

Konsumentskadan i Sverige

– vad kostar det när köpet gått fel?

Köp av varor och tjänster som inte möter konsumenters förväntningar kostar samhället minst 40 miljarder kronor varje år, vilket motsvarar cirka en procent av BNP. Det visar siffror¹ 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 finns behov av åtgärder.

Konsumentverket uppmärksammade begreppet konsumentskada för första gången 2018². I denna sammanställning beskrivs en aktuell beräkning av konsumentskadan och vad som ligger bakom siffran. Studien är avgränsad till att skatta så kallad känd ekonomisk konsumentskada som uppstår till följd av köp, i förhållande till rimliga förväntningar på köpet.



40 miljarder kronor

Motsvarande
6 500 kronor
per konsument

*Så mycket kostar det
när köpet gått fel*

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 överskuldsättning. I resterande del av sammanställningen är det känd ekonomisk konsumentskada som avses när vi beskriver konsumentskadan.

Metod

Beräkningen av konsumentskada bygger på EU-kommissionens vägledning³ och baseras på Konsumentverkets konsumentskadeundersökning¹. Studien omfattar drygt 8 000 fall av problem i konsumentvardagen uppdelat på 42 kategorier av varor och tjänster. Uppgifterna samlades in mellan 2019 och 2023.

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 konsumenter på olika marknader har råkat ut för. Beräkningen avser alla kostnader som problemet orsakat för konsumenten minus eventuell kompensation som företaget har gett:

- 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 på grund av problemet, exempelvis en tågförsening och tid för att försöka lösa problemet, exempelvis att ta kontakt med företaget.

Känd skada

Omedveten skada

Fysisk personskada

Överskuldsättning

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 som företaget gett, 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 genomsnittskostnaden 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 uppräknings istället utifrån antalet hushåll i befolkningen. Summan för samtliga marknader utgör värdet av konsumentskadan på nationell nivå.

Beräkningen är utformad för att minimera risken att 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.

Konsumentverkets första beräkning av konsumentskadan från 2018², som var en pilotstudie, kan inte jämföras med resultatet i denna sammanställning på grund av metodologiska förbättringar. Denna studie har högre kvalitet; den är heltäckande för samtliga konsumentmarknader, den består av 3 500 fler fall av konsumentproblem än 2018, vi tillämpar en metod för att hantera extremvärden och uppräknings till nationell nivå görs dels utifrån antalet individer i befolkningen, dels utifrån antalet hushåll. Skillnader i studiernas resultat ska därför inte härledas till verkliga förändringar i nivån av konsumentskada över tid.

Konsumentskadan på nationell nivå

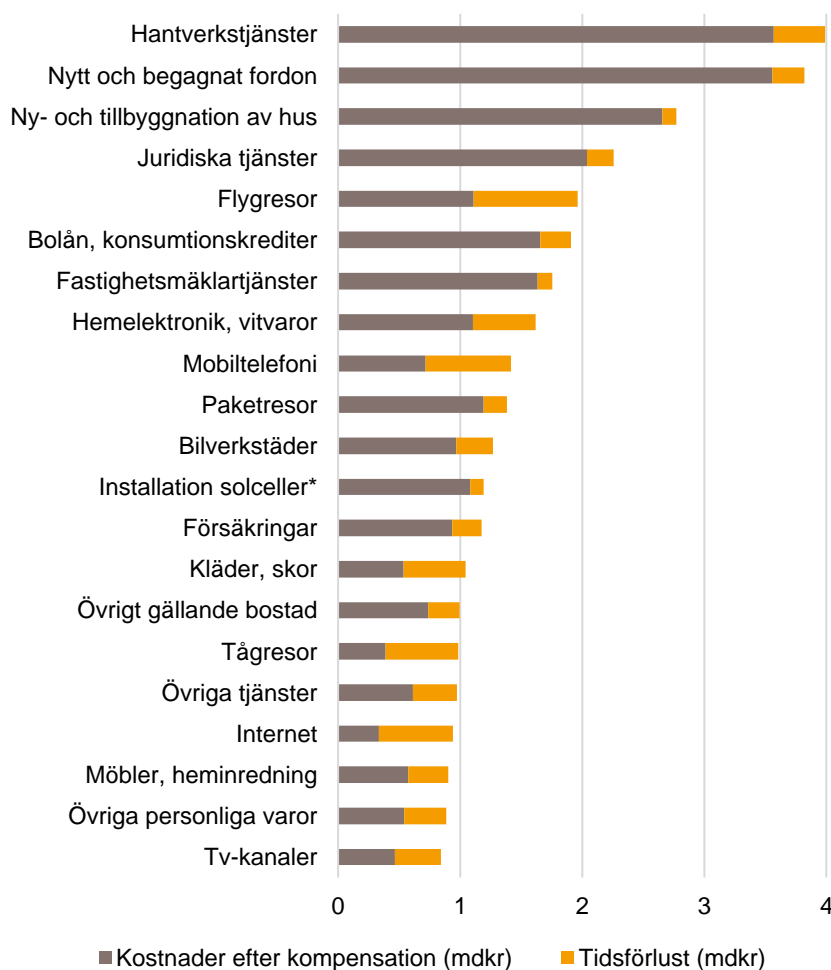
Konsumentskada på nationell nivå uppskattas till minst 40 miljarder kronor årligen.

Problem till följd av köp av hantverkstjänster (4 mdkr årligen), nya och begagnade bilar (3,8 mdkr), telekomtjänster (3,1 mdkr varav mobiltelefoni 1,4 mdkr, internet 0,9 mdkr och tv-kanaler 0,8 mdkr) samt ny- och större tillbyggnation av hus (2,8 mdkr) står för merparten av konsumentskadan.

På marknaderna för spel om pengar, hälsokost, streamingtjänster, kultur- och nöjesaktiviteter, köp i onlinespel och el är konsumentskadorna istället relativt små. Sammanlagt står dessa marknader för mindre än fem procent av konsumentskadan.

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

*Marknader med störst konsumentskada på nationell nivå,
i miljarder kronor*



*Källa: Konsumentverkets Konsumentskadeundersökning, 8 201 fall av konsumentproblem. Konsumentskadorna anges i miljarder kronor. Resultat för 21 av de 42 undersökta marknaderna redovisas i diagrammet. *Resultat baseras på data från mellan 30 och 50 fall av konsumentproblem och bör tolkas med försiktighet.*

Av de drygt 40 miljarder kronorna står kostnader, efter kompensation, för 30 miljarder kronor. Den tid konsumenterna har förlorat på grund av problemet eller tid för att försöka lösa problemet står för 10 miljarder kronor. Tidsförlusten 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.

**60
miljoner
timmar**

**Motsvarande 6 500
år eller nio timmar
per konsument**

*Så mycket tid förlorar
konsumenter årligen
när köpet gått fel*

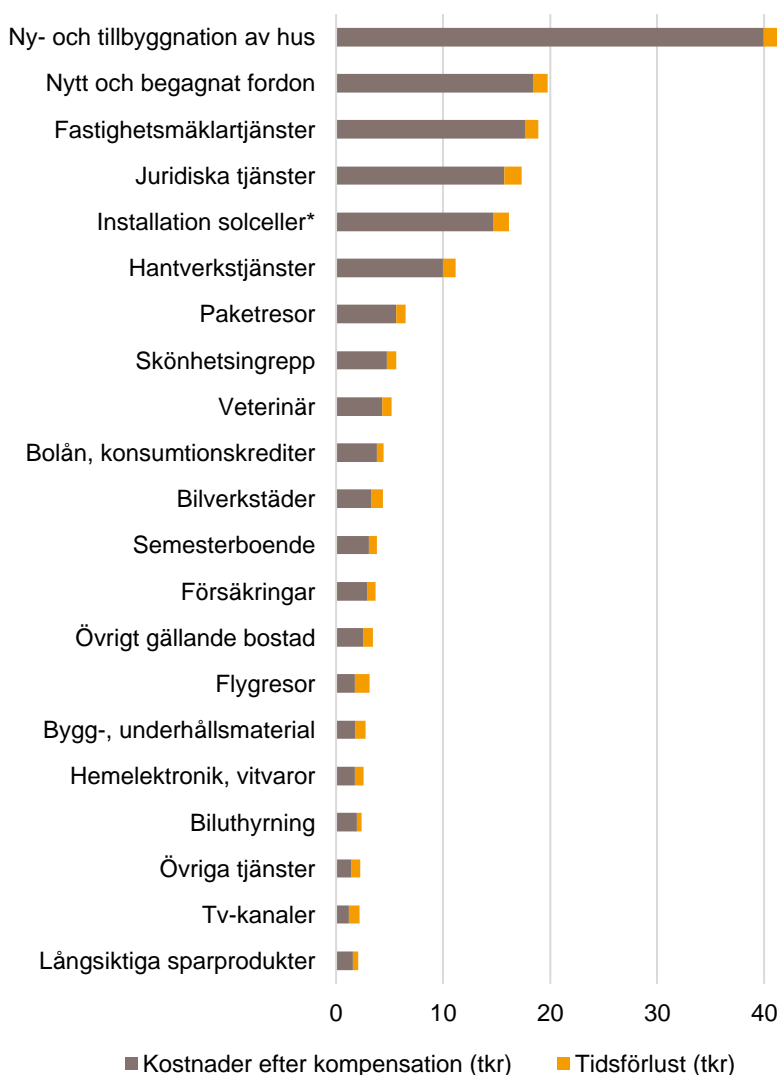
Vad ligger bakom skattningen på nationell nivå?

För att få en bättre bild av vad som ligger bakom skattningen på nationell nivå redovisas det genomsnittliga värdet av konsumentskada per problem på olika marknader samt hur många konsumenter som har erfarenhet av köp som gått fel.

Kostnad för köp som gått fel

De enskilda skadebeloppen är störst för ny- och större tillbyggnationer av hus, köp av fordon, fastighetsmäklartjänster, juridiska tjänster, installation av solceller samt hantverkstjänster.

De största konsumentskadorna för enskilda problem, i tusentals kronor



10 000 kr

Genomsnittskostnad efter kompensation för konsumenter som råkar ut för problem med hantverkstjänster

1 000 kr

Genomsnittskostnad efter kompensation för konsumenter som råkar ut för problem med mobiltelefoni

*Källa: Konsumentverkets Konsumentskadeundersökning, 8 201 fall av konsumentproblem. Konsumentskadorna anges som genomsnittskostnad per problem, i tusentals kronor. Resultat för 21 av de 42 undersökta marknaderna redovisas i diagrammet. *Resultat baseras på data från mellan 30 och 50 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 25 procent per marknad men varierar mycket:

- kompensationsgraden är högst (mellan 45 och 50 procent) för livsmedel, möbler och heminredning, nya och begagnade fordon, installation av solceller, byggmaterial, kläder och skor samt hemelektronik och vitvaror
- kompensationsgraden är lägst (under 10 procent) för juridiska tjänster, köp i onlinespel, bolån och konsumtionskrediter, el, mobiltelefoni, skönhetsingrepp, fastighetsmäklartjänster, tv-kanaler samt kultur- och nöjesaktiviteter.

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 avtalsproblem.

Något fler kvinnor än män har erfarenhet av köp som gått fel (78 respektive 74 procent). De upplevda problemen efter köp minskar med åldern; det är mer utbrett bland unga vuxna (18–25-åringar, 89 procent) än exempelvis åldersgruppen över 75 år (58 procent). Problem med tågresor, kollektivtrafik, kläder, cafébesök och möbler är vanligare bland unga vuxna än i äldre konsumentgrupper.

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

**Tre av fyra
konsumenter
har erfarenhet
av köp som
gått fel**

De vanligaste köp som gått fel under 2023



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, 3 066 vuxna konsumenter. Resultat för 21 av de 42 undersökta marknaderna redovisas i diagrammet. *Andelen för telekomtjänster (internet, mobiltelefoni och tv-kanaler) är 22 procent.

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?

Kännedomen om konsumenträttigheter är överlag låg. Den är särskilt låg på marknaderna för veterinärtjänster, telekomtjänster, fastighetsmäklartjänster, skönhetsingrepp, skönhets-tjänster, försäkringar, köp i onlinespel och juridiska tjänster (mellan 37 och 47 procent av konsumenterna uppger att deras kunskap är låg).

22 %

Andelen konsumenter som råkat ut för problem med telekomtjänster* under 2023

Kunskapen om reklamationsrätt är låg

I genomsnitt har fyra av fem konsumenter agerat för att lösa problemet. Hur konsumenter agerar när de upplever problem varierar dock mellan olika konsumentgrupper (exempelvis kvinnor, män och åldersgrupper). Det varierar även mellan marknader, exempelvis:

- andelen konsumenter som tar kontakt med företaget, för att exempelvis reklamera, varierar från lägst 33 procent för veterinärtjänster till högst 84 procent för möbler och heminredning
- vid problem till följd av installation av solceller, nya eller begagnade fordon, flygresor och el är det vanligt att konsumenten själv åtgärdar problemet eller köper en annan vara eller tjänst (gäller cirka en av fem konsumenter)
- i genomsnitt kontaktade sju procent av konsumenter en tredje part för oberoende vägledning. Andelen varierar från mindre än en procent för spel om pengar till 23 procent för juridiska tjänster
- vid problem till följd av hälsokost, spel om pengar, veterinärtjänster, skönhetsjänster, kollektivtrafik och restaurangbesök är det vanligt att konsumenten inte gör något alls för att lösa problemet (mellan 28 och 46 procent).

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 marknader, exempelvis:

- på marknaderna för bilverkstäder, hemelektronik och vitvaror, personliga varor, möbler och heminredning samt byggmaterial är det vanligt att få tjänsten åtgärdad, varan reparerad eller ersatt med en ny eller likvärdig vara (mellan 53 och 61 procent)
- på marknaderna för resor med tåg, kollektivtrafik och flyg samt livsmedel, paketresor och köp i onlinespel 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).

Få vänder sig till konsumentvägledning

Två av fem är missnöjda med företagets agerande

Källor

Detaljer om de undersökta marknaderna presenteras på Konsumentverkets webbplats¹.

1: Konsumenterskadorna i Sverige 2024, [konsumentverket.se](https://www.konsumentverket.se)

2: Konsumenterskadorna i Sverige 2018, [konsumentverket.se](https://www.konsumentverket.se)

3: EU-kommissionens vägledning 2017, [europa.eu](https://european-council.europa.eu/media/eu-press-room/2017/04/17/EN/170417_01_en.pdf)

4: Statistik om vägledningsärendena, [konsumentverket.se](https://www.konsumentverket.se)

Kontakt

Analysenheten, Konsumentverket