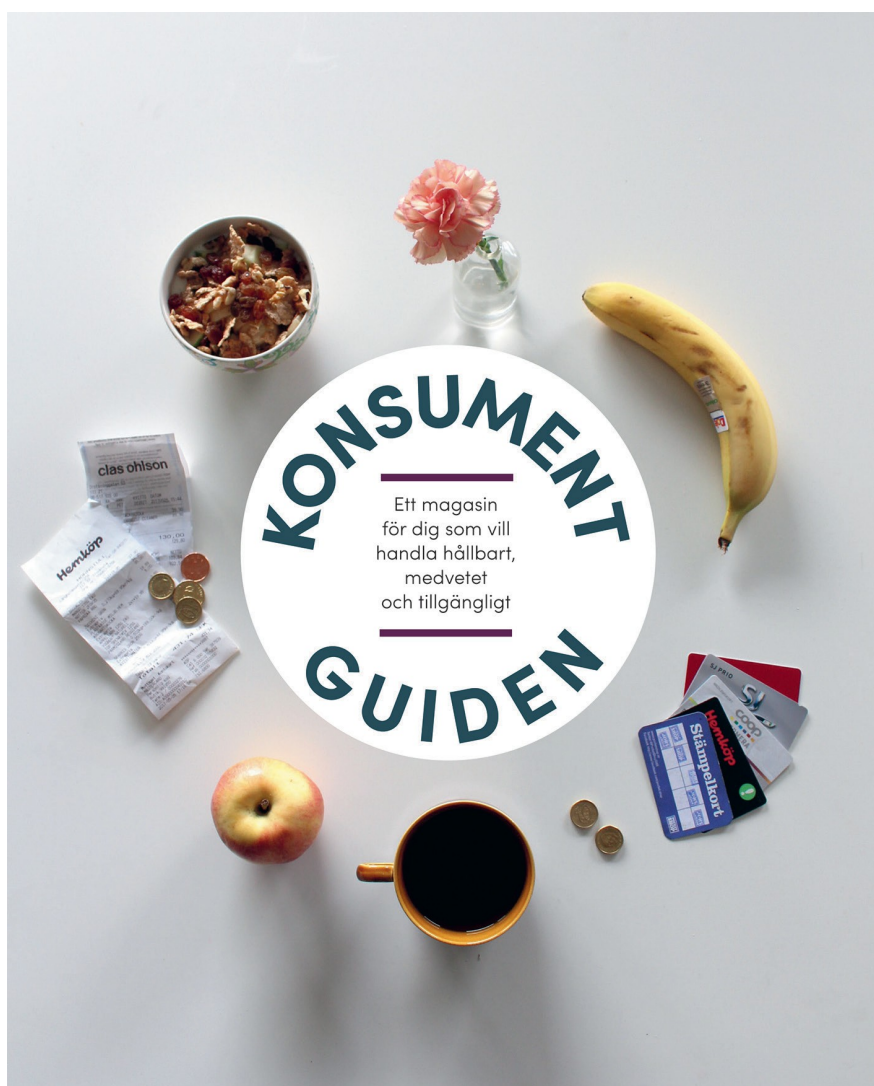


HANDLEDNING

till



SK
SVERIGES
KONSUMENTER

ÖVNINGAR TILL KONSUMENTGUIDEN

Detta är enHandledning för lärare, handledare inom LSS och studiecirkelledare. Materialet är tänkt att användas av unga och vuxna från 15 år och uppåt. I skolan, studiecirkeln, föreningslivet, arbetsplatsen eller i andra sammanhang där det finns behov av att lyfta frågor kring konsumtion, ekonomi och tillgänglighet.

Det här materialet är till för att aktivt kunna arbeta med frågor kopplade till magasinet Konsumentguiden och innehåller övningar kring tillgänglighet, konsumenträtt, hållbar konsumtion och ekonomi. Syftet är att deltagarna ska stärkas i sin roll som konsument, få möjlighet att reflektera kring olika konsumentsituationer och därmed bli mer trygga, medvetna och självständiga i sin konsumtion.

Det är fritt upp till dig som handledare hur du vill använda materialet, om du vill göra någon enskild övning eller som ett temaarbete över tid.

Så använder du materialet

Se materialet som ett smörgåsbord där du kan välja de övningar som du tycker är relevanta för dina deltagares behov. Vi har inte märkt övningarna i svårighetsgrad eftersom vi tror att du är bäst på att avgöra dina deltagares förkunskaper och kunskapsnivå. Det går bra att ändra och anpassa övningarna efter tycke och behov. Materialet är uppdelat i tre temaområden som på olika sätt syftar till att göra deltagarna till mer medvetna och självständiga konsumenter. Övningarna har utgångspunkt i Konsumentguiden men använder också material från andra källor än Sveriges Konsumenter för fördjupning och kunskapsinhämtning.

Vi som står bakom konsumentguiden

Är organisationen Sveriges Konsumenter och projektet Med rätt att handla. Projektets arbete går ut på att göra handeln mer tillgänglig ur ett kognitivt perspektiv. Det kan till exempel handla om att förbättra informationen, bemötandet och tryggheten i både fysiska butiker och e-handelsbutiker. För att skapa en mer kognitivt tillgänglig handel jobbar vi med såväl utbildningsfrågor för skolan och LSS-verksamhet som påverkansarbete och kunskapsutveckling. Vi hoppas att du ska hitta inspiration till hur ni kan ta er an de ibland lite svåra konsumentfrågorna.

Lycka till med ditt viktiga arbete!

Länk till Konsumentguiden: <http://www.sverigeskonsumenter.se/vad-vi-gor/latt-att-valja-ratt/med-ratt-att-handla/kognition-vad-ar-det/lss-magasinet/>

MATERIALETS TRE TEMAN:

Tema 1. Konsumenträtt, privatekonomi och tillgänglighet

Syfte: Att i verklighetsnära situationer öva på och stärka deltagarnas kunskaper om konsumenträtt och deras möjlighet att agera som mer medvetna konsumenter och samtidigt minska risken att bli lurade eller vilseledda.

Tema 2. Hållbar konsumtion och konsumentmakt

Syfte: Att möjliggöra för deltagarna att genom verklighetsnära situationer inhämta kunskap och skapa sig en uppfattning om konsumtionens påverkan på miljö och människa. Samt att få metoder för att som konsument kunna påverka för en hållbar utveckling.

Tema 3. Undersök, var kritisk och undvik att bli lurad

Syfte: Att öka deltagarnas förmåga att kritiskt granska reklam, marknadsföring, säljmetoder och kanaler för att nå en större förståelse för hur vi påverkas som konsumenter och hur vi kan undvika att köpa sånt vi inte behöver eller har råd med.



Tema1. Konsumenträtt, privat-ekonomi och tillgänglighet

Bakgrund

Enligt FN:s deklaration om mänskliga rättigheter har alla människor rätt att fullt ut delta i samhället på lika villkor. Det gäller också tjänster tillgängliga för allmänheten som att handla i butik eller på nätet.

Tyvärr finns det fortfarande många hinder för delaktighet och tillgänglighet för alla människor.

För personer med olika typer av funktionsnedsättningar kan flera situationer i samband med att handla vara otillgängliga och utgöra ett hinder för att agera som självständiga och medvetna konsumenter. Det kan handla om information som är otydlig och inte går att få i ett anpassat och enkelt format, om lokaler som är svåra att hitta i eller webbsidor som är svåra att hitta på. Otillgänglighet kan leda till att en upplever sig lurad och köper saker eller tjänster som en egentligen inte hade tänkt göra eller behöver.

Syfte

Att öka deltagarnas kunskap om konsumenträtt, reflektera över privatekonomiska frågor och testa metoder för att arbeta med ökad tillgänglighet.

Övningar

- Att göra en budget
- Hur tillgänglig är din butik?
- Lär känna dina rättigheter

Att göra en budget

Bakgrund: Att inte ha koll på sina pengar kan skapa stress och oro.

Syfte: Att reflektera över utgifter och hur en kan få överblick över sin ekonomi.

Läs i Konsumentguiden: *Få pengarna att räcka* – sid 16-18.

Förberedelser: Läs s.16–18 i Konsumentguiden och se gärna på avsnitt 1 i *Helt Rätt* själv först.

Genomförande: Titta tillsammans på avsnitt 1 i Helt Rätt:

https://streamio.com/api/v1/players/5540c9ff6f8d8d0b5c000004/public_show

Låt deltagarna läsa s.16–18 i Konsumentguiden – *”Få pengarna att räcka till”*

Sen är det deltagarnas tur att göra en egen budget som på filmen.

Bestäm ett belopp som deltagarna får vardera och berätta vad pengarna ska räcka till, exempelvis alla kostnader för nöjen under en hel månad. Låt deltagarna själva få göra upp en budget där de bestämmer vad de planerar att köpa, hur mycket pengar som kommer att gå åt och hur mycket som de (eventuellt) kommer att ha kvar i slutet av månaden.

Avsluta med att diskutera:

- Hur har ni valt? Varför?
- Var det svårt att bestämma vad ni skulle välja att göra för pengarna?
- Hur brukar ni tänka med era egna pengar för att de ska räcka?
- Är det svårt att spara till dyrare saker? Varför?
- Hur brukar ni göra med era pengar? Brukar ni spara eller köpa saker direkt?
- Vad är för och nackdelarna med att spara och att köpa direkt?

Hur tillgänglig är din butik?

Bakgrund: Alla butiker har ett ansvar att se till så att det är enkelt för alla personer att handla och att inte kunderna bli lurade eller dåligt behandlade. Som konsument har du möjlighet att påverka vad din butik gör för att underlätta för de som handlar där. Du kan fråga hur din butik jobbar för att det ska vara enkelt för alla att handla och säga till om det är något du tycker kan bli bättre!

Syfte: Att gruppen får uppmärksamma tillgänglighetsbrister och påverka sin omgivning.

I följande material kan ni hämta inspiration och kunskap om tillgänglighet:

Konsumentguiden: *Stora butiker är svåra* – sid 12.

Film: *Vi testar en ny galleria* <http://www.sverigeskonsumenter.se/vad-vi-gor/latt-att-valja-ratt/med-ratt-att-handla/kognition-vad-ar-det/vi-testar-att/>

Radioprogrammet Funk i P1: <http://sverigesradio.se/sida/avsnitt/741082?programid=4970>

Checklista för kognitiv tillgänglighet i handel: <http://www.sverigeskonsumenter.se/Documents/Projekt/Med%20r%C3%A4tt%20att%20handla/Checklista%20kognitiv%20tillga%CC%88nglighet.pdf>

Förberedelser: Introducera gruppen för tillgänglighetsfrågor genom att antingen se filmen *Vi testar en ny galleria*, läsa om bristande tillgänglighet i Konsumentguiden eller lyssna på radioprogrammet Funk i P1.

Samtala tillsammans:

- Vilken är er upplevelse av att handla? (Du kan begränsa genom att fråga om en specifik bransch eller vara.)
- Finns det butiker som är enklare eller svårare att handla i, varför?
- Vad är tillgänglighet för er?

Be deltagarna fundera över vilken butik de vill undersöka. Det kan vara en butik eller galleria som de ofta besöker eller en butik som de gärna skulle vilja handla i men inte brukar besöka.

Låt gruppen utgå från checklistan eller låt dem göra egna frågor utifrån följande problem:

- Hur är det att orientera sig i butiken?
- Hur är det att hitta ut eller till kassorna?
- Är det enkelt för alla att handla i butiken, oavsett vilken funktionsvariation de har?
- Är skyltningen användbar?
- Är det enkelt att se priset?
- Finns det personal att be om hjälp?
- Hur är ljudmiljön?
- Är informationen om produkterna begriplig och användbar?
- Går det på ett enkelt sätt att jämföra produkter?
- Vad har du för tips till butiken för att den ska bli mer tillgänglig?

Genomförande: Låt deltagarna besöka den valda butiken och undersöka tillgängligheten. Be dem sedan sammanfatta sina upplevelser och presentera för resten av gruppen.

Fördjupning: Sammanställ era tips på förbättringar och ge de till butikschefen. Tänk på att berätta på ett trevligt sätt så att butiken faktiskt vill följa dina rekommendationer.



• **Tips:** Berätta för lokalmedia att ni har en dialog med handeln om tillgänglighet. Bjud in media att vara med vid någon intervju.



Lär känna dina rättigheter

Bakgrund: Om en vara du köpt går sönder eller om du ångrar ett köp skyddas du av olika konsumenträttigheter. I övningen tittar vi närmare på de viktigaste konsumenträttigheterna och lär oss när vi kan använda dem.

Syfte: Att lära sig vilka rättigheter som gäller i olika köpsituationer.

Konsumentguiden: *Regler för köp och byte* – sid 6-7.

Filmen: *Vi testar att reklamera ett missförstånd* <http://www.sverigeskonsumenter.se/vad-vi-gor/latt-att-valja-ratt-med-ratt-att-handla/kognition-vad-ar-det/vi-testar-att-/>

Förberedelser: Läs avsnittet i Konsumentguiden och se filmen Vi testar att reklamera ett missförstånd.

Utöver de rättigheter som finns beskrivna i guiden kan du berätta om:

- Reklamationsrätt – innebär att du kan klaga på en vara och få den utbytt mot en ny eller pengarna till baka genom att upphäva köpet. Reklamationsrätten gäller i tre år efter inköpstillfället och ska inte blandas ihop med den frivilliga garantitiden som kan vara kortare.
- Garanti - innebär att säljaren ansvarar för att varan fungerar och behåller kvaliteten under en viss tid. Men vad som ingår i garantin varierar, så kolla noga. Det är alltid frivilligt av butikerna att erbjuda sina kunder garanti.

Genomförande: Be deltagarna fundera över om de själva blivit missnöjda med ett köp, eller velat ångra något de köpt. Diskutera vilken konsumenträtt som hade gällt då.

Låt deltagarna diskutera i mindre grupper vilka rättigheter, om någon, de har i följande situationer:

1. Ett par nyinköpta skor går sönder efter 2 månader.
2. Ett par hörlurar köpta på internet såg inte ut som du hade tänkt dig.
3. En röd tröja du nyligen köpt i en butik på stan finns också i en snyggare gul färg och du vill byta (du har inte hunnit använda den ännu).
4. Du ångrar dig efter att ha köpt ett videospel i en vanlig butik, du har öppnat förpackningen.

Facit

1. Reklamationsrätten gäller – gå tillbaka till butiken där du handlat. Butiken kan välja att laga skorna eller ge dig ett par nya.
2. Inom 14 dagar har du ångerrätt av varor du köpt på internet – meddela företaget tex via mejl om att du tänker nyttja ångerfristen. Inom 14 dagar skickar du sedan tillbaka hörlurarna till företaget. Företaget är skyldigt att informera dig om ångerrätten, om du inte fått fullständig information om ångerrätten så har du istället ett år på dig att ångra köpet. Du betalar själv returfrakten, om företaget inte informerat dig om något annat innan du ingick avtalet (köpte varan).
3. Här beror det på om butiken erbjuder öppet köp eller inte, det finns ingen lag som ger dig rätt att byta tröjan eller ångra köpet om den inte är trasig. Butiken kan välja att erbjuda dig bytesrätt: du får byta till en annan vara, eller öppet köp: du får ångra dig helt och får pengarna tillbaka. fråga vad som gäller innan du betalar.
4. Det finns ingen lag som säger att du har rätt att byta eller lämna tillbaka spelet om det inte är trasigt, det är frivilligt för butiken att erbjuda öppet köp och de kan också ha egna bestämmelser som säger att du inte får lämna tillbaka en vara om du öppnat förpackningen.

Tema 2. Hållbar konsumtion och konsumentmakt

Bakgrund

Vår konsumtion har en stor inverkan på vår omvärld och att handla medvetet kan ha stor betydelse för bland annat miljöpåverkan och arbetares förhållanden. Att göra medvetna och hållbara val är ändå inte alltid så enkelt. Därför är det viktigt att deltagarna får chans att på ett lättillgängligt sätt bekanta sig med vad en hållbar konsumtion kan innebära och få kunskap om hur de själva kan göra hållbara val när de handlar.

Syfte

Att möjliggöra för deltagarna att genom verklighetsnära situationer skaffa sig kunskap och skapa sig en uppfattning om konsumtionens påverkan på miljö och människa. Samt att få metoder för att som konsument kunna påverka för en hållbar utveckling.

Övningar

- Tröjan
- Märkningsmemory
- Onödiga prylar?



Tröjan

Bakgrund: I den här uppgiften får deltagarna lära sig mer om för hur våra kläder produceras.

Syfte: Att öka deltagarnas medvetenhet om hur våra kläder tillverkas.

Genomförande: Börja med att låta gruppen gissa var deras kläder är gjorda. Låt därefter alla deltagare kolla var deras tröja (eller motsvarande klädesplagg) är tillverkad. Det brukar stå på en lapp i halsen eller inuti sidan. Rita upp en bild på en t-shirt och fråga deltagarna hur de tror att priset fördelas mellan butiken, klädföretaget, textilfabriken, sömnadsarbetaren, bomullsodlaren och kostnad för transporter. Visa sedan facit utifrån exempelbilden nedan.

Diskutera:

- Var fördelningen av t-shirtens pris som ni trodde?
- Håller ni med om fördelningen?
- Borde det fördelas annorlunda?
- Hur tycker ni att en ska tänka när en köper kläder? Finns det något som kan hjälpa oss konsumenter att hitta schyssta kläder (märkningar tex)?

Exempel: En t-shirt kostar 200 kr, hur fördelas priset?





● **Tips:** Om ni vill arbeta vidare med konsumentmakt gör då fördjupningen ”Konsumentmakt – ett sätt att påverka handeln”.

Fördjupning

Konsumentmakt – ett sätt att påverka handeln

Det kan vara svårt att veta hur en som konsument kan påverka handeln att bli mer hållbar eller schysst. Men som konsument har man möjlighet att påverka. Två sätt att använda sin konsumentmakt beskrivs i två ord som liknar varandra men som har helt olika innebörd: buycott och bojkott. Här finns begreppen beskrivna:

<http://www.sverigeskonsumenter.se/vad-du-kan-gora/bli-en-smartare-konsument/anvand-din-konsumentmakt/bojkott-och-buycott/>

Be deltagarna ta reda på vad de betyder och redovisa i gruppen.

Diskutera:

- Hur kan buycott och bojkott användas som konsumentmakt i exemplet med tröjan?
- Har du någonsin buycottat eller bojkottat något?
- Hur kan handeln påverkas av att många bojkottar en produkt?
- Hur kan producenterna påverkas av att många bojkottar en produkt?

Märkningsmemory

Bakgrund: Att göra hållbara val är inte alltid lätt för oss konsumenter. Men ett hjälpmedel är olika märkningar av produkter som exempelvis berättar om en vara har tillverkats på ett schysst sätt.

Syfte: Att öka deltagarnas medvetenhet om och förståelse för olika produktmärkningar som hjälper oss att göra hållbara val som konsumenter.

Läs i Konsumentguiden: *Handla med omtanke* – sid 20.

Genomförande: Börja med att diskutera med gruppen om de känner till några märkningar av produkter, t ex miljömärkningar?

Sen är det dags för deltagarna att fördjupa sig. De kan gå in på de olika märkningarnas hemsidor eller ta hjälp av Medveten Konsumtions hemsida: <http://www.medvetenkonsumtion.se/markning/>

När de vet mer om märkningarna ska de para ihop dem med rätt typ av produktkategori.

Skriv upp kategorierna nedan och be deltagarna om hjälp att para ihop dem med rätt märkning.

Facit:

Kategori	Märkning
Mat	KRAV, Fairtrade, MSC
Badrum/tvätt/Städ	Bra miljöval, Svanen
Böcker, block mm	FSC
Kläder	GOTS



KRAV-märkningen betyder att maten är producerad så att den är ekologisk. Det betyder att produktionen inte skadar naturen eller djuren.



Bra Miljöval

Bra Miljöval är Naturskyddsföreningens märkning som visar att varan inte skadar naturen. När varan produceras får den inte smutsa ner miljön. Märkningen finns på bland annat tvättmedel och matbutiker.



Svanen är en miljömärkning som finns i hela Norden. Den betyder att det en köper inte är dåligt för miljön. Den kan finnas på olika saker, t ex toalettpapper eller diskmedel.



Fairtrade är en märkning som betyder att arbetarna som gjort en vara haft bra villkor. Det handlar t ex om att få en lön att leva på och att kunna samlas tillsammans och klaga på sina chefer.



MSC är en märkning för fisk. Den betyder att fisken ska vara fångad på ett sätt som gör att fiskarna inte dör ut. Det kan t ex handla om att fiskarna inte får fiska sönder havsbotten eller fånga och döda massor av andra djur när de letar efter fisk.



FSC är en märkning för skogsprodukter. Det kan handla om papper och möbler. Märkningen betyder att träden är avvercade (nedhuggna) på ett sätt som inte förstör resten av skogen. Då kan skogen leva vidare och vi kan använda den även i framtiden.



GOTS är en märkning för kläder. Märkningen betyder att kläderna är tillverkade på ett sätt som är snällt mot både människor och miljö.

Avsluta med att låta deltagarna diskutera om de känner igen någon av märkningarna och om de lärt sig något nytt.

Fördjupning

5 matvaror att byta ut till ekologiska

Läs mer om vilka varor som är viktigast att byta till ekologiska på sid 21 i Konsumentguiden.

Se Naturskyddsföreningens film "Byt till eko": <https://www.youtube.com/watch?v=ik3yCcPxmW0>

Eller läs mer på Naturskyddsföreningens hemsida:

<https://www.naturskyddsforeningen.se/vad-vi-gor/jordbruk/5-viktiga-varor-att-byta-till-eko>

Diskutera:

- Hur vet du att en vara är ekologiskt odlad?

Onödiga prylar

Bakgrund: Vår konsumtion står för en av de största delarna av vår miljöpåverkan. Att konsumera mer hållbart är ett viktigt mål för hela samhället.

Syfte: Att låta deltagarna reflektera över vår överkonsumtion och hur den är problematisk för både oss själva och miljön.

Läs i Konsumentguiden: *Handla med omtanke* – sid 20.

Genomförande: Börja med att visa filmen om vår överdrivna konsumtion

<https://www.youtube.com/watch?v=5Ju0JZLvF80>

Diskutera med gruppen:

- Vad tycker ni om filmen?
- Tycker ni att det är bra att köpa så mycket som killen i filmen gör?
- Har ni köpt något som ni kanske egentligen inte behövde?

Sant eller falskt (om filmen)

1. Vi blir alltid lyckligare av att köpa mer saker? S/F
2. Genom vårt köpande bidrar vi till växthuseffekten och nedsmutsning av miljön? S/F
3. Vid tillverkning av nya saker används aldrig gifter som är dåliga för människa och miljö? S/F
4. När kläder produceras går det åt massor av vatten? S/F

Efter att ni tittat på filmen och svarat på frågorna låt deltagarna komma på en sak de har hemma som de tycker är onödig?

Diskutera:

- För vem är prylen tillverkad?
- Vad är prylen bra för?
- Vad gjorde vi innan prylen fanns?
- Kan vi klara oss utan prylen?
- Finns det prylar som går att dela på istället för att alla måste ha varsin?

Tema 3. Undersök, var kritisk och undvik att bli lurad

Bakgrund

Vad är det som får oss att vilja köpa det vi gör? I dagens samhälle omges vi av reklam som på olika sätt försöker påverka våra känslor och tankar och få oss att konsumera på ett visst sätt. Vi möter försäljare när vi inte själva alla gånger är beredda på det och handlar i kanaler som är nya för oss. Att vara konsument är inte alltid lätt. Att kritiskt kunna granska reklam, marknadsföring och säljares erbjudanden är nödvändigt men sällan enkelt. Vem bestämmer vad jag ska köpa?

Syfte

Att öka deltagarnas förmåga att kritiskt granska reklam, marknadsföring, säljmetoder och kanaler för att nå en större förståelse för hur vi kan påverkas som konsument och hur vi kan undvika att köpa sådant vi inte behöver eller har råd med.

Övningar

- Lär känna en försäljare
- Nya sätt att sälja på
- Granska näthandeln
- Lär dig känna igen och granska reklam



Lär känna en försäljare

Bakgrund: Många konsumenter tycker det är jobbigt och obehagligt med försäljare i gallerior eller på stan därför att de är oroliga för att bli lurade att köpa något. I övningen får vi lära känna en försäljare lite närmare och genomföra en intervju.

Syfte: Att deltagarna får inblick i hur en försäljare arbetar för att få oss att konsumera och reflektera över hur en kan bemöta säljare utan att känna sig orolig över att bli lurad att köpa något

Läs i Konsumentguiden: *En bra försäljare förklarar så man förstår* – sid 10.

Genomförande: Låt deltagarna läsa Ann-Sofis text i Konsumentguiden. Diskutera sedan vilken typ av försäljare de är nyfikna på, var de arbetar och hur ni får kontakt med dem. Be deltagarna välja ut vilken butik, galleria eller annat köpställe de vill besöka och ställa sina frågor.

- Vilken försäljare har du valt och varför?
- Vad vill du veta om försäljarens jobb? Gör en fråge-lista!

Låt deltagarna göra intervjuerna och skriva ner svaren på ett papper eller det format som passar dem bäst, ljudinspelning eller film går såklart bra om intervjupersonen går med på det. Be dem sedan renskriva svaren och presentera för resten av gruppen.

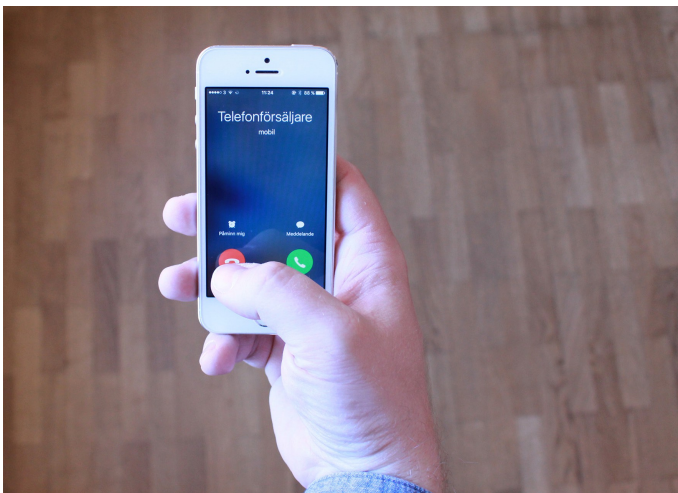
Samtala:

- Vilka tips ger försäljaren?
- Vad ska du tänka på när en försäljare i en galleria eller på stan försöker börja prata med dig?
- Har du ångerrätt om du skulle råka köpa något av en försäljare på stan?



• **Tips:** Om gruppen vill dela med sig av sina intervjuer, och intervjupersonen går med på det, kan ni mejla oss så kan vi eventuellt publicera intervjun på vår hemsida.

Nya sätt att sälja på



Bakgrund: Med ny teknik och nya köpmönster utvecklas också köpmiljöerna. Företag hittar på nya sätt att nå oss konsumenter.

Syfte: Att reflektera över hur nya köpmiljöer påverkar oss som konsumenter och hur våra rättigheter ser ut med nya försäljningsmetoder eller platser.

Läs i Konsumentguiden: *Bli inte lurad* sid 22.

Förberedelser: Läs i Konsumentguiden och se filmklippet:

<http://www.sverigeskonsumenter.se/vad-du-kan-gora/bli-en-smartare-konsument/skydda-din-personliga-integritet/film-vad-accepterar-vi-pa-natet/>

Diskutera:

- Vilka sätt använder nya tidens försäljare för att nå oss? (t ex telefonförsäljare, reklam i mobilen via sms, butiker utanför butiker)
- Hur kan en bli lurad? Och vad finns det för lagar som skyddar oss konsumenter?
- Reflektera över skillnaden på att handla i en vanlig butik och när vi köper t ex appar på mobilen (från filmklippet)
- Är det något annat än köpmiljöerna som förändrats? (t ex betalsätt som Swish, direktöverföring)
- Finns det tillfällen när det blivit svårt att handla för att det är nya betalsätt? (t ex om butiken inte tar emot kontanter)



- **Tips:** Se filmen *Vi testar att Nixa telefonen* och låt deltagarna Nixa sina egna telefoner mot salsamtal.

Film: <http://www.sverigeskonsumenter.se/vad-vi-gor/latt-att-valja-ratt/med-ratt-att-handla/kognition-vad-ar-det/vi-testar-att-/>

Granska näthandeln

Bakgrund: Det kan vara enkelt och bekvämt att handla på nätet och det blir allt vanligare.

Fast det gäller att vara lite uppmärksam eftersom det är andra villkor som gäller på nätet jämfört med vanliga butiker.

Syfte: Att deltagarna får ta reda på hur näthandel fungerar, vilka villkor som gäller och vad de ska hålla utkik efter för att känna sig trygga att handla där.

Läs i Konsumentguiden: *Bästa tipsen vid näthandel* – sid 14.

Genomförande: Börja med att diskutera tillsammans med gruppen

- Har ni köpt något på internet? I så fall vad var det och hur gick det?
- Vad är det som skiljer näthandel och vanliga butiker åt?
- Vilka för- och nackdelar ser ni med att handla på nätet?
- Hur ser konsumentskyddet vid näthandel ut, vilka regler är det som gäller? (svar sid 7.)

Dela förslagsvis in gruppen i par. Be varje par välja två företag de vill undersöka eller dela ut företag som du valt ut till varje par.

Förslag på företag:

- www.dustinhome.se
- www.cdon.com
- www.ellos.se
- www.adlibris.se
- www.tretti.se
- www.boozt.com
- www.zalando.se

Be paren undersöka företagen genom att svara på följande frågor:

- Hur ser hemsidan ut?
- Är den tydlig och lättnavigerad?
- Vilken information finns om företaget?
- Finns kontaktuppgifter?
- Står det om företaget finns i Sverige eller utomlands? (Bara för att ett företags webbadress slutar med .se betyder det inte att det är ett svenskt företag)
- Vilka villkor gäller?
- Kostar frakt extra?
- Ingår returkostnad?
- Betalning – vilka betal sätt accepterar företaget?
- Är det någon skillnad mellan betal sätten? Blir något dyrare?

Avsluta med presentationer av granskningen och diskutera resultaten i gruppen.



• **Tips:** Om ni undrar över något eller hittar något lurigt – maila gärna oss så svarar vi er och kanske kan vi undersöka närmare och ta det vidare.

Lär dig känna igen och granska reklam!

Bakgrund: Reklam finns överallt. Att förstå mer om den är viktigt för att kunna vara en medveten och kritisk konsument. En typ av reklam som dykt upp de senaste åren är den som sprids i sociala medier i s.k. sponsrade inlägg och ”samarbeten”.

Syfte: Att öva upp deltagarnas kritiska tänkande kring reklam genom en praktisk undersökande övning.

Förberedelser: Leta upp några exempel på sponsrade inlägg på Instagram, YouTube och/eller i en blogg. Ta även fram några vanliga tidningar med annonser, alternativt dagstidningars hemsidor.

Genomförande: Dela upp deltagarna två och två och låt de söka efter reklam-inlägg på Instagram, YouTube och/eller i en blogg. Hjälp till att visa med dina exempel, om det är svårt att hitta. Be grupperna välja en annons ur en av dagstidningarna. Låt de sedan svara på frågorna tillsammans.

- Vad hittade ni?
- Vad är skillnaden på reklamen i tidningen och de ni hittade på internet?
- Vad vill reklamen att ni ska göra?
- Är det reklam om en bloggare berättar vilka hens favoritmärken är? Och hur vet en det?



• **Tips:** Om ni hittar reklam som ni tycker bryter mot marknadsföringslagen går det att anmäla till Konsumentverket?

På Reklamombudsmannens hemsida kan ni läsa om reklam som blivit fälld och lära er mer om vilka regler som gäller: <http://www.reklamombudsmannen.org>

Handledningen till Konsumentguiden
är framtagen av Sveriges Konsumenters
projekt Med rätt att handla 2017.
Finansierat av Allmänna arvsfonden.

Foto: Sveriges Konsumenter
Illustrationer: Annika Ståhlgren

www.sverigeskonsumenter.se



med
RÄTT
ATT
HANDLA

SK SVERIGES
KONSUMENTER