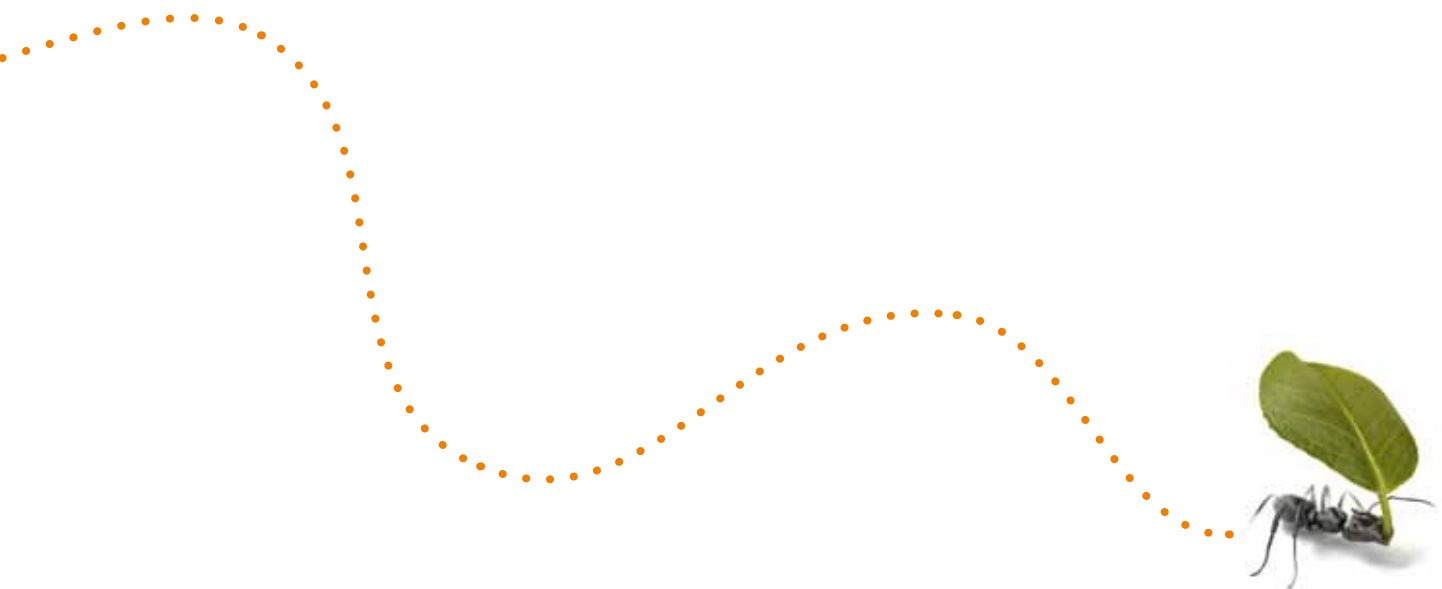


# Sveriges Konsumenter

Verksamhetsberättelse **2010**



# innehåll

1. Styrelsens berättelse	4	10.3 Uppdrag inom Europa	28
2. Så har vi arbetat	6	10.4 Uppdrag internationellt	28
2.1 Nationellt arbete	6	10.5 Uppdrag inom standardisering	28
2.2 Internationellt arbete	6	10.6 Representation i Allmänna reklamationsnämnden	29
2.3 Riksdagsvalet 2010	8	10.7 Uppdrag Konsumentverket	29
3. Prioriterade frågor	9	11. Deltagande i konferenser och seminarier	29
3.1 Matkvalitet	9	11.1 Aktiviteter och deltagande i Sverige	29
3.2 Privatekonomi	10	11.2 Aktiviteter i Norden	29
3.3 Marknadsföring	11	11.3 Aktiviteter och deltagande i Europa	29
3.4 Konsumentlagstiftning	12	11.4 Aktiviteter internationellt	29
3.5 Rättigheter och integritet i ny teknik	14	12. Besvarade remisser	30
4. Hållbar utveckling	15	12.1 Nationellt	30
5. Standardisering	16	12.2 Europeiskt och internationellt	30
6. Projekt	18	13. Medlemsorganisationer	31
6.1 Gröna trådar	18	14. Styrelsen	31
6.2 Dolceta	19	15. Valberedningen	32
6.3 Etisk konsumtion av leksaker	19	16. Råd & Rön AB	32
6.4 Ungas relation till internetreklam	20	17. KonsumentCentrum i Sverige AB	32
6.5 Ökat konsumentinflytande inom standardisering	21	18. Arbetsgrupper	33
7. Kommunikation	22	19. Kansli	33
8. Råd & Rön	24	20. Förkortningar	34
9. KonsumentCentrum	25		
10. Uppdrag	28		
10.1 Uppdrag inom Sverige	28		
10.2 Uppdrag inom Norden	28		

# 1. Styrelsens berättelse

Året 2010 har präglats av arbete med konsumentskyddet i EU, hållbar utveckling, livsmedelsmärkning och inte minst konsumentpolitiken i valet i september. Sju miljoner väljare är alla konsumenter och vi har genom vår och våra 27 medlemsorganisationers gemensamma valplattform drivit viktiga krav gentemot de politiska partierna.

Vi märker ett ökande politiskt intresse för konsumentfrågorna. Och trots små ekonomiska resurser har Sveriges Konsumenter gjort skillnad. De frågor och krav vi driver uppfattas som alltmer legitima och viktiga, även om det finns mycket kvar att göra. Inbjudningarna är många till konsultationer, debatter, hearings och andra tillfällen att möta beslutsfattare.

En stark konsumentpolitik är nödvändig för att få marknaden att fungera väl, det gäller både den nationella och den gemensamma europeiska marknaden. Men inte minst behövs en stark internationell konsumentröst för att lösa gemensamma globala problem. Det handlar om att värna konsumenterna mot farliga produkter, oseriösa försäljare, oskäligen avtal, vilseledande rådgivning och information. Det handlar om möjligheter att göra informerade och medvetna val på en allt mer komplex och global marknad. En stark konsumentpolitik ska ge konsumenterna förutsättningar att vara kunniga och starka. Alla konsumenter. Eller som Sveriges Konsumenters medlemsorganisationer konstaterade i sitt uttalande på årsmötet: En stark konsumentpolitik är en fråga om demokrati och om rättvisa.

Inför valet har vi uppvaktat samtliga riksdagspartier med våra krav, genomfört en enkät och två utfrågningar av politiker. Vi har också använt de sociala medierna för att sprida våra ståndpunkter. Konsumentfrågorna spänner över ett brett fält. I vår valplattform har vi formulerat krav under sex huvudrubriker:

- Hållbar produktion och konsumtion av livsmedel
- Stärkt rättsligt konsumentskydd på konkurrensutsatta marknader.
- Stärkt rättsligt skydd och oberoende rådgivning gällande finansiella tjänster.
- Förstärkt livsmedelsinspektion
- Konsumentvägledning för alla med god kvalitet
- Kortare köer till budget- och skuldrådgivning

Många av årets insatser har också handlat om lagstiftning och standardisering inom EU och på internationell nivå. Det nationella och internationella arbetet är nära sammankopplat och sker genom ett långsiktigt påverkansarbete. Inte minst i EU fattas många beslut som formar svenska konsumenters vardag och det gäller att påverka tidigt och på hög nivå. Sveriges Konsumenter gör det genom representation i centrala organ inom EU, genom arbetsgrupper och genom samverkan inom den europeiska konsumentorganisationen BEUC och den globala CI, Consumers International.

Detta styr dagordningen och det dagliga arbetet. Men vi har ”örat mot marknaden” på fler sätt – genom våra medlemsorganisationer, genom Råd & Rönns läsare och genom de konsumenter som kontaktar vår konsumentvägledning.

De sakområden som prioriterats under året är; matkvalitet, marknadsföring, konsumentlagstiftning och ny teknik och privatekonomi, där det senare var nytt för 2010. Förutom att ställa specifika krav inom dessa områden driver vi ett antal övergripande profilfrågor: hållbar utveckling, säkerhet, tillgänglighet, etisk konsumtion, integritet, icke-diskriminering och jämställdhet.

Många viktiga krav har drivits under året. Det har gällt bland annat:

- Ny gemensam konsumenträttslagstiftning i EU
- Ny EU-förordning om livsmedelsmärkning
- Möjligheter att välja miljöanpassade kläder
- Djurskydd, ursprungsmärkning, antibiotikaresistens
- Förenklad näringsmärkning av livsmedel, så kallad GDA
- Arbetsförhållanden vid livsmedelsproduktion i tredje världen

- Snabblån via SMS och internet
- Hem- och konsumentkunskap i grundskolan
- Tvister kring hantverkstjänster
- Reklam till barn via internet
- Problem i tågtrafiken till följd av vintervädret
- Problem i flygtrafiken efter vulkanutbrottet på Island

En viktig del av arbetet har också varit standardiseringen. I utformningen av sådana är underskottet av konsumentinflytande tydligt. Sveriges Konsumenter har fortsatt att rekryterat nya representanter och deltar nu i närmare 20 tekniska kommittéer. En av årets viktigaste händelser är lanseringen av den nya internationella standarden för socialt ansvarstagande, ISO 26 000. Revolutionerande är bland annat att konsumenträttigheter beaktats som en del av socialt ansvarstagande.

Verksamhetsåret 2010 innebar en stor satsning på vår närvaro på internet. Dels lanserades i början av året Sveriges Konsumenters nya webbplats. Den har inte förändrats på många år och fick nu ett betydligt mer attraktivt och funktionellt utseende. Dels startades flera Facebook-grupper och en blogg för att pröva och utveckla de sociala mediernas möjligheter.

Den ideella moderorganisationen Sveriges Konsumenter samverkar med sina två dotterbolag Råd & Rön och KonsumentCentrum, ett samarbete som gynnar alla delar. De tre delarna arbetar alla med konsumentnytta och konsumentmakt men med olika medel, vilket sammantaget gör oss till en stark konsumentorganisation med stor potential inför framtiden.

Vår tidning Råd & Rön har haft sitt fjärde hela verksamhetsår under vårt ägande och är en mycket välkänd och spridd tidning som 2010 hade närmare 80 000 i upplaga. Satsningen på webbplatsen borgar för en fortsatt mycket efterfrågad och respekterad informationskälla. Prenumeranterna på tidningens webb ökar stadigt.

Konsumentrådgivningen har fortsatt att ge högkvalitativ service till sex stadsdelar i Stockholm. Kontakter har tagits med andra stadsdelar liksom med kommuner i Storstockholm för att utvidga verksamheten. Under året inleddes också en satsning på att sälja utbildningar i konsumenträtt till företag, något det finns stora behov av.

Verksamhetsberättelsen visar mer i detalj vad Sveriges Konsumenter har gjort under 2010. Och det är mycket, särskilt med tanke på våra små ekonomiska resurser. Tyvärr finns det också många frågor som vi tvingas avstå från att engagera oss i, trots stora behov av konsumentföreträdare och uttryckliga förfrågningar om medverkan från olika parter.

Det faktiska arbetet har till största delen skötts av kansliet. Arbetsbelastningen är hård. Med tanke på konsumentfrågornas bredd och det stora antalet förfrågningar om konsultationer och medverkan är det anmärkningsvärt hur mycket som har åstadkommit. Även ett 60-tal frivilligt engagerade har i högsta grad bidragit till arbetet. Detta och mycket annat visar på den stora styrka och den tillgång som finns i våra medlemsorganisationer. Från styrelsens sida vill vi rikta ett stort tack för allt arbete under året.

Under överskådlig tid är Sveriges Konsumenter beroende av statlig finansiering för att kunna representera konsumenterna med bredd och kompetens. Vi upplever att de medel som satsas på konsumentpolitik fortsätter att vara synnerligen knappa i jämförelse på vad som satsas politiskt på tillgångssidan i marknadsekonomin. Eftersom påverkansarbete kräver långsiktiga satsningar för att bli framgångsrik är det ett påtagligt problem att medlen bara ges med ett år i taget.

Sveriges Konsumenter märks och efterfrågas mycket. Vi blir också ofta kontaktade om medverkan i massmedia, på konferenser och hearingar. Men det räcker inte. En fri marknad med ökad konkurrens, fler valmöjligheter och öppna gränser för varor och tjänster kräver att konsumenterna är starka, medvetna och välinformerade. Och att de har starka företrädare i Sverige, EU och internationellt. Det behövs en stark, partipolitiskt och obunden kraft som balanserar företag och näringslivsorganisationer.



Inger Persson  
ordförande



Örjan Brinkman  
Handikappförbunden,  
vice ordförande



Harriet Gillberg  
Riksförbundet Hem och Samhälle



Eva Callmer  
Vi Konsumenter



Kristin Spolander  
ABF



Bert Månsson  
Resenärsforum



Märtha Dahlberg  
Pensionärernas Riksorganisation



Kristina Bergman  
Unga Örnar





## 2. Så har vi arbetat

### 2.1 Nationellt arbete

Regering och riksdag är alltid centrala i vårt uppdrag att företräda konsumentintresset. Konsumentpolitiken rör sig över många politikområden och det huvudsakliga ansvaret har genom åren legat på många olika departementen. Efter riksdagsvalet 2010 placerades ministerposten under justitiedepartementet. Men flertalet andra departement har också ett ansvar för konsumentfrågor, till exempel vad gäller boende, transporter, miljö, sjukvård, kultur och kommunikation. Det verkar finnas ett ökande intresse för konsumentfrågor från partierna. Under 2010 har Sveriges Konsumenter deltagit i utfrågningar, inbjudna av olika ministrar och riksdagsutskott. Vi har också träffat riksdagsledamöter i civilutskottet.

Organisationen har täta kontakter med myndigheter med ansvar för konsumentfrågor. Målet är att myndigheterna alltid ska arbeta med konsumenternas bästa för ögonen och att de värderar konsumentnyttan högt i sin verksamhet.

Konsumentverket har ett Insynsråd där Sveriges Konsumenter är representerade. Dessutom har vi regelbundna möten med verket för avstämning och utveckling. Organisationen bidrar till att representera konsumentintresset inom samtliga avdelningar i ARN, Allmänna reklamationsnämnden, och är dessutom representerade i ARN:s Insynsråd.

Livsmedelsverket har en strategigrupp för konsumentfrågor där Sveriges Konsumenter har två platser. Arbetet där förbereds av den interna, rådgivande livsmedelsgruppen.

Även andra myndigheter samråder med Sveriges Konsumenter, till exempel Jordbruksverket.

De kommunala konsumentvägledarna är en viktig grupp, som vi har haft allt tätare kontakter med, särskilt sedan Konsumentvägledarnas förening blev medlemsorganisation. Inför årets Konsumentdagar i Luleå skickades ett rikspressmeddelande ut med titeln "Konsumentvägledning – en fråga om rättvisa". Där presenterades kriterier för en högkvalitativ och tillgänglig konsumentvägledning och 80 kommuner nämndes, som hamnade under en specificerad "skamgräns". Den bröts ner på länsnivå med relevant data för regionen, vilket resulterade i en mängd intervjuer och artiklar i lokalpress.

Branscher och företag har blivit allt mer angelägna att höra våra synpunkter och föra en dialog. Vi har deltagit i åtskilliga debatter och hållit föredrag inom våra prioriterade områden. Under året fortsatte också "Konsumentdialogen" som förs med LRF, Lantbrukarnas Riksförbund, om livsmedel, se avsnitt 3.1.

Sveriges Konsumenter arbetar också såväl nationellt och internationellt med standardisering, se avsnitt 5.

### 2.2 Internationellt arbete

Sveriges Konsumenter har väl etablerade och omfattande kontakter inom Norden, Europa och internationellt.

Nordiskt samarbete är viktigt med tanke på vår likartade syn på konsumentskydd. Vi har samarbetat nordiskt i viktiga prioriterade områden såsom konsumenträtt, digitala rättigheter, marknadsföring, kemikalier, miljömärkning och standardisering. Dessutom har ledningarna för myndigheter och organisationer på konsumentområdet träffats. Erfarenhetsutbyte om utveckling av webbplatser och sociala medier har varit det huvudsakliga innehållet på dessa möten 2010.

Europeiskt arbetar vi i nära samarbete med den europeiska konsumentorganisationen, BEUC, som består av 44 välrespekterade konsumentorganisationer från ett 30-tal länder i Europa. Sveriges Konsumenter ges genom sitt engagemang möjlighet att agera i många europeiska konsumentfrågor på ett mycket tidigt stadium i EU:s beslutsprocess. BEUC har genom sin unika ställning och höga trovärdighet kännedom om vad som är på gång inom konsumentpolitiken. Genom ett utvecklat remissförfarande har Sveriges Konsumenter goda möjligheter att påverka BEUC:s arbete. Dessutom är BEUC:s policyarbete en stor kunskapskälla inom de verksamhetsområden vi på grund av knappa ekonomiska förutsättningar inte har möjlighet att prioritera. Sveriges Konsumenter har under 2010 deltagit i BEUC:s livsmedelsgrupp, arbetsgrupp om konsumenträttighetslagstiftningen, finansiella grupp, hälsoexpertgrupp samt miljöarbetsgrupp.

ECCG är EU-kommissionens rådgivande organ för konsumentfrågor och den huvudsakliga kanalen för en samordnad konsumentrepresentation. ECCG konsulteras löpande och har under året sammanträtt fyra gånger och fört diskussioner om bland annat paketresor, flygpasagerares rättigheter, finansiella tjänster, betalningssystem, EU:s digitala agenda, EU:s inre marknad, produktssäkerhetsdirektivet, marknadsövervakning, resultatavlan för konsumentmarknaderna, klimatfrågor, informationsteknik, ursprungsmärkning, konsumentutbildning, kemikalier i kosmetik, upphovsrätt, elmarknaden, avtalsrätt, tvistlösning, konsumentbeteende och transatlantiskt konsumentensamarbete. Sveriges Konsumenter är också representerat i EU-kommissionens rådgivande konsumentgrupp för finansiella frågor, samt arbetsgrupp om indikatorer för utvärdering av konsumentrörelsen. I mars anordnade ECCG och DG SANCO en större konferens om tjänster och konsumentutmaningarna kring tillgång, rättvisa och valfrihet. Sveriges Konsumenter var då rapportör för sessionen om kollektivtrafik. Vi har engagerat oss särskilt i kommissionens utvärdering av den tidigare och innevarande policyn för konsumentarbetet i EU, med målet att ge underlag till kommissionens arbete med en ny konsumentstrategi från 2014.

Europeiska ekonomiska och sociala kommitté, EESK, är ett rådgivande organ som representerar det civila samhället inom EU. Sveriges Konsumenter har under året arbetat i de två sektionerna INT (inre marknadens produktion och konsumtion) samt REX (externa relationer). Inom INT-sektionen har Sveriges Konsumenter varit medlem i inre marknadens observationsgrupp – en arbetsgrupp med 21 medlemmar som föreslår förbättringar till andra institutioner. Sveriges Konsumenter har varit medlem i två arbetsgrupper: EESK:s budgetgrupp och i ACP/AVS, en arbetsgrupp inom REX-sektionen som utvecklar handelsavtalet EPA mellan EU och ACP-länder.

Europaparlamentets inflytande över konsumentfrågorna är stort då konsumentskydd regleras med medbestämmandeförfarandet. Parlamentets majoritet saknar ibland kunskap och förståelse för konsumenternas intressen och konsumentskyddets betydelse för en fungerande marknad. Det innebär att det är särskilt viktigt att påverka parlamentarikerna till en mer konsumentvänlig hållning. Sveriges Konsumenter, ofta i samarbete med BEUC och ANEC, har fört en dialog med de svenska Europaparlamentarikerna i ett flertal frågor.



Internationellt arbetar Sveriges Konsumenter framförallt genom två organisationer. CI, Consumers International, är den samlade globala konsumentrörelsen med mer än 220 medlemsorganisationer från 115 länder. Sveriges Konsumenter är medlemmar och har under året samarbetat bland annat med CI kring internationell standardisering, hållbarhet, socialt ansvarstagande och marknadsföring.

TACD, Transatlantiska konsumentdialogen, är en organisation som arbetar för att ena Europas och USA:s konsumentorganisationer om gemensamma transatlantiska konsumentkrav. Sveriges Konsumenters deltagande i TACD sker i huvudsak genom elektroniskt utbyte i diskussionsforum om till exempel intellektuella rättigheter, livsmedel, hållbara transportlösningar och klimatfrågor.

Vårt omfattande internationella arbete med standardisering kan du läsa mer om i avsnitt 5.

### 2.3 Valet 2010

Inför riksdagsvalet fokuserar Sveriges Konsumenter mycket av sina insatser på den framtida konsumentpolitiken och så även under valet 2010. Arbetet inleddes redan under 2009 med att föra fram krav på en kraftfull konsumentpolitisk och en handlingsplan för en sådan. Basen i arbetet inför valet blev en valplattform, med krav på riksdagspolitikerna inom fyra områden:

- Hållbar konsumtion och produktion av livsmedel
- Fungerande livsmedelskontroll
- Finansiella tjänster – sparande, lånande etc
- Konsumentens rätt på omreglerade marknader

Två krav som ställdes i kommunalvalet var:

- Konsumentvägledning med kvalitet åt alla
- Kortare köer till budget- och skuldrådgivning

Under årsmötet ställde sig de medverkande medlemsorganisationerna bakom alla kraven, vilket resulterade i ett upprop. Kraven sammanställdes på webb och i en trycksak under rubriken ”7 080 123 väljare är konsumenter”. Summan syftar på att alla väljare även är konsumenter och är tänkt att vara en tankeväckare för politikerna om vikten av en god konsumentpolitik.

Liksom vid tidigare val genomförde Sveriges Konsumenter en enkät med alla riksdagspartier. Frågorna berörde de krav som ställdes i valplattformen. Svaren presenterades dels i sin helhet dels i en kortversion. För att göra det mer jämförbart lades även 2006 års enkätvar ut på webbplatsen.

För att understryka vikten av konsumentvägledning för alla skickades pressmeddelanden ut med specificerade krav och listning av kommuner som fallit under ”skamgränsen”.

Tillsammans med LRF arrangerades ett seminarium med rubriken ”Bra of-fentliga måltider?” I panelen ingick jordbruksminister Eskil Erlandsson (C), finanslandstingsrådet i Stockholm Catharina Elmsäter-Svärd (M), språkrör Peter Eriksson (MP), lantbrukare Karin Hillmér, Carola Magnusson, Carolas eko och ordförande i miljö- och jordbruksutskottet Anders Ygeman (S). Under seminariet diskuterades förutsättningarna för offentlig upphandling och en publik från många kommuner i Sverige fick föra fram sin åsikt.

Förutom enkät och brev till partiledare Mona Sahlin och statsminister Fredrik Reinfeldt inför själva valdagen så skrevs en debattartikel till Dagens Industri under rubriken ”Ge oss en egen minister”. Efter valet utsågs EU-minister Birgitta Ohlsson även till konsumentminister.

Under Almedalsveckan anordnades ett seminarium där representanter från alla riksdagspartier medverkade. Här diskuterades och debatterades enkätsvaren och publiken var också aktiv och passade på att ställa frågor till politikerna. Alla insatser under riksdagsvalet har samlats på Sveriges Konsumenters webbplats.



## 3. Prioriterade frågor

### 3.1 Matkvalitet

Målet för Sveriges Konsumenters arbete med matfrågor är att konsumenterna ska få ett stort utbud av varierad och prisvärd mat. Dessutom goda möjligheter till medvetna val samt ett ökande utbud av miljömässigt och socialt hållbara produkter. För detta måste de få objektiv och pålitlig information och ha god kunskap om mat. Vi vill också att maten ska ha en klar och tydlig märkning, som inte är vilseledande. När det gäller tillsatser vill vi att de endast ska användas om de har en tydlig konsumentnytta.

Ett nytt förslag till livsmedelsinformationsförordning har under året behandlats i första läsning av Ministerrådet och Europaparlamentet. Målet är gemensamma europeiska regler för viktig konsumentinformation såsom näringsdeklaration, innehållsförteckning, produktinformationens textstorlek, förenklad näringsmärkning och ursprungsland. Sveriges Konsumenter bedömer att konsumentorganisationerna fått gehör för många av sina krav i första läsningen men än kvarstår tuffa förhandlingar vid den andra läsningen. Vi ser framförallt att textstorlekskraven måste förbättras och att ursprungsland skall anges där så är möjligt.

Under året följde Sveriges Konsumenter nationellt upp en av frågorna i förordningen – förenklad näringsmärkning genom diskussioner med Livsmedelverket och mediautspel. Detta efter vår anmälan av företagen OLV, Coca-Cola och Big för förvirrande märkning under 2009. Deras märkning av förenklad näringsinformation baserat på dagligt intag, GDA, gav enligt vår uppfattning en felaktig bild av innehållet och får produkterna att verka nyttigare än de är.

Sveriges Konsumenter har till stöd för sitt arbete med matkvalitet en arbetsgrupp för livsmedel som regelbundet ger underlag och input i arbetet, både vid gruppens möten men även som ”elektroniskt bollplank”. På europeisk nivå deltar vi i BEUC:s livsmedelsgrupp och internationellt samarbetar vi med Consumers International i synnerhet vad gäller övervikt och marknadsföringsfrågor. Inom BEUC har vi nått framgång i att övertyga BEUC om behovet av att tydligare arbeta med hållbarhetsfrågorna i relation till våra livsmedel. En del i detta arbete har handlat om den ohållbara användningen av antibiotika i animalisk livsmedelsproduktion. Dessutom har vi uppmärksammat behovet av att arbeta aktivt med den höga andelen av livsmedel som slängs.





Sveriges Konsumenter för en regelbunden dialog med LRF om livsmedelsfrågor. Dialogen syftar till att stärka samarbetet runt eventuellt gemensamma sakfrågor och prioriteringar i huvudsak runt matkvalitet. Under året har samarbete bedrivits i fråga om offentlig upphandling av livsmedel, djurskydd och ursprungsmärkning. Som ett led i arbetet med att lyfta livsmedelsfrågorna inför valet arrangerades tillsammans med LRF ett seminarium om offentlig upphandling av livsmedel (se avsnitt 2.4)

Sveriges Konsumenter besvarade ett flertal remisser på livsmedelsområdet, däribland remisser om begränsa odling av GMO-grödor, klonade djur samt ursprungs-, GDA-märkning och livsmedelsinformation. Den europeiska jordbrukspolitiken, CAP, har krävt insatser som debattartikel, remissvar och har även debatterats av Sveriges Konsumenter i paneldebatter. Vi vill se en livsmedelspolitik snarare än en enkelspårig jordbrukspolitik.

En väsentlig del av livsmedelsfrågorna har under året handlat om klimat, både hur vi kan förändra våra matvanor men även hur vi kan bli mer klimatsmarta genom att välja miljömärkta varor. Ett huvudkrav från Sveriges Konsumenter har varit att klimataspekter ska integreras i existerande miljömärken.

Med bakgrund i en rapport och en film gjord av Consumers International initierades även ett dialogmöte med ICA och en rad andra intressenter angående hur ananas odlas i Costa Rica, där Sveriges Konsumenter presenterade resultatet i rapporten.

Ett sätt att öka kunskapen är att skolans utbildning kring mat och matkvalitet förbättras. Fortfarande ägnas mindre än tre veckor under hela skoltiden till hem- och konsumentkunskap där barn lär sig om vardagens ansvar, både vad gäller hushållens matlagning, inköp och budget samt privatekonomi. Detta är alldeles för lite tid, vilket Sveriges Konsumenter framfört åtskilliga gånger till ledningarna för berörda departement.

### 3.2 Privatekonomi

Privatekonomi var ett nytt prioriterat område 2010, även om Sveriges Konsumenter arbetat mycket med frågorna innan. Målet med arbetet är att skapa bättre förutsättningar för konsumenter att ha en ordnad ekonomi och att ha tillgång till nödvändiga finansiella tjänster. Alla ska ha tillgång till finansiella tjänster, på lika villkor, utan diskriminering. Alla ska ha tillgång till effektiva, billiga och säkra betalningstjänster. Alla ska ha rätt till skriftlig begriplig och jämförbar information om alla väsentliga egenskaper hos en finansiell tjänst innan man skriver på ett avtal. Att frågorna lyfts har sin bakgrund i att kraven växer på konsumenternas förmåga att fatta välavvägda finansiella beslut, exempelvis om boendet och om förvaltningen av premie- och avtalspensionen.

Den finansiella krisen har tydligt visat att konsumenträttigheter systematiskt har kränkts eller åsidosatts. Banker och andra företag i finansbranschen har fokuserat på stora vinster istället för att tillhandahålla tjänster för konsumenternas individuella behov. Sveriges Konsumenter har, tillsammans med andra organisationer inom EU, drivit på för lagstiftning och tillsyn som utgår från konsumentintresset och nyttan för konsumenten. G20-mötet i oktober blev också en framgång för Consumers International som fick gehör för sitt krav inför mötet - att arbeta för att konsumenter både från rika och fattiga delar av världen har tillgång till stabila, rättvisa finansiella tjänster.

Det krävs stora förändringar hos banker och andra företag i finansiella sektorn. Det kräver också tillgång till oberoende information och oberoende rådgivning (inte enbart genom de försäljare som arbetar åt banker, fondbolag etc). Sveriges Konsumenter har vid upprepade tillfällen krävt en kraftigt förstärkt skolutbildning i privatekonomi i såväl grund- som gymnasieskolan. Vi har också deltagit i möten för att sprida "finansiella allmänbildning" på olika sätt, bland annat genom vårt arbete i

EU-projektet Dolceta (se avsnitt 4.2)

Bättre konsumentskydd för finansiella tjänster var också ett fokusområde i valplattformen, som togs fram gemensamt av Sveriges Konsumenters medlemsorganisationer. Kraven där var följande:

- Se till att alla hushåll får tillgång till oberoende finansiell rådgivning
- Underlätta byte av bank genom att införa nummerportabilitet
- Utred möjligheten till sociala lån för hushåll med betalningssvårigheter
- Genomför förslaget till ny skuldsaneringslag, så att saneringsperioden minskas från fem till tre år.

Sveriges Konsumenter har uppvaktat de stora partigrupperna i civiltuskottet och även finansmarknadsminister Peter Norman under året. Kraven från valplattformen har där upprepats, specificerats och kompletterats.

Sveriges Konsumenter har i flera år argumenterat för skärpta bestämmelser mot snabblånen, till exempel SMS-lånen. Genom kartläggningar i projekt (t ex i rapporten "Att kränga krediter till utsatta" från 2009), regeringsuppvaktningar och via massmedia har vi ställt flera viktiga krav för att få bukt med de allvarliga och växande samhällsproblem som lånen orsakar. Under 2010 beslutades så den nya konsumentkreditlagen. Den tillgodoser Sveriges Konsumenters viktigaste krav, bland annat slopandet av undantag för avtal om kreditbelopp under 200 euro. Flera andra förbättringar finns också i den nya lagen. Samtidigt har vissa krav inte tillgodosetts – en cooling off-period, ett räntetak samt prövning av regler som gör att slarviga kreditgivare får ta ett proportionellt större ansvar än seriösa kreditgivare ingår inte.

Sveriges Konsumenter har även i debattartiklar och i "väckarklockor" kritiserat snabblåneföretag för deras marknadsföringsmetoder och höga räntor.

Då mobiltelefoner är vanligare än banktjänster i många länder finns det en enorm potential för mobilbetalningar. För att tjänsterna ska leva upp till grundläggande konsumentkrav och fungera i olika system och över gränserna krävs internationell standard för mobilbetalningar.

Sveriges Konsumenter har inom ISO COPOLCO arbetat för grundläggande konsumentskydd för sådana tjänster, vad gäller information, kontraheringsplikt, tillgänglighet och prissättning.

Många konsumenter irriteras över att företag lägger på en extra avgift för att skicka ut en faktura. Vi krävde förbud för dessa avgifter, på samma sätt som under året skedde med butikernas kortavgifter. Fakturaavgifterna är diskriminerande då de drabbade vissa grupper, ansåg Sveriges Konsumenter.

Tågkaoset under såväl början och slutet av 2010 orsakade såväl praktiska som ekonomiska problem för konsumenterna. Här krävde Sveriges Konsumenter bland annat att ersättningar för förseningar måste gå till att få ut kontant till belopp motsvarande de "värdebevis" som erbjuds.

### 3.3 Marknadsföring

Målet med Sveriges Konsumenters arbete med marknadsföring är ökat medvetande hos konsumenterna och debatt om metoder och effekter. Målet är också ett ökat skydd mot kommersiell påverkan på barn, inte minst vad gäller nya tekniska lösningar och former som gör det svårt att skilja reklamen från redaktionellt innehåll.

Marknadsföringens metoder har de senaste åren blivit mer subtila och under



2010 valde fler företag att investera i reklam på internet i stället för traditionell press. Erbjudanden anpassas efter individens behov, ålder och boendeort. Mottagaren är inte alltid medveten om att den utsätts för påverkan.

Den nya tekniken används även för att via bloggar och sociala medier påverka framförallt yngre konsumenterna på ett mer subtilt sätt. Sveriges Konsumenter är engagerade för att skydda de yngre konsumenterna som är mer sårbara och som lättare kan manipuleras. Då vi haft större projekt om reklam tillfrågas vi ofta av medier vad gäller reklam och marknadsföring, ofta om den som riktas till barn. Kampen för att minska effekten av den dolda reklamen fortsätter och Sveriges Konsumenter kräver fortfarande att det ska vara tydligare vad som är reklam och inte. Under året anmäldes till exempel ICA-kurirens annons till Konsumentverket då den saknade ordet ANNONS och ger intryck av att vara redaktionell text. Sveriges Konsumenter har även följt upp sin anmälan av OLW, Coca-Cola och Big Bear för att vilseledande marknadsföring vad gäller deras förklaring av den dagliga rekommendationen, GDA (se mer under Matkvalitet).

Marknadsföring till barn har varit ett särskilt bevakningsområde under många år. Sveriges Konsumenter har tillsammans med Lunds universitet drivit tre forskningsprojekt och varit aktiva i debatten om reklam för ”skräpmat”. Här anser Sveriges Konsumenter att hänsynen till barnens hälsa måste vara viktigare än företagets möjligheter till påverkan. Föräldrar som vill ge sina barn goda kostvanor måste också få stöd snarare än att motarbetas genom reklam och butiksexponering. Målet är ett ökat skydd mot kommersiell påverkan på barn, inte minst vad gäller nya tekniska lösningar. Exempel på detta är reklam via sms, på internet och marknadsföringsmetoder som gör det svårt att skilja reklamen från redaktionellt innehåll.

Dessutom har den nya radio- och tv-lagen från den 1 augusti tillåtit mer produktplacering även i public service kanalerna, vilket kan leda till ännu mer dold påverkan. Produktplacering ska dock inte tillåtas i barnprogram. Den nya lagen innebär även att fler reklamavbrott sänds, regeln om begränsat antal avbrott avskaffas, kommersiella kanaler får större möjlighet att låta företag sponsra program samt att tv-sändningar och beställ-tv får nya krav på att göras mer tillgänglig för personer med funktionsnedsättning. Den nya lagen går stick i stäv mot att Sveriges Konsumenter vill att reklam ska vara mer tydlig och lättare att identifiera.

Ett annat viktigt ämne inom marknadsföring är läkemedelsreklam. Vi märker att allt fler receptfria produkter marknadsförs både via tv-reklam, annonser och internet. Sveriges Konsumenter har engagerat sig via den europeiska konsumentorganisationen BEUC för att få även andra EU-länder att förse medborgare med läkemedelsinformation, liknande FASS. Det ska även vara lättare att som patient kunna anmäla biverkningar, vilket Sverige har via Läkemedelsverket.

### 3.4 Konsumentlagstiftning

Ett fungerande konsumentskydd är grunden för en väl fungerande marknad. Målet för Sveriges Konsumenter är att upprätthålla och i vissa delar förstärka nivån på den svenska konsumentlagstiftningen vid revidering av EU:s direktiv. Målet är också att konsumenterna ska ha lika högt skydd för privata som offentliga tjänster.

Konsumentlagstiftningen i EU går allt mer mot fullharmonisering, vilket innebär att medlemsländerna inte kan behålla tidigare högre skyddsnivå och dessutom i framtiden inte kan gå längre i sin nationella lagstiftning eller anpassa den till den nationella situationen. Denna ambition om fullharmonisering har EU-kommisionen i sitt förslag till en ny reviderad konsumenträtt. Direktivet är avsett att omfatta de flesta av konsumentens köp, såväl i butik såsom handel över gränser eller hemförsäljning.

Ministerrådet har gått före i medbeslutandeprocessen och under året kommit fram till politisk enighet. Denna framförhandlade text är en mycket mer begränsad konsumentlag, med stor möjlighet för medlemsländerna att ha ett högre konsu-

mentskydd. Parlamentets första läsning har försenats till första halvan av 2011.

På nationellt plan har vi deltagit i Integrations- och jämställdhetsdepartementets referensgrupp om konsumenträttsdirektivet. Vi har uppvakttat Europaparlamentets svenska ledamöter och i synnerhet inremarknadskommittén om vår syn på det föreslagna konsumenträttsdirektivet.

Sveriges Konsumenter har deltagit aktivt i BEUC:s arbetsgrupp och expertgrupp om det nya konsumenträttsdirektivet. I detta arbete liksom i den allmänna diskussionen runt konsumenträtten har intensiva diskussioner fört om nyttan och farorna med en ny europeisk avtalsrätt för konsumenter och företag. Denna fråga har blivit central då processen med konsumenträttsdirektivet varit svår och förhoppningarna om en framgångsrik ny europeisk konsumentlagstiftning minskat.

Den europeiska konsumentrörelsen har arbetat intensivt för att initiera ett lagstiftningsarbete för en gemensam lagstiftning om grupptalan i Europa. Sveriges Konsumenter har bidragit med viktiga synpunkter och nationella erfarenheter från tillämpningen av lagen om grupprättegång.

### 3.5 Rättigheter och integritet i ny teknik

Målet med vårt arbete med ny teknik är ett förbättrat skydd för konsumentens digitala rättigheter, bland annat på internet. Detta innebär bra lagstiftning men också konsumentskyddande regler för teknisk tillgänglighet och integritet. Konsumentskyddet ska också gälla nya identifikationssystem för produkter – så kallad RFID (Radio Frequency Identification).

Kommunikationstjänster ska vara tillgängliga för alla och ställer höga krav på användbarhet, prissättning och tillgänglighet. För att minska klyftorna i samhället krävs även utbildning för utsatta konsumentgrupper för att minska de ”digitala klyftorna”. Det finns stora risker med att internetleverantörer begränsar konsumentens frihet och ibland till och med företräder innehållsleverantörernas intressen.

Skyddet för personuppgifter och privatliv är alltid en viktig konsumentfråga. Den blir särskilt påtaglig med den moderna lagrings- och kommunikationstekniken. Stora mängder av data lagras och kommuniceras och den nya tekniken måste utformas utifrån konsumentens rätt till integritet. Frågor kring rättigheter och skydd för integritet har varit stora konsumentfrågor både nationellt och internationellt. Sveriges Konsumenter har tillsammans med BEUC ställt sig bakom en deklaration om konsumentens rättigheter i upphovsrättslagstiftningen. Dessutom har vi uppmärksammat frågan om otillbörliga avtalsvillkor för nättjänster.

Sveriges Konsumenter utgår i sitt arbete från konsumentrörelsens enade krav på digitala rättigheter. Vi har deltagit i Post- och Telestyrelsens dialog med branschen, PTS integritetsforum. Dessutom har vi deltagit i EU-kommisionens konsultation om utvecklingen av bredbandstjänster och i synnerhet dragnings av fibernät till hushållen. Även om stora nya möjligheter finns med den nya tekniken dyker nya konsumentproblem upp i form av begränsningar av konkurrens, inläsnings effekter osv.

En huvuddel av vårt arbete har skett i samarbete med de europeiska konsumentorganisationerna ANEC och BEUC. Sveriges Konsumenter har drivit tillgänglighetsfrågorna i det digitala samhället med särskilt fokus på e-tillgänglighet och e-inkludering tillsammans med den europeiska konsumentrösten i standardisering, ANEC. Särskilt viktigt har detta arbete varit som underlag till EU:s arbete med den digitala agendan.

Regler för ny teknik tas ofta fram i företrädesvis genom internationell standard och internationella överenskommelser. Sveriges Konsumenter har arbetat med konsumentens krav och rättigheter genom vårt engagemang i den internationella standardiseringens konsumentkommitté, ISO COPOLCO, och i arbetet med den Transatlantiska konsumentdialogen, TACD.



## 4. Hållbar utveckling

Hållbar utveckling är ett grundläggande krav och en profilfråga för Sveriges Konsumenter. Målet är att konsumenten ska ges större möjlighet att minska miljöpåverkan av produktion och konsumtion, rimliga arbetsförhållanden, mänskliga rättigheter, icke-diskriminering och bättre djurskydd. Dessa krav ska genomsyra hela vår verksamhet.

Viljan att göra en insats är stor hos dagens konsumenter. Samtidigt är det viktigt att inte lämna över allt ansvar till konsumenterna. Märkning och andra åtgärder får aldrig bli ett alibi för att politiker och företag ska slippa att fatta tuffa beslut.

Sveriges Konsumenter har drivit på för konkreta, kraftfulla åtgärder. Hållbarhet måste prioriteras inom politikområden som till exempel jordbruk, livsmedel, transporter, boende, energi samt inom produktion och konsumtion av varor och tjänster.

Under året har intresset för företagens ansvar ofta förekommit i debatten, både då det gäller miljömässig hållbarhet och hela bredden av socialt ansvarstagande, vilket är en välkommen utveckling. Sveriges Konsumenter har 2010 genomfört en studie om miljöprofilerade kläder och hur de exponeras i butik inom projektet Gröna trådar. Resultatet av undersökningen visade att miljöprofilerade kläder inte lyfts fram tillräckligt tydligt i butikerna. Tidigt under våren avslutades även projektet om etisk produktion och konsumtion av leksaker, ett projekt som kommer att följas upp under 2011 genom rundabordsamtal med företagen.

Under hösten 2010 godkändes slutligen den globala standarden för socialt ansvarstagande ISO 26 000. Sveriges Konsumenter har deltagit i arbetet sedan det föreslogs av ISOs konsumentkommitté 2002. Standarden godkändes med en överväldigande majoritet och förhoppningen är att den ska ge möjlighet till ett mer långtgående och systematiskt arbete med socialt ansvarstagande i alla typer av organisationer. Sveriges Konsumenter ser som en särskild framgång att en organisation endast kan vara socialt ansvarstagande om den lever upp till FN:s grundläggande konsumenträttigheter.

Sveriges Konsumenter har deltagit och fortsätter att delta i Miljömärkningen Sveriges kriteriearbete och har medverkat vid ett nordiskt möte om miljömärkningen Svanen, där bland annat möjligheterna att miljömärka livsmedels diskuterades. Dessutom koordinerar vi våra insatser genom ANEC:s och BEUC:s gemensamma projekt för miljömärkning och ekodesign. Vi har till exempel gett inspel i frågor rörande leksaker, luftkonditionering, byggnader samt elförbrukning av nätverksprodukter.

Den danska konsumentorganisationen Forbrugerrådet har under året tillsammans med flera andra europeiska konsumentorganisationer drivit en kampanj mot farliga kemikalier i konsumentprodukter. Danmark införde i år förbud mot två av parabenerna, konserveringsmedel som används i produkter som riktar sig till barn. Sveriges Konsumenter anser att Sverige borde följa Danmarks exempel. Under december genomfördes en stickprovsundersökning i sex apotekskedjor där vi hittade en lång rad produkter innehållande de mest kontroversiella parabenerna. En lista över produkterna publicerades på webbplatsen.

Sveriges Konsumenter har även bidragit till ANEC och BEUC:s gemensamma kemikaliearbete och varit med och initierat ett fördjupat europeiskt konsument-samarbete kring nanoteknologi.

Under hösten fick Sveriges Konsumenter mycket uppmärksamhet kring en studie om tillverkningen av ananas i Costa Rica. Rapporten och filmen som Consumers International gjort visade att frukten produceras under mycket dåliga miljö- och arbetsförhållanden. Rapporten och mediegenomslaget gjorde att livsmedelsjätten ICA initierade en intressentdialog, med rapporten som utgångspunkt. Med inlägg från såväl Sveriges Konsumenter som WWF, KRAV och Fair Trade Center resulterade mötet i en åtgärdslista för ICA, som ska följas upp under 2011.



## 5. Standardisering

Deltagande i standardisering är betydelsefullt för att påverka konsumentskyddet och företräda konsumenternas intressen på viktiga prioriterade områden så som hållbarhet, tillgänglighet, miljö, informationskrav och säkerhet. Vår målsättning är påverka standardiseringen inom våra prioriterade verksamhetsområden i likhet med politiskt påverkansarbete.

Den stora utmaningen inom standardisering är att de kommersiella intressena oftast är i klar majoritet i kommittéerna och inte sällan saknas konsumentens röst helt. Konsumenternas beroende av bra standarder ökar i takt med att marknaderna internationaliserats. Det är viktigt att standarder uppfyller krav på t ex hållbarhet, tillgänglighet och begriplighet. Med den bakgrunden satsar Sveriges Konsumenter och våra medlemsorganisationer på att vara aktiva i arbetet – både på internationell och på europeisk nivå samt i enskilda tekniska kommittéer.

### Svensk standardisering, SSR Konsumentråd

Sveriges Standardiseringsråd, SSR, utgör ett paraply för SIS, SEK och ITS som i nämnd ordning arbetar med allmän standardisering, elektroteknisk standardisering samt telekommunikationsstandardisering. Sveriges Konsumenter är representerat i SSR Konsumentråd, tillsammans med bland annat Konsumentverket, Handisam, Naturskyddsföreningen, LO och TCO. Huvudsyftet med SSR Konsumentråd är att stärka konsumenternas medverkan i standardisering samt höja medvetenheten inom standardiseringen av konsumentfrågornas betydelse. SSR Konsumentråd har som ett exempel på främjandearbete anordnat en mycket välbesökt konferens på temat "Tillgänglighet kräver standardisering."



### Europeisk standardisering, ANEC

Ett ökat europeiskt konsumentengagemang i standardiseringen är viktigt i synnerhet som att europeisk standard ofta blir en del av det europeiska regelverket. Genom ANEC ges möjlighet att kommentera och ge synpunkter på det standardiseringsarbete som vi på grund av knappa resurser inte har möjlighet att direkt delta i. Sverige representeras av Sveriges Konsumenter i den europeiska organisationen för konsumentrepresentation i standardisering, ANEC. Vår internationelle sekreterare Jens Henriksson är Sveriges representant och invald i styrelsen och viceordförande i arbetsgruppen ”Design för alla”. Sveriges Konsumenter har drivit betydelsen av ett ökat engagemang för ANEC i internationellt standardiseringsarbete i nära samarbete med Consumers’ International. Dessutom har vår insats i ANEC bidragit till arbetet med att revidera den europeiska standardiseringen för att förhoppningsvis garantera en bättre balans mellan intressenterna och en starkare ställning för konsumentintresset.

Sveriges Konsumenter har särskilt engagerat sig i ANEC:s arbete med tillgängliga förpackningar, exkluderande paragrafer i elektroteknisk standardisering, e-tillgänglighet och e-inkludering, eco-design, nanoteknologi, revidering av produktsäkerhetsdirektivet, leksakssäkerhet, tjänster, energimärkning, informationsteknik, nanoteknologi, farliga kemikalier, hissar, barn med funktionshinder samt miljö- och förpackningsteknik.

### Internationell standardisering

På uppdrag av SIS, The Swedish Standards Institute, har Sveriges Konsumenter representerat Sverige vid den internationella standardiseringens konsumentkommitté, ISO COPOLCO. COPOLCO bidrar allt mer till nya prioriterade standardiseringsområden i ISO och en huvudandel av nya standardiseringsområden i ISO har tydligt konsumentfokus. Exempel på frågor som behandlats i COPOLCO: standardiserade fakturor, standard för e-handel, riktlinjer för tjänstestandardisering, krav på tillgänglighet, grafiska symbolers utformning, call-centers, produktsäkerhet, barnsäkerhet, finansiell information, betalningssystem, energitjänster, garantier, användbarhet av it-produkter, miljö- och etisk märkning, mobilbetalningar. Under året har ett nytt effektivt utvärderingssystem tagits i bruk för konsumentfrågorna i standardiseringen baserat på KPI, key performance indicators.

Särskilt omfattande har vårt engagemang varit inom ISO:s arbete med en standard för socialt ansvarstagande, ISO 26000. Standarden slutfördes under 2010 och den svenska översättningen presenterades i början av december. Det är en stor framgång att konsumentskydd nu definieras som en förutsättning för en organisation som arbetar med socialt ansvarstagande i enlighet med ISO 26000. Dessutom har Sveriges Konsumenter deltagit i ISO:s standardiseringsarbete angående ledningssystem för hållbara event där vi särskilt uppmärksammat behovet av generella konsumentkrav, rimliga kontraktsvillkor och att betrakta bullerfrågan som en väsentlig miljöfråga vid evenemang.



## 6. Projekt

### 6.1 Gröna trådar

Under våren 2010 granskades ledande klädbutikskedjor under projektnamnet Gröna trådar. Syftet var att kartlägga det utbud av miljöprofilerade kläder som finns i butikerna och även fokusera på hur de marknadsförs och exponeras på plats i butik. De butiker som ingick i undersökningen var H&M, Indiska, KappAhl, Lindex, Polarn O. Pyret, och Åhléns. Besök gjordes i 24 butiker i Stockholm, Norrköping och Sundsvall och butikspersonalen och chefer intervjuades. Informationen på företagens webbplatser har även granskats och intervjuer med miljöansvariga inom företagen.

Resultatet av undersökningen visade att miljöprofilerade kläder inte lyfts fram tillräckligt tydligt i butikerna. Dessutom verkade det finnas ett större utbud för kvinnor och barn än vad som fanns på de herravdelningar som ingått i undersökningen. Även i denna bransch visar sig märkningsdjungeln göra sig gällande. Flera kedjor använder sig av redan kända miljöcertifieringssystem, men alla kedjor har egna märken, etiketter eller annat som profilerar plaggen som miljöbättre. I alla fall är kunskapen om märkningarna bland personalen vara mycket låg. I och med mångfalden av märkningar, butikspersonalens kunskap och att butikerna generellt sett är dåliga på att framhäva och informera om det utbud som finns, gör att miljöprofilerade kläder har svårt att som koncept få fäste hos konsumenterna. Vi kunde klart se att företagen måste börja ta ansvar i att erbjuda, utbilda om och visa

konsumenten alternativen som finns. Det gäller i än högre grad de stora klädföretag som inte ens kunde tas med i granskningen då de inte hade något miljöprofilerat utbud överhuvudtaget.

Med bakgrund i granskningen ställde Sveriges Konsumenter därför följande krav på företagen i en rapport som publicerades i början av juni:

- Mer miljömärkta kläder ska finnas för män, kvinnor och barn till rimliga priser.
- Etablerade och oberoende märkningssystem som ställer krav på hela plaggets livscykel ska användas.
- Webbplatserna och butikerna ska ha information om och bilder på företagets miljömärkning väl synliga för besökaren.
- Anställda och butikschefer ska ha kunskap om innebörden av de olika märkningarna.
- Vid skyltning i butiker ska materialet i plaggen framgå, till exempel ekologiskt bomull eller tencel.

Till rapporten skapades även en märkningsguide för konsumenter där de vanligaste förekommande märkningarna för textilier presenteras i tabellform samt mer ingående.

För att få en bild av konsumenternas engagemang i frågan startades under projektet även Facebook-gruppen ”Gröna Trådar NU!”, ett utrop för konsumenter som vill att klädindustrin tar sitt ansvar. Tre veckor efter starten hade fler än 500 privatpersoner visat sitt intresse och intresset verkar bestå.

Projektet fick mycket uppmärksamhet i media med ett 30-tal artiklar. Många av de granskade företagen tog även till sig av rekommendationerna och har på olika sätt förbättrat kommunikationen till konsumenter efter rapporten.

## 6.2 Dolceta

Under 2010 har arbetet inom Dolceta, EU-projektet med fri konsumentutbildning på nätet, koncentrerats på en avdelning om Säker och hälsosam mat. Avdelningen kommer att publiceras på nätet under våren 2011. Parallellt med detta har en satsning på marknadsföring av webbplatsen gjorts.

Webbplatsen består nu av sju avdelningar: 1) *Konsumenträtt*, 2) *Finansiella tjänster*, 3) *Säkerhet*, 4) *Tips på konsumentundervisning*, 5) *Hållbar konsumtion*, 6) *Allmännyttiga tjänster* och 7) *Privatekonomi*. Säker och hälsosam mat kommer att



bli den åttonde avdelningen. Arbetet med att förbättra webbplatsens tillgänglighet och layout har under året skötts av det tekniska teamet i Belgien. Uppdateringen av de sex första avdelningarna påbörjades under slutet av 2010 och kommer att pågå till april 2011.

Sveriges Konsumenter är svensk partner för projektet och har varit så sedan starten 2004 och ansvarar för skrivandet av artiklar och publicering av dessa på webbplatsen, marknadsföring med mera. Allt material på webbplatsen, artiklar, läromaterial med mera, får användas fritt och kan användas i olika utbildningar. Förutom användning i den allmänna skolan kan Dolceta också användas i studiecirklar och i folkhögskolekurser.

Marknadsföringen av webbplatsen har i år finansierats via ett särskilt anslag. För Sveriges del har vi framförallt satsat på lärare i hem- och konsumentkunskap. En mycket uppskattad workshop för hk-lärare hölls i september hos Sveriges Konsumenter. I november anordnades ett heldagsseminarium – *Hållbar Privatekonomi – hur undervisar vi om det?* – på Europahuset i Stockholm. Syftet var framförallt att presentera olika webbplatser som kan användas i undervisningen. Cirka 60 lärare deltog på seminariet, både hk-lärare från grundskolan och gymnasielärare i ekonomiämnen och samhällskunskap. Föreläsare på seminariet var experter från Sveriges Konsumenter, Kronofogden, Konsumentverket, Konsument Europa, Konsumenternas bank- och finansbyrå, Institutet för privatekonomi/Swedbank samt Medveten konsumtion. Seminariet var mycket uppskattat och det märks att särskilt i utvärderingen då hk-lärarna är positiva till utbildning och hjälpmedel för undervisning inom det privatekonomiska området.

Sedan 2009 drivs Dolceta inom dotterbolaget KonsumentCentrum.



## 6.3 Etisk konsumtion av leksaker

Kan man som konsument köpa leksaker som tillverkats på schysst sätt? Under 2009 fick Sveriges Konsumenter i uppgift att med stöd från Konsumentverket granska leksaksindustrin. Projektet avslutades i början av 2010. Sveriges Konsumenter gav organisationerna Fair Trade Center och SwedWatch i uppdrag att undersöka hur det egentligen ser ut i de kinesiska fabriker där många svenska leksaker tillverkas och vad företagen gör för att ta sitt ansvar. Undersökningen på plats i Kina visade att det råder stora skillnader mellan olika fabriker och vilka krav som svenska inköpare ställde. Även om det på många sätt har blivit bättre för arbetarna i fabriker finns mycket kvar att göra.

Projektet har haft som mål att staka ut vägen framåt, främst genom att få svenska företag att ta sitt ansvar för att deras produkter produceras etiskt. Under en heldagskonferens i december diskuterade leksaksföretagen, konsumentrörelsen och andra intresseorganisationer, fackliga representanter och forskare vägen framåt för en etisk leksaksproduktion och konsumtion.

Med representanter från Internationella organisationer som Consumers International, International Council of Toy Industries och mänskliga rättigheters aktivisten



Han Dongfang fick konferensen en internationell prägel. En paneldebatt avslutade dagen med löften om framtiden.

Kombinationen av god faktaunderbyggnad och samtal om den framtida leksaksindustrin gjorde projektet mycket lyckat. Rapporterna och konferensen fick stort genomslag i media flera av de svenska leksaksföretagen har satt upp handlingsplaner för att åtgärda de brister som har framkommit i projektet och har dessutom lovat att bli bättre på att informera konsumenterna. Under 2011 planeras ett uppföljande rundabordssamtal med svenska leksaksföretag och branschrepresentanter.

#### 6.4 Ungas relation till internetreklam

Under 2009 ansvarade Sveriges Konsumenter för en nordisk undersökning där unga personers relation till nya medier stod i fokus. Projektet avslutades i början av 2010 och slutrapporten fick namnet "Reklam funkar inte på mig...". För tredje gången bidrog Nordiska Ministerrådet med resurser för att mäta barn och reklam och även denna gång var det Helena Sandberg, medieforskare vid Lunds universitet som ansvarade för den vetenskapliga analysen. Denna gång riktade vi in oss på ungdomar och två högstadielklasser har berättat hur de upplever internet och hur de tänker kring reklam-påverkan och marknadsföring. De har svarat på en enkät och surfat fritt på internet under 15 minuter. Under denna tid mättes deras ögonrörelser för att undersöka hur ungdomarna visuellt interagerar med internet och den reklam de exponeras för. De har även blivit intervjuade för att få reda på hur de ser på:

- ekonomi och konsumtion, skola, fritid och hälsa
- matvanor och inställning till mat
- medier och vardag samt sociala medier
- inställning till och reaktioner på internetreklam och
- tjejeers och killars vanor på internet

Resultatet visar att fyra av fem ungdomar inte minns den reklam de valt att ta del av, trots att de under femton minuter utsattes för ett starkt informationstryck. De sa att de inte hade blivit påverkade av reklamen, men att andra nog blev det. De surfade hellre på internet än tittade på tv, 72 procent av de intervjuade högstadiel eleverna ansåg att reklam till e-post var mest irriterade och 58 procent störs av sms-reklam. Resultatet presenterades på ett mycket välbesökt seminarium med en kompetent panel från myndighet, reklamvärld, ansvarig forskare och Reklamombudsmannen och Skolverket. Resultatet har fått både nationell och internationell spridning. Rapporten trycktes i sin helhet och kan beställas från Nordiska Ministerrådets webbplats.

#### 6.5 Ökat konsumentinflytande inom standardisering

Sedan hösten 2005 driver Sveriges Konsumenter ett projekt för ökat konsumentinflytande med ekonomiskt stöd av SSR Konsumentråd. I slutet av 2010 fanns 14 konsumentrepresentanter i 13 tekniska kommittéer i SIS och tre svenska ANEC-representanter i europastandardiseringen. De nationella representanterna har möjlighet att delta både i de svenska tekniska kommittéerna inom SIS och i möten med motsvarande kommittéer inom CEN eller ISO. Alla konsumentrepresentanter erbjuds att delta i SIS utbildning i standardiseringens grunder. De inbjuds också till Sveriges Konsumenters nätverksträffar samt erbjuds stöd och uppföljning under året. Att delta som konsumentföreträdare i standardisering innebär stora möjligheter att påverka varor och tjänsters säkerhet, funktion och de sociala och miljömässiga effekterna på produktion och konsumtion.



## 7. Kommunikation

Under 2010 fortsatte arbetet med att förändra och förbättra kommunikationsarbetet. Den nya webbplatsen lanserades och fylls hela tiden på med nytt material. Förutom att detta gör oss mer tillgängliga för medier så förser vi dem med information som pressmeddelanden, väckarklockor och öppna brev. Under 2010 skickades 16 pressmeddelanden, fyra debattartiklar och 14 väckarklockor samt fyra öppna brev ut. Flera olika seminarier har också arrangerats.

#### Webbplatsen och sociala medier

Den efterlängjade nya webbplatsen lanserades äntligen under 2010. Här finns information under flikarna Mat, Pengar, Reklam, Lagar, Ny Teknik, Miljö och Etik samt Om oss och Så påverkar vi. Enligt vårt analysverktyg hade webbplatsen under 2010 haft över 27 000 besökare och webbplatsen har fått många positiva kommentarer om att den numera är luftig, modern och lättöverskådlig.

Via medier når vi både våra interna målgrupper; medlemsorganisationer och nätverk samt externa målgrupper. Sveriges Konsumenter har figurerat i cirka 370 publiceringar på internet och då alltså inte inräknat tidningar utan internetnärvaro och vissa debattartiklar. De gånger vi medverkar i tv har bevakningen inte alltid fångats upp av den digitala omvärldsbevakningen, så antalet publiceringar är lågt räknat.

I samband med den nya webbplatsen blev även Sveriges Konsumenter en aktiv aktör på Facebook. Här har vi valt att göra informationen mer lättsmält och arbeta på ett snabbare sätt, till exempel genom att puffa för när vi medverkar i media. Förutom en egen sida på Facebook så har sociala medier även använts för att driva kampanjer. Exempel på sådana kampanjsidor har varit "Giftfri nappflaska, NU" där vi krävt att Bisfenol A ska förbjudas i nappflaskor och "Svinkoll" där vi drivit frågan om antibiotika och djur. Facebooksidan "Gröna trådar, NU!" startades som ett upp-rop i samband med att projektet om miljöprofilerade kläder led mot sitt slut. Sidan fick ett fantastiskt genomslag med över 500 anhängare efter första veckan. General-sekreterare Jan Bertoft har även startat en blogg och vi driver även ett Twitterkonto.



### Nyhetsbrevet KonsumentMakt

Förutom nya satsningar har vi under året även fortsatt att ge ut det uppskattade nyhetsbrevet KonsumentMakt. Det är gratis och skickas en gång i månaden via e-post. Antalet prenumeranter är närmare 1 500 personer, bland dessa personer som arbetar med konsumentfrågor, opinionsbildare, journalister, privatpersoner och personer som arbetar inom näringslivet och branschfolk.

### Almedalen

Sedan 2004 har Sveriges Konsumenter varit aktiva under politikerveckan i Visby. Valåret 2010 arrangerades ett seminarium under rubriken "Vilket parti är konsumentens bästa vän?". Utfrågningen baserades på den enkät om konsumentpolitik som alla partier svarat på. I ett fullsatt café i Fornsalen fick följande politiker från partiet Moderaterna Anti Avsan, Centerpartiet Lennart Pettersson, Folkpartiet Lars Tysklind, Kristdemokraterna Yvonne Andersson, Socialdemokraterna Eva Sonidsson, Vänsterpartiet Egon Frid och Miljöpartiet Jan Lindholm svara på frågor om hur de vill öka konsumenternas skydd i framtiden. Moderatörer var generalsekreterare Jan Bertoft och Råd & Rönns chefredaktör Carina Lundgren.

### Konsumentpriset

Årets utdelning av Sveriges enda konsumentpris – Blåslampan – skedde detta år under helt nya former. Eftermiddagen inleddes med ett seminarium under Sveriges Konsumenters och Råd & Rönns värdskap. Titeln var "Konsument 2020 – en spaning mot framtiden". Här diskuterades hur konsumtion ser ut inom en nära framtid. En rad inspirerande talare gav sin syn på framtiden och lyfte fram möjligheter och hinder som konsument, företag och politiker står inför. Under middagen delades priset ut av konsumentminister Birgitta Ohlsson till årets vinnare Mats-Eric Nilsson, journalist och författare. Han belönades med en antik blåslampa och en prischek på 10 000 kronor. Tillställningen blev lyckad och denna form av evenemang kommer att upprepas även i framtiden.



## 8. Råd & Rön

Konsumenttidningen Råd & Rön övertogs av Sveriges Konsumenter 2006. Råd & Rön är ett mycket starkt varumärke och är helt obunden och därmed känd som en mycket trovärdig tidning. Den sprider kunskap i viktiga frågor och bidrar till en ökad konsumentmakt. Tidningen drivs i ett helägt aktiebolag, Råd & Rön AB.

Råd & Rön påverkades kraftigt av finanskrisen, men upplagan återhämtades 2010. Genomsnittsupplagan för tidningen Råd & Rön är drygt 78 000. Därtill kommer 2 500 prenumeranter som enbart har webbtidningen. Råd & Rönns nyhetsbrev har drygt 7 500 prenumeranter.

Under 2010 har antalet besökare på Råd & Rönns webbplats, radron.se, ökat något till 78 500 per månad. Antalet sålda tester på webbplatsen var något högre än förra året, drygt 23 700. I slutet av året tecknades ett kontrakt med ny webbkonsult och ett projekt för att utveckla sidan och öka antalet besökare.

Andelen prenumeranter som förnyar sin prenumeration är drygt 80 procent, en mycket hög siffra för branschen. Därtill har rekryteringen av nya prenumeranter ökat. Anledningen är att flera marknadsföringskampanjer gått bättre än tidigare, dels beroende på konjunkturen men också på att utformningen av kampanjerna förbättrats. Råd & Rön har sedan tidigare samarbeten exempelvis med Sveriges Konsumenters medlemsorganisationer vars medlemmar får specialerbjudanden på tidningen. Under året har samarbeten i syfte att rekrytera nya prenumeranter utvecklats och utökats.

Testerna är Råd & Rönns kärna och det avgörande skälet till att många prenumererar på tidningen. Under året publicerades 39 tester, många av dessa labbtester utfördes inom den europeiska testorganisationen ICRT. Särskilt uppmärksammad under året blev tester av vitvaror och en granskning om sandblästrade jeans. Sveriges Konsumenter och dess medlemsorganisationer har medverkat i åtskilliga av artiklarna. Tidningen fortsätter också att regelbundet publicera sin Svarta lista över företag som inte följer Allmänna reklamationsnämndens beslut. Under året har även en ny lista över varnade mäklare tillkommit under namnet Mäklarlistan.

I nummer 10/2010, sista numret för året, lanserades tidningens nya design. Arbetet med denna började under våren med en noggrann genomgång och analys av tidningens mål och innehåll, som sedan följdes upp med en ny grafisk form.



## 9. KonsumentCentrum

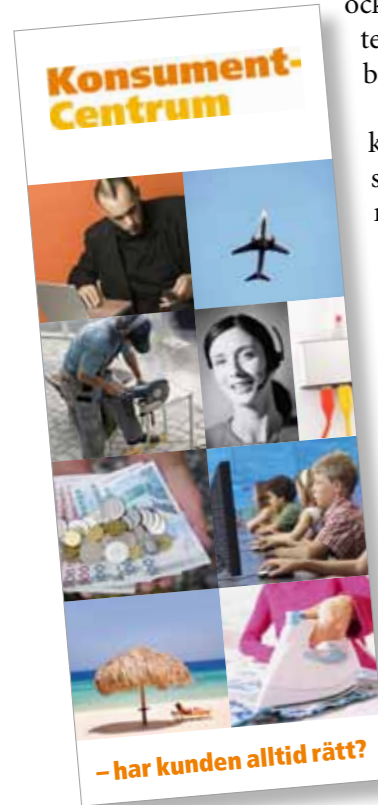
KonsumentCentrum i Sverige AB är ett helägt aktiebolag till Sveriges Konsumenter. Bolaget startades i juni 2008, efter en upphandling om konsumentrådgivning i fem stadsdelar i Stockholms stad - Norrmalm, Kungsholmen, Södermalm, Östermalm och Hägersten Liljeholmen. Under hösten 2009 utvidgades verksamheten med Farsta. KonsumentCentrum har nu avtal fram till hösten 2011 (Farsta) och hösten 2012 (övriga stadsdelar). Rådgivningspersonalen har bestått av tre erfarna vägledare, sammanlagt förlagt på 2,5 tjänst. Vid en uppföljande utvärderingar som gjorts av beställarna har konstaterats att "Verksamheten fungerar mycket väl". Servicen har också under hösten 2010 utvärderats i en "Nöjd kund"-undersökning. Resultatet visar att konsumenterna som varit kontakt ger vägledningen mycket höga betyg.

Ambitionen är att KonsumentCentrum ska erbjuda rådgivning med kvalitet och tillgänglig rådgivning till fler. Kontakter har tagits med övriga stadsdelar i Stockholm och med kommuner i Stockholms län som inte har någon vägledning alls. Detta arbete fortsätter 2011.

Under året har KonsumentCentrum haft 8 767 kontakter från de sex avtalade stadsdelarna. Av dessa har 1 230 eller 14 % avvisats på grund av att de inte kommer från stadsdelar eller kommuner som vi har avtal med, vilket är en ökning med tre procentenheter från 2009. Detta har föranlett kontakter med de stadsdelar och kommuner med flest avvisade konsumenter. De flesta, 7 817 konsumenter har kontaktat KonsumentCentrum via telefon, resterande 950 via e-post och ett fåtal brevlades. 5 815 (73%) konsumenter har kontaktat oss därför att de haft klagomål av något slag och resterande har sökt oss för att få någon typ av information. Överlägset flest kontakter gäller konsumentområdet boende, ofta problem med reparationer och underhåll. Många frågor har också gällt transporter, inte minst till följd av askmolnsproblemen och väderrelaterade problem för tågtrafiken.

Rådgivning är KonsumentCentrums huvudverksamhet. Många samtal till rådgivningen vittnar om stora kunskapsluckor och ett behov av utbildning om konsument- och marknadsrätt för säljare, kundtjänster, småföretagare och hantverkare. Under året har utbildningar i konsumenträtt erbjudits.

En tredje verksamhetsgren är det svenska huvudmannskapet för Dolceta, en webbplats för gratis konsumentutbildning för konsumenter och lärare. KonsumentCentrum är svensk part i denna satsning som omfattar samtliga 27 EU-länder. Sveriges Konsumenter och KonsumentCentrum har varit den svenska parten sedan 2004. Sammanlagt har åtta olika sektioner utvecklats på ämnen som finansiella tjänster, allmännyttiga tjänster, hållbar konsumtion och matsäkerhet. Under 2010 har verksamheten minskat jämfört med 2009 i och med att antalet utbildningssektioner som ska produceras har minskat till endast en under året (nummer åtta). Däremot har större satsningar gjorts på uppdatering och marknadsföring. Se vidare avsnitt 6.2.



## Styrelsen



Översta raden från vänster: Örjan Brinkman, Inger Persson, Lasse Hellander.  
Mellersta raden: Eva Callmer, Märtha Dahlberg, Harriet Gillberg, Bernt Månsson.  
Sittandes: Kristina Bergman, Kristin Spolander. Frånvarande vid fototillfället: Maria Olsson.

## Kansliet



Översta raden:  
Jan Bertoft, generalsekreterare.  
Louise Ekström, kommunikationsansvarig.  
Jens Henriksson, internationell sekreterare.  
Christine Blomgren, assistent.

Nedre raden:  
Cecilia Löfberg, assistent.  
Christin Holm, projektledare.

# Glimtar från 2010

## Bouledag



En försommarkväll möttes Sveriges Konsumenter, Råd & Rön och Konsument-Centrum i en rafflande bouleturnering med efterföljande grillning.

## Almedalen



Vilket parti är konsumenternas bästa vän? Under Almedalsveckan i Visby anordnade Sveriges Konsumenter en utfrågning av partiernas konsumentpolitik inför valet 2010. Under parollen "7 080 123 väljare är konsumenter" spred vi information om vår valplattform på gator och torg.

## Blåslampan



När 2010 års konsumentpris Blåslampan delades ut anordnas även ett mycket lyckat seminarium under rubriken "Konsument 2020 – spaning mot framtiden". Konsumentminister Birgitta Ohlsson delade ut årets pris.

## Seminarium om offentliga måltider



Om vi inte har bra offentliga måltider, kan vi då verkligen kalla oss Matlandet Sverige? I en paneldebatt om offentliga måltider möttes bland andra Eskil Erlandsson, Peter Eriksson, Catharina Elmsäter-Svärd och Carola Magnusson.

## Japanskt besök



En delegation från det japanska överhuset besökte kansliet.

## 10. Uppdrag

### 10.1 Uppdrag inom Sverige

Allmänna Reklamationsnämnden – se sist i denna uppställning.

Konsumentverkets Insynsråd (Jan Bertoft)

Konsumentverkets handikappråd (Jens Henriksson)

Livsmedelsverkets strategigrupp för konsumentfrågor (Jan Bertoft, Marianne Jarl)

Konsument Europas referensgrupp (Jens Henriksson)

Integrations- och jämställdhetsdepartementets referensgrupp för konsumentfrågor (Jan Bertoft, Jens Henriksson)

Integrations- och jämställdhetsdepartementets referensgrupp om konsumenträttigheter (Jens Henriksson)

Styrelsen för Stiftelsen för Internetinfrastruktur (Inger Persson)

Svenska Miljömärkningsnämnden (Jens Henriksson)

Sveriges standardiseringsråd, SSR:s Fullmäktige (Jan Bertoft)

Sveriges standardiseringsråd, SSR:s konsumentråd (Jens Henriksson, Jan-Erik Nyberg)

SWEDAC:s Insynsråd (Malin Hedberg)

Marknadskontrollrådet på SWEDAC (Ingrid Lodén)

Resegarantinämnden (Susanne Lundberg, Jan-Erik Nyberg)

Jordbruksverket, Djurskyddsrådet (Vivvi Ristveska t o m 2011-06-30, Gunnela Ståhle därefter)

Tandvårds- och Läkemedelsförmånsverkets brukarråd (Sten Boström)

Strategigruppen för rationell antibiotikaanvändning och minskad antibiotikaresistens inom veterinärmedicin och livsmedel, Strama VLs styrgrupp (Gunnela Ståhle)

Kemikalieinspektionens strategigrupp för varutillsyn (Marianne Jarl)

Hjälpmedelinstitutet IT-frågan (Gerd Klang)

Handisam Dialogforum om IT (Jens Henriksson)

HSO Brukarpaneler (Jens Henriksson)

### 10.2 Uppdrag inom Norden

Nätverk för nordiska konsumentorganisationer (Jan Bertoft)

### 10.3 Uppdrag inom Europa

**EESK**, EU:s ekonomiska och sociala kommitté, grupp III (Inger Persson)

- inre marknadens observationsgrupp (Inger Persson)
- inre marknaden sektionen, (Inger Persson)
- Rex, Externa Relationer (Inger Persson)
- ACP/AVS-kommittén (Inger Persson)

**BEUC**, den europeiska konsumentorganisationen

- generalförsamling (Inger Persson, Jan Bertoft, Jens Henriksson)

- styrelse (Jan Bertoft)
- arbetsgrupp konsumenträttigheter (Jens Henriksson)
- arbetsgrupp om hälsa (Louise Ekström)
- livsmedelsgrupp (Jens Henriksson)
- arbetsgrupp om miljö (Jens Henriksson)
- arbetsgrupp om energi (Jens Henriksson)

**ECCG**, rådgivande europeiska konsumentgruppen (Jens Henriksson, Inger Persson)

- arbetsgrupp konsumenträttighetsdirektivet (Jens Henriksson)
- konsumentgrupp för finansiella tjänster (Jan-Erik Nyberg)
- konsumentgrupp om konkurrensfrågor (Jens Henriksson)
- konsumentgrupp om konsumentindikationer (Jens Henriksson)

**ANEC**, den europeiska organisationen för konsumentinflytande i standardisering

- generalförsamling (Jens Henriksson)
- styrelse (Jens Henriksson)
- ordförande Design for all-arbetsgruppen (Jens Henriksson)
- expert i arbetsgrupp om Exclusion Clauses (Jens Henriksson)
- tjänstearbetsgrupp (Jan-Erik Nyberg)

### 10.4 Uppdrag internationellt

Consumer International, CI:s arbetsgrupp Socialt Ansvarstagande (Jens Henriksson)

ISO COPOLCO – Internationella standardiseringens konsumentkommitté (Jens Henriksson)

ISO TMB WG Socialt Ansvarstagande (Jens Henriksson)

Den transatlantiska konsumentdialogen, TACDs arbetsgrupp klimatfrågor (Jens Henriksson)

### 10.5 Uppdrag inom standardisering

SIS/TK 160 Textil (Eva Nordberg)

SIS/TK 163 Förpackningar (Greta Thorén)

SIS/TK 327 Tandvård (Louise Ungerth)

SIS/TK 391 Möbler (Annelie Persson)

SIS/TK 392 Leksaker (Barbro Gustafsson)

SIS/TK 478 Social ansvarstagande (Jens Henriksson)

SIS/TK 499 Fastighetsmäklartjänster (Jan-Erik Nyberg)

SIS/TK 502 Turisttjänster (Göran Lagerholm), kommittén inaktiv under året

SIS/TK 503 Kundkontaktcenter (Gerd Klang)

SIS/TK 504 e-tillgänglighet (Margareta Säfholm)

SIS/TK 505 Livsmedelsdata (Christina Möller)

SIS/TK 516 Nanoteknik (Louise Ungerth)

SIS/TK 529 Service i boenden för seniorer (Gunilla Thorslund)

ANEC Next Generation Networks (Kai-Mikael Jää-Aro)

SIS/TK 516 Nanoteknik (Louise Ungerth)

SIS/TK 529 Service i boenden för seniorer (Gunilla Thorslund)

SIS/TK 537 Hållbara evenemang (Jens Henriksson)

ANEC Next Generation Networks (Kai-Mikael Jää-Aro)

### 10.6 Representation i Allmänna reklamationsnämnden (ARN)

**Ledamot i Insynsrådet:** Jan Bertoft

**Nämndledamöter:**

Anita Beckman

Jan Boman

Lisbeth Eklund

Olof Höckert

Jeremija Isakovic

Lotta Jonsson

Sonnie Kimsjö

Mechthild Kleinschmidt

Leena Kylros

Britten Lagerkvist Tranströmer

Eila Ljungström

Göran Nilsson

Kenneth Strand

Ann-Marie von Sydow

Nanna Tranströmer

Kjell Sevefjord

Hans Lindholm

Paul Carlsson

Ingrid Söderquist

Dag Levinsson

Mattias Grundström

### 10.7 Uppdrag Konsumentverket

**Ledamot i Insynsrådet:** Jan Bertoft

## 11. Aktiviteter och deltagande i konferenser och seminarier

**Här upptas aktiviteter utöver ordinarie möten inom de uppdrag som nämnts i föregående avsnitt.**

### 11.1 Aktiviteter och deltagande i Sverige

Uppvaktning konsumentminister Birgitta Ohlsson (Inger Persson, Jan Bertoft, Jens Henriksson)

Uppvaktning civilutskottets m-grupp (Jan Bertoft)

Uppvaktning civilutskottets s-grupp (Jan Bertoft)

Debattdeltagande Europaparlamentets seminarier om jordbrukspolitiken i Helsingborg och Malmö (Jan Bertoft)

Föreläsning för Procordia (Louise Ekström)

Föredrag på Konsumentdagarna i Luleå (Jan Bertoft)

Föredrag Länsstyrelsekonferens Djurskydd Jordbruksverket, Jan Bertoft

Debattdeltagande om GMO, Jordbruksverket (Jan Bertoft)

Integrations- och jämställdhetsdepartementets referensgrupp för konsumentfrågor (Inger Persson, Jan Bertoft, Jens Henriksson, Louise Ekström)

Utökat samråd om standardisering, Regeringskansliet (Jan Bertoft, Jens Henriksson, Louise Ekström)

Konsumentverket, möte socialt ansvarstagande (Jens Henriksson)

Integrations- och jämställdhetsdepartementet om EU:s regelverk för konsumentinflytande i standardisering (Jens Henriksson)

Forskningsprojekt EU-lobby, seminarium på Stockholms Universitet (Jens Henriksson)

Frukostseminarium, Sociala medier (Louise Ekström)

TV-debatt om konsumenträttsdirektivet (Jan Bertoft)

Dialog om EU:s arbetsprogram (Jan Bertoft, Louise Ekström)

Dialogdag med FHI om framtidens hälsopolitik (Louise Ekström)

Seminarium Jordbruksverket och LRF om CAP (Jens Henriksson)

Jordbruksverket och Livsmedelsverket om livsmedelsförordningen (Jens Henriksson)

Konsumentverkets seminarium Unga och utsatta konsumenter (Jan Bertoft, Louise Ekström, Christin Holm)

Seminarium Myter om Maten Konsumentföreningen Stockholm (Louise Ekström)

Kairos Future (Louise Ekström)

Seminarium om socialt ansvarstagande, ICA:s huvudkontor (Louise Ekström)

### 11.2 Aktiviteter i Norden

Nordiskt nätverksmöte, Köpenhamn (Jan Bertoft)

Nordiskt miljömärkningsmöte Svanen, Oslo (Jens Henriksson)

### 11.3 Aktiviteter i Europa

DG SANCO:s Consumer Summit, Bryssel (Jens Henriksson)

Spanska Ordförandeskapets konferens (Jens Henriksson)

EU-konferens om grupptalan, Bryssel (Jan Bertoft)

CAP-möte EU-representationen (Jens Henriksson)

Konsumentbeteendekonferens, Bryssel (Jens Henriksson)

EU-Kommissionens konsultation om bredband (Jens Henriksson)

## 11.4 Aktiviteter internationellt

Consumers International möte om Corporate Responsibility (Jens Henriksson)

Consumer International strategigrupp SR-policy (Jens Henriksson)

Consumer Stakeholder förmöte Socialt Ansvarstagande, Köpenhamn (Jens Henriksson)

ISO COPOLCO Global Market arbetsgrupp, Indonesien (Jens Henriksson)

Workshop Finansiella Tjänster, Indonesien (Jens Henriksson)

Consumer International strategigrupp SR-policy, telemöte (Jens Henriksson)

ISO COPOLCO Consumer priorities group, telemöte (Jens Henriksson)

## 12. Besvarade remisser

### 12.1 Nationellt

Hem- och konsumentkunskap, Skolverket

Genomförandet av EU:s direktiv om leksakers säkerhet, Integrations- och jämställdhetsdepartementet

Grönbok om avtalsrätt, Justitiedepartementet

Blomman ska märkas, Integrations- och jämställdhetsdepartementet

Konsumentens rättighet till transaktionskonto, ARN

Ståndpunkter konsumentdirektivet, Integrations- och jämställdhetsdepartementet

Kommunikationsstrategi om konsumentfrågor, Jordbruksverket

Offentliga e-tjänster, Handisam

Nationell rättighet att begränsa GMO, Miljödepartementet

Ståndpunkter om miljömärkningen, Miljömärkningsutredningen

Konsumenternas syn på europeisk standardisering, Integrations- och jämställdhetsdepartementet

98/34-kommittén om standardiseringsmandat för tillgänglighet, Kommerskollegium

98/34-kommittén om mandat för barnsäkra dörrar och fönster, Kommerskollegium

Enkät om standardiseringens framtida utformning, Kommerskollegium

Framtida europeisk standardisering, Kommerskollegium

Ståndpunkter om ergonomi och tillgänglighet, SIS

Punktskrift på medicinförpackningar, SIS

Konsumentkrav hållbara event, SIS

Standardisering av elbilar, SIS

Intressentundersökning, SIS

Mandat om barnsäkra lås, SIS

Kvävningsrisker för barn, SIS

Standardisering av flythjälpmedel för barn, SIS

Konsumentperspektiv och Socialt Ansvarstagande, SIS

Leksakers säkerhet, SIS

Lekredskapssäkerhet, SIS

Buller som miljöproblem vid event, SIS

Konsumentkrav på hållbara event, SIS

Tillgängliga hissar, SIS

Eurokoder och tillgänglighetskrav, SIS

EU:s konsumentpolicy, Integrations- och jämställdhetsdepartementet

Behovet av regler om otillbörliga kontraktsvillkor, SIS

Konsumentkrav på svensk översättning av ISO 26000, SIS

Snörens längd på barnkläder, SIS

Slutlig svensk översättning ISO 26000, SIS

Citaträtt och prissättning svensk standard, SIS Förlag

Diskrimineringsgrund avseende sexuell läggning, SIS

CEN BTs inställning till Guide 71 om äldre och funktionshindrade

Konsumentkrav på brukarpaneler, HSO

### 12.2 Europeiskt och internationellt

Utvärdering av EU:s konsumentpolicy, DG SANCO

Effekten av EU:s konsumentpolicy 2007-2013, DG SANCO

Konsumentens roll och konsumentutbildning, DG SANCO

Rankning av konsumentrörelseindikatorer, DG SANCO

CEN:s framtida utformning, EU-Kommissionen och DG ENTR

Remissvar produktsäkerhetslagstiftningen, EU-Kommissionen

Konsumenträttsdirektivet, Kommissionär Reding

Nationella indikatorer till resultattavlan för konsumentmarknaderna, ECCG

Konsumentindikatorer, ECCG

Nationell struktur av konsumentskyddsorganisationer, ECCG

Ursprungsmärkning, Europaparlamentet

Produktsäkerhet och marknadsövervakning, Europaparlamentet

Standardiseringens revidering i Europa, IMCO Europaparlamentet

Konsumentsynpunkter på livsmedelsinformation, Europaparlamentet

Bindningseffekter i det svenska banksystemet, BEUC

Barn och marknadsföring, BEUC

Bankernas och myndigheternas insatser för finansiell utbildning, BEUC

Gemensam upphovsrättsdeklaration, BEUC

Regler om finansiell övervakning, BEUC

Kriterier för ev. maxförbrukning vid energimärkning, ANEC och BEUC

Acceptabla konsumentskyddsnivåer i konsumenträttsdirektivet, BEUC

GDA och portionsstorlekar, BEUC

Miljömärkning av byggnader, BEUC

Läkemedel på nätet, BEUC

Svenska erfarenheter av grupptalan, BEUC

Betalningsmetoder och kontraktstider i konsumentlagstiftningen, BEUC

Eco-design och nätverksprodukter, BEUC

Konsumentens rätt till transaktionskonton, BEUC

Företagens sociala ansvar, BEUC

Otillbörliga avtalsvillkor, BEUC

Konsumentskydd och finansiella tjänster, BEUC

Intressentgrupper för finansiella tjänster, BEUC

Bankavgifter i Sverige, BEUC

Otillbörliga avtalsvillkor för tjänster på nätet, BEUC

Miljömärkning av luftkonditionering, BEUC

Bekräftelseregler för betalning vid e-handel, BEUC

Klonade djur och livsmedelsproduktion, BEUC

Utvärdering av Dolceta, BEUC

Flygpassagerares rättigheter, BEUC

Regler för grupptalan i Sverige, BEUC

Prioriterade konsumentproblem i Sverige, BEUC

Kooperativa banker i Sverige, BEUC

Det kontantlösa samhället, BEUC

Möjlig miljömärkning av leksaker, EEB

Hållbara transporter och kollektivtrafik, TACD

Prioriteringar och ledning av klimatarbetsgrupp, TACD

Underlag ståndpunkt om socialt ansvarstagande, CI

Grundläggande konsumentkrav för socialt ansvarstagande, CI och ISO

Konsumentkrav på försiktighetsprincipen, ISO

Utvärdering av ISOs sekretariat, ISO

Erfarenheter av intressentbaserat arbetssätt, ISO

Consumers International, CI, om gemensamt initiativ med NGOs om socialt ansvarstagande

Brev till arbetsgrupp socialt ansvarstagande om regelverk för omröstning av standard, ISO

Revision av ISO Guide 71, ANEC

MoU med handikapprörelsen, ANEC

Revidering av produktsäkerhetsdirektivet, ANEC

Farliga kemikalier, ANEC

Global leksakstandard, ANEC

Testmetoder för nickel, ANEC

Kvalitet-screening av konsumentrörelsen, Consumers Association Ireland

## 13. Medlemsorganisationer

**Medlemmar i Sveriges Konsumenter under 2010 var följande organisationer:**

Arbetarnas Bildningsförbund, ABF

Aktiva Konsumenter i Halmstad

Biodynamiska föreningen

Djurskyddet Sverige

Fritidsodlarnas Riksorganisation, FOR

Handikappförbunden, HSO

Konsumentinstitutet Läkemedel och Hälsa – KILEN

Konsumentföreningen Medvetna Matval, fr.o.m 2010-12-01

Konsumentföreningen Väst

Konsumentgillenas samrådsorgan

KonsumentGruppen i Nyköping

Konsumentrådet i Östersunds kommun

Konsumentvägledarnas förening

Landsorganisationen i Sverige, LO

Medveten Konsumtion, fr.o.m 2010-02-20

Pensionärernas Riksorganisation, PRO

Resenärsforum

Reumatikerförbundet

Riksförbundet Goodgame

Riksförbundet Hem och Samhälle

Riksförbundet Hem & Skola, fr.o.m 2010-08-25

Riksförbundet Unga Örnar

Samarbetsorgan för etniska organisationer i Sverige, SIOS

Svenska Kommunalpensionärernas förbund, SKPF

SKTF Senior- och pensionärsverksamhet

Studieförbundet Vuxenskolan, SV, t.o.m 2010-06-02

Sveriges Pensionärsförbund, SPF

Sveriges Pensionärs Riksförbund, SPRF, t.o.m 2010-01-15

Synskadades Riksförbund, SRF, t.o.m 2010-03-23

Vi Konsumenter

## 14. Styrelsen

### Styrelse fram till årsmötet den 27 april

Inger Persson, ordförande

Örjan Brinkman, Handikappförbunden

Harriet Gillberg, Riksförbundet Hem och Samhälle

Gunnel Karlén, ABF

Elisabeth Rooth Eriksson, Vi Konsumenter

Märta-Lena Schwaiger, Resenärsforum

Daniel Carlstedt, Unga Örnar

Sten Broström, PRO

### Ersättare:

Birgitta Hofgren, SV

Maria Olsson, SIOS

### Styrelse efter årsmötet:

#### Ledamöter:

Inger Persson, ordförande

Örjan Brinkman, Handikappförbunden

Harriet Gillberg, Riksförbundet Hem och Samhälle

Kristin Spolander, ABF

Eva Callmer, Vi Konsumenter

Bernt Månsson, Resenärsforum

Kristina Bergman, Unga Örnar

Märtha Dahlberg, PRO

### Ersättare:

Lasse Hellander, Svenska Biodynamiska föreningen

Maria Olsson, SIOS

Medlemsorganisationerna har träffats till ordinarie årsmöte den 27 april och till budgetmöte 22 september samt representantskapsmöte den 1 december.

Styrelsen har hållit 8 protokollförda sammanträden under året, inklusive konstituerande.

### Förtroendevalda revisorer:

Margareta Olin, SPRF

Lars-Inge Larsson, SKPF

Anita Karlsson, Studieförbundet Vuxenskolan

### Auktoriserad revisor:

Maria Karlsten, Grant Thornton revisionsbyrå

## 15. Valberedning

### Valberedning efter årsmötet:

Johnny Sellmar, Unga Örnar

Hans Lindholm, Vi Konsumenter

Åsa Hagelstedt, Djurskyddet Sverige

Ingrid Lodén, Riksförbundet Hem och Samhälle

## 16. Råd & Rön AB

### Råd & Rön AB är ett av Sveriges Konsumenter helägt dotterbolag sedan 2006.

#### Styrelse fram till bolagsstämman:

Östen Johansson (ordförande)

Christina Mörk, chefredaktör Tandläkartidningen

Sten Boström, PRO, styrelseledamot Sveriges Konsumenter

Elisabeth Rooth Eriksson, Vi Konsumenter, styrelseledamot Sveriges Konsumenter

Jan Bertoft, generalsekreterare i Sveriges Konsumenter

Ordinarie bolagsstämma hölls den 18 april med fyra valda representanter från Sveriges Konsumenter.

#### Styrelse efter bolagsstämman:

Östen Johansson (ordförande)

Christina Mörk, chefredaktör Tandläkartidningen

Lars-Åke Henriksson, LO

Märta-Lena Schweiger, Resenärsforum

Jan Bertoft, generalsekreterare i Sveriges Konsumenter

Råd & Rön AB har under året haft sex styrelsemöten, inklusive konstituerande.

## 17. KonsumentCentrum i Sverige AB

### KonsumentCentrum i Sverige AB är ett av Sveriges Konsumenter helägt dotterbolag sedan 2008.

#### Styrelse:

Harriet Gillberg, (ordförande) Riksförbundet Hem och Samhälle, ledamot i styrelsen för Sveriges Konsumenter

Örjan Brinkman, Handikappförbunden, vice ordförande i Sveriges Konsumenter

Carina Lundgren, VD och chefredaktör för Råd & Rön

Jan Bertoft, VD för KonsumentCentrum i Sverige och generalsekreterare i Sveriges Konsumenter

Anders Andersson, Driva Eget (fr.o.m. bolagsstämman)

Maria Wiezell (personalrepresentant)

Ordinarie bolagsstämma hölls den 27 april med fyra valda representanter från Sveriges Konsumenter. KonsumentCentrum i Sverige AB har under året haft sex styrelsemöten, inklusive konstituerande.

## 18. Arbetsgrupper

Inom Sveriges Konsumenter finns fasta och tillfälliga arbetsgrupper.

### Under 2010 har dessa verkat:

#### Livsmedelsgruppen

Livsmedelsgruppen startades 1996. Dess arbetsuppgifter består i utvecklings- och prioriteringsdiskussioner, att samla in ny kunskap och bereda Sveriges Konsumenters remissvar på livsmedels- och jordbruksområdet samt ge styrelsen underlag för beslut i form av förslag till policypaper. Gruppen förbereder också frågor som ska tas upp i Livsmedelsverkets strategigrupp för livsmedelsfrågor. Flera av livsmedelsgruppens medlemmar har representerat Sveriges Konsumenter även i andra sammanhang. Under året har gruppen haft fyra möten.

#### Följande personer ingick i Livsmedelsgruppen:

Marianne Jarl, Handikappförbunden (ordförande)

Ingrid Lodén, Riksförbundet Hem och Samhälle

Gunnela Ståhle, Djurskyddet Sverige

Eva Callmer, Vi Konsumenter

Lasse Hellander, Svenska Biodynamiska föreningen

Anette Jansson, Svenska Celiakiförbundet

Ingela Lindberger, SPF

Louise Ungerth, Konsumentföreningen Stockholm, adjungerad

#### Internationella gruppen

Gruppen är förordnad på två år och har till uppgift att samordna, bereda och föra prioriteringsdiskussioner för Sveriges Konsumenters internationella arbete. Målet är att utveckla det internationella arbetet samt att erbjuda en plattform för utbyte av kunskap och erfarenheter.

#### Följande personer ingick i Internationella gruppen:

Harriet Gillberg, Riksförbundet Hem och Samhälle

Bengt Wenzell, ABF

Gunnela Ståhle, Vi Konsumenter

Inger Persson, Sveriges Konsumenter

Jens Henriksson, Sveriges Konsumenters kansli

Jan Bertoft, Sveriges Konsumenters kansli

## 19. Kansli

Kansliet handlägger den löpande verksamheten koncentrerad till samordning, konsumentrepresentation, kommunikation och internationella frågor. Under året har nedanstående personer arbetat för Sveriges Konsumenter:

#### Anställda

Jan Bertoft, generalsekreterare

Jens Henriksson, internationell sekreterare

Louise Ekström, kommunikationsansvarig

Christine Blomgren, assistent

Cecilia Löfberg, assistent

#### Tillfälligt anställda

Christin Holm, projektledare

Lars-Ola Hansson, ekonomi

Susanne Lindahl, praktikant

#### Konsulter

Jan-Erik Nyberg, projektledare

Mia Drakenberg, formgivare

## 20. Förkortningar

**ANEC** är den europeiska konsumentrösten i standardiseringsringen. Genom ANEC ges möjlighet att kommentera och ge synpunkter på det standardiseringsarbete som vi på grund av knappa resurser inte har möjlighet att direkt delta i.

**ARN**, Allmänna reklamationsnämnden, är en statlig myndighet som har till huvudsaklig uppgift att opartiskt – och utan avgift för parterna - pröva konsumenttvister. Anmälan kan göras av en enskild konsument som har en tvist med en näringsidkare om köp av en vara, tjänst eller annan nyttighet.

**BEUC** är den europeiska konsumentorganisationen och består av 44 oberoende organisationer i 31 europeiska länder.

**CAP** är den gemensamma jordbrukspolitiken i EU. En viktig del av den är jordbrukets framtid i det utvidgade EU, energi-grödor, genetiskt modifierade organismer och livsmedels-säkerhet samt bedriver en kamp mot bedrägeri rörande produktionssubventioner

**CI**, Consumers International, är den internationella konsumentorganisationen och består av 220 medlemsorganisationer i 115 länder. CI grundades 1960 och är den enda globala, oberoende konsumentrösten.

**CSR** står för Corporate Social Responsibility. Med det menas ett företags sociala ansvar för hur de påverkar samhället, både ur ett ekonomiskt, miljömässigt och socialt perspektiv.

**DG SANCO** är den EU-kommissionens generaldirektorat för hälso- och konsumentfrågor, en politisk och administrativ enhet inom kommissionen som på svensk nivå påminner om regeringens olika departement.

**EESK** är EU:s Ekonomiska och Sociala kommitté är ett rådgivande organ för det civila samhället indelat i tre olika grupper: Industri- och näringslivsintressen, fackföreningar samt en grupp bestående av konsument-, miljö- och jordbruksintressen samt handikapprörelsen och konsumentkooperationen.

**ECCG** är kommissionens rådgivande grupp i konsumentfrågor. Den administreras av generaldirektoratet för folkhälsa och konsumentskydd (DG SANCO) och ger input i konsumentrelaterade frågor till hela kommissionens verksamhet.

**GDA** är en engelsk förkortning som står för Guideline Daily Amount - eller på svenska "vägledande dagligt intag". Märkningen visar innehållet av energi, socker, fett, mättat fett och salt i ett livsmedel. GDA anges per portion och visar samtidigt innehållet i förhållande till den mängd näring man bör få i sig under en dag.

**ISO COPOLCO** är den internationella standardiseringens konsumentkommitté, som arbetar för att få med konsumentaspekterna i standardiseringsarbetet och få fler konsumenter att delta.

**OECD** är Organisationen för ekonomiskt samarbete och utveckling. OECD är en internationell organisation som arbetar för samarbete mellan industriella länder med representativ demokrati och marknadsekonomi.

**SIS**, The Swedish Standards Institute, är en organisation som arbetar med standarder, både att ta fram dem och att sprida kunskap om dem.

**SSR** Konsumentråd bildades 1990 för att slå vakt om användarnas inflytande över standardiseringsarbetet. Förkortningen står för Sveriges Standardiserings Råd och är en paraplyorganisation som arbetar med allmän standardisering, elektroteknisk standardisering samt telekommunikationsstandardisering. Sveriges Konsumenter är representerat i SSR:s Konsumentråd, tillsammans med bland annat Konsumentverket, Riksförbundet Hem och samhälle, Naturskyddsföreningen, LO och TCO.

**SWEDAC** är en statlig myndighet som ansvarar för kontrollfrågor enligt lagen om teknisk kontroll. Det innebär att de kompetensprövar verksamheter som utför analys, provning, kalibrering, certifiering, kontroll och besiktning.

**TACD** är den transatlantiska konsumentdialogen som syftar till att arbeta tillsammans med konsumentorganisationerna i Europa och Nordamerika med gemensamma frågor WHO är den internationella världshälsoorganisationen som arbetar för att människor ska uppnå en så god hälsa som möjligt. Bland annat med att koordinera internationell, medicinsk hjälp till de platser som är drabbade av infektionssjukdomar. Utöver detta bekämpar WHO också andra sjukdomar, till exempel genom att distribuera vaccin och bekämpa övervikt.



**Sveriges Konsumenter** är en oberoende, partipolitiskt obunden paraplyorganisation med 27 medlemsorganisationer och enskilda medlemmar.

Målet är ökad konsumentmakt och att politiker, näringsliv och myndigheter alltid ska ha konsumenternas bästa för ögonen.

Genom påverkan och opinionsbildning, både nationellt och internationellt, arbetar vi för att konsumenter ska kunna göra medvetna val, inte minst för att kunna stödja en hållbar utveckling.

Sveriges Konsumenter är en ideell organisation med två dotterbolag. Det ena är Råd & Rön AB som ger ut den välkända tidningen Råd & Rön med tester och konsumentinformation. Det andra är KonsumentCentrum, som bedriver konsumentvägledning i delar av stockholmsområdet.

## **Sveriges Konsumenter**

Box 38001, SE-100 64 Stockholm  
BESÖKSADRESS Hornsgatan 172  
TELEFON 08-674 43 00  
TELEFAX 08-674 43 29  
info@sverigeskonsumenter.se  
[www.sverigeskonsumenter.se](http://www.sverigeskonsumenter.se)

