

Handlingsplan

2014-2020



SVERIGES
KONSUMENTER

Innehåll

Bakgrund	1
En föränderlig värld	1
Konsumentrörelse på frammarsch	3
Vision 2020	5
Delarna i vår vision	5
Mål 2020	6
Trygga konsumenter	6
Starka och kunniga konsumenter	6
Medvetna konsumenter	7
Väl representerade konsumenter	7
Strategi för att uppnå målen	8
Trygga konsumenter	8
Starka och kunniga konsumenter	9
Medvetna konsumenter	10
Väl representerade konsumenter	10

Denna handlingsplan har beslutats av Sveriges Konsumenters årsmöte i april 2014.

Bakgrund

En föränderlig värld

Konsumenterna möter idag stora förändringar och utmaningar, såväl i sin vardag som mer långsiktigt. Några exempel:

Vikten av hållbar konsumtion blir allt mer uppenbar, såväl ur socialt, ekologiskt som ekonomiskt perspektiv. Klimatkatastrofer, antibiotikaresistens, minskad biologisk mångfald visar tydligt på följderna av dagens produktions- och konsumtionsmönster. Politiker, näringslivet och den enskilde konsumenten har alla ett ansvar för att få en förändring.

Konsumenternas roll förändras från medborgare till konsument, inte minst inom hälsa, omsorg och energi. Konkurrensutsättning av marknader har gjort valen och möjligheterna fler samtidigt som det ställer stora krav på transparens, kvalitet och upprättelse för konsumenterna.

Informationsöverflöd och ”valkramp”. Det är generellt ingen brist på information, men svårt att värdera vad som är viktigt och vad som går att lita på. Många känner sig ”vilse i valfrihetsdjungeln”. Detta riskerar att skapa ökade klyftor mellan de som väljer medvetet och de som av olika skäl inte kan göra det.

Finansiella tjänster blir allt viktigare och allt mer komplexa. Den enskilde får ett större eget ansvar för att säkerställa en ekonomiskt trygg ålderdom, men kan i brist på oberoende rådgivare få dyra och felaktiga placeringsråd. Snabblån och olika former av avbetalningar lockar många, men urholkar sund ekonomisk planering och ökar risken att hamna i skuldfällan.

Reklam och annan kommersiell påverkan använder nya kanaler, blir mer profilerad och individualiserad och allt svårare att skilja från redaktionellt innehåll. Personuppgifter lämnas i allt fler sammanhang och användningen av dessa utvecklas ständigt, utan insyn från konsumenterna.

Den digitala utvecklingen har gett konsumenterna ny makt och minskat avstån-

den i samhället. Digital teknik blir samtidigt en norm och ett krav, vilket riskerar att stänga ute grupper av konsumenter.

Aggressiva säljmetoder breder ut sig via telefon-, gatu- och internetförsäljning. Fler känner sig lurade, inte minst bland utsatta grupper. Till problemen bidrar också luckor i regelverket, svaga sanktioner och brister i resurser och verktyg för myndigheter.

Rätt bara på papperet. Det är skillnad mellan att ha rätt och att få rätt. Rättigheterna har generellt sett förbättrats, men på många områden är det svårt att få rätt vid tvister, inte minst för utsatta grupper. Allmänna reklamationsnämnden (ARN) är till stor hjälp men många har inte resurser eller kunskap att anmäla och att hålla ut under handläggningstiden. Alla följer heller inte rekommendationerna från ARN.

Vi blir både köpare och säljare. Vi konsumenter säljer allt mer begagnat och blir i allt högre utsträckning producenter, bland annat av energi.

Stora, gränsöverskridande företag får större makt, både på bekostnad av små företag och på bekostnad av politiken. Beslut fattas av andra än folkvalda. Inte minst har banker och investerare fått en större makt. Samtidigt får vi ett mer utspjutt men diffust ägande genom fonder. Patent främjar innovation men riskerar också att minska konkurrens och konsumentmakt.

En åldrande befolkning. Fördelningen mellan åldersgrupperna ändras så att andelen äldre blir fler. Om tjugo år beräknas var fjärde svensk vara över 65 år. Vi lever också längre, vilket ställer nya krav på sjukvård, service och tillgänglighet.

Mångkulturellt samhälle. Sverige har liksom de flesta länder haft en stor arbetskraftsinvandring och tar emot flyktingströmmar från nya konflikthärddar. Samtidigt som Sverige blir allt mer mångkulturellt finns en ökad tendens till främlingsfientlighet.

Ett större EU. När EU kommit över sina finansiella problem finns engagemang och utrymme för en ny utvidgning och EU kan snart ha 35 medlemsländer.

Alla dessa trender ställer självklart helt nya krav på konsumenterna, på samhället och på företagen. Och även på tekniken. Nya tekniska lösningar och nya tjänster som vi inte kan ana idag kommer att hjälpa konsumenterna, samtidigt som det alltid finns risk att grupper stängs ute. Här är det viktigt att ge akt på vad som är ”norm”, vilka som sätter den och vilka som riskerar att bli förlorare. Konsumenterna kommer att behöva mer professionell vägledning och ”konsument-coaching” blir sannolikt en vanlig tjänst som tillhandahålls av både företag och ideella organisationer.

Det är viktigt att ansvaret för konsumenternas ställning och en ekonomiskt, socialt och ekologiskt hållbar utveckling fördelas där det hör hemma – mellan konsumenterna, näringslivet och politiken. Det finns stor plats för ökad konsumentmakt och för ett ökad självförtroende bland konsumenter att ta vara på sin rätt och driva frågor. Men konsumentmakt får inte bli ett alibi för att andra inte ska ta sitt ansvar och underlätta konsumenternas val och stärka skyddet.

Konsumentrörelse på frammarsch

Sveriges Konsumenter bildades för att ta tillvara konsumenternas röst i EU, att tillsammans med andra organisationer se till att EU:s beslutsfattare beaktar konsumenternas intressen. Den rollen har blivit viktigare, mer utmanande och mer krävande. Vi har en central roll som fristående och obunden ”vakhund”, som ”väckarklocka” för viktiga frågor och ”förstärkare” av konsumentrösten. Vi är respekterade för att tydligt stå på konsumenternas sida.

Mycket har hänt sedan grundandet 1992. Sveriges Konsumenter har gått från att ha nio medlemsorganisationer till att ha 27. Vi ger ut Råd & Rön och vi bedriver konsumentvägledning. Vi är inne i ett intensivt utvecklingskede genom att vara mer proaktiva i kampanjer och genom stora, externfinansierade projekt som Ingen blåser mig, Fair Finance Guide och Stilmedveten.

Sveriges Konsumenter är idag en unik, mobiliserande, drivande och samlande kraft. Vi är den obundna, ideella svenska konsumentrösten, en folkrörelse som kombinerar den traditionella föreningsformen med nya teknikens möjlighet att knyta nätverk och engagera sig virtuellt.

I takt med att allt fler områden blir ”konsumtion” behövs en aktiv och kunnig konsumentröst som faktiskt representerar de svenska konsumenterna i all sin bredd och inom de områden där denna röst behövs – livsmedel, finansiella tjänster, energi, hälsa, digitala tjänster med mera. Vi har också hårt drivit kravet på en hållbar utveckling inom alla dessa områden och åstadkommit insikter, medvetande och förändringar.

Behovet av en samlande, demokratiskt förankrad konsumentrörelse är stort. Civilsamhällets roll för starka och medvetna konsumenter betonas från regering såväl som myndigheter och näringsliv. Frivilligorganisationernas ansvar finns också formulerat med överenskommelser mellan stat och organisation, i betänkandet Rörelser i tiden (SOU 2007:66) och proposition 2009/10:55.

På den internationella arenan liksom i Sverige behövs fler representanter i viktiga expertgrupper och samråd, mer konsumentkompetens i debatt och kunskapsunderlag, fler om agerar på fler arenor för stärkt konsumentmakt och ökade rättigheter. Även i de forum där vi redan finns ställs ökade krav på insatser. Företag och branschorganisationer efterfrågar en part för dialog om dagens problem och framtidens utmaningar men här räcker inte tiden till. Även andra ideella organisationer som helt, delvis eller i liten utsträckning ser sig som konsumentorganisationer behöver stöd, kunskap och möjlighet att agera tillsammans.

Potentialen är enorm. Behoven likaså. Här behövs den ideella rösten och kraften som agerar utifrån ett konsumentperspektiv.

Vision 2020

År 2020 vill vi se trygga, kunniga och handlingskraftiga konsumenter som har en stark röst, makt över sin konsumtion och där de hållbara valen är enkla och möjliga för alla. Sveriges Konsumenter står på konsumenternas sida. Vårt motto är:

Konsumentmakt NU

- för alla konsumenters självklara rätt till skydd, inflytande och medvetna val.

Delarna i vår vision

- Konsumenter som är trygga, kompetenta och handlingskraftiga. Som har en stark röst med makt över sin konsumtion och där de hållbara valen är enkla och möjliga för alla.
- En fungerande marknad där det råder balans i styrka mellan näringsliv och konsumenter med varor och tjänster som är säkra, tillgängliga, prisvärda och hållbara.
- Ett perspektiv och synsätt som utgår från alla konsumenters behov och de åtta grundläggande konsumenträttigheterna samt från målet om en långsiktigt hållbar utveckling, såväl socialt, ekologiskt som ekonomiskt.
- Ett samhälle som är stöttande, fritt och rättvist med ett starkt konsumentskydd på en hög nivå där regler, tillsyn och sanktioner bidrar till ett samhälle där den som har rätt också får rätt.
- En konsumentrörelse som finns representerad i relevanta besluts- och referensforum, som aktivt och långsiktigt driver på utvecklingen och som bidrar till reell och hållbar förändring.

Sveriges Konsumenters roll i arbetet för visionen är att vara:

En unik, samlande kraft
Av och för konsumenter
Som arbetar för konsumentens makt och rättigheter
Och en hållbar utveckling,
Nationellt, europeiskt och internationellt.

Mål till 2020

Sveriges Konsumenters ställning som pålitlig aktör och företrädare ska ha stärkts och vara väl känd hos allmänheten i Sverige. Vi ska uppfattas som:

- Engagerade
- Kunniga
- Representativa
- Relevanta
- Oberoende
- Orädda

Målen består av fyra delar, som utgår från konsumenterna:

Trygga konsumenter

Säkerhet, konsumenträtt och upprättelse

- Det rättsliga konsumentskyddet i EU och Sverige ska vara betydligt bättre och mer harmonierat än idag (2014). EU ska erbjuda ett generellt högt skydd med möjligheter för medlemsländerna att gå längre. Skyddet ska utgå från vad som är bäst för konsumenterna och efterlevnaden ska garanteras genom effektiv implementering, marknadskontroll och sanktionssystem.
- Det globala konsumentskydd som utarbetats t ex inom FN, ISO och OECD ska ha lett till ett starkare konsumentskydd vid köp utanför EU. Sveriges Konsumenters arbete har bidragit till att existerande konsumentskydd stärks globalt.
- Alla konsumenter ska ha någonstans att vända sig till för oberoende rådgivning och tvistlösning som är anpassad och tillgänglig för dem.
- Utsatta konsumenter ska ha sina konsumenträttigheter tillgodosedda, därigenom tillgodoses alla. Inga konsumenter ska diskrimineras på grund av socioekonomisk situation, funktion, kön och könsidentitet, sexuell läggning, ålder eller etnicitet. Implementering av rättigheter ska göras med ett normkritiskt perspektiv.

Starka och kunniga konsumenter

Bättre förutsättningar för alla att utnyttja sin konsumentmakt.

- Konsumentpolitiken ska vara inkluderande och möta behoven även hos de grupper som idag (2014) inte nås och omfattas.
- Aktiva konsumenter ska själva ha skapat ett tryck i sociala medier som bidrar till en mer och mer sanerad och rättvis marknad där balans råder i förhållandet mellan näringsliv och konsumenter.
- Alla konsumenter ska känna till sina grundläggande köprättsliga rättigheter och skyldigheter i Sverige samt sina möjligheter att ta vara på dem, så väl nationellt, inom EU och EES som i andra länder.
- Konsumenträttsundervisning i grundskola, gymnasium, SFI och kriminalvården ska vara väsentligt förbättrad (jämfört med 2014).
- Företag och entreprenörer ska ha förbättrat sina och de anställdas kunskaper i grundläggande konsumenträtt, särskilt inom detaljhandel, telemarketing- och telekombranschen.

Medvetna konsumenter

Hållbar konsumtion – socialt, ekonomiskt och ekologiskt

- De hållbara valen av varor och tjänster ska vara de enkla och ekonomiskt fördelaktiga. Ohållbara konsumtionsmönster har fasats ut genom näringslivets ansvar och samhällets regler, t ex genom energidesignkraven.
- Sveriges Konsumenter har tillsammans med andra fått genomslag för ekonomiskt, socialt och ekologiskt hållbar utveckling och synsättet om ”det totala priset för lågpriset“. Det sociala och ekonomiska perspektivet på hållbarhet har särskilt uppmärksamats i arbetet med konsumentens rätt. Hållbarhetsredovisning har fått samma betydelse som ekonomisk redovisning.

Väl representerade konsumenter

Rätten att vara representerad av en stark och samordnad konsumentrörelse.

- Konsumenterna i Sverige ska vara väl representerade i relevanta beslutsforum i Sverige, EU och i övrigt internationellt. Representationen ska innebära ett faktiskt inflytande i relation till frågans vikt för enskilda konsumenter.
- Sveriges Konsumenters ställning som pålitlig aktör och företrädare har stärkts och Sveriges Konsumenter ska 2020 vara väl känd hos allmänheten i Sverige.

Strategi för att uppnå målen

Sveriges Konsumenters arbete ska vara:

Grundat i ett tydligt konsumentperspektiv. Sveriges Konsumenter står på konsumenternas sida och har en central roll att påminna, medvetandegöra och förklara konsumenternas behov, möjligheter och intresse. Som demokratisk konsumentröst har vi en unik kunskap och roll i detta.

Proaktivt och agendasättande. Genom kampanjer och genom att ligga steget före ska Sveriges Konsumenter lyfta, agera och påverka i centrala frågor.

Pragmatiskt och resultatorienterat. Sveriges Konsumenter ska arbeta med allianser och samarbeta pragmatiskt med andra konsumentorienterade organisationer, politiker, näringsliv och andra makthavare där så behövs. Det innebär Vi ska utgå från effekterna på konsumenternas vardag, på vår möjlighet till framgång och med beaktande av övriga aktörers verksamhet på området.

Hållbarhetsorienterat ur ett socialt, ekonomiskt och ekologiskt perspektiv med utgångspunkt från konsumenternas roll och situation.

Normkritiskt och bygga på att skapa bra lösningar för alla snarare än agera för särlösningar som riskerar att förstärka fördomar och ojämlikhet.

Modernt. Vi ska använda moderna verktyg för att kommunicera via internet.

Trygga konsumenter

Säkerhet, konsumenträtt och upprättelse

- Sveriges Konsumenter ska öka sitt politiska inflytande. Vi ska uppvakta och ha dialog med relevanta beslutsfattare i EU och Sverige på ett tidigt stadium och fortlöpande. Vi ska proaktivt bjuda in politiker, näringsliv och andra makthavare till debatter och seminarier. Vi ska få fler politiker såväl nationellt som på EU-nivå att behandla de frågor vi driver och få fler att följa oss i sociala medier, vårt nyhetsbrev med mera.
- Sveriges Konsumenter ska utveckla sitt arbete i EU och vara bättre på att tidigt påverka politiska processer i EU. Vi ska bli bättre på att utnyttja euro-

peiska nätverk och ha en fortsatt stark roll i BEUC samt i övriga centrala och strategiskt viktiga organ och organisationer för konsumentinflytande.

- Sveriges Konsumenter ska vara en stark och betydande aktör för att påverka de globala initiativen för ett starkt konsumentskydd t ex inom FN, ISO och OECD.
- Sveriges Konsumenter ska ta plats i relevanta, samrådsorgan, utredningar, forum m m samt föra en dialog med beslutsfattare för att lagar och regler ska få ett tydligare konsumentperspektiv.
- Sveriges Konsumenter ska tillförsäkra konsumenterna en röst i det globala konsumentarbetet, inom standardiseringen och på övriga sätt.

Starka och kunniga konsumenter

Bättre förutsättningar för alla att utnyttja sin konsumentmakt.

- Sveriges Konsumenter ska i ökad utsträckning visa konsumenterna vägar att själva ta och hävda sin makt.
- Sveriges Konsumenter ska arbeta med ett fördjupat samarbete med representanter för utsatta grupper av konsumenter. Vi ska möta grupperna utifrån deras behov och utveckla metoder och verktyg utifrån design för alla. Vi ska skapa förståelse för att den ultimata diskrimineringen av konsumenter är att utforma produkter och tjänster så att de inte kan användas av alla.
- Sveriges Konsumenter ska vara en motkraft till vilseledande och normbefästade marknadsföring. Vi ska aktivt arbeta för att avkoda desinformation och visa fram det som undanhålls och utelämnas.
- Sveriges Konsumenter ska aktivt driva frågan om ökad konsumentkunskap, såväl genom kurser som i medier, debatter och andra forum. Vi ska medverka till att utbildning inom konsumentområdet får ett större utrymme i skolan.
- Sveriges Konsumenter ska påverka såväl politiska beslutsfattare och näringslivets aktörer för att ställa högre krav på företag och entreprenörer så att kunskaperna om grundläggande konsumenträtt höjs och onödiga tvister därmed undviks.
- Sveriges Konsumenter ska etablera eller bidra till en plattform där konsumenter sprider sina erfarenheter av marknadsproblem och bristande konsumentskydd.
- Sveriges Konsumenter/Råd&Rön ska via internet erbjuda en attraktiv och lättillgänglig plattform för grundläggande konsumentkunskap.
- Sveriges Konsumenter ska fortsätta sin satsning på unga, dels genom att följa

upp projekt, dels genom att arbeta för att stärka konsumenträtten i skolan.

Medvetna konsumenter

Hållbar konsumtion – socialt, ekonomiskt och ekologiskt

- Sveriges Konsumenter ska uppmuntra hållbara levnadsvanor och återanvändning liksom till ökad möjlighet till att reparera produkter och tillgång till reservdelar. Vi ska arbeta för att företag gör det lätt för konsumenten att välja hållbart. Vi ska bidra till omställning av tillväxt till konsumtion av hållbara tjänster.
- Sveriges Konsumenter ska väcka debatt och utmana näringslivets aktörer att synliggöra och ta hänsyn till det ”totala priset för lågpriset”.
- Sveriges Konsumenter ska särskilt fokusera på att förändra handelns påverkan på våra köpmönster till att gå mer i en hållbar utveckling.
- Sveriges Konsumenter ska kvalitets- och hållbarhetssäkra Sveriges Konsumenters arbete, t ex genom ISO 26000. Detta gäller både i vårt eget arbete och i organisationer vi deltar i för att tillförsäkra konsumentskydd för en hållbar utveckling.

Välrepresenterade konsumenter

Rätten att vara representerad och en samordnad konsumentrörelse.

- Sveriges Konsumenter ska öka förtroendet för och kännedomen om organisationen hos såväl allmänhet, företag, politik, civila samhället och massmedia. Ett ökat samarbete med andra ideella organisationer och ett aktivt mediaarbete med en kommunikationsstrategi bakom är grunden.
- Sveriges Konsumenter ska bli en mer attraktiv organisation att vara medlem i och organisationerna ska visa på bredd inom prioriterade områden, legitimitet och representativitet.

Sveriges Konsumenter är en oberoende, partipolitiskt obunden paraplyorganisation med 27 medlemsorganisationer samt enskilda medlemmar. Målet är ökad konsumentmakt och att politiker, näringsliv och myndigheter alltid ska ha konsumenternas bästa för ögonen. Sveriges Konsumenter arbetar med påverkan och opinionsbildning, både nationellt och internationellt, och ger ut tidningen Råd & Rön och nyhetsbrevet KonsumentMakt.

Sveriges Konsumenter
Box 38001
100 64 Stockholm
Besöksadress: Hornsgatan 172
Telefon: 08-674 43 00

www.sverigeskonsumenter.se

 SVERIGES
KONSUMENTER