



Märk väl!

om märkning av varor vi köper
nästan varje dag



Lättläst



En lättläst sammanfattning
av utredningen Märk väl!



SOU

1999: 7

(lättläst)



Statens offentliga utredningar
1999:7
Finansdepartementet

Märk väl!

Lättläst

Betänkande av Utredningen
gällande konsumtinformation om dagligvaror
Stockholm 1999

SOU och Ds som ingår i 1999 års nummerserie kan köpas från Fakta Info Direkt. För remissutsändningar av SOU och Ds som ingår i 1999 års nummerserie svarar Fakta Info Direkt på uppdrag av Regeringskansliets förvaltningsavdelning.

Beställningsadress: Fakta Info Direkt, Kundservice
Box 6430, 113 82 Stockholm
Tel: 08-587 671 00, Fax: 08-587 671 71
E-post order@faktainfo.se

Svara på remiss. Hur och varför. Statsrådsberedningen, 1993.

– En liten broschyr som underlättar arbetet för den som skall svara på remiss.

Broschyren kan beställas hos:

Information Rosenbad
Regeringskansliet
103 33 Stockholm
Fax: 08-405 42 95
Telefon: 08-405 47 29

Tryckt av
REGERINGSKANSLIETS
OFFSETCENTRAL
Stockholm 1999

ISBN 91-7610-951-8
ISSN 0375-250X

*De här personerna har varit med
och gjort undersökningen:*

Senada Duliman har varit biträdande sekreterare.

Charlotta Wickman har varit sekreterare.

enhetschefen Susanne Carlsson,

avdelningschefen Agneta Gillback,

generalsekreteraren Bengt Ingerstam,

ombudsmannen Marianne Jarl,

departementssekreteraren Charlotte Nilenheim.

departementssekreteraren Göran Grén,

utredaren Martin Hedenmo,

kanslirådet Daniel Samuelson,

departementssekreteraren Herbert Silbermann,

direktören Walter Sköldefors,

departementssekreteraren Anna-Maria Wide

och konsumentsekreteraren Ulla Öhrn.

SOU 1999:7, Lättläst version

Den här utredningen är omskriven till lättläst svenska.

Det allra viktigaste finns med.

Maria O'Donnell, Centrum för lättläst

har skrivit om texten.

*Till statsrådet och biträdande chefen
för Finansdepartementet*

Regeringen har bett mig undersöka hur vi ska få veta vad det är vi köper. Därför har jag undersökt märkningen av mat, tvättmedel, schampo, och annat vi handlar nästan varje dag. Märkning är den information som finns på själva förpackningen, till exempel pris. Vi har särskilt undersökt hur synskadade personer ska kunna läsa märkningen.

Jag lämnar också förslag på hur märkningen av varor ska göras i framtiden så att kunderna bättre får veta det de behöver om de varor de vill köpa.

Stockholm i februari 1999

Inga-Britt Johansson

Räcker den information som finns idag?

Den här utredningen handlar om hur kunder får veta vad de behöver veta om de varor de köper i mataffären nästan varje dag. Kunderna behöver veta vad en vara kostar, vad den innehåller, och när den blir för gammal. De flesta varor är märkta med text som talar om allt detta.

Vi har tagit reda på om den information som finns på varorna räcker. Det blir allt fler varor, och kunderna vill veta mer om varorna de köper. Kunderna vill kunna läsa på varorna exakt vad som finns i varan. Kunderna vill också veta om varan är farlig för miljön eller inte.

Vad tycker alla?

Vi har pratat med kunderna
för att få veta vad de tycker om märkningen av varor.
Vi har också pratat med dem som äger affärerna.

Vi har pratat med flera olika organisationer.
Vi har pratat med föreningen Kooperativa Konsumentgillet.
De tänker på konsumenternas rättigheter.
TEMO, Testhuset Marknad Opinion AB har frågat
många kunder om vad de tycker.

Vi har särskilt pratat med Synskadades Riksförbund
och Unga Synskadade för att få veta
om personer med synskador behöver särskild information.
Vi har även talat med några föreningar som
talar för invandrares rättigheter.
Vi har talat med Tullinge och Tumbas Finska förening,
Bosnien-Hercegovinas förening Neretva,
Chilenska riksförbundet
och Turkiska riksförbundet.

Vi har talat med Pensionärernas riksorganisation,
och Sveriges pensionärsförbund
för att få veta om de gamla behöver särskild information
när de handlar.
Vi har också besökt myndigheterna Livsmedelsverket,
Konsumentverket och Naturvårdsverket.

Hur väljer kunderna den vara de vill köpa?

Nuförtiden kan vi välja mellan många olika varor i affärerna, när vi handlar.

Det finns ofta flera olika sorter av varje vara.

Vi måste kunna välja rätt vara.

Vi väljer efter hur mycket vi vill betala för varan.

Vi vill få veta vad som finns i varan, och hur gammal den är.

Därför ska informationen stå skrivet på varan som en märkning.

Nuförtiden vill kunderna veta mer

Nuförtiden bryr sig många människor om miljön.

Många vill köpa varor som inte skadar miljön.

Det finns flera olika varor som är miljövänliga och som är bättre för miljön än andra varor.

Många vill veta varifrån en vara kommer för de vill inte köpa varor från vissa länder.

Nuförtiden finns fler allergiker än förr.

Allergikerna vill veta exakt vad maten innehåller eftersom det kan vara livsfarligt för en allergiker att äta mat med ett ämne som han eller hon inte tål.

Sveriges konsumentpolitik

Sverige har en konsumentpolitik.

Sveriges konsumentpolitik vill

att kunderna ska ha mycket att säga till om.

De som äger affärerna ska inte få göra som de vill.

Alla ska ha få information om det de vill köpa

Kundernas hälsa ska skyddas från farliga varor.

Miljön får inte skadas när fabriker gör varorna.

Miljön får inte skadas när varorna slängs.

Vilka lagar styr?

Sverige har flera lagar som säger hur kunderna

ska få den information de behöver om varor de köper.

Marknadsföringslagen är en sådan lag.

Prisinformationslagen är en annan lag

Den säger att priset ska stå på alla varor.

Lagen säger hur märkningen ska se ut.

Idag ska detta stå skrivet på en matvara:

- * vad det är, namnet på varan
- * vad som finns i varan – en innehållsförteckning
- * hur mycket ett paket innehåller
- * när varan blir för gammal för att användas
- * hur varan ska användas,
- * om varan ska stå i kylskåp eller inte
- * vem som gör varan
och adressen dit.
- * hur man använder varan
- * hur mycket varan kostar

Var ska märkningen sitta?

Informationen ska stå skriven på varan,
på förpackningen, påsen som varan ligger i
eller på en skylt.

Texten ska var tydlig och på svenska.

Vilka varor slipper märkas?

Vissa varor slipper ha märkning på sig
eftersom priset kan stå till exempel på hyllkanten
eller på en skylt bredvid.

Mjök och annat som står i kylskåpet i affären har priset
på hyllkanten.

Varor som ligger i frysdisker har priser på hyllkanten.

Smågodis, grönsaker och frukt

som ligger i stora lådor kan ha priset bredvid.

Det gäller också mjöl, socker, ägg, tobak och kaffe.

Vem ser till att affärerna följer lagen?

Alla som gör en vara måste se till att innehållet står skrivet på varan.

Även den som säljer varorna måste se till att kunderna får veta vad som finns i varan.

Kommunerna ska se till att tillverkaren och affärerna följer lagen.

Särskild märkning av tvättmedel

På tvättmedels-paketet ska det stå lite mer information än vem som gör tvättmedlet, vad det heter och vilka ämnen som finns i.

Det ska också stå skrivet hur varmt tvätt-vattnet ska vara.

Det finns ofta bilder på paketet som de flesta känner till.

Man ska få också få veta hur mycket tvättmedel som behövs till en tvätt.

Det här vill kunderna också veta

När vi talade med dem som handlar förstod vi att kunderna är nöjda med det de får veta, men att de vill veta mer.

Kunderna vill få veta när varan är gjord.

Kunderna vill också få veta i vilket land en vara är gjord.

Kunderna vill också att innehålls-förteckningarna ska vara tydligare.

De vill förstå vilka ämnen som finns i maten.

Idag står ämnen skrivna med förkortningar.

Ofta står det en bokstav, E och sedan några siffror.

Kunderna tycker att det är svårt att veta vad bokstäverna och siffrorna betyder.

Information på flera sätt

I affärerna kan man få information om varorna på flera olika sätt.

Informationen kan stå skrivet på varan (märkning).

Information kan finnas på skyltar i affärerna och i broschyrer.

Personalen kan också berätta om de olika varorna.

Många olika miljömärken

Nuförtiden finns flera olika miljö-märken.

Miljö-märkena visar att varan är mindre farlig för miljön.

Många kunder tycker det är svårt att hålla reda på de olika märkena.

Det vore bra med ett enda miljö-märke.

Kanske en särskild myndighet kunde bestämma vilka varor som skulle få ha miljö-märke på sig.

Kunderna vill kunna lita på att varan verkligen inte skadar miljön.

De här är de vanligaste miljö-märkena idag:

Svanen

är Nordiska ministerrådets märke.

Sådana här varor kan ha ett svan-märke:

Toalett och hushållspapper,

rengöringsmedel,

diskmedel,

toalettrengörings-medel,

schampo

tvål



Märket betyder att varan inte sliter så mycket på miljön när den används.

Bra miljöval

Naturskyddsföreningens märke.

Dessa varor kan ha Bra miljöval-märket:
tvättmedel,
rengöringsmedel
och schampo



EU-blomman

EU länderna använder det här märket.

EU vill få alla länderna i EU att ha samma märke
men märket är inte särskilt vanligt ännu.

Märket med EU-blomman finns mest
på miljövänliga målarfärger.



Krav-märket

Krav är en förening för bönder
som odlar utan gifter.

Krav-märket finns på grönsaker, ost och kött
bland annat.



Andra slags märken som kan finnas på olika varor:

Nyckelhålet

Varor som innehåller mindre fett än andra likanden varor har idag ett nyckelhåls-märke på sig.



Svalan

Svalan är Astma och Allergiförbundets märke. Svalan finns på tvålar och tvättmedel utan parfym. Tvålen eller tvättmedlet ska kunna användas av en allergisk person.



Mat utan gluten

Märket med ett vetestrå som är överkorsat betyder att maten är utan ämnet gluten. Många människor tål inte ämnet gluten.



Rättvisemärket

Märket säger att varan är köpt direkt av tillverkaren utan att någon betalt för den innan den kommer till affären. Märket ska hjälpa människor i fattiga länder.



Märket finns på några kaffe-sorter.

I framtiden ska märket finnas på vissa te-sorter, kakao, chokladkakor, socker, honung och bananer.

Märket mot djurförsök

Märket med kaninen finns på varor som inte testats på djur.

Nordiska Samfundet mot plågsamma djurförsök bestämmer vilka varor som får ha märket.



Returpilarna

Returpilarna finns på varor som kan användas igen istället för att slängas.

Glasflaskor, papper, plast och läskburkar av aluminium

kan man lämna tillbaka till butiken.



Varnings-märken

Varor som lätt börjar brinna eller som kan explodera om de används fel måste ha varningsmärke på sig.



Mycket
brandfarligt



Mycket
giftigt

Reklam

Det ska vara tydlig skillnad på information och reklam.

Märkning av varor är information till kunden.

Märkningen ska vara sann och riktig.

Reklam är något annat.

De som gör en vara använder reklam
för att få oss att köpa mer av den varan.

Reklam kan också vara ett sätt att få kunden
att välja en vara istället för en annan.

I TV finns reklam.

TV-reklamen ska aldrig kunna förväxlas med
de riktiga TV-programmen.

Om vi får reklam i brevlådan ska vi alltid
kunna förstå att det är reklam och inte information.

Det finns lagar som bestämmer hur reklamen får se ut.

VÅRA FÖRSLAG TILL FÖRÄNDRING

Detta ska man alltid få veta om varan

Detta ska man alltid få veta:

- * vad det är för vara
- * hur man använder den
- * vad varan innehåller
- * hur länge den håller
- * när den gjordes
- * namnet på den som gjort varan
- * adressen till den som gjort varan
- * hur man använder varan
- * vilket land varan kommer från
- * varning om varan innehåller farliga ämnen
- * priset

Vilka varor ska märkas?

Allt det som står här ovan ska stå skrivet på all mat, hygienartiklar och hushållsartiklar.

Hygienartiklar är till exempel tvål, schampo och tandkräm.

Hushållsartiklar är till exempel tvättmedel och rengöringsmedel.

Vad finns i varan?

Nuförtiden har varor med farliga ämnen varningstexter på sig.

Vi vill att alla varor ska ha en lista med de ämnen som finns i varan även om ämnena inte är giftiga.

Läkemedelsverket ska skriva en broschyr och förklara de vanligaste ämnena som finns i hårshampo, tvålar och andra hygienartiklar.

Allt som finns i en vara ska skrivas ut

Sverige ska försöka få de andra länderna i EU att skriva ut så många ämnen som möjligt som finns i en vara.

Om det finns fett från ett djur i en vara ska det stå vilket djur fettet kommer från.

Det är särskilt viktigt för en del religiösa människor. Vissa religioner förbjuder människor att äta gris.

Det kan vara livsviktigt för allergiker att veta exakt vad som finns i en vara.

All information får inte plats

Eftersom all information inte får plats på varan ska man kunna läsa mer om en vara i datorer.

Texten ska vara så stor att alla kan läsa den

All viktig text ska vara skriven i sådan stor stil
att alla kan läsa den.

Sverige ska se till att även de andra länderna i EU
skriver större texter på varorna.

Texten ska vara lättläst

Texten på varan ska vara lättläst
så att alla förstår den.

Sverige ska försöka se till att även de andra EU-länderna
gör detta.

Personer med utvecklingstörning
som kanske inte förstår texten så bra
ska kunna få läsa den på lättläst svenska.

Livsmedelsverket ska se till att allergiker får veta

Med hjälp av den moderna dator-tekniken
ska allergiker kunna ta reda på mer om en vara.

De ska kunna läsa i en dator
vilka ämnen som finns i olika varor.

Alla ämnen kanske inte får plats på varan,
då ska man kunna läsa om allt man vill veta i sin dator.

Läkemedelsverket ska skriva en särskild skrift
om vilka ämnen som finns i olika hygienartiklar.

Hygienartiklar är tvål,
schampo och tandkräm till exempel.

Ändrat innehåll

Om innehållet i en vara ändras
 måste kunden kunna se det snabbt och lätt.
 Det ska finnas ett särskilt märke som sätts
 på sådana förpackningar.
 Det kan vara viktigt för allergiker
 att få veta om en vara innehåller andra ämnen än förut.

Så här ska synskadade personer få veta vad som finns i en vara

Mer än 100 000 personer i Sverige ser så dåligt
 att de har svårt att läsa märkningen av varor.

Det blir bättre för många av dessa personer
 om man märker med större och mer lättläst text.
 Men för de flesta räcker inte det.

Hjälpmiddels-institutet föreslår att man ska kunna ta hjälp
 av den nya tekniken.

Dels borde man kunna få information hemma i datorn,
 dels borde maskiner i affären läsa upp texten.

Handikapporganisationerna säger att det är viktigt
 att kunna få hjälp av personalen i affären också.

Varor kan märkas med punktskrift.

Särskilda läs-pennor kan läsa av märkningen på varan och sedan läsa upp texten. Om man inte vill att andra ska höra ska man kunna ha en liten hörsel-snäcka i örat.

Konsumentverket ska tillsammans med Synskadades Riksförbund och Hjälpmedels-institutet hitta på bra sätt för synskadade personer att få veta vad som finns i varorna och vad de kostar.

Vilket land kommer varan ifrån?

Sverige ska se till att det står skrivet på varor från andra länder vilket land varan kommer ifrån.

Kunderna ska kunna jämföra olika priser

Sverige ska försöka se till att det finns jämför-priser på varor från andra länder.

Man ska kunna jämföra priserna på varor av samma sort.

Kunden ska alltid kunna välja den billigaste varan.

Fler varor ska få nyckelhåls-märkning

Fiskeriverket vill att även fisk ska kunna märkas med nyckelhåls-märket.

Nyckelhålet betyder att en vara innehåller mindre fett än andra liknande varor.

Bara vissa sorters varor kan ha ett nyckelhåls-märke på sig.

Vi tycker fler varor ska kunna märkas med nyckelhål.

Olika sorters fisk kan till exempel ha mindre eller mer fett i sig.

Även frukt och grönsaker kan vara olika mycket feta.

Ny konsumentpolitik

Kommittén Konsumentpolitik inför ett nytt sekel

ska fundera på hur regeringen ska se till

att de nya förslagen följs

och även fundera på hur kommunerna ska tala om

för affärerna att de nya bestämmelserna finns.

Så här ska de nya förslagen bli verklighet

De nya bestämmelserna borde samlas i en bok,

så att de som arbetar i affärerna kan lära sig

de nya bestämmelserna.

Hur ska kunderna kunna vara med mer och bestämma?

Personer från konsument-organisationerna ska vara med i styrelserna för de myndigheter som ska se till att informationen till kunderna blir bättre.

Vart tredje år kontrollerar regeringen informationen

När tre år gått ska de olika myndigheterna kontrollera att kunderna fortfarande får den information de behöver om olika varor.

Sedan när tre år gått igen ska man kontrollera igen.

Varje gång ska myndigheterna tala om för regeringen hur det fungerar.

Att handla på internet

Utredningen Konsumenträttigheter i IT-samhället ska undersöka vilka rättigheter som kunder har när de handlar på internet

Vad kostar de här nya förslagen?

De här nya förslagen ska inte behöva kosta mer än vad de olika myndigheterna redan har råd med.

Det som kan bli dyrt är att hitta på ny teknik som ska hjälpa synskadade personer.

Till det kan man söka pengar från Allmänna arvsfonden.

Drömmen om den goda butiken

*-en saga om hur det skulle kunna vara
i framtiden*

Anna är gammal och ser dåligt.

Hon har lite svårt att gå.

Hon sitter vid sitt skrivbord.

Hon skriver en lista på vad hon ska handla.

Om man ser dåligt

är det bra om man förbereder sig noga.

Hon hoppas att någon i affären kan hjälpa henne.

Ofta är personalen stressad

och okunnig om varorna, tycker hon.

Anna är trött.

Hon har varit på en resa.

Hon har ingenting att äta hemma.

Dessutom kommer hennes sondotter på besök.

Sondottern är allergisk

och kan inte äta vad som helst.

Anna måste köpa särskild mat till sondottern.

Anna somnar.

Anna drömmer.

Anna har hjälpmedel hemma.

Hon filmar med en liten TV-kamera.

TV-kameran visar texten på en TV-skärm.

Texten blir så stor att Anna kan läsa den.

Hon kan handla mycket av det hon behöver på internet.
Datorn kan läsa upp med en konstgjord röst det hon vill veta.
Vad synd att de här datorerna inte finns överallt, tänker hon.

Anna vet att hon kan ringa affären och be dem
lägga alla varor hon behöver i en kasse.
Kassen skickas till henne.
Men Anna tycker om att gå ut.
Alltid träffar hon någon hon känner
så hon kan få prata lite.

När Anna kommer till affären blir hon överraskad.
Butikschefen säger:
-Hej Anna, här är vår nye butiksvärd.
Butiksvärden hjälper Anna till ett särskilt hörn i butiken.
-Här finns vår informationshörna, säger han.

Här kan du lyssna på en bandspelare som läser upp
vad du behöver veta om våra varor.
Information om varje vara skrivs in i en dator i affären.
Bandspelaren talar om för dig var varorna finns,
vad de innehåller, om det finns nya varor
och om vi har rea-priser.
All information finns också på lättläst svenska
för dem som behöver det.

Alla konstiga märken på varorna
finns förklarade här i en broschyr.
Snart kommer vi att ha stora lättlästa skyltar i affären också.

-Är det något särskilt du vill ha hjälp med,
undrar butiksvärden?

-Jag ska handla till min sondotter som kommer på besök.
Hon är allergisk, säger Anna.

-Jag ska visa dig hur man gör
för att hitta rätt varor, säger butiksvärden.

-Tack, säger Anna, men jag vill gärna prova själv
hur datorn fungerar.

Anna tycker det är spännande.

Datorn har en liten hör-snäcka som hon kan sätta i örat.

Datorn läser upp vad som står skrivet.

-Det är skönt att ingen annan kan höra, tänker Anna.

Datorn skriver ut ett recept på mat
som passar Anna och hennes sondotter.

På lappen står det också var i butiken varorna finns.

Alla skyltar i affären är stora och lätta att läsa.

Anna hittar lätt det hon behöver i affären.

Hon ska köpa sondotterns favorit-godis
men påsen ser annorlunda ut än förut.

En ung flicka som arbetar i affären frågar:

-Kan jag hjälpa till med något?

-Godiset ser inte ut som det brukar, säger Anna.

-En ny bestämmelse säger att det tydligt ska synas
när en vara får nytt innehåll, säger flickan.

-Ojdå, säger Anna, kan du se om de lagt till något nytt ämne som min sondotter kanske inte tål?

Flickan läser vad som finns i godiset,
och Anna kan köpa det.

Innan Anna lämnar affären
frågar personalen om hon vill vara med i en grupp.
Gruppen ska få säga vad de behöver.
Sedan ska de som arbetar i affären lyssna på det.

När Anna vaknar förstår hon att hon drömt.
Hon sitter fortfarande vid sitt skrivbord.
Nu måste hon skynda sig
eftersom färdtjänst-taxin snart kommer.
Hon måste handla fort också
eftersom taxin inte väntar så länge
som hon skulle vilja.

Anna tänker att hon borde göra något
för att ändra på hur det är.
Det finns så många som hon,
som skulle behöva ha det bättre.



fakta info direkt

Tel 08-587 671 00. Fax 08-587 671 71.

Box 6430. 113 82 Stockholm.

order@faktainfo.se www.faktainfo.se

ISBN: 91-7610-951-8

ISSN: 0375-250X

