

## Motion till riksdagen 2022/23:586

av **Helena Storckenfeldt och Lars Püss (båda M)**

# Opinionsbildande myndigheter och statliga bolag

---

## Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att regeringen bör se över myndigheternas regleringsbrev med syftet att myndigheterna ska ägna sig åt myndighetsutövning, inte politisk opinionsbildning, och tillkännager detta för regeringen.
2. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att staten som aktiv och ansvarsfull ägare bör se över de statligt ägda bolagen och deras vd:ars roll med syftet att de inte ska ägna sig åt politisk opinionsbildning och tillkännager detta för regeringen.

## Motivering

Statliga myndigheter och generaldirektörer ska ägna sig åt myndighetsutövning, inte politisk opinionsbildning. Detsamma ska gälla för statens olika bolag och deras vd:ar. När myndigheter och statliga bolag ägnar sig åt opinionsbildning har vi ett demokrati-problem. Under många år har det funnits en diskussion där alltifrån statsvetare, debattörer och politiker har framfört problemen med att myndigheter och statliga bolag förvandlats från utförare av politik och riktlinjer till att bli organisationer som genom medier, kampanjer och opinionsbildning försöker att påverka samhällsutvecklingen.

I september 2017 ägnade sig Systembolaget åt att opinionsbilda. Brev skickades till samtliga riksdagsledamöter och annonsering skedde i media. Det bärande budskapet var att det svenska detaljhandelsmonopolet på försäljning av alkoholdrycker skulle bevaras. ”Därmed blir det också ett principiellt val mellan att värna den svenska alkoholpolitiken och att tillåta gårdsförsäljning” skrev vd:n för Systembolaget. Allt detta opinionsbildande i brev, kampanjer och annonsering i media har ett enda syfte: att försvara rådande ordning och befästa den egna positionen. Systembolagets agerande skulle vara helt oproblematiskt om det inte handlade om ett statligt bolag.

Arbetsmiljöverket lanserade under slutet av 2017 mobilspelet ”The Boss – var går din gräns?” som en del av myndighetens informationssatsning. Det opinionsbildande mobilspelet hade enligt Arbetsmiljöverket till syfte att ”illustrera hur arbetsgivare kan frestas att kompromissa med sina anställdas säkerhet”. En paroll som myndigheten använde i samband med lanseringen av mobilspelet var frågan: ”Vad är viktigast för dig – pengar eller människor?”

Det är välkommet att Arbetsmiljöverket valde att backa och tog bort mobilspelet. Arbetsmiljöverkets kommunikationschef har även i ett uttalande bett alla företagare som tagit illa vid sig om ursäkt. Det är givetvis ändå oroväckande och beklagligt att myndigheten från första början valde att bedriva den här typen av företagarfientlig opinionsbildning som pekade ut företagare som illvilliga fuskare.

Arbetsmiljöverket anger att den långsiktiga informationssatsningen, som mobilspelet var en del av, ingick i myndighetens regeringsuppdrag 2015–2018. Att myndigheter satsar på informationskampanjer är inte nödvändigtvis något problem. Att svartmåla företagare på det här sättet är däremot något som inte borde ingå i något myndighetsuppdrag.

Givetvis gäller yttrande- och tryckfriheten även för statens myndigheter, generaldirektörer, statliga bolag och deras vd:ar. Men den makt som dessa har med skattebetalarnas resurser i ryggen står inte i överensstämmelse med grunderna för den svenska förvaltningstraditionen (myndighet) eller ägandeförhållandena (statligt bolag). Mot ovanstående bakgrund bör regeringen se över det kommunikationsarbete, och opinionsbildande, som sker på våra myndigheter och statliga bolag.

*Helena Storckenfeldt (M)*

*Lars Püß (M)*