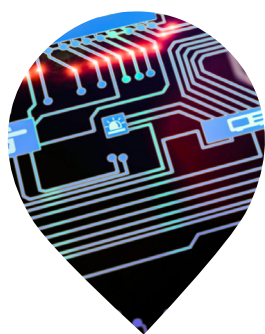


HANDLINGSPLAN 2020-2023





Sveriges Konsumenters handlingsplan 2020–2023

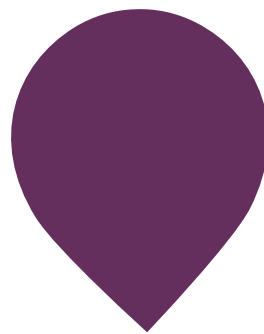
Antagen på årsmötet 25 april 2019

Foto: Omslag: Foodiesfeed, Shutterstock.

Illustration: s. 9: Shutterstock.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1	Behovet av en stark konsumentrörelse	s. 4
2	Vision	s. 6
3	Basen för vårt arbete	s. 8
4	Mål för vårt arbete	s. 10
5	Våra verktyg för att nå målen	s. 12
6	Så ska handlingsplanen användas	s. 14



1. BEHOVET AV EN STARK KONSUMENTRÖRELSE

Dagens konsumenter rör sig på en allt mer komplex, svårgenomtränglig och global marknad med många fallor, många svåra och ibland näst intill omöjliga val. Därför behövs en stark konsumentpolitik. Det handlar om att skydda mot farliga produkter, oseriösa försäljare, oseriösa avtal, vilseledande rådgivning och information. Det handlar om att värna alla konsumenter i en allt mer digitaliserad värld. Men också att underlätta för medvetna och hållbara val. Sveriges tio miljoner konsumenter är beroende av styrmedel, lagar, tillsyn och andra former av skydd som tar sin utgångspunkt i konsumenternas behov och möjligheter och som inte leder till ökade klyftor mellan olika grupper.

Möjligheterna är stora att dra nytta av internets möjligheter, att använda ny teknik, nya tjänster och att leva på ett mer hållbart sätt. Men utmaningarna är samtidigt betydande: Ekonomiska och kunskapsmässiga klyftor, stora miljöhot, ohälsa, digitalt utanförskap, informationsöverflöd, dold reklam, aggressiva säljmetoder med mera. Gentemot företagen är konsumenterna generellt i underläge, vilket också lagstiftningen utgår från. Vi har en åldrande befolkning och blir ett allt mer mångkulturellt samhälle. Exempelvis är många utsatta på olika sätt eller kan bli det i perioder av livet – till följd av arbetslöshet, sjukdom, familjehändelser.

Många scenarier för konsumenterna i Sverige är tänkbara och i stort beroende på vilket skydd och rättigheter konsumenterna erbjuds. Allt fler vill ta ansvar för en hållbar utveckling men möter hinder och förvirrande och ibland vilseledande budskap. En hållbar framtid såväl miljömässigt som socialt och ekonomiskt kräver ett stort ansvarstagande från politiker, från företag och från konsumenterna. Det är viktigt att det finns en balans i ansvaret, så att tuffa politiska beslut fattas för att undanröja hinder och skapa mer goda och jämlika förutsättningar att agera hållbart som konsument.

Sveriges Konsumenter bildades av nio folkrörelser för att ta tillvara konsumenternas röst i EU, att tillsammans med andra organisationer se till att EU:s beslutsfattare beaktar konsumenternas intressen. Vi är en obunden och demokratisk kraft med många och respekterade medlemsorganisationer som representerar många olika, ofta utsatta, grupper i samhället. Sveriges Konsumenter har en central roll som fristående och obunden *vakthund*, som *väckarklocka* för viktiga frågor och *förstärkare* av konsumentrösten. Vi är respekterade för att tydligt stå på konsumenternas sida.

Behovet av en samlande, demokratiskt förankrad konsumentrörelse är stort men rollen har blivit viktigare, mer utmanande och mer krävande. Civilsamhällets roll för starka och medvetna konsumenter betonas från EU-kommissionen, regering, myndigheter liksom näringslivets aktörer. På den internationella arenan liksom i Sverige behövs fler representanter i viktiga expertgrupper och samråd, mer konsumentkompetens i debatt och kunskapsunderlag. Likaså måste möjlighet ges att genomföra egna utredningar och undersökningar så att välgrundade argument kan ges.

Det behövs fler som 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 ofta inte resurserna 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.

2. VISION

” *Ett hållbart samhälle där konsumentens rätt och röst är stark*

DET INNEBÄR:

Du är konsument varje dag och i alla skeden i livet. I vår vision är allt fler medvetna om sin roll som konsument och alla har möjlighet att som konsument och medborgare delta i samhället fullt ut. Att du som konsument är stark, trygg och kunnig är en förutsättning för en fungerande marknad, ett seriöst näringsliv och för en hållbar utveckling ur ett miljömässigt, socialt och ekonomiskt perspektiv.

I vår vision kan du utöva din konsumentmakt och göra medvetna och hållbara val, oavsett förutsättningar och var du bor. Du blir inte lurad eller vilseledd. Genom lagar, myndighetstillsyn och stöd har du ett starkt skydd. Du och alla andra konsumenter blir lyssnade på, både som individer och kollektiv.

Perspektiv och synsätt hos beslutsfattare utgår från konsumenternas behov i vardagen och FN:s nio grundläggande konsumenträttigheter.

**SVERIGES KONSUMENTERS ROLL
ÄR ATT VARA:**

En konsumentorganisation som
unik, samlade och förändrande kraft.
Som påverkar och tar strid
för alla konsumenter.

CENTRALA VÄRDEORD ÄR:

*hållbarhet, tillgänglighet,
delaktighet, säkerhet, mångfald,
rättvisa, integritet.*

3. BASEN FÖR VÅRT ARBETE

Sveriges Konsumenters arbete ska ske i nära samarbete med den europeiska konsumentrörelsen och även genom internationellt engagemang. Vägledande för konsumentrörelsen är de nio grundläggande konsumenträttigheterna, som är fastslagna av **Förenta Nationerna, FN**.

FÖRENTA NATIONERNAS NIO GRUNDLÄGGANDE KONSUMENTRÄTTIGHETER

Rätten att få basbehov tillfredsställda – tillgång till nödvändiga varor och tjänster som mat, kläder, husrum, sjukvård, utbildning, samhällsservice, vatten och sanitet.

Rätten till säkerhet – att få skydd mot produkter, produktionsprocesser och tjänster som är farliga för hälsa eller liv

Rätten till information – att få de fakta som behövs för att göra ett medvetet och informerat val samt att skyddas mot vilseledande information, marknadsföring och märkning

Rätten att välja – att kunna välja i ett utbud av produkter och tjänster som erbjuds till konkurrenskraftiga priser och god kvalitet

Rätten att bli hörd – att konsumenternas intressen representeras i beslutsfattandet och genomförandet av regeringens politik, och i utvecklingen av produkter och tjänster. Och att därmed skapa reell konsumentmakt

Rätt till upprättelse – att få en rättvis lösning av tvister med näringsidkare, vilket innebär bland annat ersättning för vilseledande, felaktiga varor eller otillfredsställande tjänster

Rätten till konsumentutbildning – att få kunskaper och färdigheter som behövs för att göra välgrundade, säkra val av varor och tjänster, vilket innebär bland annat vetskap om grundläggande rättigheter och skyldigheter

Rätten till hälsosam miljö – att leva och arbeta i en miljö som inte hotar välbefinnandet för dagens och framtidens generationer

Rätten till digitalt konsumentskydd – att skyddas i termer av säkerhet och integritet och att ha tillgång till digitala tjänster på lika villkor och ha möjlighet att till fullo begripa de villkor som ställs för användande av digitala tjänster.

Hållbarhetsfrågorna blir allt mer centrala för konsumentrörelsen. Inte bara i Sverige utan även europeiskt och globalt. Därför är också **FN:s 17 globala hållbarhetsmål** i Agenda 2030 vägledande för vårt arbete. Vissa mål och delmål är särskilt relevanta för Sveriges Konsumenter.

Sveriges Konsumenters arbete förändras med hur marknaden utvecklas och fungerar och behoven av politiska åtgärder. Det finns stora behov att agera tidigt och på EU-nivå,

eftersom de flesta lagar har sitt ursprung här.

Många frågor har funnits med i vårt arbete under lång tid och är dessutom ofta gemensamma för flertalet av Europas konsumentorganisationer. Sveriges Konsumenter är sedan starten svensk medlem i den europeiska konsumentorganisationen BEUC och även andra organisationer och samrådsorgan inom EU.

Globaliseringen gör att allt fler av utmaningarna för ett hållbart samhälle och även för konsumentfrågor måste lösas internationellt. Sveriges Konsumenter är medlemmar i Consumers International, CI, som är den globala konsumentrösten.

Våra krav för att driva utvecklingen i denna riktning finns konkretiserade i olika ståndpunktsdokument. Inför valet 2018 beslutades om plattformen ”En stark och hållbar konsumentpolitik – våra lösningar”. Särskilda strategier har också utarbetats och ska fortsätta att utarbetas för prioriterade sakområden.

Dessa dokument uppdateras fortlöpande. De nationella lösningarna kompletteras med europeiska lösningar som gäller för Europaparlamentets mandatperiod 2019-2024.



4. MÅL FÖR VÅRT ARBETE

A. EN STARK OCH HÅLLBAR KONSUMENTPOLITIK

Politiskt ansvar och politiska förändringar på såväl nationell, europeisk och internationell nivå är nödvändiga för förflyttningar mot visionen. Det gäller såväl lagstiftning som andra effektiva regler tillsammans med en fungerande tillsyn så att reglerna efterlevs. Sveriges Konsumenter är partipolitiskt oberoende och har ett uppdrag att påverka politiska beslutsfattare.

Målet mäts utifrån arbetet med och uppfyllelsen av politiska ståndpunkter som är aktuella 2019, bland annat "En stark och hållbar konsumentpolitik" och "Från Bryssel till köksbordet".

Målet innebär att vi varje år aktivt bidragit till att få igenom nya eller reviderade lagar i Sverige och nya eller reviderade EU-direktiv eller motsvarande, utifrån våra politiska lösningar.

25 procent av antalet lösningar i "En stark och hållbar konsumentpolitik" i 2019 års version samt "Från EU till köksbordet" ska vara genomförda senast 2023. "Genomförda" innebär politiska beslut men lösningen på de beskrivna konsumentproblemen kan också anses lösta och därmed genomförda genom effektiva egenåtgärder inom näringslivet.

B. MEDVETNA OCH KRITISKT TÄNKANDE KONSUMENTER

En grundläggande förutsättning för en hållbar utveckling såväl miljömässigt, socialt och ekonomiskt är att konsumenten har lätt att göra hållbara val och att valen är tillgängliga för alla. En mer komplex värld kräver hög kunskap hos konsumenterna, ett kritiskt tänkande, tillgång till oberoende information och verktyg för alla liksom delaktighet och inkludering. Även möjligheterna att agera tillsammans som konsumenter är viktig.

Målen är att Sveriges Konsumenter aktivt har bidragit till ökad medvetenhet, kunskap och aktivitet hos breda grupper av konsumenter i Sverige. Indikatorer och detaljmål för detta sätts i årsplanerna.

C. SVERIGES KONSUMENTER - EN VÄLKÄND OCH RESPEKTERAD PART

Sveriges Konsumenters ska vara väl känd och ha hög synlighet i medierna vilket medför både ett högre medvetande hos konsumenterna och en respekt och förändringsvilja hos dem vi vill påverka – företag, myndigheter och politiker. En kännedomundersökning gjordes 2018.

Målet är en ökning av kännedomen om Sveriges Konsumenter med 40 procent utifrån den undersökning som gjordes i december 2018.

Målet är att Sveriges Konsumenter ska vara en attraktiv organisation att vara medlemsorganisation i, vilket mäts genom medlemsaktiviteter och genom att antalet organisationer vid utgången av 2023 är minst lika många som 2019.

Detaljerade mål presenteras i varje års verksamhetsplan för Sveriges Konsumenter.

Sveriges Konsumenter ska överväga lämplig tidsspann för framtida verksamhetsplaner.

Efter 2023 ska handlingsplanens mål mätas och utvärderas. Det sker genom användning av alla eller några av följande indikatorer:

- **Kommunikation** – räckvidd/spridning
- **Genomslag** i politiken, såväl i Sverige som i EU
- **Förståelse** för konsumentperspektiv i samhället
- **Ärenden** och satsningar hos tillsynsmyndigheterna
- **Förändringar** hos företagen
- **Involvering** av medlemsorganisationer
- **Långsiktig finansiering** av konsumentrörelsen
- **Bidrag** till FN:s hållbarhetsmål

5. VÅRA VERKTYG FÖR ATT NÅ MÅLEN

Måluppfyllelse och resultat för konsumenterna på kort och lång sikt är ambitionen med all verksamhet. För att uppnå det ska Sveriges Konsumenter välja relevanta och effektiva verktyg.

Dessa ska uppfylla de centrala värdeorden *hållbarhet, tillgänglighet, delaktighet, säkerhet, mångfald, rättvisa, integritet*.

VI ARBETAR MED:

- Politiskt påverkansarbete** (lobbying) av nationella och europeiska politiker och tjänstemän och även tillsynsmyndigheter. Det kan gälla regeringskansliet, riksdagen och dess utskott men också kommunala beslutsfattare, liksom i Europaparlamentet, Ministerrådet och EU-kommissionen samt internationella organ.
- Företagsdialog** med branschorganisationer eller enskilda men betydelsefulla företag – i syfte att uppnå förändringar och förbättringar för konsumenterna.
- Opinionsbildning** – utspel, kampanjer, mediaaktiviteter och aktiviteter i sociala medier för att skapa en medvetenhet bland konsumenter och därmed också beslutsfattare med det yttersta syftet att få till en förändring.
- Tjänster för konsumentmakt** – företrädesvis digitala tjänster som hjälper konsumenterna att göra medvetna val, att samverka och att direkt påverka företag och politiker.
- Folkbildning** – systematiskt arbete med målgruppsanpassade budskap på utvalda arenor. Det kan handla om undervisningsmaterial, webbtjänster, seminarier, workshops, utställningar m m.

ARBETET SKA VARA:

- Resultat- och lösningsorienterat
- Nyttänkande och modernt
- Reaktivt och proaktivt
- Fokuserat och professionellt
- Nationellt, europeiskt, globalt
- Målgruppsanpassat

SVERIGES KONSUMENTER SKA UPPFATTAS SOM:

- Engagerade och involverande
- Kunniga
- Representativa
- Relevanta
- Oberoende
- Orädda

HUR VI PRIORITERAR:

Konsumentområdet är omfattande. Vad ska prioriteras och hur ska arbetet bedrivas? Som hjälp använder vi ett antal frågeställningar:

- Rör frågan ett påtagligt problem för konsumenterna och skapar en förändring reell skillnad? På vilket sätt?
- Finns en reell möjlighet för Sveriges Konsumenter till påverkan och resultat?
- Är frågan strategisk för Sveriges Konsumenters ställning?
- Finns det andra aktörer som arbetar med frågan ur konsumentperspektiv?
- Är det strategiskt att prioritera denna fråga just detta år – eller senare?

Sveriges Konsumenter ska fokusera och inte, åtminstone inte proaktivt, arbeta med alltför ”små” och snäva frågor utan mer systemförändrande frågor som har verklig effekt i den enskilde konsumentens vardag och som bidrar till en hållbar utveckling.

Vår verksamhet ska vara en balans mellan nationellt och internationellt (främst europeiskt) samt mellan kortsiktigt arbete och långsiktigt arbete.

Sveriges Konsumenters uppdrag som konsumentröst och konsumentrepresentant medför stora krav på flexibilitet för att kunna möta utmaningar som inte gått att förutse på ett tidigt stadium.

6. SÅ SKA HANDLINGSPLANEN ANVÄNDAS

Handlingsplanen är Sveriges Konsumenters, jämte stadgarna, viktigaste styrinstrument. Den är utgångspunkten vid planering inom organisationen.

Handlingsplanen ska kunna läsas och användas av många olika grupper. De viktigaste är:

Medlems- organisationerna

– för att tydligt se medlemsnytta, gemensam färdriktning och mål kring vilka det går att samverka och skapa synergier. Till handlingsplanen kopplas en särskild medlemsstrategi.

Kansliet

– för att kunna planera, agera och följa upp det dagliga arbetet och direkt koppla det till såväl mål som verktyg.

Beslutsfattare inom politik och näringsliv

– för att förstå konsumentrörelsens roll, centrala betydelse för en fungerande marknad och för att kunna medverka till att uppnå målen.



**FÖLJ VÅRT
ARBETE!**

Twitter

[@svkonsumenter](#)

Facebook

facebook.se/sverigeskonsumenter

Webb

www.sverigeskonsumenter.se



SVERIGES KONSUMENTER

Sveriges Konsumenter är en oberoende ideell organisation som arbetar för ökad konsumentmakt. Vi verkar för alla konsumenters självklara rätt till skydd, inflytande och möjlighet att göra medvetna och hållbara val. Vi arbetar brett med konsumentfrågor, men lägger också särskilt fokus vid frågor som rör livsmedel, banktjänster, tillgänglighet, integritet på nätet och hållbar konsumtion. Bakom vår organisation står 21 medlemsorganisationer.

Vi driver frågor både nationellt, inom EU och globalt och är medlem i den europeiska konsumentorganisationen BEUC, i Consumers International och i organisationen ANEC, konsumentrösten i standardisering.

Vi ger ut den oberoende och reklamfria tidningen Råd & Rön och driver på uppdrag av kommuner rådgivande konsumentvägledning.

Postadress: Box 38001, 100 64 Stockholm
Besöksadress: Hornsgatan 172
Telefon 08-674 43 00
info@sverigeskonsumenter.se
www.sverigeskonsumenter.se