

Motion till riksdagen

1988/89:K414

av Carl Frick (mp)

En lag om köpfrid

”Vi måste kunna få välja vad vi vill påverkas av!”

Bakgrund

Vi översköls dagligen och stundligen av olika former av säljbudskap och vi har ofta mycket svårt att värja oss från dem och det är naturligtvis det som är meningen. Speciellt unga och formbara människor är utsatta för detta oerhörda tryck.

Som om inte den pappersbaserade reklamen vore nog och övernog för oss konsumenter så vill nu starka krafter i det svenska samhället driva fram reklam och säljbudskap i etermedia. Vi skall med andra ord inte kunna få någon plats eller tid i vår dagliga tillvaro som skulle kunna vara köpbudskapsfri – undantaget sömnen. Detta leder till en skrämmande tillvaro där allt skall kommersialiseras in i minsta detalj och vrå.

Aktiv konsumentvägledning

Gunnar Adler Karlsson har introducerat begreppet Köpfrid i en av sina många böcker ”Lärobok för 80-talet”. Denna idé har miljöpartiet de gröna tagit med i sitt ekonomiska program. Den grundläggande tanken är att vi själva skall få rätt att ostört få välja den varuinformation som vi vill ha för att kunna göra de rationella och kunniga val som ett marknadsekonomiskt samhälle förutsätter. Vi skall inte påtvingas information. För att klara den nödvändiga informationen fordras det en utbyggd konsumentupplysning i varje kommun dit den köplystne kan vända sig. Där skall det finnas samlad all saklig information om alla tänkbara produkter så att konsumenten i lugn och ro kan studera det samlade utbudet och göra sina överväganden med hänsyn till önskad funktion, kvalitet och pris. Ett sådant förfarande stämmer mycket bättre överens med de gängse marknadsekonomiska teorierna om den kunnige konsumenten som styr tillverkning och försäljning. En kunnig konsument är då en stor tillgång i samhället. Att kunniga konsumenter faktiskt kan förändra utbudet på marknaden har vi sett i Sverige när klorblekta blöjor försvann från marknaden på ett halvt år på grund av en spontan köpbojkott som i sin tur berodde på den omfattande kunskapen om att klorblekning är ett miljövidrigt sätt att bleka det som snart nog skall smutas.

Köpfrid innebär att vi i Sverige respekterar människor och deras behov av

ro och inte i varje vaket ögonblick sköljer över dem med köpbudskap och erbjudanden.

Köpfrid innebär ett konsekvent nej från miljöpartiet de grönas sida till alla former av reklam i etermedia.

Köpfrid innebär ja till ett nytt system för presstöd som tar i beaktande att stora delar av vår dagspress är på gränsen till oläslighet belamrad med reklam. Ett system som inte gynnar stor pappersförbrukning utan den viktiga informationen om vad som händer i samhället och världen.

Köpfrid innebär att miljöpartiet de gröna vill att posten och andra offentliga institutioner inte skall ha rätt att sälja adresser och annan information som är underlag för direktreklam till medborgare och hushåll.

Köpfrid innebär att miljöpartiet de gröna vill arbeta för en skatt på reklam som gäller alla medier där reklam förekommer.

Köpfrid innebär att miljöpartiet de gröna vill att konsumentupplysningen skall reformeras och byggas ut på så sätt att det i varje kommun skall finnas ett eller flera ställen dit medborgarna kan komma eller som medborgarna kan kontakta för att få en fullödlig och täckande information om vad marknaden har att erbjuda och till vilka villkor. En god konsumentvägledning kan också vara ett effektivt sätt att snabba på ändringen till ett miljöriktigare samhälle i balans med naturen.

Köpfrid innebär att posten skall undvika att åta sig att distribuera massreklam till hushållen.

Köpfrid innebär också att statliga affärsdrivande verk inte skall tillåtas göra idrottsmän och andra till rörliga annonspelare för sin verksamhet. Statliga institutioner skall ägna sig åt det de skall och inte delta i kommersiella jippon och sponsring.

Åtgärdskrav

Miljöpartiet de gröna kräver att det skall införas en lag om köpfrid.

Hemställan

Med stöd av ovanstående hemställer jag

1. att riksdagen hos regeringen begär förslag till lagstiftning om köpfrid som innebär att alla former av reklam i etermedia förbjuds.

{att det tas fram en reformerad reklamskatt i enlighet med speciell motion från miljöpartiet de gröna,¹}

2. att riksdagen hos regeringen begär förslag till lagstiftning om köpefrid som innebär att posten och andra offentliga institutioner inte skall ha rätt att sälja adresser och annan information som är underlag för direktreklam till medborgare och hushåll,

{att posten inte skall medverka till spridning av massreklam till hushållen,²}

[att konsumentupplysningen skall reformeras och byggas ut i varje kommun på sätt som har beskrivits i motionen,³]

[att statliga affärsdrivande verk inte skall tillåtas göra idrottsmän och andra till rörliga annonspelare för sin verksamhet,⁴]

[att statliga institutioner skall ägna sig åt det de skall och inte delta i kommersiella jippon och sponsring⁴].

Mot. 1988/89
K414

Stockholm den 19 januari 1989

Carl Frick (mp)

¹ 1988/89:Sk634

² 1988/89:T912

³ 1988/89:L711

⁴ 1988/89:N263