar har kontinuerligt fortsatt och resultaten har vidarebefordrats till allmänheten dels genom pressen, dels genom institutets egna tidskrifter och institutets telefontjänst.

För 100 000-tals konsumenter har dessa undersökningar haft stor betydelse. Inte minst vid inköp av kapitalvaror har konsumenten varit betjänt av att få objektiva uppgifter angående egenskaper och funktion hos olika alternativa produkter.

Resultaten av konsumentinstitutets undersökningar har också haft en producentpåverkande effekt. Departementschefen hänvisar till detta och erinrar bl. a. om den färg-TV-undersökning som utfördes år 1970 med resultat att produkterna omedelbart kunde förbättras. Som ett led i institutets samarbete med tillverkare och importörer måste också ses den uppdragsforskning som utföres vid institutet. Som exempel kan nämnas betydelsen av att den tvättrådsmärkning som blivit allt nödvändigare genom den starka ökningen av nya textilmaterial blir sakkunnigt fastställd.

I proposition 1972:33 behandlas i alltför ringa grad konsumentinstitutets undersökningsverksamhet.

Där sägs bl. a.:

”Tidigare har begreppen forskning och upplysning använts för den verksamhet som bedrivs av konsumentinstitutet och konsumentrådet. Benämningarna utredning och information är emellertid vidare och

täcker därför bättre den kommande inriktningen. Det är sålunda inte fråga främst om forskning utan om utrednings- och undersökningsverksamhet över huvud taget beträffande konsumenternas resursutnyttjande.”

Såsom produktundersökningarna hittills bedrivits, både vid institutet och vid andra institutioner, torde det i många fall ha rört sig om just forskning. Vi skall emellertid inte motsätta oss uttrycket utredning för sådana undersökningar så länge i begreppet också ligger material- och funktionsprov.

Departementschefen framhåller också i propositionen ”att en huvuduppgift inom programmet för utredning och producentkontakt blir att skaffa kunskap om konsumenternas förhållanden i olika avseenden samt att ange möjligheter till ett resursutnyttjande som ger konsumenterna bättre förutsättningar att tillfredsställa de egna behoven”.

Den vidgning av den kommande inriktningen som förordas i propositionen får enligt vår uppfattning inte medföra att utredningar om resursutnyttjande prioriteras så att utrymmet för direkta produktundersökningar minskar.

För konsumenten som redan bestämt sig för att köpa en villapanna eller en tvättmaskin är det av ringa intresse huruvida installation av elvärme eller en tvätthämtningsservice skulle medföra mindre arbete. För honom är problemet *vilken* villapanna eller tvättmaskin som bäst svarar mot hans personliga önskemål. Denna konsumentenservice får inte åsidosättas, vilket det finns risk för om konsumentpolitiken i alltför hög grad inriktas på för hushållen större planeringsfrågor.

Vad gäller det andra programmet, informationen, framhålls i propositionen att det ankommer på det nya verket att ta de initiativ till förändringar av nuvarande informationsverksamhet som anses påkallade med hänsyn bl. a. till förordade riktlinjer.

Vi vill erinra om den ytterligt stora betydelse som institutets skrifter och telefonservice har.

Den periodiska tidskriften ”Råd och Rön” tryckes i ca 100 000 exemplar, och huvuddelen av exemplaren går till fasta prenumeranter.

Dessutom utges olika skrifter: Konsumentinstitutet meddelar, Köpråd, Marknadsöversikter och handboksserien.

Telefonförfrågningarna till institutet uppgår till ca 40 000 per år, och därtill kommer ca 20 000 förfrågningar till institutets upplysningstjänst i Hötorgscity.

Av detta torde framgå att det finns ett enormt behov av personlig information. Alldeles speciellt som möjligheten till direktinformation säkert ännu inte är uppenbar för de svaga konsumentgrupperna.

Vi vill framhålla nödvändigheten av att verket i sitt fortsatta arbete tar hänsyn till detta informationsbehov och verkar för att ytterligare konsumentgrupper kan utnyttja informationsmöjligheten.

Med anledning av det anförda hemställs
att riksdagen måtte uttala att konsumentverket i sitt utrednings-
arbete bör lägga stor vikt vid produktundersökningar och att
dessa undersökningsresultat ställs till allmänhetens förfogan-
de genom en väl fungerande informationsverksamhet.

Stockholm den 4 april 1972

INGRID SUNDBERG (m)

ALMA OLSSON (c)
i Helsingborg