

Effektrapport Sveriges Konsumenter

Om effektrapporten

Denna effektrapport är utformad enligt Giva Sveriges anvisningar från och med 2020. Vi har valt att rapportera på en grundläggande nivå utifrån tre valbara nivåer; Grundläggande, fördjupad och utförlig rapportering. Rapporten avser vår verksamhet under 2023, alltså perioden 2023-01-01 till och med 2023-12-31.

Rapporten behandlar endast ett urval av vår verksamhet inom de verksamhetsområden som är relevanta för effektmätningen och Giva Sveriges riktlinjer. För en mer heltäckande bild av Sveriges Konsumenters verksamhet och ekonomi hänvisar vi till vår verksamhetsberättelse och årsredovisning som finns att läsa på vår hemsida: <https://www.sverigeskonsumenter.se/om-oss/>

Sveriges Konsumenter

Sveriges Konsumenter bildades 1992 och 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 med särskilt fokus vid frågor som rör livsmedel, banktjänster, tillgänglighet, integritet på nätet och hållbar konsumtion.

Sveriges Konsumenter är en paraplyorganisation och har enbart ideella organisationer som medlemmar, små och stora. 2023 hade vi 21 medlemsorganisationer. Det finns inga enskilda medlemmar. På årsmötet väljer medlemsorganisationerna styrelsen som består av nio ledamöter.

Sveriges Konsumenters kansli arbetar utifrån den verksamhetsinriktning som medlemsorganisationerna beslutar om. Generalsekreteraren leder det strategiska arbetet tillsammans med kanslichefen. Totalt hade kansliet 2023 14 anställda medarbetare bestående av sakkunniga, projektledare, konsumentvägledare och kommunikatörer.

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.

Sveriges Konsumenter äger tidningen Råd & Rön, som bedriver verksamhet i ett av Sveriges Konsumenter helägt aktiebolag med redaktionell självständighet. Bolaget finansieras helt av försäljning av tidningsprenumerationer och enskilda tester.

Sveriges Konsumenter ger rådgivande konsumentvägledning på uppdrag av flera kommuner och stadsdelar. Men bedriver även konsumentvägledning för medlemmar i utvalda medlemsorganisationer, inom ramarna för ett projekt.

Varför vi behövs

Svenska konsumenter befinner sig i den kanske svåraste krisen under lång tid med stora kostnadsökningar, ökad digitalisering, bedrägerier och energikris – samtidigt som marknaden blir allt mer komplex. Kopplingen mellan klimatförändringar, biologisk mångfald och vår konsumtion uppmärksammas alltmer vilket gör att konsumentrörelsens roll blir viktigare, mer utmanande och mer krävande.

Nya tjänster, inte minst digitala, tillkommer ständigt och som konsumenterna förväntas ta ställning till och anpassa sig efter. Artificiell intelligens, uppkopplade produkter och nya sätt att handla och betala

digitalt förbättrar för många men innebär också problem. I samhället ser vi digitalt utanförskap, informationsöverflöd, dold reklam, aggressiva säljmetoder med mera.

Vissa målgrupper är särskilt utsatta och löper risk att drabbas extra hårt av konsumtionssamhällets baksidor; hit hör äldre, barn och unga samt personer med funktionsnedsättning.

Rollen som samlande, demokratiskt förankrad konsumentrörelse har blivit viktigare och mer krävande. Civilsamhället och i synnerhet konsumentorganisationer kan och bör ges en mer framträdande roll för att ge konsumenter makt och verktyg att hantera komplexa val och konsumtionsmiljöer samt främja en hållbar utveckling och en hälsosam livsstil.

Vår vision

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

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

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

I vår vision utgår perspektiv och synsätt hos beslutsfattare från konsumenternas behov i vardagen och FN:s nio grundläggande konsumenträttigheter.

Våra mål

I vår Handlingsplan, som sträcker sig till slutet av 2024 och som är organisationens strategidokument, beskriver vi **tre övergripande mål**.

1. En stark och hållbar konsumentpolitik

Vårt mål är att aktivt bidra till nya eller reviderade lagar i Sverige och nya eller reviderade EU-lagar utifrån våra politiska ståndpunkter.

Politiskt ansvar och politiska förändringar på såväl nationell, europeisk och internationell nivå är nödvändiga för att stärka konsumenternas rättigheter. Det gäller såväl lagstiftning som andra effektiva regler tillsammans med en fungerande tillsyn så att reglerna efterlevs.

2. Medvetna och kritiskt tänkande konsumenter

Vårt mål är att aktivt bidra till ökad medvetenhet, kunskap och aktivitet hos breda grupper av konsumenter i Sverige.

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

3. Sveriges Konsumenter – en välkänd och respekterad part

Vårt mål är att Sveriges Konsumenter ska vara väl känd och ha hög synlighet i medierna, vilket medför både ett högre medvetande hos konsumenterna och en respekt och förändringsvilja hos dem vi vill påverka – företag, myndigheter och politiker.

Så arbetar vi för att nå våra mål

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

Politiskt påverkansarbete gentemot nationella och europeiska politiker och tjänstemän och även tillsynsmyndigheter. Det kan gälla Regeringskansliet, riksdagen och dess utskott men också kommunala beslutsfattare, såväl som i Europaparlamentet, Ministerrådet, EU-kommissionen samt internationella organ.

Företagsdialog med branschorganisationer eller enskilda men betydelsefulla företag i syfte att uppnå förändringar och förbättringar för konsumenterna.

Opinionsbildning – utspel, kampanjer, mediaaktiviteter och aktiviteter i sociala medier för att skapa en medvetenhet bland konsumenter och därmed också beslutsfattare med det yttersta syftet att få till en förändring.

Tjänster för konsumentmakt – företrädesvis digitala tjänster som hjälper konsumenterna att göra medvetna val, att samverka och att direkt påverka företag och politiker.

Folkbildning – systematiskt arbete med målgruppsanpassade budskap på utvalda arenor. Det kan handla om undervisningsmaterial, webbtjänster, seminarier med mera.

Sveriges Konsumenters resurser

Anställda

På Sveriges Konsumenters kansli i Stockholm arbetar 14 anställda (2023) med bred kompetens inom konsumentområdet (konsumentvägledning, projektledning, kommunikation, sakpolitisk kunskap om digitala rättigheter, nationell och internationell konsumentpolitik samt administration och ekonomi).

De anställda arbetar med påverkansarbete riktat mot myndigheter, beslutsfattare och allmänheten och i ett flertal projekt finansierade av bland annat EU och Allmänna arvsfonden.

Ideellt engagerade

Utöver organisationens anställda är ett 70-tal personer ideellt engagerade i bland annat vår styrelse, i interna arbets- och styrgrupper och som konsumentrepresentanter i standardiseringsarbetet och i olika myndighetsråd.

Medlemsorganisationer och nätverk

Medlemsorganisationerna representerar olika konsumentgrupper inom det svenska samhället och arbetar med diverse sakfrågor som har bäring inom konsumentområdet. Medlemsorganisationerna samarbetar med kansliet i det politiska påverkansarbetet (remissvar, ståndpunkter, representation i nationella och internationella beslutsorgan) och driver även gemensamma projekt och kommunikationsinsatser. Sveriges Konsumenter är medlem i den europeiska konsumentorganisationen BEUC, som vi samarbetar med mycket kring konsumenträtt på EU-nivå. Organisationen är även medlem i Ideell Arena och NOD.

Tidningen Råd & Rön

Sedan 2006 ger Sveriges Konsumenter ut Råd & Rön, Sveriges största konsumenttidning, som dessutom är reklamfri. Tidningen har funnits sedan 1958 och gavs först ut av Konsumentverket. Råd & Rön bedriver verksamhet i ett av Sveriges Konsumenter helägt aktiebolag med redaktionell självständighet. Bolaget finansieras helt av försäljning av tidningsprenumerationer och enskilda produkttester.

Intäkter och kostnader

2023 uppgick verksamhetsintäkterna till 13 138 tkr. Fördelningen av intäkter från olika källor och bidragsgivare framgår av diagram 1 nedan. Projektbidrag kommer bland annat från EU och Allmänna arvsfonden. Exempel på övriga intäkter är konsumentvägledningen, som organisationen utför på uppdrag av kommuner och stadsdelar i Stockholm stad. Under 2023 hade Sveriges Konsumenter inga intäkter från gåvor eller donationer eftersom insamlingsverksamheten startade under 2024.

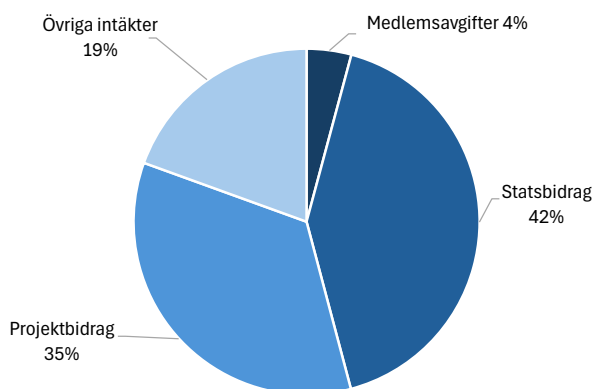


Diagram 1: Verksamhetsintäkter 2023

2023 års verksamhetskostnader uppgick till 13 193 tkr. Diagram 2 visar fördelningen av kostnaderna beroende på om det är ändamålsenlig verksamhet (omfattar allt arbete med politisk påverkan, kommunikation och projekt) eller administration (lokalkostnader och övergripande administrativa kostnader inklusive personal) och intern demokrati (styrelsearbete).

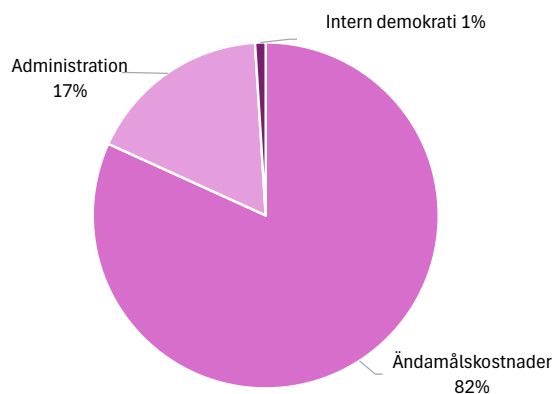


Diagram 2: Verksamhetskostnader 2023; ändamål

Diagram 3 visar fördelningen av kostnaderna uppdelat i personalkostnader, kostnader för lokalhyra och övergripande administration samt övriga kostnader för exempelvis hemsida, kommunikation och resor.

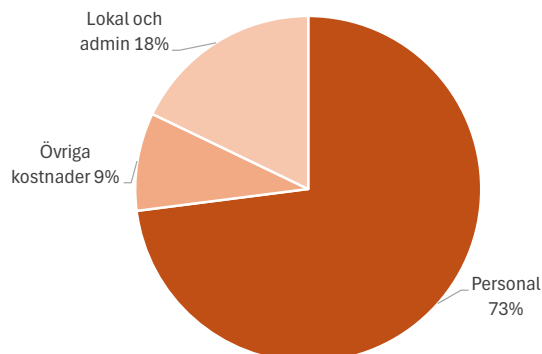


Diagram 3: Verksamhetskostnader 2023; typ av kostnad

Resultat – prestationer, utfall och effekt

Nedan redovisas ett urval av aktiviteter och resultat som organisationen bedömer är relevanta för effektmätningen och Giva Sveriges riktlinjer. För en mer heltäckande bild av Sveriges Konsumenters verksamhet hänvisas till verksamhetsberättelse (<https://www.sverigeskonsumenter.se/om-oss/>)

Konsumentvägledning

Under 2023 har Sveriges Konsumenters konsumentvägledare gett rådgivning till konsumenter i totalt 1 226 ärenden. Det är dels konsumenter som är invånare i kommuner eller stadsdelar som vi tillhandahåller konsumentvägledning till, dels medlemmar i de medlemsorganisationerna vi samarbetar med i projekt.

Konsumentvägledarna har under året hållit föreläsningar inom konsumenträtt och har medverkat i otaliga intervjuer i media.

Politiskt påverkansarbete & marknadstillsyn

Under 2023 har vi suttit som experter i tre statliga utredningar – om betalningar, överskuldssättning och resegaranti. Utöver det har vår personal och ett stort anta ideellt engagerade har representerat konsumentperspektivet i ett 70-tal råd, kommittéer och styrelser. Här presenterar vi ett urval av resultat från vårt arbete med politisk påverkan och marknadstillsyn både nationellt och på EU-nivå.

Stärkta rättigheter för resenärer

Sveriges Konsumenter har länge arbetat för ett starkare konsumentskydd vid resor. Tidigare har det resulterat i bättre skydd vid flygresor och nu blir det även stärkta rättigheter vid tåg- och bussresor. Passagerare får ett bättre skydd vid ombokning och det blir enklare att transportera cyklar på tåg. Dessutom har det träffats en överenskommelse mellan Konsumentverket och Samtrafiken gällande kollektivresor med tåg eller buss. Det handlar om ”kom-fram-garantin” som gäller via samarbetet Resplus, där i stort sett alla kollektivtrafikbolag ingår. Nu får resebolagen ansvar att lösa missade anslutningar som uppstår på grund av trafikstörningar.

Resegarantisystemet utreds

Sveriges Konsumenter deltog i utredningen om ett förbättrat resegarantisystem, där vi påtalade behovet av att skyddet för resenärer måste förbättras, bland annat i situationer då resebolag går i konkurs. Det är viktigt att resegarantisystemet ger resenären ett effektivt, fullgott och likvärdigt skydd – och att ersättningar betalas ut så snabbt som möjligt. Vi stödjer därför bland annat införandet av en resegarantifond som ska säkerställa att alla resenärer får pengarna de har rätt till.

Samarbete för en effektivare tillsyn

Sveriges Konsumenter deltar aktivt inom den europeiska konsumentrörelsens omfattande arbete för en effektiv tillsyn av konsumentskyddet. En spännande utveckling är det allt närmare samarbetet mellan de europeiska tillsynsmyndigheterna, CPC-nätverket, EU-kommissionens DG JUST och den europeiska konsumentrörelsen. Ett samarbete som resulterat i gemensamma aktiviteter och myndigheters agerande för att komma till rätta med EU-gemensamma konsumentproblem.

Konsumentperspektiv på livsmedelsstrategin

Regeringen vill ta fram en ny livsmedelsstrategi med huvudsaklig inriktning på ökad produktion inom landet. Sveriges Konsumenter var med vid kick-offen, har uppvaktat regeringen och gjort inspel. Samtidigt har vi deltagit i två andra politiska processer – om mål för hälsosam och hållbar livsmedelskonsumtion och om nya kostråd.

Vi anmälde Metas prenumerationsmodell

Betala dyrt för tjänsten eller godkänn att din data utnyttjas för anpassad reklam – det tvingades Facebooks användare att ta ställning till på nolltid. En form av utpressning menade vi och anmälde tillsammans med 19 andra europeiska konsumentorganisationer Meta för olagliga marknadsmetoder.

Överskudsättning

Höjda räntor, kostnadsökningar och fulsälj av krediter fick antalet fall hos Kronofogden att slå rekord under 2023. Överskudsättningsutredningen, som Sveriges Konsumenter deltog i, kom med en rad konstruktiva förslag. Dock hade vi önskat betydligt striktare regler för bland annat reklam för konsumtionslån och reglerna för ändrad avräkningsordning (att betala kapitalskulden före räntan). Sveriges Konsumenter publicerade dessutom en reviderad ståndpunkt om konsumtionslån och överskudsättning där vi argumenterar för bland annat skuldregister, räntetak och skärpt kreditprövning.

Kritik får EU-kommissionen att agera

Efter upprepade kritik från Sveriges Konsumenters initiativ Fair Finance Guide (FFG) om att EU:s regelverk SFDR bidrar till grönvaskning av fonder i stället för att motverka grönvaskning, har EU-kommissionen beslutat att göra en översyn av regelverket. FFG har genom sina granskningar visat på upprepade exempel på ohållbara investeringar hos fonder som med stöd av EU:s regelverk marknadsförs som gröna. Under hösten 2023 genomförde EU:s finansmyndighet ESMA en första konsultation kring förändringsbehov i regelverket.

Kommunikation och kunskapshöjande insatser

Sveriges Konsumenters genomslag i media har under 2023 varit mycket stort – sammanlagt 1 360 publiceringar – vilket innebär nästan fyra framträdanden per dag i press, radio eller TV. Här är ett urval av insatser som har fått stor spridning och bidragit till ökad medvetenhet, kunskap och aktivitet hos breda grupper av konsumenter i Sverige – enligt ett av våra tre mål.

LIVSMEDEL

Kampanj om ekologiska livsmedel

För femte året i rad var vi med i informationskampanjen EKO-september. Under våren genomförde vi en granskning av dagligvaruhandelns kampanjer för ekologiskt jämfört med försäljningen av ekologiska livsmedel, vi arrangerade ett rundabordssamtal med dagligvaruhandeln samt använde digitala kanaler för att sprida information och öka kunskapen om ekologiska livsmedel. Med hjälp av kända profiler och egna inlägg i sociala medier hade kampanjen en räckvidd på 207 000 personer under kampanjmånaden.

Förbjud reklam för skräpmat till barn

För att skydda barn från framtida sjukdomar bör marknadsföring av ohälsosam mat till barn och unga förbjudas. Det var temat i en debattartikel som skrevs av Sveriges Konsumenter, Cancerfonden, Unicef Sverige och Hjärt-lungfonden. Bakgrunden är ökningen av obesitas och övervikt, som uppges kosta samhället omkring 70 miljarder kronor årligen, ovanpå allt mänskligt lidande.

INFLATION & KOSTNADSÖKNINGAR

En av åtta tvingas hoppa över måltider

Mellan december 2021 och mars 2023 steg matpriserna med 26,8 procent, enligt SCB. Hur påverkar det den enskilda konsumenten undrade vi och gjorde en webbenkät i mars–april, som sedan besvarades av drygt 800 personer, däribland medlemmar från PRO, SPF Seniorerna, Äkta vara och Funktionsrätt Sverige. Resultatet var nedslående. Fyra av fem angav att prishöjningarna påverkat vilken och hur mycket mat de kan köpa. Hela 13 procent svarade att de tvingas hoppa över måltider. Det positiva var att många angav att de minskat matsvinnet och att de lagar mer mat från grunden än tidigare. Tillsammans med en rad medlemsorganisationer skrev vi en debattartikel om situationen.

Sen höjning av sparräntan

Bolåneräntan var en stor fråga under 2023 i och med den kraftiga höjningen. Däremot var bankerna inte lika snabba med att höja inlåningsräntan, vilket Sveriges Konsumenter flera gånger kritiserade dem för i media. Till sist var det en av bankerna som gick före, och Sveriges Konsumenter uppmanade de andra att följa det goda exemplet.

FINANSIELLA TJÄNSTER

30 000 protestmejl till pensionsfonderna

Fair Finance Guide (FFG) lämnade in förslag till bolagsstämorna hos SEB, Nordea och Swedbank med krav på att bankerna stoppar sitt stöd till oljebolag som expanderar utvinningen av fossila bränslen, så som Handelsbanken och Danske Bank redan gjort. FFG uppmanade också svenska pensionsfonder, som är storägare i bankerna, att rösta på förslagen. Svenska pensionssparare skickade över 30 000 mejl till pensionsfonderna med uppmaning att agera. Förslag gick inte igenom men initiativet fick stor

uppmärksamhet i media och även på bolagsstämmorna där FFG:s representant talade. Detta är ett påverkansarbete som kräver uthållighet för att nå förändring.

Nya verktyg för att granska investeringar

Fair Finance Guide (FFG) har under året tagit fram två nya guider. Dels guiden Greening Cash Action Guide om hur företag kan mäta och påverka klimatavtrycket från pengarna på banken. Guiden är ett samarbete med initiativet Exponential Roadmap Initiative. FFG har även varit med och utvecklat det internationella webbverktyget Financial Exclusions Tracker, som visar vilka bolag som är svartlistade av banker och pensionsfonder på grund av exempelvis allvarlig miljöskada och kränkningar av mänskliga rättigheter.

HÅLLBAR KONSUMTION

Flera stora insatser mot greenwashing

Sveriges Konsumenter har varit del av två större internationella kampanjer där vi fokuserat på greenwashing. I den första granskades flygets marknadsföring och vi anmälde 17 flygbolag till våra nationella konsumentmyndigheter för otillbörliga affärsmetoder. I den andra utfördes en stor enkät i 16 olika länder som visade att få konsumenter faktiskt förstår innebörden av gröna påståenden och olika märkningar. Här krävs stramare lagstiftning och bättre tillsyn. Vi har dessutom deltagit i flera offentliga debatter om greenwashing tillsammans med handeln, EU-politiker med flera.

Nytt projekt ska minska onödigt plastavfall

Genom ett nytt treårigt EU-projekt med partners från Östersjöregionen ska hushållens onödiga plastavfall som kommer från engångsplast och förpackningar minskas. Projektet har fördjupat oss i plastfrågan och metoder för beteendeförändrande insatser, genomfört målgruppsanalyser och arbetat fram ett upplägg för ett beteendeförändrande plastbantprogram. Programmet testas och utvärderas av hushåll i Västerås under 2024.

Ny kurs ska minska kemikalieexponering

Sveriges Konsumenter har under året tagit fram en praktisk kurs och digitala verktyg för att frivilliga "ambassadörer" ska kunna lära sig om skadliga kemikalier som kan finnas i vardagsprodukter och hur man kan minska exponeringen för kemikalier. Tanken är sedan att ambassadörerna ska dela med sig av kunskapen till familj och vänner och hjälpa fler att rensa ut och undvika skadliga kemikalier i sina hem. Detta ingår i EU LIFE-projektet Chemical Ambassadors for Europe.

22 företag anmälda för vilseledande marknadsföring kring PFAS-ämnen

Det skadliga PFAS-ämnet PFOA förbjöds i varor 2020. Trots det möts konsumenter av budskapen "fri från PFOA" på nya stekpannor. Sveriges Konsumenter menar att det skapar en falsk trygghet eftersom stekpannorna ofta innehåller andra PFAS-ämnen. Därför anmälde Sveriges Konsumenter 22 tillverkare och återförsäljare av stekpannor för vilseledande marknadsföring. Sveriges Konsumenter publicerade sina granskningar av stekpannor och våffeljärn och tipsade konsumenter om PFAS-fria alternativ. Genom våra kommunikations- och lagstiftningsinsatser stödjer Sveriges Konsumenter EU-förslaget för ett förbud mot PFAS i konsumentprodukter.

Hur vi mäter

För att kunna mäta måluppfyllelse och effekt av vårt arbete använder vi oss följande indikatorer:

- Kommunikation – räckvidd/spridning av pressmeddelanden, debattartiklar och andra kommunikationsinsatser
- Genomslag i politiken, såväl i Sverige som i EU – gällande nationella lagar samt regelverk och direktiv på EU-nivå
- Ärenden och satsningar hos tillsynsmyndigheterna
- Förändringar hos företagen
- Involvering av medlemsorganisationer
- Kännedom om Sveriges Konsumenter bland allmänheten

Lärdomar för framtiden

Sveriges Konsumenter har ett litet kansli och begränsade ekonomiska och personella resurser, trots detta bedömer vi att vi har varit framgångsrika i vårt påverkansarbete med många viktiga segrar inom konsumenträtten. Vi har även haft ett stort medialt genomslag och har fångat upp frågor som berör stora grupper av konsumenter, så som kostnadsökningar och inflation.

Sveriges Konsumenter är ett välkänt varumärke med hög trovärdighet bland beslutsfattare, näringsliv och media. Ett av våra mål är att öka organisationens kännedom bland allmänheten. I slutet av 2023 lät kansliet därför göra en kännedomsundersökning som visade att kännedomen ökat från 30 till 31 procent jämfört med 2021, trots ett historiskt stort genomslag i media under året.

Att kännedomen inte ökat mer kan bero på att konsumentområdet är så brett och att det därför är svårt att förmedla ett enkelt budskap om organisationens arbete. Sveriges Konsumenters profil är på gott och ont bredare än många andra organisationer som arbetar för en enskild sakfråga. Att smalna av arbetet innebär dock risken att organisationen tappar frågor som är viktiga ur ett konsumenträttsligt perspektiv och som ingen annan organisation arbetar med.

Sveriges Konsumenter behöver fortsätta och bli ännu bättre på att kommunicera arbetet och resultatet av det som görs till allmänheten. Det blir än viktigare att framöver samarbeta med andra organisationer kring olika sakfrågor så att vi kan bredda våra kommunikationskanaler och nå ut till nya målgrupper.

En annan lärdom från 2023 är att det har ett stort värde att genomföra egna undersökningar. Eftersom Sveriges Konsumenter inte har individuella medlemmar har vi samarbetat med medlemsorganisationerna för att nå ut till stora grupper konsumenter och få en bild av hur de drabbas av aktuella händelser som exempelvis kostnadsökningar. Det finns stor potential att utveckla detta samarbete i framtiden.