

VÅRA INSATSER FÖR KONSUMENTERNA **2025**



INNEHÅLL

- 3** Våra viktigaste segrar 2025
- 4** Styrelsens berättelse
- 6** Livsmedel
- 7** Konsumenträttigheter
- 9** Digitala tjänster
- 11** Finansiella tjänster
- 12** Hållbarhet
- 14** Remisser och utredningar
- 14** Organ där vi deltagit
- 14** Mediemedverkan 2025
- 14** Standardisering
- 15** Medlemmar och Råd & Rön

Lista över Sveriges Konsumenters samtliga uppdrag och aktiviteter finns att läsa på www.sverigeskonsumenter.se/vb2025

Våra insatser för konsumenterna 2025

© Sveriges Konsumenter 2026

Foto: Shutterstock



Våra viktigaste segrar 2025!

Regler för säkrare leksaker, krav för att lättare kunna ångra ingångna avtal och löften om att sluta med vilseledande marknadsföring om flygets klimatpåverkan. Det är bara några av alla de viktiga segrar som vi räknade hem under 2025.

1

Konsumentverket stödjer vårt förslag

Konsumentverket anslöt till Sveriges Konsumenters krav på förbud mot telefonförsäljning.

Läs mer på sidan 8

2

Swedbank valde den fossilfria vägen

Efter våra granskningar och uppprop tillsammans med tusentals svenska bankkunder beslutade Swedbank att i princip helt stoppa sina lån till fossilbolag. Det betyder att vi nu pushat fram två svenska storbanker att varken finansiera eller investera i fossilbolag.

Läs mer på sidan 11

3

Ångerknapp på agendan

Strax före årsskiftet publicerades Sveriges Konsumenters granskning av uppsägningsprocesser i digitala tjänster. Granskningen visade hur svårt företagen gjort det att säga upp tjänster. Och det tog skruv. Regeringen har hänvisat till granskningen om och om igen. Och i år kom förslaget om en ångerknapp, som ska göra det lättare att ångra ingångna avtal. Ett steg i rätt riktning. Men det behövs fortfarande åtgärder för att göra det lätt att säga upp avtal efter att ångerrätten löpt ut också.

Läs mer på sidan 10

4

Flygbolag lovar sluta med greenwashing

2023 anmälde vi en rad flygbolag för greenwashing. De europeiska konsumentmyndigheterna hakade på och utvidgade granskningen. I november kom så ett löfte från bolagen att sluta grönmåla klimatpåverkan.

Läs mer på sidan 12

5

Spelbolag kritiseras efter granskning

Två år efter att Sveriges Konsumenter anmälde Tinder för prisdiskriminering tvingade konsumentmyndigheterna i EU företaget att bli tydligare med sin prissättning.

Läs mer på sidan 10

6

EU skärper reglerna för säkrare leksaker

EU har beslutat om skärpta regler som förbjuder bland annat hormonstörande ämnen, PFAS och andra skadliga kemikalier i leksaker. Kraven på marknads kontroll stärks för att minska antalet farliga produkter, även via e-handel. Dessutom införs digitala produktpass som ger konsumenter enkel tillgång till säkerhetsinformation.

”Det här handlar i grunden om att sätta stopp för företag som lurar barn på pengar”

Sinan Akdag, sakkunnig digital konsumenträtt, apropå att EU utreder spelet Star Stable efter Sveriges Konsumenters anmälan



Styrelsens berättelse

Att blicka tillbaka på Sveriges Konsumenters verksamhetsår 2025 gör oss i styrelsen stolta. Arbetet har fortsatt varit framgångsrikt och gjort stor nytta för svenska konsumenter, trots att vi gick in i året med en kraftigt reducerad personalstyrka och en ansträngd budget till följd av raderat statsbidrag. Sveriges Konsumenter har på grund av de krympande resurserna varit tvungen att göra smärtsamma prioriteringar i verksamheten. Många angelägna frågor har fått stå tillbaka, vilket naturligtvis är frustrerande, när vi vet att det behövs en starkare konsumentröst och mer förebyggande konsumentarbete, inte mindre. Att vara konsument är svårt, tidskrävande och kan bli dyrare än man tänkt sig om man inte är på sin vakt. På konsumentmarknaderna, inte minst de digitala, är det lätt att bli lurad och vilseledd.

Arbetet med att förbättra lagstiftningen för att skydda konsumenter har prioriterats under året. Vi har på olika sätt påverkat politiker och beslutsfattare både i Sverige och på EU-nivå att stärka lagstiftningen när det gäller e-handelsplattformar, marknadsföring riktad till barn, bedrägerier, kontanthantering, livsmedelsfrågor och djurskydd. Under året har regeringen beslutat att ge Sveriges Konsumenter en plats i Europeiska ekonomiska och sociala kommittén. Det är en bra plattform för vårt europeiska påverkansarbete.

Under året har Sveriges Konsumenter på olika sätt stärkt och utbildat konsumenter, inte bara i medlemsorganisationerna, utan även runt om i landet. Vi har ökat kunskapen i konsumenträtt, hur kemikalier och plaster påverkar miljön och hur vi kan minska användningen av dessa. Fair Finance Guide har fortsatt det viktiga arbetet med att granska om bankerna följer sina hållbarhetspolicyer när de investerar kundernas kapital. Med medel från Konsumentverket har vi tagit fram en kunskapsöversikt över hur lagstiftningen ser ut när det gäller marknadsföring riktad till barn. Vi föreslår skärpt lagstiftning för att skydda barn och unga mot aggressiv och påträngande marknadsföring. Vi har granskat om influencers märker sina reklaminslag och om restauranger ursprungsmärker det kött de serverar. Våra konsumentvägledare har stöttat och hjälpt konsumenter som hamnat i kniviga situationer och projektet "Konsumenträtt för alla" har bland annat genom Karlskogamodellen stärkt samverkan i kommunerna för att nå sårbara konsumentgrupper.

Det finns många saker vi i styrelsen vill lyfta fram från verksamhetsåret 2025, allt får inte plats här. Men ett projekt som ligger oss varmt om hjärtat är "Unga konsumenter". Ett gäng unga människor som vill lära sig mer om konsumentfrågor- och rättigheter och hur de kan påverka. Under året har deltagarna bland annat skrivit debattartiklar och varit aktiva i sociala medier. Det engagemang som vi i styrelsen har mött från dessa unga konsumenter bådär gott för framtiden.

Årets verksamhet har finansierats med sparad kapital, projektmedel, medlemsavgifter och gåvor från privatpersoner. Inför 2026 har ett flertal medlemsorganisationer beslutat att skjuta till en tillfälligt höjd medlemsavgift. Det gör att Sveriges Konsumenter kan fortsätta bedriva viktig verksamhet under 2026. Sedan måste ett statsbidrag till för att svenska konsumenter fortsatt ska ha en stark, oberoende och kunnig konsumentröst som företräder dem, granskar marknader och är en blåslampa på politikerna.

Stockholm den 8 april 2026

Sveriges Konsumenters styrelse

Marie Linder
Hyresgästföreningen
Ordförande

Bo Carselid
LO
Vice ordförande

Kent Kärrlander
PRO

Anita Lindskog
Funktionsrätt Sverige

Stina Nordström
Reumatikerförbundet

Maris Sedlenieks
SPF Seniorerna

Emmeli Wulfstrand
Verdandi

Mårten Zetterman
Resenärerna

Ökat fokus på ohållbara matmiljöer

Matmiljö är ett ord som fått fäste under senare år. Matmiljöer är alla de faktorer som påverkar vad vi köper och stoppar i oss. Och det är allt för ofta påverkan för ohälsosamma livsmedel.

Några insatser under året

• Granskning: Klarar krogen biffen?

Den 1 mars fick vi regler som säger att du som konsument ska kunna få reda på köttets ursprung även på krogen. Men funkar det? Sveriges Konsumenter och Råd & Rön gjorde gemensam sak och lät testa 69 lunchkrogar på sju orter runt om i landet. Resultat? Var fjärde restaurang levde inte upp till kraven. I fyra fall av tio behövde personalen i restaurangen gå till köket för att fråga kocken om ursprunget. Bara sex av 69 krogar hade skrivit ut informationen så att konsumenten inte behöver fråga.

• Efterlyses: Handlingsplan för växtbaserat

Det behövs en handlingsplan för växtbaserade livsmedel till 2026. Det var huvudkravet i ett öppet brev som skrevs under av 130 olika organisationer, däribland Sveriges Konsumenter. Mottagare var Christophe Hansen, EU-kommissionär för jordbruk och livsmedel.

En handlingsplan skulle kunna ge goda effekter på sex områden: nya affärsmöjligheter för bönder, bättre hälsa, bättre skydd för klimat och miljö, ett sätt att spara pengar, stärkt politisk samstämmighet – och strategisk autonomi i proteiner.

Växtbaserade livsmedel kräver bara en fjärdedel av marken, vilket skulle skapa utrymme för ökad livsmedelsproduktion och för att återställa naturområden.

• Matpriskommission utan konsumenter

I början av hösten aviserade regeringen en tillfälligt sänkt matmoms från tolv till sex procent med start under våren 2026. Senare gavs ett uppdrag till Konsumentverket och Konjunkturinstitutet att säkerställa att den tillfälliga sänkningen faktiskt kommer att märkas i konsumenternas plånböcker. Sveriges Konsumenter krävde vid upprepade tillfällen att få vara med i arbetet för att kunna bevaka konsumenternas intressen. Första delredovisningen är den 1 mars, en månad före momssänkningen.

Sveriges Konsumenters krav på att få ingå har dock inte hörtsammats av regeringen. Däremot ingår vi i den grupp av företag och organisationer som Konsumentverket ska ha dialog med inom ramen för arbetet.

• Nu vill vi se minskad reklam för skräpmat

Inom ramarna för ett Konsumentverksfinansierat projekt om barn i digitala miljöer gjorde Sveriges Konsumenter en översyn av lagstiftningen på området, granskade influencers reklam för skräpmat med mera. Läs mer under Digitala rättigheter på sidan 9.

• Matmiljön i fokus

För att stärka vårt strategiska påverkansarbete inom livsmedelsområdet har vi kroat arm med andra civilsamhällesorganisationer för omvärldsbevakning, kunskapsutbyte och positionering i matmiljöfrågan – alltså de fysiska, sociala, ekonomiska och politiska faktorer som påverkar vad vi äter. Vi har även fortsatt samarbetet med innovationsplattformen Mission Matmiljö och har diskuterat hur vårt tidigare pilotprojekt Kärnaffären kan utvecklas vidare.

”Det skulle bli lätt att få reda på varifrån köttet kommer. Det är det inte, visar vår granskning. En del vill inte svara alls, andra ger bristfällig information.”

Elias Aspud, projektledare Unga konsumenter, om hur restauranger informerar om köttets ursprung.

Tuff marknad gör fler konsumenter sårbara

Det är ingen slump att Sveriges Konsumenter driver flera projekt som syftar till att hjälpa särskilt sårbara konsumentgrupper. Det har aldrig varit så svårt att vara konsument som nu.

Några insatser under året

- **Slutsputt för "Konsumenträtt för alla"**

Projektet "Konsumenträtt för alla" gick in på slutåret och projektet avslutas i februari 2026. Det betyder att vi börjat sammanfatta erfarenheter av det arbete som gjorts sedan projektstarten. 2025 publicerades rapporten "Konsumenträtt för alla – eller bara för några?". Den bygger på intervjuer med personer med funktionsnedsättningar samt en enkät bland konsumentvägledare. Rapporten pekar på glappet mellan medborgarnas behov av tillgänglighet och konsumentvägledarnas förutsättningar för att kunna möta desamma. Den samverkansmodell som projektet utvecklat i Karlskoga för att samla myndigheter och civilsamhälle för att förhindra att personer faller mellan stolarna har beskrivits i en separat rapport. Året avslutades med en konferens i Skellefteå där vi också visade en utställning som tagits fram. Under alla verksamhetsåren har vi erbjudit konsumentrådgivning till partnerorganisationers medlemmar.

- **Unga Konsumenter tar form**

Unga Konsumenter är Sveriges Konsumenters ungdomsprogram och finansieras av Allmänna arvsfonden. Det syftar till att unga mellan 16 och 30 år ska lära sig mer om konsumentfrågor- och rättigheter samt erbjudas en plattform för att påverka. Programmet har även en särskild satsning för att bjuda in unga med lindrig intellektuell funktionsnedsättning. Under 2025 rekryterades åtta ungdomar till en ungdomskommitté som tillsammans med projektledaren har arbetat med att utveckla programmet. Under året har kommittén deltagit i granskningar av influencersmarknadsföring och restaurangers information om ursprungsland på kött. Kommittén har debatterat ungas skuldsättning och oetisk försäljning av studentmössor samt planerat för ett nationellt ungdomsforum.

- **Nytt projekt: SWECONED**

Under hösten startade ytterligare ett projekt som



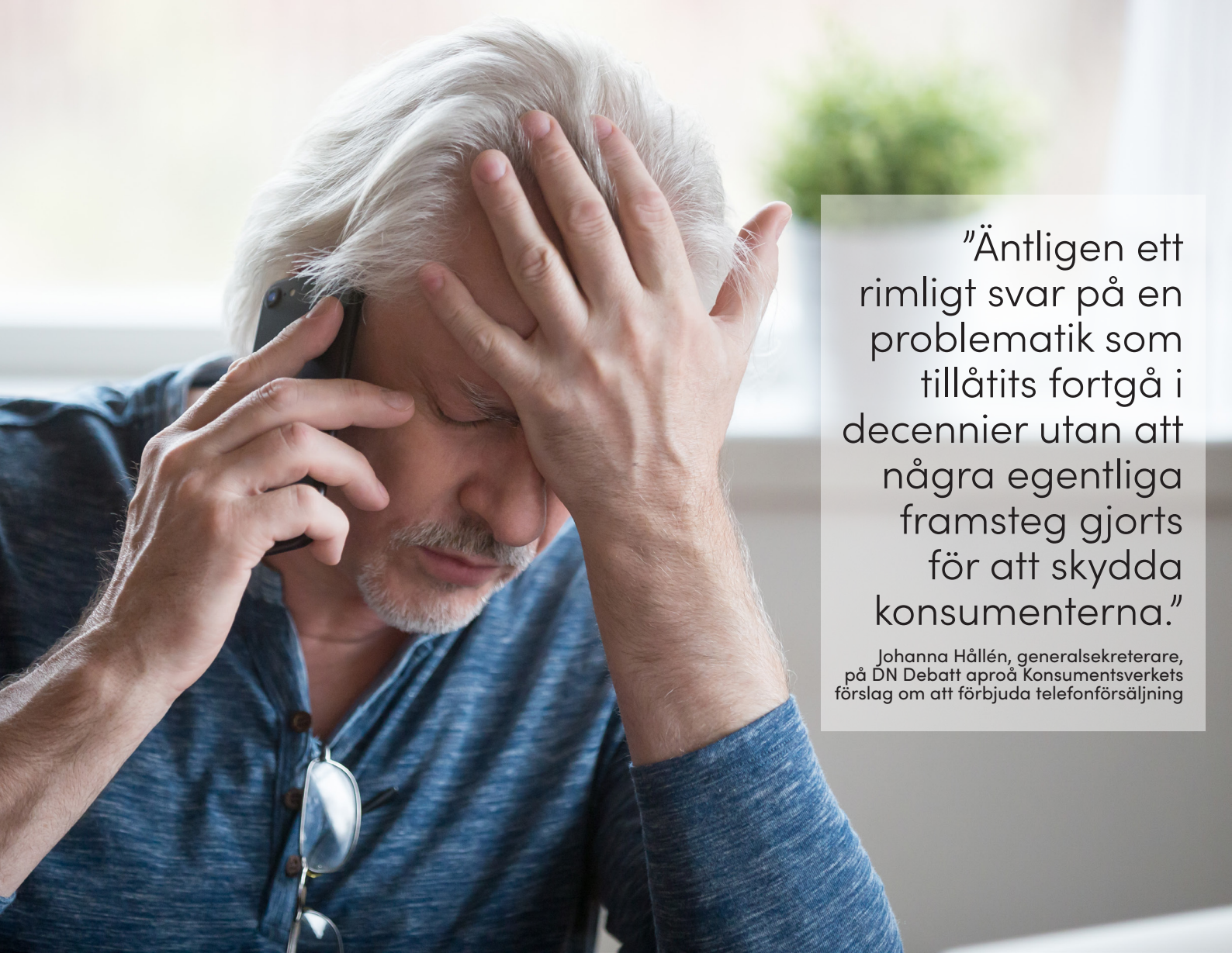
”Det är uppenbart att företagets kampanj om ”schyssta villkor & kollektivavtal” ska få konsumenter att tro att personalens villkor är bättre än de faktiskt är.”

Konsumentvägledare Maria Wiezell
om anmälan av Foodora Market

ska ge stöd åt särskilt sårbara konsumentgrupper: personer med funktionsnedsättning och personer med annat förstaspråk än svenska. Projektet är EU-finansierat och syftar till att ta fram utbildningsmaterial om digital konsumenträtt.

- **Anmälan av Foodora Market**

Efter ett avslöjande av TV4 om marknadsföring på Foodora Markets matlådor valde Sveriges Konsumenter att anmäla mattransportföretaget för brott mot marknadsföringslagen och god marknadsföringssed. ”Schyssta villkor & kollektivavtal” var budskapet på boxarna. Men alla som jobbar för Foodora Market omfattas inte av schyssta villkor och kollektivavtal, hävdade Sveriges Konsumenter i anmälan till Konsumentverket. Företaget hävdade att budskapet syftade till att rekrytera nya förare, medan Sveriges Konsumenter menade att det snarare syftade till att förbättra företagets dåliga rykte bland konsumenter.



”Äntligen ett rimligt svar på en problematik som tillåtits fortgå i decennier utan att några egentliga framsteg gjorts för att skydda konsumenterna.”

Johanna Hällén, generalsekreterare, på DN Debatt aproå Konsumentverkets förslag om att förbjuda telefonförsäljning

- **Förslag: Förbjud telefonförsäljning**

Just innan Cecilia Tisell avgick som generaldirektör för Konsumentverket i slutet av augusti uppmanade hon regeringen att förbjuda telefonförsäljning. Något som välkomnades av Sveriges Konsumenter som drivit samma krav under våren. Både vi och Konsumentvägledarnas förening har under många år mött otaliga konsumenter som lurats in i dåliga köp av sluga telefonförsäljare. Vi skrev därför en gemensam debattartikel i Dagens Nyheter och uppmanade regeringen att ta Konsumentverkets uppmaning på allvar och förbjuda telefonförsäljningen.

- **Fler samtal om varje konsumentproblem**

Under 2025 har Konsumentcentrum haft konsumentvägledning för Enskede-Årsta-Vantör stadsdel och Upplands-Bro kommun. Totalt hade vi 253 kontakter för Upplands-Bro kommun, varav 111 var enskilda ärenden och 140 var återkommande. Könsfördelningen var i snitt 55 procent män och 45 procent kvinnor. För Enskede-Årsta-Vantör stadsdel hade vi 899

kontakter, varav 421 var enskilda ärenden och 322 var återkommande. Könsfördelningen var i snitt 53 procent kvinnor och 47 procent män. Sammantaget har vi alltså haft 1 152 kontakter varav 532 är enskilda ärenden resten återkommande kontakter och avvisade ärenden.

Vanligaste problemet var en felaktig vara eller en felaktigt utförd tjänst särskilt inom området hantverkstjänster och köp av begagnade bilar. Men det har också varit problem med obeställda varor särskilt inom hälsokostbranschen samt andra bedrägliga köp på så kallade dropshippingsidor.

- **Här är köpen vi klagade på mest 2025**

Bilden var i mångt och mycket likstämig i landets övriga kommuner. Även där dominerade köp av begagnade bilar, hantverkstjänster och telekom ärendena hos kommunernas konsumentvägledare. Det som överraskade mer var hur många som hört av sig om fakturor de fått för tjänster de trott varit gratis. Till exempel erbjudanden om att hjälpa till att avsluta prenumerationer, värderingar av begagnade bilar och hjälp att skriva ett cv.

Köphetsen som aldrig tar paus

Manipulation till överkonsumtion, smygreklam i överflöd och försök att runda EU-lagen. Såväl konsumentorganisationer som EU har haft fullt upp på det digitala området under året.

Några insatser under året

- Anmälde Shein för manipulation**
 I juni anmälde Sveriges Konsumenter och 24 andra organisationer inom BEUC fast fashionföretaget Shein till EU-kommissionen och våra nationella konsumentmyndigheter för brott mot EU:s direktiv om otillbörliga affärsmetoder. I anmälan kräver vi att Shein slutar manipulera konsumenter till överkonsumtion genom att utnyttja vilseledande webbdesign. Känsloladdat språk, infinite scroll, hets att köpa med budskap som ”snart slut” är bara några av alla de knep som företaget använder. Överkonsumtion av kläder orsakar enorm miljöpåverkan och ökar risken för skuldsättning. Redan tidigare under året uppmanade Sveriges Konsumenter regeringen att agera mot Shein, då det framkommit att företaget toppade Råd & Röns Svarta lista över företag som inte följer råden från Allmänna reklamationsnämnden.
- Meta försöker runda lagen**
 2024 tvingades Meta göra förändringar till följd av den anmälan som Sveriges Konsumenter och 19 andra europeiska konsumentorganisationer gjorde till CPC-nätverket, nätverket för EU:s konsumentmyndigheter. Men förändringarna räcker inte. Meta fortsätter bryta mot grundläggande konsument- och dataskyddslagstiftning. Plus att Meta bryter mot den nya förordningen om digitala marknader, DMA. Därför uppmanade vi myndigheterna att återigen vidta åtgärder mot techjätten. Meta samlar in för mycket persondata och det är otydligt vad konsumenter ombeds ge samtycke till. Därför bör även den irländska dataskyddsmyndigheten tillsammans med EU:s övriga dataskyddsmyndigheter granska hur Meta efterlever GDPR.
- TEMU fortsätter bryta mot EU-lagar**
 Den kinesiska marknadsplatsen Temu är en inkörsport för illegala och farliga produkter som inte hör hemma i EU, det står klart efter ett flertal granskningar av olika konsumentorganisationer. Därför uppmanade Sveriges Konsumenter och den europeiska konsumentorganisationen BEUC gemensamt EU-kommissionen att slutföra sina utredningar av Temu, fortsätta arbetet med EU:s tullreform och att ta fram en bred och ambitiös handlingsplan för att ta itu med alla de problem som konsumenter möter på onlinemarknader. Under hösten skrev vi och 66 andra organisationer dessutom ett [öppet brev till EU](#) med krav på att täppa till kryphål i lagen för en mer rättvis handel.
- Barn och unga i digitala miljöer**
 Under 2025 har Sveriges Konsumenter med medel från Konsumentverket drivit projektet ”Barn och unga i digitala miljöer”. Projektet har fokuserat på barn och ungas utsatthet när det gäller marknadsföring på digitala plattformar och hur vi bättre kan skydda dem. Inom ramen för projektet har vi tagit fram en gedigen kunskapsöversikt över hur lagstiftningen ser ut i dag. I en ståndpunkt har vi formulerat förslag till ny lagstiftning för att täppa till de luckor som finns i dagens lagstiftning och som skapar otrygghet för barn och unga. Arbetet med kunskapsöversikt och ståndpunkt har skett brett och öppet genom möten och rundabordsamtal. Tillsammans med BEUC och andra europeiska konsumentorganisationer har vi också granskat influencermarknadsföring (se nedan). Projektet avslutades med ett riksdagsseminarium där förslag till ny lagstiftning presenterade. På seminariet medverkade politiker från Socialdemokraterna och KD, Reklamombudsmannen, generaldirektör för Konsumentverket, Unicef, och organisationen SomeBuddy.
- Granskning: Massor av smygreklam delas av influencers**
 Två av tre inlägg där influencers visar upp ohälsosamma livsmedel borde varit reklammärkta. Det visar en granskning som Sveriges Konsumenter gjorde tillsammans med BEUC och som publicerades i slutet av året. Vi följde ett antal varumärken för att därigenom upptäcka misstänkta influencersarbeten. Gemensamt kräver vi bland annat omvänd bevisbörda vid misstänkt reklamsamarbete, förbud mot marknadsföring av ohälsosam mat mot barn i sociala medier.



”Det är tydligt att Shein inte bara struntar i hållbarhetsfrågorna, det är en nonchalans på alla plan.”

Johanna Hållén, generalsekreterare

- **Ångerknapp införs efter vår kritik**

Många av Sveriges 20 största digitala medietjänster gör det onödigt krångligt att säga upp sin prenumeration. Det kunde vi avslöja i en [uppmärksammas granskning under 2024](#). Tjänsterna tvingar bland annat konsumenter att gå igenom överflödiga steg och ta sig förbi visuella hinder innan det går att säga upp en tjänst. Vi slog fast att lösningen är konkreta lagkrav som bekräftar den generella principen om att det ska vara lika lätt att säga upp som att ingå ett avtal.

Under 2025 nämnde konsumentministern och Konsumentverket granskningen vid flera tillfällen. Regeringen la sedan ett lagförslag om att e-handlare och andra som säljer tjänster online ska ha en ”ångerknapp”, för att lättare kunna ångra ett ingånget avta. Knappen, som ska förväntas finnas från juni 2026, hjälper dock inte den som vill säga upp en tjänst som man haft längre än så.

- **EU granskar speljättar efter vår anmälan**

Under våren 2024 anmälde vi spelstudio Star Stable Entertainment AB för deras marknadsföring mot barn. Dels för att de riktar köpuppmaningar mot barn, dels för bruket av så kallade virtuella valutor. Ett år senare kom beskedet: svenska och norska konsumentmyndigheterna leder en EU-koordinerad insats mot företaget. Samtidigt publicerade konsumentmyndigheternas CPC-nätverk en vägledning om just virtuella valutor. Anmälan har väckt stort medialt intresse, samtidigt som branschen hävdade att regleringar från EU kan hota hela spelbranschen. Ännu har inget slutbesked kommit från konsumentmyndigheterna.

Året då vi fick två jättar att backa

Samtidigt som hållbarhetsarbetet backar i politiken runt om i världen skärpte Fair Finance Guide sitt arbete i finanssektorn. Och det har gett resultat!

Några insatser under året

- **Rekordgenomslag för Fair Finance Guide**

Det blev ännu ett intensivt år för vårt granskningsinitiativ Fair Finance Guide, som gjorde allt för att hålla emot tendenser till backlash på hållbarhetsområdet. Totalt genomfördes 14 granskningar som bland annat avslöjade svenska investeringar i vapenexport till kriget i Gaza, kontroversiella gruvor i DR Kongo och Indonesien, och nya miljardlån från svenska storbanker till bland annat oljebolag i Arktis. Genomslaget blev rekordstort med över 250 artiklar i svensk och internationell media och över 5 000 skickade protestmejl till sin bank via sajten. Det fick effekt på bankerna. Den största framgången var att vi lyckades pusha fram ännu en svensk storbank att välja den i princip fossilfria vägen, efter att Swedbank beslutat att stoppa sina lån till fossilbolag. Även Sjunde AP-fonden – som är Sveriges största pensionsfond med sex miljoner sparare – gjorde en större kursändring kring fossila investeringar efter vårt intensifierade påverkansarbete. Årets största besvikelse var däremot att Nordea tog kliv tillbaka på klimatområdet. Men efter att vi avslöjat detta har ingen annan svensk bank tagit liknande kliv tillbaka. Under året har vi också lyckats hitta ytterligare privata givare som, tillsammans med våra partnerorganisationer, gör att vi kan fortsätta initiativet under 2026. Läs mer om [året som gått här](#).

- **Intensifierat arbete mot bedrägerier**

Under 2025 har arbetet med att förebygga bedrägerier intensifierats. Inte minst mot bakgrund av att arbetet med att ta fram en EU-lagstiftning, betaltjänstförordningen, tog fart under året. Tillsammans med organisationer som Villaägarna, FUB, pensionärsorganisationerna, Företagarna, Småföretagarna, Brottsofferjouren och Stöldskyddsföreningen har vi uppvakttat, statsråd, riksdagspolitiker och EU-parlamentariker,

skrivit debattartiklar och öppna brev för att få till en skärpt lagstiftningen. Allt för att skydda konsumenter mot bedrägerier. Vi har också satt press på bankerna att ta sitt ansvar genom att följa det brittiska exemplet där bankerna är transparenta med bedrägerier och i stor omfattning betalar ersättning till drabbade. Under Almedalsveckan arrangerade vi, tillsammans med medlemsorganisationen PRO, ett välbesökt seminarium där vi lyfte fram det brittiska exemplet. Tony Herbert från den brittiska konsumentorganisationen Which? medverkade. Likaså Marie Jespersson från Finansinspektionen, Peter Göransson, Bankföreningen, Ashton Thorp, brittiska ambassaden i Stockholm och PRO:s ordförande Åsa Lindestam. Det förslag till ny lagstiftning som ligger på bordet och ska antas under 2026 är bättre än nuvarande, men det finns fortfarande stora luckor innan vi har ett fullgott konsumentskydd.

- **Greenwashing i grönt sparande**

Var tredje sparare undviker att spara i gröna fonder på grund av utbredd greenwashing. Det visade en granskning som Sveriges Konsumenter gjorde tillsammans med elva andra konsumentorganisationer inom BEUC. Samtidigt har en stor andel konsumenter en övertro på hållbara fonder. Man tror helt enkelt att de regleras av tydliga krav. Men de regelverken finns inte, utan det är bankerna och fondbolagen själva som bestämmer huruvida en fond är grön eller inte. Nu förslår EU en ny kategorisering av fonder. Men även där ser Sveriges Konsumenter risker för fortsatt greenwashing.

”Det är många som i dag försöker leva mer klimatvänligt och samtidigt så kan deras pensionspengar investeras i företag som gör raka motsatsen.”

Jakob König, projektledare för Fair Finance Guide, i Sveriges Radio Ekot

Vågar vi tro på flygbolagens löften?

21 flygbolag som lovat sluta med greenwashing och tusentals deltagare på kursen för ett kemikaliesmart hem. Det är bara några av årets framgångar i vårt hållbarhetsarbete under året.

Några insatser under året

- **Flyget lovar sluta med greenwashing**

2023 anmälde Sveriges Konsumenter tillsammans med 22 andra BEUC-medlemmar 17 flygbolag för greenwashing. Kritiken handlade bland annat om att det är vilseledande påståenden om effekterna av klimatkompensationer, användandet av ord som ”grön”, ”hållbar” och ”ansvarsfull” i reklamen, när den faktiska lösningen på flygets utsläpp ligger långt fram i tiden.

Europas konsumentmyndigheter instämde i kritiken och utökade granskningen till att omfatta fler bolag. Under 2025 kom så beskedet att 21 flygbolag lovar sluta med vilseledande klimatpåståenden. Samtidigt meddelade EU-kommissionen att man ska följa upp flygbolagens kommunikation, med hot om böter om greenwashing fortsätter.

- **Plastkampen – guider för minskat avfall**

Inom EU-projektet Baltiplast har vi vidareutvecklat och spridit det beteendeförändrande programmet Plastkampen för att minska onödig plast hos hushåll. Programmets 390 deltagare minskade i genomsnitt sitt plastavfall med 35 procent. Vi har också genomfört en nationell opinionsundersökning om konsumenters attityder till plast. Utifrån våra lärdomar från projektet har vi lanserat en guide om avfallsförebyggande insatser hos hushåll, som lanserades under ett webinarium med Håll Sverige Rent och Västerås stad, där ett 30-tal kommuner deltog. Vi har även spridit kunskap om hållbar plastanvändning i våra sociala medier och på Västerås Cityfestival, samt lyft konsumentperspektivet i externa sammanhang, bland annat vid Naturvårdsverkets årliga konferens.

- **Stort intresse för kemikaliesmarta hem**

Inom EU projektet LIFE ChemBee har vi stärkt konsumenters kunskap om skadliga ämnen i hemmet och hur exponeringen kan minska, genom utbildningsinsatser baserade på materialet

Mitt kemikaliesmarta hem. Vi har genomfört totalt 21 utbildningstillfällen och har utbildat 499 kemikaliesmarta ambassadörer. Under året lanserades även en webbaserad version av kursen, som nådde 4 000 besökare under årets två sista månader. Parallellt har vi kommunicerat i sociala medier om kemikaliesmarta val i vardagen, utvecklat vår webbplats och stärkt samarbetet med medlemsorganisationer, civilsamhällesaktörer och kommuner.

- **Varning för förenklingspaket om kemikalier**

Vi har lämnat våra synpunkter på EU-kommissionens förenklingspaket på kemikalieområdet (Omnibus VI) och varnat för att förslagen riskerar att försvaga konsumentskyddet och öka exponeringen för skadliga kemikalier. Vi har även kontaktat samtliga svenska Europaparlamentarikar med våra inspel. Vårt budskap är tydligt: förenkling får inte ske på bekostnad av konsumenters hälsa och säkerhet.

- **Fortsatt arbete för att stoppa PFAS**

PFAS är en av vår tids största kemikalieutmaningar – evighetskemikalier som skadar både hälsa och miljö. Under året har vi drivit frågan framåt genom att lyfta konsumentperspektivet i samhällsdebatten, bland annat via radio- och tv-inslag samt debattartiklar i egen regi och tillsammans med andra aktörer. Vi kräver ett globalt PFAS-förbud och uppmanar Sverige att gå före med nationell reglering, vilket vi tydliggjort i ett öppet brev till ansvariga ministrar. Vi har också genomfört en uppföljande granskning av vilseledande marknadsföring kopplat till PFAS-påståenden.

- **Nytt projekt: STOPP! – stoppa inflödet av oönskade kemikalier**

Tillsammans med RISE, IVL och Svensk Handel har vi fått beviljat projektmedel från Formas för projektet ”STOPP! – stoppa inflödet av oönskade kemikalier”. Inom projektet kommer vi att arbeta sektorsövergripande för att förbättra kommunikationen gentemot allmänheten om kemikalierisker i importerade produkter. Projektet startade i november 2025 och pågår till sista mars 2027.



”Det är jättebra
nyheter att
flygbolagen efter vår
anmälan lovar sluta
locka konsumenter
med falska gröna
påståenden.”

Johanna Hållén,
generalsekreterare

REMISSER OCH UTREDNINGAR

Remisser

- Animalieproduktion med hög konkurrenskraft och gott djurskydd, (SOU 2024:56), Landsbygds- och infrastrukturdepartementet. Tillsammans med Vi konsumenter.
- Kontantutredningen (FI2024/02595), Finansdepartementet.
- Tillfälligt sänkt moms på livsmedel (FI2025/01687), Finansdepartementet
- Ett nytt konsumentkreditdirektiv (SOU 2024:69), 2025

Utredningar

- Utredning om ny produktansvarslag (SOU 2025:103). Christine Fransholm deltog i utredningen.

ORGAN DÄR VI REPRESENTERAR KONSUMENTER

- Allmänna reklamationsnämndens insynsråd
- ANEC, den europeiska konsumentrösten i standardiseringen
- BEUC, den europeiska konsumentorganisationen
- Consumers International, den internationella konsumentorganisationen
- CPAG, EU-kommissionens konsumentpolicyarbetsgrupp
- Fair Finance Internationals styrgrupp
- Internetstiftelsens styrelse
- ISO COPOLCO, internationella standardiseringens konsumentkommitté
- Jordbruksverkets råd för hållbar produktion och konsumtion av livsmedel
- Kommerskollegiums råd för utrikeshandel
- Konsumentverkets insynsråd
- Livsmedelsverkets samverkansgrupp för konsumentfrågor
- Livsmedelsverkets märknings- och livsmedelsinformationsgrupp
- Nämnden för statlig tandvårdsersättning
- Reklamombudsmannens opinionsnämnd
- Riksbankens betalningsråd
- Standardiseringsarbete inom 18 konsumentviktiga områden
- Standardiseringens konsument- och arbetstagaråd (SKA-rådet)
- Svenska Miljömärkningsnämnden (Svanen)
- SWEDAC:s marknadskontrollråd
- TACD, den transatlantiska konsumentdialogen

MEDIEMEDVERKAN

• Förväntat tapp på mediefronten

Efter några väldigt starka år sjönk antalet publiceringar under 2025 till 798. En siffra som trots allt fortfarande är bra. Tappet var förväntat till följd av de personalneddragningar som kansliet tvingats till. Vi har helt enkelt inte haft kraft att göra egna granskningar i samma omfattningar som tidigare. Och kommunikationsavdelningen har i princip uteslutande jobbat inom projekt och inte så mycket med allmänt kommunikationsarbete.

STANDARDISERING

• Deltog i 18 olika kommittéer

Sveriges Konsumenter har under 20 års tid deltagit aktivt i standardiseringsarbete. Detta uppmärksammades tillsammans med våra medlemsorganisationer vid Sveriges Konsumenters årsmöte i april. Vårt långsiktiga engagemang möjliggörs av främjandemedel från SKA-rådet (standardiseringens konsument- och arbetstagaråd) Under 2025 har vi koordinerat 19 representanters arbete i 18 tekniska standardiseringskommittéer. Fokus för arbetet är säkerhet, användbarhet, tillgänglighet och hållbarhet. Flera av våra representanter deltar även på europeisk och internationell nivå och arbetet utförs i nära samarbete med den europeiska konsumentrösten i standardisering, ANEC.

Våra medlemsorganisationer 2025

Arbetarnas Bildningsförbund ABF
Astma- och allergiförbundet
Djurskyddet Sverige
FritidsOdlingens riksorganisation, FOR
Funktionsrätt Sverige
Hyresgästföreningen
Jagvillhabostad.nu
Konsumentvägledarnas förening
Landsorganisationen i Sverige, LO
Medveten Konsumtion
Pensionärernas riksorganisation, PRO
Resenärerna
Reumatikerförbundet
Riksförbundet frivilliga samhällsarbetare
SIOS, Samarbetsorgan för etniska organisationer i Sverige
Svenska Celiakiförbundet
Svenska Djurskyddsföreningen
SKPF Pensionärerna
SPF Seniorerna
Verdandi
Vi Konsumenter
Äkta vara

Två nya
medlemmar!

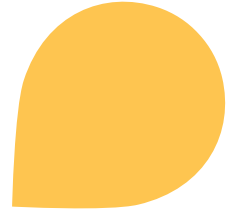
Läs mer om våra medlemmar:
www.sverigeskonsumenter.se/medlemsorganisationer

Vår tidning

Sedan 2006 ger Sveriges Konsumenter ut konsumenttidningen Råd & Rön, en kommersiellt oberoende tidning och en av få tidningar utan annonser. Vårt uppdrag är att genom gedigna tester hjälpa läsarna att kunna göra kloka val som sparar tid och pengar. Oavsett om det gäller vilka försäkringar du behöver eller inte behöver, vilket kylskåp som lever upp till kraven eller att din nästa måltid inte innehåller onödiga bekämpningsmedel. Vi vill också bidra till en långsiktigt hållbar konsumtion, både för den egna plånboken och för den planet vi ska lämna efter oss.

www.radron.se





Sveriges Konsumenter är en oberoende ideell organisation som arbetar för ökad konsumentmakt. Vi verkar för alla konsumenters självklara rätt till skydd, inflytande och möjlighet att göra medvetna och hållbara val. Organisationen arbetar brett med konsumentfrågor, men lägger också särskilt fokus vid frågor som rör livsmedel, banktjänster, tillgänglighet, integritet på nätet och hållbar konsumtion. Bakom vår organisation står 22 medlemsorganisationer.

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

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

 **SVERIGES
KONSUMENTER**

Postadress: Kabyssgatan 4D, 120 30 Stockholm
Besöksadress: Hammarbybacken 27
Telefon 08-674 43 00
info@sverigeskonsumenter.se
www.sverigeskonsumenter.se