

## Motion till riksdagen 2005/06:L22

**av Martin Andreasson m.fl. (fp)  
med anledning av prop. 2005/06:105**

# Trygga konsumenter som handlar hållbart – Konsumentpolitikens mål och inriktning

## Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen avslår regeringens förslag till mål för konsumentpolitiken.
2. Riksdagen beslutar om ny målstruktur för konsumentpolitiken i enlighet med vad som anges i motionen.
3. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om nya indikatorer för konsumentpolitiken.
4. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om en översyn av den konsumenträttsliga lagstiftningen i syfte att åstadkomma en enhetlig och konkurrensneutral tillämpning på verksamheter oavsett om de är i privat eller offentlig regi.
5. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om direktiv till berörda myndigheter.
6. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om svensk strategi för enhetlig konsumenträtt i EU.
7. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om ökat statligt stöd till den frivilliga konsumentrörelsen.
8. Riksdagen bifaller regeringens förslag till lag om ändring i lagen (1997:379) om försöksverksamhet avseende medverkan av Konsumentombudsmannen i vissa tvister med den ändringen att orden ”och gäller till utgången av december månad 2011” utgår ur övergångsbestämmelserna.
9. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om tvistlösning utanför domstol.
10. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om kommunal konsumentvägledning.
11. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om telefonförsäljning.
12. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om standardisering.

**Fel! Okänt namn på**

13. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförts om s.k. smileys för att tillkännage resultatet av livsmedelskontroller i matbutiker och restauranger.
14. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförts om könsdiskriminerande reklam.

## Konsumentpolitiken – till för konsumenterna

Vad är skälet till att det behövs en konsumentpolitik? För vår del är svaret tydligt: för att stärka konsumenternas makt och valfrihet. Därför behövs en robust lagstiftning på konsumenternas sida, så att konsumenten ska kunna känna sig säker på att han eller hon får varor och tjänster som är vad de utger sig för och som håller vad som utlovas. Men det är däremot inte konsumentpolitikens roll att vara ett styrinstrument för att fostra enskilda individer och påverka deras köpbeslut.

Folkpartiet har i tidigare motioner påtalat att regeringen försöker att delvis omdefiniera konsumentpolitik till att handla om att påverka konsumenters köpvanor. Detta står i strid med vad vi menar är konsumentpolitikens huvudsakliga målsättning: att vara ett stöd för konsumenterna. Denna ambition fortgår och återkommer på ett antal ställen i den nya konsumentpolitiska propositionen, där konsumentskyddet får trängas med ambitionen att uppföra konsumenterna att handla rätt.

Bortsett från det är regeringens proposition om konsumentpolitikens mål och inriktning förvånansvärt tunn. Den innehåller förslag på ett nytt mål för konsumentpolitiken. Det finns ett förslag om att utvidga och förlänga en försöksverksamhet och att tillsätta ett par utredningar. Mer än så är det inte. Det är mycket lite som skiljer den här propositionen från en ordinär skrivelse – och detta trots att den försenats.

Sammanfattningen måste bli tämligen hård: regeringen kommer med för lite, för sent och en del av det som till slut kom är fel. Till råga på allt är finansieringen oklar för de nya uppdrag som meddelas.

Med denna konsumentpolitiska proposition ges konsumentpolitiken ingen chans att utvecklas som eget politikområde för medborgarnas bästa, utan degraderas till en arena för utspel och ideologiproduktion som passar den sittande regeringens politiska agenda. Ett exempel på detta är avsnittet om utvecklingen av de svenska konsumenternas ekonomi, till stora delar en lov-sång till regeringens ekonomiska politik under den tioårsperiod som Sverige haft sin nuvarande statsminister. Och just nu är Sverige förvisso inne i en god ekonomisk utveckling – för dem som har ett jobb att gå till. Samtidigt lever mer än en miljon människor i utanförskap till följd av ett bristfälligt företagsklimat, en havererad integrationspolitik och en sjukvårdssektor där alltför många inte får rätt rehabilitering i rätt tid. Dessa människors verklighet och vardag lyser med sin frånvaro i regeringens skönmålning.

Att allmänna resonemang om samhällsekonomi alls finns med torde bero på att regeringen känner ett behov av att utnyttja alla tänkbara sammanhang

till att ta åt sig äran av att den ekonomiska utvecklingen just nu förbättras tack vare en stark världskonjunktur. Men regeringens grepp faller på att man varken här eller annorstädes föreslår några åtgärder som gör svensk ekonomi starkare och mindre konjunkturberoende. Tvärtom är regeringen snabb att, när pengarna flyter in, föreslå nya utgiftsökningar som kommer att bestå som belastande utgiftsposter också i tider av sämre ekonomi. Ökade bidrag underlättar situationen för ekonomiskt utsatta, men det mer än uppvägs av regeringens misslyckande i att föra en politik för fler jobb. Särskilt integrationspolitikens misslyckande är stort. Marginaleffekter genom höga skatter för låginkomsttagare och inkomstberoende bidrag, såsom bostadsbidrag, är ett hinder mot att förändra den ekonomiska situationen.

Att regeringen gärna vill tynga konsumentpolitiken med andra samhällsekonomiska mål syns också i att det föreslagna nya konsumentpolitiska målet bland annat ska åstadkomma att konsumenten ”skapar arbetstillfällen” genom sin konsumtion av varor och tjänster. Denna aspekt kan omöjligt förekomma i en konsumentpolitisk strategi som bygger på konsumentens valfrihet. Om enskilda människor ändrar sina konsumtionsvanor kan detta påverka sysselsättningen både uppåt och nedåt, beroende på om individerna lägger tyngdpunkten på konsumtion av arbetsintensiva varor och tjänster eller ej, liksom ifall dessa är importerade eller tillverkade inom landet. För att tala med Adam Smith är konsumtionen meningen och målet med produktionen. I en annan tappning som förmodligen är känd för en bredare krets, säger A. A. Milnes Nalle Puh att ”Meningen med bin är att göra håning, och meningen med håning är att jag ska äta upp den”. Nu vill regeringen göra antalet bin viktigare än frågan om håningen smakar gott eller illa.

Likaså talar regeringen om en konsumentlagstiftning som ”skyddar kollektivet” och om ”ett starkt konsumentkollektiv”. Men en konsumentpolitik som utgår från den enskilde konsumenten kan aldrig bygga på ett kollektivistiskt förhållningssätt. Den liberala synen på konsumentmakt handlar om att försvara varje människas möjlighet att göra sina egna val som konsument, utifrån sina egna önskemål och förutsättningar. Först då synliggör konsumentpolitiken alla de individer som inte stämmer med genomsnittsmallen, till exempel funktionshindrade eller nyinvandrade svenskar.

I stort sett samtidigt som propositionen överlämnade regeringen två skrivelser, ”Ekologisk produktion och konsumtion — Mål och inriktning till 2010” (skr. 2005/06:88) och ”Tänk om! – En handlingsplan för hållbar konsumtion för hushållen” (skr. 2005/06:107) vilka, om inte annat så på grund av regeringens strävan att definiera om konsumentpolitiken, berör likartade frågor. Ett samlat förfarande med större möjlighet att integrerat utvärdera och behandla närmandet mellan konsumentpolitiken och miljöpolitiken hade varit eftersträvansvärt.

Folkpartiet har även tidigare kritiserat regeringens ofokuserade hantering av konsumentpolitiken (se t.ex. motion 2001/02:L9 med anledning av den förra konsumentpolitiska propositionen samt motion 2002/03:L4 med anledning av skrivelsen om utvärdering av miljömålet i konsumentpolitiken). Det finns enligt vår mening fortfarande all anledning att upprepa denna kritik. För

### Fel! Okänt namn på

en utveckling av dessa resonemang hänvisar vi också till vår aktuella svars-motion på skrivelse 2005/06:107.

## En helhetsstrategi saknas...

I propositionens avsnitt om strategier återkommer regeringen med typiska målformuleringar som "en stark samhällsekonomi", "ökad tillgänglighet" och "ett starkare rättsligt konsumentskydd". Allt detta är bra och önskvärt, men borde snarare vara mål än strategiska medel. Man skriver här också om integreringen av konsumentpolitiska frågor i andra politikområden, vilket i och för sig är ett medel. Men här blir regeringen i stället väldigt vag och skriver bland annat att "Regeringen avser att ge berörda myndigheter i uppdrag att följa och analysera olika marknadens funktionssätt och prisutveckling". De flesta myndigheter som kan antas vara berörda har redan detta uppdrag mer eller mindre tydligt. Så vad föreslår egentligen regeringen? Till synes inte mycket.

Sanningen är också att den socialdemokratiska regeringen hållit emot i andra fall när det gäller att utöka det konsumenträttsliga skyddet. Exempelvis tillkännagav riksdagen förra året att en översyn behöver göras av den konsumenträttsliga lagstiftningen för att den så långt möjligt ska kunna ges en enhetlig och konkurrensneutral tillämpning över olika samhällssektorer, oavsett om det handlar om privat eller offentligt finansierade verksamheter. Som olika rättsfall visar finns det ju redan i dag möjligheter att tillämpa delar av det konsumenträttsliga regelverket på sådant som till exempel barnomsorg, men lagstiftningen har inte utformats med detta i åtanke. Det finns därför all anledning att utreda hur offentligt producerade välfärdstjänster skulle kunna omfattas av konsumenträttslig lagstiftning, men denna riksdagens beställning är ingenting som regeringen skyndat sig att efterkomma. Tvärtom saknas denna frågeställning helt i regeringens proposition.

## ... och konsumentfrågorna integreras inte i annan politik

Det är högst önskvärt med en ökad samordning mellan politikområden rent generellt, liksom i synnerhet att konsumentpolitiska synpunkter kan tas i beaktande på andra områden. Som redan visats är regeringen dock betydligt mer tveksam till detta när det kommer till praktiken än man vill framställa det som i denna proposition. Det kan förklara att målsättningen är så vag att det enda som föreslås är att Konsumentverket ska "ha en pådrivande roll", vilket det redan har, och att "berörda myndigheter" ska följa och analysera "olika marknadens funktionssätt och prisutveckling". Det finns redan en uppsjö av olika myndigheter som har sådana uppdrag. De flesta av dem torde i själva verket vara exakt dem som avses med "berörda myndigheter". Förslaget är alltså i realiteten ganska betydelselöst. Skall ambitionen förverkligas måste den också följas upp med tydliga direktiv i regleringsbrev.

## Folkpartiets mål för konsumentpolitiken

Ambitionen att sätta ett enda övergripande mål för konsumentpolitiken, med tre delmål, riskerar att ytterligare öka sammanblandningen av mål och medel inom konsumentpolitiken. Delmålen som regeringen anger är vaga och innebär inga ökade ambitioner jämfört med de tidigare målen. Särskilt svårt att följa regeringens resonemang blir det när regeringen i stället förlägger flera viktiga mål i den del som behandlar strategi. Här återfinns förslag som rätteligen borde höra hemma på mål- eller delmålsnivån, eftersom de till stor del har karaktären av att vara mål för politiken snarare än de ”verktyg” som regeringen pratar om.

Uppställningen av mål för konsumentpolitiken faller helt enkelt sönder. Konsumentpolitiken urholkas.

Folkpartiets slutsats är att det föreslagna nya målet för konsumentpolitiken inte bör godkännas av riksdagen. Det är varken konkret eller mätbart.

Med anledning härav föreslår Folkpartiet helt nya konsumentpolitiska mål som enligt vår uppfattning gör en bättre åtskillnad dels mellan olika mål, dels mellan mål och medel. Vi föreslår också en ny modell för konkreta och mätbara indikatorer som visar hur konsumenterna själva bedömer utvecklingen. Dessa indikatorer beskrivs närmare i ett särskilt avsnitt i denna motion.

Folkpartiet föreslår att tre mål görs till övergripande mål för konsumentpolitiken samt att varje mål förses med tre delmål gällande kunskap, säkerhet och konkurrens inom respektive område. De tre målen är:

1. *Globaliseringsmålet*: Konsumenternas möjligheter att dra nytta av friare världshandel och EU:s inre marknad ska öka.
2. *Hållbarhetsmålet*: Konsumenternas möjlighet att fatta ekonomiskt, socialt och miljömässigt hållbara konsumtionsval ska öka.
3. *Jämlikhetsmålet*: Konsumenternas möjligheter att utöva sina val oberoende av bakgrund eller livssituation ska öka.

## Globaliseringsmålet

Världen är för närvarande inne i en fas när världshandeln generellt sett avregleras och den ekonomiska integrationen mellan länder och marknader ökar. Detta ger upphov till nya villkor för individen som löntagare eller företagare, konsument eller producent. Beroende på perspektiv eller situation kan förändringarna beskrivas som välkomna eller hotfulla. Helheten är komplex och mångskiftande.

Liberaler är internationalister. Vi är positiva till de ökade möjligheter som globaliseringen skapar. Det är viktigt att politiken på alla områden tar dessa möjligheter till vara och anpassar det svenska regelverket så att det också kommer konsumenterna till del. Den inre marknaden inom EU fungerar än så länge bäst för företag, men sämre för enskilda konsumenter.

#### **Fel! Okänt namn på**

Konsumentpolitiken bör här sträva efter att säkra nyttan av uppnådda avregleringar, till exempel för lägre priser eller ökat urval, och främja de enskilda konsumenternas möjlighet att använda sig av dessa.

Sverige bör konsekvent agera för att öka de positiva effekterna av globaliseringen, frihandel och ekonomisk integration, till exempel inom EU. Krav på ökad protektionism måste med kraft tillbakavisas.

#### **Delmålet om kunskap**

För att uppnå globaliseringsmålet behöver konsumenterna i högre grad få tillgång till kunskap om sina rättigheter vid handel via nätet, hur EU:s inre marknad fungerar med mera.

#### **Delmålet om säkerhet**

För att uppnå globaliseringsmålet behöver konsumenträttigheter, kvalitetsnormer och standarder eller normer för miljö och hälsa förtydligas och/eller harmoniseras. Detta innebär bland annat att Sverige bör driva på för en konsumenträtt som så långt möjligt är totalharmoniserad på en hög nivå inom hela EU. Likaså är det angeläget att Sverige höjer ambitionerna inom det internationella standardiseringssamarbetet. Detta utvecklas närmare längre fram i denna motion.

#### **Delmålet om konkurrens**

För att uppnå globaliseringsmålet behöver etableringsfriheten i många branscher öka samt kvarvarande handelshinder minskas eller avvecklas.

### **Hållbarhetsmålet**

All produktion och konsumtion innebär en påverkan på miljön, ekonomin och individens sociala omgivning. Vi har alla ett ansvar att bidra till en hållbar utveckling, men vilka köpbeslut vi gör som konsumenter måste vi avgöra själva. Hållbarhetsmålet i konsumentpolitiken handlar om att dels se till att varorna och tjänsterna uppfyller säkerhetskraven (produktsäkerhet, globala standarder m.m.), dels se till att konsumenterna enkelt kan få tag på information om vilka miljöeffekter med mera som följer på olika konsumtionsbeslut.

Marknadsstörande faktorer som monopol, oligopol, konkurrensbegränsande beteende eller externa prispåverkande faktorer försämrar individens möjligheter att göra val som också väger in effekterna av långsiktiga ekonomiska och sociala faktorer och miljöfaktorer ur individens perspektiv. Genom miljöpolitikens mål att internalisera miljökostnader i prissättningen ska en extern effekt avspeglas i prisbildningen. Konsumentpolitiken bör inriktas på att ge konsumenterna större reell frihet att fatta konsumtionsbeslut. Hållbarheten bör främjas framför allt genom delmålen om kunskap och säkerhet.

### **Delmålet om kunskap**

För att uppnå hållbarhetsmålet behöver konsumenterna tillgång till information om de sociala, ekonomiska och miljömässiga konsekvenserna av deras val. Det främsta informationsinstrumentet är priset på varan eller tjänsten. Olika former av märkning kan förse individen med mer specifik information. Varu- och tjänstedeklarationer är mer innehållsrika men mer svårtillgängliga informationssystem. Märkning och deklarerationer är sekundära informationsinstrument.

Användningen av sekundära informationsinstrument bör främjas, men med återhållsamma medel (inte genom direkt styrning). Konsumenterna bör också ha inflytande över vilka sekundära informationsinstrument som används. Det allmänna bör utöva en övergripande tillsyn över hur märkningssystem med mera utformas, men inte stödja en modell framför en annan. I vissa fall kan dock initiativ krävas för att få märkningar till stånd och/eller uppnå gemensamma standarder, kriterier eller villkor.

### **Delmålet om säkerhet**

För att uppnå hållbarhetsmålet behöver det allmänna verka för att dels sätta upp tydliga krav eller normer för produktsäkerhet med mera som överensstämmer med hållbarhetsmålet, som är marknadsstyrande men utan att ha marknadsstörande effekter, dels främja spridningen av information kring produktsäkerhetsnivåer med mera (se ovan om märkningar).

### **Delmålet om konkurrens**

För att uppnå hållbarhetsmålet behöver befintliga regelverk och internationella standarder ses över från konkurrenssynpunkt. Det allmänna bör konsekvent agera för att öppna standarder, dokumenterade certifieringssystem på frivillig grund med mera används ovanför de reglerade miniminivåerna för miljö, hälsa och säkerhet. Även här spelar märkning och andra sekundära informationsinstrument en roll. Märkningar eller dylikt som till exempel är förbehållna produkter från en viss tillverkare eller ett konglomerat av tillverkare, har i regel marknadsstörande effekter.

En genomtänkt konkurrensolitik gör också att effekterna av ohållbara konsumtionsmönster blir synliga. Det kanske tydligaste exemplet är EU:s jordbruks- och fiskepolitik, vars tullmurar skapar osunda konkurrensförhållanden till nackdel för Europas konsumenter samtidigt som samma politik bidrar till utfiskningen av världshaven.

### **Jämlikhetsmålet**

Individer är olika och har olika möjligheter. Jämlighet är eftersträvansvärt så att alla, oavsett kön, etnicitet, ålder, sexuell läggning, funktionshinder eller annan bakgrund, får möjlighet att på bästa möjliga sätt ta till vara sina intres-

## **Fel! Okänt namn på**

sen som konsumenter. Konsumentpolitiken bör sträva efter att utjämna skillnader mellan olika individers möjligheter att utöva sina rättigheter.

Jämlikhetsmålet hänger ihop med en breddad syn på vad som är konsumentpolitik. Den enskildes konsumtion av varor och tjänster varierar i livets olika skeden. Den som yrkesarbetar lägger oftast större delen av pengarna på den privata konsumentmarknaden, men på äldre dar är man mer beroende av tjänster som produceras inom den offentligt finansierade sektorn. Jämlikhet för konsumenter handlar också om att göra så att den enskilda människans valfrihet och säkerhet ökar, oavsett i vilket skede av livet man befinner sig.

Inte minst viktigt är att se till att konsumentens rättigheter inte blir en plånboksfråga. Tvärtom är en fungerande konsumenträtt kanske allra viktigast för konsumenter med svag ekonomi, där ett misslyckat köp kan knäcka hela hushållskassan. Det är också den som har ont om pengar som drar allra störst nytta av god konkurrens och pressade priser. Frihandeln har alltid varit den fattiges vän, både under tullstriden under Sveriges 1800-tal och i dagens globaliserade värld.

### **Delmålet om kunskap**

För att uppnå jämlikhetsmålet behöver information om konsumenträttigheter finnas tillgänglig på fler sätt och via medier som gör den oberoende av individuella skillnader. Konsumentupplysning bör ges på fler språk och vara tillgängligt via alla handikapphjälpmedel som texttelefon med mera.

Konsumentinformation bör i högre grad använda uppsökande verksamhet riktat mot grupper som annars inte nås och så vidare.

### **Delmålet om säkerhet**

För att uppnå jämlikhetsmålet behöver kvalitetsnormer och standarder eller normer för miljö och hälsa i högre grad anpassas efter framför allt funktionshinder och åldersrelaterade faktorer.

### **Delmålet om konkurrens**

För att uppnå jämlikhetsmålet behöver etableringsvillkor, regler för tillträde till marknader med mera ibland ses över så att inga snedvridande konkurrensfördelar kan uppnås till exempel genom diskriminering av handikappade eller liknande. Lagar mot diskriminering, med avseende på näringsverksamhet, bör göras generella. Regler om tillgänglighet med mera bör finnas.

Olika metoder att nå ut till konsumentmarknaden (butiksförsäljning, distansförsäljning via telefon eller Internet, hemförsäljning osv.) bör få tillämpas utan styrning eller preferenser från det allmänna. De konsumenträttsliga villkoren bör vara så likartade som möjligt mellan dessa så att en individ som till exempel på grund av funktionshinder är hänvisad till en viss metod inte får sämre rättsliga villkor och så vidare.



## Låt konsumenterna själva sätta betyget

Regeringens beskrivning av hur måluppfyllelsen av deras egna förslag ska följas upp är påtagligt vag. I stället för konkreta beskrivningar talas allmänt om löpande uppföljning genom ”nyckeltal och indikatorer”. En konkret nyhet är dock att regeringen uppenbarligen inte längre tänker inhämta riksdagens synpunkter genom att i skrivelser och dylikt redovisa sina val av indikatorer, utan i stället föra in indikatorerna direkt i regleringsbrevet till Konsumentverket. Detta är en förändring i negativ riktning: även om det inte är riksdagens sak att i detalj fastställa indikatorerna, bör riksdagen ges möjlighet att lämna synpunkter på den övergripande utformningen.

Vi anser att tiden är mogen för en ny och bredare syn på indikatorer, där större makt ges åt konsumenterna själva att betygsätta utvecklingen på olika områden. Myndigheternas strukturerade måluppföljning bör därför kompletteras med årliga, vetenskapligt genomförda enkäter till allmänheten, vars resultat sammanställs och görs tillgängligt för både myndigheter, massmedier och allmänhet. Detta system, som redan i dag finns bland annat i Danmark, gör det möjligt att år för år följa hur konsumenterna själva betygsätter till exempel utbud, produktsäkerhet och service inom olika väldefinierade sektorer (hotell- och restaurangtjänster, VVS-arbeten, bilverkstäder, vitvaror, hemförsäkringar osv.). Också svenska konsumenter bör få chansen att på ett strukturerat sätt säga sin åsikt om till exempel miljöaspekter och konkurrensförhållanden inom olika branscher. Även konsumentaspekter på offentligt finansierade tjänster som till exempel äldreomsorg eller barnomsorg skulle med fördel kunna inkluderas i sådana kartläggningar.

Vårt förslag till nya konsumentpolitiska mål ska därför kombineras med ett nytt och bredare system för måluppföljning och utvärdering – ett system där konsumenterna själva får en betydligt starkare roll också i uppföljningen.

## En vision för konsumenternas Europa

En av de saker som inte är tillräckligt konkreta i regeringens proposition är en samlad strategi för det konsumentpolitiska arbetet inom den europeiska unionen (avsnitt 4.4). Efter Amsterdamfördraget, där konsumentpolitiken blev ett eget politikområde, har arbetet inom EU för att stärka konsumenternas rättigheter tagit fart på allvar. Konsumentpolitikens ställning i EU bekräftas också i det vilande förslaget till konstitutionellt fördrag, vars framtid nu är ovisst. Svensk konsumentpolitik är djupt integrerad med den gemensamma konsumentpolitiken i EU, och därför måste den svenska och europeiska konsumentpolitiken i stort ses i ett sammanhang. En del förändringar i Sveriges nationella regelverk på konsumentpolitikens område har redan genomförts. Sverige bör dock verka mer kraftfullt för att befintliga och nya konsumenträttsregler i EU blir enkla och tydligt utformade.

Den inre marknaden fungerar bra när det gäller affärer mellan bolag. Värre är det med handeln mellan bolag och konsument. Språkskillnader gör det svårt att ta del av informationen och veta om den är korrekt. De olika rätts-

## Fel! Okänt namn på

systemen i medlemsländerna gör det svårt att lösa tvister effektivt och garantier är svåra att fastställa. Så länge den gemensamma valutan inte har införts fullt ut i hela EU begränsar valutarisken också konsumenternas möjligheter att handla i andra EU-länder. Sammantaget finns det alltså många hinder som gör det svårare för konsumenterna att ta till vara alla de möjligheter som den inre marknaden erbjuder.

För att uppnå en gemensam marknad som har konsumenternas förtroende är det nödvändigt att harmonisera de konsumenträttsliga reglerna inom EU på ett mer långtgående sätt än vad som är fallet i dag. Det räcker inte med gemensamma minimiregler, utan det krävs ett visst mått av enhetlighet. I många delar av konsumenträtten innebär själva det faktum att reglerna skiljer sig åt mellan länderna att det också skapas ett psykologiskt hinder för konsumenter att handla i ett annat land. Det är alltså inte skillnaderna i sak, utan att det alls finns skillnader, som får konsumenten att känna tvekan.

Den bristande samordningen av regelverket mellan EU-länderna skapar stora välfärdsförluster genom att konsumenterna drar sig för att utnyttja den inre marknaden till fullo. Detta faktum lyser med sin frånvaro i regeringens beskrivning.

I detta arbete har Sverige ett ansvar att verka pådrivande för ett välfungerande konsumentskydd som bygger på erfarenheterna från det nationella planet. Harmonisering är inte detsamma som att länderna ska anpassa sig till en genomsnittsnivå utan ska utgå från att medlemsländerna identifierar de gemensamma europeiska intressena och de medel som visat sig vara mest effektiva för att tillgodose dessa intressen.

I dag är det inte politiskt möjligt att genomföra en total harmonisering av det konsumenträttsliga regelverket inom hela EU. Skillnaderna är fortfarande alltför stora mellan olika länder i synen på till exempel reklam eller säkerhetskrav för produkter för barn, frågor där det inte finns någon anledning för Sverige att pruta på de höga ambitioner och den höga skyddsnivå vi har i dagens nationella lagstiftning. Men för att Sverige ska kunna utöva sitt inflytande på bästa möjliga sätt inom unionen måste vi våga formulera vår vision för vad som är ett önskvärt mål att sträva mot inom EU. För Folkpartiets del är beskedet tydligt: slutmålet bör vara en stark och gemensam konsumenträtt för hela Europa.

## Konsumtion av bostad

Boendet utgör ofta en mycket stor del av den enskilda konsumentens utgifter. Det är därför viktigt att konsumentpolitikens aktörer i större utsträckning än i dag tar itu med frågor angående bostadskonsumtion, köp av bostäder, hyresgästernas intressen som konsumenter och över huvud taget konsumentens position på bostadsmarknaden.

I dag har Hyresgästföreningen i stort sett monopol på att företräda hyresgästerna. För att få igenom en förändring eller förbättring av sitt hyresboende är man ofta tvingad att gå med i Hyresgästföreningen. Detta är inte acceptabelt. Hyresgästföreningens ”monopol” måste brytas och den enskilda hyres-

gästens möjlighet att påverka boendet stärkas. En översyn av konsument-skyddet vid hyresförhållanden behövs för att öka de enskilda hyresgästernas makt över sitt boende.

## Råd och stöd nära konsumenterna – en starkare konsumentrörelse

De viktigaste insatserna i konsumentpolitiken är kanske den enskilda rådgivningen och stödet. Värdet av politiska insatser på central nivå eller god konsumentlagstiftning faller om konsumenterna inte får den hjälp som många gånger krävs för att kunna hävda sin rätt. Även om regeringen talar väl om behovet av stöd är det ännu ett område där det saknas konkreta förslag.

Folkpartiet har sedan lång tid verkat för att den frivilliga konsumentrörelsen ska få ökat ekonomiskt stöd från staten. Det ligger en inneboende risk i att konsumentfrågorna "förstatligas" när stat och kommun agerar som konsumenternas företrädare. Fristående organisationer som agerar på sina medlemmars uppdrag och inte statens spelar en mycket viktig roll för att enskilda konsumenters intressen ska kunna tas till vara. När regeringen på sidan 49 skriver att Sveriges Konsumentråd ska få utökat statligt stöd "inom ramen för tillgängliga medel" innebär detta att stödet till andra konsumentorganisationer minskar, alternativt att pengar undandras från till exempel Konsumentverket mitt i en svår omställningsperiod. Inget av dessa alternativ är godtagbart enligt vår mening. Vi anser att statens bidrag till fristående konsumentorganisationer ska höjas med 10 miljoner kronor per år och har också anvisat denna summa i vårt budgetalternativ. Detta skapar utrymme för en faktisk höjning av ambitionerna.

## Övriga synpunkter på propositionen

Vad som ovan beskrivits är Folkpartiets alternativa konsumentpolitik – en sammanhållen strategi för ökad makt åt enskilda konsumenter. Vi vill dock även ta tillfället i akt att kommentera vissa andra enskildheter i regeringens förslag.

## När slutar en försöksverksamhet att vara ett försök?

I regeringens proposition föreslås en förlängning av lagen (1997:379) om försöksverksamhet avseende medverkan av Konsumentombudsmannen i vissa tvister, samtidigt som den utvidgas till hela det konsumenträttsliga området. "Försöksverksamheten" ska – i den här omgången – pågå i fem år till 2011. När slutar en försöksverksamhet att vara ett försök? Att lagen redan har förlängts och nu dessutom utvidgas samt det faktum att man haft positiva erfarenheter borde borga för att lagen görs permanent.

## Fel! Okänt namn på

Regeringen skriver att "[d]en utvidgning som regeringen nu föreslår möjliggör ett kraftfullt agerande där det finns särskilda problem" samt att "[ä]ven om antalet prejudicerande fall har varit få konstateras i utredningsrapporten att lagen haft flera positiva effekter genom en ökad medvetenhet om konsumentskydd och konsumentskyddande civilrättslig lagstiftning både hos konsumenter och hos näringsidkare". I detta instämmer Folkpartiet.

Konsumentombudsmannens möjlighet att driva vissa tvistemål av till exempel principiellt viktig natur är bra för praxisbildningen på det konsumenträttsliga området. Vi anser också att erfarenheterna av lagen hittills och den utvärdering som har gjorts, är så goda att det inte finns några tungt vägande skäl mot att företa både utvidgning och permanentning genast. De remissinstanser som varit skeptiska har på ett övertygande sätt bemötts i propositionen. Lagens tillämpning på hela det konsumenträttsliga området kan inte ses som något avgörande skäl att vänta med en permanentning av en framgångsrik och värdefull försökslag.

Folkpartiet anser att det vore en fördel om lagen kunde göras permanent redan nu. Därför bör riksdagen biträda förslaget till utvidgning men besluta att avskaffa tidsbestämningen i ikraftträdande- och övergångsbestämmelserna.

## Tillgång till andra forum för tvistlösning

Möjligheten att väcka talan vid domstol måste alltid finnas, men samtidigt är en domstolsprocess dyr, tidskrävande och riskfylld för den enskilde konsumenten, som oftast befinner sig i ekonomiskt underläge gentemot leverantören. Från allmän synpunkt är det viktigt att domstolarna om möjligt befrias från mål som kanske rör småsummor och kan hanteras på annat sätt.

Den kartläggning av näringslivets självregleringsorgan som lagutskottet genomförde riksdagsåret 2003/04 visar också att det för många branscher finns väl fungerande system för hantering av konsumenttvister som ett alternativ till domstolarna.

Folkpartiet välkomnar därför att regeringen vill se över formerna för tvistlösning i Allmänna reklamationsnämnden. Men i det sammanhanget bör också andra, privata och/eller branschvisa tvistlösningsorgan, inkluderas i utredningens uppdrag. I sådana fall kan det givetvis inte resultera i statliga dekret om verksamheten ska organiseras, men däremot kan en ökad dialog om hur sammansättning, granskningsprinciper med mera leda till ett ökat förtroende för denna typ av organ.

Här bör också beaktas möjligheten att skapa gränsöverskridande organ för tvistlösning inom EU. Det arbete som pågår inom EU med att utveckla system för alternativ tvistlösning i konsumentfrågor måste uppmuntras och även öppnas gentemot övriga länder. Exempelvis startade år 2001 EEJ-Net, som tillhandahåller en kommunikations- och stödstruktur bestående av nationella kontaktpunkter i varje medlemsstat där konsumenterna kan få information och stöd vid konsumenttvister. Motsvarande system för alternativ tvistlösning rörande finansiella tjänster, FIN-net, har också inrättats. För konsumenterna

och frihandeln vore det positivt om även länder utanför EU, i första hand EES- och kandidatländerna, kan ansluta sig till detta system på egen bekostnad. Regelverket för dessa och liknande informationssystem måste dock förbli en angelägenhet för EU:s medlemsländer att besluta om.

Detta bör riksdagen ge regeringen till känna.

## Kommunala konsumentvägledare

Kommunal konsumentvägledning är ofta bra just därför att den befinner sig nära konsumenten. I dag finns det inget obligatoriskt åtagande för kommunerna att hålla sig med konsumentvägledning och ingen tydlig ambitionsnivå. Verksamheten utformas olika och är ofta ett vanligt "sparobjekt". Det har diskuterats i närmare trettio år huruvida konsumentvägledning ska vara obligatorisk och ifall nivån på service och rådgivning ska sättas med centrala politiska beslut.

Trots det stora värde som konsumentrådgivningen har, finner Folkpartiet ingen anledning till varför den ska vara ett obligatoriskt politiskt åtagande för kommunerna. Detta tillsammans med vårt höga förtroende för den ideella konsumentrörelse som regeringen till stora delar underskattar, gör att vi vill avvisa tanken om en utredning av hur en "hög och likvärdig nivå kan uppnås i hela landet". Den kunskapen finns – det är en fråga om politisk vilja.

Det finns en uppsjö av förslag, som endera kan utgå ifrån att stärka den frivilliga konsumentrörelsen, göra de kommunala konsumentvägledarna obligatoriska med mera eller stärka de centrala myndighetsaktörernas rådgivningsverksamhet. Det krävs ett vägval mellan dessa olika strategier. Det är precis det den här konsumentpolitiska propositionen borde ha innehållit, men inte gör.

I stället verkar regeringen vilja gå alla tre vägar samtidigt, men helt utan att det ska kosta något eller kräva någon annan form av viljeyttring. Samtidigt som man ska tillsätta en utredning, säger man sig vilja förstärka Konsumentverkets information på Internet till en "heltäckande konsumentportal" samt starta en central telefonrådgivning. Detta är åtgärder som går stick i stäv. Och i och med överlåtandet av tidningen Råd & Rön till Sveriges Konsumentråd gör man en insats för att förstärka den frivilliga konsumentrörelsens ställning.

Förslaget om en ny utredning är onödigt och bör avvisas. I stället krävs ett tydligt politiskt ledarskap i konsumentpolitiken. Detta kan aldrig utredas fram.

Ett paradoxalt problem är att där kommunal konsumentvägledning på grund av flera faktorer kan vara som mest viktigt och efterfrågat, är förutsättningarna sett till ekonomi och befolkningsunderlag kanske ofta som sämst. Det kan till exempel vara så att i glesbygder med stora avstånd, där infrastrukturen är sämre utbyggd, tillgången på bredband lägre och andelen äldre i befolkningen högre finns en väsentligt större efterfrågan på lokal rådgivning än i en storstadsregion med täta förbindelser och en stor andel av befolkningen som dagligen rör sig i flera olika kommuner för att arbeta, roa sig och sova. I det senare fallet kan det till och med vara opraktiskt att hänvisas till

## Fel! Okänt namn på

den kommun där man bor om man en stor del av dagen befinner sig någon annanstans där tillgången på rådgivning skulle vara lättare att nå. Detta reser frågan om vad en likvärdig nivå är.

De olika branschfinansierade rådgivningsbyråer som finns, till exempel Konsumenternas Försäkringsbyrå, Konsumenternas Bank- och finansbyrå med flera, lämnar liksom Konsumentverket i dag alltmer information och rådgivning via telefon och Internet. Andra kanaler är konsumentjournalistik genom tidningar, radio och tv och den tillgång till kunskap och rådgivning som finns inom de frivilliga konsumentrörelserna. Tillgängligheten är alltså i regel hög när det gäller att få kvalificerade råd och information. När det gäller behovet av mer individuellt anpassad rådgivning, särskilt i skuld- och budgetrådgivning, finns det däremot all anledning att organisera denna lokalt. Hur rådgivning, stöd och annan service åt konsumenterna ser ut kan alltså variera ganska mycket mellan kommunerna, men sammantaget kan nivån vara lika hög för det. Detta är ett område där statsmakten ska vara mycket försiktig med att detaljstyra något som hanteras bäst inom de enskilda kommunerna.

## Konsumentverkets flytt till Karlstad

Den största händelsen i konsumentpolitiken i närtid är Konsumentverkets flytt till Karlstad. Att den konsumentpolitiska propositionen är försenad, har ett svagt innehåll när den väl kommer och dessutom i stort sett inte alls berör medelsfrågorna är tillsammans helt oacceptabelt. Ett stort verks flytt kräver omfattande nyrekryteringar på den nya orten. För att kunna rekrytera rätt personal måste myndigheten naturligtvis ha kunskap om de långsiktiga förutsättningarna och inriktningen på arbetet. Nu har regeringen omöjliggjort en smidig övergång.

## Råd & Rön tas över av Sveriges Konsumentråd

Folkpartiet är positivt till att tidningen Råd & Rön kan tas över av den frivilliga konsumentrörelsen. Det bidrar till att renodla Konsumentverkets myndighetsroll samtidigt som det förstärker den frivilliga konsumentrörelsen, något som Folkpartiet länge har verkat för.

## Telefonförsäljning

Regeringen öppnar nu dörren för ett eventuellt förbud mot telefonförsäljning som inte konsumenten godkänt på förhand (avsnitt 9.1.1). Folkpartiet avvisar detta förslag. Det är inte rimligt att utsätta en hel bransch för kollektiv bestraffning på grund av härjningar från ett fåtal oseriösa aktörer som till exempel påstår att konsumenterna ingått bindande avtal när de i själva verket bara beställt information, eller som inte respekterar att vissa konsumenter tackat nej till telefonförsäljning genom att anmäla sig till Nix-registret. Att det före-

## Fel! Okänt namn på

kommer avarter inom telefonförsäljning kan inte motivera att man slår undan benen för en huvudsakligen seriös bransch. Från näringspolitisk synpunkt är det inte heller ovidkommande att callcenterföretag är mycket viktiga arbetsgivare på mindre orter och i glesbygd.

Problemen med seriös telefonförsäljning bör i stället hanteras genom en översyn av marknadsföringslagen och annan relevant lagstiftning. Det kan även bli aktuellt för Sverige att driva dessa frågor hårdare i EU. Vid försäljning över telefon måste det alltid vara försäljarens sak att bevisa att ett avtal har ingåtts, och om bevissituationen är oklar ska detta alltid tolkas till konsumentens fördel.

## Standardisering

Det är utmärkt att regeringen nu säger sig vara beredd att ge konsumentintressena en större tyngd i det internationella standardiseringsarbetet (avsnitt 9.2.2), men två problem återstår. Det första är att regeringen ger ett alltför lågt sammantaget stöd till den fristående konsumentrörelsen; som framgår på annat håll vill Folkpartiet höja nivån på stödet. Det andra är att resonemangen om internationellt standardiseringsarbete huvudsakligen utgår från ett EU-perspektiv medan en allt större del av standardiseringen i framtiden kommer att vara global. Det är viktigt att riksdagen markerar att stödet till standardiseringsarbetet givetvis måste omfatta internationell verksamhet oavsett om den sker på Europainivå eller på global nivå.

## Dags för smileys

Regeringen flaggar i avsnitt 9.3.3 för en kommunal försöksverksamhet med offentliggörande av resultat från livsmedelskontrollen i form av så kallade smileys, alltså dekaler som snabbt och enkelt ger konsumenten en bild av hur den aktuella livsmedelsbutiken eller restaurangen klarade den senaste kontrollen. (En rörelse som fick dåligt resultat ska givetvis ha möjlighet att, efter vidtagna åtgärder, snabbt få en ny kontroll och ett bättre smiley-betyg.) Detta är något som Folkpartiets Marit Paulsen föreslog redan för flera år sedan, och det är nu positivt att regeringen vill gå vidare i frågan.

Men vi anser att erfarenheterna från de länder där liknande system redan finns är så positiva att det vore en omväg att börja med försöksverksamhet. Frågan är utredd och övervägandena finns redovisade i en statlig utredning (SOU 2005:44). Nu är det dags att införa systemet i hela Sverige.

## Könsdiskriminerande reklam

Av statsminister Göran Perssons storstilade tal om att lagstifta mot ”sexualiseringen av det offentliga rummet” blev det bara en liten tumme: i en bisats skriver regeringen nu att den ”överväger ... att utreda förutsättningarna att i

#### Fel! Okänt namn på

lag förbjuda könsdiskriminerande reklam” (avsnitt 9.4.1). Den påtagligt vaga formuleringen om att ”överväga att utreda förutsättningarna” för ett förbud tyder på att en tillnyktring skett i Regeringskansliet. Det är i så fall välkommet.

Ända sedan den liberala ideologin växte fram har liberaler alltid gått i främsta ledet mot könsdiskriminering, förtryck av kvinnor och stereotypa könsroller. Det är därför särskilt viktigt för oss att slå fast att fördomsfulla könsrollsuppfattningar inte kan lagstiftas bort utan kräver uthållig och målmedveten opinionsbildning – av män likaväl som av kvinnor. För att få bort könsdiskriminerande attityder ur marknadsföringen krävs också att vi som enskilda konsumenterna använder vår makt att välja och välja bort. Hellre än att näringsidkare som spelar på grumliga könsrollsfördomar får påhälsning av polisen ska de få påhälsning av konsumenterna som förklarar att de vägrar köpa deras varor.

Regeringens resonemang i detta avsnitt är beklagligt luddigt och talar i allmänna ordalag om att ”det har blivit normalt med kränkande bilder, framför allt av kvinnor”. Svepande formuleringar av det slaget, helt utan påvisbara underlag, kan inte ligga till grund för en ny lagstiftning som med nödvändighet skulle inskränka tryck- och yttrandefriheten. En minst lika rimlig tolkning skulle kunna vara att opinionsbildning har skapat ett förändrat samhällsklimat där man numera reagerar på kränkande könsrollsbeskrivningar av ett slag som man förut var mer benägen att rycka på axlarna åt.

Sexism och könsrollsschabloner kan inte förbjudas bort. En eventuell utredning i en sådan riktning vore en återvändsgränd som bara betydde att värdefull tid gick förlorad.

Stockholm den 11 april 2006

*Martin Andreasson (fp)*

*Jan Ertsborn (fp)*

*Lars Tysklind (fp)*

*Mia Franzén (fp)*

*Ana Maria Narti (fp)*