

Motion

1976/77:558

av fru Lantz m. fl.

om produktion av billigare menstruationsskydd

Följande annonstext kunde man läsa i ICA-nyheter apropå Mölnlyckes kampanj för Saba Mini 13 januari i år:

Vad händer nu när Mölnlycke kommer med en binda som är mycket mindre än andra bindor? Saba Mini är den största bindnyheten sedan pappersbindorna kom. Det är den första bindan som är gjord speciellt för de dagar man har lite mens, t. ex. dagarna i slutet av mensperioden. Det är den första bindan som passar bra att använda som trosskydd vid flytningar. Den är inte stor och klumpig som de vanliga bindorna. Och det är också en binda som kan användas som ett bra komplement till tamponger, då man har riklig mens och inte litar på sin tampong. Trots att Saba Mini är liten suger den upp bra. Den fungerar efter samma princip som våra andra bindor. Den är också mjuk och skön. Och självklart mycket lättare att ta med sig i handväskan. Slutsats: Saba Mini är en binda som saknar motsvarighet. Därför kommer den att öka den totala marknaden.

Vi kommer att nå 80 % av alla kvinnor i Sverige. Frågan är om någon annan bindnyhet fått så starkt stöd som Saba Mini. För det första så berättar vi om Saba Mini i de stora morgontidningarna. På helsidor i Dagens Nyheter, Göteborgsposten och Sydsvenska Dagbladet. För det andra har vi helsidesannonser i de stora kvällstidningarna. I Expressen, Aftonbladet, GT och Kvällsposten. Två gånger i varje tidning! För det tredje har vi uppslagsannonser i veckopressen i färg. I Allas Veckotidning, Hemmets Veckotidning, Min Värld, Mitt Livs Novell, Året Runt, Hemmets Journal, Hennes, Femina och Ica-kuriren. Efter uppslagen kommer helsidesannonser i alla tidningar under hela våren

Vi sprider ut över 5 miljoner rabattkuponger värda 3 kronor. ---

Efter att ha läst liknande annonstexter för mensskydd förstår man att mensskydden blir dyra. Det är kvinnorna som i praktiken får betala både för reklamannonserna (en helsida i Dagens Nyheter kostar nästan 50 000 kr.) och produktutvecklingen.

Det förhållandet att 2 miljoner kvinnor i Sverige menstruerar är föremål för en hänsynslös profitjakt mellan företag som producerar mensskydd. Denna vinstjakt får som sagt kvinnorna betala för. Det finns tre stora tillverkare av mensskydd: Mölnlycke som behärskar 70 % av marknaden, Kooperativa Förbundet och Stilles. Dessutom tillverkar Kronosept AB mensskydd för Apoteksbolaget och Mo o. Domsjö har på senare år köpt in sig på marknaden. Det saluförs dussinet olika märken i minst ett 20-tal olika produktvarianter, och nya varianter utvecklas ständigt. Man kan undra över nyttan att ha

ett så stort utbud av samma produkt. Kvinnorna är förmodligen mer betjänta av några billiga och bra mensskydd.

Reklamen och den s. k. produktutvecklingen svarar för en stor del av prishöjningarna på mensskydd – prishöjningar som har varit betydande. Mellan 1973 och 1974 höjde t. ex. Mölnlycke sina priser med 43 %. Även mellan 1976 och 1977 har prisökningar ägt rum. Priset på t. ex. Tampax regular, 40 st., har höjts från 12:20 till 14:05 kr.

Det finns ett undantag när det gäller prisnivå på mensskydd. Apoteksbolagets mensskydd kan köpas mycket billigare. Det går med andra ord att producera relativt kostnadslåga mensskydd. Tyvärr upptar Apoteksbolagets andel av försäljningsvolymen bara 5 % av marknaden.

I stort sett varje kvinna behöver på grund av sin fysiologi mensskydd i 40 år. Därför borde mensskydden betraktas som medicinska sanitetsartiklar och som sådana också undandras från det privata vinstintresset. Då mensskydden är en medicinsk nödvändighetsvara borde de kunna ingå i det sortiment som rabbateras genom sjukvårdsförsäkringen.

Med stöd av det anförda hemställs¹

att riksdagen hos regeringen hemställer om prissänkning och prisstopp på menstruationsskydd.

Stockholm den 20 januari 1977

INGA LANTZ (vpk)

BARBRO BACKBERGER (vpk) TORE CLAESON (vpk)

JÖRN SVENSSON (vpk)

i Malmö

¹(Se även motion 1976/77:559)