

# Sveriges Konsumenter: "Konsumenträtt för alla" Enkät svar

## Om rapporten

Inom ramen för Sveriges Konsumenters Arvsfondsfinansierade projektet "Konsumenträtt för alla" distribuerades en enkät till personer med funktionsnedsättning och äldre, dels via Stiftelsen Funkas nätverk, dels via brukarorganisationer som är partners i projektet. Det bör påpekas att enkätundersökningar av det här slaget dels inte är strukturerat randomiserade och dels att de bygger på frivillighet; de som väljer att svara är sannolikt intresserade av konsumentfrågor, kanske mer än genomsnittet. Urvalet bygger således inte på någon statistiskt säkerställd metodik, vilket gör att resultaten inte går att extrapolera till befolkningen i sin helhet.

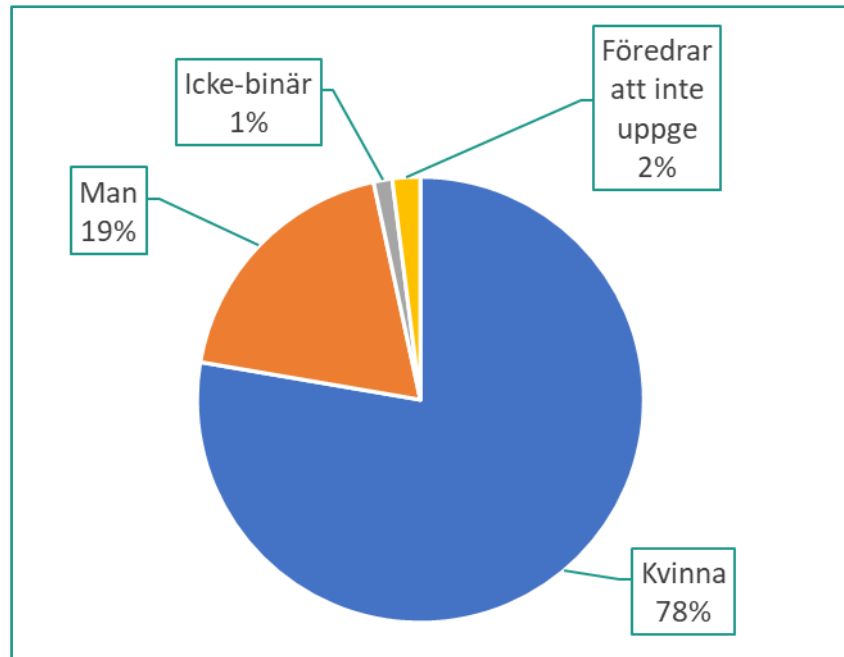
Enkäten var öppen under perioden 4 - 29 september 2023. Under dessa 4 veckor inkom 148 svar från 77 kommuner runt om i Sverige. En av respondenterna gav endast svar om sin status (kön, ålder, funktionsnedsättning) utan att svara på själva enkäten, därför är antalet relevanta svar som beaktas i rapporten 147.

Rapporten går igenom samtliga kvantitativa svar med korta översikter av de kvalitativa svaren där de finns. Därefter följer en sammanfattning av resultaten och rekommendationer för hur resultatet kan användas i projektet. Som bilaga till rapporten återfinns samtliga fritextsvar oredigerade.

## Demografi

### 1. Vilket kön identifierar du dig med?

Ungefär 4/5 av respondenterna var kvinnor, 1/5 män. På grund av den könsmissiga obalansen bland respondenterna, tar vi inte hänsyn till skillnader mellan kön i analyser och slutsatser.

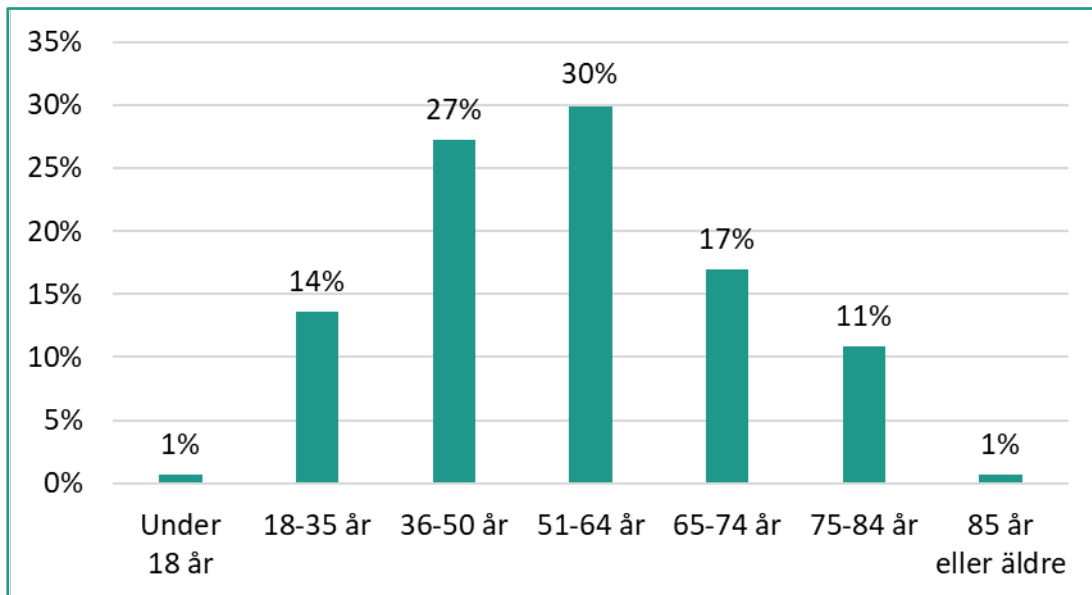


Vilket kön identifierar du dig med? (n=147)

Kön	Procent
Kvinna	78 %
Man	19 %
Icke-binär	1 %
Föredrar att inte uppge	2 %
Annat	0 %

## 2. Hur gammal är du?

Åldersfördelningen följer normalfördelningen, med 71 % av de svarande i åldersgruppen 18-64 år och 75 % i åldersgruppen 36-74 år.

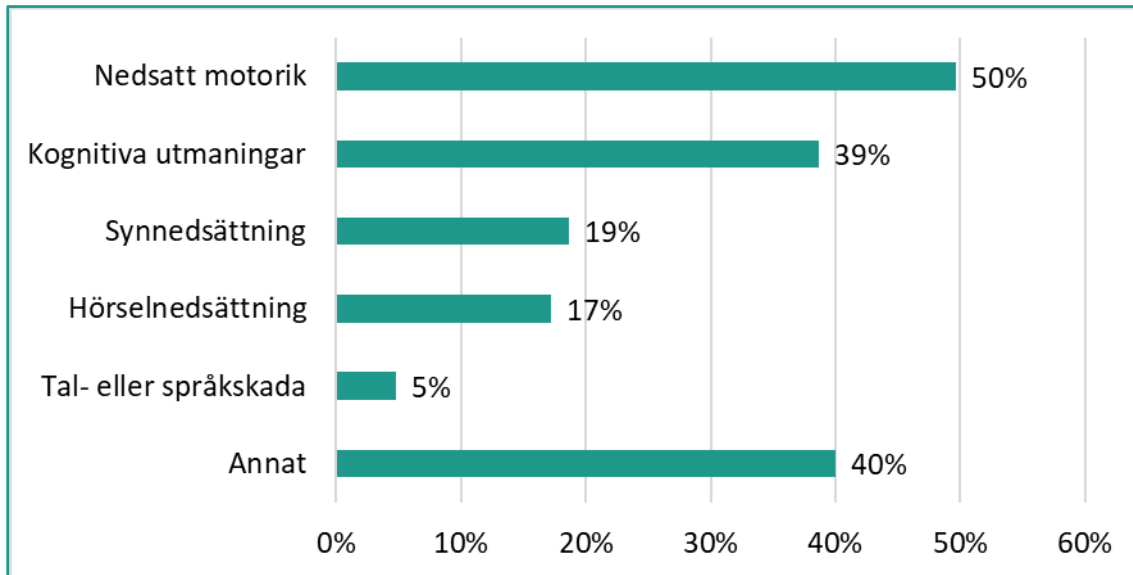


*Hur gammal är du? (n=147)*

Åldersgrupp	Procent
Under 18 år	1 %
18-35 år	14 %
36-50 år	27 %
51-64 år	30 %
65-74 år	17 %
75-84 år	11 %
85 år eller äldre	1 %

### 3. Hur skulle du beskriva dig själv? (välj alla som passar)

För att fånga upp flerfunktionsnedsättningar var frågan om hur respondenterna skulle beskriva sig själva vad gäller förmågor möjlig att besvara med mer än ett alternativ.



*Hur skulle du beskriva dig själv? – Välj alla som passar (n=147)*

Funktionsnedsättningar	Procent
Jag har nedsatt motorik	50 %
Jag har kognitiva utmaningar (t.ex. svårigheter med minne eller koncentration eller utmaningar att förstå information)	39 %
Jag har en synnedsättning	19 %
Jag har en hörselnedsättning	17 %
Jag har en tal- eller språkskada	5 %
Annat	40 %
Inget svar	1 %

40 % av de 59 respondenter som valde 'Annat' har besvarat frågan med två eller flera alternativ. Dessa personers svar ingår alltså i de fem specificerade svarsalternativen.

För respondenter som **enbart** valt alternativet 'Annat' som beskrivning (27 personer) återfinns följande grupper i fritextsvaren:

- bindvävssjukdom (12)
- rörelsehinder (9)
- neurologisk sjukdom (3)
- neuropsykiatrisk funktionsnedsättning, allergi (2)
- autoimmun sjukdom (1)

#### **4. Vilken kommun bor du i?**

Enkäten har besvarats av respondenter från 77 av landets 290 kommuner, vilket motsvarar 27 % av kommunerna, från Trelleborg i Söder till Haparanda i norr. Se bilaga 1 för en komplett lista av representerade kommuner.

Det är en övervikt på Stockholm och Mälardalen, med 13 personer som uppger Stockholms kommun, därutöver är 14 av kranskommunerna representerade.

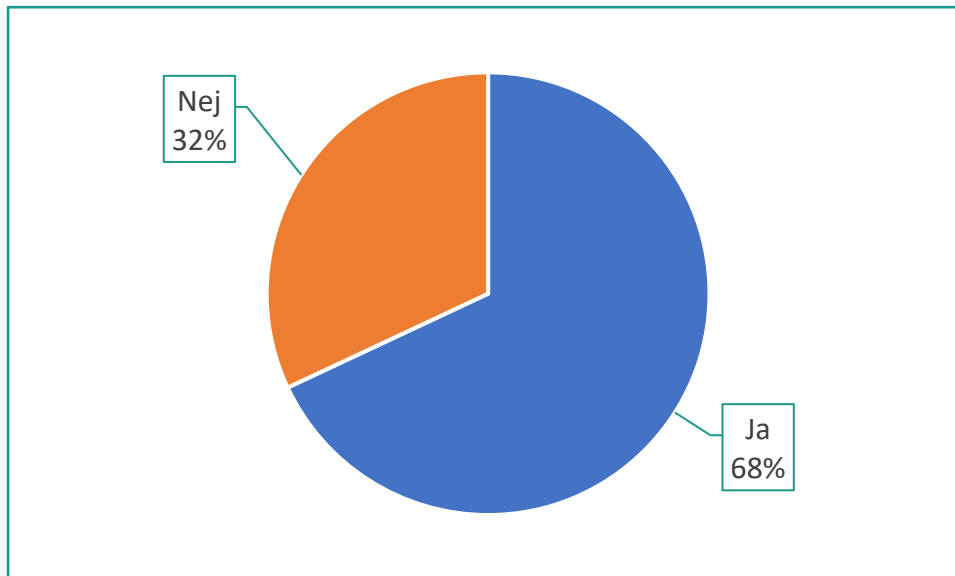
6 personer uppger Eskilstuna, 5 Nyköping och 4 Strängnäs som bostadsort.

4 respondenter uppger Göteborg och 2 uppger Malmö.

### **Respondenternas erfarenhet med konsumentvägledning**

#### **5. Har du någon gång köpt något som inte levt upp till beskrivningen eller som har gått sönder? Har du känt dig lurad eller köpt något du inte vill ha?**

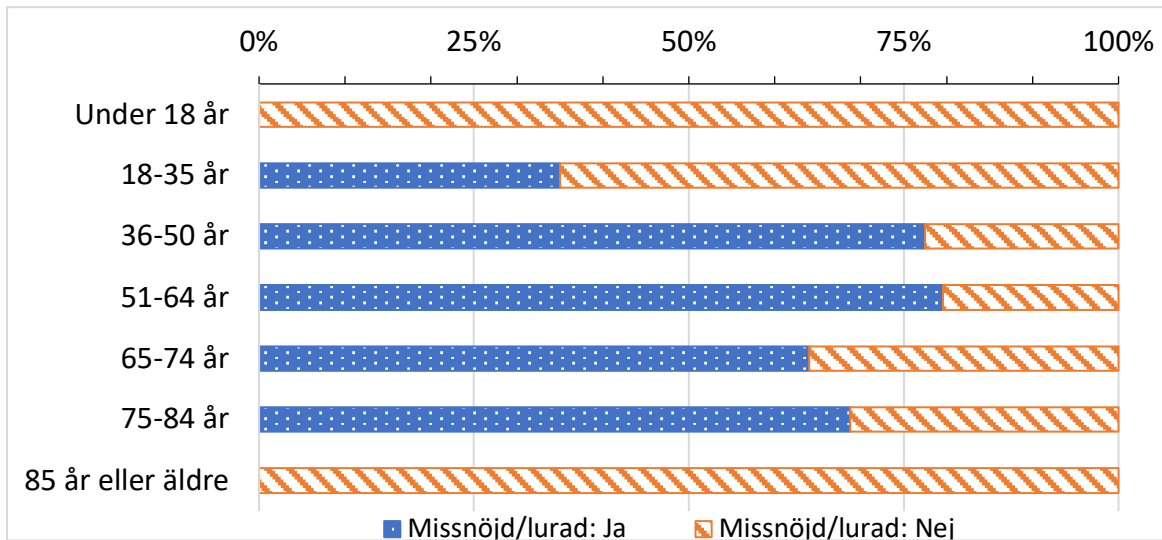
68 % av de tillfrågade uppgav att de någon gång varit missnöjda eller känt sig lurade. 32 % svarade att de inte har haft någon sådan erfarenhet.



*Har du någonsin köpt något som inte levt upp till beskrivningen eller som har gått sönder?  
Har du känt dig lurad eller köpt något som du inte ville ha? (n=147)*

Negativ köpupplevelse	Procent
Ja	68 %
Nej	32 %

Mer än 75 % av respondenterna mellan 36 och 64 år har känt sig lurade eller missnöjda, medan åldersgruppen 65-84 år ligger på lite mer än hälften. Eftersom det kan finnas skillnader i hur aktiva konsumenter individerna i de olika grupperna är, blir det svårt att dra några definitiva slutsatser av detta. Men klart är att det i den här undersökningen inte finns något stöd för den uppfattning som ibland förmedlas i media, att många äldre blir eller riskerar att bli lurade.



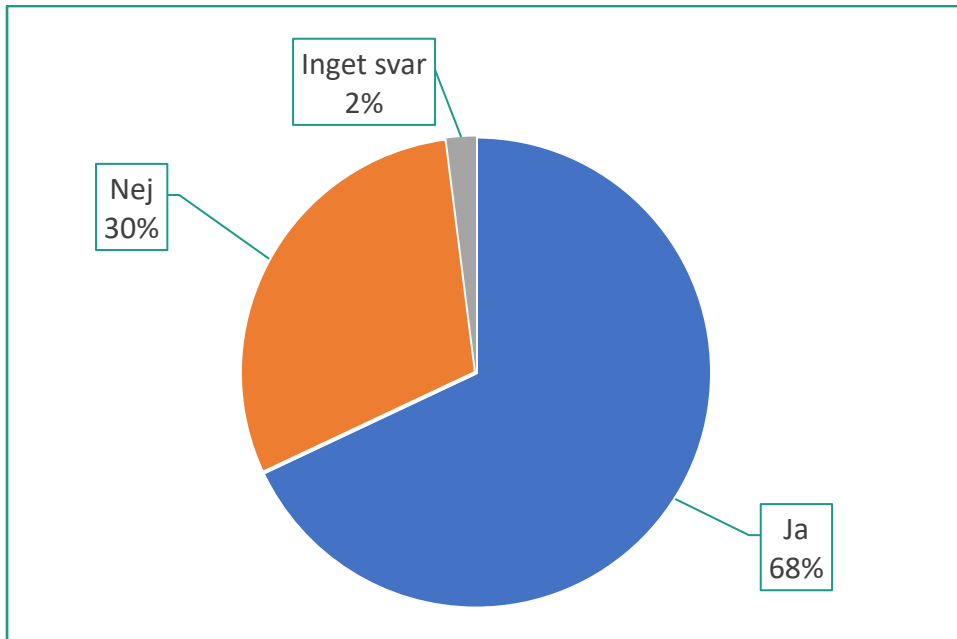
Åldersgrupp	Missnöjd/Lurad: Ja	Missnöjd/lurad: Nej
Under 18 år	0 %	100 %
18-35 år	35 %	65 %
36-50 år	78 %	23 %
51-64 år	80 %	20 %
65-74 år	64 %	36 %
75-84 år	69 %	31 %
85 år eller äldre	0 %	100 %

### 5.1 Vilken typ av tjänst eller produkt handlade det om?

Fritextsvaren innehåller både varor tjänster av vitt skilda slag. Kläder nämns av 14 personer, 8 personer uppger att det var efter köp på internet, hemelektronik och telefonförsäljning av abonnemang återkommer också. Se bilaga 1 för en fullständig lista.

### 5.2 Klagade du?

Av de svarande med negativ köpupplevelse (100 svarande) klagade 68 % medan 30 % inte klagade. (2% gav inga ytterligare svar). Återigen är det viktigt att komma ihåg att urvalet av respondenter inte nödvändigtvis speglar befolkningen i stort.

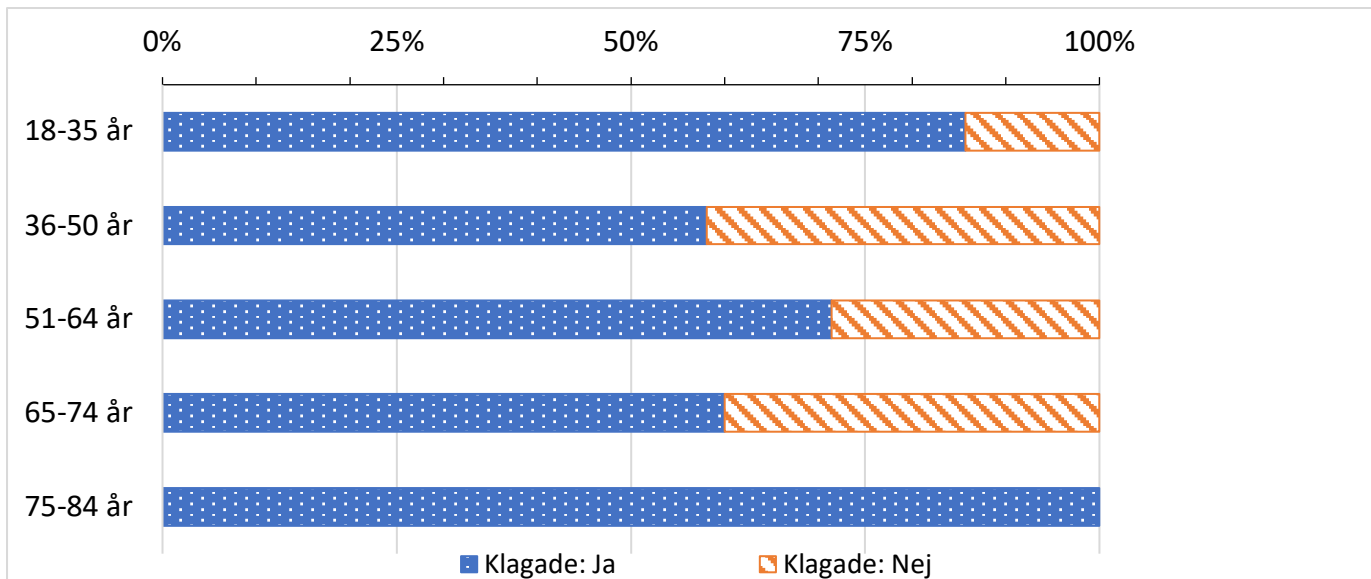


*Klagade du? (n=100)*

Klagomål	Procent
Ja	68 %
Nej	30 %
Inget svar	2 %

Om vi tittar på de personer som upplevde sig missnöjda eller lurande (98 personer) var andelen som klagade fler än som inte gjorde det - i samtliga åldersgrupper. För åldersgrupperna 18-35 år och 75-84 år ligger andelen som klagar på mellan 86 % och 100 %. I åldersgrupperna däremellan är andelen 58-71 %. En slutsats kan vara att unga och äldre konsumenter är mer benägna att klaga om de känner sig felaktigt behandlade vid ett köp.

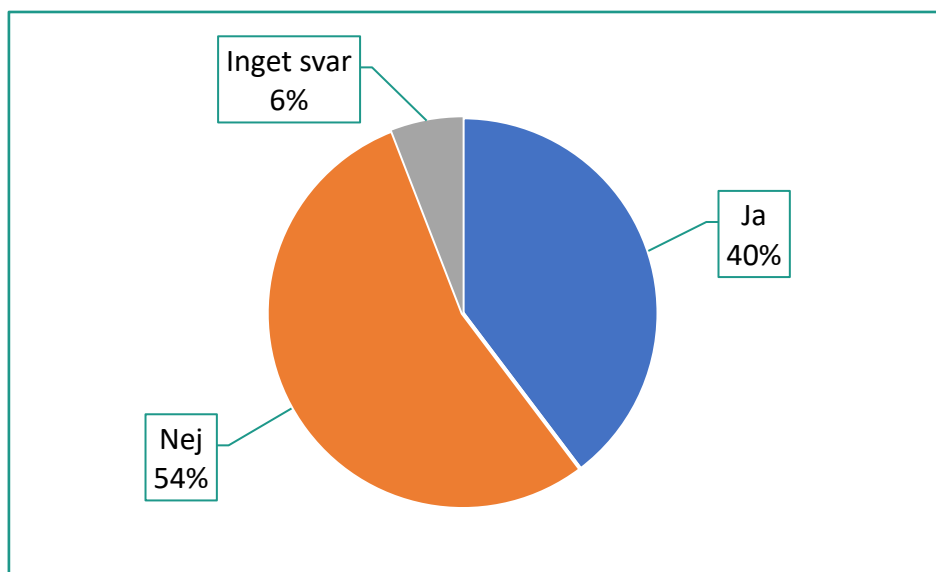




Åldersgrupp	Klagade: Ja	Klagade: Nej
18-35 år	86 %	14 %
36-50 år	58 %	42 %
51-64 år	71 %	29 %
65-74 år	60 %	40 %
75-84 år	100 %	0 %

### 5.3 Fick du hjälp?

Av de som klagade (68 respondenter) uppger 40 % att de fick hjälp och 54 % att de inte fick hjälp, eller att de känner att de inte fick hjälp. 6 % gav inget svar.

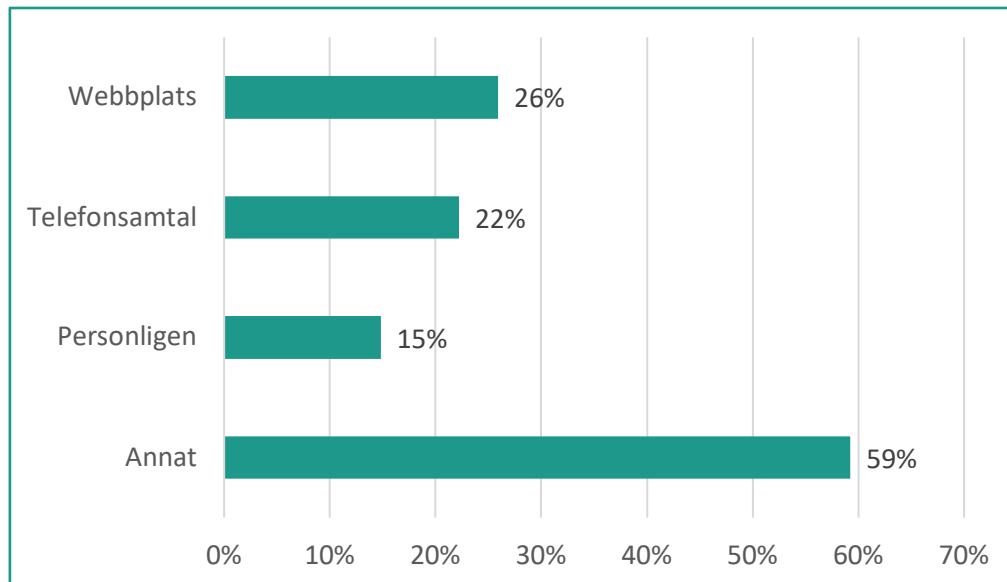


*Fick du hjälp? (n=68)*

Fick hjälp	Procent
Ja	40 %
Nej	54 %
Inget svar	6%

**5.4 På vilket eller vilka sätt fick du hjälp? (Välj alla som passar)**

Av de 27 respondenter som uppger att de fick hjälp, skedde detta genom olika kanaler, ibland mer än en. 26 % fick hjälp via en webbplats, 22 % via telefonsamtal och 15 % personligen. 59 % har markerat "Annat". Under "Annat" angav 11 % av de svarande e-post som ytterligare en kanal.



*På vilket eller vilka sätt fick du hjälp? – Välj alla som passar (n=27)*

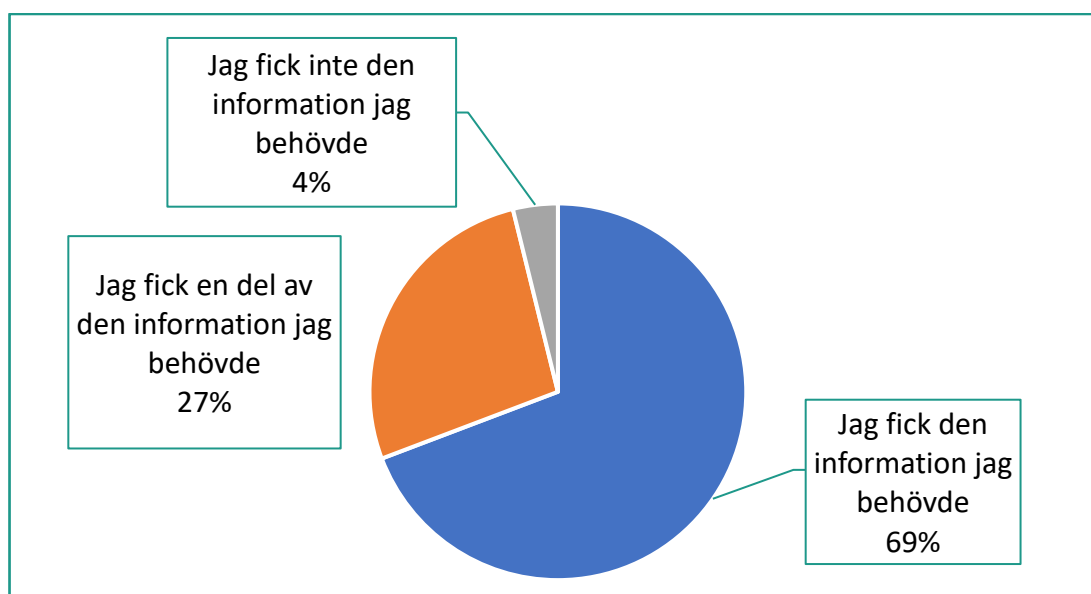
Fick hjälp via	Procent
Webbplats	26 %
Telefonsamtal	22 %
Personligen	15 %
Annat	59 %

De flesta av de som svarade "Annat" uppgav var de fått hjälp ifrån (n=15). 87 % av dessa respondenter fick hjälp från tillverkaren/tjänsteleverantören/säljaren, 7 % (1 person) från Allmänna reklamationsnämnden och 7 % (1 person) från kreditkorsföretaget.

Av den typ av hjälp eller lösningar som uppges kan följande nämnas: reparation eller utbyte, kupong eller pengar tillbaka, rabatt, råd som hjälpte och råd som personen inte hade råd med.

### 5.5 Hur upplevde du sättet du fick hjälp på?

69 % av de svarande (n=26) anser att de fick den hjälp de behövde, 27 % att de fick viss hjälp och 4 % ansåg att den hjälp de fick var otillfredsställande.



*Hur upplevde du sättet som du fick hjälp på – såsom webbplats, telefon, besök? (n=26)*

Hur upplevde du hjälpen?	Procent
Det fungerade bra, jag hittade eller fick informationen jag behövde	69 %
Det fungerade ok, jag hittade eller fick en del av informationen jag behövde, men inte allt	27 %
Det fungerade inte, jag hittade inte/fick inte den information jag behövde	4 %

Av de respondenter som beskrev vad som fungerade bra eller dåligt sa hälften att de inte hade några problem och/eller att processen gick smidigt, medan den andra hälften nämnde följande problemställningar:

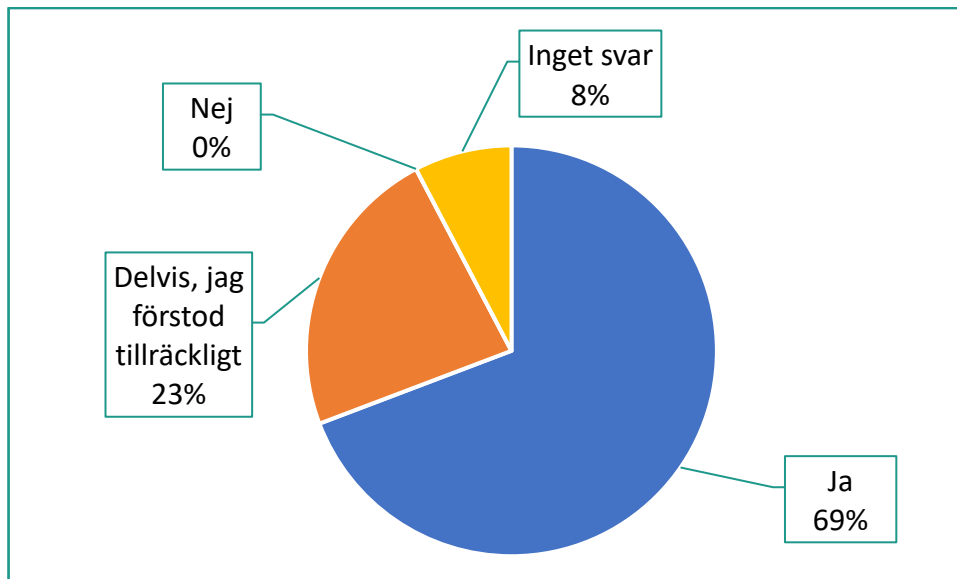
- Information på internet är inte nödvändigtvis tillförlitlig och kan vara överväldigande.
- Svårt att hitta rätt person.
- Förordningar kan vara svåra att tolka.
- Det krävdes många försök för att få hjälp.
- Ibland måste man insistera eller bli arg.

En respondent som använde webbplatsbaserad vägledning påpekade att mängden text och risken för att komma i kontakt med opålitliga källor på nätet kan vara överväldigande och trötta ut en person med hjärndimma. En annan respondent, som rapporterade kognitiva utmaningar, påpekade att även om man får personlig vägledning i form av ett besök, kan det fortfarande uppstå problem om den person som tolkar eller implementerar ett svårtolkat regelverk inte gör det korrekt.

Av respondenterna som tog kontakt med återförsäljaren av en vara eller tjänst direkt och som alltså gjorde det på olika sätt, tyckte alla utom en person att kanalen för det fungerade bra. Samtidigt beskriver ett par respondenter att man vid kontakttillfället kan behöva bli arg för att få rätt, eller att det kan vara svårt att hitta rätt person att prata med. Den respondent som svarat att sättet att få hjälp inte fungerade, hänvisade i själva verket till köptillfället då undertecknandet av avtalet inte gått rätt till enligt respondenten.

### ***5.6 Upplevde du att informationen du fick var lätt att förstå och använda?***

69 % svarade att informationen var lätt att förstå och använda, 23 % tyckte att svaret var tillräckligt begripligt för att använda det. Ingen respondent sa att de inte skulle ha förstått tillräckligt av den mottagna informationen för att använda den. 8 % svarade inte, eller så var svaret inte möjligt att analysera. (Den person som tidigare svarat att de inte fick den information de behövde, svarade här att de fick den information de behövde).

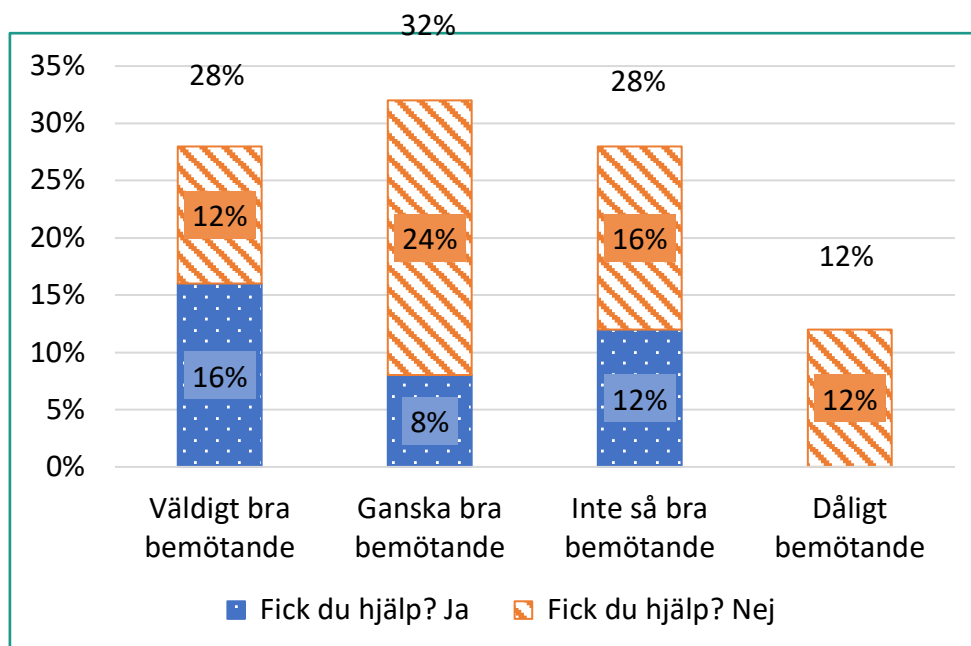


*Upplivede du att informationen du fick var lätt att förstå och använda? (n=26)*

Informationen var lätt att förstå och använda	Procent
Ja, jag förstod informationen och kunde använda den	69 %
Delvis, jag förstod tillräckligt mycket av informationen för att ha nytta av den	23 %
Nej, jag förstod inte tillräckligt mycket av informationen för att kunna använda den	0 %
Inget svar	8 %

Av resultaten framgår att tydlig och utförlig information är viktig, men hur respondenterna vill att informationen ska vara utformad och presenteras varierar beroende på individuella preferenser och den aktuella situationen. Personlig kontakt föredras när en automatiserad tjänst inte kan anpassa hjälpen efter respondentens specifika behov. Samtidigt finns situationer där en generisk information i en text på webben är precis vad respondenten vill ha.

### 5.7 Om du var i kontakt med en konsumentvägledare - hur upplevde du bemötandet?



Om du var i kontakt med en konsumentvägledare - hur upplevde du bemötandet? (n=25)

Hur upplevde du bemötandet?	Hjälp: Ja	Hjälp: Nej	Total
Väldigt bra bemötande	16 %	12 %	28 %
Ganska bra bemötande	8 %	24 %	32 %
Inte så bra bemötande	12 %	16 %	28 %
Dåligt bemötande	0 %	12 %	12 %

Här ser vi att bemötandet kan upplevas som bra även när respondenten inte uppger sig ha fått hjälp. En positiv erfarenhet som en respondent delade med sig av var från ett tillfälle där vägledaren varit både inlyssnande och vägledande, bland annat genom att ha frågat respondenten om hen först själv ville försöka.

Respondenten som upplevt ett dåligt bemötande, uppgav att hen inte fick det stöd som önskades därför att vare sig tillgängligheten eller kunskapsnivån hos vägledningen var tillräcklig.

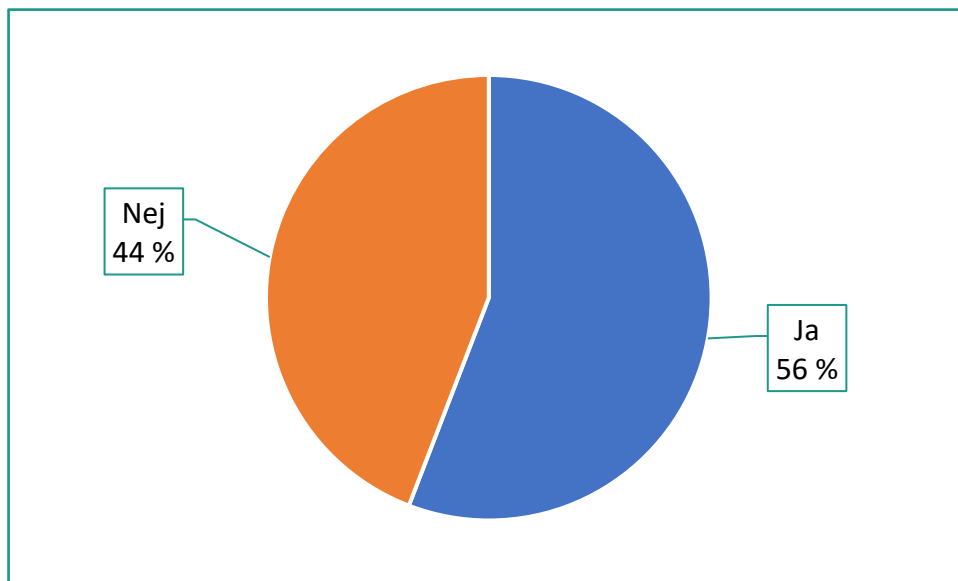
Bland respondenterna som inte fick hjälp när de klagade men ändå upplevde att konsumentvägledaren hade ett bra bemötande, uppskattade respondenterna att vägledaren förstod problematiken och gav vägledande råd.

Bland respondenterna som angav ett ganska bra bemötande uppgav en person att bemötandet var gott men att kompetensen och hjälpen med att gå vidare med frågan var dålig. Bland respondenterna som upplevde ett inte så bra eller ett dåligt bemötande uppgavs vägledaren ha sagt att man inte kunde hjälpa till i enskilda fall eller att ärendet var för

krångligt, och att det inte hjälpte att respondenten exempelvis förklarade att hen hade en kognitiv nedsättning eller berättade att hen försökt själv först.

## Respondenter som inte klagade

**6. Känner du till att det finns konsumentvägledning som kan hjälpa dig när du till exempel handlar eller vill reklamera en vara eller tjänst?**

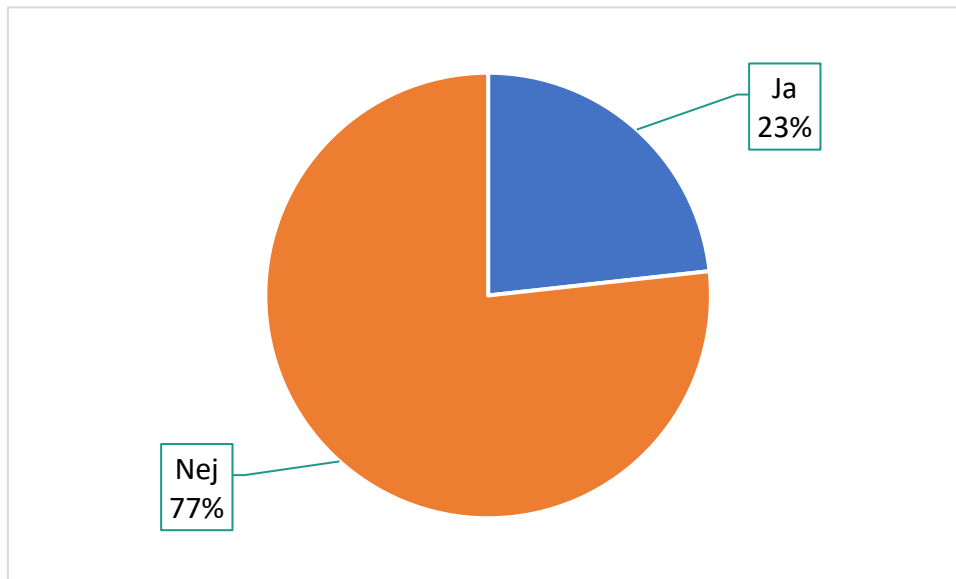


*Känner du till att det finns konsumentvägledning som kan hjälpa dig /.../ ? (n=77)*

	Percentage
Ja	56 %
Nej	44 %

Om JA:

**6.1 Har du använt dig av eller fått hjälp av konsumentvägledning någon gång?**



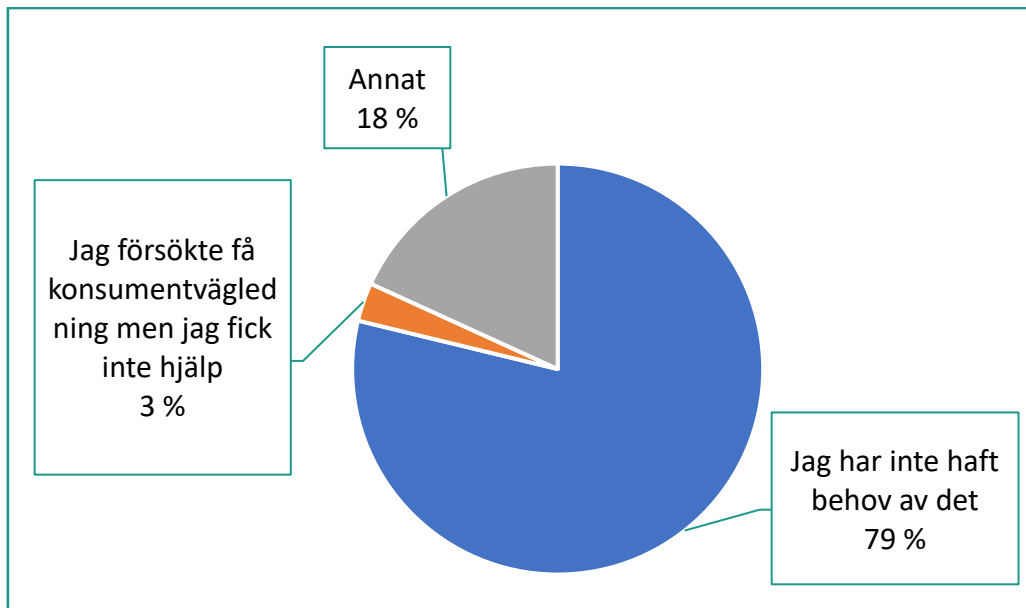
*Har du använt dig av eller fått hjälp av konsumentvägledning någon gång? (n=43)*

Har använt konsumentvägledning	Procent
Ja	23 %
Nej	77 %

Om NEJ:

**6.2 Varför har du inte använt dig av konsumentvägledning tidigare?**



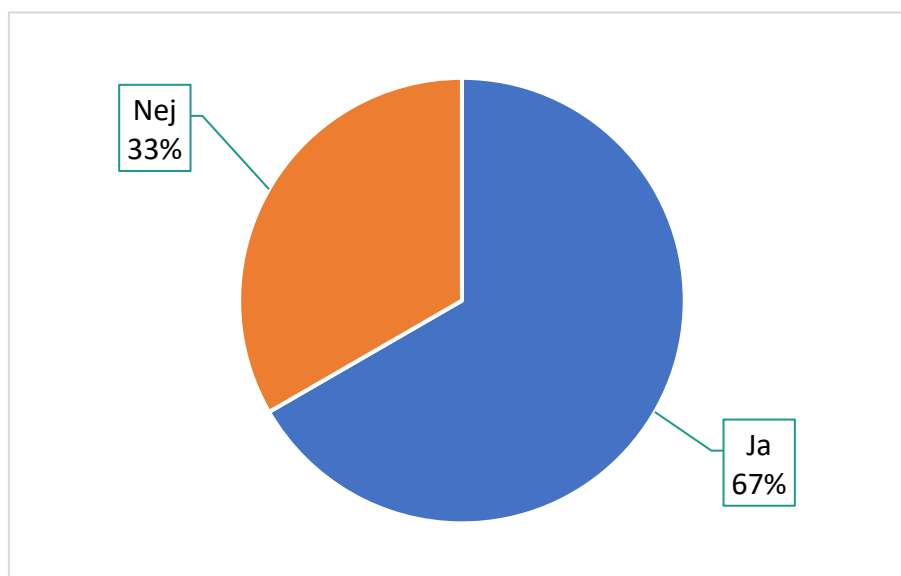


Varför har du inte använt dig av konsumentvägledning tidigare? (n=33)

Varför	Procent
Har inte haft behov	79 %
Har försökt men inte fått hjälp	3 %
Annat	18 %

Bland respondenter som valt "Annat" uppges att man istället använt information på en webbplats, att man känt att det varit pinsamt eller att man inte orkat.

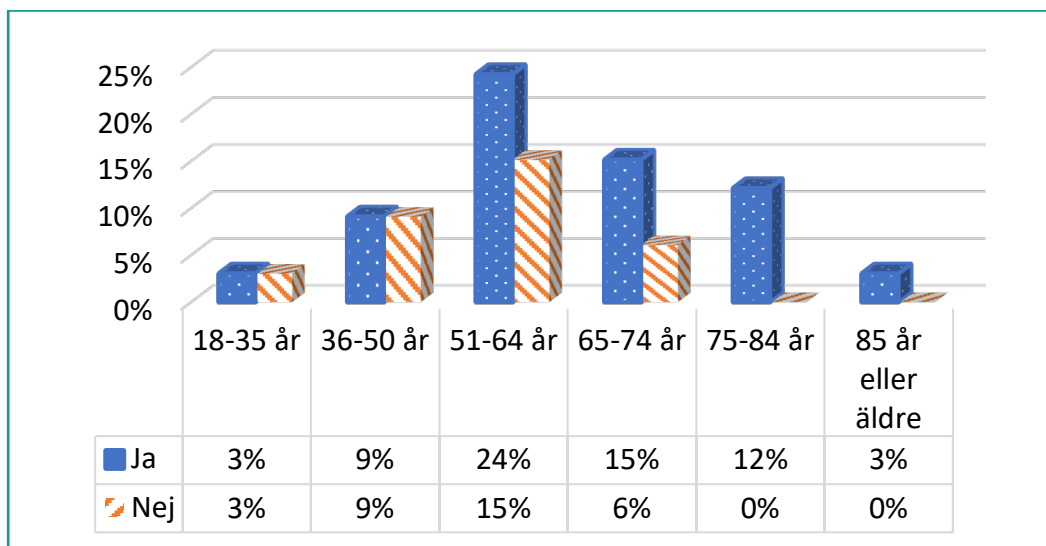
### 6.3 Vet du hur du kan få konsumentvägledning om du behöver det?



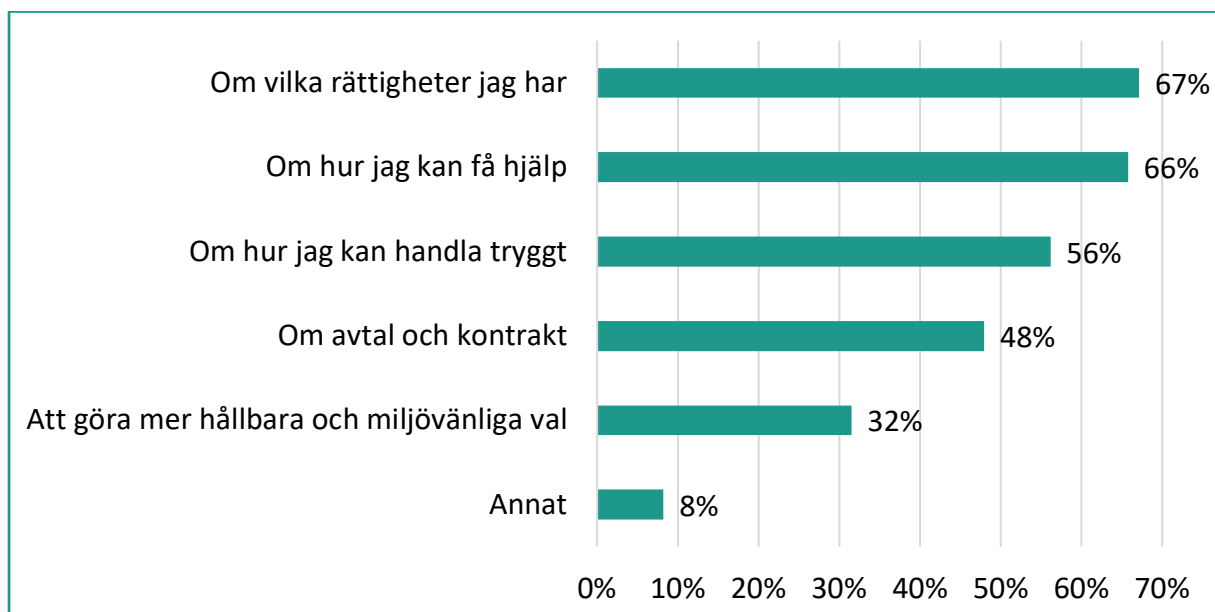
Vet du hur du kan få konsumentvägledning om du behöver det? (n=33)

Vet du hur du kan få konsumentvägledning	Procent
Ja	67 %
Nej	33 %

33 respondenter har bevarat frågan om de vet hur de kan få konsumentvägledning om de behöver det. Det är visserligen en ganska liten grupp, men det ser ut som att kunskapen om konsumentvägledning är lägre bland personer under 50 år:



**7. Vilken typ av service eller hjälp skulle vara till nytta för dig att få av en konsumentvägledare?**

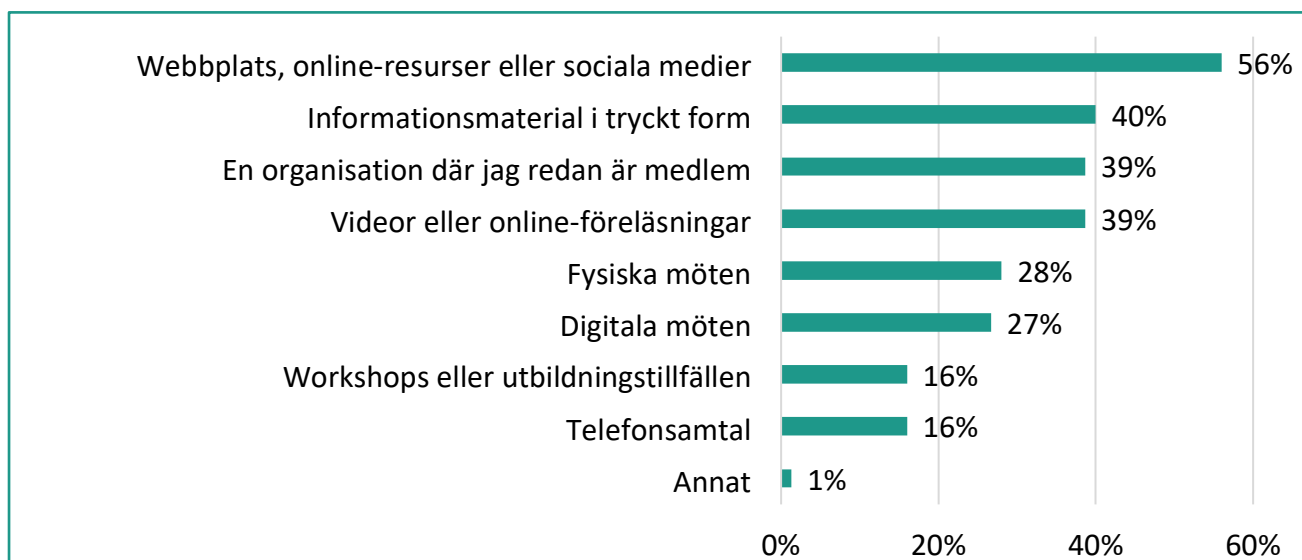


Vilken typ av service eller hjälp skulle vara till nytta för dig att få av en konsumentvägledare?  
– Välj alla som passar (n=73)

Vilken hjälp skulle du ha nytt av	Procent
Information och råd om vilka rättigheter jag har som konsument	67 %
Hjälp och tips om hur jag kan få hjälp om jag är missnöjd med en vara eller tjänst	66 %
Råd om hur jag kan handla tryggt och skydda mig mot bedrägerier och oseriösa företag	56 %
Information om avtal och kontrakt	48 %
Praktiska råd för att göra mer hållbara och miljövänliga val som konsument	32 %
Annat	8 %

Av de 6 personer som uppgett 'Annat' finns önskemål om specifik vägledning gällande exempelvis köp från utländska företag, hur man kan göra om man köper matvaror med felaktig innehållsförteckning och om önskemål om kanaler och förmedlande av information såsom att kunna tillgå all information lättillgängligt på en webbplats samt att erhålla all information på teckenspråk.

### 8. Hur skulle du vilja få konsumentvägledning eller utbildning i konsumentfrågor?



Hur skulle du vilja få konsumentvägledning eller utbildning i konsumentfrågor? – Välj alla som passar (n=75)

Hur skulle du vilja få konsumentvägledning	Procent
Genom en webbplats, online-resurser eller sociala medier	56 %
Genom broschyrer, foldrar eller informationsmaterial i tryckt form	40 %
Genom en organisation där jag redan är medlem och är engagerad i (funktionsrättsorganisation, pensionärsförening)	39 %
Genom videor eller online-föreläsningar	39 %
Genom fysiska möten med en konsumentvägledare	28 %
Genom digitala möten med en konsumentvägledare	27 %
Genom workshops eller utbildningstillfällen där jag kan delta personligen	16 %
Genom telefonsamtal med en konsumentvägledare	16 %
Annat	1 %

### **9. Vad är viktigt för dig för att kunna ta till dig rådgivning eller information?**

Av 48 personer som besvarat denna fråga i fritext är det allra flest som beskriver att det är viktigt för dem att det finns digital information att tillgå (16 personer). Det respondenterna gillar med formatet är framförallt att kunna ta till sig informationen i den takt användaren själv önskar, exempelvis genom att titta på förinspelade föreläsningar eller läsa information. Ett flertal respondenter betonar vikten av att informationen är tydlig och enkel att förstå, till exempel att det är viktigt med goda kontraster och möjligheten att förstora text.

Ungefär lika många tycker att det är viktigt med möjligheten till digitala möten som fysiska (10 respektive 11 personer). Respondenter som föredrar att träffas digitalt beskriver främst att det är lättare så om man har en begränsad rörelseförmåga, men någon respondent beskriver också att hen föredrar det så för att det är en lugnare miljö. Av respondenterna som tycker att det framförallt är viktigt med fysiska möten beskriver någon att man föredrar att se personen man pratar med, medan ett par andra nämner att fysiska möten med hjälpmedel såsom teckenspråk eller bildstöd är att föredra. Ett par respondenter vill gärna att det ska finnas möjlighet till att både ses fysiskt och digitalt, så att man kan anpassa formen utifrån "dagsform" eller sin sjukdom "vid ett visst tillfälle". Övriga saker som respondenterna beskriver som viktiga för dem är rullstolsanpassade lokaler och teleslinga.

### **10. Om du skulle prata med en konsumentvägledare – vad är då viktigt för dig i bemötandet?**

Av 52 personer som besvarat denna fråga i fritext är det allra flest som beskriver att det är viktigt för dem att vägledaren är lyhörd (20 personer) och tydlig (14 personer). Konkret

handlar det om att man vill att vägledaren ska kunna förstå och vara flexibel inför en funktionsnedsättning som man kan ha, exempelvis en språk- och talskada eller hjärntrötthet men också att vägledaren utifrån att man har en funktionsnedsättning inte ska ta andra saker för givna såsom att man inte har kunskap inom ett visst område eller fråga om saker som respondenten inte ber om. Att vägledaren är kunnig saklig och visar respekt i sitt bemötande är också viktigt för respondenterna (9 respektive 6 personer) och att vägledaren att trevlig och glad (5 personer).

### **10. Finns det något som du tycker skulle kunna förbättras när det gäller konsumentvägledning?**

Flera respondenter uttrycker osäkerhet om var man faktiskt kan hitta konsumentvägledare och vad man kan få hjälp med. Man påpekar att tjänsten bör vara mer synlig och att det borde finnas "tydliga besked om vad man kan få hjälp med". En respondent beskriver hur hen flera gånger berättat för andra, särskilt unga personer, om konsumentvägledningen och anser att det är viktigt att göra denna resurs mer synlig på olika sociala medieplattformar för att nå ut till målgrupper som inte verkar vara medvetna om dess existens. En annan respondent beskriver vikten av att kunna ta kontakt via flera olika kanaler.

Det finns önskemål om att få mer information om vart man kan vända sig för ytterligare hjälp i olika typer frågor, och önskemål om information om specifika ämnen. Ett konkret önskemål gäller information om när det kan vara lämpligt att kontakta en konsumentvägledare i stället för en kundtjänst, ett annat önskemål är information om hur internetreklam och köp fungerar.

Flera respondenter betonar vikten av att på olika sätt kunna kontakta en person för att få svar gällande deras konsumenträttigheter och skyldigheter. Utöver möjligheten att kunna träffas personligen finns önskemål om att kunna prata med samma person vid varje kontakt, eller att komma i kontakt med någon som kan hjälpa och stötta i ett ärende "hela vägen". Det skulle uppskattas om en vägledare som själv inte har kompetensen i en viss fråga kan hjälpa till att få kontakt med någon annan som har det. Att bli hänvisad till en webbplats hos en återförsäljare som är anledningen till att man hör av sig till en tredje part från början beskrivs som frustrerande.

Flera respondenter efterfrågar ökad tillgänglighet på olika sätt, såsom tillgång till mer lättförståelig information och tydliga instruktioner, och en mer tillgänglig webbplats om konsumentvägledning hos kommunen. Att exempelvis bli hänvisad till "hjälp till självhjälp" hos Hallå Konsument och "inte verklig hjälp" beskriver en respondent som en självupplevd konsekvens av att den kommunala vägledningen tagits bort.

### **11. Finns det något annat som skulle underlätta för dig att hitta, ta del av eller få information om konsumentvägledning?**

Sammanfattningsvis är det tydligt att respondenterna har olika preferenser när det gäller hur de föredrar att få information om konsumentvägledning. Många betonar vikten av att

informationen är lättillgänglig online, antingen på webbplatser de redan besöker eller genom att få informationen via e-post.

Vissa föreslår att informationen bör finnas på förpackningar eller i form av broschyrer. Andra nämner önskemål om tydliga och kortfattade informationstexter samt informativa videor.

Det är också tydligt att vissa respondenter inte är medvetna om att konsumentvägledning finns, och de efterfrågar bättre informationsspridning, såsom att ha information på butikens dörrar eller i lokala tidningar.

En respondent betonar vikten av en tolk eller bättre kommunikation för de som har svårt att uttrycka sig.

## **Sammanfattning av resultat**

Av enkätundersökningen framgår att det finns behov av stöd och hjälp till konsumenter i många olika situationer och att den konsumentvägledning som finns behöver bli mer allmänt känd. Det framgår också att det stöd och den hjälp som erbjuds inte alltid sker på individens villkor eller baserat på individens behov.

Fritextsvaren under fråga 9 och 10 (se bilaga 1 nedan) är mycket talande. Där syns tydligt hur multimodalitet krävs för att skapa konsumentrådgivning för alla – det krävs helt enkelt olika kanaler och format.

Ett intressant resultat är att digital information och digitala möten efterfrågas i hög grad. Det borde vara önskemål som är relativt lätta, rent resursmässigt, att tillmötesgå.

Utan att ha specifik kunskap inom konsumenträtts-området att jämföra med är det förmodligen så att personer med funktionsnedsättningar och äldre har liknande upplevelser (positiva eller negativa) som befolkningen i stort vad gäller de grundläggande frågorna kring bemötande etc. Samtidigt är det tydligt att målgrupperna personer med funktionsnedsättningar och äldre upplever specifika och stundtals stora utmaningar när det handlar om exempelvis bemötande, förståelse för vikten av valbarhet vad gäller kanaler och format samt informationsinhämtning och kommunikation.

Även om den här undersökningen inte kan påvisa att vissa grupper av konsumenter råkar mer illa ut än andra, är det sannolikt att personer med olika typer av svårigheter att ta till sig information har större risk att bli missnöjda eller känna sig lurade i en köp-situation, inte minst när det gäller att ingå avtal eller liknande. Därför bör flexibilitet vad gäller kommunikationskanaler och grundläggande kunskaper om tillgänglighet vara centralt för alla som arbetar med kundkontakter före, under och efter ett köp – hos försäljare och leverantörer samt hos konsumentvägledare.

## **Rekommendationer**

För att förbättra situationen vad gäller konsumentvägledning för personer med olika förutsättningar och förmågor föreslås att undersöka följande:

- Vilka kanaler och format konsumentvägledare använder vid rådgivning

- Om de erbjuder alternativa kanaler och format (i så fall vilka)
- Vilken kunskap konsumentvägledare har om tillgänglig kommunikation
- Hur pass tillgänglig den webb-baserade informationen som erbjuds är

Vidare rekommenderas att kontakta de inte mindre än 68 personer som i enkäten uppgett att de är villiga att ge mer information kring konsumenträttsfrågor. Dessa personer skulle kunna få ytterligare eller fördjupande skriftliga frågor, de skulle kunna bli djupintervjuade muntligt, de skulle kunna delta i fokusgrupper eller liknande.

Med hjälp av resultatet från den här rapporten, eventuellt fördjupande information från ett mindre antal i målgruppen och ytterligare kännedom om konsumentvägledarnas förutsättningar skulle projektet kunna ta fram viktiga redskap som till exempel:

- Utbildningsmaterial
- Manualer
- Best practice
- Listor på leverantörer
- Samverkansmodeller

Och liknande, beroende på vad konsumentvägledarna uppger att de har mest nytta av.

Dessutom skulle projektet kunna ta fram informations- och/eller utbildningsmaterial kring konsumentvägledning speciellt för personer med funktionsnedsättning och äldre, i tillgängliga format, och sprida detta till brukarorganisationer och civilsamhället i övrigt.