UPPDRAG SVERIGE 2006

Konsumentrörelse i maktens tjänst

KLAS HJORT

6

TIMBRO

Foto: Jan Håkan Dahlström/Bildhuset/Scanpix

UPPDRAG SVERIGE 2006

Konsumentrörelse i maktens tjänst

KLAS HJORT

TIMBRO

Juli 2006
ISBN 10: 91-7566-624-3
ISBN 13: 978-91-7566-624-2
Timbro, Box 5234
102 45 Stockholm
tel 08-587 898 00
fax 08-587 898 55
info@timbro.se
www.timbro.se

6

INNEHÅLL

Inledning (3)

Konsumentorganen (4)

Konsekvenser (8)

Var står konsumentrörelsen ideologiskt? (10)

Diskussion (12)

Makten (14)

Avslutning (16)

Inledning

År 2005 hamnade 15 lettiska byggarbetare mitt i fokus för den svenska debatten. De hade anlitats och de hade lämnat anbud som de vann i öppen konkurrens, något de hade rätt till som EU-land – och de vann i laga ordning för att renovera en skola i Vaxholm och utsattes för en blockad av några fackföreningar. En hård debatt om lönedumpning och förlorade jobb drogs igång.

En aspekt som saknades i debatten var konsumentperspektivet. Lägre kostnader för byggföretag leder till sänkta huspriser. Det är långt fler svenskar som är husköpare än som arbetar med att bygga hus. Således skulle man kunna hävda att för flertalet av landets invånare är det fördelaktigt att tillåta lettiska byggarbetare att arbeta i Sverige för lettiska löner. Konsumentrörelsen har dock varit helt tyst i Vaxholmsfrågan.

Det finns fler frågor där en neutral betraktare skulle tycka att det vore logiskt att konsumentrösten var närvarande i debatten. En sådan är lägre matpriser genom ökad etablering av lågpriskedjor som Wal-Mart och Lidl. Men också här har det organiserade konsumentintresset varit tyst.

Det finns något som gör att de organ som representerar Sveriges konsumenter inte tar ställning eller bildar opinion i sakfrågor som till synes är viktiga för landets konsumenter. Vad är detta något?

Jo, både Vaxholmsfrågan och lågpriskedjornas vara eller icke är frågor som berör arbetarrörelsens kärnvärden, och arbetarrörelsen styr de organiserade konsumentintressena. Det görs genom att rörelsens representanter sitter i styrelserna, genom statliga bidrag och genom att staten ger konsumentorganisationerna uppdrag. Det finns också skäl att anta att den användning av utnämningsmakten som regeringen tillämpat de senaste åren kan påverka.

De tre viktigaste konsumentaktörerna i Sverige har alla Göran Persson och/eller Wanja Lundy-Wedin som högsta chef. Den fjärde har starka kopplingar till regeringens stödparti, miljöpartiet. Samtliga har staten som huvudfinansiär.

Konsumentorganen

Den svenska konsumentrörelsen domineras av fyra större organisationer: KF (Kooperativa Förbundet), SKR (Sveriges Konsumentråd), SKIS (Svenska konsumenter i samverkan) och Rättvisemärkt. Ytterligare ett organ som ska tillvarata landets konsumenters intressen är Konsumentverket, vars generaldirektör Karin Lindell också är konsumentombudsman.

KOOPERATIVA FÖRBUNDET (KF)

> *Vi är en värderingsstyrd organisation. Våra värderingar och de sätt de omsätts på i praktisk handling ska bidra till att det är intressant att arbeta hos oss.*[1]

Att KF är nära knutet till arbetarrörelsen är inte konstigt, KF är sprunget ur den rörelsen och har hela tiden behållit de nära banden till den. Bildade ABF tillsammans med socialdemokraterna och LO. Tanken var att genom samverkan förbättra levnadsstandarden genom att pressa priserna.

Styrelseledamöter med rörelseanknytning

KF:s styrelse har en intim koppling till arbetarrörelsen. Nina Jarlbäck, ordföranden, var tidigare kommunalråd för socialdemokraterna i Eskilstuna. Göran Lindblå har bakgrund i Folksam och OK. Lina Ingren är bl a representant i Botkyrkas socialdemokratiska förenings stipendiefond. Men även andra delar av arbetarrörelsen finns representerade, exempelvis Hyresgästföreningen genom Sune Dahlqvist.

SVERIGES KONSUMENTRÅD (SKR)

SKR presenterar sig på sin hemsida:

> *Sveriges Konsumentråd är en partipolitiskt obunden samarbetsorganisation som verkar för konsumenternas intressen. Vårt mål är ökad konsumentmakt och att beslutfattare inom politik, näringsliv och myndigheter, i Sverige och internationellt, alltid ska ha konsumenternas bästa för ögonen.*

[1] Kompassen, KF:s etiska riktlinjer.

SKR bildades 1992 och har föreningar, inte enskilda individer, som medlemmar. Bland medlemmarna märks inte bara organisationer som LO, Unga Örnar, ABF och PRO utan även Centerkvinnorna. I styrelsen finns en rad representanter för arbetarrörelsens olika delar:

Styrelseledamöter med rörelseanknytning

Ordförande: Inger Persson, LO

Johnny Sellmar, Unga örnar

Gunnel Karlén, ABF

Hans Lindholm, TCO

Carl-Eric Thörngren, Pensionärernas Riksorganisation (PRO)

Pia Lindeskog, Kooperativa Förbundet

Men också centerpartiet har en representant, Anki Elken (ersättare), Centerkvinnorna

Pengar från staten

SKR har fått stora summor av staten dels för att kunna genomdriva en rad projekt, dels har tidningen Råd & Rön överlåtits till föreningen. En del av projekten omsluter ett par hundra tusen kronor medan andra, exempelvis Goodgame, omsluter flera miljoner.

> *Sveriges Konsumentråd kommer att ta över tidningen Råd & Rön från Konsumentverket fr o m maj 2006. Det kommer att stärka organisationens möjligheter att bedriva opinionsbildande arbete.*
> (Trygga konsumenter som handlar hållbart – konsumentpolitikens mål och inriktning Prop. 2005/06:105)

SVENSKA KONSUMENTER I SAMVERKAN (SKIS)

SKIS skiljer sig på flera sätt från de två andra organisationerna. Dels genom att den politiskt står de gröna långt närmare än arbetarrörelsen. Dels genom att den tillåter vanliga medlemmar och inte bara organisationer. Politiskt är ställningstagandena som organisationen gör över ett brett spektrum – kritik har riktats mot Riksbankens självständighet, och allt från GMO (genmodifierade livsmedel) till lightprodukter.

SKIS bildades 1994 och:

> *har som uppgift bl a att verka för spridning av en ekologisk livssyn och en hållbar och uthållig utveckling i samhället, både lokalt och globalt, samt en etiskt godtagbar hållning*

> *till såväl människor som djur. Föreningen skall verka för resurshållning och motsätter sig en materiell tillväxt baserad på utarmning av jordens begränsade resurser.*
> (SKIS Programförklaring)

SKIS säger sig vara partipolitiskt oberoende men har trots det politiker i sin styrelse: Birgitta Tornérhielm som är förtroendevald för miljöpartiet, liksom Peter Eller som också är aktiv miljöpartist.

RÄTTVISEMÄRKT

Rättvisemärkt består av en förening och ett aktiebolag. Föreningen skiljer sig från de andra konsumentorganisationerna då de fokuserar mer på så kallat rättvis handel än på traditionella konsumentfrågor. Bland medlemsorganisationerna finns LO och Svenska Kommunalarbetareförbundet, som båda är representerade i styrelsen. I styrelsen sitter också den kristdemokratiske riksdagsledamoten Lars Lindén.

Styrelseledamöter med rörelseanknytning

Marie Linder, LO

Kristina Olsson, Kommunal

Bolaget

Rättvisemärkt i Sverige AB har fyra styrelseledamöter varav två är från LO: Håkan Lönndal och Lars Starkerud. Bolaget ägs också till 50 procent av LO.

Rättvisemärkt är ekonomiskt beroende av staten. Deras intäkter 2005 fördelade sig enligt nedan:

Statligt stöd: 1 590 000

Projektbidrag: 2 226 104

Medlemsavgifter: 205 000

Bidrag från medlemsorganisationer: 155 000

Nettoomsättning: 302 235

Övriga intäkter: 99 306

Uppdrag från staten

Opinionsbildning för rättvisemärkning på uppdrag från riksdagen. Här tar föreningen alltså på sig ett direkt uppdrag från staten, och bör då faktiskt inte längre anses vara en oberoende förening utan en *delvis oberoende* förening, delvis ett språkrör för staten.

> *Föreningen Rättvisemärkt arbetar för att sprida information om Rättvisemärkt samt väcka opinion och debatt om rättvis handel. För att skapa större medvetenhet hos konsumenter om dessa frågor får föreningen Rättvisemärkt statligt finansiellt stöd sedan 2004. Regeringen har dessutom reserverat 5 miljoner kronor fördelat under tre år för stöd till organisationer som arbetar med informationsinsatser som främjar rättvis handel. Stödet administreras av Sida.*
> (Regeringens proposition 2005/06:105)

KONSUMENTVERKET - KONSUMENTSTÖD ELLER MAKTORGANISATION?

”Konsumentverket är en statlig myndighet med uppgift att ta tillvara konsumenternas intressen.” Konsumentverket och Konsumentombudsmannen är en del i den statliga förvaltningen och därför av naturliga skäl starkt kopplade till regeringen.

Konsumentverket har enligt egen uppgift fem dominerande frågor; inflytande, hushållning, säkerhet, miljö och kunskap. De skriver i en presentation om sig själva:

> *Med hjälp av kommunernas konsumentvägledare genomför vi* ***matkostnadsundersökningar*** *etc för att ge konsumenterna större kunskap om marknaden lokalt och för att öka konkurrensen.*

Sökmotorn på Konsumentverkets hemsida ger noll träffar på Lidl, på lågpris får man i huvudsak träffar om att Ryan Air använt sig av prisjämförelser i sina annonser. På Vaxholm finns fyra träffar, samtliga handlar om att Vaxholm saknar kommunal konsumentvägledning.

I listan över remisser som Konsumentverket skrev under 2006 hittar man krav på flygskatter, folkhälsofrågor, tjänstehundar och ett par som rör energifrågor.

Den bild som framträder av de organ som har till syfte att värna konsumenternas intresse är att dom har starka kopplingar till arbetarrörelsen och staten, snarare än till konsumenterna och deras intressen. Vad får det för konsekvenser?

Konsekvenser

Att fyra av de fem viktigaste konsumentorganen i Sverige är beroende av den offentliga sektorn och arbetarrörelsen får naturligtvis konsekvenser. De två tydligaste är att konsumentpolitiska ställningstaganden blir snedvridna åt vänster samt att de konsumentorgan som inte är myndigheter inte är helt trovärdiga som fristående medlemsorganisationer. De vill framstå som icke-statliga organisationer, NGO:er (Non-Governmental Organisations), men är snarare delvis statliga organisationer, PGO:er (Partly Governmental Organisations). Ett tydligt exempel på detta är Rättvisemärkt. Det statliga stödet för opinionsbildning, projektbidrag oräknat, är nästan tre gånger större än intäkter via t ex medlemsavgifter, medlemsbidrag och övriga icke-offentliga intäkter.

IDEOLOGISK SNEDVRIDNING

Ett hushålls levnadsstandard avgörs av två faktorer: intäkter och utgifter. Båda är lika viktiga. Om priserna sjunker med 50 procent har människor fått det ekonomiskt dubbelt så bra, även om de inte fått några löneökningar över huvud taget. Producentintressena är knutna till intäktsdiskussionen ovan, medan konsumentintresset är knutet till utgiftssidan. Fackföreningarna försöker förbättra medlemmarnas levnadsstandard via intäktssidan, medan konsumentrörelsen agerar på utgiftssidan.

I arbetarrörelsens barndom arbetade man för att förbättra människors levnadsstandard utifrån båda dessa perspektiv. Fackföreningarna försökte få upp lönerna (produktionsperspektivet) och Kooperativa Förbundet, Hyresgästföreningen m fl försökte få ner priser och höja kvaliteten på varor och tjänster för att därmed förbättra människors levnadsstandard (det vill säga genom konsumtionsperspektivet). Från två håll försökte de ge människor ett materiellt bättre liv. Under resans gång förändrades dock detta och produktionsperspektivet utvecklade närmast en hegemoni i den socialdemokratiska välfärdssynen.

I dag är producentintresset avgjort starkare än konsumentintresset. Fackföreningarna är mycket starka och LO har starka kopplingar till det socialdemokratiska partiet och därmed regeringen. Näringslivets organisationer har också stort inflytande. Det gör att frågor som rör producentintressen får långt större uppmärksamhet och ägnas större intresse än frågor som rör konsumentintressen. Detta får givetvis ganska stor effekt på hur hela arbetarrörelsen agerar politiskt och vilka ställningstaganden som görs. För att återgå till Vaxholm så såg rörelsens elit inte möjligheten för mängder av svenskar att

höja sin levnadsstandard genom billigare bostäder, utan i stället uppfattades letterna som ett hot mot lönerna och jobben.

Om dessutom ett producentintresse, arbetarrörelsen, dominerar de konsumentröster som finns, blir snedvridningen ännu tydligare. Socialdemokratins utgångspunkt är en socialistisk analys. Detta inkluderar stor misstro till marknaden och dess förmåga i att hantera och lösa människors behov, problem och önskningar. Misstron verkar också ha ökat över åren, och betydelsen av rörelser som är aktiva på marknaden, som Kooperativa Förbundet, verkar ha minskat. I stället har socialdemokratins fokus kommit att hamna ganska ensidigt på intäktssidan av människors liv och inkomst.

Tusentals svenska hushåll skulle kunna få högre levnadsstandard om konsumtionsperspektivet inlemmades i den socialdemokratiska analysen av välfärd. Genom sjunkande priser kunde hushållen få mer för sina löner, och därmed ökad levnadsstandard. Konsumtionen som helhet kunde ha ökat, vilket hade resulterat i en ytterligare ökning av välfärden. I stället såg arbetarrörelsens elit ett hot mot en del av industrin som tidigare sluppit internationell konkurrens.

Motviljan är djup mot att låta marknaden sänka priser och därmed öka medborgarnas levnadsstandard, och utifrån det som diskuterats ovan är det märkligt. En prissänkning på mat genom sänkt matmoms hyllas som en storslagen reform, men motsvarande effekt på priserna hade kunnat nås genom att öka möjligheterna för lågpriskedjor att etablera sig här. Wal-Mart-effekten på åtskilliga procents prissänkningar hade kunnat betyda mycket för inte minst ekonomiskt svaga hushåll. Ändå sker inga ansträngningar från socialdemokratins sida att få in lågpriskedjorna, och därmed ner priserna.

En tänkbar förklaring skulle kunna vara att reformer som höjda barnbidrag, sänkt matmoms och liknande ger politiska effekter. I nästa val kan reformerna framhävas och användas som argument för att få förnyat förtroende. Så går inte att göra med välfärdsökningar som sker via marknaden. Levnadsstandard som ökas genom sjunkande priser på telefoni, datorer, bilar och annat ger inte alls samma rubriker som exempelvis en höjning av barnbidraget med en hundralapp. I Sverige verkar det – draget till sin spets – finnas en tyst uppfattning om att det är politiken som kan, och bör vara, den funktion som ger oss förbättringar och ett gott liv, och att det inte är marknadens roll eller möjlighet. Är det så visar det ganska väl på cynismen i mycket av politiken, där det viktiga inte är att hjälpa människorna att få ett gott och rikt liv utan i stället att skapa en möjlighet för det egna partiet att sitta kvar. Kan det vara så att makten kommit att bli långt viktigare än folkets bästa?

Var står konsumentrörelsen ideologiskt?

Om man ser vilka frågor som diskuteras i, och prioriteras av, konsumentrörelsen och samtidigt försöker se frågorna utifrån ett höger–vänsterperspektiv, så kan man få en uppfattning om var rörelsen befinner sig ideologiskt.

Några illustrationer

Fråga:	Vänster	Höger
Egna varumärken	Emot. Det minskar konkurrensen och stärker de stora kedjorna på konsumentens bekostnad.	För. Alla ska ha rätt att erbjuda de varumärken de önskar.
Lidl	Emot. Pressar ner löner, och har inte kollektivavtal.	För. Ökar konkurrens, pressar priser och bryter upp den svenska livsmedelsmarknaden.
Vaxholm	Emot. Pressar ner löner och har inte svenska kollektivavtal.	För. Sänker priser, driver på konkurrens och integrerar dessutom EU.
GMO	Emot. Osäkert, farligt och kan sprida sig. Vill vänta och se.	För. Billigt, löser en rad problem för människor. Möjligheten att välja eller välja bort GMO är också viktig.

Om vi ser på de frågor som konsumentrörelsen tycks prioritera så finns en tydlig övervikt mot vänsterfrågors spridning över den politiska skalan. GMO, motstånd mot reklam och liknande är typiska vänsterfrågor som är viktiga för konsumentrörelsen. Det är i sig inte fel, men det leder till att den konsumentpolitiska diskussionen kantrar. Detta kan ses som ett problem, särskilt som hela konsumentrörelsen är beroende av staten för att klara sig ekonomiskt.

På sin hemsida presenterar SKR sina tre viktigaste frågor – Egna varumärken för handeln (Coop, ICA m fl), motstånd mot GMO och motstånd mot barnreklam. Det är alla frågor med tydlig vänsterprägel och troligen inte något som speglar en bred folkrörelse. Även SKIS delar uppfattningarna om GMO, egna varumärken och barnreklam.

Konsumentverket, som ska föreställa ett slags statlig konsumentorganisation, intar liknande ståndpunkter i frågorna. Undantaget tycks vara de egna varumärkena, som exempelvis ICA, Konsum med flera kedjor har, där Konsumentverket inte har någon policy.

Hela konsumentrörelsen verkar vara enade i frågorna, och det är också åsikter som ligger till vänster de enats om. Detta är inget fel, men det är förvånande. Varför finns det ingen åsiktsskillnad? Var är diskussionen inom konsumentrörelsen?

Diskussion

Hur trovärdigt är egentligen Konsumentsverige?

Konsumentsverige, alltså konsumentorganisationerna, brister tyvärr i trovärdighet. De är politiskt eniga, de är ekonomiskt beroende av staten och brister därmed i självständighet. Många av de frågor som drivs är också frågor som i huvudsak tilltalar de aktiva snarare än åsikter som kan antas ha djup förankring hos Sveriges konsumenter. Exempel på sådana frågor är GMO och barnreklamen, de är viktiga för delar av folket men knappast viktigare än t ex mat- eller bostadspriserna.

Tanken, och vanligtvis hur konsumentrörelsen beskriver sig, är att det handlar om en folkrörelsekultur där organisationerna representerar folket. Det finns dock en stor skillnad på den bilden och på hur det faktiskt förhåller sig. I t ex SKR och Rättvisemärkt kan inte ens enskilda bli medlemmar. I alla organisationerna är det ekonomiska beroendet av staten mycket stort. Bilden av konsumentrörelsen som NGO:er, icke-statliga organisationer, klingar ihåligt. Med tanke på styrelsernas sammansättning och finansieringen är det bättre att tala om PGO:er. Organisationerna genomför ju i många fall mer eller mindre beställda kampanjer från staten.

VAD GÖR STATEN?

Kan staten vara en orsak till att det tycks finnas en hegemoni inom konsumentrörelsen? Det finns en sådan möjlighet. Staten använder konsumentrörelsen för att opinionsbilda för egna syften. Till exempel kan man läsa:

> *Begränsningar av marknadsföring av mat riktad till barn ska prövas och Sverige ska på EU-nivå verka för att TV-reklam för mat riktad till barn förbjuds. Konsumentorganisationerna föreslås få resurser att bevaka marknadsföringen och väcka debatt om utbudet av söta drycker, godis, snacks, bakverk och glass.*
> (Socialutskottets betänkande 2004/05:SoU11)

I betänkandet skrivs alltså rakt ut att staten ska använda en av det civila samhällets delar för att nå egna mål. Genom finansieringen får staten mer eller mindre kontroll över delar av det civila samhället, och kan påverka hur det tar ställning. För ytterst kan staten alltid dra in pengarna, och därmed orsaka att många anställda inte får lön. Faran för att statlig sponsring av civilsamhället ska resultera i påverkan på hur civilsamhället tar ställning är mycket stor, och långt allvarligare än i andra fall av sponsring.

> *Olika ideella organisationers aktiva engagemang för konsumenterna i Sverige och inom EU är viktigt. De har en viktig roll som opinionsbildare och kunskapsbyggare. Organisationerna tillför såväl kunskap som en nödvändig lokal och regional förankring och kan bidra till en livaktig dialog mellan medborgare, politiker och myndigheter.*
> (Trygga konsumenter som handlar hållbart – konsumentpolitikens mål och inriktning Prop. 2005/06:105)

Citatet ovan är mycket intressant och talande. Här syns den stora faran i att det civila samhället blir beroende av, och ett språkrör för staten. Här talas om hur statens politik ska förankras genom att civilsamhället lokalt för ut det statliga budskapet. Men citatet visar också på det som kommit att bli ett slags paradox i svensk demokrati – att staten betalar organisationer för att föra ut ett budskap, och sen utnyttjar organisationernas ställningstaganden som ett argument för sin politik.

> *Särskilt viktigt är organisationernas opinionsbildande arbete när det gäller hållbara konsumtionsmönster och deras möjligheter att nå särskilt resurssvaga grupper med information. De har därutöver en roll som konsumentrepresentanter i standardiseringsarbetet. Även de fackliga organisationerna och studieförbunden har en funktion att fylla som kunskapsbyggare och vidareinformatörer på konsumentområdet.*

I samma proposition finns citatet ovan. Det talas om konsumentrörelserna som ”konsumentrepresentanter” trots att det bara är SKIS som tillåter enskilda att bli medlemmar. De andra organisationerna accepterar bara organisationer som medlemmar. Organisationernas ställningstaganden i dessa frågor kommer därför att vara elitens, inte nödvändigtvis medlemmarnas. Särskilt i fallet med fackföreningarna kan man anta att det är så, då det visat sig att även mångmiljonstödet till socialdemokraterna är något som i huvudsak stöds av eliten. Att medlemmarnas åsikt skulle slå igenom mer i konsumentfrågor än politiskt stöd verkar osannolikt.

I samma proposition visar regeringen tydligt sin ambition att låta det civila samhället bära delar av den opinionsbildning som de vill ha utförd, men uppenbart inte själva vill ägna sig åt. I stället använder den dels skattemedel till egen opinionsbildning, dels låter den sin egen politiska opinionsbildning komma från en organisation som medborgarna antagligen uppfattar som en oberoende aktör.

Makten

Genom det starka inflytandet över konsumentrörelsen kan staten få makt i framför allt tre dimensioner, de kan få makt över beslutsfrågorna, makt över icke-frågorna och makt över tanken.

Makten över beslutsfrågorna är att kunna påverka vilka frågor som finns i den allmänna beslutsprocessen och vilka som är föremål för det allmänna intresset. I fallet Vaxholm är makten över beslutsfrågorna alltså att kunna påverka så att de frågor som diskuteras snarare är påverkan på lönerna än på konsumentpriserna. En tänkbar effekt av att kunna påverka frågeställningen så är att det skapas sympati med svenskar som upplever sina jobb eller löner hotade, snarare än att det skapar en önskan om att få ner priserna på boendet och byggandet.

Makten över icke-frågorna är att kunna påverka vilka frågor som blir föremål för politiska beslut. Genom att kunna påverka konsumentrörelsen både som remissinstans och i hur den påverkar den allmänna opinionen kan den politiska beslutsagendan påverkas.

Makten över tanken är makten över vilka perspektiv på olika frågor som diskuteras och som uppmärksammas för allmänhet och beslutsfattare.

När arbetarrörelsen förmår att ta den samlade makten över alla dessa dimensioner blir effekten att konsumentrörelsen blir ytterligare en rörelse som fogar sig efter deras vilja. Konsumentrörelsen måste inte alls styras via direktiv eller liknande för att detta ska kunna ske, och det finns inte en medveten konspiration. Men beroende av staten, styrelseposterna och annat gör att perspektivet blir statens och därmed maktens.

OPINIONSBILDNING GENOM KONSUMENTRÖRELSEN

Staten använder helt öppet konsumentrörelsen för att bilda opinion i flera frågor. Det är något som kritiserats från borgerligt håll utifrån ett demokratiperspektiv. Nedan följer en rad citat att tas fram som exempel på hur frågan diskuterats i riksdagsmotioner, och hur det uppfattas som ett demokratiskt problem att staten använder sig av det civila samhället för att bilda egen opinion, eller att staten använder en myndighet för att trycka undan en nisch som det civila samhället mycket väl kan fylla.

> *Regeringen hänvisar också till det pågående regeringsuppdraget till Konsumentverket att "främja konsumtionen av ekologiska livsmedel". Folkpartiet har vid flera tillfällen*

påpekat vikten av att myndigheter särskiljer på information och kunskapsförmedling och ren opinionsbildande verksamhet. Vi anser att myndigheter inte skall bedriva ren opinionsbildande verksamhet utan att detta måste lämnas över till t.ex. frivilligorganisationer såsom konsumentrörelsen.
(Med anledning av skr. 2005/06:88 Ekologisk produktion och konsumtion – mål och inriktning till 2010 av Marie Wahlgren m fl [fp].)

SER INGEN PROBLEMEN?

Att det finns problem med konsumentrörelsen är uppenbart, och något som många sett även om det sällan förts ut i den större offentliga debatten. Exempelvis så har SKIS i ett pressmeddelande (2000-04-03) uppmärksammat frågan:

Det är synnerligen olyckligt att ett konsumentengagemang ska bli beroende av partipolitik. Konsumentfrågorna borde vara övergripande och inte drabbas av den vanliga partipolitiska maktkampen.

Pressmeddelandet fortsätter med en tydlig kritik:

Den fristående renodlade konsumentorganisationen Konsument-Forum som startade 1985 och enbart baseras på enskilda konsumenter som medlemmar har aldrig fått något organisationsstöd, medan det nybildade Konsumentrådet omedelbart efter start fick 2 miljoner om året, trots att de inte har några enskilda medlemmar utan baseras på folkrörelsemedlemmar som LO, TCO, KF, ABF, PRO m fl, genomgående med klara partipolitiska sympatier.

Då Konsumenter i Samverkan, som numera heter ***Sveriges Konsumenter i Samverkan*** *(SkiS) bildades med Konsument-Forum som nav, tog det flera år innan ett litet symboliskt stöd (300 000) beviljades organisationen. Organisationen har både organisationer, bl a Konsument-Forum, som medlemmar och även enskilda konsumenter som stödmedlemmar, men ingen av organisationerna har någon uttalad partipolitisk sympati.*

Hittills har Sveriges Konsumentråd beviljats totalt över tiden 11,4 miljoner medan ***Sveriges Konsumenter i Samverkan*** *endast fått 1,4 miljoner fördelade på 4 år. Ändå ställer man samma krav och förväntningar på oss som på Konsumentrådet och i alla andra avseenden ska vi behandlas likställt.*

Avslutning

Vad betyder det för demokratin när det civila samhället inte längre är civilt?

Om det skapas en situation där staten, eller regeringspartiet, i allt högre grad också kontrollerar det civila samhället befinner sig demokratin på ett sluttande plan. Röster som normalt skulle kunna föra fram kritik, diskutera eller komma med kreativa förslag förvandlas i stället till att stödja den sittande regeringen. Det offentliga samtalet tystas inte med våld, utan genom att alla röster uttrycker samma åsikter. Det är inte detsamma som en odemokratisk enpartistat. Men likriktningen finns där och avsaknaden av pluralism i det offentliga samtalet.

En av de viktigaste delarna av en demokrati är det offentliga samtalet, där röster stöts och blöts mot varandra så att människor kan ta ställning, väga argument och lära sig. Samtalet formar också åsikter, och skapar lösningar på problem. Om staten i allt högre grad kan kontrollera de olika delarna av det civila samhället så kommer röster att tystna, och det offentliga samtalet bli allt fattigare. Vi förlorar inte bara åsikter, utan får också allt sämre åsikter och beslut. Situationen för makten underlättas, men folket får bära kostnaden för att det mindre livaktiga offentliga samtalet leder till allt sämre politiska och ekonomiska beslut. På så sätt blir vi alla lite fattigare.

Johan Hakelius har i en kolumn i Aftonbladet illustrerat detta väl:

> *Ministrarna ville verkligen veta vad "ungdomar" tycker. Sträcka ut en hand. Föra dialog. Rapport intervjuade en av "eldsjälarna": Sofia Larsson från påtryckargruppen jagvillhabostad.nu.*
> *Hon tyckte att det var ett "bra initiativ" som kunde leda till något "väldigt positivt". Det var ett fint ögonblick.*
> *Sedan var inslaget över.*
> *Det Rapport inte fick plats med var det här: Sofia Larsson var, till alldeles nyligen, en framträdande studentpolitiker i socialdemokratiska Laboremus. Jagvillhabostad.nu finansieras av Hyresgästföreningen. Ordförande där är den förra socialdemokratiska riksdagsledamoten Barbro Engman. Föreningen är medlem i arbetarrörelsens bildningsförbund.*[2]

En sådan demokrati skapar en märklig situation för medborgarna. Delar av civilsamhället används av staten för att föra ut budskap och påverka medborgarna, utan att

[2] <www.aftonbladet.se/vss/val2006/story/0,2789,795857,00.html>

medborgarna egentligen är medvetna om vem som är budskapets avsändare. Ofta uppfattas rörelserna som helt opolitiska trots att de har samarbeten med socialdemokratin eller staten i en eller flera frågor. Som ett sätt att bilda opinion och som PR-trick är detta genialiskt, sett som en del av en vital demokrati är det snarare förödande. Ofta anser nog inte heller organisationerna att de faktiskt har en speciell funktion att fylla i en demokrati, utan i stället ser ett tillfälle att driva en fråga de gillar eller ett sätt att få in medel som behövs. Maktens medel är ekonomiska och ofta väldigt subtila.