

Konsumentskadan i Sverige

Köp av varor och tjänster som inte möter konsumenters förväntningar kostar samhället cirka 40 miljarder kronor varje år. Det visar siffror från Konsumentverket.

Att vara konsument kan vara svårt och alla köp blir inte som förväntat. Ibland uppstår problem som leder till att konsumenten förlorar både pengar och tid. I sådana fall kan man tala om att konsumenten råkat ut för en konsumentskada som hen i de flesta fall vill ha kompensation för, exempelvis genom att en felaktig vara repareras eller ersätts av en ny. Omfattande konsumentskador på en marknad indikerar att marknaden inte fungerar väl och att det kan finnas behov av åtgärder.

Här beskrivs aktuella beräkningar av konsumentskadan för 2024 samt vilka förändringar som noterats jämfört med 2023. Studien är avgränsad till att uppskatta så kallad känd ekonomisk konsumentskada som uppstår till följd av köp i förhållande till rimliga förväntningar på köpet.



Sammanfattningsvis noteras ett antal särskilt problematiska marknader och mönster i denna undersökning. Exempelvis visar det sig att en högre andel unga vuxna drabbas av problem efter ett köp än äldre. Detta kan bero yngre konsumenter genomför fler köp än äldre. Emellertid är unga vuxna också den grupp som känner sig minst trygga med att klaga vilket i kombination med fler problem efter ett köp är oroväckande.

40
miljarder
kronor
Motsvarande
6 000 kronor
per konsument

*Så mycket kostar det
när köpet gått fel*

De marknader som har utvecklats mest negativt, det vill säga där problemen för konsumenterna har ökat mest under 2024 jämfört med 2023, är bostadsrelaterade köp (flytt- och städtjänster, fiberanslutning, larmtjänster), nätdejting, semesterboende och hälsokost. Inom dessa marknader har problemen ökat med 27 procent eller mer. Gällande dessa marknader samt de marknader där konsumentskadan i kronor är högst, kan det finnas anledning för olika samhällsaktörer att agera för att skapa förutsättningar för att marknaderna ska fungera bättre och därmed minska konsumentskadan.

Metod

Känd ekonomisk konsumentskada är en av komponenterna av den totala konsumentskada som uppstår i samhället. Andra slags konsumentskador, som ligger utanför ramen för den här studien, är kostnader som uppstår när konsumenten inte vet att hen blivit vilseledd (omedveten skada), kostnader för fysiska personskador orsakade av osäkra konsumentprodukter och kostnader vid konsumtionsrelaterad överskuldssättning. I resterande del av rapporten är det känd ekonomisk konsumentskada som avses när konsumentskadan beskrivs.

Metoden för att beräkna konsumentskada bygger på EU-kommissionens vägledning. Resultatet från undersökningen som gjordes 2023 har uppdaterats utifrån en ny mätning av förekomsten av konsumentskada hos drygt 1 500 respondenter som genomfördes i slutet av 2024.

När ett köp går fel kan det handla om problem med själva produkten eller med företaget, exempelvis att:

- varan är felaktig, tjänsten bristfällig eller felaktigt utförd
- tåg- eller flygförseningar, försenad eller utebliven leverans
- problem med en garanti eller en reklamation
- problem att säga upp ett avtal
- felaktig information, exempelvis att priset inte motsvarade beställningen eller att information om öppet köp var felaktig.

För att beräkna konsumentskadan används uppgifter om kostnader efter kompensation och tidsförlust, omräknat i kronor, som konsumenterna på olika marknader har råkat ut för. Beräkningen avser alla kostnader som problemet orsakat för konsumenten minus eventuell kompensation från företaget:

- kostnader består av värdeminskning av produkten på grund av förlorad användbarhet, dolda kostnader, utgifter på grund av problemet och utgifter för att försöka lösa det
- kompensation kan ske i form av exempelvis en ny vara, en åtgärdad tjänst eller ett prisavdrag
- tidsförlust omfattar förlorad tid för konsumenten för att lösa problemet (exempelvis kontakt med företaget) eller förlorad tid för exempelvis en tågförsening.

Känd skada

Omedveten skada
Fysisk personskada
Överskuldssättning

Konsumentskadans olika komponenter, denna sammanställning belyser känd ekonomisk konsumentskada

Kostnader



Kompensation



Tid



Känd skada

Beräkning av känd konsumentskada; kostnader som har uppstått för konsumenten, minus eventuell kompensation från företaget, plus tidsförlust

I beräkningen ingår inte kostnader kopplade till konsumentens stress och oro som problemet har orsakat. Inte heller indirekta kostnader, såsom kostnader för företagens reklamationshantering eller samhällets kostnader för konsumentskydd och konsumentstöd i form av bland annat konsumentvägledning, tvistlösning och tillsyn, ingår.

Konsumentskada på nationell nivå uppskattas genom att den genomsnittliga kostnaden för en konsumentskada på respektive marknad, räknas upp med antalet konsumenter i befolkningen som har erfarenhet av köp som gått fel. För inköp till hushållet, exempelvis hantverkstjänster, görs uppräkningsen i stället utifrån antalet hushåll i befolkningen. Summan för samtliga marknader utgör det totala värdet av konsumentskadan på nationell nivå.

Beräkningen bygger på försiktiga antaganden för att inte överskatta konsumentskadan. Metoden gör snarare att resultatet blir en underskattning, då den inte tar hänsyn till att en konsument kan råka ut för flera problem inom samma marknad.

Konsumentskadan på nationell nivå

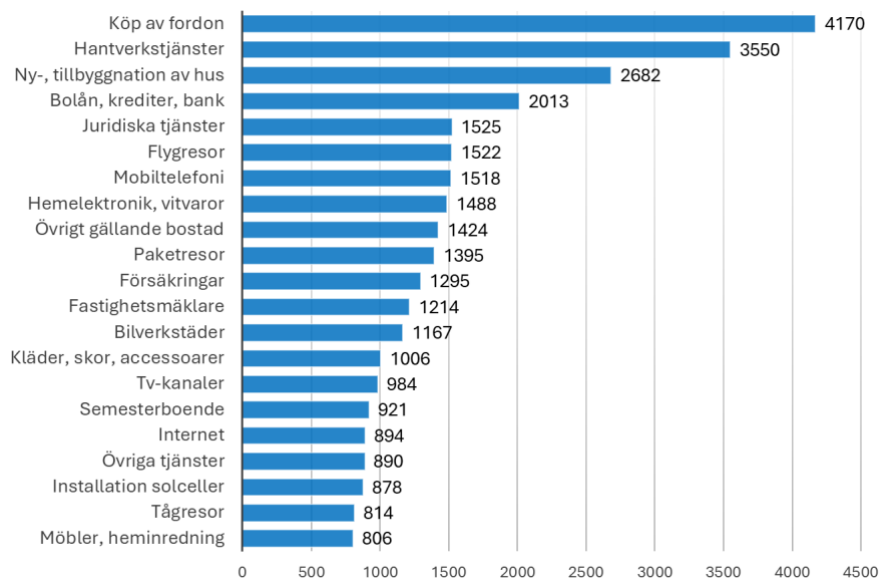
Konsumentskada på nationell nivå uppskattas fortsatt till cirka 40 miljarder kronor årligen. På total nivå är skillnaden mellan år 2023 och år 2024 marginell. Däremot skiljer det sig en del när det gäller vissa marknader mellan åren.

Merparten av konsumentskadan återfinns inom följande marknader:

- köp av nya/begagnade fordon (4,2 mdkr)
- hantverkstjänster (3,6 mdkr)
- telekomtjänster (3,4 mdkr, varav mobiltelefoni 1,5 mdkr, internet 0,9 mdkr och tv-kanaler 1,0 mdkr)
- ny- och större tillbyggnation av hus (2,7 mdkr) samt lån/bank (2,0 mdkr).

**Beräkningen
underskattar
snarare än
överskattar
konsument-
skadan**

Marknader med högst sammanlagd konsumentskada på nationell nivå, i miljoner kronor



Källa: Konsumentverkets Konsumentskadeundersökning. Konsumentskadorna anges i miljoner kronor. Resultat för de 21 marknader (av 42) med högst sammanlagd konsumentskada i kronor. Resultat baseras på ett relativt litet antal fall av konsumentproblem per marknad och bör tolkas med försiktighet.

Av de 40 miljarder kronorna står de direkta kostnaderna i kronor för konsumenterna för 30 miljarder kronor. Den tid konsumenterna har förlorat på grund av problemet eller tid för att försöka lösa problemet står för motsvarande 10 miljarder kronor. Tidsförlusten för konsumenterna utgör alltså en fjärdedel av konsumentskadan på nationell nivå.

Problem med flygresor, mobiltelefoni, internet, tågresor, hemelektronik och kläder orsakar störst tidsförlust på nationell nivå. Sammanlagt står dessa marknader för en tredjedel av tidsförlusten.

Kostnad per problem och marknad

De enskilda skadebeloppen är störst för ny- och större tillbyggnationer av hus, köp av fordon, fastighetsmäklartjänster, juridiska tjänster, installation av solceller samt hantverkstjänster. Det innebär att även om endast ett mindre antal konsumenter drabbats på en marknad kan den totala kostnaden bli hög då varje enskilt problem är mycket kostsamt när något gått fel.

10 %

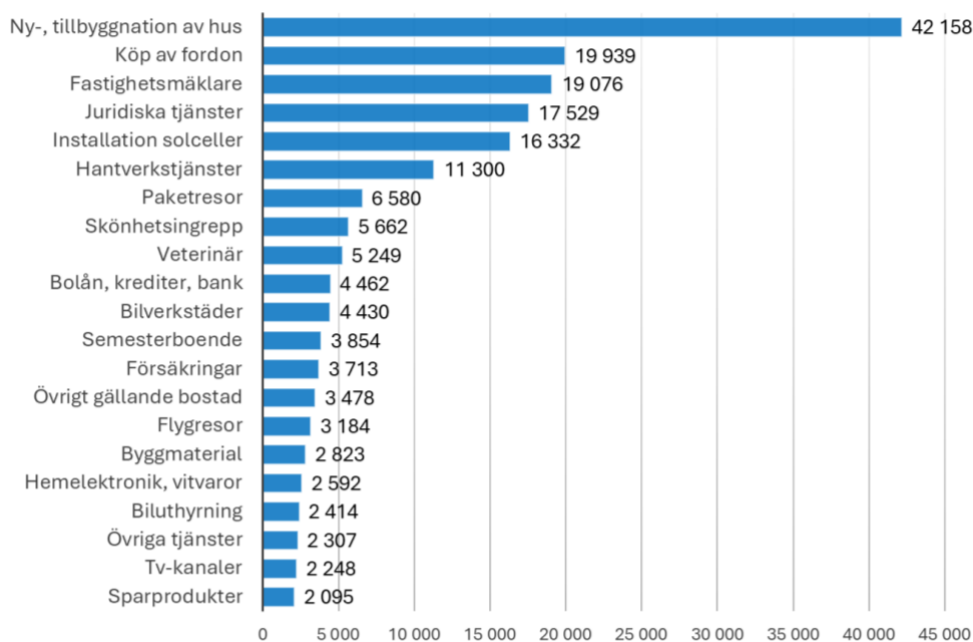
Andelen av den totala konsumentskadan som marknaden köp av nytt eller begagnat fordon står för vilket är högst av alla marknader

50 miljoner timmar

Motsvarande åtta timmar per konsument

Så mycket tid förlorar konsumenter årligen när köpet gått fel

De högsta konsumentskadorna för enskilda problem i kronor



Källa: Konsumentverkets Konsumentskadeundersökning. Konsumentskadorna anges som genomsnittskostnad per problem, i kronor. Resultatet för de 21 marknader (av 42) som har högst genomsnittlig kostnad per enskilt problem. Resultatet baseras på ett relativt litet antal fall av konsumentproblem och bör tolkas med försiktighet.

Kompensationsgrad

Kompensationsgraden, det vill säga konsumenternas kompensation från företag i förhållande till de kostnader som problemen orsakat, är i genomsnitt 31 procent per marknad vilket är högre än vid förra årets konsumentskadeundersökning (25 procent). Kompensationsgraden varierar dock mycket mellan olika marknader:

- kompensationsgraden är högst (cirka 50 procent) för livsmedel, möbler och heminredning, köp av nya och begagnade fordon och installation av solceller.
- kompensationsgraden är lägst (under 10 procent) för juridiska tjänster, köp i online-spel, bolån och konsumtionskrediter, el, mobiltelefoni, skönhetsingrepp, fastighetsmäklartjänster, tv-kanaler, veterinär samt kultur- och nöjesaktiviteter.

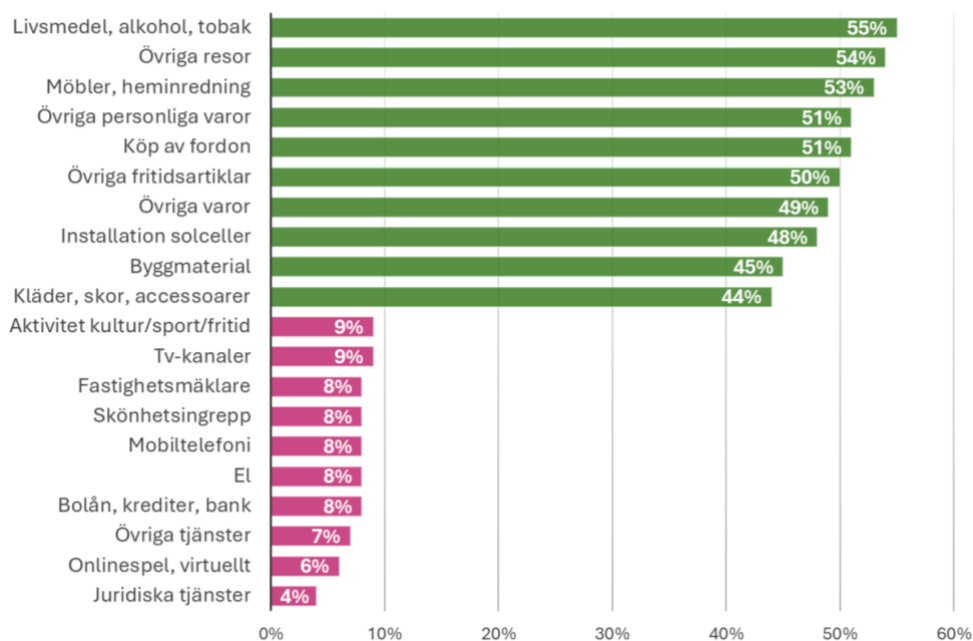
42 000 kr

Genomsnittskostnad efter kompensation för konsumenter som råkar ut för problem vid ny- eller tillbyggnation av hus

3 000 kr

Genomsnittskostnad efter kompensation för konsumenter som råkar ut för problem vid köp av flygresor

Andel av kostnaderna för konsumenterna som företagen kompenserat per marknad. De tio högsta och tio lägsta i redovisas i diagrammet.



Källa: Konsumentverkets Konsumentskadeundersökning. Konsumenternas kompensation från företag i förhållande till de kostnader som problemen orsakat. I diagrammet redovisas de tio marknader där kompensationen är högst samt de tio marknader där kompensationen är lägst. Resultat baseras på ett relativt litet antal fall av konsumentproblem och bör tolkas med försiktighet.

Andel köp som gått fel

Tre av fyra konsumenter (76 procent) har upplevt problem efter ett köp där de anser att de hade anledning att klaga. I genomsnitt berör vartannat problem en felaktig vara eller en bristfällig tjänst. Andra vanliga orsaker till problemet är otydlig prisinformation, problem med leverans och avtalsvillkor.

Flest problem uppstår vid köp av livsmedel, telekomtjänster (summan av andelarna för internet, mobiltelefoni och tv-kanaler), kläder, restaurangbesök, hemelektronik och tågresor.

Precis som i förra årets konsumentskaderapport är det något vanligare att kvinnor har erfarenhet av köp som gått fel (kvinnor 78 procent, män 75 procent). De upplevda problemen efter köp minskar med åldern. Det är mer utbrett bland unga vuxna i åldern 18–25 år (89 procent), än exempelvis åldersgruppen över 75 år (63 procent). En förklaring till att yngre konsumenter upplever fler problem än äldre, skulle kunna vara att yngre konsumenter genomför fler köp samt att dessa köp i högre grad görs på internet. Personer med funktionsnedsättning är inte mer drabbade än de som uppger att de inte har någon funktionsnedsättning.

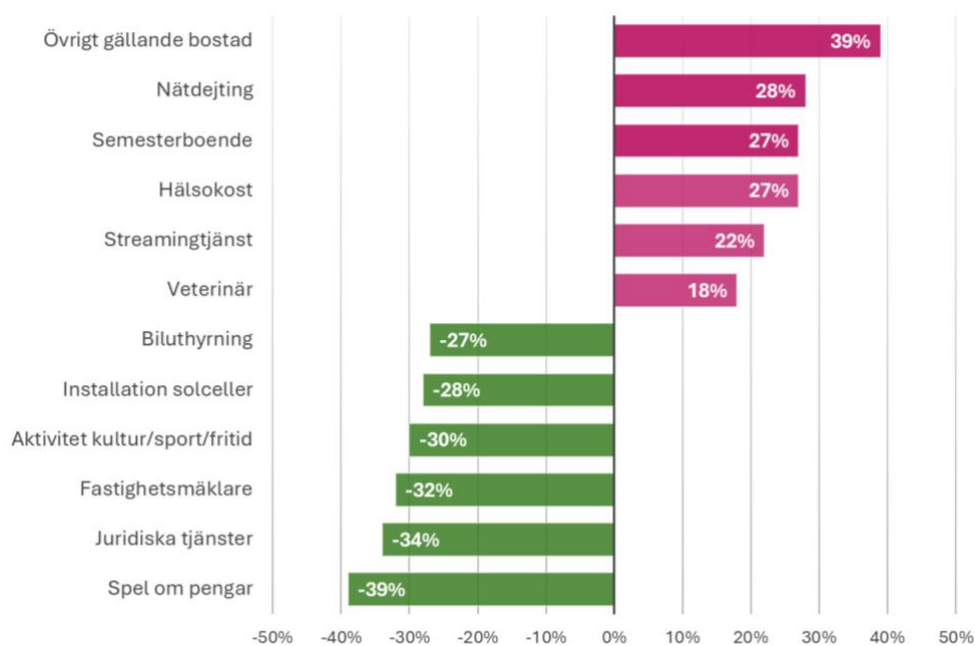
Tre av fyra konsumenter har erfarenhet av köp som gått fel under det senaste året

På frågan om konsumenten känner sig trygg med att kontakta företaget om hen inte är nöjd med en vara eller tjänst skiljer det sig markant mellan åldersgrupperna. Endast 25 procent av 18–25-åringarna svarar att de är trygga med det, medan 50 procent av konsumenterna som är 65 år och äldre svarar att de är trygga med det. Kombinationen av att unga vuxna i högre grad uppger att de fått problem de senaste 12 månaderna efter ett köp och att de därtill inte känner sig trygga med att klaga är oroväckande. Resultatet indikerar att samhällsaktörer behöver rikta information till ungdomar och unga vuxna om konsumenters rättigheter samt hur man gör för att klaga.

Marknader som förändrats mest mellan 2023 och 2024

Förekomsten av konsumentskada i sin helhet under 2024 är på ungefär samma nivå som under 2023. Dock har situationen på vissa marknader förändrats relativt mycket under 2024 jämfört med 2023.

Marknader där problemen för konsumenterna har ökat respektive minskat mest

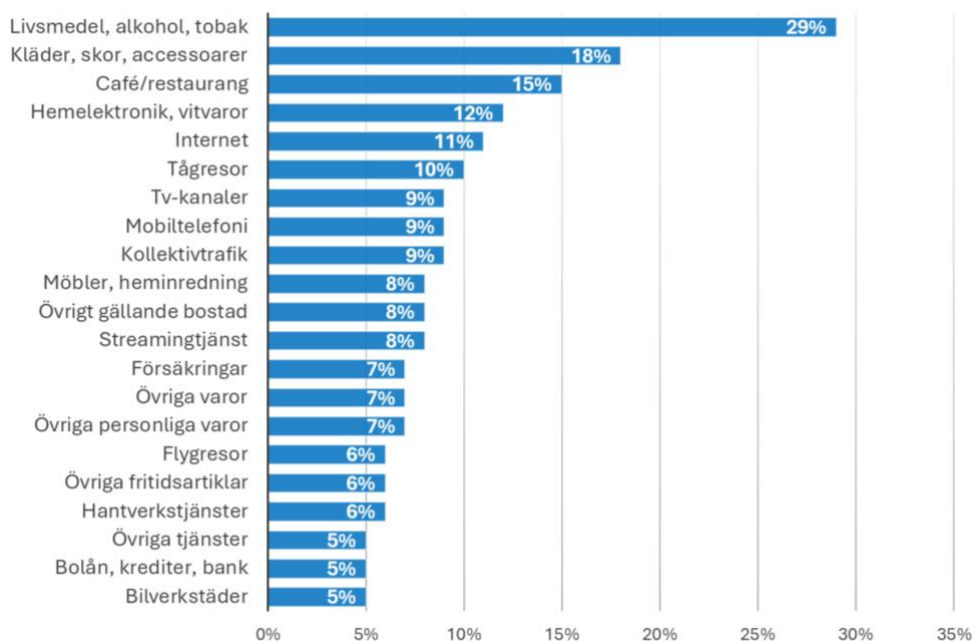


Källa: Konsumentverkets Konsumentskadeundersökning för 2024, 1 555 vuxna konsumenter. I diagrammet redovisas de sex marknader där problemen för konsumenter har ökat mest (röda staplar) respektive de sex som minskat mest (gröna staplar).

De marknader som har förändrats mest negativt, det vill säga där problemen för konsumenter har ökat som mest, är marknader där kunskapen om vad som orsakat detta behöver fördjupas. Det i sin tur kan leda till att olika samhällsaktörer behöver agera för att skapa förutsättningar för att marknaderna ska fungera bättre och därmed minska konsumentskadan.

**Kunskapen
om
reklamations-
rätt är låg**

Andel av konsumenterna som har fått problem efter ett köp per marknad under 2024



Fråga: Tänk på de senaste 12 månaderna. Har du fått problem eller blivit missnöjd efter ett köp där du anser att du hade anledning att klaga? Källa: Konsumentverkets Konsumentskadeundersökning för 2024, 1 555 vuxna konsumenter. Resultat för 21 av de 42 undersökta marknaderna redovisas i diagrammet.

Konsumenters och företags agerande

Hur konsumenter och företag agerar är avgörande för att konsumenter ska kunna få kompensation, vilket i förlängningen är avgörande för konsumentskadans storlek.

Hur agerar de missnöjda konsumenterna?

För denna uppdaterade konsumentskaderapport ställdes inte frågor om hur konsumenterna eller företagen agerade. Resultaten från förra årets rapport torde dock vara likartade. I den rapporten konstaterades att kännedomen om konsumenträttigheter generellt sett är låg.

I genomsnitt agerade fyra av fem konsumenter för att lösa problemet och i genomsnitt kontaktade sju procent av konsumenterna en tredje part för oberoende vägledning.

Hur agerar företag när konsumenter tar kontakt?

I de flesta fall agerar företag på något sätt när konsumenter vänder sig till dem för att klaga. Men hur företag agerar varierar mellan olika marknader. Det är vanligt att få tjänsten åtgärdad, varan reparerad eller ersatt med en ny eller likvärdig vara när det gäller exempelvis bilverkstäder, hemelektronik och vitvaror, personliga varor, möbler och heminredning samt byggmaterial (mellan 53 och 61 procent). På marknaderna för resor med tåg,

Två av fem är missnöjda med företagets agerande

Få vänder sig till konsumentvägledningen

kollektivtrafik och flyg samt livsmedel, paketresor och köp i online-spel är ekonomisk kompensation vanligt (mellan 37 och 68 procent).

I genomsnitt är två av fem konsumenter missnöjda med hur företaget agerade. Missnöjet är störst för tv-kanaler, fastighetsmäklartjänster, biluthyrning och skönhetsingrepp (mellan 51 och 58 procent missnöjda) och minst för livsmedel (8 procent missnöjda).

Källor

Detaljer om de undersökta marknaderna presenteras på Konsumentverkets webbplats.

- 1: Konsumentskadan i Sverige - statistik, [konsumentverket.se](https://www.konsumentverket.se)
- 2: Vägledningsärenden - statistik, [konsumentverket.se](https://www.konsumentverket.se)
- 3: EU-kommissionens vägledning 2017, [europa.eu](https://european-council.europa.eu/media/e060404d-1230-4020-9912-7d0472044230/asset/document/13624/13624_en.pdf)

Kontakt

Andreas Gårdlund
Analysenheten
Konsumentverket