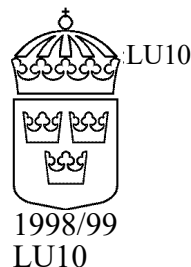


Lagutskottets betänkande

1998/99:LU10

Konsumentpolitiska frågor



Sammanfattning

I betänkandet behandlar utskottet närmare fyrtio motionsyrkanden från allmänna motionstiden år 1998 om olika konsumentpolitiska frågor.

Med anledning av en motion (fp) förordar utskottet ett tillkännagivande som gäller användningen av begrepp såsom legitimerad, auktoriserad och godkänd i marknadsföring. Övriga motionsyrkanden avstyrks med hänvisning till tidigare ställningstaganden samt pågående berednings- och utredningsarbete.

I ärendet har en utfrågning ägt rum med företrädare för Marknadsetiska Rådet (MER) och Näringslivets Etiska Råd mot Könssdiskriminerande reklam (ERK). Vidare har skrivelser inkommit från HögscoleMäklarFöreningen HMF.

Till betänkandet har fogats tre reservationer och tre särskilda yttranden.

Motionerna

1998/99:L701 av Tanja Linderborg m.fl. (v) vari yrkas att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om åtgärder mot tillverkare som underfyller förpackningar.

1998/99:L702 av Barbro Westerholm (fp) vari yrkas att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om behovet av tydligare lagstiftning när det gäller bruk av termer avsedda att ange kompetensen hos yrkesutövare.

1998/99:L703 av Majléne Westerlund Panke (s) vari yrkas att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om reglering av användandet av e-postreklam i mening att minska dess spridning och omfattning.

1998/99:L704 av Rolf Åbjörnsson m.fl. (kd) vari yrkas att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om att en översyn bör göras så att marknadsföring som påverkar folkhälsan negativt anses otillbörlig.

1998/99:L705 av Yvonne Ruwaida m.fl. (mp) vari yrkas

1. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om nödvändigheten av att garantera konsumentens möjlighet att göra medvetna val genom införande av fullständiga innehållsdeklarationer,

2. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om att myndigheter måste få större möjligheter att med substitutionsprincipen kunna tvinga bort miljödåliga varor,

3. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om nödvändigheten av att politiken sätter pris på miljöförstöring,

4. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om att regeringen årligen redovisar till riksdagen hur miljömålet utvecklas,

5. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om att en prioriterad uppgift för Sverige måste vara att påverka EU så att hänsyn till konsumenten och miljön sätts före hänsyn till den inre marknaden,

6. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om att Sverige i EU och internationellt, i situationer där konsumentintressen berörs, skickar personer som representerar alla konsumentorganisationer som finns i Sverige,

7. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om en nyhetstidning om konsumentpolitiken i EU och om svenska initiativ och insatser,

8. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om att "Anslagstavlan" utvecklas så att också information om miljö och livsstil kan sändas,

9. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om att KRAV:s information om ekologiska livsmedel bör bli berättigad till statligt stöd,

10. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om att reformera Nordens miljömärkning Svanen,

12. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om kriteriearbetet kring miljömärkningen,

13. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om att Sverige måste verka i EU för att bevara den nationella miljömärkningen,

14. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om behovet av att stödja en process för en rättvis handel,

15. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om förbud mot könsdiskriminerande reklam,

16. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om att förbjuda all reklam och smyg reklam för tobaks- och alkoholprodukter,

17. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om konsumentforskning,

18. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om att produktsäkerhetslagen skall omfatta sådana offentligt producerade tjänster som tillhandahålls inom ramen för offentlig service och inte är en direkt följd av myndighetsutövning,

19. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om ändring i 2 § marknadsföringslagen så att lagen även blir tillämplig på intresseorganisationer som marknadsför produkter.

1998/99:L706 av Ragnwi Marcelind (kd) vari yrkas

1. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om behovet av ett regelverk för nätverksförsäljning i Sverige,

2. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om innehållet i ett sådant regelverk.

1998/99:L707 av Helena Frisk och Inger Lundberg (s) vari yrkas att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om översyn av konsumentskydd och uppgiftsskyldighet vid tjänsteköp.

1998/99:L708 av Eva Johansson (s) vari yrkas att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om tilläggsdirektiv till 2000-delegationen.

1998/99:L709 av Stig Rindborg m.fl. (m) vari yrkas att riksdagen hos regeringen begär förslag till ändring av produktsäkerhetslagen i enlighet med vad som anförts i motionen.

1998/99:L710 av Stig Rindborg m.fl. (m) vari yrkas

1. att riksdagen hos regeringen begär förslag om begränsningar av Konsumentverkets verksamhet i enlighet med vad som anförts i motionen,

2. att riksdagen hos regeringen begär förslag om hur framväxten av frivilliga och oberoende konsumentorganisationer kan stimuleras i enlighet med vad som anförts i motionen,

3. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om behovet av undervisning i konsumentfrågor.

1998/99:L711 av Tomas Eneroth m.fl. (s) vari yrkas att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om ett konsumentskydd mot oönskad e-postreklam.

1998/99:L903 av Barbro Johansson (mp) vari yrkas att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om en utredning om regler i köplagen enligt intentionerna i motionen.

1998/99:K231 av Helena Bargholtz m.fl. (fp) vari yrkas

10. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om behovet av en ny servicemyndighet till konsumenter av IT.

1998/99:So321 av Ingrid Burman m.fl. (v) vari yrkas

11. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om att överväga förbud mot reklam som direkt eller indirekt uppmuntrar till hälsofarligt beteende.

1998/99:So371 av Gunnel Wallin och Viviann Gerdin (c) vari yrkas

4. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om att en Livsmedels-Fass arbetas fram.

1998/99:N277 av Gudrun Schyman m.fl. (v) vari yrkas

11. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om F2 Konsumentverket och hur konsumentvägledningen skall utvecklas och stärkas.

1998/99:A291 av Gudrun Schyman m.fl. (v) vari yrkas

14. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om könsdiskriminerande reklam.

Utskottet

Konsumentpolitikens mål och riktlinjer

Verksamhet med syfte att stödja konsumenter har en lång tradition i Sverige. Till en början bedrevs sådan verksamhet av olika konsumentorganisationer, exempelvis Kooperativa kvinnogillesförbundet och Husmodersföreningarnas Riksförbund, som bildades redan i början av 1900-talet. Ett statligt engagemang växte fram långt senare. Först under 1940-talet bildades halv- och helstatliga institutioner med konsumentstödande uppgifter. Fram till slutet av 1950-talet var dessa konsumentorgans verksamhet framför allt inriktad på att hjälpa hushållen att utnyttja sina resurser så väl som möjligt. Efter hand kom verksamheten att ägnas åt provning och upplysning om varor.

Under 1960-talet vidgades ramen för det konsumentpolitiska arbetet. Konsumentens roll som marknadsaktör kom att ägnas ett allt större intresse. Under senare delen av 1960-talet inleddes försök med lokal konsumentverksamhet. Nya statliga organ med konsumentpolitiska uppgifter bildades. Allmänna reklamationsnämnden kom till år 1968. Konsumentombudsmannen (KO) och Marknadsrådet, nuvarande Marknadsdomstolen, inrättades år 1971 och Konsumentverket året därpå. Lagstiftningsarbetet på det konsumentpolitiska området inleddes i början av 1970-talet. Sedan dess har en mängd nya lagar stiftats, både på civilrättens och marknadsrättens område, i syfte att stärka konsumenternas rättsliga ställning.

Konsumentpolitisk verksamhet bedrivs nu – förutom av enskilda konsumenter – av staten, kommunerna, frivilliga organisationer och näringslivet. Verksamheten är bred och mångfasetterad och är inriktad på såväl övergripande som individuella frågor.

Den centrala förvaltningsmyndigheten för konsumentfrågor är Konsumentverket. Övergripande mål för verksamheten är att stödja hushållen i deras strävan att effektivt utnyttja sina resurser, att stärka konsumenternas ställning på marknaden, att skydda konsumenternas hälsa och säkerhet samt att medverka till att sådana konsumtions- och produktionsmönster utvecklas som minskar påfrestningarna på miljön och bidrar till en långsiktigt hållbar utveckling. Konsumentverket har även sedan den 1 juli 1998 ett s.k. sektorsansvar för miljörelaterade konsumentfrågor. För budgetåret 1999 under utgiftsområde 24 Näringsliv har riksdagen anvisat ett ramanslag till Konsumentverket om 76 802 000 kr (prop. 1998/99:1, utg. omr. 24, bet. NU1).

De frivilliga konsumentorganisationerna spelar en viktig roll i arbetet med olika konsumentfrågor. En grupp utgörs av fristående organisationer med konsumentaktiviteter som huvudengagemang, t.ex. Sveriges konsumentråd

och Husmodersföreningen Hem och Samhälle. En annan grupp består av organisationer och folkrörelser med ett allmänt samhällsintresse där ett konsumentpolitiskt engagemang är en del av organisationens övergripande mål, exempelvis fackliga organisationer och Villaägarnas riksförbund.

Inom näringslivet har sedan många år utvecklats en omfattande verksamhet med s.k. egenåtgärder, vilka syftar till att lösa eller förebygga olika konsumentproblem. Flertalet av dessa har en inriktning på god sed i marknadsföringen och förekommer i form av branschvisa eller branschövergripande regler samt på undervisning och information angående gällande regler. Många branscher har fortlöpande utvecklat olika program för intern reklambevakning, reklamationshantering, tvistlösning och annan kundinriktad verksamhet.

Konsumentpolitiska riktlinjer har fastställts av riksdagen vid fyra tillfällen. De nuvarande riktlinjerna, som fastställdes genom riksdagens beslut i juni 1995, är avsedda att ange målen för och inriktningen på den konsumentpolitik som behövs för att möta de förändringar som sker och stärka konsumenternas ställning. Vissa områden skall enligt riktlinjerna vara prioriterade. Dit hör hushållens baskonsumtion och stöd till konsumentgrupper som är ekonomiskt eller socialt utsatta eller som av andra skäl har behov av särskilt stöd. Det gäller också åtgärder som främjar konsumentintressena i det internationella samarbetet (prop. 1994/95:140, bet. LU32).

De mål som har fastlagts för konsumentpolitiken är sålunda *att* hushållen skall ha goda möjligheter att utnyttja sina ekonomiska resurser effektivt, *att* konsumenterna skall ha en starkt ställning på marknaden, *att* konsumenternas hälsa och säkerhet skyddas *samt att* sådana konsumtions- och produktionsmönster utvecklas som minskar påfrestningarna på miljön och bidrar till en långsiktigt hållbar utveckling.

Den 7 januari 1999 beslutade regeringen att tillkalla en parlamentarisk kommitté med uppgift att lämna förslag beträffande utformningen av konsumentpolitiken inför ett nytt sekel (dir. 1999:1).

Enligt direktiven skall kommittén identifiera konsumentpolitikens långsiktiga innehåll och prioriteringar. Utredningen skall genomföras i ett tydligt EU-perspektiv, där det nordiska samarbetet skall vara en viktig bas. Kommittén skall för detta ändamål göra en utvärdering och en översyn av de konsumentpolitiska målen. Vid behov skall kommittén föreslå hur målen kan utvecklas och förbättras, mot bakgrund av de nya förutsättningar som samhället ger. Kommittén skall också avväga vilka medel i form av lagstiftning och ekonomiska och andra resurser som bör utnyttjas för att bäst nå dessa mål. Arbetet skall redovisas senast den 15 mars 2000.

Stig Rindborg m.fl. (m) behandlar i motion L710 övergripande frågor rörande den framtida konsumentpolitikens mål och inriktning. Motionärerna menar att det främst är en fri marknadsekonomi som ger konsumenterna makt och att ett allomfattande statligt ansvarstagande leder till passivitet och skapar en dyr och ofta otymplig byråkrati. Stora delar av Konsumentverkets verksamhet skulle, enligt motionärerna, kunna privatiseras. I motionen begärs ett tillkännagivande om att regeringen skall återkomma med förslag till begränsningar av verkets verksamhet i enlighet med det anförda (yrkande 1). Motionärerna anser vidare att dessa begränsningar av verkets uppgifter skulle

möjliggöra stöd till frivilliga och verkligt oberoende konsumentorganisationer som skulle kunna vara pådrivande i angelägna konsumentfrågor. I motionen begärs ett tillkännagivande om att riksdagen hos regeringen skall begära förslag till hur framväxten av sådana organisationer kan stimuleras (yrkande 2).

Riksdagen har vid flera tidigare tillfällen, bl.a. våren 1997 och våren 1998, på utskottets hemställan avslagit yrkanden som gått ut på begränsningar i den statliga konsumentpolitiska verksamheten. Utskottet har därvid framhållit att den svenska konsumentpolitiken har en lång tradition, som vid en internationell jämförelse måste anses ha varit framgångsrik, och pekat på att flera olika statliga organ har inrättats för att hjälpa hushållen att utnyttja sina resurser effektivt och stärka konsumenternas ställning på marknaden. Det utförda arbetet har, enligt vad utskottet anfört, lett till ett väl utvecklat stöd och skydd för konsumenterna. Utskottet har därutöver konstaterat att den svenska modellen för konsumentpolitiskt arbete bygger på ett betydande offentligt engagemang och ett starkt inflytande från konsumenterna och deras organisationer (bet. 1996/97:LU13 och 1997/98:LU21).

Också motionsyrkanden med innebörden att ansvaret på konsumentområdet i större utsträckning borde överlåtas till icke statliga aktörer, såsom frivilliga organisationer, har avstyrkts av utskottet vid ett flertal tidigare tillfällen, bl.a. våren 1995 i betänkande 1994/95:LU32 och våren 1998 i betänkande 1997/98:LU21. Utskottet har därvid uttalat att det primära ansvaret på konsumentområdet också fortsättningsvis bör ligga på staten, men samtidigt understrukit att konsumentorganisationerna är och kommer att vara ett alldeles utmärkt komplement till den statliga och kommunala konsumentverksamheten.

Enligt utskottets mening bör riksdagen för närvarande inte göra några uttalanden beträffande de principiella spörsmål som tas upp i den nu aktuella motionen. Frågeställningarna ryms nämligen inom det uppdrag regeringen den 7 januari 1999 gett till utredningen om konsumentpolitiken inför ett nytt sekel. Av direktiven framgår att utredningen skall identifiera vilka områden som långsiktigt bör prioriteras inom konsumentpolitiken och vilken ambitionsnivå som bör gälla på de olika områdena. I detta ingår att värdera vad som skall vara konsumentpolitikens huvudinriktning, och en modell skall föreslås för det offentliga åtagandet på konsumentområdet. Kommittén skall för detta ändamål göra en utvärdering och en översyn av de konsumentpolitiska målen och arbetet. Vid behov skall kommittén föreslå hur målen kan utvecklas och fungera bättre mot bakgrund av de nya förutsättningarna i samhället.

Utskottet anser att resultatet av det nu inledda utredningsarbetet bör avvaktas och avstyrker därför bifall till motion L710 yrkandena 1 och 2.

Det svenska arbetet med konsumentfrågor inom EU

Inom EU beslutades uttryckliga konsumentpolitiska mål genom Maastrichtfördraget år 1993. Därvid infördes också en särskild artikel om konsumentskydd, 129a, i Romfördraget. Enligt artikeln skall gemenskapen medverka till att konsumentskyddet uppnår en hög nivå. Det slås vidare fast

att de åtgärder som EU vidtar inte skall hindra något medlemsland från att behålla eller införa strängare skyddsåtgärder, förutsatt att detta är i överensstämmelse med fördraget och att kommissionen informerats om åtgärderna.

Genom Amsterdamfördraget, som godkändes av riksdagen våren 1998 och som förväntas träda i kraft under år 1999, tydliggörs att konsumentfrågorna är ett självständigt politikområde inom EU. Rådet ges en möjlighet att besluta om åtgärder med huvudsyfte att främja konsumenternas intressen och att säkerställa en hög konsumentskyddsnivå. Konsumentskyddskravet skall vidare beaktas vid utformningen och genomförandet av gemenskapens övriga politik på alla områden. Därtill kommer att miljöpolitiken skall integreras i gemenskapens alla politikområden, något som har särskild betydelse för möjligheterna att verka för att miljömålet inom konsumentpolitiken kan uppfyllas.

Våren 1996 beslutade riksdagen om mål för och inriktning av det svenska arbetet med konsumentfrågor inom EU (skr. 1995/96:181, bet. LU26). Det övergripande målet för Sveriges arbete skall, enligt riksdagens beslut, vara att ge konsumenterna en stark ställning på marknaden och att främja konsumenternas intressen och inflytande i ett integrerat Europa. Samtidigt skall det vara möjligt att bibehålla och utveckla nivån på svensk konsumentpolitik. Den grundsyn på konsumentpolitikens syfte som riksdagen gett uttryck för i 1995 års konsumentpolitiska beslut ligger således också till grund för vad som skall gälla för arbetet inom EU.

I motion L705 av Yvonne Ruwaida m.fl. (mp) anförs att Sverige måste kämpa för att konsumenternas ställning stärks i förhållande till den inre marknaden. I motionen begärs ett tillkännagivande om att en prioriterad uppgift för Sverige inom EU skall vara att påverka unionen i en sådan riktning att hänsynen till konsumenterna och miljön sätts före hänsynen till den inre marknaden (yrkande 5). Motionärerna betonar också behovet av en mångfald konsumentorganisationer i Sverige och inom EU. I motionen begärs ett tillkännagivande om vikten av att Sverige inom EU och i andra internationella sammanhang där konsumentintressen berörs sänder personer som representerar alla konsumentorganisationer i landet (yrkande 6). Motionärerna anser också att det är svårt att få information om det konsumentpolitiska arbetet inom EU och yrkar att riksdagen skall begära att regeringen ser till att en nyhetstidning inrättas, dels om EU:s konsumentpolitik, dels om svenska initiativ och insatser på konsumentpolitikens område (yrkande 7).

Vad först gäller yrkande 5 konstaterar utskottet att ett yrkande med motsvarande innebörd avstyrktes våren 1996 i samband med behandlingen av regeringens skrivelse om konsumentpolitiken inom EU (skr. 1995/96:181, bet. LU26). Utskottet kunde då inte se att det förelåg några avgörande skillnader mellan motionärernas önskemål och de mål för arbetet med konsumentpolitiken i EU som riksdagen ställt upp. Även våren 1997 avstyrktes ett liknande yrkande (bet. 1996/97:LU13), varvid utskottet utöver tidigare angivna skäl hänvisade till att regeringen utfäst sig att vid EU:s regeringskonferens verka dels för ett ökat konsumentinflytande, dels för att det skall vara ett uttryckligt mål för gemenskapens konsumentpolitik att utveckla sådana produktions- och konsumtionsmönster som minskar påfrestningarna på miljön och bidrar till en långsiktigt hållbar utveckling.

När det sedan gäller yrkande 6 avstyrktes också ett motsvarande yrkande av utskottet våren 1996 (bet. 1995/96:LU26). Utskottet hänvisade därvid bl.a. till att regeringens principiella synsätt inte stod i strid med det som motionärerna gav uttryck för. Konsumentorganisationernas betydelse, särskilt i det internationella arbetet, har nu på nytt understrukits av regeringen, senast i 1998 års budgetproposition. I propositionen uttalar regeringen att konsumentorganisationerna spelar en viktig roll, särskilt i det nordiska och europeiska samarbetet, och att de i sin egenskap av frivilliga organisationer kan utöva inflytande genom andra kanaler än dem som regeringen har tillgång till (prop. 1998/99:1, utg. omr. 24).

Utskottet är inte berett att med anledning av de nu aktuella motionsyrkandena förorda några särskilda åtgärder från riksdagens sida. I direktiven till utredningen om konsumentpolitiken inför ett nytt sekel konstaterar regeringen att inriktningen för arbetet med konsumentpolitik i EU formulerades efter endast ett års medlemskap i unionen. Vidare konstateras att svensk konsumentpolitik i dag är djupt integrerad med EU:s konsumentpolitik, och att de fyra år Sverige nu varit medlem har gett oss erfarenheter kring hur konsumentpolitiken kan utformas i Sverige och EU. Det kan, enligt vad som anförs i direktiven, finnas behov av att tydligare betona EU-aspekterna i konsumentpolitikens mål. Eventuellt behövs en omprioritering av vilka arbetsformer och andra medel som bör användas. Av direktiven framgår att utredningen skall ske i ett tydligt EU-perspektiv samt att kommittén särskilt skall analysera och vid behov lämna förslag rörande frågan dels om EU-aspekten tydligare bör betonas i konsumentpolitikens mål och, i så fall, på vilket sätt detta kan ske, dels vilka arbetsformer och arbetsmedel som bör användas för att Sverige skall kunna bedriva ett kraftfullt och initierat arbete med konsumentfrågor inom EU och andra relevanta internationella forum.

Beträffande informationen om det konsumentpolitiska arbetet inom EU kan utskottet inte ställa sig bakom den kritik som förts fram i motion L705 yrkande 7. Utskottet vill därvid peka på att en rad åtgärder vidtagits i olika sammanhang för att informera om konsumentpolitiska frågor, både när det gäller nationella frågor och arbetet inom EU. Sålunda har Konsumentverket gett ut olika typer av rapporter, rättsinformation, faktablad och liknande material som bl.a. berör EU-frågor. Även på verkets hemsida på Internet finns bl.a. aktuell EU-information. Vidare kan nämnas nyhetsbrevet Konsumentfrågor och EU och skriften Nya EU-förslag, som med jämna mellanrum ges ut av Regeringskansliet. Även på Regeringskansliets hemsidor finns en mängd information om EU och det svenska arbetet där.

Sammanfattningsvis kan utskottet inte se att det finns några avgörande skillnader mellan motionärernas önskemål och det arbete regeringen bedriver på området. Utskottet anser att motion L705 yrkandena 5, 6 och 7 inte bör föranleda någon riksdagens vidare åtgärd.

Lokal konsumentverksamhet

För närvarande förekommer lokal konsumentverksamhet i omkring 240 av landets kommuner. Verksamheten finansieras kommunalt, men erhåller visst stöd av Konsumentverket, bl.a. när det gäller informationsmaterial och kurs-

verksamheter, m.m. Vid lokal konsumentverksamhet erbjuds konsumenterna bl.a. rådgivning inför köp och budgetrådgivning.

Våren 1991 behandlade riksdagen en skrivelse från regeringen om den lokala konsumentverksamheten. I skrivelsen redovisades bl.a. de åtgärder som regeringen vidtagit för att stödja sådan konsumentverksamhet. Åtgärderna syftade till att öka kunskaperna om den kommunala konsumentverksamheten och dess effekter samt utveckla formerna för en effektivare kommunal verksamhet. Därutöver hade åtgärderna till syfte att stärka frivilliga organisationers möjligheter att lokalt arbeta med konsumentfrågor samt att effektivisera det statliga stödet till den lokala konsumentverksamheten. Vad som anfördes i skrivelsen föranledde inte någon erinran från riksdagens sida (skr. 1990/91:143, bet. LU37).

I samband med 1995 års konsumentpolitiska beslut, uttalade regeringen, med riksdagens instämmande, att den lokala förankringen av konsumentverksamheten är grundläggande för att konsumentpolitiken skall bli framgångsrik och att de riktlinjer som tidigare fastställts för den lokala konsumentpolitiken borde ligga fast (prop. 1994/95:140, bet. LU32).

Den lokala konsumentvägledningen berördes även våren 1998 vid behandlingen av skrivelsen om konsumenterna och miljön. Utskottet betonade därvid värdet av det arbete som utförs av kommunerna när det gäller bl.a. hushållsekonomiska frågor (skr. 1997/98:67, bet. LU21).

I motion N277 av Gudrun Schyman m.fl. (v) pekar motionärerna på att många enskilda hushåll har behov av ekonomisk rådgivning, samtidigt som antalet kommuner med konsumentvägledning har minskat under år 1997. I motionen begärs ett tillkännagivande om att regeringen i särskild ordning bör överväga hur konsumentvägledningen skall utvecklas och stärkas (yrkande 11).

Också när det gäller detta motionsspörsmål vill utskottet hänvisa till de direktiv regeringen beslutade den 7 januari 1999 till utredningen om konsumentpolitiken inför ett nytt sekel. I direktiven anför regeringen att kommunal konsumentverksamhet är viktig för att konsumenterna skall ha nära till en objektiv och oberoende rådgivning. Konsumentvägledning finns i de flesta kommuner, men har varierande omfattning. Totalt sett bedrivs dock, enligt regeringens bedömning, en omfattande verksamhet, där viktiga inslag är budgetrådgivning, reklamationshantering och medling i konsumenttvister, förköpsrådgivning, skolkontakter, marknadsbevakning och konsumenträttslig rådgivning. Av direktiven framgår att kommittén skall lämna förslag på hur konsumenternas rätt till lokal, objektiv och oberoende konsumentvägledning bäst kan tas till vara. En särskild viktig fråga för kommittén är att analysera hur arbetet med budgetrådgivning och skuldsanering kan förstärkas.

Utskottet kan inte finna annat än att motionsönskemålet härigenom är tillgodosett, och utskottet avstyrker därför bifall till motion N277 yrkande 11.

Forskning och utbildning

Forskning på det konsumentpolitiska området tillhör inte någon särskild akademisk disciplin. Verksamheten bedrivs inom en rad områden med vitt skilda teoretiska och metodologiska ansatser som naturvetenskap, ekonomi,

beteendevetenskap och teknik. Sedan länge har det ingått i Konsumentverkets uppgifter att stödja konsumentforskning, och verket har alltsedan mitten av 1970-talet haft särskilda medel för att stödja forskningen på konsumentområdet. Den 1 januari 1997 tog Forskningsrådsnämnden över ansvaret för stödet till konsumentforskningen. Konsumentverket förfogar dock alljämt över medel att fördela till sådan forskning.

I motion L705 begär Yvonne Ruwaida m.fl. (mp) ett tillkännagivande om att konsumentforskningen i första hand bör tilldelas ytterligare resurser eller, i andra hand, får en egen organisation inom universitet och högskola (yrkande 17).

Utskottet konstaterar att utredningen om konsumentpolitiken inför ett nytt sekel har att överväga de nu aktuella motionsspörsmålen. Av direktiven framgår att kommittén skall analysera och lämna förslag om hur samhällets resurser för konsumentforskningen bör utformas och finansieras. Enligt utskottets mening bör resultatet av utredningsarbetet avvaktas, och utskottet avstyrker därför bifall till motion L705 yrkande 17.

Stig Rindborg m.fl. (m) begär i motion L710 ett tillkännagivande om vikten av skolans undervisning, bl.a. i ekonomi, för ökad medvetenhet i konsumentfrågor (yrkande 3).

Frågor som rör ungdomar och konsumtion behandlades ingående av utskottet våren 1995 i samband med behandlingen av propositionen Aktiv konsumentpolitik (prop. 1994/95:140). I propositionen uttalade sig regeringen bl.a. beträffande gymnasieundervisningen och menade att konsumentkunskap måste ses som ett ämnesövergripande område, som kan tas upp i undervisningen i en rad olika ämnen, t.ex. samhällskunskap, matematik, ekonomi och svenska. Utskottet ansåg för sin del att det var angeläget med ökad uppmärksamhet gentemot ungdomar, inte minst när det gäller hushållsekonomiska frågor (bet. 1994/95:LU32).

Spörsmålen kring ungdomar och utbildning på konsumentområdet berördes av utskottet även våren 1998 vid behandlingen av skrivelsen om konsumenterna och miljön. Utskottet delade därvid regeringens uppfattning att inlärningsprocessen i skolan och den högre utbildningen är en av de viktigaste faktorerna för att enskilda på sikt skall kunna tillägna sig djupgående kunskap om sin inverkan på miljön och medverka till en hållbar utveckling. Enligt utskottets mening var det därför ytterst värdefullt att frågor som rör konsumentkunskap sattes i fokus (skr. 1997/98:67, bet. LU21).

Därutöver vill utskottet peka på att utredningen om konsumentpolitiken inför ett nytt sekel har i uppgift att överväga de nu aktuella motionsspörsmålen. Av direktiven framgår att kommittén skall analysera och lämna förslag om hur samhällets ansvar för konsumentinformation och konsumentutbildning bör utformas och finansieras. Kommittén skall också analysera om det behövs särskilda insatser för unga konsumenter.

Mot denna bakgrund anser utskottet att motion L710 yrkande 3 inte påkallar någon riksdagens ytterligare åtgärd.

Som tidigare har redovisats innebär det år 1995 av riksdagen fastställda konsumentpolitiska miljömålet att sådana konsumtions- och produktionsmönster skall utvecklas som minskar påfrestningarna på miljön och bidrar till en långsiktigt hållbar utveckling.

Miljömålet följdes upp av regeringen våren 1998 i skrivelsen Konsumenterna och miljön – en handlingsplan för hållbar utveckling (skr. 1997/98:67). I skrivelsen presenterade regeringen sin syn på centrala frågor som rör miljömålet och lade fram en handlingsplan med en rad olika åtgärder för att uppfylla målet. Enligt skrivelsen skall miljömålets utveckling utvärderas på olika sätt. Sålunda skall Konsumentverket varje år redovisa för regeringen vilka åtgärder som har vidtagits på området och vid lämpliga tidpunkter redovisa effekterna av dessa. Vidare skall regeringen år 2001 återkomma till riksdagen med en lägesrapport om hur arbetet med miljömålet fortskrider och senast år 2002 redovisa effekterna av detta arbete.

Skrivelsen behandlades av utskottet våren 1998 och föranledde därvid inte några erinringar från utskottets sida. Utskottet uttryckte i sitt av riksdagen godkända betänkande sin tillfredsställelse över den åtgärdsinriktade handlingsplan för förverkligandet av miljömålet som regeringen presenterat och menade att en plan för att inleda en process som syftar till att uppmuntra och underlätta för hushållen att ta ansvar för miljön var av betydande värde (bet. 1997/98:LU21).

I motion L705 av Yvonne Ruwaida m.fl. (mp) begärs ett tillkännagivande som går ut på att det skall vara ett mål för konsumentpolitiken att man sätter ett pris på miljöförstöringen (yrkande 3). Motionärerna begär vidare ett tillkännagivande om att regeringen varje år skall återkomma till riksdagen med en redovisning av miljömålets utveckling (yrkande 4).

Utskottet erinrar om att yrkanden med samma innebörd som de nu aktuella avstyrkts tidigare. Senast skedde detta våren 1998 vid behandlingen av den tidigare redovisade skrivelsen om konsumenterna och miljön. Utskottet ansåg därvid att miljömålet, som det uttryckts i 1995 års beslut, skulle ligga fast. Vidare fann utskottet att den uppföljning av miljömålet som regeringen aviserat i skrivelsen var tillräcklig (bet. 1997/98:LU21).

Vad som anförts i den nu aktuella motionen utgör enligt utskottets mening inte skäl för riksdagen att frånga sina tidigare ställningstaganden vad gäller miljömålets närmare utformning och dess uppföljning. I sammanhanget bör vidare erinras om att utredningen om konsumentpolitiken inför ett nytt sekel enligt direktiven skall analysera miljömålets relation till de övriga konsumentpolitiska målen och identifiera eventuella målkonflikter. Om det för helhetens skull visar sig finnas behov av förändringar av miljömålet kan kommittén lägga fram förslag också i detta avseende.

Med det anförda avstyrker utskottet bifall till motion L705 yrkande 3 och 4.

I motion L705 av Yvonne Ruwaida m.fl. (mp) begärs vidare ett tillkännagivande om att myndigheter bör få större möjligheter att med stöd av substitutionsprincipen tvinga bort miljödåliga varor (yrkande 2).

Substitutionsprincipen, eller produktvalsprincipen, innebär att alla som bedriver eller avser att bedriva en verksamhet eller vidta en åtgärd skall undvika sådana kemiska produkter och biotekniska organismer som kan ersättas med sådana produkter som kan antas vara mindre farliga. Detta gäller också varor som innehåller eller har behandlats med en kemisk produkt eller bioteknisk organism. Den som i något sammanhang tänker använda en kemisk produkt eller en vara som har behandlats med en kemikalie skall alltså bedöma om samma resultat kan nås med en annan produkt som är mindre riskfylld eller helt ofarlig.

Principen kom tidigare till uttryck i 5 § lagen (1985:426) om kemiska produkter. Denna lag upphörde att gälla den 1 januari 1999, varvid en motsvarande bestämmelse infördes i 2 kap. 6 § miljöbalken. Lagstiftningen innebär att tillsynsmyndigheterna i enskilda fall kan förbjuda användningen av vissa kemiska och andra produkter. Den medger dock inte att tillsynsmyndigheterna utfärdar generella förbud.

I samband med riksdagsbehandlingen av miljöbalken avstyrkte jordbruksutskottet motionsyrkanden med i huvudsak samma innebörd som det nu aktuella (prop. 1997/98:145, bet. JoU20).

Lagutskottet kan för sin del inte finna skäl till något annat ställningstagande, och utskottet avstyrker därför bifall till motion L705 yrkande 2.

I motion L705 av Yvonne Ruwaida m.fl. (mp) begärs slutligen ett tillkännagivande som går ut på att TV-inslaget ”Anslagstavlan” skall utvecklas på så sätt att information om miljö och livsstil ingår i inslaget (yrkande 8).

Utskottet anser att det inte bör ankomma på riksdagen att ha några synpunkter på innehållet i ett enskilt TV-program och avstyrker bifall också till yrkande 8 i motion L705.

Åtgärder mot viss marknadsföring

Inte sällan används olika typer av miljöargument i marknadsföringen av produkter. Exempel på varuområden där miljöargument är vanligt förekommande är livsmedel, kemisk-tekniska produkter, möbler, bilar och byggmaterial.

Konsumentverket och KO har bl.a. till uppgift att utöva tillsyn över användningen av miljöargument i marknadsföring. Med stöd av marknadsföringslagen (1995:450) kan vilseledande framställningar som avser bl.a. produktens användning och inverkan på miljön förbjudas. Marknadsföringslagens tillämpningsområde är dock begränsat till fall då näringsidkare marknadsför eller själv efterfrågar produkter i sin näringsverksamhet. Ingripanden med stöd av marknadsföringslagen kan således enbart ske i rent kommersiell verksamhet.

I motion L705 av Yvonne Ruwaida m.fl. (mp) vänder sig motionärerna mot bl.a. Motorbranschens Riksförbunds och Bilindustriföreningens annonskampanj på temat: ”Bli miljövän – köp ny bil”. I motionen yrkas att riksdagen hos regeringen begär förslag till en sådan ändring i marknadsföringslagen att lagen blir tillämplig även på intresseorganisationer som marknadsför produkter (yrkande 19).

Ett yrkande med motsvarande innebörd behandlades av utskottet så sent som våren 1998 (bet. 1997/98:LU21). Utskottet hänvisade därvid bl.a. till att intresseorganisationer, enligt tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen, har en grundlagsskyddad rätt att ägna sig åt opinionsbildande verksamhet och fann inte skäl att förordna ändrad lagstiftning.

Utskottet vidhåller sin uppfattning och avstyrker bifall till motion L705 yrkande 19.

Därmed övergår utskottet till att behandla ett antal motionsyrkanden som gäller könsdiskriminerande reklam samt marknadsföring och folkhälsofrågor.

I motion L705 av Yvonne Ruwaida m.fl. (mp) begärs ett tillkännagivande om att regeringen skall återkomma till riksdagen med förslag till förbud mot könsdiskriminerande reklam. Motionärerna anför bl.a. att det är oförenligt med dagens syn på jämställdhet att kvinnor och män i marknadsföring beskrivs på ett sätt som strider mot kravet på mänsklig värdighet och principen om de enskilda människornas värde och rättigheter oavsett kön (yrkande 15).

Ett motsvarande yrkande framförs i motion A291 av Gudrun Schyman m.fl. (v) (yrkande 14).

Rolf Åbjörnsson m.fl. (kd) pekar i motion L704 på problemet med marknadsföring som leder till åtstörningar bland ungdomar. I motionen begärs tillkännagivande om en översyn av marknadsföringslagen i syfte att åstadkomma sådana ändringar som innebär att marknadsföring som påverkar folkhälsan skall anses vara otillbörlig.

I motion So321 av Ingrid Burman m.fl. (v) begärs ett tillkännagivande som innebär att regeringen bör överväga ett förbud mot reklam som direkt eller indirekt uppmannar till hälsofarligt ätbeteende (yrkande 11).

Frågan om lagstiftning mot diskriminerande reklam har varit föremål för en mängd överväganden och förslag under de senaste decennierna. Vad som därvid har diskuterats har gällt dels om sådana regler över huvud taget behövs, dels om en sådan lagstiftning kräver grundlagsändringar. De som har motsatt sig lagstiftning har bl.a. gjort gällande att de egenåtgärder som företas från näringslivets sida är mer verkningsfulla än vad som kan åstadkommas med stöd av lagstiftning.

Spörsmålet om ett förbud mot diskriminerande reklam, i första hand könsdiskriminerande reklam, behandlades av utskottet våren 1995 i samband med att riksdagen antog den nya marknadsföringslagen (prop. 1994/95:12, bet. LU16). Konstitutionsutskottet ansåg i sitt yttrande till lagutskottet att lagstiftning mot könsdiskriminerande reklam, som begärts i då aktuella motioner, inte kan införas utan grundlagsändring. Lagutskottet delade motionärernas uppfattning att reklam med inslag av diskriminering i olika former var oacceptabel. Eftersom en laglig möjlighet att ingripa mot diskriminerande reklam kräver grundlagsändringar som innebär inskränkningar i tryckfrihetens och yttrandefrihetens grundvalar bör dock, anförde utskottet, lagstiftning komma i fråga endast om detta framstår som det enda alternativet till att komma till rätt med problemen. Förutom att lagstiftningsbehovet sålunda måste vara klarlagt borde, enligt utskottet, vidare krävas att den diskriminerande reklamen förekommer i sådan omfattning och är av sådan art att inskränkningar i tryckfrihetsrätten och yttrandefriheten oundgängligen är påkallade. Utskottet, som konstaterade att regeringen avsåg att följa utveckl-

ingen på området, avstyrkte med det anförda bifall till då aktuella motioner. Riksdagen följde utskottets hemställan.

Senast behandlade utskottet motionsyrkanden om förbud mot könsdiskriminerande reklam våren 1998. Utskottet fann därvid inte skäl att frånga sina tidigare ställningstaganden i frågan och avstyrkte bifall till motionsyrkandena (1997/98:LU21).

I sammanhanget bör även erinras om att Konsumentverket i juni 1995 fick i uppdrag av regeringen att redovisa utvecklingen och föreslå lämpliga åtgärder när det gäller diskriminerande reklam och aggressiva marknadsföringsåtgärder. Resultatet av arbetet har redovisats i rapporten *Diskriminerande reklam – igen* (rapport 1997:4). Enligt rapporten ger Konsumentverkets undersökning inte belägg för att lagstiftning mot könsdiskriminerande reklam är oundgängligen påkallad, i vart fall inte så länge egenåtgärder bedrivs inom näringslivet.

När det gäller de egenåtgärder som bedrivs inom näringslivet vill utskottet upplysa följande. År 1988 inrättades Näringslivets Etiska Råd mot könsdiskriminerande reklam (ERK). Rådet har till uppgift att bedöma om en viss marknadsföringsåtgärd eller åtgärd med anknytning till marknadsföring som innehåller särbehandling av man eller kvinna är förenlig med handelskammarens grundregler för reklam. Huvudmän för rådet är bl.a. Annonserföreningen, Sveriges Reklamförbund och Svenska Tidningsutgivareföreningen. ERK prövar anmälningar från bl.a. konsumenter, näringsidkare, myndigheter och organisationer. ERK tar även upp ärenden på eget initiativ. Hittills har rådet prövat omkring 1 700 anmälningar, av vilka omkring tio procent lett till fällande uttalanden. Ställningstaganden som innebär att en marknadsföringsåtgärd anses könsdiskriminerande offentliggörs.

Andra frågor om marknadsföring som inte rör könsdiskriminerande reklam kan tas upp av Marknadsetiska Rådet (MER) som är ett s.k. överbransch-etiskt råd. MER inrättades år 1989 av Internationella Handelskammaren och Näringslivets Delegation för Marknadsrätt och har som uppgift att göra uttalanden om en marknadsföringsåtgärd eller annan åtgärd med anknytning till marknadsföring är förenlig med god affärssed. Ärenden kan initieras av enskilda, företag, organisationer och myndigheter. Vid utgången av år 1998 hade rådet behandlat omkring 80 ärenden. Av dessa har omkring 35 ärenden föranlett fällande uttalanden.

I Internationella Handelskammarens grundregler för reklam föreskrivs i punkt 4 att reklam inte får vara diskriminerande i fråga om ras, religion eller kön. Av punkt 13 framgår att reklam som riktas till eller är ägnad att påverka barn och ungdom inte får innehålla framställning i ord eller bild som kan medföra skadeverkningar eller påverka negativt i psykiskt eller moraliskt avseende. Såväl ERK som MER gör sina bedömningar med utgångspunkt i dessa grundregler.

I september 1998 tillsattes inom ramen för Näringslivets Delegation för Marknadsrätt en särskild arbetsgrupp med uppgift att föreslå åtgärder för att i olika avseenden stärka egenåtgärdssystemet. Arbetsgruppens målsättning skall, enligt dess direktiv, vara ett system med egenåtgärder som kännetecknas av trovärdighet, tillgänglighet och transparens. I första hand skall arbetet inriktas på den verksamhet som i dag bedrivs i olika nämnder, men arbets-

gruppen är även fri att föreslå nya upplägg och funktioner i egenåtgärdssystemet. Uppdraget skall redovisas i maj 1999.

Utskottet är inte berett att inom ramen för förevarande ärende förorda lagstiftning mot könsdiskriminerande reklam. Enligt utskottets mening bör man nu i stället avvakta resultatet av det arbete som pågår inom näringslivet och som syftar till att stärka egenåtgärdssystemet. Utskottet förutsätter att detta arbete kommer att resultera i att könsdiskriminerande reklam i större utsträckning än i dag kommer att beivras genom egenåtgärder.

Med det anförda avstyrker utskottet bifall till motionerna L705 yrkande 15 och A291 yrkande 14.

Inte heller när det gäller reklam av det slag som kritiserats i motionerna L704 och So321 yrkande 11 vill utskottet förorda lagstiftningsåtgärder. Också beträffande sådan reklam anser utskottet att man bör avvakta vilka effekter som kan uppnås genom förstärkningar av egenåtgärdssystemen.

Med det anförda avstyrker utskottet bifall också till motion L704 och So321 yrkande 11.

Frågor som gäller tobaks- och alkoholreklam tas upp i motion L705 av Yvonne Ruwaida m.fl. (mp). I motionen yrkas ett tillkännagivande om att regeringen skall verka för förbud mot all reklam för alkohol- och tobaksprodukter (yrkande 16).

Enligt vad utskottet erfarit är de frågeställningar som aktualiserats i motionen föremål för beredning inom Regeringskansliet med anledning av dels betänkandet (SOU 1995:114) Indirekt tobaksreklam och EG-direktivet (98/43/EG) om reklam för och sponsring till förmån för tobaksvaror, dels betänkandet (SOU 1998:8) Alkoholreklam.

Utskottet anser att resultatet av det pågående arbetet bör avvaktas och avstyrker därför bifall till motion L705 yrkande 16.

En särskild marknadsföringsrättslig fråga – vilseledande förpackningsstorlekar – tas upp i motion L701 av Tanja Linderborg m.fl. (v). I motionen begärs ett tillkännagivande om att regeringen skall återkomma med förslag till åtgärder mot tillverkare som underfyller förpackningar. Motionärerna understryker betydelsen av att hushållen får rätt mängd vara för erlagd betalning och att kontrollmyndigheterna ingriper mot systematiska avvikelser mellan uppgiven och verklig varumängd.

Bestämmelser om innehållsmängd i förpackningar m.m. finns i lagen (1992:1514) om måttenheter, mätningar och mätdon med tillhörande förordning. Med stöd av dessa bestämmelser har Styrelsen för ackreditering och kontroll (SWEDAC) utfärdat föreskrifter om färdigförpackade varor som säljs efter volym eller vikt. Föreskrifterna baseras på och utgör implementering av flera olika EG-direktiv. I föreskrifterna finns bl.a. regler om hur stora avvikelser som tillåts mellan uppgiven och verklig mängd av en färdigförpackad vara eller ett parti av sådan vara. Vidare regleras kontrollmetoder för fastställande av nettoinnehåll. Livsmedelsverket och kommunerna är tillsynsmyndigheter beträffande livsmedelsförpackningar medan tillsynen i övrigt utövas av SWEDAC. Tillsynsmyndigheterna får meddela de förelägganden och förbud som behövs för att bestämmelserna skall efterlevas.

Enligt 7 § marknadsföringslagen får en näringsidkare vid marknadsföring inte använda förpackningar som genom sin storlek eller yttre utformning i

övrigt är vilseledande i fråga om produktens mängd, storlek eller form. Överträdelse av förbudet kan medföra att näringsidkaren kan få betala en marknadsstörmingsavgift. Underfyllning kan i vissa fall även omfattas av bestämmelserna om bedrägeri i 9 kap. brottsbalken.

Mot bakgrund av vad som sålunda redovisats kan utskottet inte finna annat än att det finns ett ändamålsenligt regelverk för att motverka det problem som tas upp i motionen. Utskottet utgår från att regeringen och berörda myndigheter bevakar att gällande bestämmelser följs. Något initiativ från riksdagens sida kan för närvarande inte anses erforderligt, och utskottet avstyrker bifall till motion L701.

Önskemål om åtgärder i syfte att begränsa s.k. e-postreklam förs fram i två motioner. Majléne Westerlund Panke (s) begär i motion L703 ett tillkännagivande om vikten av en reglering av användningen av e-postreklam. Motionären anser att omfattningen och spridandet av e-postreklam skall begränsas.

I motion L711 av Tomas Eneroth m.fl. (s) begärs ett tillkännagivande som innebär att regeringen skall återkomma med förslag till regler om konsumentskydd mot oönskad e-postreklam.

I juli 1998 gav regeringen en särskild utredare i uppdrag att undersöka och kartlägga vilka problem av främst marknadsrättslig natur som konsumenten kan ställas inför i samband med elektronisk kommunikation i samhället (dir. 1998:64). Resultatet av inventeringen skall, enligt direktiven, följas av en analys om konsumentens skydd i detta avseende behöver stärkas och i så fall på vilket sätt. Utredaren skall särskilt analysera frågor kring möjligheterna att undvika oönskad reklam via e-post, marknadsföring via Internet, integritetsfrågor i samband med elektronisk handel och olika aspekter på gränsöverskridande handel med hjälp av Internet. Arbetet skall redovisas sin helhet i oktober 1999.

EG-direktivet om skydd för konsumenterna vid distansavtal (97/7/EG) och det s.k. teledataskyddsdirektivet (97/66/EG) innehåller bestämmelser som bl.a. rör möjligheterna att stoppa oönskad e-postreklam. Inom Regeringskansliet pågår för närvarande i samarbete med övriga nordiska länder ett arbete med att genomföra direktiven i svensk rätt.

Mot bakgrund av vad som sålunda redovisats kan utskottet konstatera att arbete bedrivs med den inriktning som motionärerna önskar. Utskottet kan därför inte finna att motionerna L703 och L711 påkallar någon riksdagens åtgärd, och utskottet avstyrker bifall till motionerna.

Begreppen auktorisation, legitimation och godkännande tas upp av Barbro Westerholm (fp) i motion L702. I motionen begärs ett tillkännagivande om behovet av tydligare lagstiftning när det gäller användningen av yrkesbeteckningar avsedda att ange kompetensen hos yrkesutövare.

Sommaren 1996 överlämnade Riksdagens revisorer promemorian Auktorisation – för vem? till regeringen. I promemorian nämns att benämningarna legitimerad, auktoriserad och godkänd bl.a. förekommer när det gäller sjukvårdspersonal, revisorer och mäklare. Riksdagens revisorer konstaterade att skyddsinnebörden av dessa benämningar i många fall är oklar för konsumenter och att stor förvirring råder om innebörden av sådana benämningar. En djupare granskning var, enligt revisorernas uppfattning, angelägen. Revisorererna föreslog därför att regeringen skulle belysa den konkreta betydelsen av

angivna begrepp. Även benämningarnas betydelse som konkurrensmedel borde enligt revisorerna beläggas.

I beslut den 19 juni 1997 fann regeringen inte skäl att vidta några åtgärder med anledning av promemorian. I beslutet anförde regeringen bl.a. att man med anledning av promemorian gjort en översyn inom Regeringskansliet av hur frågan behandlats av berörda myndigheter och att det därvid inte framkommit att konsumentproblem förknippade med begreppen var av sådan omfattning att det var påkallat med särskilda åtgärder.

Utskottet anser för sin del att det från konsumentskyddssynpunkt är angeläget att en mer ingående analys kommer till stånd när det gäller användning av begrepp såsom legitimerad, auktoriserad och godkänd i marknadsföring. Det bör ankomma på regeringen att föranstalta därom. Om det därvid skulle visa sig att det föreligger behov av lagstiftning utgår utskottet från att regeringen framlägger erforderliga lagförslag.

Vad utskottet sålunda anför med anledning av motion L702 bör riksdagen som sin mening ge regeringen till känna.

Spörsmål rörande s.k. fakturaskojeri tas upp i motion L903 av Barbro Johansson (mp). Motionären kritiserar oseriös marknadsföring inom reklambranschen och pekar särskilt på näringsidkare som marknadsför reklamplats i olika kataloger, ofta av diskutabel kvalitet, och skickar fakturor trots att någon beställning inte gjorts. I motionen yrkas tillkännagivande om en utredning.

Bestämmelser om fakturaskojeri infördes i marknadsföringslagen år 1996. Enligt 12 § är det förbjudet för näringsidkare att tillstålla någon fakturor, inbetalningsaviser eller liknande meddelanden avseende produkter som inte har beställts. Om en näringsidkare uppsåtligt eller av oaktsamhet bryter mot förbudet kan denne åläggas bl.a. att betala en marknadsstörmingsavgift. I vissa fall omfattas förfarandet även av bestämmelserna om bedrägeri i 9 kap. brottsbalken.

Av ett skriftligt frågesvar som justitieministern lämnade den 9 december 1998 framgår att Rikspolisstyrelsen våren 1998 påbörjat ett projekt med syfte att kartlägga och analysera problemet med fakturaskojeri samt att branschorganisationerna utför ett aktivt arbete med att rensa marknaden från oseriösa näringsidkare. I frågesvaret sägs vidare att regeringen noga följer utvecklingen på området och kommer att ta initiativ till ytterligare åtgärder om det visar sig nödvändigt.

Av direktiven till utredningen om konsumentpolitiken inför ett nytt sekel framgår att kommittén skall analysera om man bör stärka marknadsrätten och ge Konsumentombudsmannen möjligheten att förordna om näringsförbud vid grova åsidosättanden på det marknadsrättsliga området.

Mot bakgrund av vad som sålunda redovisats anser utskottet att motion L903 inte påkallar någon riksdagens åtgärd.

Märkning

Yvonne Ruwaida m.fl. (mp) anför i motion L705 att en fungerande marknadsekonomi kräver välinformerade konsumenter som kan träffa medvetna val. Sverige bör verka för fullständiga innehållsdeklARATIONER på livsmedel,

ursprungsmärkning och information om en produkt är bestrålad eller genmanipulerad. I motionen begärs ett tillkännagivande i enlighet med det anförda (yrkande 1). Motionärerna begär vidare ett tillkännagivande om behovet av att stödja en process för en rättvis handel, där företagens moral och etik spelar en avgörande roll, varvid s.k. rättvisemärkning, enligt motionärernas mening, utgör ett användbart verktyg (yrkande 14). Därutöver begärs ett tillkännagivande om att information om KRAV-märkningen skall få statligt stöd (yrkande 9).

I motion So371 av Gunnel Wallin och Viviann Gerdin (c) betonas vikten av information om innehållet i livsmedel och dess biverkningar. Motionärerna pekar särskilt på de problem livsmedelsallergiker kan möta, och i motionen begärs ett tillkännagivande om behovet av att en s.k. Livsmedels-FASS kommer till stånd (yrkande 4).

Med anledning av de nu aktuella motionsspörsmålen vill utskottet erinra om att regeringen i december 1997 uppdragit åt en särskild utredare att analysera existerande problem och omfattningen av dessa när det gäller märkning och annan konsumentinformation på dagligvaruområdet (dir. 1997:151). I uppdraget ligger bl.a. att ge förslag till övergripande principer för det vidare arbetet med konsumentinformation på dagligvaruområdet. Principerna skall, enligt direktiven, utformas så att de kan ligga till grund för den nationella konsumentpolitiken och svenska ställningstaganden och initiativ inom ramen för det nordiska, europeiska och internationella samarbetet på konsumentområdet. Enligt direktiven skall utredaren analysera hur märkningen skall utformas för att ge konsumenterna bästa möjliga information. Uppdraget är, enligt regeringens mening, angeläget eftersom man i dag kan se att konkurrensen om konsumenternas intresse hårdnar på dagligvaruområdet, att producenternas egen information hotar att tränga ut obligatorisk och ibland livsviktig information och att floran av symbolmärkningssystem växer. Sammantaget finns det, enligt regeringen, en risk för att konsumenterna vilseleds eller inte längre tar till sig de budskap som finns i de olika typerna av märkning. Utredaren fick i oktober 1998 genom tilläggsdirektiv i uppdrag att särskilt analysera situationen på dagligvarumarknaden för personer med svårare synnedättning (dir. 1998:94). Arbetet skall i sin helhet redovisas senast den 28 februari 1999.

Utskottet anser för sin del att resultatet av det nu pågående utredningsarbetet bör avvaktas och avstyrker därför bifall till motion L705 yrkande 1, 9 och 14.

Också när det gäller de spörsmål som tas upp i motion So371 yrkande 4 anser utskottet att man bör invänta de förslag som pågående utredningsarbete kan föranleda, och utskottet avstyrker bifall även till detta motionsyrkande.

Därmed övergår utskottet till att behandla ett antal motionsyrkanden som gäller den s.k. svanmärkningen och EG:s miljömärkning. Som en allmän bakgrund till motionsspörsmålen bör upplysas följande.

År 1989 beslutade Nordiska ministerrådet att införa ett nordiskt system för positiv miljömärkning, den s.k. svanmärkningen. Utarbetandet av kriterier sker i sammordiska arbetsgrupper och kriterierna fastställs av Nordiska miljömärkningsnämnden. Hittills har kriterier för omkring 50 produktgrupper fastställts och det finns mer än 2 500 svanmärkta produkter på den nordiska

marknaden. I varje land finns ett nationellt miljömärkningsorgan som medverkar i det nordiska samarbetet och förvaltar systemet på nationell nivå. Regeringen utsåg i januari 1998 SIS Miljömärkning AB till förvaltare i Sverige av svanensystemet. Aktiebolaget är icke-vinstdrivande och ägs gemensamt av staten och SIS Standardiseringen i Sverige.

Hösten 1998 påbörjades inom ramen för Nordiska ministerrådet en omfattande översyn av svanensystemet. Översynen omfattar bl.a. frågor som miljömärkningens miljöeffekter, konsumenternas kunskap om olika typer av miljöinformation och miljömärkningens organisation på nordisk och nationell nivå. Arbetet skall redovisas under år 2000.

Inom EU inrättades år 1992 ett miljömärkningssystem, det s.k. blomman-systemet, vars uppbyggnad i stort återspeglar de principer som gäller för den nordiska miljömärkning. Symbolen för EU:s miljömärkning är en stiliserad blomma. Verksamheten regleras i rådets förordning (EEG) nr 880/92 av den 23 mars 1992 om ett gemenskapsprogram för tilldelning av miljömärke. Bestämmelser som behövs för att tillämpa miljömärkningsförordningen i Sverige finns i lagen (1994:1772) om tillämpningen av det europeiska miljömärkningssystemet. Enligt förordningen åligger det varje medlemsland att utse organ för att utföra de uppgifter som anges i förordningen. SIS Miljömärkning AB är sedan januari 1998 svenskt behörigt organ inom blomman-systemet. Kriterieutvecklingen sker av de nationella organen på kommissionens uppdrag och kriterierna fastställs av kommissionen. Kommissionen biträds av ett råd sammansatt av representanter för olika intressegrupper. Utvecklingen av kriterier i EU:s miljömärkningssystem har gått långsammare än förväntat.

Sedan hösten 1996 pågår inom kommissionen en revidering av miljömärkningsförordningen. Syftet med revisionen är bl.a. att effektivisera miljömärkningsarbetet inom EU. Kommissionen presenterade våren 1997 ett förslag till ny förordning. Förslaget innebär bl.a. att nationella miljömärkningssystem under vissa förutsättningar skall dra tillbaka kriterierna för de produktgrupper för vilka EU:s miljömärkningssystem fastställt kriterier.

Sverige har under revideringsarbetet tillsammans med flera andra länder riktat kritik mot förslaget i denna del och betonat vikten av att finna former för hur samarbete och erfarenhetsutbyte mellan miljömärkningssystem på olika nivåer kan organiseras så att systemen kan dra nytta av varandra.

I motion L705 av Yvonne Ruwaida m.fl. (mp) framförs kritik mot det nordiska miljömärkningssystemet i en mängd avseenden. Motionärerna hävdar att systemet är behäftat med en rad olika brister och i motionen begärs ett tillkännagivande om att det nordiska miljömärkningssystemet skall reformeras (yrkande 10). Motionärerna pekar särskilt på brister vad gäller kriterieutvecklingen och begär ett tillkännagivande om att denna verksamhet skall förbättras i en rad närmare angivna avseenden (yrkande 12). Även förhållandet mellan å ena sidan blomman-systemet och å andra sidan andra nationella och regionala miljömärkningssystem tas upp i motionen. Motionärerna begär ett tillkännagivande om vikten av att Sverige inom EU verkar för att nationella miljömärkningssystem kan bevaras (yrkande 13).

Som framgår av redovisningen ovan är den nordiska miljömärkningen för närvarande föremål för en grundläggande översyn. Utskottet anser att resultatet av det pågående arbetet bör avvaktas.

När det gäller förhållandet mellan blommansystemet och andra nationella och regionala miljömärkningssystem kan utskottet inte se att det föreligger någon motsättning mellan motionärernas önskemål och regeringens inriktning på sitt arbete i denna fråga.

Med det anförda avstyrker utskottet bifall till motion L705 yrkandena 10, 12 och 13.

IT-frågor

I januari 1998 tillkallade regeringen en särskild delegation för att behandla frågor rörande omställningen av datorer och system vars funktioner måste ses över inför 2000-talet (dir. 1998:10). Delegationen består av företrädare för viktiga samhällsintressen och är ett samverkansorgan mellan privat och offentlig sektor. Delegationen skall noga följa arbetet med anpassningen inför år 2000 genom att löpande värdera hur arbetet fortskrider i samhällets olika sektorer. Delegationen skall uppmärksamma verksamhetsledningarna på behovet av insatser framför allt när det gäller samordning över samhällssektorer. Delegationen skall ge en sammanfattande lägesbeskrivning till regeringen den 1 oktober 1999 samt lämna en slutredovisning av uppdraget senast den 31 mars 2000.

I motion L708 anför Eva Johansson (s) att enskilda konsumenter måste få information om vilka risker som kan uppstå vid millennieskiftet och vad de kan kontrollera och förebygga. Därutöver behövs, enligt motionärens mening, information om vilka rättigheter konsumenten har vid eventuella fel som uppstår. I motionen begärs ett tillkännagivande om att 2000-delegationen i tilläggsdirektiv bör ges i uppdrag att följa och värdera konsekvenserna för konsumenterna av millennieskiftet.

I likhet med motionären anser utskottet att det är angeläget att sådana problem som tas upp i motionen uppmärksammas. Utskottet kan också konstatera att en rad åtgärder har kommit till stånd. Sålunda har regeringen i november 1998 i en skrivelse till riksdagen redovisat vidtagna och planerade åtgärder beträffande IT-omställningen (skr. 1998/99:40). I skrivelsen tas bl.a. upp aspekter som kan ha samband med 2000-omställningen ur ett brukar- och konsumentperspektiv. Regeringen bedömer därvid som särskilt angeläget att varje producent och leverantör av t.ex. datorer, el, finansiella tjänster, post- och telekommunikationer bör upplysa brukare om hur produkter kommer att fungera och tjänster tillhandahållas även efter skiftet. Därvid bör de informera om hur man skall försöka bemästra de svårigheter som kan uppstå. Informationen kan också, påpekas det vidare i skrivelsen, avse vilka rättigheter konsumenterna har enligt konsumentköplagen om en dator fallerar eller hur deras TV- och videoapparater eller hushållsapparater kan påverkas av IT-omställningen. I det sammanhanget förtjänar det, enligt regeringen, att uppmärksammas hur skyddet i olika försäkringar är utformat för att möta de eventuella krav på ersättning för direkta eller indirekta skador som kan bli en följd av övergången till år 2000.

Enligt vad utskottet erfarit planerar 2000-delegationen en omfattande informationskampanj till allmänheten. Kampanjen kommer att omfatta också mer specifika konsumentfrågor, exempelvis vad som gäller när en konsument köpt en kapitalvara som inte fungerar när skiftet till år 2000 sker.

Även Konsumentverket är engagerat i frågor som rör problematiken kring millennieskiftet. Av ett skriftligt frågesvar den 21 december 1998 av statsrådet Lars-Erik Lövdén framgår att Konsumentverket under år 1999 kommer att lägga ut information på Internet och göra särskilda informationsinsatser riktade till kommunernas konsumentvägledare. Enligt frågesvaret för Konsumentverket även förhandlingar med försäkringsbranschen som syftar till att säkerställa att försäkringsbolagen tydligt informerar om eventuella undantag för skador som har samband med IT-omställningen.

Mot bakgrund av vad sålunda redovisats anser utskottet att några åtgärder från riksdagens sida med anledning av motion L708 inte är påkallade, och utskottet avstyrker därför bifall till motionsyrkandet.

Helena Bargholtz m.fl. (fp) anför i motion K231 att det finns behov av en servicemyndighet för konsumenter i IT-frågor. En sådan myndighet bör enligt motionärernas mening inrättas för att ge en sammanhållen och servicebetonad roll gentemot bl.a. IT-konsumenter. I motionen yrkas ett tillkännagivande därom (yrkande 10).

Utskottet erinrar om att utredningen om konsumentpolitiken inför ett nytt sekel har i uppdrag att analysera den övergripande frågan beträffande det offentliga åtagandet inom konsumentpolitiken och att avväga vilka medel som bör utnyttjas för att bäst uppnå de konsumentpolitiska målen. Myndigheters och andra aktörers framtida roller inom konsumentpolitiken är därvid en aspekt som skall beaktas. En fråga som särskilt skall analyseras av kommittén är målen och medlen för konsumentaspekterna på området informationsteknik. Enligt direktiven skall kommittén se över problem som användarvänlighet, information och service till konsumenter av IT och lämna förslag till hur dessa frågor kan lösas på ett tillfredsställande sätt. Arbetet i den delen skall redovisas senast i oktober 1999. I sammanhanget bör även nämnas att utredningen om konsumenträttigheter i IT-samhället också har i uppgift att kartlägga vilka problem av främst marknadsrättslig art som konsumenten kan ställas inför i informationssamhället samt att analysera i vilken omfattning det finns ett behov av att stärka konsumentskyddet på området och på vilket sätt detta bör ske. Utredningens utgångspunkt skall, enligt direktiven, vara att stärka konsumenternas rättigheter i informationssamhället. I denna del skall kommitténs arbete redovisas senast i mars 2000.

Enligt utskottets mening bör ett ställningstagande från riksdagens sida beträffande det nu aktuella motionsspörsmålet anstå, och utskottet avstyrker bifall till motion K231 yrkande 10.

Övriga frågor

Produktsäkerhetslagen (1988:1604), som trädde i kraft den 1 januari 1989, syftar till att motverka att farliga varor och tjänster orsakar person- och egendomsskada. Med farliga varor eller tjänster avses framför allt sådana som är förenade med olika risker. Ursprungligen omfattade lagens tillämp-

ningsområde endast varor och tjänster tillhandahållna i näringsverksamhet. År 1996 utvidgades tillämpningsområdet dock till att avse även varor som tillhandahålls i offentlig verksamhet. För att motverka att varor och tjänster orsakar skador på person eller egendom får en näringsidkare åläggas att lämna säkerhets- och varningsinformation eller förbjudas att tillhandahålla varor eller tjänster. En näringsidkare kan även åläggas export- och säljförbud. I 3 § produktsäkerhetslagen föreskrivs att ålägganden eller förbud inte får meddelas om det i en annan författning eller i beslut av en myndighet har meddelats särskilda bestämmelser om varan eller tjänsten med samma ändamål som ett åläggande eller ett förbud enligt lagen skulle fylla.

I motion L709 av Stig Rindborg m.fl. (m) begärs ett tillkännagivande om att produktsäkerhetslagen bör ändras så att den även omfattar tjänster som tillhandahålls i offentlig verksamhet. Motionärerna pekar bl.a. på att de tjänster som tillhandahålls i offentlig verksamhet innebär samma risker oavsett om huvudmannen för verksamheten är enskild eller offentlig. Därtill kommer, enligt motionärerna, att nuvarande lagstiftning inte är konkurrensneutral och att olika krav kan gälla för samma typ av tjänster.

Ett motsvarande yrkande finns i motion L705 av Yvonne Ruwaida m.fl. (mp) (yrkande 18).

Utskottet erinrar om att riksdagen, på utskottets hemställan, vid flera tidigare tillfällen har avslagit motionsyrkanden med samma inriktning som de nu aktuella (se bet. 1995/96:LU21, 1996/97:LU13 och 1997/98:LU21). Som skäl för sina ställningstaganden har utskottet anfört att offentliga tjänster i hög grad är föremål för specialreglering och att det inte framkommit något behov av att låta lagen bli tillämplig på tjänster som tillhandahålls inom den offentliga sektorn.

Enligt utskottets mening finns inga skäl att nu ändra inställning i förevarande fråga, och utskottet avstyrker bifall till motionerna L709 och L705 yrkande 18.

Konsumentskyddet vid köp av tjänster tas upp i motion L707 av Helena Frisk och Inger Lundberg (s). Motionärerna anser att det finns skäl att se över hur konsumentlagstiftningen fungerar vid tjänsteköp, bl.a. när det gäller uppgiftsskyldighet beträffande pris och vilka rättigheter konsumenten har. I motionen begärs ett tillkännagivande i enlighet med det anförda.

Bestämmelser med syfte att skydda konsumenter vid köp av tjänster finns bl.a. i konsumenttjänstlagen (1985:716), som i allt väsentligt motsvarar vad som gäller vid köp av varor enligt konsumentköplagen (1990:932). Allmänna bestämmelser om näringsidkares upplysnings- och informationsskyldighet vid köp av varor och tjänster finns i 4 § marknadsföringslagen (1995:450). Enligt stadgandet skall näringsidkare lämna sådan information som är av särskild betydelse från konsumentens synpunkt. Därmed avses enligt Marknadsdomstolens praxis bl.a. information om pris och andra avtalsvillkor. Specifika regler om informationsskyldighet finns i hemförsäljningslagen (1981:1361), prisinformationslagen (1991:601), konsumentförsäkringslagen (1992:830) och lagen (1992:1672) om paketresor. På vissa områden har informationsskyldigheten vidare preciserats genom överenskommelser mellan Konsumentverket och branschorganisationer.

Utskottet har inte någon annan uppfattning än motionärerna om vikten av ett starkt konsumentskydd vid köp av tjänster. Såvitt utskottet kan finna är gällande lagstiftning inte behäftad med brister som kan motivera en sådan generell översyn som begärs i motionen. I sammanhanget vill utskottet också erinra om att utredningen om konsumentpolitiken inför ett nytt sekel har i uppdrag att analysera om det konsumenträttsliga skyddet vid utnyttjande av finansiella tjänster, exempelvis betaltjänster och kreditgivning, är tillräckligt. Om så inte är fallet skall kommittén föreslå förbättringar. En aspekt som särskilt betonas i direktiven är därvid kravet på information till konsumenterna. Därutöver bör nämnas att det inom EU för närvarande pågår arbete med att utforma ett förslag till direktiv om konsumentskydd vid distansförsäljning av finansiella tjänster.

Med det anförda avstyrker utskottet bifall till motion L707.

Avslutningsvis behandlar utskottet ett motionsspörsmål som gäller nätverksförsäljning. Med sådan försäljning avses en typ av försäljningsverksamhet där varor och tjänster förmedlas direkt från fabrik utan traditionell marknadsföring eller mellanhänder. Försäljningssättet har fått ökad betydelse under senare år som en konsekvens av utvecklingen av informationsteknologin.

I motion L706 anför Ragnwi Marcelind (kd) att nätverksförsäljning är en bra möjlighet för arbetslösa att starta eget företag. Detta kräver dock, enligt motionären, att verksamheten regleras. I motionen begärs ett tillkännagivande i enlighet med det anförda (yrkande 1). Motionärerna menar vidare att ett sådant regelverk bör innehålla bestämmelser om bl.a. varors marknadsvärde, provision och returrätt, vilket bör ges regeringen till känna (yrkande 2).

Utskottet har för sin del inga erinringar mot de förslag som läggs fram i motionen. I sammanhanget bör dock erinras om att nätverksförsäljning för närvarande utreds inom ramen för Nordiska ministerrådet. I uppdraget, som skall redovisas hösten 1999, ligger bl.a. att belysa olika konsumentproblem som är förknippade med nätverksförsäljning och att, om behov föreligger, föreslå gemensam nordisk lagstiftning på området.

Utskottet anser att det pågående utredningsarbetet bör avvaktas och avstyrker bifall till motion L706.

Hemställan

Utskottet hemställer

1. beträffande *privatisering av Konsumentverket*
att riksdagen avslår motion 1998/99:L710 yrkandena 1 och 2,
2. beträffande *konsumentfrågor i EU*
att riksdagen avslår motion 1998/99:L705 yrkandena 5, 6 och 7,
3. beträffande *lokal konsumentverksamhet*
att riksdagen avslår motion 1998/99:N277 yrkande 11,
4. beträffande *forskning*
att riksdagen avslår motion 1998/99:L705 yrkande 17,
5. beträffande *utbildning*
att riksdagen avslår motion 1998/99:L710 yrkande 3,

6. beträffande *miljömålet*
att riksdagen avslår motion 1998/99:L705 yrkandena 3 och 4,
7. beträffande *substitutionsprincipen*
att riksdagen avslår motion 1998/99:L705 yrkande 2,
8. beträffande *miljöinformation i TV*
att riksdagen avslår motion 1998/99:L705 yrkande 8,
9. beträffande *marknadsföringslagen*
att riksdagen avslår motion 1998/99:L705 yrkande 19,
10. beträffande *könsdiskriminerande reklam*
att riksdagen avslår motionerna 1998/99:L705 yrkande 15 och 1998/99:A291 yrkande 14,
11. beträffande *marknadsföring och folkhälsofrågor*
att riksdagen avslår motionerna 1998/99:L704 och 1998/99:So321 yrkande 11,

res. 1 (kd)

12. beträffande *tobaks- och alkoholreklam*
att riksdagen avslår motion 1998/99:L705 yrkande 16,
13. beträffande *vileledande förpackningsstorlekar*
att riksdagen avslår motion 1998/99:L701,
14. beträffande *e-postreklam*
att riksdagen avslår motionerna 1998/99:L703 och 1998/99:L711,
15. beträffande *auktorisering m.m.*
att riksdagen med anledning av motion 1998/99:L702 som sin mening ger regeringen till känna vad utskottet anfört,
16. beträffande *s.k. fakturaskojeri*
att riksdagen avslår motion 1998/99:L903,
17. beträffande *innehållsdeklarationer m.m.*
att riksdagen avslår motion 1998/99:L705 yrkandena 1, 9 och 14,
18. beträffande *en s.k. Livsmedels-FASS*
att riksdagen avslår motion 1998/99:So371 yrkande 4,

res. 2 (c)

19. beträffande *miljömärkning*
att riksdagen avslår motion 1998/99:L705 yrkandena 10, 12 och 13,
20. beträffande *tilläggsdirektiv till 2000-delegationen*
att riksdagen avslår motion 1998/99:L708,
21. beträffande *IT-myndighet*
att riksdagen avslår motion 1998/99:K231 yrkande 10,
22. beträffande *produktsäkerhetslagen*
att riksdagen avslår motionerna 1998/99:L705 yrkande 18 och 1998/99:L709,

res. 3 (m)

23. beträffande *konsumentskydd vid tjänster*
att riksdagen avslår motion 1998/99:L707,
24. beträffande *nätverksförsäljning*
att riksdagen avslår motion 1998/99:L706.

Stockholm den 2 februari 1999

På lagutskottets vägnar

Tanja Linderborg

I beslutet har deltagit: Tanja Linderborg (v), Rolf Åbjörnsson (kd), Marianne Carlström (s), Stig Rindborg (m), Rune Berglund (s), Karin Olsson (s), Henrik S Järrel (m), Marina Pettersson (s), Elizabeth Nyström (m), Christina Nenes (s), Tasso Stafilidis (v), Berit Adolfsson (m), Anders Berglöv (s), Ulf Nilsson (fp), Raimo Pärssinen (s) och Agne Hansson (c).

Reservationer

1. Marknadsföring och folkhälsofrågor (mom. 11)

Rolf Åbjörnsson (kd) anser

dels att den del av utskottets yttrande som på s. 15 börjar med ”Inte heller” och slutar med ”yrkande 11” bort ha följande lydelse:

När det sedan gäller motionerna L704 och So321 yrkande 11 anser utskottet i likhet med motionärerna att reklam som främjar ett hälsofarligt beteende hos unga människor måste kunna beivras med stöd av lag och att lagstiftningsåtgärder därför är påkallade. En sådan lagstiftning skulle kunna utformas på så sätt att marknadsföring som påverkar folkhälsan negativt skall anses vara otillbörlig enligt marknadsföringslagen.

Vad utskottet sålunda anfört bör riksdagen, med bifall till motion L704 och med anledning av motion So321 yrkande 11, som sin mening ge regeringen till känna.

dels att utskottets hemställan under 11 bort ha följande lydelse:

11. beträffande *marknadsföring och folkhälsofrågor*
att riksdagen med bifall till motion 1998/99:L704 och med anledning av motion 1998/99:So321 yrkande 11 som sin mening ger regeringen till känna vad utskottet anfört.

2. En s.k. Livsmedels-FASS (mom. 18)

Agne Hansson (c) anser

dels att den del av utskottets yttrande som på s. 18 börjar med ”Också när” och slutar med ”detta motionsyrkande” bort ha följande lydelse:

När det gäller motion So371 delar utskottet motionärernas uppfattning att det inte minst med hänsyn till livsmedelsallergiker behövs information om livsmedels beståndsdelar och dess biverkningar på samma sätt som det be-

hövs information om mediciner. Spörsmålet som tas upp i motionen berörs visserligen till viss del av det pågående utredningsarbetet rörande märkning av livsmedel men har dock, enligt utskottets mening, inte givits tillräcklig uppmärksamhet i direktiven. Mot denna bakgrund anser utskottet att regeringen snarast i särskild ordning bör se till att en Livsmedels-FASS kommer till stånd.

Vad som sålunda anförts bör riksdagen, med bifall till motion So371 yrkande 4, som sin mening ge regeringen till känna.

dels att utskottets hemställan under 18 bort ha följande lydelse:

18. beträffande *en s.k. Livsmedels-FASS*
att riksdagen med bifall till motion 1998/99:So371 yrkande 4 som sin mening ger regeringen till känna vad utskottet anför.

3. Produktsäkerhetslagen (mom. 22)

Stig Rindborg, Henrik S Järrel, Elizabeth Nyström och Berit Adolfsson (alla m) anser

dels att den del av utskottets yttrande som på s. 22 börjar med ”Utskottet erinrar” och slutar med ”yrkande 18” bort ha följande lydelse:

Enligt utskottets mening bör konsumenter inte i något avseende utsättas för farliga varor eller tjänster. Därvid är produktsäkerhetslagen av stor betydelse. Den nuvarande lagstiftningen är dock, enligt utskottets uppfattning, förenad med påtagliga nackdelar. De tjänster som tillhandahålls konsumenterna är nämligen förenade med samma risker oavsett om huvudmannen för verksamheten är enskild eller offentlig. Med den nuvarande ordningen är risken stor för att vissa tjänster helt faller utanför skyddslagstiftningen. En annan aspekt som bör beaktas är att den nuvarande produktsäkerhetslagen inte är konkurrensneutral. Från såväl konsument- som konkurrenssynpunkt är det således, enligt utskottets mening, hög tid att utvidga produktsäkerhetslagen till att omfatta även tjänster som tillhandahålls i offentlig verksamhet. Regeringen bör därför i tilläggsdirektiv ge utredningen om konsumentpolitiken inför ett nytt sekel i uppdrag att utreda frågan och återkomma med ett erforderligt lagförslag.

Vad som anförts bör riksdagen, med bifall till motionerna L705 yrkande 18 och L709, som sin mening ge regeringen till känna.

dels att utskottets hemställan under 22 bort ha följande lydelse:

22. beträffande *produktsäkerhetslagen*
att riksdagen med bifall till motionerna 1998/99:L705 yrkande 18 och 1998/99:L709 som sin mening ger regeringen till känna vad utskottet anför.

1. Privatisering av Konsumentverket

Stig Rindborg, Henrik S Järrel, Elizabeth Nyström och Berit Adolfsson (alla m) anför:

Enligt vår uppfattning är Konsumentverkets uppgifter för närvarande alltför omfattande. Nuvarande förhållanden har resulterat i en alltför dyr och otymplig byråkrati. Vi anser att myndighetsfunktionerna på konsumentområdet bör renodlas till produktkontroll och tillsyn över den konsumenträttsliga lagstiftningen. Den icke myndighetsbetingade verksamheten, såsom förlagsverksamheten samt provnings- och forskningsverksamheten, bör kunna privatiseras. Ett minskat statligt ansvarstagande och en gradvis nedtoning av de offentliga insatserna skulle också bidra till att utveckla den enskilde och ge denne en möjlighet att ta ett större eget ansvar som självständig konsument. Därmed skulle förutsättningar skapas för att flera verkligt oberoende och frivilliga konsumentorganisationer – som tar sin utgångspunkt i den enskildes behov och intressen – kan bildas, växa och ta på sig fler uppgifter, exempelvis upplysning, information samt test- och rådgivningsverksamhet. Någon sådan konsumentrörelse existerar ännu inte i Sverige. De konsumentorganisationer som finns är som regel samtidigt producenter eller distributörer med egna köpställen, vilket många gånger komplicerar den enskildes medlemmens situation. I sammanhanget bör även påpekas att informationsteknikens utveckling och de samverkansmöjligheter detta för med sig har skapat förutsättningar också för internationellt samarbete med oberoende organisationer i andra länder. Härigenom finns goda betingelser för konsumenterna att gemensamt vara pådrivande i angelägna konsumentfrågor på såväl nationell som internationell nivå.

Vi utgår ifrån att dessa frågor kommer att ges stort utrymme för överväganden inom utredningen om konsumentpolitiken inför ett nytt sekel, varför vi inte funnit skäl att reservera oss till förmån för motion L710 yrkandena 1 och 2.

2. Privatisering av Konsumentverket

Ulf Nilsson (fp) anför:

Jag har i sak samma uppfattning som majoriteten och anser således att motion L710 yrkandena 1 och 2 inte bör bifallas. I sammanhanget vill jag dock framhålla följande.

Konsumentverket har viktiga roller. Den ena är myndighetsrollen, där såväl konsumenter som producenter, köpare som säljare har rätt att förvänta sig att myndigheten ikläder sig en opartisk roll att se till att lagstiftningen följs på ett korrekt sätt. Myndigheten skall inte ta någondera partens sida. I vissa sammanhang ikläder sig Konsumentverket rollen som konsumenternas företrädare konkret gentemot producent eller bransch. I andra sammanhang intar man en för konsumenterna opinionsbildande roll. Allt detta är bra, men jag tror att rollen som konsumenternas företrädare och den opinionsbildande

rollen skulle kunna fungera bättre och slagkraftigare om den inte skulle innehas av samma part som i andra sammanhang har att agera opartisk myndighetsutövare mellan konsumenter och producenter. Av detta skäl anser jag att det vore bra om dels utvecklingen av fristående konsumentorganisationers verksamheter kunde stödjas mer, dels om utredningen om konsumentpolitiken inför ett nytt sekel utredde möjligheten att dela den myndighetsutövande och opinionsbildande och konsumentföreträdande uppgiften för Konsumentverket i mer fristående enheter.

3. Utbildning

Stig Rindborg, Henrik S Järrel, Elizabeth Nyström och Berit Adolfsson (alla m) anför:

Vi anser att det är nödvändigt att man i unga år fått lära sig att hushålla med sina resurser och fått erforderliga kunskaper i exempelvis ekonomi för att man som vuxen skall kunna agera som en självständig och medveten konsument. Det är därför angeläget att regeringen är uppmärksam på och verkar för att elever i såväl grundskolan som gymnasieskolan kan tillgodogöra sig de baskunskaper som krävs för att kunna lämna skolan som medvetna konsumenter.

Vi förutsätter att dessa frågor kommer att bli föremål för närmare överväganden inom ramen för utredningen om konsumentpolitiken inför ett nytt sekel, och vi har därför inte funnit skäl att reservera oss till förmån för motion L710 yrkande 3.

Sammanfattning.....	1
Motionerna	1
Utskottet	4
Konsumentpolitikens mål och riktlinjer.....	4
Det svenska arbetet med konsumentfrågor inom EU	6
Lokal konsumentverksamhet	8
Forskning och utbildning	9
Miljöfrågor.....	11
Åtgärder mot viss marknadsföring.....	12
Märkning.....	17
IT-frågor	20
Övriga frågor.....	21
Hemställan	23
Reservationer.....	25
1. Marknadsföring och folkhälsofrågor (kd)	25
2. En s.k. Livsmedels-FASS (c).....	25
3. Produktsäkerhetslagen (m).....	26
Särskilda yttranden	27
1. Privatisering av Konsumentverket	27
2. Privatisering av Konsumentverket	27
3. Utbildning.....	28