

50 år
1958-2008



Detta har hänt ...

Minns du karusellmaskinen, varudeklarationsnämnden (VDN), energikrisen, freestilen och Commodoren?

Följ med på vår spaning efter den tid som flytt. ▷

TEXT CRISTINA FARM, HELENE GÖTBERG OCH INGRID JACOBSSON



1958

▷ **1958.** I augusti publiceras det första numret av Råd & Rön, ett faktsäckat blad på fyra sidor. Premiärnumret handlar bland annat om färskpressad apelsinjuice kontra djupfrysad på burk.

Fyra nummer kom ut första året. Utgivare var statliga Konsumentinstitutet, vars pressmeddelanden hade blivit så populära att man nu vågade sig på en regelbundet återkommande trycksak.

1960. Diska för hand eller i maskin? Konsumentinstitutet lät tre husmödrar diska familjedisken och jämförde resultatet med en amerikansk automatisk diskmaskin och en svensk handdriven (Electrolux karusellmaskin, som placerades på diskbänken och blev en klassiker i många svenska hem). Det blev ungefär lika rent. Den största tidsvinsten, 11 minuter, stod den amerikanska maskinen för. ”Många familjer finner dock att den största vinsten med diskmaskin är att olika familjemedlemmar gärna sköter den”, konstaterar tidningen.



1960

1961. Råd & Rön rapporterar om kylskåp – kylskafferi, ”en helt ny typ av förvaringsenhet som ersätter kylskåp och friskluftventilerat skafferi. Kylan för hela enheten alstras av kylskåpets kylaggregat. Dessa skåp är motordrivna.” Ett modernt kylskåp med sval helt enkelt. Skafferiets saga var all.

Tidningen lär föräns ut hur husmor ska hålla ordning och reda i garderoben. Den ska tvättas från golv till tak och då den är torr ”sprutas man den med ett malmedel av DDT-typ”.

DDT visade sig senare vara ett miljögift och förbjöds i Sverige och de flesta andra länder på 70-talet.

1962. Råd & Rön går upp i format till 16 sidor och står nu med bild på omslaget.

Termoskannor testas, nästan alla håller värmen men bara en är VDN-märkt.

Förkortningen VDN ska återkomma många gånger i Råd & Rön. Den stod för Varudeklarationsnämnden, som 1951–1973 efter tester försåg en lång rad produkter med varufakta.

1964. Omslaget pryds av paprikan, en ny C-vitaminrik grönsak. Grönsaksortimentet i butikerna har ökat, man kan nu köpa flera olika sorters sallad, majscolvar, broccoli och sellerikål. Paprikan förlorar inte mycket i C-vitaminhalt vid kokning visar test, ”i moderna kokböcker finns många recept”.

1967. Barnvagn eller ståtussymbol? Konsumentinstitutet har testat elva liggvagnar och sju sittvagnar. På institutets laboratorium har maskiner dragit och slitit i vagnarna för att prova stabilitet, hållbarhet och bromseffekt. Praktisk provning ingår också. På en färgbild (en nyhet!) syns fem kvinnor och en man som är ute och drar barnvagnarna.

Tidningen frågar sig också om man törs åka till Mallorca för 195 kronor? Nja, det beror på, om tio platser realiseras i sista stund vågar man åka med, annars är det nog en ”skandalresa”. 400 kronor för en vecka till Mallorca är skäligt lägsta pris, 600 kronor till Kanarieöarna.

1969. Nu är färg-tv snart här! Ett test av färg-tv-apparater visar att de har fem gånger sämre driftsäkerhet än svartvita mottagare, tre av fyra måste repareras under sin livslängd och färgåtergivning för grönt, blått och blågrönt är urusel. En kalkyl visar dessutom att det blir nästan tre gånger så dyrt att titta på färg-tv som på svartvitt. Ett nytt test året därpå visar att apparaterna redan blivit betydligt bättre.

Samma år publicerar Råd & Rön för första gången en lista från nyinrättade Allmänna reklamationsnämnden över företag som inte följt nämndens beslut, svarta listan.

1971. ”Behöver vi kök hemma?”, inleder Råd & Rön en serie artiklar om kök. En ny svensk köksstandard har kommit med begrepp som funktionsanpassning och flexibilitet. Enkla, vettiga kök som det går att arbeta i.

Test av heltäckningsmattor är en annan artikelserie. Hur man lägger in dem, hur man gör ren dem, (dammsugning och schampo), hur de nöts. Inte särskilt praktiska men en försäljningssuccé dessa år.

1972. Råd & Rön får en ny ägare, det nybildade Konsumentverket. Tidningen växer i format, får fler sidor och fler färguppslag.

Sverige har fått sin första marknadsföringslag och förhoppningarna är stora. En stor del av anmälningarna till den nya myndigheten, Konsumentombudsmannen, rör kosmetik.

”Den nya lagen sanerar reklamen för allehanda skönhetsprodukter. Företagen får inte längre säga att hårmedlet X ger dig håret tillbaka om de inte kan bevisa det. Eller påstå att krämen Y tar bort dina rynkor om den verkligen inte gör det.”

Det blev inte så enkelt som Råd & Rön trodde, en hel del av den här reklamen finns fortfarande kvar ...

1973. Energikrisen ger avtryck i Råd & Rön detta år och i flera extranummer de följande åren. ”Nu måste vi spara!” lyder en krigsrubrik i ett av extranumren. En rad av spartipsen känns igen: vädra med vett, sänk temperaturen inomhus, isolera fönstren. Men ännu ifrågasätts inte villans oljepanna ...

Matpriserna debatteras också flitigt i början av 70-talet, särskilt extrapriserna. Som bekant finns de kvar.

1974. ”Hälsokost – mat eller myt? Biologiskt, biodynamiskt odlat, giffritt! Så lyder hälsokostbutikernas lockrop. Men hur många av de ”giftfria” produkterna är egentligen giftfria?”, frågar sig tidningen.



1967



1969

FOTO: NORDISKA MUSEET

1973



– Det finns inga giftfria grönsaker, säger en professor vid Statens växtskyddsanstalt. En annan, vid Alnarp, menar att obesprutade grönsaker är farligare än andra.

– Biodynamiskt är geschäft.

Mysticism och medeltida vidskepelse är andra omdömen i artikeln. Det var långt kvar till dagens syn på ekologisk odling.

1975. Blödande jeans har blivit mode. ”En kvalitetsbrist, att färgen faller vid tvätt, har blivit ett framgångsrikt säljargument, ett måste för aningslösa tonåringar”, skriver Råd & Rön. En rad tillverkare har tillfrågats om kvaliteten men få har svarat. En översikt över marknadens jeans visar att nästan hälften kostar över hundralappen, ”ett orimligt pris för en byxa vars främsta egenskap förr var god slitstyrka till lågt pris.”

1977. ”Tandkrämen är farlig”, basunerar tidningen ut. Och då avser man all tandkräm: den sägs medverka till dålig munhygien och tandsjukdomar. Tandkrämen gör inte tänderna rena, att den säljs så mycket beror enbart på den massiva marknadsföringen. Bakgrunden till artikeln var att Colgate-Palmolive just fällits i Marknadsdomstolen för sitt påstående att deras tandkräm ”motverkade dålig andedräkt”. Artikeln väckte en het debatt och Råd & Rön anklagades för ensidighet. Ett par nummer senare publicerades hela fyra sidor med genmälen.

1979. EAN-märkningen med streckkoder infördes i butikerna och prislapparna, som då satt på alla varor, var hotade. Råd & Rön och Konsumentverket kämpade för att få behålla dem och för att kassakvittona skulle bli enklare och tydligare. Kampen kom att fortsätta i många år – men streckkoderna segrade.

1981. Årtiondet inleddes med att man presenterade en ny generation ”slavar” i hushållet – mikrodatorerna. De skulle ersätta elmotorerna i tvätt- och diskmaskiner, frysboxar, dammsugare och så vidare. ”Det kan låta som en mardröm”, skrev Råd & Rön, men vi hade ”redan kommit mycket längre i datasamhället än vi föreställde oss”. En annan nyhet som skulle komma allt mer var plastkortet, som skulle användas i stället för pengar. Bensinbolagen Esso och OK hade redan börjat ersätta sina sedelautomater med betalkortsautomater. Och datorerna styrde allt fler processer i industrin, plus att ”datoriseringen kommer att tränga in i hushållen vare sig vi vill det eller inte”. Det var en spädsmått som slog in!

1983. ”Framtidens skivspelare är här” var rubriken på en artikel om den stora nyheten: cd-spelaren. Många undrade vad de skulle göra med sina gamla skivspelare. Men Råd & Rön lugnade läsarna: ”med största sannolikhet kommer det att ges ut vanliga LP-skivor ännu några årtionden framöver”.



1983

1984. ”Frågor och förvirring” väckte introduktionen av kabel-tv. I mitten av 1980-talet såldes satellit- eller kabelklara apparater och Råd & Rön rekommenderade läsarna som skulle köpa ny tv att se till att apparaten hade ”tillräckligt antal programknappar för det kommande utbudet, minst ett 20-tal”. Fjärrkontroller var inte så vanliga. Men man förutspådde också att ”till de flesta av oss kommer satellitsändningarna troligen att distribueras via kabelnät”, och då skulle man förstås inte behöva köpa egen parabolantenn.



1977

1987. ”Dagens dator är en klok skrivmaskin” förklarade Råd & Rön och beskrev de ”små” apparaterna som rymdes på ett skrivbord. Persondatorerna kom ut på marknaden i mitten av 1970-talet och allt fler svenskar skaffade sig sådana tio år senare. Datorerna användes ”i första hand som intelligenta skrivmaskiner och bara i andra hand för beräkningar”. Dator och skärm kostade ca 10 000 kr.

En annan nyhet som kom i mitten av 1980-talet var mikrovägsugnen. Råd & Rön



förklarade hur ugnen fungerade och visade en rad av de nya kokböcker som kommit ut för mikromat. En sådan kokbok var nödvändig om man skulle kunna laga mat i mikron.

1988. Råd & Rön testade freestylebandspelare. De introducerades redan 1979, då den första Sony Walkman – en bärbar bandspelare för kassetband – släpptes i Japan. Freestylan lät hyfsat bra om man satt still, men ljudet svajade om man ville ha den på sig på joggingrundan, varnade tidningen.

Miljöfrågorna stod högt på dagordningen och det var stor efterfrågan på miljövänliga produkter, främst papper. Konsumentverket granskade marknadsföringen av nyheterna ”dioxinfritt” och ”klorfritt”, och hävdade att det var högst osäkert om några produkter kunde anses vara helt rena.

Fyra år senare, 1992, införde tidningen en miljöbilaga, ”På grön kvist”, som under flera år rapporterade om miljöfrågornas utveckling.

1989. Trots att cd-spelaren hade lanserats 1983 publicerade Råd & Rön det här året ett stort test av dubbla kassettdäck. Där kunde man göra två inspelningar samtidigt eller kopiera från ett band till ett annat. Vem använder sådana i dag?

”Vad rymts i folkdatorn?” frågade sig Råd & Rön också detta år och testade sex IBM-kompatibla persondatorer, bland annat de populära Commodore och Atari. Samtliga hade förstås 5 1/4 tums disketter som rymde hela 360 kbyte.



1988

FOTO SONY

▷ **1990.** Tubsockor satt på alla tonåringars fötter och Råd & Rön testade naturligtvis sockorna. På Åhléns försökte man få ungdomarna att köpa andra sockor också, till exempel till fest, ”men märkte ett visst motstånd”.

Väldsleksaker hade debatterats ända sedan 1970-talet. I slutet av 1980-talet träffade Konsumentverket och leksaksbranschen en överenskommelse om att krigsleksaker som hänförde sig till krig efter 1914 inte skulle få säljas i Sverige. 1990 kom så Konsumentverket, Barnmiljörådet och leksaksbranschen överens om att leksaksreklam med stridsscener och bilder där man sköt på människor, djur eller fantasivarelser skulle bort, liksom väldsleksaker som inte direkt hade med krig att göra, till exempel beväpnade robotar.

Tio år senare skrev fem socialdemokratiske riksdagsledamöter en motion där man beklagade att överenskommelsen inte följdes, och man ville att regeringen skulle vidta ”åtgärder för att komma tillrätta med den krigshysteri som nu råder i leksaksaffärer”. Motionen avslogs.



1990

1991. En läsare skrev och klagade på företaget Inter Contos brevreklam som inleds med orden ”Behöver du kontanter?”. Läsaren blev ”fruktansvärt sårad” över att ett företag ens kunde tro att hon skulle skaffa pengar på ett så ”lättfärdigt sätt”. En av Konsumentverkets hushållsekonomer



1991

gjorde inför EES-avtalet många utblickar ut i Europa. Bland annat skrev man om det internationella standardiseringsarbetet. Säkra flytvästar hade i många år varit en av Konsumentverkets käpphästar, och till produktsäkerhetsexperternas stora glädje kom de svenska nor-

svarade att så fick marknadsföring av krediter absolut inte gå till, banker och finansbolag skulle i stället följa de etiska regler som fanns.

I dag, med sms-lån och andra erbjudanden, är marknadsföringen ännu intensivare. ”Yuppienallen”, det vill säga mobiltelefonen, ”började bli överkomlig även för privatpersoner”. 1991 drev Televerket (nuvarande Telia) två NMT-nät, och det fanns också det Kinneviksägda Comviknätet. Men den stora nyheten var att GSM-nätet, framtidens mobiltelefon, skulle byggas ut. Det skulle vara fullt utbyggt 1994. I dag är också GSM på väg ut till förmån för 3G – tredje generationens mobilnät.



1992

1992. Sveriges EU-inträde närmade sig (vi blev medlemmar 1995) och Råd & Rön

merna att ligga till grund för den nya europeiska standarden för västarna.

1993. Detta år var det nytt med miljövänliga kläder. I Tyskland hade man redan påbörjat arbetet med att ta fram en märkning för ekokläder, men i Sverige gick det långsammare. Vi har fortfarande ingen svensk märkning även om många butiker numera säljer kläder och textilier av ekologiskt odlad bomull.

1994. Hemdatorerna blev allt populärare, nu fanns det både pc och Mac. Ett datorpaket för hemanvändning borde ha en dator med 4 Mbyte internminne, tyckte Råd & Rön. I dag är det vanligt med 4 Gbyte minne – alltså tusen gånger så stort.

1996. ”Ta det lugnt med Internet!” var den uppfordrande rubriken på en lång artikel. Råd & Rön förklarade internet med att det inte var något magiskt, utan en modern telefon-telefax(!). ”Ha inte bråttom, man behöver inte Internet för sitt vardagliga liv” sa en internetexpert från LO. Detta år hade 25 procent av svenskarna någon gång varit uppkopplade mot nätet. Ett år tidigare hade bara 5 procent prövat på det.

1997. Trots varningen året innan om att ta det lugnt med internet lanserade Råd & Rön sin första hemsida 1997.

Samma år publicerade tidningen en artikel där en läsare klagade över ”ett stycke pressad produkt benämnd Bayonneskinka”. Läsaren menade att man kokat ihop ben och broskbitar, dessutom var skinkan för salt och broskaktig. Så sent som i förra numret, nr 6/08, klagade vi över att rund, färdigskivad skinka inte är annat än ”limmad skinksmet” förstärkt med onödiga tillsatser. Det finns uppenbarligen mycket kvar att jobba med när det gäller matkvalitet.





FOTO RÄTTVISEMÄRKT

1998. Råd & Rön fyller 40 år. Man blickar bakåt och konstaterar att "tidningen varit en lärobok för minst tre generationer. Forskning och tester har påverkat producenterna till att göra produkterna säkrare och anpassat dem efter brukarnas behov".

En rad personer blickar också framåt – "Hur ser vardagen ut om tio år?" Per-Gösta Öster, Electrolux, förutspår att "hushållsmaskinerna fått inbyggd intelligens och kan kommunicera". Han tror också att "fler äter hel- och halvfabrikat". Ingvar Kamprad, Ikea, säger att "år 2008 har miljöfrågorna växt in i vardagslivet på ett mer konsekvent sätt".

Dessutom publiceras det första testet av digitalkamror. Råd & Rön skrev att "en digitalkamera är inte något jämförbart alternativ till den vanliga kameran som man har film i". I dag är de allra flesta kameror som säljs digitala.

1999. "Det är inte lätt att vara en etisk konsument", de etiska alternativen är få, konstaterar Råd & Rön. I livsmedelsbutiken måste man leta med ljus och lykta för att hitta några varor. På sin höjd finns kaffe, te och bananer. Nu finns det långt fler rättvisemärkta varor att köpa.

2000. "Bra ljud från liten musikmaskin" skrev Råd & Rön i en artikel om minidiskspelare, numera kallade mp3-spelare. "Apparaterna är nättä och utmärkta att ta med på resan". Men dyra förstås och så små att det är svårt använda alla funktioner. Då skulle de se dagens mp3-spelare!

2002. Råd & Rön publicerar sin första etiska granskning, som handlar om jeans. "De företag som utnyttjar textilarbetare drabbas av dåligt rykte", konstaterar tidningen. Ändå är det bara tre av tolv företag som tillverkar jeans som visar något som helst intresse för etikfrågor och kan visa

upp regler och dokumentation för hur tillverkningen ska gå till.

2003. "Något konstigt håller på att hända med vädret! Kraftiga oväder och mycket torka!" Råd & Rön publicerar en bilaga om växthuseffekten och hur vi som konsument kan minska den.



2005. Med rubriken "Videon är död, länge leve videon" anspelade tidningen på att videobandspelarens tid var förbi. I stället var det dvd som gällde. Men skulle det vara "en dvd med eller utan hårddisk?" Senare kom dvd-spelare som klarade att visa högupplöst film och två format, bluray och hd-dvd, slogs om tronen. Bluray tog hem segern.

2006. Råd & Rön får en ny ägare. Efter 48 år i statlig regi övergick Råd & Rön till konsumentorganisationen Sveriges Konsumentråd, numera Sveriges Konsumenter.

Fira med oss! Stor fest!

2008. Den 24 september firar vi Råd & Rön's 50-årsdag med en fest i Stockholm. En fest utan prenumarer vore som en tidning utan läsare. Därför lottar vi ut tio stycken festbiljetter som gäller för två personer. I festbiljetten ingår välkomstdrink, middagsbuffé med dryck, underhållning och inte minst möten med andra Råd & Rönare.

Skriv till oss och berätta varför du vill vara med och fira Råd & Rön's 50-årsdag. Vinnarna meddelas under vecka 36. Adressen finner du på sidan tre.

5 röster om Råd & Rön



Jan Fager, vd Sveriges Marknadsförbund:

Jag tycker framför allt om tidningens oberoende tester. Råd & Rön har på ett enkelt sätt förklarat komplicerade fakta för vanliga människor.



Sophie Elsässer, doktorand i pressvetenskap vid Lunds universitet, skriver en avhandling om Råd & Rön:

Råd & Rön är en viktig tidning som känns trovärdig, aktuell och lättillgänglig. Från början fungerade tidningen som en hemkunskapslärare i en tid då mycket förändrades. I dag är tiderna också föränderliga, men numera är Råd & Rön mer av en pålitlig vägledare.



Nyamko Sabuni, konsumentminister:

Jag tycker att Råd & Rön är en bra tidning med användbar service för sina läsare. Det är intressant att Sveriges Konsumenter, som också ska börja bedriva kommunal konsumentrådgivning, driver tidningen.



Sverker Olofsson, Plus:

Jag läser Råd & Rön regelbundet och jag tycker det är en jättebra tidning. Råd & Rön's testresultat gör att människor väljer på ett speciellt sätt och det får en stor betydelse på lång sikt.



Ann-Christin Nykvist, konsumentminister fram till oktober 2006:

Råd & Rön är en bra tidning och den har visat att den håller i längden. Den har hjälpt konsumenterna att göra bra köp, men den har också varit en arena där den konsumentpolitiska debatten förts och där konsumentens rättigheter har varit i fokus.



Stefan Karlsson ansvarig, Pricerunner:

Jag gillar Råd & Rön eftersom den står på konsumentens sida och inte är reklamfinansierad. Framför allt gillar jag att testerna är så seriösa. De är verkligen gjorda med vita rocken på.