

# Förebyggande säkerhetsarbete inom klättring

Marknadskontroll av aktiviteter inom klättring

**Marknadskontroll av aktiviteter inom klättring samt personlig  
skyddsutrustning för klättring, delrapport**

Konsumentverket 2015

Ansvarig projektledare: Kerstin Jönsson

# Innehållsförteckning

Innehållsförteckning.....	3
Förord .....	4
1. Sammanfattning .....	5
2. Summary .....	6
3. Bakgrund .....	7
3.1 Syfte.....	7
3.2 Målgrupp .....	8
4. Metod.....	9
4.1 Genomförande .....	9
5. Inledande diskussioner med representanter från Svenska Klätterförbundet .....	10
5.1 Träff med representanter på klubbnivå.....	10
5.1.1 Frågor som diskuterades .....	10
5.1.2 Klätterväggar .....	11
5.1.3 Säkerhetsrutiner i klubbarna .....	11
5.1.4 Klätterväggar på andra platser.....	11
6. Genomförande.....	12
6.1 Frågor till klätterklubbar och företag .....	12
6.1.1 Klubbar och företag har uppmanats att beskriva: .....	12
6.2 Riskbedömning.....	12
7. Resultat.....	14
7.1 Analys .....	14
8. Slutsatser .....	16

## Förord

Klättring har blivit en populär aktivitet för alla åldrar, men om den utförs felaktigt innebär det stora risker. Svenska klätterförbundet arbetar aktivt med säkerhetsarbete för klätterklubbar. Vid våra samtal med förbundet framkommer det att trots god utbildning och kunskap förekommer brister i rutiner som kan påverka säkerheten. Utöver föreningar som är knutna till förbundet, finns det ett antal företag som erbjuder klättring, både inomhus och utomhus. Resultaten från Konsumentverkets marknadskontroll kan användas i det proaktiva arbetet. Genom att ställa frågor om deras kompetens och förebyggande säkerhetsarbete hittas brister och risker som klubbarna och företagen då får upp kunskapen om och kan vidta åtgärder för att förebygga.

Hela marknadskontrollen avser både tjänsten och kontroll av utrustning. Denna delrapport belyser tjänsten klätteraktivitet.

## 1. Sammanfattning

Klättring är till sin karaktär en mycket riskfylld fritidsaktivitet, där såväl skyddsutrustning som säkerhetsrutiner spelar en central roll för att förhindra allvarliga olyckor. Både varors- och tjänsters säkerhet regleras i produktsäkerhetslagen (2004:451). Konsumentverket är tillsynsmyndighet för både personlig skyddsutrustning för privat bruk och tjänster i form av aktiviteter inom klättring.

Denna rapport belyser hur näringsidkare arbetar med det förebyggande säkerhetsarbetet inom aktiviteten klättring. Det är en delrapport av hela projektet ”Marknadskontroll av aktiviteter inom klättring samt personlig skyddsutrustning för klättring”.

Med hjälp av en inventering via olika företags websidor samt Svenska Klätterförbundets medlemsregister kunde 55 företag och klubbar hittas och tillställas en begäran om uppgifter angående deras förebyggande säkerhetsarbete. Några företag/klubbar bedriver ingen verksamhet längre och de har strukits från kontrollen eller kommer att kontaktas vid den kommande kontrollen av äventyrsbanor. Återstår 17 klubbar och 25 företag som svarat på ”Begäran om uppgifter”.

Marknadskontrollen inleddes med diskussioner tillsammans med Svenska Klätterförbundet och vid deras utbildning av säkerhetsansvariga var vi med och informerade. Tillsammans med olika representanter från förbundet gick vi igenom förbundets rutiner och dokument som används av de lokala klubbarna. Vi fick också exempel på kända brister i klubbarna och kunde därmed formulera de frågor som skulle skickas till företag och klubbar bättre.

En riskvärderingsmodell skapades för att kunna validera inkomna svar. Frågorna viktades i betydelse för aktivitetens säkerhet och de inkomna svaren värderades i en skala 1-4. Utifrån den totala summan från varje aktör gjordes en bedömning om det inkomna svaret var tillräckligt eller om företaget behövde göra förbättringar i sitt förebyggande säkerhetsarbete. I den slutliga riskvärderingen blev resultatet att 20 aktörer har fått bedömningsbrev där vi begärt ett nytt svar med ett mer utförligt säkerhetstänkande. 22 aktörer har fått bedömningsbrev med påpekande där Konsumentverket förutsätter att påpekade områden förbättras.

Konsumentverket bedömer att genomsnittsnivån för säkerhetsrelaterade frågor inom verksamheten hos aktörerna är hög, både hos klubbar och företag. Ingen av de undersökta verksamheterna hade så allvarliga brister att verksamheten behövde stoppas. Några av företagen/klubbarna fick komplettera med svar för att förbättra det förebyggande säkerhetsarbetet och några fick påpekande om förbättringsåtgärder. Resultatet av marknadskontrollen kommer att diskuteras med klätterförbundet.

## 2. Summary

Climbing is by nature a very risky activity, where both equipment and safety routines plays a key role to prevent major accidents. The Swedish Consumer Agency (SCA) is the supervisory authority of the Swedish Product Safety Law (2004:451) which in Sweden even include service, i.e. sport activities. The SCA decided to start a market surveillance of both the service (climbing indoors and outdoors) and the personal product equipment.

This report is an interim report of the project "Market surveillance of activities and personal protecting equipment (PPE) in climbing activities" and it highlights the climbing services.

With the help of inventory through websites and Swedish Climbing Association membership directory could 55 companies and clubs be found and sent a request for information regarding their preventive security.

Some of the companies/clubs does not conducts business anymore and they have been removed from the control or will be contacted by the periodic inspection of adventure paths. Remaining 17 clubs and 25 companies responded to the "Request for information".

The market surveillance began with discussions with the Swedish Climbing Association and an information held at their training of security. Along with various representatives from the union, we reviewed the union's procedures and documents used by local clubs. We got examples of known deficiencies in the clubs and thus better able to formulate questions that would be sent to companies and clubs.

A risk evaluation model was created to validate the responses received. The questions weighted in were importance to the event's security and the responses were validated in a scale of 1-4. An assesment based on the total amount of each actor proved if preventive safety was sufficient or whether the company needed to make improvements in their preventive safety.

The consumer Agency estimates that the average level of security-related issues in the activities of the actors are high, both in clubs and businesses. None of the surveyed businesses had such serious flaws that the business needed to be stopped. Some of the companies / clubs had to supplement with answers to improve the preventive security and some might remark on improvements. The results of market surveillance will be discussed at future training of security in Climbing.

### 3. Bakgrund

Klättring är till sin karaktär en mycket riskfylld fritidsaktivitet, där såväl skyddsutrustning som säkerhetsrutiner spelar en central roll för att förhindra allvarliga olyckor. Både varors- och tjänsters säkerhet regleras i produktsäkerhetslagen (2004:451). Konsumentverket är tillsynsmyndighet för både personlig skyddsutrustning för privat bruk och aktiviteter inom klättring.

De senaste åren har det kommit flera underrättelser till Konsumentverket från näringsidkare som tillhandahåller skyddsutrustning för klättring. Det har visat sig att utrustningen varit behäftade med brister och återkallats. Det finns också kända olyckor av allvarlig karaktär kopplade till tjänster inom detta område.

Tjänster som tillhandahålls ska leva upp till produktsäkerhetslagen (2004:451). Produktsäkerhetslagens syfte är att förhindra att varor och tjänster orsakar skada på person. Lagen anger även särskilt i § 10 bedömningsgrunder för hur en tjänst utförs och vilken information som näringsidkaren lämnar och så vidare.

Vid en inventering på webben som gjordes hösten 2013, konstaterades det att några tjänsteleverantörer friskrev sig från ansvar, vilket inte är förenligt med produktsäkerhetslagen. Ett fåtal av dessa lät även konsumenten skriva under ett avtal där konsumenten påtog sig allt ansvar för aktiviteten. Marknaden är växande, vilket ofta medför att även aktörer med otillräcklig kunskap tillhandahåller tjänster.

Antalet anläggningar som erbjuder klättring, äventyrsbanor, zip-lines och höghöjdsbanor har ökat under senare tid i takt med att konsumenter söker sig till äventyrs- och upplevelseturism. Konsumentverket ser en ökad risk då en lukrativ marknad också öppnar upp för mindre seriösa aktörer.

Förutom produktsäkerhetslagen finns inom klättring, äventyrsbanor och höghöjdsbanor även ett antal tillämpliga standarder och normer för anläggningar och aktivitetens genomförande. För fallskyddsprodukter finns standarder för all typ av utrustning som normalt förekommer vid aktiviteterna.

#### 3.1 Syfte

Marknadskontrollen innefattar både produkter och tjänster. Denna delrapport belyser aktiviteter inom klättring, både inom- och utomhus.

Syftet med att kombinera både tjänst och produkt är att resurseffektivt dra nytta av inventering och information samt handläggning och på det sättet:

- verifiera att aktörer inom klättringsaktiviteter och andra aktiviteter där fallskyddsutrustning används har ett bra förebyggande säkerhetsarbete och tillhandahåller säkra tjänster

- verifiera att fallskyddsprodukter inom klättringsområdet på marknaden uppfyller gällande säkerhetskrav
- säkerställa att relevant kunskap finns hos företagen med avseende på krav på dokumentation och märkning.

### **3.2 Målgrupp**

Den primära målgruppen är klätterklubbar och näringsidkare och denna delrapport av marknadskontrollen avser tjänster inom klätteraktiviteter där fallskyddsutrustning används.

Konsumenterna blir en indirekt målgrupp efter det att information om resultatet av kontrollen publiceras på Konsumentverkets webbplats.



## 4. Metod

### 4.1 Genomförande

Då Svenska Klätterförbundet tidigt visade intresse till samarbete med Konsumentverket så planerades delar av projektet tillsammans med dem ur inventerings- och kunskapssyfte. Vi träffade Svenska Klätterförbundet vid deras utbildning av säkerhetsansvariga där vi informerade om marknadskontrollen och hur vi planerade att genomföra den.

En informationsinsats gjordes för att sprida kunskap om produktsäkerhetslagen och vad man böra tänka på då man tillhandahåller tjänster inom klättring och vad som gäller för personlig skyddsutrustning. Klubbarna hittades genom Svenska Klätterförbundets medlemsregister och klättringsföretag hittades via inventering på webben som tidigare hade genomförts på myndigheten.

## 5. Inledande diskussioner med representanter från Svenska Klätterförbundet

En inledande träff hölls med Svenska Klätterförbundet (SKF) vid deras förbundsmöte den 29 mars 2014. Syftet var att presentera marknadskontrollen och hur vi planerar att lägga upp och genomföra arbetet samt vilket samarbete vi vill ha med klätterförbundet.

Under mötet så diskuterades gränsdragningen mellan kompisklättring och vad som är organiserad klättring, när gäller produktsäkerhetslagen och så vidare. Klätterförbundet önskar en skriftlig definition. Diskussionen visar tydligt behovet av att begreppet tjänst behöver förtydligas i lagens mening.

### 5.1 Träff med representanter på klubbnivå

Det förberedande arbetet fortsatte med att den 10 juni träffa ordförande för anläggningskommittén SKF, och representant från Göteborgs Klätterklubb. Tillsammans besökte vi ett klättermusei.

#### 5.1.1 Frågor som diskuterades

Under mötet diskuterades följande frågor, där svaren som vi kom fram till också finns nedtecknade.

- Hur arbetar Svenska Klätterförbundet, nationellt och lokalt?  
*Information och rutiner finns i dokument på förbundets websida.*
- Hur man ska göra för att utveckla säkerheten i klätteraktiviteter? *Det finns bra rutiner utarbetade av förbundet men frågan är hur de används på klubben. Här finns det troligen förbättringar att göra med regelbundna säkerhetsgenomgångar med deltagarna. Vid instruktörsledda utbildningar finns behov av att innan kurs startar gå igenom säkerhets- och räddningsrutiner för instruktörerna och säkerställa att dessa har en bra kunskap även i räddning.*
- Vilka certifiering görs? *Klättermusei på de lokala klubbarna certifieras och inspekteras i allmänhet av anläggningskommittén på så sätt att klubben får visa att klätteranläggningen är säker samt att rutiner visas för underhåll, regler med mera. Det finns även företag som utför inspektioner enligt standarden SS-EN 12572.*
- Vilka standarder tillämpas? *För klättermusei inomhus finns en standard; SS-EN 12572. För utbildning till olika former av klätterinstruktör har Svenska Klätterförbundet tagit fram flera normer.*
- Olycksstatistiken, finns den och i så fall vad lär ni er av den? *Vid olycka/incident skickas ett webbförfrågan till förbundet. Några anteckningar finns ofta inte kvar på klubben. Här finns ett förbättringsbehov i uppföljning och utvärdering av olyckor och incidenter. Idéer kommer att diskuteras med förbundet.*

### 5.1.2 Klätterväggar

Klätterväggarna har varierande konstruktion. Många byggs på plats. De vanligaste materialen består av ren plywood medan nyare är en kombination med glasfiber eller av ren glasfiber. Det bör finnas hållfasthetsberäkningar för väggarna men då sådana ofta inte finns på äldre väggar kan man genom besiktning bedöma om dimensioneringen av virke, fastsättning, montering med mera är tillräcklig. Väggen som helhet ska vara infäst i bärande konstruktion. För väggar som köps ska det följa med dokument som styrker att de följer standarden samt instruktioner från tillverkaren om underhåll och kontroll.

Säkringspunkter längs väggen är ofta förankrade i byggnadskonstruktionen medan greppen sitter enbart i väggen. Toppankaret ska vara fäst i två oberoende punkter. När det gäller greppen på väggarna så flyttas de regelbundet varför det inte är relevant med rutiner för att kontrollera att de sitter fast.

Att tänka på vid besök i klubbar är stötdämpande mattor, kvalitet, hur de ligger, eventuella skarvar samt speciellt vilka mattor som används vid bouldering klättring.

### 5.1.3 Säkerhetsrutiner i klubbarna

Det förekommer sällan att det finns en person avsatt för att kontinuerligt övervaka klättrarnas säkerhet. Klättrarna arbetar ofta tillsammans två och två och för att få säkra någon så krävs ofta kvalificeringstest, till exempel grönt eller rött kort. En del klubbar tillämpar regeln att om du inte kan visa upp detta kort så släpps du inte in.

Det kan också finnas behov av att den som exempelvis sitter i entrén regelbundet går runt i lokalen för att kontrollera att mattorna är ok, att det inte står saker som sandsäckar där man kan trilla ner och så vidare.

### 5.1.4 Klätterväggar på andra platser

Det blir mer och mer intressant för olika typer av företag, t.ex. simhallar, campingar, gymnastiksalar, att komplettera med klätterväggar, både ute och inne. Hur säkerheten garanteras på denna typ av platser är inte klarlagt.

## 6. Genomförande

Efter inventering av klätterklubbar, både föreningar och företag, beslutades att skicka begäran om uppgifter om förebyggande säkerhetsarbete till 55 klubbar fördelat över landet.

Enligt planen var det inplanerat att ur tillsynssynpunkt besöka några klätterklubbar. De erhållna svar som inkom från klubbarna visade på att säkerheten allmänt bedömdes som tillfredsställande och det beslutades att inte några tillsynsbesök behövde genomföras.

### 6.1 Frågor till klätterklubbar och företag

Utifrån ovan förda diskussioner formulerades frågor som skulle tillställas klubbar och företag.

#### 6.1.1 Klubbar och företag har uppmanats att beskriva:

- verksamheten och hur tjänsten utförs
- vilken säkerhetsinformation som näringsidkaren lämnar till konsument
- rutiner för övervakning av konsument, krävs till exempel grönt eller rött kort i verksamheten, har man särskilda rutiner som exempelvis hallvärd, instruktörer eller liknande.
- hur man arbetar förebyggande med risker exempelvis via riskanalys och säkerhetsplanering i verksamheten
- redovisning av hur olyckor och incidenter dokumenteras och följs upp (eventuella åtgärdsplaner)
- hur man hanterar personlig skyddsutrustning som används i verksamheten
- rutiner för att säkerställa att anläggningen är säker (till exempel underhåll, besiktning, egenkontroll och liknande)
- hur du som ansvarig vet att din personal har tillräcklig kompetens för säkerhetsrelaterade aktiviteter? Exempelvis klätterinstruktörs kompetens, säkrares kompetens, personal för prova på klättring och så vidare.?
- om det finns räddningsplan - krisplan.

### 6.2 Riskbedömning

För att kunna värdera de inkomna svaren skapades en riskbedömningsmall. Frågorna viktades i skala 1-3, där nivå 3 hade stor tyngd vid bedömning av säkerheten i tjänsten. Svaren validerades i skala 1-4, där nivå 4 angav ett högt säkerhetstänkande.

Utifrån uppnådda poäng gjordes följande bedömning inför fortsatt handläggning av ärenden: antal poäng: <55 = åtgärdas, 56-70 = påpekande. Det högsta poäng som kunde uppnås var 84.

Tabell 2. Exempel på validering av svar

<b>Företag</b>	<b>Beskr av verksamhet (1)</b>	<b>Säkerhetsinformation (3)</b>	<b>Rutiner överv av konsument (2)</b>	<b>Risakanalys / säkerhetsarbete (3)</b>	<b>Uppföljning av olyckor (2)</b>	<b>Hur hanteras PSU (3)</b>	<b>Rutiner för att visa att anl är säker (3)</b>	<b>Personalen kompetens (3)</b>	<b>Räddningsplan / krisplan (1)</b>	<b>Resultat: &lt;55 = åtgärdas, 56-70 = påpekande Maxp=84</b>
<b>Exempel på validerade svar</b>	4	4	4	4	2,5	3	2,5	3	2	68,5

## 7. Resultat

För tjänsten klättring kontaktades 55 klubbar och företag. Några företag/klubbar bedriver ingen verksamhet längre och de har strukits från kontrollen eller kommer att kontaktas vid den kommande kontrollen av äventyrsbanor. Återstår 17 klubbar och 25 företag som svarat på "Begäran om uppgifter". Resultaten har sammanställts i nedanstående avsnitt 7.1 Analys.

En riskvärdering har genomförts baserat på inkomna svar från aktörerna (klubbar och näringsidkare). Nivån på innehållet i redovisningen bedömdes i en skala 1-4 och multiplicerades med vikten av svaret ur säkerhetssynpunkt (nivå 1 till 3) enligt nedan, tabell 3.

I den slutliga riskvärderingen blev resultatet att 20 aktörer har fått bedömningsbrev där vi begärt ett nytt svar med ett mer utförligt säkerhetstänkande. 22 aktörer har fått bedömningsbrev med påpekande där konsumentverket förutsätter att påpekade områden förbättras.

### Redovisning:

- 1 = information saknas,
- 2 = bristfällig information,
- 3 = acceptabel information,
- 4 = bra information

### Vikt (Bedömning inom parentes efter område):

- 1 = låg/mindre vikt för säkerheten,
- 2 = medelvikt för säkerheten,
- 3 = hög vikt för säkerheten

## 7.1 Analys

Konsumentverket bedömer att genomsnittsnivån för säkerhetsrelaterade frågor inom verksamheten hos aktörerna är hög, både hos klubbar och företag. Ingen av de undersökta verksamheterna hade så allvarliga brister att verksamheten behövde stoppas. Detaljnivån på redovisningarna har varierat och där underlaget varit bristfälligt har komplettering begärts för att kunna göra en bedömning. Konsumentverket har även strävat efter att kunna ge förslag på eventuella förbättringsområden till respektive aktör.

Tabell 3. Genomsnitt av validerade svar från alla aktörer

Kategori/aktivitet	Snitt Totalt	Snitt SKF	Snitt ÖVR
Beskrivning av verksamhet (1)	3,61	3,56	3,64
Säkerhetsinformation (3)	3,46	3,47	3,46
Rutiner övervakning av konsument (2)	3,5	3,62	3,42
Riskanalys/förebyggande säkerhetsarbete (3)	3,23	3,24	3,22
Uppföljning av olyckor (2)	3,29	3,29	3,28
Hur hanteras personlig skyddsutrustning (3)	3,12	3,03	3,18
Rutiner för att visa att anläggningen är säker (3)	3,3	3,12	3,42
Personalen kompetens (3)	3,45	3,41	3,48
Räddningsplan/krisplan (1)	3,17	3,26	3,1
Resultat: <55 = åtgärdas, 56-70 = påpekande Maxp=84	70,2	69,44	70,42

## 8. Slutsatser

Konsumentverket bedömer att aktörerna har ett bra förebyggande säkerhetsarbete, men att nästan alla behövde göra några förbättringar. I nästan hälften av fallen begärdes det in ett nytt svar där aktörerna fick redovisa ett förbättrat förebyggande säkerhetsarbete. Aktörerna visar god vilja till att göra rätt och svarsfrekvensen har varit god. Samarbetet med Svenska Klätterförbundet är bra och Konsumentverket har för avsikt att vid kommande säkerhetsutbildningar i förbundet redovisa resultatet av marknadskontrollen samt även diskutera vad förbundet behöver arbeta med för att ett högt säkerhetstänkande ska bestå.



## **Bilaga: Marknadskontroll**

### **Allmänt om marknadskontroll**

Medlemsstaterna i EU är skyldiga att bedriva marknadskontroll av produkter som släpps ut på marknaden. Krav på att marknadskontroll ska bedrivas finns bland annat i EU-förordning 765/2008 om ackreditering och marknadskontroll samt förordning (2005:893) om marknadskontroll av varor. Det är medlemsstaternas myndigheter som ska utföra marknadskontroll och härigenom tillse att produkter som saluförs uppfyller krav på säkerhet, hälsa, miljö och andra lagstadgade egenskaper. I Sverige är Konsumentverket en av flera marknadskontrollerande myndigheter.

Marknadskontroll syftar inte bara till att skydda konsumenternas säkerhet och hälsa, utan också till att säkerställa likvärdiga konkurrensförhållanden mellan företag. Oseriösa näringsidkare ska inte få skaffa sig konkurrensfördelar i form av lägre priser eller annat genom att bjuda ut produkter som inte är säkra. Därmed ska marknadskontroll i förlängningen också bidra till att EU:s inre marknad fungerar effektivt.

Konsumentverkets marknadskontroll sker huvudsakligen som stickprovskontroller inom olika produktgrupper eller genom tillsynsbesök hos utvalda näringsidkare. Marknadskontroll kan också ske med anledning av olycksfall, eller på grund av information som Konsumentverket fått genom en anmälan, eller information från en annan medlemsstat.

För att personlig skyddsutrustning (PSU) för privat bruk ska få säljas måste den uppfylla grundläggande hälso- och säkerhetskrav enligt lagen (1992:1326) om personlig skyddsutrustning för privat bruk (PSUL). Kraven avser bland annat skyddsverkan, utformning, märkning och produktinformation. Kraven som ställs i PSUL kompletteras av de rättsliga åtgärder som produktsäkerhetslagen (2004:451) och produktsäkerhetsförordningen (2004:469) ger grund för. EU-direktivet 89/686/EEG om personlig skyddsutrustning har införlivats i svensk lagstiftning bland annat genom PSUL samt föreskrifter från Arbetsmiljöverket (AFS1996:7) som tagits fram i samråd med Konsumentverket.

## **Näringsidkarens skyldigheter**

För att Konsumentverket ska kunna bedöma om en produkt uppfyller gällande krav är näringsidkaren skyldig att på begäran av verket lämna de upplysningar, handlingar, varuprover och liknande som behövs för tillsynen. Om en sådan begäran inte följs kan Konsumentverket förelägga näringsidkaren att fullgöra sin skyldighet. Ett sådant föreläggande förenas då normalt med ett vite.

Om en produkt skulle visa sig ha bristande skyddsverkan eller vara farlig på annat sätt kan näringsidkaren förbjudas att tillhandahålla produkten, åläggas att lämna säkerhets- eller varningsinformation samt åläggas att återkalla produkten. En näringsidkare som medvetet eller oaktsamt bryter mot lagen riskerar att åläggas en sanktionsavgift.

