

Handlingsplan 2007-2012

Beslutad av styrelsen 17 mars 2009

Sveriges Konsumenter har stora ambitioner. Från starten 1992 har vi vuxit och utvecklats till en erkänd och respekterad konsumentorganisation med en bred plattform av medlemsorganisationer. Vi har centrala frågor för hushållen på vår agenda. Vi ger ut Råd & Rön och vi bedriver konsumentrådgivning.

Vi är nu rustade att anta framtidens många utmaningar och redo att fylla det stora behov som finns av en modern, stark och pådrivande konsumentorganisation. Hur det ska gå till finns formulerat i denna handlingsplan, antagen i en reviderad form.

Vision

Vår vision är konsumenter som agerar medvetet på en fri och öppen marknad och som kan dra nytta av globaliseringens fördelar, konsumenter som agerar för hållbar utveckling och etisk konsumtion och produktion. Vår vision är konsumenter som alla har lika förutsättningar att göra val och att få tillgång till varor och tjänster.

Vår vision är en fungerande marknad där det råder balans i styrka mellan konsumenter och näringsliv

Vår vision är ett samhälle som är stöttande, ett samhälle där konsumenter har ett starkt och rättvist rättsligt skydd och där de också har reella möjligheter att *få* rätt om de *har* rätt.

Till denna vision bidrar Sveriges Konsumenter genom ett aktivt arbete.

Sveriges Konsumenter är i detta arbete en aktiverande kraft, en samlade kraft och en mötesplats. Vi är en attraktiv organisation att vara medlemmar i, såväl för yngre som för äldre. Vi är en folkrörelse som kombinerar den traditionella föreningsformen med nya teknikens möjlighet att knyta nätverk och engagera sig virtuellt.

Sveriges Konsumenter har en central roll som fristående och obunden ”vakthund”, som ”väckarklocka” för viktiga frågor och ”förstärkare” av konsumentrösten. Obundenheten gäller till allt utom det rena konsumentintresset – näringslivet, partipolitiken, myndigheterna, andra intressen. Vi har stort inflytande såväl nationellt som internationellt. Vi har en väl spridd tidning, Råd & Rön, som bidrar till att stärka Sveriges Konsumenters ställning på den konsumentpolitiska arenan.

Sveriges Konsumenters arbete präglas av ett globalt, solidariskt, jämställt- och icke diskriminerande perspektiv.

Mål till 2012

1. Konsumentmakten ska ha stärkts i Sverige. Det innebär att allmänhetens kunskap och medvetande i konsumentfrågor har ökat, att möjligheterna att göra medvetna val har ökat samt att det rättsliga skyddet för konsumenterna ska ha stärkts.
2. Alla i Sverige ska ha tillgång till oberoende konsumentrådgivning med kvalitet. Sveriges Konsumenters eget arbete med rådgivning ska ha stärkt och utvecklats. En indikator är ökningen av antalet rådgivningskontakter.
3. Konsumentpolitiken har en betydligt starkare ställning än tidigare jämfört med andra politikområden. En indikator är konsumentfrågornas ställning i regeringskansliets, riksdagens och myndigheternas organisation samt i deras budgetar.
4. Konsumenternas kännedom om vad organisationen Sveriges Konsumenter arbetar med och står för har ökat. En indikator är ökningen av antalet besök på hemsidan.
5. Sveriges Konsumenter är den mest inflytelserika konsumentorganisationen i Sverige. Sveriges Konsumenter har uppnått en hög legitimitet hos politiker, myndigheter, näringsliv och andra ideella organisationer. Indikatorer är resultat av årliga medlemsenkäter och genomslag i massmedia.
6. Sveriges Konsumenter är en modern folkrörelse som tillvaratar den nya tekniken. Antalet medlemsorganisationer ska ha ökat. Indikatorn är ökningen av antalet medlemmar jämfört med 2007.
7. Medlemsnyttan och attraktionen att vara medlem i Sveriges Konsumenter ska öka kännas stor i förhållande till insatsen i ekonomiska eller andra termer. En utveckling Indikatorn är årliga enkäter.
8. Sveriges Konsumenter har ökat sin representation nationellt och internationellt på ett resurseffektivt sätt samt öka antal inbjudningar från politik och näringsliv att delta i konsultationer, beslut, konferenser m m. Sveriges Konsumenter har en permanent representation i Bryssel.
9. Sveriges Konsumenters webbplats är ett väl utvecklat, interaktivt verktyg för information och konsumentmakt. En konsumentpanel är upprättad. Indikatorer är besök och antalet svar på enkäter till panelen.
10. Sveriges Konsumenters finansiering har breddats och är inte lika ensidigt beroende av statliga anslag.

Strategi

Sveriges Konsumenter ska uppnå sina mål genom att:

1. Öka och utveckla rådgivningen till allmänheten, under förutsättning att kommunerna står för det ekonomiska ansvaret.

2. Öka opinionsbildningen och påverkansarbetet som ger konsumentutbildning en större plats i grund- och gymnasieskolan.
3. Tydligare definiera och utveckla medlemsnyttan. Fördjupa samarbetsformerna med medlemsorganisationerna för att fånga upp kunskap och använda den till olika insatser (remisser, debattartiklar, arbetsgrupper, projekt).
4. Öka nätverken och stärka samverkan i alla led (mellan organisationer, centralt-lokalt samt med parter utanför Sveriges Konsumenter) Utveckla samarbetsformerna för att fånga upp kunskap och använda den till olika insatser (remisser, debattartiklar, arbetsgrupper, projekt).
5. Systematiskt gå igenom lämpliga organisationer och lämpliga profilområden. Aktivt söka av presumtiva medlemmar.
6. Inleda en etablerad och fungerande konsumentdialog med handel, industri och jordbruk.
7. Stärka kompetens, omvärldsbevakning, analyser, undersökningar mm som grund för politisk argumentation och faktabaserad lobbying.
8. Starta en konsumentpanel som en viktig grund för ovanstående punkt.
9. Tillse att Sveriges Konsumenter, Råd & Rön och KonsumentCentrum utvecklar det gemensamma arbetet så att de förstärker varandra, kompletterar varandra och drar största möjliga nytta av varandras insatser och påverkansmöjligheter.
10. Arbeta mer proaktivt och mer kampanjinriktat.
11. Arbeta aktivt för att vår verksamhet och våra frågor även ska tilltala ungdomar och unga vuxna.
12. Bredda finansieringen genom försäljning av utbildning och föreläsningar. Utredda och eventuellt inleda andra former av finansiering som donationer, certifiering, ”smart sponsring” som inte äventyrar oberoendet m m.