



# 2023

ÅRSREDOVISNING

© Konsumentverket 2024

ISBN 978-91-88815-57-6

Foto: Johnér, Konsumentverket, Shutterstock

Tryck och formgivning: Universitetstryckeriet, Karlstad 2024

# Innehållsförteckning

<b>INLEDNING</b>	<b>4</b>
Generaldirektören har ordet	5
Året i siffror	8
<b>RESULTATREDOVISNING</b>	<b>9</b>
Verksamhetsstyrning och resursfördelning	10
<b>Myndighetsövergripande</b>	<b>13</b>
<b>Verksamhetsområde Företag</b>	<b>17</b>
Resultatområde: Marknadsrätt	18
Resultatområde: Produktsäkerhetsrätt	26
<b>Verksamhetsområde Konsument</b>	<b>29</b>
Resultatområde: Konsument Europa	30
Resultatområde: Konsumentupplysning (Hallå konsument)	34
Resultatområde: Money from Sweden	39
<b>Verksamhetsområde Kunskap</b>	<b>41</b>
Resultatområde: Kunskapsbyggande	42
Resultatområde: Stöd via andra aktörer	44
<b>Analys av Konsumentverkets effektmål</b>	<b>50</b>
<b>Personal och kompetensförsörjning</b>	<b>57</b>
<b>FINANSIELL REDOVISNING</b>	<b>61</b>
<b>Finansiell redovisning</b>	<b>61</b>
Resultaträkning	62
Balansräkning	63
Anslagsredovisning	65
Tilläggsupplysningar och noter	67
Sammanställning över väsentliga uppgifter	78
<b>Bilagor</b>	<b>79</b>
Bilaga 1. Kostnad per resultatområde	80
Bilaga 2. Bidrag till organisationer	81
<b>BEDÖMNING OCH INTYGANDE</b>	<b>89</b>

---

# Inledning

---

Generaldirektören har ordet

s. 5

Året i siffror

s. 8



# Generaldirektören har ordet



När jag blickar tillbaka på 2023 tänker jag mycket på alla som fått det kärvare ekonomiskt. En av tre har haft svårt att klara löpande kostnader för mat och boende under året. När det är tufft att hantera livsnödvändigheterna är det än viktigare att konsumenter inte utnyttjas eller vilseleds på ett sätt som ökar de ekonomiska utmaningarna. På Konsumentverket har vi preliminära beräkningar som visar att konsumenternas kostnad för att hantera problem som uppkommer i konsumtionen är minst 41 miljarder kronor varje år. Det är på tok för mycket och så här i myndighetens summering av verksamhetsåret vill jag passa på att utveckla mina tankar om några samhällsutmaningar som vi, tillsammans med andra, måste hjälpas åt att hantera.

Priset på mat har ökat med över 25 procent på ett par år. Det är en historiskt hög siffra. Det har resulterat i att hushållen handlar mindre mat samtidigt som livsmedelskontot tar en allt större del av budgeten. Den som måste vända på slantarna letar ofta efter billigare varor och sänkta priser. Röda realappar har en stark dragningskraft, men det gäller att se upp. Vi har gjort en stor granskning av reापåståenden på nätet. Livsmedel ingick visserligen inte, men resultatet är nedslående: sju av tio företag följer inte reglerna för prismärkning. Det är alltför vanligt att reapriset jämförs med ett för högt tidigare pris. På så sätt ser rean förmånligare ut än den är. Förutom att konsumenter luras snedvrider det konkurrensen på marknaden. Det är hög tid att handeln skärper sig.

## *Konsumtionslånen har mer än fördubblats på 15 år*

För den som har svårt att få ekonomin att gå ihop kan det vara extra lockande att delbetala eller handla på kredit. Svenskar är generellt sett högt skuldsatta, på tredje plats inom EU och dubbelt så högt som genomsnittet. Det blir allt vanligare att låna pengar till vardagsköp; konsumtionslånen har mer än fördubblats på 15 år. Från att tidigare i huvudsak ha lånat till stora inköp som bostad och bil är uppskjutna betalningar och krediter idag ett vanligt sätt att finansiera allt från hygienartiklar och mat till resor och

möbler. Majoriteten av dem med skulder hos Kronofogden har tagit lånen för att klara löpande utgifter och det är smålån på under 4 000 kronor som står för hälften av skulderna.

Lån och krediter ska betalas tillbaka och för den som kommer efter med betalningarna kan kostnaderna bli mycket höga. Det är betydligt vanligare att den som tagit konsumtionskrediter får inkassokrav än den som tagit andra typer av lån. Särskilt vanligt är det bland unga och låginkomsttagare, som samtidigt är de målgrupper som företagen punktmarkerar med reklam för konsumtionslån. Konsekvenserna av skuldproblem tidigt i livet blir ofta allvarliga eftersom det tenderar att leda till långvarig skuldsättning.

Förändrade livssituationer ligger ofta bakom att någon hamnar i skuldfällan. Tillsammans med Kronofogden och Finansinspektionen talade jag om överskuldsättning på Almedalen i somras. Förslagen som lyftes av oss gemensamt var skärpt kreditprövning, ett gemensamt skuldregister och en förändrad avräkningsordning på skulder registrerade hos Kronofogden. Dessutom ser jag behov av förbud mot telefonförsäljning av krediter. Vår granskning av kreditförmedlars marknadsföring per telefon visar allvarliga brister med svartlistade marknadsföringsmetoder, och den som förleds att ta en ogenomtänkt kredit riskerar en ohållbar skuldsättning.

### *Kvinnor och yngre är mest benägna att ställa om sin konsumtion för att minska klimatpåverkan*

De ekonomiskt tuffa tiderna har också inneburit att hushållen köper färre ekologiska varor – försäljningen av kravmärkt mat har minskat flera år i följd. För att konsumenter ska kunna ta miljöhänsyn är det centralt att information och reklam inte är missvisande. En europeisk studie visar att få bryr sig om miljöaspekter när de handlar trots att de vet att konsumtionen behöver bli mer hållbar. Knappt hälften prioriterar miljömärkta produkter och var tredje säger sig ha identifierat så kallad grönmålade marknadsföring, det vill säga reklam som framställer produkter som mindre miljöbelastande än de är. Europeiska jämförelser visar även att konsumenter i Sverige är mer skeptiska till miljöargument och tar mindre hänsyn till miljöaspekter inför ett köp, jämfört med konsumenter i andra länder.

Kvinnor och yngre är mest benägna att ändra sitt beteende i en hållbarare riktning, bland annat när det gäller minskad energianvändning i bostaden, färre köp av kläder, möbler och hemelektronik, minskat matsvinn samt mindre konsumtion av kött. Däremot är det få som vill förändra sitt resande. Utsläppen från flyg ökar och utsläppen från svenskarnas flygresor orsakar lika stor klimatpåverkan som all biltrafik i Sverige.

En generellt sett sund trend är att begagnat-handeln växer snabbt, i genomsnitt elva procent de senaste fem åren – inte minst den nätbaserade andrahandsmarknaden. Det är främst unga vuxna och småbarnsföräldrar som driver på begagnat-handeln men intresset ökar över lag.

Om vi på riktigt ska ta kliv mot att hållbar konsumtion ska bli enklare och öka vill jag upprepa och understryka en av slutsatserna i vår rapport Konsumtion på villovägar som publicerades för ett par år sedan. Där lyfte vi

fram att det främst är styrning på utbudssidan som kan bidra till en konsumtion med mindre klimatpåverkan. Insatser för att informera och medvetandegöra konsumenter har en högst begränsad effekt.

### *Svenska konsumenter kan mindre och litat mer på myndigheterna*

I ett EU-perspektiv sticker svenska konsumenter ut i några avseenden. De handlar mer på nätet, har betydligt lägre kunskap om konsumenträttigheter men en mycket högre tillit till att myndigheterna finns till hands när det kniper.

E-handeln i Sverige står för cirka 15 procent av den totala handeln. Det är en tillbakagång sedan i fjol, men minskningen sker från en hög nivå efter den snabba utvecklingen under pandemiåren och fram till 2030 spås en fördubbling av e-handels försäljningsandel.

### *AI på gott och ont*

Under året har diskussionerna om olika former av artificiell intelligens, AI, tagit fart på allvar. För oss på Konsumentverket är det viktigt att på ett klokt vis hålla koll på och dra nytta av den utveckling som AI kan innebära för våra interna arbetsformer och processer. Men först och främst måste vi vara på tårna för att följa hur ny teknik påverkar konsumenterna. Företagens metoder och tillgång till personliga data möjliggör redan idag identifiering av sårbarheter på ett sätt som kan utnyttjas för att förmå konsumenter att göra ogenomtänkta eller oönskade köp.

Konsumenters medvetenhet om företagens strategiska, databaserade och algoritmstyrda marknadsföring har ökat, även om få inser vidden av övervakningen de är föremål för eller hur de insamlade personuppgifterna kan komma att användas. Studier visar att många upplever press när de besöker företag på nätet och nästan

hälften uppger att de i slutänden köpte något de inte hade tänkt köpa. Många känner att de saknar kontroll över innehåll och köpbeslut på internet och nästan hälften upplever att de blivit felbehandlade av e-handelsföretag. Däremot är det förhållandevis få som klagat eftersom de tror att chanserna att få rätt är små.

Precisionen i den digitala övervakningsteknologin är särskilt svår att stå emot för konsumenter med betalningsproblem eftersom de regelbundet exponeras för särskilt riktade och individanpassade erbjudanden som anspelar på känslan av att nya lån kommer att förbättra och förenkla situationen.

### *Spel till barn utgör kommersiella marknadsplatser*

Barn och unga vuxna tillbringar 60 procent av sin lediga tid framför en skärm och konsumtion av varor och tjänster är en naturlig del av livet på nätet. Barn är samtidigt en målgrupp med utvecklade kritisk förmåga som därför hanterar budskap, upplevelser och erbjudanden fundamentalt annorlunda än vuxna. Spel till barn utgör allt oftare kommersiella marknadsplatser med manipulerande design och utstuderad arkitektur där shopping och konsumtion blir en del av spelet, spänningen och belöningen. Studier visar en flitig förekomst av så kallad vilseledande webbdesign i spel riktade till barn. Ännu mer utmanande blir såväl kartläggning av konsumentproblem som tillsynsinsatser i de så kallade virtuella världarna (VR). I VR-spelen uttraderas gränserna mellan lek, underhållning och kommersiellt påträngande och manipulerande budskap på ett sätt som gör det i princip omöjligt att förstå vad som är vad. 90 procent av 8–19-åringar spelar datorspel och en fjärdedel av mellanstadieeleverna använder VR-spel och användningen ökar. Konsumentskyddet på de stora digitala spelplattformarna är därför ett område som jag ser att Konsumentverket, tillsammans med nationella och internationella systemmyndigheter, måste ha i fokus.

### *Sårbara i digital värld*

Konsumentverket har länge fokuserat på företeelser som skapar, ökar eller utnyttjar sårbarheten hos konsumenter. Faktum är att, i och med digitaliseringen och utvecklingen av den individanpassade marknadsföringen, finns sårbarheter hos var och en av oss. På så sätt kan alla konsumenter i olika sammanhang vara sårbara och för dem med redan tidigare tuffa förutsättningar har sårbarheten ökat ytterligare. Bedrägeribrotten var den brottskategori som

ökade mest under 2023 och bland bedrägerierna stod kortbedrägerier och social manipulation (bedragaren tar kontakt, exempelvis genom ett telefonsamtal, och vilseleder en person att göra något som ger bedragaren ekonomisk vinning) för den största ökningen, 44 respektive 36 procent.

Inte minst vill jag lyfta fram hur bristande säkerhet i bankernas digitala system ger upphov till en särskild sårbarhet som drabbar många på ett orimligt vis. Konsumentombudsmannen har därför gjort något så ovanligt som att bevilja biträde till en privatperson i en tvist mot en av storbankerna. Anledningen är att Konsumentombudsmannen vill se en bredare rättspraxis som täcker in fler bedrägeriförfaranden än vad som följer av den vägledande dom som Högsta domstolen meddelade häromåret. I dag riskerar många att bli av med alla sina besparingar när de utsätts för bedragare som med fula knep utnyttjar både bankernas och konsumenternas svaga punkter. Att få bukt med den eskalerande bedrägeriverksamheten är synnerligen angeläget av flera skäl, både för den enskilde konsumenten och för samhället i stort. Bankerna har en särställning i samhället och det är viktigt att förtroendet för dem består. Bankerna har här en läxa att göra, anser jag.

### *Våra kunniga medarbetare har konsumenternas bästa i fokus*

Trots att målet med mina rader är att summera 2023 kan jag inte låta bli att avsluta med en framåtblick. Vi har fått i uppdrag av regeringen att föreslå hur Konsumentverket och Fastighetsmäklarinspektionen, FMI, skulle kunna slås samman. Oavsett vad beslutet blir är jag övertygad om att det arbete vi gör nu kommer att resultera i fler smarta samarbeten, inte bara med FMI utan med andra myndigheter och aktörer som vi behöver kroka arm med för att ännu bättre lyckas med våra uppdrag. Vi har kunniga och kompetenta medarbetare som alltid sätter verksamhetsnyttan i fokus. Att känna arbetsglädje och få bidra till samhällets bästa är en ynnest. Vi kommer att fortsätta att förvalta vårt uppdrag och vårt ansvar på bästa sätt.

Cecilia Tisell  
Konsumentombudsman och  
generaldirektör för Konsumentverket



# Året i siffror

Svarat på

**57 000**

frågor från  
konsumenter

Budgetkalkylen är vår mest besökta webbsida med cirka

**121 300** besök

**76%**

av marknadskontrollsärendena  
inom område  
produksäkerhetsrätt har  
avslutats med rättelser



**692** varselbrev

**179** miljoner

kostar  
Konsumentverket

**82%**

av tillsynsärendena inom  
område marknadsrätt har  
avslutats med att företagen  
rättat sig frivilligt

**188** anställda

**2,85** miljoner

besök på våra webbplatser  
hallåkonsument.se och  
konsumentverket.se

**KO har vunnit  
7 av 9**

möjliga domar, helt eller delvis

**26 000**

anmälningar till Konsumentverket



Konsumentverket  
förekom i

**8 900**

inslag i tidningar,  
radio och tv

**420 000**  
Stoppat  
farliga varor vid gränsen



Säkra barn

upplaga  
**50 000**  
ex/år

---

# Resultat- redovisning

---



# Verksamhetsstyrning och resursfördelning

Konsumentverkets uppdrag framgår av förordningar, regleringsbrev och särskilda uppdrag.

## Vår verksamhetsstruktur

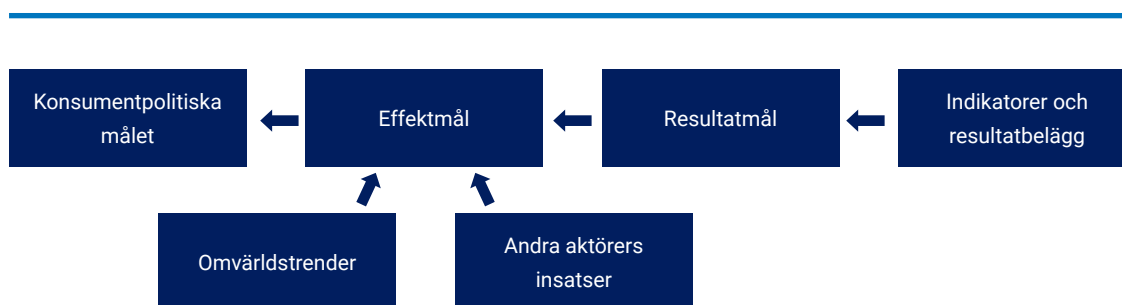
Verksamhetsområden (VO) är myndighetens administrativa indelning som, så långt det är möjligt, samlar våra huvudsakliga målgrupper för verksamheten: VO Företag – målgrupp företag, VO Konsument – målgrupp konsumenter och VO Kunskap – målgrupp andra aktörer. Inom respektive verksamhetsområde finns ett antal resultatområden som redovisas både ekonomiskt och i text. Indelningen i resultatområden är gjord utifrån respektive verksamhetsområdes uppdrag. Varje resultatområde byggs upp av ett antal aktiviteter. Ambitionen är att vår verksamhetsstruktur ska vara långsiktig, men vissa justeringar kan behövas även om det utmanar möjligheten att jämföra kostnader över tid. För 2023 har tidigare resultatområdet Stöd till konsument delats upp i tre nya resultatområden: Konsumentupplysning, Konsument Europa och Money from Sweden. Det påverkar dock inte möjligheten att jämföra kostnader och intäkter över tid. Som en del av Konsumentverkets verksamhetsstruktur ingår också styrande och stödjande delar.

## Verksamhetsstyrning och uppföljning

Konsumentverket har, med utgångspunkt i det konsumentpolitiska målet, formulerat två myndighetsgemensamma effektmål som anger vilka effekter vi vill bidra till med vår verksamhet, ”Konsumentskadan minskar” och ”Hållbar konsumtion blir enklare”. Målkedjan är uppbyggd av effektmål och resultatmål som i sin tur byggs upp av indikatorer och resultatbelägg.

Att säkert uttala sig om effekter av en verksamhet med Konsumentverkets bredd är i princip omöjligt. Andra faktorer i samhället har stor påverkan på såväl skadan för konsumenter som möjligheten att handla hållbart. I avsnittet Analys av Konsumentverkets effektmål gör vi en bedömning av hur våra insatser bidrar till att uppnå effektmålen, och för ett resonemang om hur omvärldstrender och andra aktörers insatser påverkar samma mål.

För varje resultatområde finns ett resultatmål. De är viktiga för såväl planering och styrning som uppföljning av verksamheten. Resultatmålen följs upp med hjälp av mätbara indikatorer och andra viktiga resultatbelägg. En sammantagen bedömning av om vi har uppnått resultatmålen görs för respektive resultatområde. Även andra resultat, som inte kan följas upp med hjälp av indikatorer eller resultatbelägg, men som bidrar till resultatet för verksamheten, beaktas i resultatredovisningen.



Figur 1. Målkedjan



## Kostnadsredovisning

Kostnadsredovisningen är fördelad per verksamhetsområde. Dessutom finns en bilaga där vi i tabellform redovisar kostnaderna per resultatområde.

Vi har för 2023 gjort bedömningen att vi inte har några ärenden eller ärendetyper som behöver redovisas utifrån kraven i kapitel 3 i förordningen om årsredovisning och budgetunderlag.

## Verksamhetsplanering på kort och lång sikt




Konsumentverkets strategiska planering omfattar både en årsvis verksamhetsplanering och ett mer långsiktigt perspektiv som integreras i verksamhetsplanen. Konsumentverkets långsiktiga verksamhetsinriktning pekar ut fyra generella utvecklingsområden: digitalisering, innovationsförmåga, arbetet mot företag samt kunskapsbyggande om konsumenters förutsättningar. Konsumentverket har även 2023 arbetat med den myndighetsövergripande prioriteringen Konsument på kredit – en välfungerande konsumentkreditmarknad. Prioriteringen innebär ett ökat fokus på konsumentproblem inom området samt högre grad av samordning. Insatserna genomförs och följs upp i ordinarie verksamhetsstruktur och redovisas därmed i respektive resultatredovisning.

För att stärka medarbetarnas och organisationens effektivitet och flexibilitet har vi identifierat tre förmågor som vi kontinuerligt arbetar med att utveckla: samarbete, idéutveckling och medledarskap.

## Integrerade perspektiv

Konsumentverket ska enligt sin instruktion integrera både ett funktionshinderperspektiv och ett jämställdhetsperspektiv samt att verka för att de nationella miljömålen nås. Även det sistnämnda kan ses som ett integreringsuppdrag, i detta fall av miljöperspektivet. Det tydliggörs också av att vi enligt förordningen om miljöledning i statliga myndigheter ska integrera miljöhänsyn i myndighetens verksamhet.

För att enkelt kunna följa integrerauppdragen i årsredovisningen har vi under respektive VO markerat insatser kopplade till dem med tre symboler:

-  Miljöperspektivet
-  Jämställdhetsperspektivet
-  Funktionshinderperspektivet

I de fall redovisningen kräver komplettering eller resonemang ur ett mer myndighetssammanhållet perspektiv än vad som kan göras inom respektive VO, återfinns det i avsnittet Myndighetsövergripande insatser.

## Resursfördelning per verksamhetsområde med kostnader, intäkter och transfereringar

Redovisningen inkluderar direkta kostnader, myndighetsgemensamma kostnader (OH) och intäkter som fördelats på respektive verksamhetsområde. Redovisning av kostnader inklusive OH finns även per resultatområde i bilaga. Fördelningen av lönekostnader görs med stöd av tidredovisningen. OH-kostnader fördelas proportionerligt utifrån andelen personår på respektive verksamhetsområde. Beräkningen av personår (heltid) utgår från 208 arbetsdagar per person. Transfereringar redovisas i separat tabell och inkluderas inte i tabellen över verksamhetens kostnader.

De lägre personalkostnaderna under 2022 berodde främst på personalrörlighet. Under 2023 har antalet årsarbetare ökat jämfört med 2022 års nivå, men den enskilt största orsaken till kostnadsökningen 2023 är lönerrevisionen. För övriga kostnader innefattar ökningen högre rättegångskostnader jämfört med 2022.

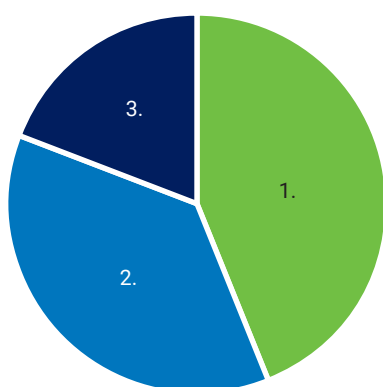
Kostnadsfördelningen mellan verksamhetsområdena tar utgångspunkt i våra uppdrag och följer fortsatt myndighetens prioriteringsmodell, där VO Företag nyttjar störst andel av våra medel följt av VO Konsument och därefter VO Kunskap.

## Verksamhetens kostnader

Resursfördelning verksamhetsområden (tkr)	2021	2022	2023
Företag	68 821	72 119	79 328
Konsument	61 713	59 680	66 140
Kunskap	46 256	38 358	33 164
<b>Summa</b>	<b>176 790</b>	<b>170 157</b>	<b>178 632</b>

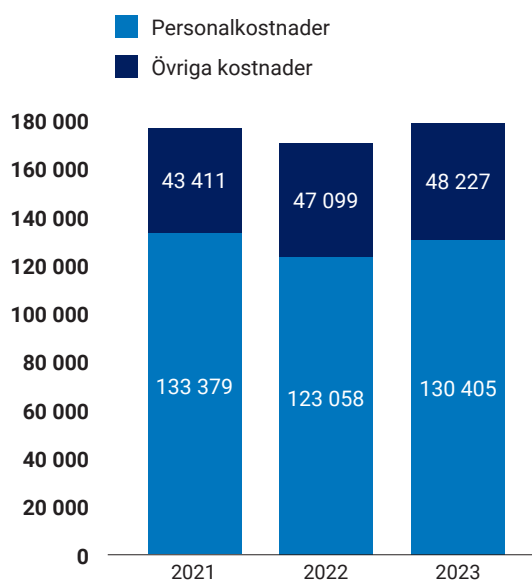
Kostnaderna för 2021 har räknats om så långt det har varit möjligt enligt den verksamhetsindelning som gäller för 2022 och 2023.

## Fördelning av kostnader mellan verksamhetsområden



1. Företag 44 %  
 2. Konsument 37 %  
 3. Kunskap 19 %

## Verksamhetens kostnader 2021–2023 (tkr)



## Transfereringar (lämnade bidrag)

Transfereringar, verksamhetsområden (tkr)	2021	2022	2023
Företag	1 500	1 500	1 500
Konsument	-	-	-
Kunskap	15 802	11 790	12 496
<b>Summa</b>	<b>17 302</b>	<b>13 290</b>	<b>13 996</b>

## Verksamhetens intäkter

Fördelning av verksamhetens totala intäkter (tkr)	2021		2022		2023	
	Intäkter av anslag	Övriga intäkter	Intäkter av anslag	Övriga intäkter	Intäkter av anslag	Övriga intäkter
Företag	67 123	1 698	69 695	2 424	75 578	3 750
Konsument	57 068	4 645	54 843	4 837	60 259	5 881
Kunskap	43 884	2 372	36 563	1 795	31 223	1 941
<b>Summa</b>	<b>168 074</b>	<b>8 716</b>	<b>161 101</b>	<b>9 056</b>	<b>167 060</b>	<b>11 572</b>

Övriga intäkter = avgiftsintäkter, bidrag och finansiella intäkter.

Intäkterna för 2021 har räknats om så långt det har varit möjligt enligt den verksamhetsindelning som gäller för 2022 och 2023.



---

# Myndighets- övergripande

---



# Myndighetsövergripande

## Arbete i miljömålsrådet

Under mandatperioden 2022–2026 har Miljömålsrådet valt att samarbeta inom fem områden, och Konsumentverket medverkar i arbetet med ett av dem: *Samverkan för ett hållbart livsmedelssystem*. Under 2023 har de myndigheter som samarbetar inom området sammanställt en lista med viktiga hinder för företag och konsumenter att uppnå ett hållbart livsmedelssystem. Planen är att under 2024–2026 konkret arbeta för att undanröja dessa hinder. Samarbetet under 2023 har också omfattat utveckling av en process för att samordnat föra upp strategiska frågor till myndigheternas ledningsgrupper. Gruppen har även arbetat med att koordinera omvärldsbevakning av viktiga pågående arbeten, i första hand sådana som andra aktörer bedriver.

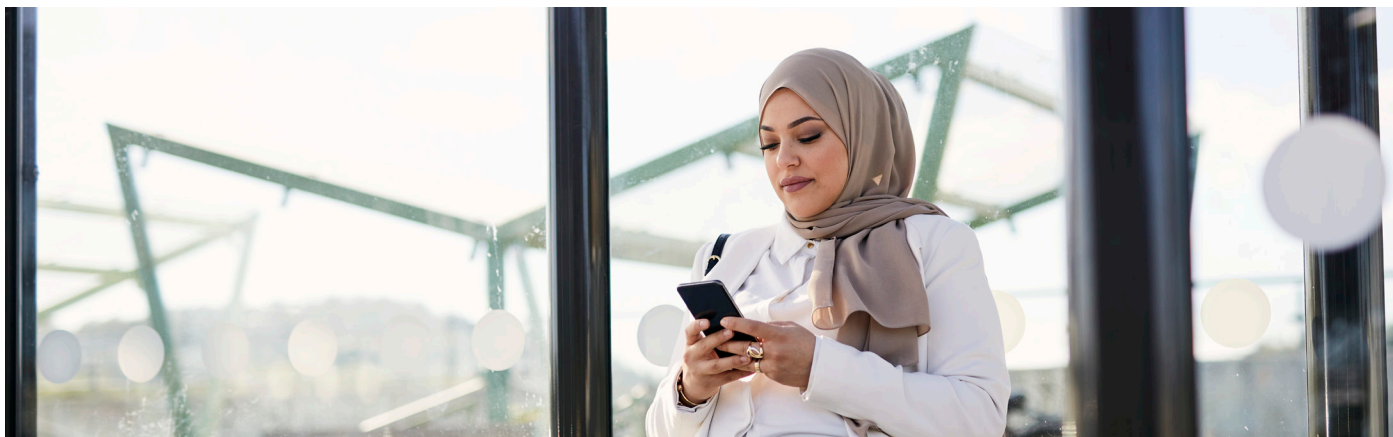
## Jämställdhetsintegrering

Konsumentverket arbetar fortsatt med jämställdhetsintegrering med syfte att bidra till att de jämställdhetspolitiska målen nås. Myndighetens inriktning för arbetet med jämställdhetsintegrering 2022–2025 är att öka kunskapen om könsrelaterade konsumentproblem samt att, i takt med den ökade kunskapen, genomföra relevanta och effektiva insatser som motverkar problemen. Som en del av arbetet deltar Konsumentverket i Jämställdhetsmyndighetens nätverksträffar och de båda myndigheterna har dessutom kontinuerliga avstämningsmöten.

Under året har vårt fokus varit att lära oss mer om skillnader i konsumenters problem beroende på kön. Konsumentverkets arbete

redovisas under respektive resultatområde. Genomförda åtgärder markeras i respektive resultatredovisning med en symbol. Utöver detta har följande genomförts:

- Förstudierapporten *Könsskillnader i konsumenters syn på krediter och marknadsföring av samlingslån* är genomförd. Syftet var att identifiera om det finns kunskapskillnader mellan könen inom området. Förstudien pekar bland annat på att det förekommer att influerare marknadsför samlingslån och att kvinnor i högre grad än män möter sådan marknadsföring.
- Konsumentverket har från ett arbetsgivarperspektiv fortsatt arbetet med det jämställdhetspolitiska målet om att mäns våld mot kvinnor ska upphöra. Arbetet sker genom att inkludera frågor om utsatthet och otrygghet i den mall som cheferna använder vid den årliga medarbetardialogen. Myndigheten säkerställer därmed att påverkan av våld i nära relationer ingår i det systematiska arbetsmiljöarbetet.
- Myndigheten deltar i en arbetsgrupp för konsumentskydd och genus inom ramen för FN:s organ för handel och utveckling (UNCTAD). Arbetsgruppen består av representanter från myndigheter och universitet runt om i världen. Syftet med arbetet är att utbyta erfarenheter och expertis om hur genus kan integreras i konsumentskyddsarbetet.



## Systematisk uppföljning av funktionshinderpolitiken

Som ett led i regeringens strategi för systematisk uppföljning av funktionshinderpolitiken ska Konsumentverket redovisa de åtgärder som vidtagits för att nå det nationella målet för funktionshinderspolitiken. Myndigheten ska också i den omfattning som det är möjligt bedöma och redogöra för måluppfyllelsen. Genomförda insatser markeras i årsredovisningen med en symbol under respektive resultatområde.

Myndigheten bidrar särskilt till det funktionshinderpolitiska målet genom tillsyn inom transportområdet, stöd till lärare och elever samt arbete med att förebygga överskuldssättning.

Uppdraget att integrera funktionshinderperspektivet och att vara medveten om tillgänglighetsfrågor är ständigt aktuellt i verksamheten. Arbete stärks genom processer och rutiner som säkerställer att frågan lyfts när insatser eller utvecklingsarbete planeras och utförs.

Konsumentverket fortsätter att öka sin kunskap om olika aspekter av funktionshinderperspektivet och har goda kontaktvägar för att kunna interagera med personer med funktionsnedsättningar samt främja delaktighet och en fortsatt utveckling av myndighetens bidrag till att nå det funktionshinderpolitiska målet. Myndighetens medarbetare har i år sett en teaterföreställning med efterföljande reflekterande samtal om hur personer med funktionsnedsättning kan ges bättre förutsättningar att vara en resurs i arbetslivet. Arrangemangets syfte var att öka kunskapen och förståelsen för detta.

## Konsumentverket.se

Konsumentverkets myndighetswebbplats innehåller bland annat information om myndighetens verksamhet, information till företag och skola samt tillgång till publikationer. Under året hade konsumentverket.se cirka 1,2 miljoner registrerade besök.

På webbplatsen kan konsumenter ladda ner relevanta köpekontrakt och mallar som stöd vid olika tillfällen, bland annat för vanliga

problemsituationer som köp av hantverkstjänster och begagnad bil. På konsumentverket.se finner företag information inom en rad områden, främst vad som gäller vid marknadsföring, prisinformation och avtalsvillkor. Konsumentverket.se innehåller också en funktion för att anmäla företag till myndigheten.

Under året har vi säkerställt att konsumentverket.se, liksom hallåkonsument.se, uppfyller kraven på tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning. Genom ett kontinuerligt arbete med hur information uttrycks och struktureras på webbplatsen underlättar vi för alla konsumenter att ta del av informationen.

## Svårt att mäta webbesök

För att få en mer omfattande bild av vilken effekt myndighetens digitala närvaro ger är det viktigt att betrakta webbstatistik ur flera perspektiv.

Vi ser en trend att myndighetens synlighet ökar direkt i sökmotorerna. Denna utveckling tror vi ger konsumenter möjlighet att få hjälp och information direkt från sökresultaten, utan att behöva klicka sig in på vår webbplats. Genom att inkludera visningar i sökmotorer och andra relevanta indikatorer kan vi öka vår insikt om hur användarna hittar och använder våra webbplatser.

Det är viktigt att poängtera att direkta jämförelser med tidigare års statistik är svåra att göra. Vi har under åren haft olika mätverktyg, vid vissa tillfällen tekniska problem med mätningen och inte minst ändrat hanteringen av kakor, även kallat cookies. Det senare innebär att vi bara mäter de användare som tackar ja till kakor, vilket gör att siffrorna kan ha blivit lägre utan att det verkliga besöksantalet nödvändigtvis är lägre. Webbplatsernas innehåll under olika perioder påverkar också statistiken, till exempel ökar besöksantalet ofta i samband med omvärldshändelser som orsakar stora problem för konsumenter. Minskningen av antalet registrerade besök på konsumentverket.se kan tyckas dramatisk men myndighetens bedömning är att de här beskrivna orsakerna ligger bakom förändringen. Vi ser inget skäl att tro att det är en stor reell minskning av besöksantalet.

### Antal besök på konsumentverket.se\*

	2021	2022	2023
Konsumentverket.se	2 180 000	1 913 000	1 202 000

\* Jämförelser med tidigare års statistik är svåra att göra.

## Information via medierna

### Genomslag i medierna

Medverkan i medier är ett viktigt och prioriterat arbete. Genom medierna når vi på ett effektivt sätt samtliga våra målgrupper. Myndighetens mediemedverkan under 2023 präglas av framför allt av KO:s arbete om bankernas ansvar vid bankbedrägerier. Men även KO:s rättsärenden mot influerare för dold marknadsföring i sociala medier har rönt mediernas intresse.

Totalt förekom Konsumentverket i 8 900 nyhetsartiklar och inslag i radio och tv. År 2022 var motsvarande siffra drygt 7 400.

### Genomslag i sociala medier

Under året har antalet följare i sociala medier ökat i våra kanaler för Facebook och LinkedIn. I slutet av året slogs myndighetens två Facebook-konton (Hallå konsument och Konsumentverket) ihop till ett gemensamt (Konsumentverket). På X (tidigare Twitter) tappar vi något mot tidigare år. Men det är också kanal som vi arbetar mindre aktivt med.

Inlägg som engagerar konsumenterna mest rör frågor som är aktuella i samhället, exempelvis konsumenträttigheter vid inställda resor, vad konsumenterna som drabbats av bankbedrägerier kan göra samt tips till konsumenterna som får falska fakturor för bilgaranti. Uppmärksamheten är också stor när myndigheten informerar om återkallelse av farliga varor.

Under det sista kvartalet har myndigheten ökat sin närvaro på Instagram. Enbart informationen om konsumenträttigheter kopplat till reaperioder fick över 700 000 exponeringar (ej unika användare).

## AI på Konsumentverket

Under 2023 inleddes ett arbete med att utforska och nyttja möjligheterna med artificiell intelligens inom ramen för något vi kallar en AI-hubb. Gruppens fokus är både vårt interna arbete och att bidra till bättre verksamhet. Konsumentverket kommer att noggrant övervaka marknadstrender och bedöma behovet av insatser för att skydda konsumenternas intressen.

Den snabba utvecklingen av AI ställer flera krav på oss som myndighet vad gäller lagstiftning, säkerhet och tillgänglighet inom aktuella områden. Omvärldsbevakning är av den anledningen grundläggande för AI-hubbens arbete. Ett sätt att omvärldsbevaka är genom samverkan med andra myndigheter och under hösten har vi bland annat utbytt erfarenheter med Kemikalieinspektionen.

## Regeringsuppdrag: myndighetssammanslagningar

I slutet av året fick Konsumentverket i uppdrag av regeringen att redovisa hur en sammanslagning med Fastighetsmäklarinspektionen, FMI, kan genomföras. Uppdraget ska redovisas till regeringen den 1 mars 2024.

---

# Verksamhets- område Företag

---

Resultatområde:  
Marknadsrätt

s. 18

Resultatområde:  
Produktsäkerhetsrätt

s. 26

# Resultatområde: Marknadsrätt

## Resultatmål

Konsumentverkets arbete bidrar väsentligt till att företagen följer de konsumentskyddande reglerna.

Konsumentverkets prioriterade marknader inom resultatområde marknadsrätt är resor, hälsa, folkhälsa, elektronisk kommunikation, boende, energi och motor, försäkringar, investeringar och pension, samt kredit- och betaltjänster. Varor och tjänster som inte hör till ett av de uppräknade fokusområdena återfinns under området övriga marknader.

Arbetet bedrivs främst i form av tillsyn (tematisk och löpande), ny- eller omförhandling av branschöverenskommelser samt information, föreskrifter och allmänna råd. Målet för verksamheten inom resultatområdet är att den väsentligt ska bidra till att företagen följer de konsumentskyddande reglerna. Efter årets uppföljning av resultaten, se nedan, bedömer vi att målet är uppfyllt.

## Löpande tillsyn

Under året avslutades 300 löpande tillsynsärenden, vilket är en ökning jämfört med 2022 då 245 tillsynsärenden avslutades. I tillsynsarbetet prioriterar vi alltid de mest angelägna konsumentproblemen inom respektive marknad men även utifrån ett marknadsövergripande perspektiv. Vår prioriteringsmodell, triagen, utgår ifrån hur stor konsumentskada, ekonomisk skada eller hälsorisk, som en viss affärsmetod orsakar eller kan orsaka. Beroende på marknad och hur allvarligt problemet är väljer vi vilken form av insats som är mest effektiv.

82 procent av ärendena har avslutats med att företagen rättat sig frivilligt, vilket ligger i linje med förra årets rättelsegrad som uppgick till 83 procent. I det fall bolag inte rättar sig lämnas normalt ärendet över till Konsumentombudsmannen, KO, som kan vidta rättsliga åtgärder.

KO har med anledning av bristande rättelser tagit två bolag till domstol och utfärdat sju förelägganden. KO har under året vunnit ett mål som avser ett företag som inte rättat sig i tillsynen. Övriga domar som meddelats det gångna året avser oklara rättsfrågor.

Miljö- och klimatpåståenden är vanligt förekommande i marknadsföring och därför är det fortsatt viktigt att granska den typen av påståenden. Konsumentverket har därför handlagt tolv löpande tillsynsärenden som rör miljöpåståenden i marknadsföring. Rättelsegraden är hög, 92 procent, men ett av bolagen som inte rättade sig föranledde en process i domstol. Se mer under avsnittet Särskilt viktiga domstolsprövningar. När det är påkallat prioriterar vi ärenden som avser miljö- och klimatpåståenden.

## Tematisk tillsyn

Konsumentverket har genomfört elva tematiska granskningar, vilket är en granskning mer än föregående år. Två av de tematiska granskningarna avser miljöpåståenden i marknadsföring: marknadsföring av installation av solcellsanläggningar och fondmarknadsföring. I årets granskning av miljöpåståenden i fondmarknadsföring konstateras förbättringar hos branschen jämfört med samma typ av granskning år 2020. Resultatet av de tematiska granskningarna skickas till granskade bolag, men även till relevant branschorganisation. Företagen informeras om att vi följer upp granskningarna med tillsynsinsatser om rättelse inte sker. Majoriteten av företagen på de marknader som granskas rättar sig efter en tematisk granskning.





## Branschöverenskommelser

Arbetet med branschöverenskommelser fortsätter med målet att de ska utgöra god sed inom en bransch. Det förutsätter att branschorganisationen genom sina medlemmar företräder en majoritet av företagen på den aktuella marknaden. Det är även viktigt att medlemsföretagen följer den ingångna överenskommelsen. Branschöverenskommelser som inte längre är ändamålsenliga sägs upp och ett sådant exempel under året rör täckning för mobila tjänster. Åtta överenskommelser har nytecknats eller omförhandlats under året, vilket är lika många som föregående år.

## Information, föreskrifter och allmänna råd

Under året har vi genomfört åtminstone 30 informationsinsatser, vilka är viktiga insatser som syftar till ökad regelefterlevnad. Insatserna handlar om informationsutskick till enskilda bolag och nya aktörer på marknaderna, föreläsningar för branscher eller andra sammanlutningar av företag samt informationsutbyte med branschorganisationer. Två av föreläsningarna rörde information om vad som gäller för miljöpåståenden i marknadsföring. Årets informationsinsatser är dock betydligt färre än förra året då vi genomförde 50 informationsinsatser. En förklaring är en större personalomsättning vilket medfört att exempelvis föreläsningar har fått stå tillbaka för arbetet med prioriterad tillsyn.

Med anledning av den nya bestämmelsen om prissänkningar i prisinformationslagen

har vi reviderat myndighetens *Vägledning om prisinformation* och även publicerat ett ställningstagande med anledning av den nya bestämmelsen, *Ställningstagande angående information om prissänkningar* (KOVRS 2023:1). Ett ställningstagande syftar till att underlätta enhetliga bedömningar i samband med tillsynsärenden samt att göra det enklare för företag att förutse hur Konsumentverket kommer att tillämpa reglerna. Ställningstagandet baseras på myndighetens bedömning av det aktuella rättsläget.

Under året har Konsumentverket även uppdaterat sina *allmänna råd om marknadsföring av alkoholdrycker till konsumenter* (KOVFS 2016:1). De uppdaterade allmänna råden börjar gälla 1 januari 2024. Några exempel på förändringar är att de nu även omfattar alkoholdrycksliknande preparat och att bildregeln har förtydligats efter praxis från Högsta domstolen.

## Viktiga insatser under året

### Kreditförmedlarnas marknadsföring

Krediter tecknas allt oftare via kreditförmedlare. Marknadsföringen är omfattande och offensiv samtidigt som skuldsättningen bland konsumenter ökar och allt oftare leder till problem. De senaste två åren har allt fler konsumenter anmält kreditförmedlars telefonförsäljning och för att få en tydligare bild av marknadsföringen genomfördes en granskning av de sex kreditförmedlare som fått flest anmälningar. Resultatet är nedslående och

visar på omfattande och allvarliga brister. Kreditförmedlarna använder sig av flera marknadsföringsåtgärder som är svartlistade enligt marknadsföringslagen, efterlever inte skriftlighetskravet och stressar konsumenter att så snabbt som möjligt signera kreditavtal. Granskningen visar att förmedlarna inte lämnar de förklaringar som konsumenten behöver för att kunna fatta ett genomtänkt beslut. Kreditförmedlarna tar inte tillvara konsumenternas intressen och önskemål, trots lagstadgad omsorgsplikt, utan agerar utifrån egna intressen.

Krediter är komplexa produkter som kan få både allvarliga och långvariga konsekvenser för den enskilde. Det är därför angeläget att konsumenterna i lugn och ro kan överväga sitt behov av ett lån, läsa avtalsvillkoren och begrunda vilka konsekvenser krediten för med sig.

Telefonen som försäljningskanal är redan i sig av påträngande natur. Förutom att konsumenten inte själv tar initiativet till samtalet ger kanalen stora möjligheter för säljaren att utöva påverkan på konsumenten, påverkan som kan vara svår för konsumenten att värja sig emot. Risken måste anses vara betydande att konsumenter vid telefonförsäljning stressas att teckna ogenomtänkta kreditavtal som dikterats främst av säljarens intressen. Konsumentverket har, som en följd av granskningen, i sitt remissyttrande över utredningen *Ett förstärkt konsumentskydd mot riskfylld kreditgivning och överskuldssättning* (SOU 2023:38) framfört att det är angeläget att ett förbud mot telefonförsäljning av krediter införs.

Hösten 2022 inleddes fyra ärenden mot kreditförmedlare rörande bolagens tv-reklam. I tre bolags reklamfilmer visades inledningsvis en mycket betungande skuldsituation för konsumenten. Därefter förmedlades budskapet att livet blivit lättare sedan konsumenten använt bolagets kreditförmedlingstjänst eller tagit ett lån via förmedlaren eller att kreditförmedlaren kan rädda konsumenten. I dessa reklamfilmer anspelades även på humor. I den fjärde kreditförmedlarens fall visades i stället en mycket harmonisk miljö vid marknadsföringen av krediten. Reklamfilmerna bedömdes strida mot måttfullhetskravet och för att komma till rätta med den otillbörliga kreditmarknadsföringen beslutade KO 2023 om förbuds förelägganden förenade med vite mot alla fyra bolag, trots att samtliga lovat rättelse.

## Kundtjänst

Det är ett grundläggande krav att konsumenter som fått problem med en produkt ska kunna komma i kontakt med företaget. Konsumentens möjlighet att utnyttja sina avtalsenliga och lagliga rättigheter försvåras avsevärt när det är svårt att nå företaget. Konsumentverket har genom en analys av anmälningar till myndigheten och en konsumentundersökning kartlagt hur konsumenter upplever kontakten med företags kundtjänster. Inom ramen för kundtjänstgranskningen kontaktades även funktionshinderorganisationer för att få med deras syn på problemen.

68 procent av de tillfrågade konsumenterna uppger att de har upplevt problem med kundtjänstkontakter. Det handlar bland annat om väntan i telefonkö under arbetstid. 58 procent uppger att de haft en utgift med anledning av kontakten.

Kartläggningen av kundtjänstproblem presenterades i en promemoria. Konsumentverket tog även fram en checklista för företag samt en tipslista till konsumenter. Även den rättsutredning som togs fram inom ramen för projektet publicerades. All information publicerades på Konsumentverkets företagssidor på konsumentverket.se. Mot bakgrund av det som framkom i konsumentundersökningen genomförde Konsumentverket en granskning av 100 webbplatser för att kontrollera om telefonnummer och e-postadress fanns lättillgängligt. Myndigheten öppnade 47 tillsynsärenden efter granskningen varav 44 ärenden avslutades med rättelse.

## Konsumentrecensioner

Konsumenter förlitar sig i stor utsträckning på konsumentrecensioner när de fattar köpbeslut. Med anledning av den relativt nya informationsbestämmelsen om konsumentrecensioner i marknadsföringslagen har Konsumentverket gjort en granskning av recensioner inom försäkringsområdet. Syftet var att verka för att konsumentrecensionerna inte marknadsförs på ett vilseledande sätt, vilket riskerar att påverka konsumenters förmåga att fatta välgrundade affärsbeslut. Den tematiska granskningen omfattade 20 bolag. Vi kunde konstatera att samtliga bolag hade brister i sin marknadsföring av konsumentrecensioner.



Den vanligaste bristen var att bolagen inte informerar om huruvida de säkerställer att recensionerna kommer från konsumenter som använt eller köpt produkterna. Andra brister som identifierades var att bolagen inte lämnade den aktuella informationen på ett tillräckligt tydligt sätt. Efter att granskningspromemorian skickats till bolagen startade Konsumentverket 19 tillsynsärenden. Ett bolag som ingick i granskningen hade tagit bort sina konsumentrecensioner när tillsynsärendena skulle öppnas. Vi har redan noterat att vissa bolag gjort ändringar på webbplatserna för att inte bryta mot marknadsföringslagen. Det handlar om att företagen lagt till information om att kontroll av recensionerna inte genomförs eller att recensionerna helt har tagits bort.

## Marknadsföring av skönhetsingrepp

En ny lag om estetiska kirurgiska ingrepp och estetiska injektionsbehandlingar, den så kallade skönhetslagen, trädde i kraft i juli 2021. På grund av anmälningar samt annan omvärldsbevakning som indikerat brister rörande regelefterlevnaden inom området, startade Konsumentverket en tematisk granskning. Granskningen visar att det finns en stor förekomst av före- och efterbilder, marknadsföring av botox, kredit- och rabatterbjudanden samt utelämnande av riskinformation i marknadsföring av estetiska behandlingar. Vi har identifierat stora brister i marknadsföringens utformning som riskerar att medföra att konsumenter inte kan fatta välgrundade affärsbeslut om estetiska ingrepp. Det är allvarligt eftersom estetiska behandlingar kan medföra allvarliga risker för den enskildes liv, hälsa och ekonomi. Granskningen omfattade 50 aktörer och resultatet har presenterats tillsammans med Läkemedelsverket och bland annat omfattat en gemensam föreläsning för branschen. Vid uppföljning av den tematiska granskningen har ett tiotal tillsynsärenden startats mot enskilda bolag.

## Granskning av prismarknadsföring

Den 1 september 2022 infördes en bestämmelse om prisändringar i prisinformationslagen. Bestämmelsen innebär nya regler för hur företag ska marknadsföra prissänkningar mot konsumenter. Mot bakgrund av den nya prisregeln och att prisinformation är viktig för konsumenter startade Konsumentverket under hösten en granskning av bolagens prismarknadsföring på nätet. Det primära syftet var att undersöka efterlevnaden av de nya reglerna. Med anledning av de stora brister som framkommit inkluderades även överträdelser av marknadsföringslagens bestämmelser om prismarknadsföring.

Granskningen har omfattat drygt 1 700 produkter, fördelade på ett hundratal företag med e-handel och avser flera marknader. Av Konsumentverkets undersökning framgår att sju av tio granskade bolag brister i sin prismarknadsföring gentemot konsumenter.

Brister har påvisats inom samtliga granskade branscher och består i såväl överträdelser av de nya reglerna i prisinformationslagen som bestämmelser i marknadsföringslagen. Många bolag har inte angivit det lägsta priset de senaste 30 dagarna alternativt angivit ett felaktigt tidigare lägsta pris. De stora brister som framkommit hos majoriteten av de granskade bolagen innebär att Konsumentverket startade cirka 90 tillsynsärenden mot bolag som brutit mot bestämmelserna. Uppföljning av effekter av granskningen kommer att ske vid flertalet tillfällen under 2024.

Tidigare under året har löpande tillsyn framför allt skett vad gäller prismarknadsföring av möbler och de sex tillsynsärendena har avslutats med rättelser. En tematisk granskning avseende prisinformation i livsmedelsbutiker visade att det finns brister beträffande efterlevnaden av prisinformationslagen hos de granskade bolagen. Av Konsumentverkets granskning framgår att hälften av de granskade bolagen helt avstått från att förse prissänkta produkter med begrepp som "tidigare lägsta pris" eller liknande på de undersökta produkterna. Det vanligaste sättet att marknadsföra prissänkningar har varit jämförelser med ordinarie priser.

## Vilseledande webbdesign

Konsumenters närvaro i digitala miljöer spåras i allt högre grad av företag och de insamlade personuppgifterna används med hjälp av algoritmer och artificiell intelligens för kommersiella ändamål. Det gör det möjligt för företag att lära sig mer om konsumenterna, bland annat om deras sårbarhet. Den kunskapen kan sedan användas för att utforma både individanpassade och mer generella manipulativa metoder i marknadsföringen. Ett exempel på en manipulativ metod är användandet av vilseledande webbdesign eller så kallade dark patterns. Vilseledande webbdesign kan både vara datadriven och individanpassad, eller tillämpas mer generellt.

I syfte att lära oss mer om vilseledande webbdesign och få en bild av omfattningen av användningen genomfördes en undersökning inom flera marknader. De tre formerna av vilseledande webbdesign som kontrollerades var ”vilseledande standardinställningar” som exempelvis förfyllda val, ”påståenden om bristande tillgång” på en produkt för att förmå konsumenten att fatta ett snabbt beslut och slutligen ”vilseledande hierarki” som syftar till att förmå konsumenten att välja ett visst alternativ framför andra genom att framhäva knappar, färger och liknande. Vilseledande webbdesign återfanns på 71 av 196 granskade webbplatser och de tre metoderna användes lika ofta.

## Särskilt viktiga domstolsprövningar

### Påståenden om klimatkompensation

Arla använde påståendet ”netto noll klimatavtryck” vid marknadsföring av mejeriprodukter, bland annat på mjölkförpackningar. Påståendet syftade på att bolaget köpt klimatkrediter, det vill säga klimatkompenserat, för mjölken. KO ansåg att påståendet ”netto noll klimatavtryck” är ett vagt och otydligt miljöpåstående som ger konsumenten intryck av att produkten inte påverkar miljön eller klimatet i någon bemärkelse vare sig före, vid eller efter köptillfället.

Domstolen konstaterade att bolagets påstående byggde på en metod att mäta klimatpåverkan som innebär att den utlovade effekten kan uppnås först om 100 år. KO ansåg att påståendet inte kan användas eftersom ingen kan veta vilken effekt klimatkompensationen har efter så lång tid.

Domstolen höll med och förbjöd bolaget att använda påståendet, eller andra liknande påståenden, i marknadsföringen av mejeri-

produkter. Domstolen konstaterade att genomsnittskonsumenten inte kan förväntas förstå att den utlovade effekten kan uppnås först om 100 år. Vidare konstaterade domstolen att 100 år är en så lång tid att det inte går att dra några säkra slutsatser om att resultatet kommer att uppnås och att företagets beräkningar byggde mycket på antaganden och uppskattningar. Domstolen bedömde att marknadsföringen var vilseledande och otillbörlig.

Domen är viktig eftersom den förväntas ha betydelse även för hur andra företag använder miljöpåståenden. Miljöargument kan påverka konsumenters val och därför är det angeläget både att konsumenterna förstår vad företagen säger och att det är sant.

### Kreditmarknadsföring

Qliro har marknadsfört krediter (privatlån) genom e-postmeddelanden till konsumenter som tidigare använt bolagets fakturatjänst vid köp av konsumtionsvaror. KO väckte talan mot företaget och yrkade på förbud mot marknadsföringen, främst för att den var i strid med måttfullhetskravet i konsumentkreditlagen.

Domstolen förbjöd bolaget att skicka upprepade meddelanden, via e-post eller i liknande kommunikationskanaler. Exempelvis anses åtta tillfällen under en sjuveckorsperiod eller vid nio tillfällen under en elvveckorsperiod vara allt för frekventa meddelanden till en och samma konsument. Domstolen förbjöd även företaget att använda påståenden som till exempel ”sänkt månadskostnad med ett samlat lån”, ”säg hej då till dyra lån”, ”saml lån och få mer pengar över i sommar”, ”ett smart lån ger pengar över” eller ”90 000 kunder har redan ansökt” i sina mejl.

Problematiskskuldssättning är ett utbrett problem i samhället som riskerar att drabba individen och närstående hårt. Därför är måttfullhet vid marknadsföring av krediter viktig. Domen mot bolagets påträngande reklam för privatlån är därför av stor betydelse.

### Direktbetalningsmöjlighet i e-handelskassan

Enligt betaltjänstlagen ska möjligheten att betala direkt presenteras först. Bestämmelsen syftar till att minska risken för att konsumenter ingår kreditavtal utan att aktivt ha valt det. KO tog Ellos till domstol eftersom företaget medverkade till att det i kassan på bolagets webbplats visas ett kreditalternativ före direktbetalningsalternativet. Domstolen avslög KO:s begäran om förbud

och fann att den aktuella lagstiftningen endast omfattar sådana sätt för betalning som också är betaltjänster enligt betaltjänstlagens definition. Eftersom det i kassan på bolagets hemsida endast förekommit en betaltjänst fann domstolen att lagen inte överträtts. KO har överklagat domen till Patent- och marknadsöverdomstolen som har meddelat prövningstillstånd.

Eftersom konsumenterna ofta handlar på nätet är det viktigt att betalningssätten presenteras korrekt för att minimera risken att konsumenterna ingår kreditavtal som de inte medvetet och aktivt valt.

### Informationsbehov i tillsynen

För att utreda ett ärende enligt marknadsföringslagen har KO rättighet att förelägga parter att yttra sig, lämna upplysningar eller inkomma med de handlingar som behövs. Under året har Högsta domstolen meddelat ett vägledande beslut i frågan om hur denna rättighet förhåller sig till efterforskningsförbudet i yttrandefrihetsgrundlagen. Domstolen slår fast att en åtgärd i syfte att få ytterligare information om de affärsmässiga villkoren för samverkan mellan två parter inte i sig kan anses strida mot efterforskningsförbudet. Domstolen framhåller att det ytterst finns en möjlighet för företaget att inte lämna ut specifika uppgifter med hänvisning till bestämmelserna om tystnadsplikt men konstaterar att KO:s åtgärd inte har stått i strid med yttrandefrihetsgrundlagen.

Domen, som rör TV4 och Svenska spel, klargör KO:s möjligheter att agera i framtida liknande fall; möjligheten att förelägga var och en för att få information i ett ärende är mycket viktig för att möjliggöra tillsyn.

### KO:s engagemang för konsumenterna som drabbats av bankbedrägerier

KO har under året genomfört informationsinsatser för att öka kännedomen om Högsta domstolens dom från 2022. Syftet har både varit att hjälpa drabbade konsumenterna att vända sig till bankerna för att begära omprövning av tidigare bedömningar och att förmå bankerna att på eget initiativ ompröva tidigare ärenden där de kan ha placerat ett för stort ekonomiskt ansvar på drabbade konsumenterna.

Det finns även en rad bedrägeriscenarier som inte omfattas av HD:s dom. KO har därför valt att biträda en privatperson i en tvist mot Nordea. Målet syftar till att få fram rättspraxis i fråga om vad som gäller när en bedragare har övertalat personer att själva föra över eller flytta pengar. Syftet är även att klarlägga vilket ansvar banken har i sitt kundförhållande till konsumenten.

Beroende på domstolens bedömning bör många drabbade konsumenterna få ökande förutsättningar att få pengar tillbaka.



## Redovisning av återrapporteringskrav

### Samverkan om konsumentskydd på finansmarknaden

Inom kredit- och betaltjänstområdet har Konsumentverket haft löpande kontakt med Finansinspektionen om presentation av betalningsalternativ i betaltjänstlagen, bland annat med anledning av KO:s stämning av en e-handlare. Myndigheterna har även samverkat rörande bolag som potentiellt bedriver tillståndspliktig verksamhet, men som saknar tillstånd hos Finansinspektionen. I och med att tillsynsansvaret för konsumentkreditinstitutens kreditprövningar övergick till Finansinspektionen den 1 januari 2023 har erfarenhets- och informationsutbyte om detta skett mellan myndigheterna.

På försäkringsområdet har samarbetet bland annat rört klagomål som har kommit in till Finansinspektionen, men som ligger inom Konsumentverkets tillsynsansvar, eller omvänt anmälningar till Konsumentverket som ska hanteras av Finansinspektionen. Myndigheterna har också haft dialog inför och under tematiska granskningar, exempelvis om betalskyddsförsäkringar.

Myndigheterna har även deltagit i gemensamma referensgrupper inför remissyttranden, till exempel om trafikförsäkring och djurförsäkringar, samt inför att nya EU-rättsakter, som Retail Investment Strategy, skulle förhandlas.

Konsumentverket får löpande underrättelser från Finansinspektionen när en försäkringsdistributör har fått nytt eller utökat tillstånd för distribution. I dessa fall skickar Konsumentverket information till distributören, bland annat om bestämmelserna i lagen om försäkringsdistribution och hur det medför ett delat tillsynsansvar mellan myndigheterna. Syftet med insatsen är att öka distributörers kännedom om Konsumentverkets tillsyn och att ge dem bättre förutsättningar att från början kunna utforma sin information till konsumenter på ett korrekt och tydligt sätt. Under året skickades ett 60-tal informationsbrev.

Inom investeringsområdet har samråd bland annat skett i frågor om fasträntekonton, kapitalförsäkringar, hållbarhetsfrågor, marknadsföring i sociala medier, kryptotillgångar samt nya EU-rättsliga lagförslag såsom Retail Investment Strategy och Open Finance framework.

Samverkan har bland annat resulterat i kompetensutbyte i samband med flera tematiska granskningar. Ett exempel är en granskning av

värdepappersbolags marknadsföring av fonder med miljöpåståenden och samarbeten med influerare. Granskningen omfattade 15 bolag och väckte intresse och förändringsvilja i branschen, vilket visat sig genom att bolagen kontaktat myndigheten. Samverkan har även lett till löpande tillsynsärenden angående hållbarhetspåståenden, där bolagen har rättat sig, med ett ökat konsumentskydd som resultat.

I syfte att informera och skydda konsumenter informeras Finansinspektionen också om inkomna anmälningar gällande investerings- och kryptobedrägerier för eventuell publicering på inspektionens varningslista.

Konsumentverket kan i samarbetet med Pensionsmyndigheten konstatera att konsumentproblemen med anledning av otillbörliga affärsmetoder inom premiepensionsområdet ligger på en fortsatt mycket låg nivå. Myndigheterna har löpande kontakt i syfte att bevaka att förbudet mot telefonförsäljning av premiepensionsprodukter inte överträds. Samverkan har i övrigt mestadels bestått av regelbundna träffar för information- och erfarenhetsutbyte rörande myndigheternas arbete på pensionsområdet, särskilt med tyngdpunkt på hållbarhetsfrågor.

### Samverkan med andra myndigheter

Tillsammans med Kronofogden och Finansinspektionen medverkade Konsumentverket i ett välbesökt seminarium i Almedalen i somras. Temat var problematisk skuldsättning och förslagen som lyftes var skärpt kreditupplysning, ett gemensamt skuldregister och en förändrad avräkningsordning på skulder hos Kronofogden. Seminariet filmades och gick att ta del av i efterhand på myndigheternas webbplatser.

## Internationellt arbete

### Nordiskt konsumentskyddssamarbete

Under 2023 arrangerades för första gången Nordic Consumer Summit i Porsgrunn, Norge. Konferensen gav möjlighet för de nordiska arbetsgrupperna att träffas och diskutera prioriterade konsumentfrågor som miljöpåståenden om klimatkompensation, marknadsföring i onlinespel inklusive hur barn påverkas av olika affärsmetoder i spel, artificiell intelligens samt finansiella tjänster med fokus på fenomenet ”köp nu, betala senare”.



## EU:s konsumentkyddsarbete

### Flygförmedlare

Insatsen var en fortsättning på den tidigare koordinerade EU-insatsen mot 16 flygbolag. Det handlar om konsumenter som har haft problem att få tillbaka pengarna när de köpt sin resa via en resebyrå på nätet och sedan råkat ut för inställda flyg. Insatsen har bland annat resulterat i att samtliga tre resebyråer har åtagit sig att återbetala inställda flygresor inom sju dagar från att de i sin tur har tagit emot pengarna från berört flygbolag. Något sådant krav finns idag inte i lagstiftningen. Resebyråerna såg också över ärenden som inte hanterats tidigare vilket resulterade i att konsumenter som väntat länge på återbetalningar till slut fick sina pengar. Antalet anmälningar som rör de berörda bolagen har minskat från som mest 50 anmälningar i maj 2022 till 11 i december 2023. Vad gäller just problem med återbetalningar tog Konsumentverket emot 162 anmälningar under 2022 för de tre resebyråerna. Under 2023 har den siffran sjunkit till 119 anmälningar. Statistiken visar att sedan resebyråerna åtog sig att se över äldre krav och återbetala inom sju dagar så har antalet anmälningar som gäller återbetalningar minskat. Resebyråernas åtaganden angående återbetalningar och information till konsumenter om hur personuppgifter och betaluppgifter överförs till flygbolag har även tagits vidare av EU-kommissionen och återfinns som förslag i den reviderade förordningen om flygplassagerares rättigheter.

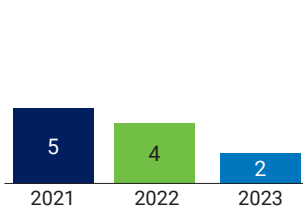
**Marknadsföring riktad mot barn i appar**  
Konsumentverket har, tillsammans med den irländska dataskyddsmyndigheten, koordinerat en EU-insats mot Tiktok. Insatsen avser markeringar, personanpassad marknadsföring riktad till barn och villkor om bland annat plattformens virtuella valuta. Bolaget har åtagit sig att säkerställa att inga överträdelser sker. EU:s konsumentkydds nätverk fortsätter att bevaka implementeringen av bolagets åtaganden under 2024.

**Miljöpåståenden i marknadsföring av kläder**  
Konsumentverket har koordinerat en EU-insats mot klädföretaget Zalando som gäller bolagets vilseledande miljöpåståenden. Bolaget har bland annat använt symboler och märkningar som indikerat en miljömässig fördel, utan att specificera på vilket sätt produkten skulle vara bättre för miljön. Bolaget har åtagit sig att ändra marknadsföringen, vilket kommer att övervakas av EU:s konsumentkydds nätverk.

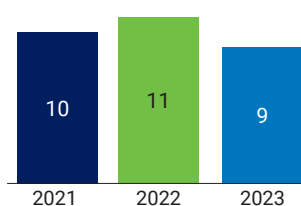
### Globalt konsumentkyddssamarbete

Inom ramen för det globala tillsyns nätverket ICPEN arrangerade Konsumentverket en workshop med fokus på sårbara konsumenter under konferensen i Sydney, Australien. Workshopen handlade bland annat om vikten av att, genom exempelvis forskning, bättre förstå hur barn påverkas av olika affärsmetoder samt vad som krävs för att barn ska kunna identifiera marknadsföring i den digitala miljön.

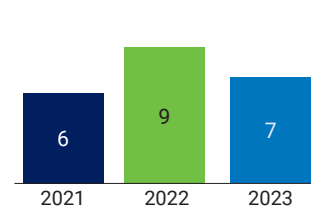
Antal ansökningar om stämningar från KO



Antal domar där KO varit part



Antal förelägganden/beslut



# Resultatområde: Produktsäkerhetsrätt

## Resultatmål

Konsumentverkets arbete bidrar väsentligt till att företagen följer de konsumentskyddande reglerna.

Arbetet inom Konsumentverkets resultatområde för produktsäkerhetsrätt bedrivs i huvudsak med fyra olika metoder: marknadskontrollärenden, samverkan med näringslivet, standardiseringsarbete och strukturerad marknadskontroll. Utgångspunkten är att de olika metoderna verkar mot resultatmålet och att största möjliga nytta ska göras med de resurser som finns tillgängliga. Genom att utreda produkter, initiera återkallelser eller säljstopp av felaktiga och farliga varor och tjänster, arrangera branschmöten, göra uppföljningskontroller samt delta i framtagande och revideringar av standarder gör vi sammantaget bedömningen att resultatmålet är uppfyllt.

## Marknadskontrollärenden

Konsumentverkets marknadskontrollärenden syftar till att utreda om en specifik vara eller tjänst på marknaden uppfyller produktsäkerhetslagstiftningens krav. Ärendena öppnas dels på Konsumentverkets eget initiativ, dels på grund av anmälningar från allmänheten och underrättelser från företag. De ärenden som öppnas på Konsumentverkets eget initiativ grundar sig oftast på iakttagelser i myndighetens strukturerade marknadskontrollinsatser. Anmälningar och underrättelser prioriteras inbördes med utgångspunkt i hur stor risk för konsumenternas säkerhet den aktuella varan eller tjänsten bedöms medföra. Även administrativa brister, exempelvis avsaknad av CE-märkning, för leksaker och personlig skyddsutrustning prioriteras i den mån resurserna tillåter. För att på ett effektivt sätt få företagen att följa produktlagstiftningen eftersträvar Konsumentverket frivilliga rättelser i de marknadskontrollärenden där en åtgärd är nödvändig.

Under året har vi avslutat 175 marknadskontrollärenden som till största delen har avsett leksaker, barnartiklar, möbler och sport- eller

fritidsaktiviteter. Kontrollerna ledde till åtgärder i 133 ärenden, exempelvis frivilliga rättelser eller rättsliga åtgärder i form av säljstopp och återkallelse. 42 ärenden har avslutats med ett påpekande eller att inga brister konstaterats. Det innebär att rättelsegraden uppgår till 76 procent. Rättelsegraden är inte jämförbar med föregående år eftersom den i år innehåller andra parametrar. Även tullärenden ingår.

## Samverkan med Tullen

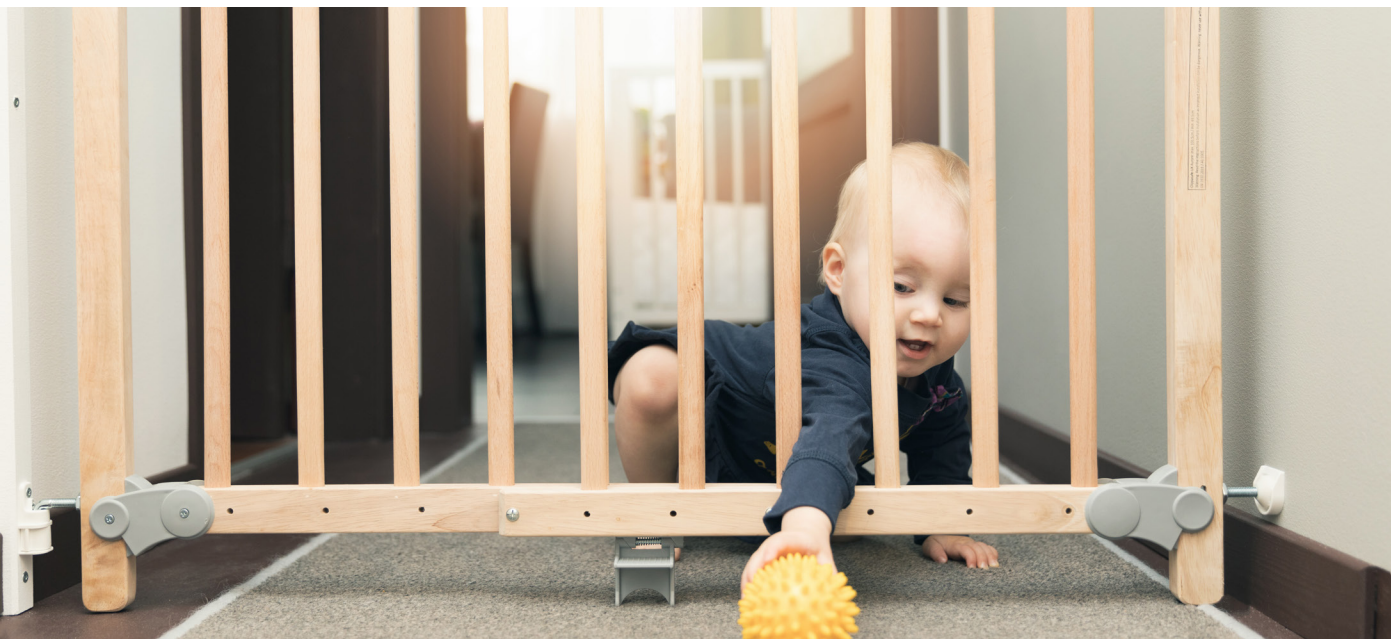
Konsumentverket samverkar med Tullverket i syfte att redan vid gränsen stoppa varor som inte överensstämmer med lagstiftningens krav. Under året har vi handlagt 50 sådana tullärenden vilket är en fördubbling inom loppet av ett par år. Genom vår samverkan har vi förhindrat cirka 420 000 felaktiga eller farliga artiklar från att nå den svenska marknaden under 2023.

## Mål i domstol

Konsumentverket för även mål i domstol som avser utdömande av viten och sanktionsavgifter samt fall då våra beslut överklagats till domstol. Under året har Konsumentverket drivit 20 produktsäkerhetsärenden i domstol. För de ärenden som vunnit laga kraft uppgår sanktionsavgifterna till drygt två miljoner kronor. De utdömda beloppen är ägnade att öka företagets benägenhet att följa lagstiftningen. Myndigheten har, helt eller delvis, haft framgång i samtliga mål.

## Strukturerad marknadskontroll

Konsumentverket genomför även strukturerade marknadskontrollinsatser som syftar till att bidra till resultatmålet på ett mer systematiskt sätt än vad enskilda marknadskontrollärenden medger. En strukturerad marknadskontrollinsats kan utgöras av ett marknadskontrollprojekt som



resulterar i en offentliggjord marknadskontrollpromemoria, en förstudie på ett visst problemområde, en internationellt samordnad insats eller andra typer av insatser som behöver genomföras på ett samordnat sätt. Insatserna utgår normalt från resultatområdets tema- och sektorsområden, vilka omhändertar de problem som prioriteras högst i verksamheten. År 2023 har följande tema- och sektorsområden prioriterats: lekutrustning och anknutna tjänster, möbler och anknutna tjänster samt leksaker och personlig skyddsutrustning för privat bruk.

Under året har vi genomfört fyra planerade strukturerade marknadskontrollinsatser. Inför dessa kontroller har sammanlagt 692 varselbrev skickats ut.

### Hoppborgar

Marknadskontrollen inleddes med att information om krav och regler skickades ut tillsammans med information om marknadskontrollen. 263 företag och organisationer samt Sveriges alla kommuner fick informationen. Konsumentverket genomförde därefter åtta oanmälda tillsynsbesök på evenemang med hoppborgar på olika platser för att kontrollera säkerheten. Totalt har 36 hoppborgar och hinderbanor kontrollerats. Samtliga kontrollerade företag hade säkerhetsbrister vid tillhandahållandet av hoppborgar. Många brister kunde åtgärdas på plats. Andra brister fick företagen påpeka om att åtgärda, med varning om sanktionsavgift ifall bristerna upprepas.

### Barngrindar

Marknadskontrollen inleddes med att information om krav och regler skickades ut tillsammans med information om marknadskontrollen till 59 mottagare. Myndigheten kontrollerade fem barngrindar. Tre av dem uppvisade allvarliga säkerhetsbrister i konstruktionen och alla fem hade brister vad gäller kraven på produktinformation.

Förutom att uppmärksamma företagen på de aktuella bristerna syftade marknadskontrollen till att förmedla gällande säkerhetskrav för barngrindar till företag i branschen.

Resultatet och erfarenheterna från marknadskontrollen kan även bli ett underlag för vårt deltagande i det kommande revideringsarbetet av standarden för barngrindar.

### Stolar

Konsumentverket får återkommande in anmälningar från konsumenter om säkerhetsbrister i stolar och andra möbler. En stol som är felkonstruerad eller går sönder kan leda till allvarliga fallskador. Stolar finns i de flesta hem och det är viktigt att de uppfyller säkerhetskraven. Tio stolar för hemmabruk kontrollerades. Endast två av dem uppfyllde kraven helt. Tre av tio stolar fick underkänt vad gäller stabilitet, åtta hade bristfällig märkning och sju hade inte testats på något provningsinstitut. Ett annat syfte med kontrollen har varit att öka medvetenheten hos möbelbranschens aktörer om lagstiftning, standarder och förebyggande säkerhetsarbete.

### Studsmattor

Konsumentverkets produktskadeundersökning visar att lekutrustning står för sex av tio personskador i kategorin leksaker och lekutrustning, varav hälften inträffade vid lek på en studsmatta. Vi har också uppmärksammat att det finns tillbehör till studsmattor för hemmabruk som inte uppfyller kraven i standarden. Information om gällande regler och om marknadskontrollen skickades till 80 företag och branschorganisationer. Sex studsmattor och sex tillbehör kontrollerades. Vid årsskiftet hade ingen aktör kunnat presentera ett EG-typintyg, vilket krävs. Ärendehandläggningen blir klar först i början av 2024.

### Samverkan med näringslivet

För att nå målet för Konsumentverket även dialog med och föreläser om gällande rätt för näringslivet. Det har vi gjort genom att tillhandahålla en digital utbildning för leksaksbranschen, hålla ett

informationsseminarium för aktörer inom möbelbranschen och delta vid ett flertal seminarier för näringslivet.

### Standardiseringsarbete

På produktsäkerhetsområdet har vi deltagit i elva tekniska kommittéer vilket har bidragit till Konsumentverkets tekniska kunnande och till att förbättra säkerhetskraven i standarderna. Deltagandet medför också att vi bättre kan informera näringslivet om vilka regler som gäller inom respektive området.

Ordförandeskapet i revideringen av standarden för hjälmar har inneburit ett omfattande arbete under året. Vi har även bidragit i arbetet med att ta fram en ny testmetod som gäller rotationsvåld mot huvudet, en testmetod som kommer att implementeras i de allra flesta hjälmstandarder framöver och som innebär bättre huvudskydd med minskad risk för allvarliga inre hjärnskador.





---

# Verksamhets- område Konsument

---

Resultatområde:  
Konsument Europa

s. 30

Resultatområde:  
Konsumentupplysning  
(Hallå konsument)

s. 34

Resultatområde:  
Money from Sweden

s. 39

# Resultatområde: Konsument Europa

## Resultatmål

Konsument Europa ger konsumenterna användbart stöd.

Inom resultatområdet Konsument Europa stödjer vi konsumenter som har handlat gränsöverskridande inom EU.

Konsument Europa är en del av det EU-medfinansierade nätverket European Consumer Centres, ECC. Nätverket har kontor i alla EU-länder, Norge och Island samt ett samarbete med Storbritannien. Konsument Europa ger personlig rådgivning och medlar med företag när en konsument har fått problem efter att ha handlat i ett annat EU-land. Våra systerkontor runtom i Europa arbetar på ett liknande sätt. Vi har kontinuerlig kontakt med varandra i gemensamma ärenden och samarbetar nära för att lösa gränsöverskridande konsumentproblem.

Konsument Europas stöd har varit till nytta och har hjälpt många konsumenter som handlat gränsöverskridande med deras frågor och problem. En stor andel ärenden har också lösts via medling med företag. Vid en samlad värdering av årets resultat gör vi därmed bedömningen att resultatmålet har uppfyllts.

Cirka 80 procent är mycket nöjda eller nöjda med det stöd vi ger. Nöjdhetsundersökningar genomförs löpande och följer samma mall som övriga länder i ECC-nätverket. Det är ett bättre resultat än tidigare år både när det gäller svarsfrekvens och nöjdhet. Skillnaden mot tidigare år beror troligtvis till viss del på att vi har ändrat tillvägagångssätt och svarsalternativ.

Ungefär tre procent av konsumenterna i Sverige känner till ECC Sverige, vilket är på samma nivå som från förra året. Sedan namnbytet till ECC Sverige 2019 har det varit svårt att göra tjänsten känd hos allmänheten. Under 2023 beslutade vi

därför att återgå till det tidigare namnet Konsument Europa för att få ett tydligare och mer begripligt namn för svenska konsumenter.

## Personlig rådgivning

Vägledarna på Konsumentverkets vägledning är oftast den första kontakten för konsumenter i Sverige som kontaktar Konsument Europa via telefon, forum, mejl eller chatt. De ger vägledning och hänvisar mer komplicerade ärenden vidare till Konsument Europa för rådgivning. Hänvisning vidare sker ofta i situationer där det behövs kompletterande information från konsumenten för att göra en bedömning eller där vägledningen bedömer att det kan bli aktuellt med medling. För konsumenter från andra europeiska länder överlämnas ärenden till Konsument Europa via våra systerkontor.

Merparten av Konsument Europas ärenden handlar om avtal som ingåtts mellan konsumenter och företag via nätet. Ärenden kopplade till resor, främst flyg, har fortsatt att dominera under 2023. Även kläder och skor samt bilrelaterade frågor är vanliga områden.

Ärenden som rör flygresor har dock minskat under året medan vi ser en stor ökning av ärenden gällande inköp av kläder och skor. En möjlig orsak till ökningen kan vara att många företag som saluför kläder och skor använder så kallad dropshipping, vilket ofta leder till problem med produkter som inte levereras i tid eller inte alls. Det är också vanligt att varorna inte motsvarar konsumenternas förväntan vad gäller kvalitet.

## Antal ärenden Konsument Europa

	2021	2022	2023
Antal ärenden till Konsument Europa	2 100	1 800	1 400
Gränsöverskridande frågor inom EU besvarade av Konsumentverkets vägledning	5 900	5 700	5 700
Totalt antal frågor/ärenden hos Konsument Europa	8 000	7 500	7 100

Tabellen visar totalt antal ärenden som inkommit år 2021–2023, antal frågor som har besvarats av Konsumentverkets vägledning och antal ärenden som hanterats av Konsument Europa. Siffrorna är avrundade till närmsta hundratal. Vi kan konstatera att inkommande ärenden har minskat sedan förra året. En möjlig förklaring till en del av minskningen är att Konsument Europa tog emot färre ärenden från andra ECC-kontor under året. Vi hänvisade systerkontor till att själva ta kontakt med en stor flygbiljettsförmedlare. Det har inte heller, till skillnad från tidigare år, skett någon större flygstrejk under 2023.

## Medling

Medlingsförfarande inleds i de ärenden där det bedöms kunna vara en framgångsrik metod. Det innebär att ärendet överlämnas till systerkontoret i det land där konsumenten handlat. Systerkontoret tar därefter kontakt med företaget för att försöka lösa ärendet genom dialog. På motsvarande sätt får vi ärenden till oss från europeiska konsumenter som handlat av svenska företag.

Vi har under året initierat medlingsförfarande i 473 ärenden. Av dessa har 218 rört svenska konsumenter som handlat i andra EU-länder och ärendena har därför överlämnats till våra systerkontor. Vi har överlämnat fler ärenden jämfört med förra året. Vi har fått 259 ärenden överlämnade till oss från ECC-kontor i andra länder för medling med svenska företag, vilket är något färre än tidigare år.

Av de ärenden där vi hjälpt konsumenter med medling har 60 procent löst sig.

De ärenden som vi har överlämnat till andra systerkontor för hjälp med medling har löst sig på frivillig väg i 50 procent av fallen.

I de fall vi inte lyckas nå en lösning på frivillig väg blir konsumenten hänvisad till andra vägar för att nå en lösning, till exempel via alternativa tvistlösningsorgan som Allmänna reklamationsnämnden eller europeiskt småmålsförfarande. Sammantaget bedömer vi att möjligheten är stor för konsumenterna att få sin fråga löst genom stöd från Konsument Europa.

## Digital vägledning

Webbplatsen hallåkonsument.se är gemensam för Konsumentverkets konsumentupplysning och Konsument Europa. Där finns information till konsumenter som handlat gränsöverskridande inom EU och information om den hjälp som Konsument Europa erbjuder till konsumenter. Antalet registrerade besök på webbsidorna med innehåll om gränsöverskridande handel i EU har ökat till cirka 454 000, jämfört med 343 400 året före. Webbplatsen eccsverige.se riktar sig inte till konsumenter utan är främst en kanal för andra aktörer som söker fakta om ECC-nätverket och hade 14 600 besök under 2023. Det finns dock fortfarande osäkerhet när det gäller besöksstatistik och möjligheten att jämföra siffror med tidigare år. Mer information om detta finns i avsnittet Myndighetsövergripande.

För att ge ett så relevant och uppdaterat stöd som möjligt har vi under året arbetat med en utveckling av information om Konsument Europa på hallåkonsument.se.

## Kommunikationsinsatser

Under 2023 har Konsument Europa, under det tidigare namnet ECC Sverige, genomfört kommunikationsinsatser på mässor, genom föreläsningar, mediekontakter, sociala medier och på webbplatsen hallåkonsument.se.

Vi har deltagit i två mässor för seniorer eftersom det är en särskilt utsatt målgrupp. Fokus har varit att informera om våra största problemområden, flyg och köp på nätet. Den ena mässan hölls i Karlstad och hade drygt 3 000 besökare där vi föreläste och delade ut faktablad. Den andra mässan genomfördes i Stockholm under tre dagar och hade knappt 9 000 besökare. Inför mässan genomförde vi kommunikationsinsatser i sociala medier och dagspress för att nå relevanta målgrupper.

## Samverkan

Under våren arrangerade Konsument Europa nätverkets årliga samverkansdagar, ECC Cooperation Days. Ansvaret för arrangemanget följer ordförandeskapet i EU och mötet var därför ett officiellt ordförandeskapsmöte. Totalt kom deltagare från 28 länder och under två dagar diskuterades gemensamma frågor. En av dessa är hur vi kan stärka nätverket för att ännu bättre kunna hjälpa konsumenter.

Det är obligatoriskt för ECC-verksamheter att vara aktiva i nätverksövergripande arbetsgrupper. Under hösten har vi exempelvis genom en av nätverkets arbetsgrupper deltagit i remissarbete med anledning av kommissionens förslag om ett förändrat direktiv om alternativ tvistlösning. Vi har också deltagit i Konsumentverkets remissarbete avseende samma fråga.

Med ett ökad deltagande har vi större inflytande på nätverket och har kunnat påverka på vilket sätt konsumenter kan få effektivare hjälp vid gränsöverskridande handel. Vi har stärkt samarbetet med nätverket och arbetat aktivt med erfarenhetsutbyte för att stärka vår kompetens.

Samverkan har också skett löpande med Allmänna reklamationsnämnden genom avstämningsmöten där vi diskuterar aktuella konsumentfrågor och handläggningstider vid respektive myndighet.

## Information och kontaktpunkt

Konsument Europa tillhandahåller information till utpekade konsumentgrupper när det gäller tjänstedirektivet, geoblockering, e-handel och tvistlösningsplattformen, Online Dispute Resolution (ODR). Vi samverkar löpande med Kommerskollegiet, Tillväxtverket och Universitets- och högskolerådet i uppdraget som kontaktpunkt för tjänstedirektivet. Under 2023 hade vi 22 ärenden som rörde geoblockering. Ärendena gällde en bredd av varor och tjänster, men vanligast förekommande är begagnade bilar samt bank- och finansfrågor. Problemen har under året handlat om exempelvis nekande av köp på grund av nationalitet samt sämre villkor på grund av nationalitet. Sex ärenden kommer från andra kontor inom ECC-nätverket och avser svenska företag.

Vi har även fått in tolv ärenden gällande tjänstedirektivet varav två avser svenska företag. Tre ärenden gäller bank- och finansområdet.

## Några viktiga frågor under året

### Dropshipping

Dropshipping är en företeelse som fortsätter att orsaka problem för många konsumenter. Företagen som använder affärsmodellen säljer varor på nätet, men saknar egna varulager och beställningen vidarebefordras till andra leverantörer utanför EU. Vi ser att detta skapar problem för konsumenter som inte ges förutsättning att förstå att köpet sker via en mellanhand eller att produkterna kommer från länder utanför EU.

Problemen för konsumenterna består i att produkter inte levereras i tid eller inte alls. Det är också vanligt att produkterna som levereras inte motsvarar konsumenternas förväntan vad gäller material, utseende eller kvalitet. Därefter uppkommer ofta problem med reklamation och ångerrätt. Konsumenterna kan ha svårt att komma i kontakt med vissa av företagen eller kan krävas på fraktkostnader för retur utanför EU.

När det gäller de ärenden som Konsument Europa tar emot om dropshipping har vi svårt att via medling nå en lösning för konsumenten.



Företagen är svåra att få kontakt med och medverkar sällan i vår ärendehandläggning.

För att motverka att konsumenter råkar illa ut har vi därför i förebyggande syfte använt sociala medier som kanal för att informera om de problem som kan uppstå. Även mediernas intresse för ämnet har varit stort och därigenom når vi vidare till konsumenter med vår information.

### **Flyg och flygbiljettsförmedlare**

Problem i samband med flygresor är fortsatt vanligt för konsumenter. De vanligaste problemen rör inställda och försenade flyg, att konsumenter blivit nekade ombordstigning samt problem med bagage. Den här typen av ärenden är ofta tidskrävande och komplexa att utreda. Anledningarna är bland annat att det krävs detaljerad dokumentation för att

avgöra vilka rättigheter konsumenten har och för att ge rådgivning eller för att kunna medla i konsumentens ärende. Av de ärenden vi har hanterat har drygt 40 procent löst sig genom medling.

Eftersom flygproblem är ett av de vanligaste problemen för konsumenterna har vi under våren arrangerat ett webinarium för konsumenter samt genomfört en informationskampanj om flygrättigheter med Konsumentverket och Konsument Europa som avsändare. Resultatet av kampanjen talar för att vi har ökat kännedomen om konsumenträttigheter vid flygresor, ett av målen med insatsen. Besökarna har klickat sig vidare från kampanjannonsen för att läsa mer information och stannar länge på landningssidan på webbplatsen.

# Resultatområde: Konsumentupplysning (Hallå konsument)

## Resultatmål

Konsumentverket ger konsumenterna användbart stöd.

Inom resultatområdet konsumentupplysning stödjer vi konsumenter som behöver konsumenträttslig information och vägledning. Målet för verksamheten är att ge konsumenter ett användbart stöd genom våra kanaler. De metoder vi använder ska leda mot resultatmålet och vi ska göra största möjliga nytta utifrån de resurser vi har. Vi har arbetat aktivt med den digitala vägledningen och med kommunikation av både aktuella och återkommande konsumentfrågor. Besöksflödet till webbplatsen är stabilt och vid större händelser har vi nått många konsumenter med relevant information på kort tid. Genom vägledningen har vi stöttat konsumenter i både komplicerade och mindre komplexa problem. Majoriteten av konsumenterna som har fått vägledning via telefon har varit mycket nöjda. Under året har vi även aktivt arbetat med att förbättra de skriftliga svaren och resultat visar att konsumenter är betydligt mer nöjda med svaren de får. Sammanfattningsvis bedömer vi att det stöd vi erbjuder konsumenter har varit till nytta och att vi utifrån befintliga resurser har nått resultatmålet.

## Konsumentverkets upplysningstjänst

Konsumenter ställs inför många utmanande situationer och behovet av information och vägledning är stort. Upplysningstjänsten är ett samarbete mellan Konsumentverket, 18 informationsansvariga myndigheter och 4 konsumentbyråer. Vägledning erbjuds via webbplatsen hallåkonsument.se, frågeforum, telefon, chatt och mejl. Vägledarna svarar på frågor eller hjälper konsumenter vidare till samverkande myndigheter, konsumentbyråer,

kommunal vägledning och den kommunala budget- och skuldrådgivningen. Konsumenter kan vända sig till vägledningen med frågor som spänner över många sakområden, om köp av varor och tjänster. Vägledningen ger också allmän information om köp mellan privatpersoner. Tjänsten är även vägen in för de konsumenter som vill ha vägledning i gränsöverskridande frågor via Konsument Europa.

## Digital vägledning

Behovet av information och vägledning är stort och vi saknar resurser för att öka antalet hanterade ärenden genom de personliga kontaktvägarna. En viktig prioritering under det senaste året har därför varit att vidareutveckla den digitala vägledningen för att på så sätt kunna hjälpa fler konsumenter. Ambitionen är att öka självservicegraden och ge konsumenten förutsättningar att på egen hand inhämta information för att lösa sina problem. Fler konsumenter förväntas då kunna hitta och använda den digitala vägledningen. De verktyg som vi arbetat med under året är hallåkonsument.se, webbaserat frågeforum, webbsänd vägledning samt kommunikation via sociala medier.

Webbplatsen hallåkonsument.se har haft drygt 1,65 miljoner besök under 2023. Det går inte att jämföra denna siffra med föregående helår. Läs mer om svårigheter att bedöma besöksiffror på våra webbplatser i avsnittet Myndighetsövergripande. För jämförbara månader har vi noterat ett stabilt inflöde till webbplatsen som följer samma besöksnivå och mönster som tidigare år. Under 2023 har vi arbetat med att ge användarna mer relevanta träffar och ta bort icke relevanta och inaktuella sidor.



Det har inneburit att det totala antalet besök har minskat, men de konsumenter som besöker webbplatsen stannar längre. År 2022 var det knappt 50 procent av besökarna som lämnade webbplatsen direkt efter en sidvisning. Under 2023 har den siffran gått ner till drygt 35 procent. Detta indikerar att konsumenterna engagerar sig mer i innehållet och att de sidor vi har kvar är relevanta.

Vi har under året arbetat aktivt med frågor och svar i frågeforumet på hallåkonsument.se. Genom frågeforumet kan vi nå ut till många konsumenter samtidigt, både vid frågor som är relevanta över tid och vid aktuella händelser, som exempelvis strejker, försäljningsförbud och konkurser. Vi har delat många foruminlägg via sociala medier och arbetat för att de ska gå att hitta via sökmotor. Närmare 65 procent av de konsumenter som besöker en sida i forumet läser igenom hela inlägget. Det indikerar att inläggen är relevanta. Exempel på händelser från 2023 där vi nått flera tusen konsumenter på kort tid är försäljningsförbud av en laddbox för el-bil, när Gotlandsfärjan blev inställd och vid strejk på Arlanda. När vi kan hjälpa fler konsumenter via skriftlig information ökar vi möjligheten för dem som verkligen behöver ringa oss att komma fram. Antalet frågor till forumet har fördubblats jämfört med tidigare år medan e-post och chatt har minskat. Detta är ett resultat av att vi

tydligare lyft fram forumet samt frågor och svar på hallåkonsument.se. Vi bedömer att forumet på ett viktigt sätt kompletterar övriga kanaler och att det har gett konsumenterna användbart och aktuellt stöd.

För att nå fler konsumenter med information om aktuella och problematiska ämnen har vi under året testat webbsänd vägledning inom området bankbedrägerier och, i samarbete med Konsument Europa, flygresor. Webbsändningen om flygresor sågs knappt 500 gånger under året. Relativt få deltog på livesändningen, men de som deltog var mycket nöjda. Drygt 75 procent av dem hade problem med just flygresor.

Vi strävar efter att den digitala vägledningen ska vara relevant och på ett bättre sätt ska hjälpa även mer sårbara konsumenter att få svar på enklare frågor. Därför har arbetet med klarspråk, utveckling av lättlästsidorna samt översättning till engelska av fler delar av webbinnehållet varit viktiga insatser. Under 2024 kommer vi kunna se vilka effekter insatserna har fått.

Vi har under många år arbetat med att öka kännedomen om Hallå konsument. Under 2023 togs beslut att avveckla varumärket Hallå konsument och införliva webbplatsen hallåkonsument.se i konsumentverket.se. Anledningen är att många konsumenter redan känner till Konsumentverket, medan det har varit svårt att öka kännedomen om Hallå konsument.



## Personlig vägledning

Konsumenter kan få personlig vägledning och information via telefon, e-post, forum och chatt. Under året har vi hjälpt i snitt 4 750 konsumenter i månaden via den personliga vägledningen. Något fler kvinnor än män kontaktar oss. Efterfrågan på det personliga stödet är fortsatt hög och efterfrågan ökar markant vid större händelser som påverkar konsumenter eller vid problem som får medial uppmärksamhet.

Antalet ärenden som hanteras via den personliga vägledningen varje månad är lägre än tidigare år, men har stabiliserats på en ny lägre nivå sedan oktober 2022. Det går inte att jämföra med 2021 då det fortfarande var ett pandemiår med ett exceptionellt tryck på vägledningen. Under 2021 valde vi att sätta in extra resurser i vägledningen och lånade handläggare från andra delar av myndigheten, vilket direkt fick genomslag i antal hanterade ärenden. Antal personer som vi kan hjälpa via personlig vägledning är direkt kopplat till antal vägledare som svarar i de olika kanalerna. Sedan senhösten 2022 har vi haft en stor personalomsättning och arbetat med rekrytering och kompetensutveckling för vägledarna för att få en stabil bemanning. Det har påverkat antal hanterade ärenden, främst under våren 2023. Vi kan ändå se att vi har ett liknande svarsmönster över året för den personliga vägledningen som för 2021. Vår prioritering att arbeta för att ge mer och bättre stöd via våra digitala kanaler påverkar också antal hanterade ärenden.

Telefon är fortsatt den kanal där vi hjälper flest konsumenter genom personlig vägledning. I snitt får drygt 2 800 konsumenter vägledning via telefon varje månad. Vi har inte möjlighet att ta emot alla som ringer till oss och vi uppskattar att det i snitt är lika många som ringer per dag som tidigare år. Väntetiden för att få svar i telefon är 20 minuter, vilket är drygt en minut längre än 2022, men samma som 2021. Samtalstiden ligger på 16 minuter, vilket är i paritet med 2022. Många är nöjda med den personliga vägledningen i telefon, drygt 80 procent, där kvinnor är något mer nöjda än män. Cirka 70 procent uppger att de har fått svar på sin fråga och att svaret från oss var tydligt och lätt att förstå. Även de som väntat i kö eller har ringt många gånger innan de fått hjälp är mycket nöjda med de svar de fått.

I e-post, chatt och forum svarar vi på alla inkomna frågor. Köerna har minskat under året vilket till största delen beror på omvärldsfaktorer, antalet stora händelserna som påverkat många konsumenter har minskat. Vi har under året

arbetat med att standardisera, förbättra och förenkla de skriftliga svaren till konsumenter via e-post, chatt och forum. Konsumenter har tidigare varit mindre nöjda med dessa, men i årets nöjdhetsundersökning har värdet ökat från -4 år 2022 till nästan 40 på en skala från minus 100 till plus 100. Sammantaget bedömer vi att den personliga vägledningen är mycket värdefull och användbar.

## Samverkan

Ett nära samarbete med andra aktörer inom konsumentområdet är viktigt utifrån flera aspekter. Genom omvärldsbevakning kan vi snabbt agera på aktuella och nya konsumentproblem och tillsammans är det möjligt att nå fler konsumenter med ett bredare stöd.

Samordningsrådet, som består av de informationsansvariga myndigheterna, har under årets möten diskuterat gemensamma aktuella konsumentproblem samt hur samverkan kan komma att påverkas av att Hallå konsument upphör som varumärke.

Vi genomför kontinuerliga avstämningsmöten med Allmänna reklamationsnämnden för att diskutera aktuella konsumentfrågor och svarstider hos respektive myndighet.

Konsumentstödgruppen, som består av representanter från Konsumentverket, konsumentbyråerna, kommunala konsumentvägledare och Sveriges konsumenter, har haft återkommande möten. Fokus ligger på att dela erfarenheter om aktuella konsumentproblem och se över möjligheter till gemensam kommunikation om konsumentproblem som berör flera aktörer i gruppen.

## Sociala medier och informationsinsatser

Hantverkstjänster, begagnad bil och resor är fortsatt de områden där konsumentupplysningen får flest frågor och klagomål. Under året har vi genomfört olika informationskampanjer med fokus på de vanligaste förekommande konsumentproblemen. Syftet är att öka kunskapen hos konsumenter innan de stöter på problem men även att ge vägledning när problem redan har uppstått. Insatserna genomförs för att ge konsumenterna hjälp till självhjälp via hallåkonsument.se och på det sättet värna den personliga vägledningens möjlighet att stödja konsumenter som behöver just den kanalen. Insatserna har skett i form av flera kampanjer





med olika problemområden i fokus. De digitala kampanjerna har nått många via Youtube, Facebook, Instagram, PRO:s nyhetsbrev och Seniorens nyhetsbrev. Målgrupperna har stannat länge på landningssidorna på hallåkonsument.se och få har klickat sig vidare till ”kontakta oss”, vilket vi ser som en indikation på att de flesta har fått hjälp via webbsidan och inte har behövt kontakta den personliga vägledningen.

Via sociala medier sprider vi även varningar och information om återkallelser av farliga produkter till allmänheten och sådana publiceringar har skett vid 19 tillfällen under året. Vi ser att inläggen ofta får många interaktioner och delas vidare. Genom att medierna uppmärksammar Konsumentverkets arbete med produktsäkerhet når vi många konsumenter med viktig, ibland livsviktig, information.

Konsumentverket har också betalat för att inlägg i sociala medier ska visas för fler personer. Det är inlägg med information om aktuella konsumentproblem som är av stor vikt för många, eller sådant som är extra aktuellt under en viss period på året. Till exempel är det viktigt att nå ut med konsumenträttslig information i samband med reaperioderna. Det är lätt att som konsument stressas av reabudskap och därmed handla oöverlagt. Korta och informativa

videoklipp med tips inför rean spreds därför i sociala medier. För att också nå yngre konsumenter spreds klippena förutom på Facebook även på Instagram. På bägge plattformarna fick klippena tillsammans 1,58 miljoner exponeringar. En exponering innebär att meddelandet har visats på någons skärm men säger inget om hur många som uppmärksammat det.

Förutom att nå ut med myndighetens information till en stor publik på sociala medier, är också ett av målen att driva trafik till Konsumentverkets webbplatser. Totalt har årets arbete på Facebook (både betalt och annat innehåll) genererat strax under 100 000 länkklick. Det är en ökning med 25 procent från föregående år.

## Bankbedrägerier

Bedrägerier i form av obehöriga transaktioner har ökat och drabbar många äldre och utsatta konsumenter. Konsumentverket har arbetat både med insatser gentemot konsument och gentemot företag, som tidigare nämnts under avsnittet Marknadsrätt. Insatser till konsumenter har genomförts i både förebyggande syfte och som stöd till dem som drabbats. Konsumenterna har uppskattat den information och de brevmallar som Konsumentverket har tagit fram som stöd

för att begära kompensation från banken. Vi har dessutom genomfört ett webinarium i förebyggande syfte för att öka kunskapen bland utsatta och sårbara konsumenter. Information har även spridits till konsumenter på mässor, i sociala medier samt via vidareförmedlare, exempelvis konsumentvägledare och budget- och skuldrådgivare. Vi bedömer att dessa aktiviteter nått rätt målgrupper direkt eller indirekt och att Konsumentverkets insatser stöttat konsumenter att hävda sin rätt gentemot bankerna.

## Invändningsrätt vid kreditköp

Under året ökade mängden frågor från konsumenter som nekats att nyttja sin rätt att få återbetalning eller ersättning från kreditgivare, det vill säga invändningsrätt vid kreditköp. Konsumentverket har efter en extra bevakning av frågan blivit tydligare i vägledningen till konsumenter. I samverkan med Konsumenternas Bank- och finansbyrå utvecklades även sidorna på hallåkonsument.se för att ge konsumenterna tydligare guidning. Även inom marknadsrätt har myndigheten under året arbetat med invändningsrätten. Vi bedömer att detta var en lyckad insats där vi på ett effektivt sätt stöttade konsumenterna utifrån våra olika uppdrag.

## Säkra barn

I broschyren *Säkra barn* får småbarnsföräldrar goda råd om hur man gör hemmet säkert. Den innehåller allt från tips om nappar och spädbarnets säng till bad och leksaker. Broschyren delas ut på barnvårdscentraler runt om i landet och når på så vis närmare 50 000 familjer varje år. Broschyren gjordes om under 2023 och den är resultatet av en samverkan med flera myndigheter.

De som bidragit med kunskap är Boverket, Elsäkerhetsverket, Kemikalieinspektionen, Livsmedelsverket, Läkemedelsverket, Giftinformationscentralen, Transportstyrelsen och 1177 som ägs av landets regioner och kommuner.

## Våra fem bästa tips

Filmen *Våra fem bästa tips* är ett enkelt informationsmaterial om några av de viktigaste konsumentfrågorna och vanligaste problemen som en konsument stöter på. Filmen tar bland annat upp bedrägerier med bank-ID över telefon, telefonförsäljning och ångerrätt vid distansköp, lånekostnader samt rätten att reklamera. Filmen riktar sig till dem som behöver få grundläggande information om privatekonomi och konsumenträttigheter. Målgruppen är bland andra ungdomar och invandrare. Filmen finns, förutom på svenska, även på engelska och arabiska. Vi gjorde fyra kortklipp av filmen på arabiska som visades cirka 128 000 gånger på Facebook och särskilt uppmärksammat blev avsnittet om bedrägerier. Via ett mediebolag som skriver om det svenska samhället på arabiska nådde vi drygt 25 000 arabisktalande personer.

## Koll på pengarna

Konsumentverket har sedan 1978 gett ut magasinet *Koll på pengarna* som syftar till att ge konsumenter verktyg för att hantera sin vardagsekonomi. Koll på pengarna sprids bland annat via budget- och skuldrådgivare och konsumentvägledare i kommunerna och används, tillsammans med elev- och lärarinstruktioner, för skolans undervisning i privatekonomi. Magasinet finns även i en lättläst version, framtagen 2023.

### Antal vägledningsfrågor för Hallå konsument 2021–2023

	2021	2022	2023
Antal vägledningsfrågor	70 000*	60 700	57 000
Varav ECC-frågor	5 900*	5 700**	5 600

\* Under 2021 införde vi ett nytt ärendehanteringssystem, vilket innebär att vi registrerar kontakter på annat sätt.

\*\* I och med det nya ärendesystemet infördes en ärendetyp för att samla alla ECC-frågor. Tidigare år räknades endast de ärenden där företaget var registrerat i ECC-land, i det nya sättet ingår även konsumenter från ECC-land som ställer frågor om ett svenskt företag. ECC-frågor blir därför inte helt jämförbar med tidigare år.

# Resultatområde: Money from Sweden

## Resultatmål

Money from Sweden är ett användbart jämförelseverktyg för remitteringar.

Money from Sweden är en webbtjänst som jämför kostnad och tid för att föra över pengar från Sverige till andra länder. Tjänsten är utvecklad för att stödja Agenda 2030-målet att en större andel av pengar som skickas till de fattigare delarna av världen kommer fram i stället för att försvinna som remitteringskostnader.

Under året kan en generell kostnadsökning noteras för överföring av pengar från Sverige. Kostnaden varierar dock fortfarande mycket, framför allt beroende på leverantör och hur pengarna ska skickas. Den ökade förekomsten av negativa växelkurser försvårar jämförelser. Det kan i vissa fall innebära att mer pengar når mottagaren än vad som ursprungligen skickades, men för avsändaren kan det vara svårt att förstå. Många operatörer kräver inloggning eller konto för att visa erbjudanden eller verkliga kostnader. Det komplicerar Konsumentverkets jämförelser och försvårar för konsumenter att jämföra kostnaderna.

Under 2023 har 18 länder tagits bort från jämförelserna på [moneyfromsweden.se](http://moneyfromsweden.se) och 10

nya tillkommit. Förändringen är en anpassning till de nya kriterierna för vilka länder som ska ingå i tjänsten. För att platsa ska landet finnas med på DAC:s (Development Assistance Committee) lista samt ha en stor representation, minst 5 000 invånare, i Sverige. Av webbtjänstens länder är Syrien, Thailand och Irak de som får flest besök.

Under året har Konsumentverket informerat om tjänsten bland annat genom sökordsannonsering på Google. De flesta, nio av tio, som besöker sajten kommer via betalda Googleannonser. Vi har också marknadsfört tjänsten genom ett samarbete med ett mediehus som publicerar svenska nyheter och samhällsinformation på arabiska. Nästan 90 procent av dem som kommer till webbtjänsten besöker endast startsidan och stannar kort tid vilket kan indikera att innehållet inte var det de trodde eller efterfrågade. Prisjämförelsesidorna har haft drygt 10 000 besök under året. Vi bedömer att vi har och kommer att få svårigheter att nå målen och kraven för tjänsten. En närmare analys av tjänsten görs i vår rapport till regeringen.





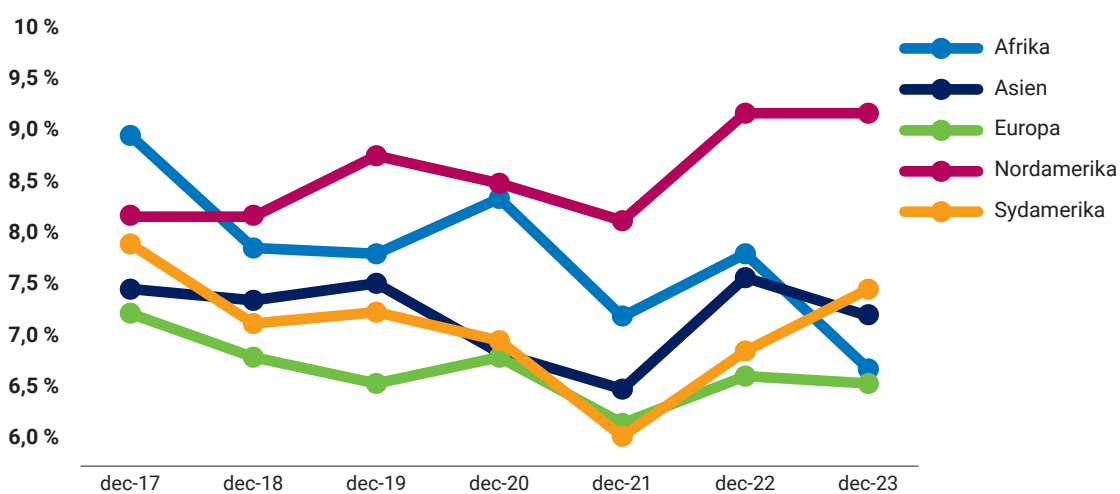
### Besök på webbtjänsten Moneyfromsweden.se\*

	2021	2022	2023
Antal besök på webbplatsen	240 400	174 100	104 000**

\* Det går inte att jämföra siffrorna med föregående år. Läs mer om svårigheter att bedöma besökssiffror på våra webbplatser i avsnittet Myndighetsövergripande.

\*\* Data saknas för en månad samt inställningar för kakor förändrades under 2023.

### Kostnadsutveckling för att skicka 3 000 kronor från Sverige



Kostnaden uttrycks som procentuell andel av det skickade beloppet, 3 000 kronor. Kostnaden är ett medelvärde för samtliga länders remitteringstjänster (rensat från extremvärden) i Konsumentverkets databas vid aktuell tidpunkt.

---

# Verksamhets- område Kunskap

---

Resultatområde:  
Kunskapsbyggande

s. 42

Resultatområde:  
Stöd via andra aktörer

s. 44



# Resultatområde: Kunskapsbyggande

## Resultatmål

Konsumentverket ger användbara analyser om konsumentmarknader och konsumenters förutsättningar.

Inom ramen för resultatområde Kunskapsbyggande arbetar Konsumentverket utifrån uppdraget att bevaka och analysera marknader dels ur ett konsumentperspektiv, dels vad gäller förutsättningarna för konsumenter att agera på ett ur miljösynpunkt hållbart sätt. Målet att göra användbara analyser syftar främst på att ta fram analyser som förbättrar Konsumentverkets egen verksamhet, men även sådana som kan vara användbara för andra aktörer. Resultatområdet inkluderar även arbetet med att ta fram och utveckla statistik inom Konsumentverkets verksamhetsområde.

För Konsumentverket är statistik, omvärldsbekvakning och analyser centrala underlag för beslut, planering, prioritering och utveckling av verksamheten. Ambitionen har de senaste åren varit att i högre grad styra det kunskapsbyggande arbetet mot verksamhetens egna behov vilket har gett resultat i form av ökat samarbete internt, bättre nyttjande av Konsumentverkets statistik samt användbara analyser för verksamheten.

Under året har Konsumentverket förbättrat, utvecklat och ökat det interna nyttjandet av analyser och statistik samt bidragit med relevant kunskap i externa sammanhang. Vi bedömer därför att resultatmålet för RO Kunskapsbyggande har uppnåtts.

## Bevaka och analysera marknaderna

Under året har bevakning och analyser fokuserats mot resultatområde marknadsrätt för att öka våra kunskaper och utveckla tillsynsverksamheten. Vi har bland annat genomfört en omfattande undersökning som belyser vilka marknadsrättsliga problem konsumenter upplever med marknadsföring av olika produkter. De konsumentgrupper som i störst utsträckning upplever problematisk marknadsföring är

desamma som myndigheten identifierat i tidigare undersökningar, nämligen konsumenter med svaga konsumentfärdigheter, med begränsat ekonomiskt utrymme samt ungdomar och unga vuxna. Resultatet från undersökningen används bland annat för att göra prioriteringar inom resultatområde marknadsrätt. Underlaget kompletterar även myndighetens omvärldsbekvakning och anmälningar från konsumenter. Sedan 2020 har vi utvecklat en metod för att löpande samla in uppgifter om produktrelaterade personskador. Uppgifterna används för att göra prioriteringar inom resultatområde produktsäkerhetsrätt.

Regeringen gav i mars 2023 Konsumentverket i uppdrag att främja konsumenters prismedvetenhet och rörlighet inom dagligvaruhandeln. Uppdraget redovisades 1 december 2023 med rapporten 2023:02 *Priset är viktigt, men inte allt – främja konsumenters prismedvetenhet och rörlighet inom dagligvaruhandeln*.

Myndigheten har under året även arbetat med ett regeringsuppdrag om vilka konsekvenser som nya bestämmelser om information vid prissänkningar i prisinformationslagen har fått för konsumentmarknaderna. Uppdraget ska redovisas till regeringen senast 1 september 2024.

Myndigheten har vidare svarat på ett antal remisser med anknytning till uppdraget att bevaka och analysera marknaderna ur ett konsumentperspektiv.

## Bevaka och analysera konsumenters förutsättningar

Utifrån uppdraget att *bevaka och analysera konsumenters förutsättningar att agera på ett ur miljösynpunkt hållbart sätt* har Konsumentverkets huvudsakliga verksamhet bestått av att bedriva löpande omvärldsbekvakning både nationellt och internationellt, och att utifrån

kunskap om konsumenters förutsättningar bidra med inspel till andra aktörers arbete. Ett exempel där myndigheten både bevakar kunskapsutvecklingen och bidrar med egen kompetens är inom forskningsprogrammet Mistra Sustainable Consumption.

Som ett bidrag till kunskapsutvecklingen på området har Konsumentverket också fortsatt att undersöka hur konsumenter själva upplever sina förutsättningar att agera på ett ur miljösynpunkt hållbart sätt. Detta gjordes inom ramen för den studie av konsumenters erfarenheter av otillbörlig marknadsföring som beskrivs i avsnittet ovan. Resultatet visade att bland ett 40-tal olika varor och tjänster var flygresor, hemelektronik och fordonsbränsle de tre där konsumenterna ansåg det vara svårast att göra bra val för miljön, vilket stämmer relativt väl överens med tidigare undersökningar. Resultatet har analyserats för olika konsumentgrupper, bland annat utifrån kön och ålder. Som tidigare studier visat är det kvinnor generellt och personer i åldern 35–49 år som i störst utsträckning är kritiska till möjligheten att göra miljöval.

Ett exempel på sammanhang där Konsumentverket har kunnat bidra med kunskap till andra myndigheter om konsumenters förutsättningar att agera på ett ur miljösynpunkt hållbart sätt, är i Energimyndighetens arbete med ekodesign. Därutöver har Konsumentverket svarat på åtskilliga remisser.

## Ta fram och utveckla statistik

Konsumentverket samlar och bearbetar löpande statistik och data från konsumentupplysningen och anmälningar till myndigheten. Sedan 2023 används gemensam klassificering av hela myndigheten vilket ökar jämförbarheten. Konsumentverket har i sin långsiktiga verksamhetsinriktning lyft vikten av att nyttja data och digitala verktyg. Utifrån detta har arbetet med att utveckla och tillgängliggöra myndighetens statistik prioriterats. Verksamhetsanpassade statistikrapporter tas fram för att underlätta bevakning och prioritering av konsumentproblem samt för att effektivisera och förbättra verksamheten. Utöver detta lämnar myndigheten frekvent statistik om olika konsumentproblem till journalister.

## Vetenskapliga rådet

Konsumentverkets vetenskapliga råd består av nio forskare från olika akademiska discipliner. Rådet tillför kunskap om aktuell forskning samt bidrar i arbetet med utredningar och analyser. Under året har rådets arbete fokuserat på att bidra inför metodologiska vägval i olika studier samt till tänkbara åtgärder och perspektiv i Konsumentverkets analyser.

Vår bedömning är att kunskapsutbytet med vetenskapliga rådet har bidragit till en kunskapsökning inom myndigheten och en ökad förståelse hos rådet för de konsumentproblem som Konsumentverket har att hantera.



# Resultatområde: Stöd via andra aktörer

## Resultatmål

Konsumentverket ger samhällsaktörer användbart stöd.

Konsumentverkets resultatmål att ge ett användbart stöd till samhällsaktörer tar sikte på att stödja kommunernas konsumentverksamhet, skolan, civila samhällets organisationer och andra yrkesgrupper. Stödet innefattar kunskap och metodstöd inom områdena konsumentskydd, konsumentlagstiftning samt budget- och skuldrådgivning. Konsumentverksamheten som finns lokalt i kommunerna utgör en viktig del av det samlade konsumentstödet, men fler samhällsaktörer har bra förutsättningar att genom kunskapsspridning och konsumentstöd bidra till det konsumentpolitiska målet.

Sammanfattningsvis bedömer vi att det stöd vi erbjuder samhällsaktörer har varit till nytta. Stödet tas fram i nära dialog med aktörerna och vi gör kontinuerliga utvärderingar och anpassningar. Årets användarundersökning bland budget- och skuldrådgivare och konsumentvägledare i kommunerna visar att en majoritet, 80 procent, är nöjda med Konsumentverkets stöd. De sidor på konsumentverket.se som riktar till lärare är fortsatt välbesökta. Vi vet utifrån dialog med lärare att det lektionsmaterial vi erbjuder är enkelt att använda i undervisningen och att de har stor tillit till faktainnehållet.

Budgethäftet som togs fram i slutet av 2022 används av alla våra målgrupper och är ett användbart stöd i samtalet med den enskilde konsumenten. Efterfrågan på den tryckta versionen har varit stor och materialet har distribuerats i cirka 12 500 exemplar till framför allt budget- och skuldrådgivare och lärare. Vi har också aktivt spridit kunskap om den digitala versionen som finns för nedladdning i vår publikationsshop.

En samlad uppföljning och analys av årets verksamhet resulterar i bedömningen att resultatmålet för området har uppfyllts.

## Stöd till kommunernas konsumentverksamhet

Konsumentverket ger ett omfattande stöd till kommunernas konsumentverksamhet, bland annat i form av sakkunskap, metodstöd, system, omvärldsbevakning och arenor för nätverkande. Kommunerna ger i sin tur ett personligt och behovsanpassat stöd direkt till konsumenter vilket är extra viktigt för personer i sårbara och utsatta situationer. Utöver den årliga enkät som mäter nyttan med stödet får vi kontinuerlig återkoppling från målgruppen, både skriftligt och muntligt. I den framgår bland annat att Konsumentverket skapar förutsättningar för båda yrkesgrupperna att göra ett bättre jobb och att vi uppfattas som lyhörda för önskemål från dem.

I oktober samlade vi 90 verksamhetsansvariga för kommunernas budget- och skuldrådgivning digitalt för erfarenhetsutbyte. De fick bland annat ta del av hur några kommuner arbetar med lokal samverkan, vilket enligt utvärderingen ansågs lärorikt.

## Utbildning

Under 2023 har vi genomfört grundutbildning för budget- och skuldrådgivare och konsumentvägledare. Deltagarna utvärderar varje kurs och resultatet visar att grundutbildningen ger en bra grund för deras arbete. Utifrån målgruppens önskemål och aktuella händelser har vi även arrangerat fortbildning inom konsumenträtt, konsumentskyddande lagstiftning samt budget- och skuldrådgivning. Ett exempel är webinarieriet om CSN-skulder som lyfter ett aktuellt problem och där målgruppen var med och skapade innehållet genom att ställa frågor i förväg.

Samtliga utbildningsinsatser har genomförts digitalt, vilket ger alla samma förutsättningar att delta oavsett var i landet man arbetar.



Arbetet med att paketera delar av kursinnehåll till e-kurser har fortsatt med syftet att öka möjligheterna att delta. Den ökade flexibiliteten och möjligheten att ta del av utbildningarna flera gånger uppskattas och nyttjas av många.

### Portalen och Fråga experten

Extranätet Portalen är Konsumentverkets primära kanal för att nå ut till kommunernas konsumentverksamhet och där finns myndighetens samlade utbud av stöd. Över 80 procent anser att Portalen är till nytta i deras yrkesroll och de mest använda sidorna är forumen för erfarenhetsutbyte, sidorna för respektive yrkesroll, Fråga experten och nyhetsartiklar. Vi får återkommande positiv återkoppling om att nyheter vi förmedlar via Portalen är relevanta och viktiga för målgruppen.

Fråga experten är ett forum på Portalen där kommunernas vägledare och rådgivare kan få hjälp av experter på Konsumentverket, Kronofogden och konsumentbyråerna med att besvara komplicerade frågor från sina rådsökanden. Forumet fungerar också som en kunskapsbank och stödet leder till att fler konsumenter får hjälp med sina konsumentproblem. Det är 70 procent av användarna som anger att de har stor nytta av verktyget.

### Boss+

Konsumentverket erbjuder det webbaserade verktyget Boss+ till kommunernas budget- och skuldrådgivning. Där kan rådgivaren hålla

ärendena i ordnad form samt ta fram statistik för uppföljning av verksamheten. Cirka 230 kommuner arbetar i verktyget som möjliggör en effektivare rådgivning och administration.

I dialog med användarna har vi under 2023 fortsatt att utveckla och anpassa verktyget för att förenkla rådgivarnas arbete. Stöd för gallring av ärenden och för elektronisk arkivering är exempel på utveckling. Detta sparar tid, underlättar budget- och skuldrådgivarnas arbete och resulterar i mer tillgänglig rådgivningstid. I en uppföljning svarar 87 procent att de har stor nytta av Boss+ i sitt arbete, vilket är en ökning jämfört med 2022 (79 procent).

Under året har vi medverkat vid regionala träffar för budget- och skuldrådgivare för att demonstrera funktionalitet och diskutera utvecklingsbehov. Dialogen med Kronofogdemyndigheten har fortsatt när det gäller utveckling av funktioner i Boss+ för att underlätta både budget- och skuldrådgivarnas och Kronofogdens arbete.

### Stöd till yrkesföreningarna

Konsumentverket samverkar med yrkesföreningarna för konsumentvägledare och budget- och skuldrådgivare för att utbyta kunskap och diskutera aktuella ämnen. För att främja yrkeskärernas kompetensutveckling ger vi stöd till de årliga nationella yrkesdagarna. Samarbetet är till stor nytta i utvecklingen och spridningen av myndighetens stöd.



## Stöd till skolan

Kunskap inom konsumentområdet förmedlas till elever främst via ämnena hem- och konsumentkunskap i grundskolan och samhällskunskap i gymnasieskolan. Därför stödjer vi dessa lärargrupper med skolmaterial om konsumenträttigheter, privatekonomi, reklam och hållbar konsumtion. Konsumentverket har dessutom föreläst för såväl blivande som verksamma lärare.

Genom Konsumentverkets stöd till lärare stärks förutsättningarna för barn och ungdomar att tillgodogöra sig relevant kunskap som underlättar hållbara val och förebygger framtida konsumentproblem. Något som särskilt uppskattas är att stödet utgår från läroplanen, att en myndighet står för kvaliteten i sakinnehållet och att materialet är komplett med lektionsupplägg och handledningar för både lärare och elever. Stödet nås via [konsumentverket.se/larare](https://www.konsumentverket.se/larare) och sprids via digital annonsering, inlägg i Facebook-grupper, nyhetsbrev och på olika evenemang.

Antalet webbesökare som hittar och klickar vidare till Konsumentverkets läromaterial via sökmotorer har ökat med drygt 40 procent sedan i fjol. Efter en justering av vår marknadsföring på nätet är det färre som hittar webbmaterialet via annonser men besökstiden har ökat vilket kan vara en indikation på mer relevanta och engagerade besökare.

Under 2023 har Konsumentverket satt fokus på barns rätt till konsumentutbildning och skolans viktiga roll för att alla barn, oavsett övriga förutsättningar, ska kunna agera klokt i sin roll som konsument.

Samverkan inom skolområdet sker med bland andra Kronofogdemyndigheten, Finansinspektionen och Mediemyndigheten samt med lärarutbildningarna i Göteborg och Umeå. Inom myndighetsnätverket för barn- och ungdomsfrågor medverkar Konsumentverket i arbetsgruppen privatekonomi i skolan i syfte att utbyta information och erfarenheter av att ge stöd till skola.





## Stöd till övriga samhällsaktörer

Konsumentverket rapporterade regeringsuppdraget *Ett behovsanpassat konsumentstöd* i början av 2023. Under året har samverkan fortsatt med bland andra Kriminalvården, Svenska kyrkan och socialsekreterare i kommunerna utifrån att de i sitt arbete möter ekonomiskt utsatta konsumenter. Till en vidare grupp aktörer har vi spridit information om det stöd som finns för den enskilde.

Stödet består av föreläsningar, e-kurser, stödmaterial och verktyg. Materialet fokuserar på privatekonomi, men konsumenträtt ingår som en naturlig del. En ambition är att öka aktörernas kännedom om det stöd som finns i samhället via kommunernas budget- och skuldrådgivning och konsumentvägledning samt Konsumentverkets vägledning.

Hösten 2023 lanserades nyhetsbrevet *Prata pengar* som ett sätt att nå ut med information, kunskap och stödmaterial till relevanta samhällsaktörer. I dagsläget har drygt 700 prenumeranter registrerat sig för nyhetsbrevet som skickas ut runt fyra gånger per år.

Webbinarier för socialsekreterare som arbetar med ekonomiskt bistånd och med barn och familjer har varit en viktig insats. Sammanlagt deltog nästan 170 personer och drygt 100 personer har tagit del av inspelningen i efterhand. 90 procent av deltagarna uppgav i utvärderingen att de var nöjda eller mycket nöjda och att de kommer att ha nytta av innehållet i sitt arbete. Vi deltog även på Socionomdagarna med budskapet *Våga prata pengar* samt föreläste på temat *Ekonomisk utsatthet hos barnfamiljer – samverkan och verktyg*.

Stockholms universitet arrangerade under hösten konferensen *Spelproblem i Sverige, dagsläge och framåtblickar* där vi föreläste om problematisk skuldsättning och dess konsekvenser. Konferensen hade drygt 200 deltagare, de flesta socialsekreterare. Vi föreläser också regelbundet om konsumenträtt på utbildningar som anordnas av Nationella nätverket för finansiell folkbildning, *Gilla din ekonomi*, där Finansinspektionen är huvudansvarig. Genom nätverket har vår information nått ut till pensionärsorganisationer, diakoner och frivilliga samhällsarbetare. Vi har även föreläst på kurser för samhällsorienteringen som arrangeras av länsstyrelserna i samarbete med Finansinspektionen. Målgrupp är samhälls- och hälsokommunikatörer, socialsekreterare och flyktinghandläggare samt andra personer som möter asylsökande i sitt arbete.

## Regeringsuppdrag: Ett förstärkt stöd till budget- och skuldrådgivning

Inom ramen för regeringsuppdraget har en uppdatering av rekommendationerna för den kommunala budget- och skuldrådgivningen inletts. Genom arbetet mot övriga samhällsaktörer, som beskrivs ovan, har vi samtidigt utvecklat och breddat vårt stöd. Lokal samverkan är en viktig väg för att öka kännedomen om kommunernas budget- och skuldrådgivning.

Konsumentverket har därför fortsatt det arbete som påbörjades 2022 med att främja samarbete i kommunerna. Under året inleddes ytterligare en insats med deltagare från 17 kommuner där tillgång till en mötesplats för kunskaps- och erfarenhetsutbyte samt stödmaterial har bidragit till utveckling av det förebyggande arbetet. Även de budget- och skuldrådgivare och konsumentvägledare som inte deltagit i insatserna har fått möjlighet att ta del av arbetet genom ett webinarium där några av kommunerna delade erfarenheter och resultat. Drygt 130 personer deltog och cirka 100 personer har sett webinariet i efterhand. Webinariet inspirerade flera kommuner att anmäla sig till den nya samverkansinsats som startar 2024.

## Beräknade hushållskostnader

Konsumentverkets årliga beräkningar av hushållskostnader utgör referensvärden för några av hushållens vanligaste utgiftsområden. Beräkningarna utgår från friska personer i olika åldrar, kön och hushållsstorlekar och ger exempel på några vanliga hushållskostnader.

Beräkningarna kan fungera som utgångspunkt i en hushållsbudget och används av många olika aktörer, exempelvis budget- och skuldrådgivare, myndigheter, skola och banker samt av privatpersoner. De sprids bland annat via verktyget budgetkalkylen, som öppna data, nedladdningsbara tabeller på Konsumentverkets webbplats samt i det digitala magasinet *Koll på pengarna*. Webbmaterial om beräknade hushållskostnader och budgetkalkylen är bland de mest besökta på konsumentverket.se. Under hösten flyttades material om privatekonomi från konsumentverket.se till hallåkonsument.se med syftet att underlätta för konsumenterna.

Vi för en kontinuerlig dialog med Försäkringskassan om deras behov av referensmaterial för levnadskostnader. Försäkringskassan anser att beräkningarna bidrar till en mer enhetlig hantering av ärenden om merkostnader



vid funktionshinder samt en effektivare handläggning. Vi har fortsatt samverka med Socialstyrelsen och Kronofogden om riksnorm, normalbelopp och beräknade hushållskostnader.

### Bidrag till organisationer inom konsumentområdet

Konsumentverket har beslutat om verksamhetsbidrag och organisationsbidrag vid två tillfällen under året. Bidragen går till civilsamhällets organisationer som ger konsumentstöd på olika sätt. Det handlar bland annat om att sprida kunskap, ge rådgivning, ta fram verktyg som underlättar konsumenters vardag, skapa engagemang och driva opinion i viktiga frågor för konsumenter. Myndigheten fick under våren 2023 en miljon kronor extra att fördela till organisationer som tidigare sökt bidrag och som arbetar med att motverka problematisk skuldsättning. För 2024 har Konsumentverket

tilldelats ett anslag som motsvarar det belopp som, genom tidigare tvåårsbeslut, beviljats organisationer för 2024. Några ytterligare medel att fördela har inte tilldelats för 2024 och regeringen har i budgetpropositionen aviserat att Konsumentverkets anslag för fördelning av statsbidrag kommer att vara helt avvecklat vid ingången av 2026.

### Beslut verksamhetsbidrag och organisationsbidrag

I januari betalades hela anslaget för 2023 ut till 22 olika organisationer och 5 av dem fick samtidigt beslut om bidrag för 2024. Det utökade anslaget under 2023 fördelades till fem organisationer som i tidigare beslut beviljats mindre bidrag än vad de ansökt om.

Konsumentverket beslutade också om återkrav av verksamhetsbidrag för år 2021 och 2022 för en organisation samt att inte betala ut redan tidigare beviljat verksamhetsbidrag för 2023.

## Fördelning mellan verksamhetsbidrag och organisationsbidrag

Anslaget för 2023 uppgick till drygt 12 miljoner kronor och av den summan fördelades sammanlagt 500 000 kronor som organisationsbidrag till fem organisationer som har konsumentfrågor som huvudsakliga område. Drygt 11,5 miljoner fördelades som verksamhetsbidrag till 22 organisationer.

Anslaget på drygt 6 miljoner för 2024 kommer att betalas ut till de fem organisationer som tidigare beviljats bidrag för 2023–2024. I bilaga 2 finns information om hur stort bidrag som tilldelades respektive organisation.

## Redovisning av bidrag för 2022

Under våren 2023 har 13 organisationer redovisat verksamhetsbidragen de fått för 2022. Sex av dessa redovisade också organisationsbidrag. Samtliga redovisningar godkändes. Tre organisationer betalade tillbaka den del av bidragen som de inte använt under 2022. Ytterligare fem organisationer fick bidrag 2022 men då de fick beslut om bidrag för två år kommer de att redovisa sina bidrag under våren 2024.

## Samarbete med konsumentbyråerna

Samarbetet med Telekområdgivarna, Konsumenternas bank- och finansbyrå, Konsumenternas försäkringsbyrå samt Konsumenternas energimarknadsbyrå syftar till att säkerställa kompetens, utbyta erfarenheter och tydliggöra gränsdragningen inom det samlade konsumentstödet. Vi samverkar med byråerna i gemensamma sakfrågor och är representerade i samtliga styrelser. Under året har Konsumentverkets upplysningstjänst hänvisat nästan 6 000 konsumenter till byråerna för vägledning.

Vi erbjuder vidare kommunernas konsumentvägledare utbildning om byråernas verksamhet och aktuella konsumentproblem inom respektive område. Det skapar förutsättningar för en god dialog mellan vägledare och byråerna.

## Allmänna reklamationsnämnden

Konsumentverket bidrar med ledamöter till Allmänna reklamationsnämnden, ARN, där konsumenttvister prövas. Ett 40-tal medarbetare har under 2023 varit förordnade som ledamöter. Via Konsumentverket erbjuds kommunernas konsumentvägledare att delta som åhörare vid utvalda ARN-sammanträden vilket ger dem inblick i ARN:s arbete, kunskap om hur konsumentlagstiftningen tolkas och nämndens krav på bevisning.

### Organisations- och verksamhetsbidrag (antal)

	2022		2023		2024		2025	
	Inkomna	Beviljade	Inkomna	Beviljade	Inkomna	Beviljade	Inkomna	Beviljade
Organisationsbidrag	7	6	7	5	12	2	3	0
Verksamhetsbidrag	54	20	37	22	54	5	22	0

### Utbetalade och återbetalade bidrag (tkr)

	2021	2022	2023
Tilldelat anslag	16 059	12 059	12 059
Utbetalade organisationsbidrag	900	600	500
Utbetalade verksamhetsbidrag	15 159	11 459	11 559
Återbetalda bidrag	257	269	563
Utgående anslag	257	269	563

---

# Analys av Konsument- verkets effekt mål

---

# Analys av Konsumentverkets effektmål

Syftet med Konsumentverkets verksamhet kan utläsas i det konsumentpolitiska målet ”Väl fungerande konsumentmarknader och en miljömässigt, socialt och ekonomiskt hållbar konsumtion”. Konsumentverket har konkretiserat syftet i form av två myndighetsgemensamma effektmål: ”Konsumentskadan minskar” och Hållbar konsumtion blir enklare”. Dessa bärs upp av de resultatmål som beskrivs i resultatredovisningen. I detta avsnitt beskrivs ett urval av våra insatser i relation till effektmålen. Avsnittet avslutas sedan med ett resonemang om hur myndighetens måluppfyllelse relaterar till omvärldstrender.

Utmaningarna som beskrivs i *Generaldirektören har ordet* är svåra och mångfacetterade. Till problembilden kan även läggas resultatet från en konsumentundersökning baserad på erfarenheter hos ett riksrepresentativt urval av konsumenter under 2023. Preliminära resultat ger vid handen att konsumentskadan i Sverige uppgår till minst 41 miljarder kronor om året. Summan är trots sin storlek en kraftig underskattning av den totala konsumentskadan eftersom den inte inkluderar ”omedveten skada”, det vill säga när konsumenten inte vet att hen har blivit vilseledd. Den inkluderar inte heller kostnader för fysiska skador som orsakas av varor och tjänster med bristande säkerhet, företagens och samhällets klagomåls- och reklamationshantering, tillsynsinsatser, vägledning, tvistelösning samt kostnader med koppling till konsumtionsrelaterad överskuldssättning.

För att tackla konsumentutmaningarna bedriver Konsumentverket en komplex verksamhet med insatser som spänner över en rad olika områden. Det är av stor vikt att vi med regelbundenhet analyserar måluppfyllelsen för våra två effektmål. På det sättet kan vi dra lärdomar för prioriteringar och fortsatt utveckling av verksamheten. Analysen har betydande metodutmaningar, såsom ofta är fallet för samhällsnyttiga verksamheter. Insatserna sker inte i en kontrollerad laboratoriemiljö där effekten av varje enskild insats kan utvärderas isolerat. Våra insatser sker snarare i en sjudande verklighet fylld av samexisterande och oplanerade händelser som gör det svårt att utröna exakta orsakssamband.

Vi bedömer trots dessa utmaningar att vi kan göra en kvalificerad bedömning av måluppfyllelsen. Resonemangen nedan utgår från ett antal redovisade exempel på insatser från verksamheten, men bygger på verksamheten i sin helhet. Insatser som bedöms ha minskat konsumentskadan inkluderar även sådant som bedöms ha förebyggt konsumentskada. På motsvarande sätt omfattar insatserna för att göra hållbar konsumtion enklare aktiviteter som förebygger att det blir svårare. Kapitlet avslutas med ett resonemang om hur måluppfyllelsen relaterar till omvärldstrender.

## Verksamhetsområde Företag

Insatserna inom verksamhetsområde Företag syftar till att väsentligt bidra till att företagen följer de konsumentskyddande reglerna. Om så görs förväntas både konsumentskadan minska och hållbar konsumtion bli enklare.

Konsumentverkets strävan är att nå största möjliga regelefterlevnad med givna resurser. Vi vet att många av företagen vill göra rätt och vi använder därför företrädesvis enkla, snabba och effektiva metoder som informerar företagen om vad som gäller. Inom både marknads- och produktsäkerhetsområdet noterar vi att en mycket hög andel av företagen rättar sig frivilligt, cirka åtta av tio företag åtgärdar felaktigheterna utan vidare åtgärd från vår sida.

I fall där företagen inte rättat sig frivilligt eller vi av andra skäl valt att använda sanktioner har Konsumentverket/KO nått goda resultat.





Vi har bland annat drivit flera mål i domstol för att få rättspraxis i för konsumentkollektivet viktiga frågor. Att rättsläget klargörs gynnar såväl konsumenter som företag och minskar konsumentskadan på marknaderna.

Även i tillsynsärenden som rör miljöpåståenden i marknadsföring ser vi en mycket hög grad av rättelse. Det enda ärende där rättelse inte skedde frivilligt gällde Arlas marknadsföring av mejeriprodukter, där påståendet ”netto noll klimatavtryck” användes. Konsumentombudsmannen, KO, ansåg bland annat att påståendet var ett vagt och otydligt miljöpåstående som gav intryck av att produkten inte påverkade miljön eller klimatet i någon bemärkelse, vare sig före, vid eller efter köptillfället.

Ärendet drevs vidare i domstol och avgjordes till KO:s fördel. Domstolen förbjöd företaget att vid marknadsföring av mejeriprodukter använda påståendet ”netto noll klimatavtryck”. Förbudet gäller även andra liknande påståenden som antingen ger intryck av att produkten i frågan inte ger upphov till något klimatavtryck alls, eller

som ger intryck av att den klimatpåverkan som produkten orsakar har kompenseras fullt ut när så inte är fallet. Domen är viktig eftersom den förväntas ha betydelse även för hur andra företag använder miljöpåståenden, inte bara i Sverige utan sannolikt även i andra EU/EES-länder. Miljöargument kan påverka konsumenters val och därför är det angeläget både att konsumenterna förstår vad företagen påstår och att det är sant.

Konsumentverkets tillsynsinsatser har inte bara effekter på kort utan även på lång sikt. I årets tematiska granskning av miljöpåståenden i marknadsföring av fonder konstateras förbättringar hos branschen jämfört med motsvarande granskning år 2020. Det är även positivt att majoriteten av företagen på marknaderna som granskas rättar sig efter en tematisk granskning. Eftersom granskningsresultatet skickas inte bara till de granskade bolagen utan även till relevant branschorganisation kan våra insatser sammantaget ge breda och varaktiga effekter på våra båda effektmål. Viktiga insatser är de marknadskontrollärenden

som vi genomför i samverkan med Tullverket för att redan vid gränsen stoppa varor som inte överensstämmer med lagstiftningens krav. Under året har Konsumentverket handlagt 50 sådana tullärenden vilket är en fördubbling inom loppet av ett par år. Genom vår samverkan har vi förhindrat över 400 000 felaktiga eller farliga artiklar från att nå den svenska marknaden under året. Detta innebär att Konsumentverket har minskat konsumentskadan. Beroende på artiklarnas karaktär kan myndigheten även ha gjort socialt, ekonomiskt eller miljömässigt hållbar konsumtion enklare.

Oavsett om rättelserna till följd av tillsyn och marknadskontrollärenden sker frivilligt eller efter rättslig åtgärd så bidrar de på ett tydligt sätt till att uppnå målet att företagen ska följa de konsumentskyddande reglerna. När så görs minskar också konsumentskadan och, vilket ”netto-noll”-domen är ett exempel på, blir hållbar konsumtion enklare.

I myndighetens standardiseringsarbete har en omfattande insats varit att inneha ordförandeskapet i revideringen av hjälmstandarderna. Myndigheten har även bidragit till framtagandet av en ny testmetod om rotationsvåld mot huvudet, en testmetod som kommer att implementeras i de allra flesta hjälmstandarderna framöver och som innebär bättre skydd med minskad risk för allvarliga inre hjärnskador. Konsumentverket bedömer att insatsen påtagligt har minskat konsumentskadan och gjort socialt hållbar konsumtion, där hälsomässiga aspekter ingår, enklare.

Konsumentverkets internationella arbete möjliggör kraftfull samverkan med ett stort antal länder och påverkan på EU-lagstiftning som kan minska konsumentskadan och göra hållbar konsumtion enklare i både Sverige och andra länder. Konsumentverket har exempelvis, tillsammans med den irländska dataskyddsmyndigheten, koordinerat en EU-insats mot Tiktok avseende bristande reklammarkeringar, personanpassad marknadsföring riktad till barn och villkor om bland annat plattformens virtuella valuta. Företaget har kommit med flertalet åtaganden för att säkerställa att inga överträdelser sker. EU:s konsumentskydds nätverk, där Konsumentverket ingår, kommer att fortsätta bevaka implementeringen av bolagets åtaganden under 2024.

Konsumentverket har även koordinerat EU-insatsen mot Zalando som handlat om bolagets vilseledande miljöpåståenden.

Företaget har bland annat använt symboler och märkningar som indikerat en miljömässig fördel, utan att specificera på vilket sätt produkten skulle vara skonsammare för miljön. Bolaget har åtagit sig att ändra marknadsföringen. Insatsen innebär att miljömässigt hållbar konsumtion blivit enklare.

## Verksamhetsområde Konsument

Konsumentverket arbetar för att ge konsumenterna användbart stöd. Det handlar främst om olika former av vägledning inom ramen för Konsumentverkets upplysningstjänst. I den personliga vägledningen har vägledarna hjälpt i genomsnitt nästan 5 000 konsumenter varje månad, varav cirka hälften via telefon. Den nöjdhetsundersökning som genomförts sedan 2019 visar att nyttan med telefonvägledningen fortsatt är mycket stor. Drygt 80 procent anser att stödet är användbart och kvinnor är något mer nöjda än män. De flesta anser att de har fått svar på sin fråga och att svaret har varit tydligt och lätt att förstå.

När Konsumentverket kan hjälpa fler konsumenter via skriftlig information ökar möjligheten för dem som behöver hjälp via telefon att komma fram. Vi har därför under året arbetat aktivt med frågor och svar i frågeforumet på hallåkonsument.se. Genom frågeforumet når vi ut till många konsumenter samtidigt, både vid frågor som är relevanta över tid och vid aktuella händelser. Exempel på händelser under året där vi nått flera tusen konsumenter på kort tid är försäljningsförbud av en laddbox för el-bil, när Gotlandsfärjan blev inställd och vid strejk på Arlanda.

Även om myndigheten inte har information om vad som händer i respektive ärende efter avslutade vägledningsinsatser kan vi konstatera att många konsumenter får hjälp och att dessa bedömer att vårt stöd är användbart. Det talar för att myndigheten påtagligt ökar konsumentens chanser att nå framgång i sitt ärende, i de fall missnöjet är juridiskt befogat. Det i sin tur innebär att konsumentskadan minskar. Dessvärre måste samtidigt konstateras att Konsumentverket inte kan svara upp mot konsumenternas hjälpbehov. Trycket på telefonvägledningen innebär att många aldrig kommer fram eller kan erbjudas en plats i kön. Trots ett intensivt arbete med att vägleda resurseffektivt och i målgruppsanpassade kanaler finns, med nuvarande resurstilldelning, ingen möjlighet att hjälpa alla som söker vårt stöd.



Konsumentverkets rådgivning till konsumenter som handlat i andra länder i Europa får också höga betyg i nöjdhetsmätningarna. Även medlingen mellan konsument och företag är en effektiv metod i hanteringen av gränsöverskridande konsumentproblem. Vi har tillsammans med övriga ECC-kontor åstadkommit en hög grad av framgång via medling: över hälften av våra och övriga ECC-verksamheters medlingsinitiativ har löst konsumentens problem. Utan medlingsstödet hade konsumenterna troligen inte varit lika framgångsrika i sina ärenden. Vi bedömer det därför som sannolikt att ECC-verksamhetens insatser väsentligt har bidragit till att minska konsumentskadan.

Verksamhetsområdet har, med sina många konsumentkontakter, möjlighet att delge viktig information till konsumenter. Ett exempel på detta är information om bedrägerier i form av obehöriga transaktioner, något som har ökat och drabbar många äldre och utsatta konsumenter. Insatser har genomförts i både förebyggande syfte

samt som stöd till drabbade. Den information och de brevmallar för krav mot banker som Konsumentverket erbjuder har varit mycket uppskattade. Information har även spridits till konsumenter på mässor, i sociala medier samt via kommunernas konsumentvägledning och budget- och skuldrådgivning. Vi bedömer att dessa insatser har ökat bedrägeriutsattas chanser att hävda sin rätt gentemot bankerna, och att insatserna därigenom har bidragit till att minska konsumentskadan.

En viktig informationsöverföring i motsatt riktning är den som konsumenter ger myndigheten genom olika kontaktkanaler. På detta sätt fångar Konsumentverket upp viktiga och utbredda konsumentproblem. Genom intern samverkan leder sådan information ofta till prioriteringar och insatser inom andra verksamhetsområden. Verksamhetsområdet har därför inte bara en direkt, egen påverkan på effektmålen utan bidrar även indirekt till effekter som uppstår till följd av insatser inom andra verksamhetsområden.



## Verksamhetsområde Kunskap

Inom verksamhetsområde Kunskap samlas den kunskapsbyggande kärnverksamheten liksom insatser för att stödja samhällsaktörer. Analyser från det kunskapsbyggande arbetet kan ge resultat som Konsumentverket bedömer är värdefulla att kommunicera externt till konsumenter och andra aktörer. Sådan information kan ha direkt påverkan både på effektmålet att konsumentskadan minskar och att hållbar konsumtion blir enklare. Störst effekt på effektmålen bedömer vi dock kan uppnås när analyserna används internt. Analyserna används då för att prioritera och fokusera verksamheten på de mest relevanta insatserna som gör störst nytta för konsumenterna. På så sätt får insatserna från verksamhetsområdet främst indirekta effekter på våra effektmål, i och med att de bidrar till mer effektiva och ändamålsenliga insatser inom andra verksamhetsområden.

Ett exempel på detta är en omfattande undersökning som genomförts för att belysa vilka marknadsrättsliga problem som konsumenter upplever vid marknadsföring av olika produkter. Störst problem har konsumenter med svaga konsumentfärdigheter, de med begränsat ekonomiskt utrymme samt ungdomar och unga vuxna. Resultatet från undersökningen används bland annat för att göra prioriteringar inom myndighetens tillsynsarbete. På motsvarande sätt har vi genomfört en bred undersökning om produktrelaterade fysiska skador, där resultatet varit till stor nytta för prioriteringarna inom vårt produktsäkerhetsarbete.

Ett resultatmål inom verksamhetsområdet är att ge användbart stöd till andra aktörer som möter konsumenter. Det handlar om att sprida kunskap och ge metodstöd inom områdena konsumentskydd, konsumentlagstiftning samt budget- och skuldrådgivning till kommunernas konsumentverksamhet, skolan, civila samhällets organisationer och andra relevanta yrkesgrupper.

Stödet tas fram i nära dialog med aktörerna med regelbundna utvärderingar och anpassningar utifrån återkoppling från målgruppen. Årets användarundersökning bland konsumentvägledare och budget- och skuldrådgivare i kommunerna visar att en majoritet, 80 procent, är nöjda med Konsumentverkets stöd. Vid sidan av denna undersökning får vi kontinuerlig återkoppling från målgruppen, både skriftlig och muntlig. I den framgår bland annat att Konsumentverket skapar förutsättningar för båda yrkesgrupperna att göra ett bra jobb och att vi är lyhörda för önskemål från dem. Inte sällan

får vi återkopplingen att vårt stöd är avgörande för att de ska kunna bedriva verksamheten.

Utvärderingar visar genomgående på mycket stor nöjdhet med våra specifika insatser. Exempelvis svarar cirka nio av tio budget- och skuldrådgivare som använder vårt administrativa verktyg Boss+ att det är till stor nytta. Cirka åtta av tio tycker att vårt extranät Portalen – Konsumentverkets primära kanal för att nå ut till kommunernas konsumentverksamhet – är till nytta i deras yrkesutövning.

Det stöd till samhällsaktörer som Konsumentverket erbjuder har en indirekt effekt på våra effektmål genom att öka kvaliteten på samhällsaktörernas stöd till konsumenter. I nästa led förbättrar det möjligheterna för konsumenter att tillvarata sina konsumenträttigheter. Detta gäller både i relation till målet att konsumentskadan minskar och att hållbar konsumtion blir enklare. Denna kedja av effekter gör det svårt att kvantifiera effekten av Konsumentverkets insatser. Mot bakgrund av att de samhällsaktörer som vi stöder är mycket nöjda med såväl vårt generella stöd som med specifika insatser, gör vi dock bedömningen att våra insatser påtagligt minskar konsumentskadan och gör hållbar konsumtion enklare.

## Den myndighetsgemensamma prioriteringen *Konsument på kredit*

Konsumentverket har under ett par år prioriterat konsumentproblem kopplade till kreditmarknaden och överskuldsättning. Ambitionen har varit att förstärka och samordna insatser som syftar till att minska problematisk skuldsättning, inte minst bland konsumenter i sårbara situationer. Insatserna har bland annat utgjorts av tillsyn och informationsinsatser.

Tillsynsarbetet inom kreditområdet har exempelvis handlat om att granska kreditförmedlares telefonförsäljning. Problemen är omfattande och handlar bland annat om att marknadsföringen av krediter via telefon inte är balanserad, att konsumenterna inte får den information de behöver för att kunna fatta ett genomtänkt beslut och att de stressas att snabbt signera ett avtal. Granskningen är en av grunderna till Konsumentverkets ställningstagande att telefonförsäljning av krediter bör förbjudas.

En av årets domar på kreditområdet bör kunna begränsa bruket av påträngande reklam. Målet handlade om hur frekvent direktmarknadsföring av krediter får vara för att inte strida mot lagens

krav på måttfullhet. Patent- och marknadsdomstolens dom förväntas få genomslag genom att kreditgivare anpassar sin marknadsföring och att konsumenter därmed i mindre omfattning möts av påträngande marknadsföring av krediter. Konsumentombudsmannen har även genom förelägganden förbjudit flera företag att marknadsföra krediter på sätt som särskilt framhåller fördelarna med att ta en kredit.

Bland ett stort antal informationsinsatser till olika grupper av yrkesverksamma kan nämnas Konsumentverkets skolmaterial för undervisning om privatekonomi på grundskolan och gymnasiet. Genom att lärare dokumenterat värdesätter och använder verkets skolmaterial i undervisningen har elever på grundskolan och gymnasiet fått ökad kunskap om betalsett och krediter. Även lärarstuderande i hem- och konsumentkunskap har använt och satt stort värde på vårt föreläsningsmaterial om betalsett, krediter och penningtvätt samt om ungas privatekonomi. Kommunernas budget- och skuldrådgivare har vidare ökat sina kunskaper genom att ta del av Konsumentverkets utbildningar, särskilt en kurs om konsumentkreditlagen.

Vi bedömer att våra insatser inom ramen för den myndighetsgemensamma prioriteringen har varit betydelsefulla och bidragit till att förhindra såväl betalningsproblem som osund och problematisk skuldsättning. Vidare har arbetet med prioriteringen ytterligare förstärkt våra kunskaper på området och därigenom lagt grunden för ställningstaganden om regel- förändringar som vi bedömer kan minska den problematiska skuldsättningen påtagligt. Det gäller exempelvis lagstiftningsförändringar som föreslagits av Överskuldsättningsutredningen under året och vårt ställningstagande att telefonförsäljning av krediter bör förbjudas. Dessutom har våra fördjupade kunskaper lett till att vi inför 2024 fokuserar prioriteringen på problematisk skuldsättning hos personer med utländsk bakgrund, vilket vi bedömer kan öka nyttan och effekten av våra insatser ytterligare. Vi bedömer både att konsumentskadan har minskat till följd av våra insatser, och att den kommer att minska ytterligare om våra ställningstaganden får gehör i pågående lagstiftningsarbete. Vår bedömning är även att insatserna påtagligt

har gjort ekonomiskt och socialt hållbar konsumtion enklare, då insatser mot problematisk skuldsättning tveklöst påverkar båda dessa aspekter av hållbarhet. Den myndighetsgemensamma prioriteringen bedöms således ha påverkat båda våra effektmål i gynnsam riktning.

## Avslutande resonemang

Utifrån resonemangen i detta avsnitt bedömer Konsumentverket sammantaget att vi påtagligt har minskat konsumentskadan och gjort hållbar konsumtion enklare. Dessa bedömningar ska dock ses isolerat och i ett ”allt annat lika”-perspektiv, det vill säga sett med tankefiguren att det enda som påverkar våra effektmål är Konsumentverkets egna insatser. Så är förstås inte fallet.

Många omvärldstrender är av sådan karaktär och drivs av så snabb teknisk utveckling och starka kommersiella krafter att de i hög grad styr konsumenternas förutsättningar. I Generaldirektören har ordet beskrivs några sådana trender som påverkar konsumentskadans totala storlek och förutsättningarna för hållbar konsumtion och som i regel ligger utanför myndighetens kontroll. Vår samlade bedömning är att omvärldstrenderna till övervägande del utgör krafter som verkar i motsatt riktning i förhållande till våra effektmål, det vill säga de tenderar att öka konsumentskadan och försvåra hållbar konsumtion, såväl socialt och ekonomiskt som miljömässigt.

Trots att årets insatser varit framgångsrika bedömer vi därför att de inte är tillräckliga. Den bedömningen gäller även när vi inkluderar de viktiga insatser som andra konsumentfrämjande aktörer gör – inte minst kommunala konsumentvägledare, budget- och skuldrådgivare och andra myndigheter. Konsumentverket kommer att fortsätta att prioritera och fokusera verksamheten för att åstadkomma ännu större konsumentnytta med givna resurser, kombinerat med fortsatta ställningstaganden för en lagstiftning som i högre utsträckning än idag understödjer arbetet med att nå det konsumentpolitiska målet. För att möta nuvarande och framväxande problem och behov krävs dock insatser för ökad regelefterlevnad och konsumentstöd i betydligt större omfattning än vad de resurser myndigheten förfogar över medger.



---

# Personal och kompetensförsörjning

---

# Personal och kompetensförsörjning

Ett stort fokus på arbetet med arbetsplatsstrategi och arbetsplatsprojekt har präglat detta år. Personalrörligheten under året har medfört ett intensivt rekryteringsarbete, som har varit framgångsrikt. Vi har därmed kunnat välkomna ett 40-tal nya medarbetare till myndigheten.

## Personalstruktur

Antalet tillsvidareanställda har ökat jämfört med förra året. Fördelningen mellan män och kvinnor är densamma som året före, det vill säga 28 procent män och 72 procent kvinnor. Även genomsnittsåldern på 44 år ligger kvar på samma nivå.

## Kompetensförsörjning

Under året har 44 nya medarbetare rekryterats till Konsumentverket varav 43 tillsvidareanställda och 1 tidsbegränsat anställd. Sammanlagt avslutades 26 tillsvidareanställningar, varav 1 på grund av ålderspension.

Under våren var rörligheten betydligt större än vanligt medan det från sommaren och framåt har varit mycket få som slutat. På grund av den högre rörligheten under 2022 och 2023 har vi rekryterat fler medarbetare under 2023 än på många år. Trots det allmänna läget på arbetsmarknaden, där många sektorer har problem att klara sin kompetensförsörjning, har Konsumentverket lyckats mycket väl med att rekrytera önskad kompetens.

Våra medarbetare har deltagit i ett 70-tal externa individuella utbildningar. Utöver detta har 33 internt arrangerade utbildningar genomförts. 15 av dessa har varit behovsanpassade utbildningar för grupper och 18 har varit introduktionsutbildningar för nyanställda. Antalet internt arrangerade utbildningar ligger på samma nivå som 2022. Några exempel på lite större interna grupputbildningar under året är projektledning för jurister och samtalsteknik inom vägledningsverksamheten. Vi har även genomfört en digital live-teater med tema funktionshinder för våra anställda, i syfte att öka kunskapen om dessa frågor.

Vi bedömer att kompetenspåfyllnaden i form av utbildningar i hög utsträckning svarat mot behoven i verksamheten.

Under senhösten bjöd vi in övriga myndigheter i Värmland till en diskussion om personallån. Flera myndigheter visade intresse för fortsatt dialog om samarbetsavtal med oss på Konsumentverket. Syftet med samarbetsavtal är att förbereda för situationer där behov av att låna personal uppstår och kan bli en del i kompetensförsörjningen när det gäller kort-siktiga resursbehov.

## Personal (antal)

	2021	2022	2023
<b>Anställda den 31/12</b>	<b>192</b>	<b>177</b>	<b>188</b>
– antal kvinnor	143	128	136
– varav tillsvidareanställda	190	174	186
– varav tidsbegränsat anställda	2	3	2
<b>Tillsvidareanställda som avslutat sin anställning</b>	<b>16</b>	<b>31</b>	<b>26</b>
– på grund av pension	3	3	1
– annan orsak	13	28	25

## Arbetsförutsättningar och arbetsmiljö

Vi fortsätter arbetet med att utveckla vår arbetsplats och har skapat flexibla arbetsformer för såväl verksamhet som medarbetare. Samtliga medarbetare har från och med 2023 förtroende-arbets-tid samt har slutit överenskommelser om distansarbete. I förtroendet att ta ansvar för sin arbetstid oavsett hur och var den förläggs, ingår också ansvaret för den egna återhämtningen. Vikten av detta lyfter vi i olika sammanhang. Bland annat har alla chefer fått utbildning i ”Hållbar arbetsmiljö”. Alla medarbetare har också erbjudits föreläsningar om sömn och en stegtävling genomfördes under våren. Under hösten har vi haft en friskvårds-satsning, en ”Må gott höst” med syfte att stödja individens möjlighet till både aktiv och passiv återhämtning. De aktiviteter som erbjudits har varit yoga, massage samt en tillfällig utökning av friskvårdsbidraget.

Våra flexibla arbetsformer medför nya arbetssätt och behov av anpassade lokaler. Under första kvartalet startade därför arbetet med att utforma en arbetsplatsstrategi som beslutades före sommaren. Parallellt har ett arbetsplatsprojekt påbörjats med arbetsplatsstrategin som grund. Grundbudskapet i arbetsplatsstrategin är ”Kontoret är vår viktigaste arbetsplats”. Kontoret ska kunna tillgodose medarbetarnas olika behov under arbetsdagen vilket kräver en flexibel miljö för individuellt arbete såväl som för samarbete. Under hösten har arbetsplatsprojektet gått in i en fas med fokus på våra lokalers utformning.

Ökat arbete på distans och ändrade sociala mönster har skapat behov av personalsociala aktiviteter som stärker sammanhållning och goda relationer. Vi har arrangerat mindre och större sådana under året som exempelvis frukost med extern gäst, julmingel, myndighetens 50-årsfirande med en sommarfika för nuvarande





och tidigare anställda samt en gemensam jullunch för Fastighetsmäklarinspektionens och Konsumentverkets anställda. Det senare med anledning av det ökade samarbete mellan myndigheterna som påbörjats under hösten.

Säkerhetsfrågorna är aktuella och hot mot myndigheter och offentlig verksamhet är generellt mer förekommande än tidigare. Det har föranlett en översyn av myndighetens förebyggande arbete och rutiner för särskilda händelser och incidentrapportering. Som ett led i säkerhetsarbetet har vi under året även tagit fram en vägledning om otillåten påverkan. I anslutning till detta har säkerhetsfrågorna aktualiserats i riskhanteringsarbetet och alla chefer har deltagit i en genomgång av viktiga aspekter på personsäkerhet.

Vi har också tagit fram en rutin för hantering av medarbetare med skyddade personuppgifter. Aspekterna otrygghet och utsatthet har lyfts in i underlaget för medarbetardialogen för att ytterligare öppna upp för samtal om utsatthet såväl på som utanför arbetsplatsen.

Myndigheten har väl fungerande processer för det systematiska arbetsmiljöarbetet och har arbetat enligt dessa också detta år. Vår ledar- och medarbetaruppföljning är uppbyggd i fyra delar och innehåller både enkät- och dialogdelar. Arbetet har genomförts enligt plan och resultaten från enkäter och dialoger visar stort engagemang, hög grad av trygghet och tillit inom myndigheten samt ett mycket väl fungerande samarbete mellan såväl kollegor som mellan medarbetare och chefer.

### Sjukfrånvaro

Den totala sjukfrånvaron har minskat betydligt jämfört med förra året. Antalet anställda som varit sjukfrånvarande någon gång under året har också minskat och trenden för långtids-sjukfrånvaro är klart nedåtgående. Skillnaden mellan män och kvinnor har jämnats ut jämfört med året före, kvinnornas sjukfrånvaro har minskat medan männens har ökat något.

#### Sjukfrånvaro

	2021	2022	2023
<b>Total sjukfrånvaro i procent av tillgänglig arbetstid</b>	<b>3,84</b>	<b>4,88</b>	<b>3,75</b>
Kvinnors sjukfrånvaro i procent av tillgänglig arbetstid	3,83	5,56	3,92
Mäns sjukfrånvaro i procent av tillgänglig arbetstid	3,88	3,04	3,31
Sjukfrånvaro för åldersgruppen 29 eller yngre i procent av tillgänglig arbetstid	3,79	2,09	2,65
Sjukfrånvaro för åldersgruppen 30–49 år i procent av tillgänglig arbetstid	4,47	5,06	2,92
Sjukfrånvaro för åldersgruppen 50 år eller äldre i procent av tillgänglig arbetstid	2,70	5,20	5,33
Långtidssjukfrånvaro (60 kalenderdagar eller mer) i procent av total sjukfrånvaro	74,35	60,37	53,26



---

# Finansiell redovisning

---

Resultaträkning

s. 62

Balansräkning

s. 63

Anslagsredovisning

s. 65

Tilläggsupplysningar och noter

s. 67

Sammanställning över väsentliga uppgifter

s. 78

# Resultaträkning

Belopp i tusental kronor

	Not	2023	2022
<b>Verksamhetens intäkter</b>			
Intäkter av anslag	1	167 060	161 101
Intäkter av avgifter och andra ersättningar	2	2 809	2 988
Intäkter av bidrag	3	7 966	5 859
Finansiella intäkter	4	797	209
<b>Summa verksamhetens intäkter</b>		<b>178 632</b>	<b>170 157</b>
<b>Verksamhetens kostnader</b>			
Kostnader för personal	5	-130 405	-123 058
Kostnader för lokaler	6	-10 646	-9 629
Övriga driftkostnader	7	-34 286	-33 431
Finansiella kostnader	8	-153	-75
Avskrivningar och nedskrivningar		-3 142	-3 964
<b>Summa verksamhetens kostnader</b>		<b>-178 632</b>	<b>-170 157</b>
<b>Verksamhetsutfall</b>		<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Uppbördsverksamhet</b>			
	9		
Intäkter av avgifter m.m. som inte disponeras		2 812	1 125
Medel som tillförts statens budget från uppbördsverksamhet		-2 812	-1 403
<b>Saldo uppbördsverksamhet</b>		<b>0</b>	<b>-278</b>
<b>Transfereringar</b>			
Medel som erhållits från statens budget för finansiering av bidrag		13 996	13 290
Lämnade bidrag	10	-13 996	-13 290
<b>Saldo transfereringar</b>		<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Årets kapitalförändring</b>	11	<b>0</b>	<b>-278</b>

# Balansräkning

Belopp i tusental kronor

	Not	2023-12-31	2022-12-31
<b>TILLGÅNGAR</b>			
<b>Immateriella anläggningstillgångar</b>			
Rättigheter och andra immateriella anläggningstillgångar	12	486	2 460
<b>Summa</b>		<b>486</b>	<b>2 460</b>
<b>Materiella anläggningstillgångar</b>			
Förbättringsutgifter på annans fastighet	13	23	37
Maskiner, inventarier, installationer m.m.		2 252	727
Pågående nyanläggningar		135	176
<b>Summa</b>		<b>2 410</b>	<b>940</b>
<b>Kortfristiga fordringar</b>			
Kundfordringar	14	134	596
Fordringar hos andra myndigheter		2 332	3 331
Övriga kortfristiga fordringar		1 125	3 380
<b>Summa</b>		<b>3 591</b>	<b>7 307</b>
<b>Periodavgränsningsposter</b>			
Förutbetalda kostnader	15	5 447	5 288
Upplupna bidragsintäkter		195	865
Övriga upplupna intäkter		-1 125	-3 375
<b>Summa</b>		<b>4 517</b>	<b>2 778</b>
<b>Avräkning med statsverket</b>			
Avräkning med statsverket	16	-7 075	-8 543
<b>Summa</b>		<b>-7 075</b>	<b>-8 543</b>
<b>Kassa och bank</b>			
Behållning räntekonto i Riksgäldskontoret	17	24 010	24 422
<b>Summa</b>		<b>24 010</b>	<b>24 422</b>
<b>Summa tillgångar</b>		<b>27 939</b>	<b>29 364</b>

	Not	2023-12-31	2022-12-31
<b>KAPITAL OCH SKULDER</b>			
<b>Myndighetskapital</b>	18		
Balanserad kapitalförändring		0	278
Kapitalförändring enligt resultaträkningen		0	-278
<b>Summa</b>		<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Avsättningar</b>	19		
Avsättningar för pensioner och liknande förpliktelser		983	1 441
Övriga avsättningar		722	726
<b>Summa</b>		<b>1 705</b>	<b>2 167</b>
<b>Skulder m.m.</b>	20		
Lån i Riksgäldskontoret		2 761	3 225
Kortfristiga skulder till andra myndigheter		4 663	4 267
Leverantörsskulder		5 878	8 781
Övriga kortfristiga skulder		2 296	1 990
<b>Summa</b>		<b>15 598</b>	<b>18 263</b>
<b>Periodavgränsningsposter</b>	21		
Upplupna kostnader		10 636	8 934
<b>Summa</b>		<b>10 636</b>	<b>8 934</b>
<b>Summa kapital och skulder</b>		<b>27 939</b>	<b>29 364</b>



# Anslagsredovisning

Belopp i tusental kronor

Redovisning mot anslag		Not						
Anslag			Ingående överföringsbelopp	Årets tilldelning enl. regleringsbrev	In-dragning	Totalt disponibelt belopp	Utgifter	Utgående överföringsbelopp
Uo 18 02:001 ap. 1 Ramanslag Konsumentverket	22		7 718	165 438	-2 748	170 408	-164 241	6 167
Uo 18 02:001 ap. 3 Ramanslag Webbaserad informationstjänst för remitteringar	23		399	3 200	-303	3 296	-2 806	490
Uo 18 02:001 ap. 9 Ramanslag EU:s geoblockeringsförordning	24		709	700	-688	721	-26	695
Uo 18 02:004 ap. 1 Ramanslag Förstärkt statsbidrag till organisationer på konsumentområdet			-	1 000		1 000	-1 000	0
Uo 18 02:004 ap. 2 Ramanslag Deltagande i standardiseringsarbete			-	1 500		1 500	-1 500	0
Uo 18 02:004 ap. 9 Ramanslag Stöd till organisationer på konsumentområdet	25		269	12 059	-269	12 059	-11 496	563
<b>Summa totalt</b>			<b>9 095</b>	<b>183 897</b>	<b>-4 008</b>	<b>188 984</b>	<b>-181 069</b>	<b>7 915</b>
<b>Avslutade anslag</b>	<b>Not</b>		<b>Ingående överföringsbelopp</b>	<b>Årets tilldelning enl. regleringsbrev</b>	<b>In-dragning</b>	<b>Totalt disponibelt belopp</b>	<b>Utgifter</b>	<b>Utgående överföringsbelopp</b>
Uo 18 02:001 ap. 8 Ramanslag Metodstöd för merkostnadsersättning	26		7		-7			
<b>Summa avslutade anslag</b>			<b>7</b>	<b>0</b>	<b>-7</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Summa totalt</b>			<b>9 102</b>	<b>183 897</b>	<b>-4 015</b>	<b>188 984</b>	<b>-181 069</b>	<b>7 915</b>

## Inkomsttitlar

Belopp i tusental kronor

Redovisning mot inkomsttitel	Not	Beräknat	Inkomster
Inkomsttitel	27		
2714 212 Sanktionsavgifter enligt konsumentkreditlagen		-	2 250
<b>Summa 2714 Sanktionsavgifter m.m.</b>		-	<b>2 250</b>
2811 175 Övriga inkomster		-	562
<b>Summa 2811 Övriga inkomster av statens verksamhet</b>		-	<b>562</b>
<b>Summa</b>			<b>2 812</b>

## Bemyndiganderedovisning

Belopp i tusental kronor

Redovisning mot bemyndiganden	Not	Tilldelat bemyndigande	Ingående åtaganden	Utestående åtaganden	Utestående åtagandenas fördelning per år		Slutår
Anslag/anslagspost	28				År 2024	År 2025	
Uo 18 02:004 ap. 9 Stöd till organisationer på konsumentområdet		19 700	18 218	6 159	6 159	0	
<b>Villkor enligt regleringsbrev</b>		<b>19 700</b>			<b>13 100</b>	<b>6 600</b>	<b>2025</b>

Tilldelad bemyndiganderam enligt regleringsbrevet är indikativ.

# Tilläggsupplysningar och noter

## Redovisnings- och värderingsprinciper

### Allmänt

Belopp anges i tusental kronor (tkr) där annat ej anges. Myndighetens redovisning följer god redovisningssed och årsredovisningen är upprättad i enlighet med förordningen (2000:605) om årsredovisning och budgetunderlag och förordningen (2000:606) om myndigheters bokföring, samt ESV:s föreskrifter och allmänna råd till dessa. Summeringsdifferenser kan förekomma vid manuella summeringar.

### Brytdag

Brytdag för den löpande redovisningen är den 5 januari 2024. Fakturor som inkommit eller ställts ut efter detta datum och som avser 2023 redovisas under rubriken periodavgränsningsposter i balansräkningen. Beloppsgräns för periodisering av intäkter och kostnader har fastställts till 20 tkr exklusive moms. Även mindre belopp kan periodiseras i de fall det bedöms nödvändigt.

### Fordringar och skulder

Fordringar och skulder har värderats var för sig och tagits upp till belopp som beräknas bli betalt.

### Värdering av anläggningstillgångar

Tillgångar för stadigvarande bruk med en bedömd ekonomisk livslängd om minst tre år och en anskaffningskostnad på minst 20 tkr redovisas som materiella anläggningstillgångar. Ett objekt kan ses som anläggningstillgång även om anskaffningsvärdet understiger 20 tkr i de fall det ingår som en del i en fungerande enhet. Beloppsgränsen för immateriella anläggningstillgångar är 100 tkr.

När det gäller immateriella tillgångar särskiljs utgifter som avser utveckling från forskning.

Utgifter för utveckling ses som investering under förutsättning att ovanstående definition uppfylls. Däremot betraktas utgifter avseende forskning, exempelvis förstudie, inte som investering utan som driftkostnad. Motsvarande princip gäller för uppgradering av befintliga IT-system. Materiella anläggningstillgångar som är under uppförande redovisas som pågående nyanläggningar.

Linjär avskrivning har gjorts på anskaffningsvärdet utifrån den bedömda ekonomiska livslängden. Avskrivning görs månadsvis.

Följande avskrivningstider har tillämpats:

- |  |                  |
|--|------------------|
| • Immateriella tillgångar                  | 3 år             |
| • Förbättringsutgifter på annans fastighet | 3 år, 5 år, 6 år |
| • Datorer och kringutrustning              | 3 år             |
| • Övriga inventarier                       | 3 år, 5 år       |

Enligt regleringsbrev 2022-12-22 (Fi 2022/03444 (delvis)) har Konsumentverket ett undantag från ekonomiaadministrativa regelverket.

Detta innebär att bestämmelsen i 2 kap. 1§ kapitalförsörjningsförordningen (2011:210) om att en myndighets investeringar i anläggningstillgångar för förvaltningsändamål ska finansieras med lån i Riksgäldskontoret inte ska tillämpas på Konsumentverkets webbaserade informations-tjänst för remitteringar.

### Sjukfrånvaro

Uppgifter om sjukfrånvaro enligt 7 kap 3§ förordning (2000:605) om årsredovisning och budgetunderlag redovisas i resultatredovisningen under avsnittet Personal och kompetensförsörjning.

## Noter

Belopp i tusental kronor

### Resultaträkning

Not 1	Intäkter av anslag	2023	2022
<b>Anslagsintäkterna härrör från följande anslag:</b>			
	18 02:001 ap 001, Konsumentverket	164 228	157 911
	18 02:001 ap 003, Webbaserad informationstjänst för remitteringar	2 806	2 882
	18 02:001 ap 008, Metodstöd för merkostnadsersättning*	0	295
	18 02:001 ap 009, EU:s geoblockeringsförordning	26	12
<b>Summa intäkter av anslag enligt resultaträkningen</b>		<b>167 060</b>	<b>161 101</b>
*Avslutad anslagspost 2023.			
<b>Utgifter enligt anslagsredovisningen</b>		<b>181 069</b>	<b>174 470</b>
Skillnaden beror på:			
	– redovisning i transfereringsavsnittet som medel som erhållits från statens budget för finansiering av lämnade bidrag	13 996	13 290
	– semesterlöneskuld intjänad till och med 2008 som redovisas mot anslag 18 02:001 ap.1, enligt övergångsbestämmelsen till 12 § anslagsförordningen (2011:223).	13	80

Not 2	Intäkter av avgifter och andra ersättningar	2023	2022
	Intäkter av avgifter enligt 4 § avgiftsförordningen	1 978	1 877
	Intäkter av avgifter enligt 15 § avgiftsförordningen	55	4
<b>Intäkter av andra ersättningar</b>			
	Ersättningar enligt 6 kap. 1 § kapitalförsörjningsförordningen	710	1 106
	Övriga ersättningar	17	1
<b>Summa</b>		<b>727</b>	<b>1 107</b>
	Reavinst vid försäljning av anläggningstillgångar	49	-
<b>Summa</b>		<b>2 809</b>	<b>2 988</b>

Avgifter enligt 4 § avgiftsförordningen består till största delen av avgifter avseende system för kommunernas budget- och skuldrådgivning. Ökningen av avgifter enligt 15 § avgiftsförordningen 2023 förklaras av högre efterfrågan av allmänna handlingar och ersättning för provningskostnader. Under posten Intäkter av andra ersättningar enligt 6 kap. 1 § kapitalförsörjningsförordningen, redovisas ersättningar för rättegångskostnader från utomstatlig part.

Not 3	Intäkter av bidrag	2023	2022
	Bidrag från statliga myndigheter	2 701	1 466
	Bidrag från EU	5 265	4 393
<b>Summa</b>		<b>7 966</b>	<b>5 859</b>

Under posten bidrag från statliga myndigheter redovisas förutom ersättningar för rättegångskostnader från Kammarkollegiet, lönebidrag och stöd för nystartsjobb även ersättning för omställnings- och kompetensstöd.

Bidrag från EU avser Konsument Europas verksamhet inom Konsumentverket.



Not 4 Finansiella intäkter	2023	2022
Ränta på räntekonto hos Riksgäldskontoret	779	174
Andra ränteintäkter	18	35
<b>Summa</b>	<b>797</b>	<b>209</b>

Under rubriken finansiella intäkter redovisas ränta på räntekonto hos Riksgäldskontoret och andra ränteintäkter. Riksgäldskontoret har under 2023 höjt räntan på räntekonto vilket har genererat större intäkter på tillgodohavandet under året jämfört med tidigare år. Andra ränteintäkter avser mestadels ränta på ersättningar för rättegångskostnader.

Not 5 Kostnader för personal	2023	2022
Kostnader för personal	-130 405	-123 058
varav lönekostnader (exkl arbetsgivaravgifter, pensionspremier och andra avgifter enligt lag och avtal)	-83 562	-79 138

I summan för lönekostnader ingår arvoden till uppdragstagare för 2023 och 2022 med 133 tkr respektive 88 tkr. Personalkostnaden 2023 har ökat jämfört med tidigare år på grund av lägre nivåer av sjukfrånvaro och tjänstledigheter, förändringar i organisationen samt lönerrevision.

Not 6 Kostnader för lokaler	2023	2022
Kostnader för lokaler	-10 646	-9 629

Ökningen av lokalkostnaderna 2023 beror på högre hyresnivå samt ökade elkostnader.

Not 7 Övriga driftkostnader	2023	2022
Övriga driftkostnader	-34 286	-33 431

Driftkostnaderna har ökat 2023 jämfört med 2022. Ökningen förklaras bland annat av ökade rättegångskostnader för mål där Konsumentverket har förlorat, resekostnader samt it-relaterade kostnader.

Not 8 Finansiella kostnader	2023	2022
Ränta på lån i Riksgäldskontoret	-128	-38
Ränta på räntekonto i Riksgäldskontoret	-21	-
Andra räntekostnader	-4	-37
<b>Summa</b>	<b>-153</b>	<b>-75</b>

Under rubriken finansiella kostnader redovisas ränta på lån och räntekonto hos Riksgäldskontoret och andra räntekostnader. Riksgäldskontoret har under 2023 höjt räntan vilket har genererat större kostnader för lån samt ränta på återbetalning av anslag.

Not 9 Uppbörd	2023	2022
Intäkter av avgifter m.m. som inte får disponeras	2 812	1 125
Medel som tillförts statsbudgeten från uppbördsverksamhet	-2 812	-1 403
<b>Summa</b>	<b>0</b>	<b>-278</b>

Intäkter av avgifter som inte får disponeras 2023 avser ersättningar för sanktionsavgifter vilka ska redovisas mot inkomsttitel. Ökningen av intäkter mellan åren förklaras av att uppbördsfordran från 2022 har betalats enligt avbetalningsplan under 2023. Inbetalda intäkter får inte disponeras utan kommer i sin helhet att redovisas mot inkomsttitel.

Not 10 Lämnade bidrag	2023	2022
Lämnade bidrag till övriga organisationer och ideella föreningar	-13 996	-13 290
<b>Summa</b>	<b>-13 996</b>	<b>-13 290</b>

I posten lämnade bidrag till övriga organisationer och ideella föreningar ingår utbetalningar av bidrag till organisationer med ca 12,5 mnkr år 2023. Av dessa redovisas 11,5 mnkr i anslagsredovisningen som utgifter på anslaget 18 02:004 ap.9, Stöd till organisationer på konsumentområdet samt 1 mnkr som utgifter på det nya anslaget 18 02:004 ap 1, Förstärkt statsbidrag till organisationer på konsumentområdet. Resterande 1,5 mnkr avser bidrag som redovisas som utgifter på anslaget 18 02:004 ap.2, Deltagande i standardiseringsarbete.

Not 11 Årets kapitalförändring	2023	2022
Årets kapitalförändring	0	-278

Årets kapitalförändring 2022 avsåg reglering av uppbördsfordran från 2021 avseende ersättning för rättegångskostnader. Intäkterna redovisades mot inkomsttitel 2022. Under 2023 redovisas ingen kapitalförändring.

## Balansräkning

Not 12 Immateriella anläggningstillgångar	2023-12-31	2022-12-31
<b>Rättigheter och andra immateriella anläggningstillgångar</b>		
Ingående anskaffningsvärde	17 901	20 244
Årets anskaffningar	-	447
Pågående, årets anskaffning	-	0
Avyttrat/utrangerat, anskaffningsvärde	-3 274	-2 790
<b>Utgående ackumulerade anskaffningsvärden</b>	<b>14 627</b>	<b>17 901</b>
Ingående ackumulerade avskrivningar	-15 441	-14 905
Årets avskrivningar	-1 975	-3 326
Avyttrat/utrangerat, ackumulerade avskrivningar	3 274	2 790
<b>Utgående ackumulerade avskrivningar</b>	<b>-14 142</b>	<b>-15 441</b>
<b>Bokfört värde</b>	<b>486</b>	<b>2 460</b>

Under året har avyttring gjorts av äldre system som använts av kommunernas budget- och skuldrådgivare samt it-system för rapporter. Tillgångarna hade inget restvärde.

Not 13 Materiella anläggningstillgångar	2023-12-31	2022-12-31
<b>Förbättringsutgifter på annans fastighet</b>		
Ingående anskaffningsvärde	3 939	3 939
Årets anskaffningar	-	-
Avyttrat/utrangerat, anskaffningsvärde	-	-
<b>Utgående ackumulerade anskaffningsvärden</b>	<b>3 939</b>	<b>3 939</b>
Ingående ackumulerade avskrivningar	-3 902	-3 888
Årets avskrivningar	-14	-14
Avyttrat/utrangerat, ackumulerade avskrivningar	-	-
<b>Utgående ackumulerade avskrivningar</b>	<b>-3 916</b>	<b>-3 902</b>
<b>Bokfört värde</b>	<b>23</b>	<b>37</b>
<b>Maskiner, inventarier, installationer m.m</b>		
Ingående anskaffningsvärde	9 692	9 692
Årets anskaffningar	2 503	-
Överföring från pågående nyanläggningar	176	-
Avyttrat/utrangerat, anskaffningsvärde	-3 329	-
<b>Utgående ackumulerade anskaffningsvärden</b>	<b>9 042</b>	<b>9 692</b>
Ingående ackumulerade avskrivningar	-8 965	-8 341
Årets avskrivningar	-1 154	-624
Avyttrat/utrangerat, ackumulerade avskrivningar	3 329	-
<b>Utgående ackumulerade avskrivningar</b>	<b>-6 790</b>	<b>-8 965</b>
<b>Bokfört värde</b>	<b>2 252</b>	<b>727</b>
<b>Pågående nyanläggningar</b>		
Ingående anskaffningsvärde	176	-
Årets anskaffningar	135	176
Årets överföringar	-176	-
<b>Utgående anskaffningsvärde</b>	<b>135</b>	<b>176</b>
<b>Summa bokfört värde</b>	<b>2 410</b>	<b>940</b>

Årets anskaffningar avser inköp av nya datorer till samtlig personal samt teknisk utrustning. Del av anskaffningen av datorer har förts över från pågående nyanläggning 2022. Under året har tidigare anskaffade datorer och teknisk utrustning samt mindre inventarier avyttrats. Tillgångarna hade inget restvärde. Under pågående nyanläggningar 2023 redovisas anskaffningar avseende arbetsplatsprojekt.

Not 14 Kortfristiga fordringar	2023-12-31	2022-12-31
Kundfordringar	134	596
Fordringar hos andra myndigheter	2 332	3 331
Övriga kortfristiga fordringar	1 125	3 380
<b>Summa</b>	<b>3 591</b>	<b>7 307</b>

Fordringar hos andra myndigheter består i huvudsak av momsfordran på Skatteverket med 2 082 tkr. Under 2022 uppgick motsvarande fordran till 3 068 tkr. Övriga kortfristiga fordringar har minskat drygt 2,2 mnkr jämfört med 2022. Förändringen utgörs i huvudsak av en uppbördsfordran som regleras enligt avbetalningsplan. Uppbördsfordran beräknas vara reglerad under första halvåret 2024.

Not 15 Periodavgränsningsposter	2023-12-31	2022-12-31
<b>Förutbetalda kostnader</b>		
Förutbetalda hyreskostnader	2 535	2 390
Övriga förutbetalda kostnader	2 912	2 898
<b>Summa förutbetalda kostnader</b>	<b>5 447</b>	<b>5 288</b>
<b>Upplupna bidragsintäkter</b>		
Bidrag som erhållits från myndigheter	6	18
Bidrag som erhållits från EU	189	847
<b>Summa upplupna bidragsintäkter</b>	<b>195</b>	<b>865</b>
<b>Övriga upplupna intäkter</b>	<b>-1 125</b>	<b>-3 375</b>
<b>Summa periodavgränsningsposter</b>	<b>4 517</b>	<b>2 778</b>

Övriga förutbetalda kostnader består till största delen av kostnader för support- och underhållsavtal samt licensavgifter som avser 2024. Upplupna bidragsintäkter som erhållits från myndigheter avser lönebidrag. De utomstatliga upplupna bidragsintäkterna avser EU:s finansiering av verksamhet som bedrivs inom Konsument Europa. Övriga upplupna intäkter avser intäkter för den uppbördsfordran som redovisas under rubriken Övriga kortfristiga fordringar.



Not 16 Avräkning med statsverket	2023-12-31	2022-12-31
<b>Uppbörd</b>		
Ingående balans	-	-
Redovisat mot inkomsttitel	-2 812	-1 403
Uppbördsmedel som betalats till icke räntebärande flöde	2 812	1 403
<b>Fordringar/Skulder avseende Uppbörd</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Anslag i icke räntebärande flöde</b>		
Ingående balans	-	-
Redovisat mot anslag	13 996	13 290
Medel hänförliga till transfereringar m.m. som betalats till icke räntebärande flöde	-13 996	-13 290
<b>Fordringar/skulder avseende anslag i icke räntebärande flöde</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Anslag i räntebärande flöde</b>		
Ingående balans	-8 833	-693
Redovisat mot anslag	167 073	161 180
Anslagsmedel som tillförts räntekonto	-169 338	-169 873
Återbetalning av anslagsmedel	3 746	553
<b>Fordringar/Skulder avseende anslag i räntebärande flöde</b>	<b>-7 352</b>	<b>-8 833</b>
<b>Fordran avseende semesterlöneskuld som inte har redovisats mot anslag</b>		
Ingående balans	290	370
Redovisat mot anslag under året enligt undantagsregeln	-13	-80
<b>Fordran avseende semesterlöneskuld som inte har redovisats mot anslag</b>	<b>277</b>	<b>290</b>
<b>Övriga fordringar/skulder på statens centralkonto</b>		
Ingående balans	-	-
Inbetalningar i icke räntebärande flöde	3 375	1 673
Utbetalningar i icke räntebärande flöde	-14 559	-13 559
Betalningar hänförliga till anslag och inkomsttitlar	11 184	11 886
<b>Övriga fordringar/skulder på statens centralkonto</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Summa avräkning med statsverket</b>	<b>-7 075</b>	<b>-8 544</b>

Not 17 Kassa och bank	2023-12-31	2022-12-31
Behållning räntekonto i Riksgäldskontoret	24 010	24 422
Beviljad räntekontokredit i Riksgäldskontoret	5 000	5 000

Beviljad räntekontokredit 2023 framgår av regleringsbrev 2022-12-22 (Fi2022/03444 delvis). Krediten har inte utnyttjats under året.

Not 18 Myndighetskapital	2023-12-31	2022-12-31
Balanserad kapitalförändring	0	278
Kapitalförändring enligt resultaträkningen	0	-278
<b>Summa myndighetskapital</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

År 2022 reglerades en uppbördsfordran från 2021 och ersättningen redovisades mot inkomsttitel. Posten redovisades som Kapitalförändring enligt resultaträkningen och har reglerats mot balanserad kapitalförändring under 2023. Under 2023 redovisas ingen ny kapitalförändring.

Förändring av myndighetskapitalet	Balanserad kapitalförändring uppbördsverksamhet	Kapitalförändring enl resultaträkning	Summa
Utgående balans 2022	278	-278	0
<b>Ingående balans 2023</b>	<b>278</b>	<b>-278</b>	<b>0</b>
Föregående års kapitalförändring	-278	278	0
Årets kapitalförändring	0	0	0
<b>Summa årets förändring</b>	<b>-278</b>	<b>278</b>	<b>0</b>
<b>Utgående balans 2023</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Not 19 Avsättningar	2023-12-31	2022-12-31
<b>Avsättning för pensioner och liknande förpliktelser</b>		
Ingående avsättning för pensioner	1 441	1 021
Årets pensionskostnad	15	819
Årets pensionsutbetalningar	-473	-398
<b>Utgående avsättning för pensioner</b>	<b>983</b>	<b>1 441</b>

Under 2023 har inga ytterligare beslut om delpension beviljats. Årets pensionkostnad är komplettering av tidigare beviljade delpensioner och har beräknats enligt underlag från Statens tjänstepensionsverk (SPV).

Övriga avsättningar	2023-12-31	2022-12-31
Ingående avsättningar för lokalt omställningsarbete	726	935
Årets förändring	-4	-209
<b>Utgående avsättningar för lokalt omställningsarbete</b>	<b>722</b>	<b>726</b>

Under rubriken Årets förändring redovisas nya bokförda avsättningar för 2023 med ca 248 tkr. Under året har ca 220 tkr av tidigare avsättningar använts till beslutade delpensioner och 32 tkr till medarbetarcoachningar. För 2024 har inga nya beslut fattats.

Not 20 Skulder m.m.	2023-12-31	2022-12-31
<b>Lån i Riksgäldskontoret:</b>		
Avser lån för investeringar i anläggningstillgångar		
Beviljad låneram enligt regleringsbrev	11 650	14 000
Ingående balans	3 225	6 641
Under året nyupptagna lån	2 679	548
Årets amorteringar	-3 143	-3 964
<b>Utgående balans</b>	<b>2 761</b>	<b>3 225</b>
Kortfristiga skulder till andra myndigheter	4 663	4 267
Leverantörsskulder	5 878	8 781
Övriga kortfristiga skulder	2 296	1 990
<b>Summa skulder</b>	<b>12 837</b>	<b>15 038</b>
<b>Summa skulder m.m.</b>	<b>15 598</b>	<b>18 263</b>

Under året nyupptagna lån motsvarar inte årets bokförda nyanskaffningar av anläggningstillgångar på grund av sent inkommen faktura på 135 tkr. Kortfristiga skulder till andra myndigheter utgörs huvudsakligen av arbetsgivaravgifter på 2 571 tkr till Skatteverket samt skuld till SPV för premieavgifter på 969 tkr. Leverantörsskulder avser till största delen licensavgifter och andra it-relaterade kostnader samt teletjänster. Övriga kortfristiga skulder består till största del av personalens källskatt med 2 287 tkr.

Not 21 Periodavgränsningsposter	2023-12-31	2022-12-31
<b>Upplupna kostnader</b>		
Upplupna löner och sociala avgifter	1 278	0
Upplupna semesterlöner inklusive sociala avgifter	7 591	7 727
Övriga upplupna kostnader	1 767	1 207
<b>Summa upplupna kostnader</b>	<b>10 636</b>	<b>8 934</b>

Upplupna löner och sociala avgifter har ökat mellan åren med anledning av förändringar i organisationen. Övriga upplupna kostnader avser kostnader som härrör sig till 2023.

## Anslagsredovisning

### Not 22 Konsumentverket

Enligt regleringsbrev får Konsumentverket disponera 4 970 tkr av det ingående överföringsbeloppet på 7 718 tkr 2023 avseende anslag 18 02:001 ap 1. Överskjutande belopp redovisas som en indragning (2 748 tkr).

### Not 23 Webbaserad informationstjänst för remitteringar

Enligt regleringsbrev får Konsumentverket disponera 96 tkr av det ingående överföringsbeloppet på 399 tkr 2023 avseende anslag 18 02:001 ap 3. Överskjutande belopp redovisas som en indragning (303 tkr). Avvikelsen för anslaget 18 02:001 ap 3 mellan anslagsutfall och tilldelade medel är 394 tkr, vilket motsvarar en avvikelse på ca 12 %. Anledningen till avvikelsen är att kostnaderna för planerade marknadsföringsinsatser blev lägre än beräknat.

### Not 24 EU:s geoblockeringsförordning

Enligt regleringsbrev får Konsumentverket disponera 21 tkr av det ingående överföringsbeloppet på 709 tkr 2023 avseende anslag 18 02:001 ap 9. Överskjutande belopp redovisas som en indragning (688 tkr). Avvikelsen mellan anslagsutfall och tilldelade medel är 674 tkr, vilket motsvarar en avvikelse på ca 96 %. Anledning till avvikelsen är att Konsumentverket identifierat relativt få misstänkta överträdelser av förordningen.

### Not 25 Stöd till organisationer på konsumentområdet

Enligt regleringsbrev får Konsumentverket inte disponera det ingående överföringsbeloppet på anslag 18 02:004 ap 9 utan beloppet redovisas i sin helhet som indragning (269 tkr).

### Not 26 Metodstöd för merkostnadsersättning

Enligt regleringsbrev får Konsumentverket inte disponera det ingående överföringsbeloppet på anslag 18 02:001 ap 8 i och med att anslaget avslutats. Beloppet redovisas i sin helhet som indragning (7 tkr).

### Not 27 Inkomsttitelredovisning

På inkomsttitel 2714 212 redovisas intäkter för sanktionsavgifter enligt konsumentkreditlagen. På inkomsttitel 2811 175, Övriga inkomster redovisas ersättning för rättegångskostnader som Konsumentverket inte får disponera.

### Not 28 Bemyndiganderedovisning

Konsumentverkets bemyndiganderam för 2023 uppgår till 19 700 tkr. Av ingående åtaganden har 12 059 tkr redovisats mot anslaget 2023 och resterande åtaganden, motsvarande 6 159 tkr, avser 2024. Inga nya åtaganden har beslutats under året i och med att anslagstilldelningen för 2024 har sänkts till 6 159 tkr samt att beställningsbemyndiganden har tagits bort från regleringsbrev avseende 2024. Därav redovisas inga utestående åtaganden för 2025.

## Ersättningar och andra förmåner

Insynsrådet		
Ledande befattningshavare och insynsrådets ordförande	Lön/arvoden och skattepliktiga ersättningar	Andra råds- och styrelseuppdrag
Cecilia Tisell, GD/KO	1 358	Livsmedelsverket
Övriga insynsledamöter		
Christine Fransholm	6	
Andreas Drufva	6	Furborg PR & Kommunikation AB
Sara Tunander	6	
Mats Persson	6	Swedish Fintech Association BRF Svalan på Tjörn Lunar Way AB Lendify Technologies AB Lendify Finance AB Lendify Finance 2 AB Lendify Finance 3 AB Lendify Finance 4 AB Lendify Finance 5 AB Lunar Journey AB Riksbankens betalningsråd
Anders Dahlberg	2	
Jolanda Girzl	6	Reklamombudsmannen Näringslivets Regelnämnd Näringslivets delegation för marknadsrätt BusinessEurope Vice-Chair of the Consumer Marketing Working Group The Consumer Policy Advisory Group Svenska Föreningen mot Piratkopiering/ Swedish Anti-Counterfeiting Group (SACG)
Amanda Björksell	4	
Lars Beckman	4	Nordiska Kvalitetspooler AB
Ola Nilsson	6	
Angelika Lundberg	4	Jönköping Airport AB
Bodil Nordin	6	



# Sammanställning över väsentliga uppgifter

Belopp i tusental kronor om ej annat anges

	2023	2022	2021	2020	2019
<b>Låneram</b>					
Beviljad låneram	11 650	14 000	14 000	13 000	14 000
Utnyttjad låneram	2 761	3 225	6 641	10 679	10 141
Kvar av låneramen	8 889	10 775	7 359	2 321	3 859
<b>Kontokrediter hos RGK</b>					
Räntekontokredit	5 000	5 000	5 000	15 000	16 200
Max utnyttjad under året	-	-	-	-	-
<b>Räntor avseende räntekonto i RGK*</b>					
Ränteintäkter	779	174	-	1	-
Räntekostnader	21	-	-	-	57
<b>Avgiftsintäkter som disponeras</b>					
Beräknat belopp enligt regleringsbrev	-	-	-	-	-
Utfall	2 809	2 988	3 370	2 862	3 994
<b>Avgiftsintäkter som ej disponeras</b>					
Beräknat belopp enligt regleringsbrev	-	-	-	-	-
Utfall	2 812	1 125	424	1 043	518
<b>Anslagskredit</b>					
Beviljad anslagskredit	5 140	5 096	5 090	5 602	5 637
Utnyttjad anslagskredit	-	-	-	952	-
<b>Anslagssparande</b>					
Anslagssparande samtliga poster	7 915	9 102	950	1 104	2 882
<b>Tilldelade bemyndiganden</b>	19 700	19 700	15 000	15 000	-
Totalt gjorda åtaganden	6 159	18 218	6 059	-	-
<b>Årsarbetskrafter och anställda m m</b>					
Antalet årsarbetskrafter (st)	157	156	175	175	173
Medelantalet anställda (st)	183	185	200	203	199
Driftkostnad per årsarbetskraft	1 117	1 065	983	1 003	1 005
<b>Kapitalförändring</b>					
Årets kapitalförändring	-	-278	278	-518	518
Balanserad kapitalförändring	-	278	-	518	-

\*Jämförelsesiffrorna för räntor avseende räntekonto är justerade för åren 2019-2020 med anledning av att räntor på lån varit inkluderade i uppgifterna felaktigt.

---

# Bilagor

---

Bilaga 1.  
Kostnad per resultat område

s. 80

Bilaga 2.  
Bidrag till organisationer

s. 81

# Bilaga 1.

## Kostnad per resultatområde

Belopp i tusental kronor

Verksamhetsområden	Resultatområden	2021	2022	2023
<b>Företag</b>	Marknadsrätt	34 863	34 708	39 088
	Produktsäkerhetsrätt	12 626	15 141	16 786
	Företag gemensamt	12 260	12 208	13 281
	Administration VO	9 072	10 062	10 173
	<b>Summa Företag</b>	<b>68 821</b>	<b>72 119</b>	<b>79 328</b>
<b>Konsument</b>	Konsumentupplysning	27 096	26 833	28 323
	Konsument Europa	12 330	14 425	17 479
	Money from Sweden	3 760	3 036	3 082
	Konsument gemensamt	14 646	9 364	11 398
	Administration VO	3 881	6 022	5 858
	<b>Summa Konsument</b>	<b>61 713</b>	<b>59 680</b>	<b>66 140</b>
<b>Kunskap</b>	Stöd via andra aktörer	22 868	19 894	18 000
	Kunskapsbyggande	13 952	5 197	4 165
	Kunskap gemensamt	4 739	8 630	6 084
	Administration VO	4 697	4 637	4 915
	<b>Summa Kunskap</b>	<b>46 256</b>	<b>38 358</b>	<b>33 164</b>
<b>Summa</b>		<b>176 790</b>	<b>170 157</b>	<b>178 632</b>

RO Stöd till konsument inom VO Konsument upphörde år 2023 samtidigt som tre nya resultatområden skapades: Konsumentupplysning, Konsument Europa samt Money from Sweden.

RO Stöd via kommunal konsumentverksamhet inom VO Kunskap togs bort 2022, verksamheten redovisas under RO Stöd via andra aktörer.

Vissa förändringar gjordes då även mellan resultatområden inom VO Konsument och VO Kunskap.

Kostnaderna för 2021 och 2022 har utifrån årets förändringar räknats om så långt det har varit möjligt enligt den verksamhetsindelning som gäller för 2023.

Verksamheten inom VO Kunskap renodlades under 2022 till att enbart innefatta kärnverksamhet inom kunskapsområdet.

# Bilaga 2.

## Bidrag till organisationer

### Organisationsbidrag 2022 – 2024

I december 2022 fattades beslut om organisationsbidrag för 2023 och 2024. Samtliga inkomna ansökningar gällande bidrag för 2024 och 2025 har avslagits med hänvisning till brist på medel.

Belopp i tusental kronor

Organisation	Beskrivning av organisation	2022	2023	2024
Gröna Mobilister (tidigare Gröna Bilister)	Gröna Mobilisters primära mål är att förbättra miljö och livskvalitet genom att stärka konsumentmakten, engagera människor och påverka beslutsfattare. De vill möjliggöra en mobilitet som är anpassad till planetens gränser, samtidigt som de stärker människors livskvalitet i stad och på land.	100		
Riksförbundet M Sverige (tidigare Motormännens Riksförbund)	Riksförbundet M Sverige verkar för landets bilister i frågor som rör möjligheten att transportera sig ekonomiskt och trafiksäkert, med hög framkomlighet på ett miljömässigt bra sätt.	100	100	
Resenärerna (tidigare Resenärsforum)	Resenärerna verkar för att kollektivtrafiken organiseras utifrån ett resenärs- och konsumentperspektiv med hänsyn till miljö, säkerhet och kostnadseffektivitet.	100	100	100
Sveriges Aktiesparares Riksförbund	Sveriges Aktiesparares Riksförbund vill skapa bästa möjliga förutsättningar för sparande i marknadsnoterade aktier, aktiefonder och andra aktierelaterade värdepapper.	100	100	
Sveriges Konsumenter	Sveriges Konsumenters syfte är att stärka konsumenternas makt i Sverige, EU och övriga världen samt att få beslutsfattare inom politik, näringsliv och myndigheter, både i Sverige och internationellt, att alltid ha konsumenternas bästa för ögonen.	100	100	100
Äkta vara Sverige	Föreningen Äkta vara i Sverige har till ändamål att underlätta för konsumenter att välja oförfalskade livsmedel framställda av autentiska råvaror.	100	100	
<b>Summa</b>		<b>600</b>	<b>500</b>	<b>200</b>

## Verksamhetsbidrag 2021–för 2021 och 2022

Konsumentverket beviljade under 2021 för första gången bidrag även för del av anslaget för 2022. De organisationer som beviljats bidrag för två år ska slutredovisa 2023. Övriga organisationer ska slutredovisa 2022.

Belopp i tusental kronor

Organisation	Beviljades bidrag för att:	Beviljat för 2021 Utbetalat 2021	Beviljat för 2022 Utbetalas 2022
Sveriges Konsumenter	företräda och stärka konsumenter såväl nationellt som internationellt inom olika marknader och branscher.	6 709	5 259
Naturskyddsföreningen	stödja enskilda konsumenter och företag att göra kloka val som bidrar till hållbar konsumtion.	850	
Fair Action	granska branscher och ge konsumenter information och verktyg att påverka företag mot bättre arbetsvillkor och hänsyn till mänskliga rättigheter.	850	
Gröna Bilister	stärka konsumentmakten, engagera människor och påverka beslutsfattare med fokus på hållbar mobilitet.	850	
Villaägarnas Riksförbund	sprida information till konsumenter när granskade produkter och tjänster inte fungerar tillfredsställande.	650	
Riksförbundet M Sverige	genom information öka möjligheten för människor att transportera sig, ekonomiskt och trafiksäkert, med hög framkomlighet på ett miljömässigt bra sätt.	450	
Sveriges Aktiesparares Riksförbund	företräda och stärka konsumenter på aktiemarknaden.	450	
Resenärsforum	företräda och stärka konsumenter inom kollektivtrafiken såväl nationellt som internationellt.	450	300
Föreningen Medveten Konsumtion	inspirera konsumenter att reflektera och agera på ett mer hållbart sätt i enlighet med de Globala Målen, EU:s miljömål och Sveriges klimat- och miljömål.	450	300
Äkta vara Sverige	upplysa om vad maten faktiskt innehåller och vägleda den stora grupp som söker mer genuina livsmedel, bland annat med färre tillsatser och andra industriella ingredienser.	450	
Jordens Vänner	öka konsumenternas makt och företagans ansvar för sitt agerande kopplat till miljö.	450	
Eksam	stötta enskilda konsumenter och andra aktörer med rådgivning och utbildning inom konsument- och privatekonomiska frågor.	300	
Familjeslant	ge privatekonomisk rådgivning till enskilda samt via föreläsningar.	250	
Unionen	rusta unga resekonsumenter att göra hållbara val som lämnar ett positivt avtryck.	250	
Funktionsrätt Sverige	delta i standardiseringsarbete för att öka konsumentinflytandet för personer med funktionsnedsättning.	250	
Djurskyddet Sverige	ge fördjupad djurskyddsriktad konsumentrådgivning.	250	



Organisation	Beviljades bidrag för att:	Beviljat för 2021 Utbetalat 2021	Beviljat för 2022 Utbetalas 2022
Astma- och Allergiförbundet	sprida kunskap om bra eller dåliga produkter för personer med allergisjukdom, främst för livsmedels-, hygien- och kemitekniska produkter och verka för att bra alternativ finns.	250	
Spelberoendes Riksförbund	sprida information om spelandet och dess negativa konsekvenser.	250	
Svensk mat- och miljöinformation	informera om matens miljöpåverkan och arbeta för en hållbar livsmedelssektor.	250	
Studieförbundet	ge tillgång till folkbildande privatekonomisk vägledning.	250	
Riksföreningen Folkets Bio	aktualisera undervisningsmaterialet Reklamfilmens fantastiska värld.	250	
<b>Summa verksamhetsbidrag</b>		<b>15 159</b>	<b>5 859</b>

## Verksamhetsbidrag 2022–för 2022 till 2024

Beslut om verksamhetsbidrag för 2022 har fattats i januari 2021 och januari 2022. Beslut om 2023 fattades vid två tillfällen under 2022: januari och december. Vissa beslut för 2024 har också fattats i december 2022.

Belopp i tusental kronor

Organisation	Beviljades bidrag för att:	Beviljat för 2022 Utbetalat 2022	Beviljat för 2023 Utbetalas 2023	Beviljat för 2024 Utbetalas 2024
Sveriges Konsumenter	företräda och stärka konsumenter såväl nationellt som internationellt inom olika marknader och branscher.	5 259	5 259	5 259
Naturskyddsföreningen	stödja enskilda konsumenter och företag att göra kloka val som bidrar till hållbar konsumtion.	750	750	
Fair Action	granska branscher och ge konsumenter information och verktyg att påverka företag mot bättre arbetsvillkor och hänsyn till mänskliga rättigheter.	750	750	
Gröna Mobilister (tidigare Gröna Bilister)	förbättra miljö och livskvalitet genom att stärka konsumentmakten, engagera människor och påverka beslutsfattare gällande hållbar mobilitet som är anpassad till planetens gränser.	750	750	
Villaägarnas Riksförbund	sprida information till konsumenter när granskade produkter och tjänster inte fungerar tillfredsställande.	600	600	
Riksförbundet M Sverige	genom information öka möjligheten för människor att transportera sig, ekonomiskt och trafiksäkert, med hög framkomlighet på ett miljömässigt bra sätt.	300	250	
Sveriges Aktiesparares Riksförbund	företräda och stärka konsumenter på aktiemarknaden.	300	250	
Resenärerna (tidigare Resenärsforum)	företräda och stärka konsumenter inom kollektivtrafiken såväl nationellt som internationellt.	300	250	250
Föreningen Medveten Konsumtion	inspirera konsumenter att reflektera och agera på ett mer hållbart sätt i enlighet med de Globala Målen, EU:s miljömål och Sveriges klimat- och miljömål.	300	250	
Äkta vara Sverige	upplysa om vad maten innehåller och vägleda den stora grupp som söker mer genuina livsmedel, bland annat med färre tillsatser och andra industriella ingredienser.	250	250	
Jordens Vänner	öka konsumenternas makt och företagans ansvar för sitt agerande kopplat till miljö.	300	300	
Eksam	stötta enskilda konsumenter och andra aktörer med rådgivning och utbildning inom konsument- och privatekonomiska frågor.	300	300	
Familjeslantén	ge privatekonomisk rådgivning till enskilda samt via föreläsningar.		250	

Organisation	Beviljades bidrag för att:	Beviljat för 2022 Utbetalat 2022	Beviljat för 2023 Utbetalas 2023	Beviljat för 2024 Utbetalas 2024
Funktionsrätt Sverige	delta i standardiseringsarbete för att öka konsumentinflytandet för personer med funktionsnedsättning.	150	150	
Djurskyddet Sverige	ge fördjupad djurskyddsriktad konsumentrådgivning.		150	
Astma- och Allergiförbundet	sprida kunskap om bra eller dåliga produkter för personer med allergisjukdom, främst för livsmedels-, hygien- och kemitekniska produkter och verka för att bra alternativ finns.	150	150	150
Spelberoendes Riksförbund	sprida information om spelandet och dess negativa konsekvenser.	300		
Svensk mat- och miljöinformation	informera om matens miljöpåverkan och arbeta för en hållbar livsmedelssektor.	150	150	
Riksföreningen Folkets Bio	aktualisera undervisningsmaterialet Reklamfilmens fantastiska värld.	150	150	
Föreningen Supermiljöbloggen	öka medvetenhet och öka engagemanget i miljö- och hållbarhetsfrågor i Sverige genom opinionsbildning, upplysning och granskning.	150		
Unionen	arbeta med schyst resande, med fokus på målgruppen skolungdomar 15–19 år.	150		
Svenska Celiakiungdomsförbundet	uppdatera den glutenfria matkartan - som en webbtjänst och en applikation.	100		
Fredrika Bremerförbundet	långsiktigt stärka kvinnor med låg ekonomisk egenmakt, att bli starkare och tryggare konsumenter i relation till bank och försäkring.		150	150
Ideella föreningen Mivida	motverka ekonomiskt våld genom verksamheten Mitt Liv, Min Ekonomi, föreläsningar, studiecirklar, individuell privatekonomisk rådgivning, mentorskap och peer support.		150	150
Verdandi	sprida EKSAM-konceptet, Rättviselyftet för social rättvisa.		150	
Örebro Föreningsråd	skapa och koordinera ett nätverk i frågor som berör hållbar konsumtion, resande och övriga frågor för att minska klimatbelastningen och bidra till ett mer cirkulärt och hållbart Örebro.		150	
<b>Summa verksamhetsbidrag</b>		<b>11 459</b>	<b>11 559</b>	<b>5 959</b>

## Verksamhetsbidrag 2023 – för 2023 och 2024

Beslut om 2023 fattades vid två tillfällen under 2022: januari och december samt vid ett tillfälle 2023. Vissa beslut för 2024 har också fattats i december 2022. Samtliga ansökningar för 2024 och 2025 avslogs med hänvisning till att medel saknades.

Belopp i tusental kronor

Verksamhetsbidrag	Beviljades bidrag för att:	Beviljat för 2023 Utbetalas 2023	Beviljat för 2024 Utbetalas 2024
Sveriges Konsumenter	företräda och stärka konsumenter såväl nationellt som internationellt inom olika marknader och branscher.	5 409	5 259
Naturskyddsföreningen	stödja enskilda konsumenter och företag att göra kloka val som bidrar till hållbar konsumtion.	750	
Fair Action	granska branscher och ge konsumenter information och verktyg att påverka företag mot bättre arbetsvillkor och hänsyn till mänskliga rättigheter.	750	
Gröna Mobilister (tidigare Gröna Bilister)	förbättra miljö och livskvalitet genom att stärka konsumentmakten, engagera människor och påverka beslutsfattare gällande hållbar mobilitet som är anpassad till planetens gränser,	750	
Villaägarnas Riksförbund	sprida information till konsumenter när granskade produkter och tjänster inte fungerar tillfredsställande.	600	
Riksförbundet M Sverige	genom information öka möjligheten för människor att transportera sig, ekonomiskt och trafiksäkert, med hög framkomlighet på ett miljömässigt bra sätt.	250	
Sveriges Aktiesparares Riksförbund	företräda och stärka konsumenter på aktiemarknaden.	250	
Resenärerna (Tidigare Resenärsforum)	företräda och stärka konsumenter inom kollektivtrafiken såväl nationellt som internationellt.	250	250
Föreningen Medveten Konsumtion	inspirera konsumenter att reflektera och agera på ett mer hållbart sätt i enlighet med de Globala Målen, EU:s miljömål och Sveriges klimat- och miljömål.	250	
Äkta vara Sverige	upplysa om vad maten faktiskt innehåller och vägleda den stora grupp som söker mer genuina livsmedel, bland annat med färre tillsatser och andra industriella ingredienser.	250	
Jordens Vänner	öka konsumenternas makt och företagans ansvar för sitt agerande kopplat till miljö.	300	
Eksam	stötta enskilda konsumenter och andra aktörer med rådgivning och utbildning inom konsument- och privatekonomiska frågor.	300	
Familjeslanten	ge privatekonomisk rådgivning till enskilda samt via föreläsningar.	250	
Funktionsrätt Sverige	delta i standardiseringsarbete för att öka konsumentinflytandet för personer med funktionsnedsättning.	150	
Djurskyddet Sverige	ge fördjupad djurskyddsriktad konsumentrådgivning.	150	
Astma- och Allergiförbundet	sprida kunskap om bra eller dåliga produkter för personer med allergisjukdom, främst för livsmedels-, hygien- och kemitekniska produkter och verka för att bra alternativ finns.	150	150

Verksamhetsbidrag	Beviljades bidrag för att:	Beviljat för 2023 Utbetalas 2023	Beviljat för 2024 Utbetalas 2024
Svensk mat- och miljöinformation	informera om matens miljöpåverkan och arbeta för en hållbar livsmedelssektor.	150	
Fredrika Bremerförbundet	långsiktigt stärka kvinnor med låg ekonomisk egenmakt, att bli starkare och tryggare konsumenter i relation till bank och försäkring.	150	150
Ideella föreningen Mivida	motverka ekonomisk våld genom verksamheten Mitt Liv, Min Ekonomi, föreläsningar, studiecirklar, individuell privatekonomisk rådgivning, mentorskap och peer support	150	150
Verdandi	sprida Eksamkonceptet, rättviselyftet för social rättvisa.	150	
Örebro Föreningsråd	skapa och koordinera ett nätverk i frågor som berör hållbar konsumtion, resande och övriga frågor för att minska klimatbelastningen och bidra till ett mer cirkulärt och hållbart Örebro	150	
<b>Summa verksamhetsbidrag</b>		<b>11 559</b>	<b>5 959</b>

## Förstärkt statsbidrag till organisationer på konsumentområdet

Konsumentverket fick under 2023 ytterligare 1 miljon kronor att fördela till organisationer som redan beviljats medel för insatser som syftar till att stödja konsumenter som är skuldsatta eller har andra ekonomiska problem.

*Belopp i tusental kronor*

Verksamhetsbidrag	Beviljades bidrag för att:	Beviljat för 2023 Utbetalas 2023
Eksam	stötta enskilda konsumenter och andra aktörer med rådgivning och utbildning inom konsument- och privatekonomiska frågor.	275
Familjeslanten	ge privatekonomisk rådgivning till enskilda samt via föreläsningar.	75
Fredrika Bremerförbundet	långsiktigt stärka kvinnor med låg ekonomisk egenmakt, att bli starkare och tryggare konsumenter i relation till bank och försäkring.	250
Ideella föreningen Mivida	motverka ekonomiskt våld genom verksamheten Mitt Liv, Min Ekonomi, föreläsningar, studiecirklar, individuell privatekonomisk rådgivning, mentorskap och peer support	250
Verdandi	sprida Eksamkonceptet, rättviselyftet för social rättvisa.	150
<b>Summa verksamhetsbidrag</b>		<b>1 000</b>



## Återbetalning av bidrag 2021–2023

Belopp i tusental kronor

Anslagspost och organisation	Typ av bidrag	Återbetalat belopp 2021
<b>18 02:4 ap 9</b>		
<b>Stöd till organisationer på konsumentområdet</b>		
Studieförbundet	Verksamhetsbidrag för 2021	250
Unionen	Verksamhetsbidrag för 2020	7
<b>Summa</b>		<b>257</b>

Anslagspost och organisation	Typ av bidrag	Återbetalat belopp 2022
<b>18 02:4 ap 9</b>		
<b>Stöd till organisationer på konsumentområdet</b>		
Fair Action	Verksamhetsbidrag 2020	37
Svensk Mat & Miljöinformation	Verksamhetsbidrag 2021	150
Fair Action	Verksamhetsbidrag 2021	5
Spelberoendes Riksförbund	Verksamhetsbidrag 2021	60
Unionen	Verksamhetsbidrag 2021	17
<b>Summa</b>		<b>269</b>

Anslagspost och organisation	Typ av bidrag	Återbetalat belopp 2023
<b>18 02:4 ap 9</b>		
<b>Stöd till organisationer på konsumentområdet</b>		
Resenärsforum	Verksamhetsbidrag 2021-2022	52
Unionen	Verksamhetsbidrag 2022	37
Spelberoendes riksförbund	Verksamhetsbidrag 2022	74
Folkets bio AB	Verksamhetsbidrag 2021	250
Folkets bio AB	Verksamhetsbidrag 2022	150
<b>Summa</b>		<b>563</b>

---

# Bedömning och intygande

---

Jag intygar att årsredovisningen ger en rättvisande bild av verksamhetens resultat samt av kostnader, intäkter och myndighetens ekonomiska ställning.

Karlstad den 21 februari 2024



Cecilia Tisell  
*Generaldirektör Konsumentverket*



Konsument  
verket · KO

Konsumentverket, Box 48, 651 02 Karlstad  
Telefon: 0771-42 33 00. [konsumentverket.se](https://www.konsumentverket.se)