

# Utvärdering av Hallå konsument

Slutrapport till regeringen, juni 2017

**2017:6 Utvärdering av Hallå konsument**

Konsumentverket 2017

Ansvarig handläggare: Agne Sandberg, Analysenheten

## Förord

Upplysningstjänsten Hallå konsument startades av Konsumentverket den 31 mars 2015 i enlighet med regeringens förordning om en upplysningstjänst för konsumenter (SFS 2014:110).

I regleringsbrevet för 2015 fick Konsumentverket i uppdrag av regeringen att löpande utvärdera resultaten och effekterna av Hallå konsument. Även tjänstens effekter för kommunerna, konsumentbyråerna, bank-, finans-, försäkrings-, energi- och telekommarknaderna, liksom för de informationsansvariga myndigheterna ska följas upp. Regeringsuppdraget skulle redovisas i en delrapport senast den 30 april 2016 till Regeringskansliet (Finansdepartementet) och sedan redovisas i en slutrapport senast den 30 juni 2017 till Regeringskansliet (Finansdepartementet).

Denna slutrapport bygger på underlag från en extern konsult och på uppgifter från Konsumentverkets egen uppföljning. Projektledare på Konsumentverket är Agne Sandberg och arbetet har följts av en intern referensgrupp.

Karlstad, juni 2017

Cecilia Tisell  
Generaldirektör

# Innehållsförteckning

Förord .....	3
1 Sammanfattning .....	5
2 Inledning.....	9
2.1 Disposition .....	9
3 Bakgrund och uppdrag .....	10
3.1 Problembilden .....	10
3.2 Budgetpropositioner och uppdrag .....	10
3.3 Resurstilldelning .....	12
4 Hallå konsument under de första två verksamhetsåren .....	15
4.1 Användarna .....	15
4.2 Konsumentkontakter.....	16
4.3 Webbplatsen.....	17
4.4 Hänvisningar .....	17
4.5 Samverkan.....	18
4.6 Resurserna.....	18
4.7 Lansering och marknadsföring .....	18
5 Resultat och effekter .....	20
5.1 Direkta resultat för konsumenterna.....	21
5.2 Effekter för konsumenterna .....	24
5.3 Den kommunala konsumentvägledningen .....	29
5.4 Påverkan på andra aktörer .....	35
5.5 Påverkan på Konsumentverket .....	39
6 Slutsatser och vägar framåt .....	42
7 Referenser.....	45
8 Bilagor.....	46
Bilaga 1: Konsultens utvärderingsdesign .....	46
Bilaga 2: Några kommunexempel .....	48

# 1 Sammanfattning

Med denna rapport fullföljer Konsumentverket regeringens uppdrag att utvärdera resultaten och effekterna av upplysningstjänsten Hallå konsument. Rapporten ser också till dess effekter för kommunerna och konsumentbyråerna liksom för de informationsansvariga myndigheterna. Utvärderingen har delvis gjorts med externt konsultstöd, men bygger också på Konsumentverkets egen statistik, inhämtade uppgifter och egna analyser.

Behovet av en nationell konsumentvägledning analyserades 2012 i utredningen ”Konsumenten i centrum”. Där konstaterades att strukturen för konsumentstödet i Sverige inte var anpassat efter konsumenternas beteende och därmed inte ändamålsenlig. Man såg ett behov av en ambitionshöjning och föreslog bland annat att Konsumentverket skulle få ansvaret att inrätta och förvalta en rikstäckande och allmänt tillgänglig informationstjänst med direktvägledning och samlad information via olika kanaler. Centralt för utredaren var att detta skulle ge kommunernas konsumentvägledning dels ett större utrymme för att förbättra servicen, dels en utökad roll i det uppsökande arbetet gentemot invånare och näringsidkare.

Detta hörsammades av regeringen som 2014 gav Konsumentverket i uppdrag att tillsammans med 12 informationsansvariga myndigheter ansvara för att tillhandahålla och samordna en upplysningstjänst med opartisk information och vägledning till konsumenter. Den 31 mars 2015 var Konsumentverkets förberedelser klara och den nya upplysningstjänsten Hallå konsument öppnades för allmänheten.

Verksamheten under Hallå konsumentens två första år visar att tjänsten nått ut till och använts av konsumenter vars demografi i stort överensstämmer med riksgenomsnittet. Detta till följd av de insatser som gjordes inför lanseringen och de olika marknadsföringsinsatser som under 2015 och 2016 riktades mot olika målgrupper via olika kanaler. Tjänsten har utvecklat innehåll och aktiviteter i flera kanaler; telefon, e-post/kontaktformulär, poddar och chatt. Från starten till april 2017 har 190 000 frågor besvarats, varav cirka 70 procent via telefon. Söktrycket på webbplatsen *hallakonsument.se* har ökat successivt.

Genom samordningsrådet för Hallå konsument har ett samarbete utvecklats med bland annat de informationsansvariga myndigheterna, de fyra konsumentbyråerna, Sveriges kommuner och landsting och Konsumentvägledarnas förening. Nästan hälften av de cirka 28 000 hänvisningar som gjorts till andra aktörer under 2015 och 2016 adresserades till kommunal konsumentvägledning.

## **Resultat: kännedomen**

Kännedomen om Hallå konsument hos allmänheten skattas till 26 procent i undersökningen för 2017. Det är 10 procentenheter högre jämfört med resultatet från hösten 2015. Det innebär också att det uppsatta målet på 25 procent har uppnåtts.

## **Resultat: användningen**

Konsumenternas användning av upplysningstjänsten har också ökat under perioden 2015 - 2017. På Hallå konsument besvarades 2016 cirka 94 000 frågor och under året var antalet besök på *hallakonsument.se* nära 1,6 miljoner.

### **Resultat: omdömet**

Drygt 80 procent av användarna tycker att tjänsten fungerar bra, med avseende på olika kontaktmöjligheter, rimliga väntetider, relevans och begriplighet. En majoritet av användarna anser att Hallå konsument ger kunniga råd och att bemötandet från vägledarna är vänligt och engagerat. Man anser också att Hallå konsument är en tillförlitlig leverantör av opartisk information. Närmare 90 procent av respondenterna anger att de skulle vända sig till Hallå konsument igen för information och vägledning samt rekommendera andra att vända sig till tjänsten. När det gäller webbplatsen *hallakonsument.se* finns indikationer på att personer över 50 år och personer med funktionshinder har svårare att hitta informationen och att de inte anser att webbplatsen är anpassad efter deras behov.

### **Effekter på konsumenterna**

Hallå konsument har i första hand gett effekt vad gäller allmänhetens ökade kunskaper om vart de kan vända sig för att få tillförlitlig och oberoende konsumentinformation. Den samlade bilden över samhällets serviceförmåga i konsumentfrågor visar att antalet hanterade ärenden ökat kraftigt sedan Hallå konsuments etablering, från drygt 123 000 år 2014 till närmare 188 000 två år senare. Även medvetenheten om rättigheter och villkor har ökat något hos de konsumenter som haft kontakt med Hallå konsument. Detta innebär att Hallå konsument etablerat sig som en resurs som gör skillnad för konsumenterna.

Däremot finns inte några tydliga mätbara effekter i användargruppen vad gäller kunskapsutveckling i konkreta sakfrågor som rör rättigheter och villkor. Den korta tid som förflutit sedan etableringen tillsammans med de metodmässiga svårigheterna att mäta kunskapsutveckling kan förklara detta. Det går inte heller att identifiera någon effekt rörande konsumenternas kunskaper om miljömässigt hållbar konsumtion.

### **Effekter på den kommunala konsumentvägledningen**

För den kommunala konsumentvägledningen visar statistiken att det totala antalet ärenden nästan har halverats sedan 2012, med markant minskning från och med 2015 då Hallå konsument etablerades. Sedan 2014 har antalet kontakter minskat i alla avseenden, men framförallt för telefon och e-post. Antalet besöksärenden håller en förhållandevis konstant nivå även om en marginell minskning kan ses.

I ett längre perspektiv har antalet årsarbetskrafter i kommunal konsumentvägledning minskat stadigt sedan 2007, alltså flera år före upplysningstjänstens etablering.

Antalet kommuner som har konsumentvägledning ökade fram till 2014, men har sedan sjunkit till samma nivå som vid 2000-talets inledning. Idag saknar 42 kommuner konsumentvägledning och ytterligare några kommer att avveckla verksamheten under 2017. Det innebär att drygt 1 miljon invånare kommer att sakna kommunal konsumentvägledning vid 2017 års utgång.

Det finns ingen enkel och entydig förklaring till detta. Sannolikt beror nedgången delvis på Hallå konsuments etablering. Kommunalekonomiska prioriteringar kan också leda till att man söker samordningsvinster genom så kallade kontaktcenter, men också till att man helt lägger ner icke lagstadgade verksamheter.

Parallellt med detta finns flera exempel på kommuner där konsumentvägledningen är både stabil och utvecklingsinriktad. Vi noterar således en utveckling i kommunerna som ur ett konsumentperspektiv drar åt helt olika håll.

### **Effekter för Konsumentverkets interna utveckling**

För Konsumentverkets del har etableringen av Hallå konsument inneburit att myndigheten vuxit kraftigt och att den interna rörligheten har ökat. En stor del av myndighetens personal samtalar numera direkt med konsumenterna. Trycket på HR- och IT-funktionerna och övriga stödfunktioner har ökat.

Även kännedomen om Konsument Europa har ökat, vilket delvis kan förklaras med hänvisningarna från Hallå konsument. För Konsument Europa har antalet handlagda rådgivningsärenden ökat med 70 procent under helåret 2016 jämfört med 2015.

Rättsenheterna får kontinuerligt information om företag som orsakar konsumenter stor skada och kan agera snabbt i sin tillsyn. Tillsynsverksamhetens kunskaper om branscher och enskilda näringsidkare har förbättrats.

Förutsättningarna för en mer utvecklad samverkan med andra myndigheter och aktörer har ökat genom de kontakter som knutits genom rådet som samlar de informationsansvariga myndigheterna och det nätverk som etablerats.

Möjligheterna för myndighetens kunskapsutveckling har ökat genom den statistik som har tagits in via Hallå konsument. Dessutom finns mycket odokumenterad och tyst kunskap utifrån vägledarnas personliga och dagliga direktkontakter med enskilda konsumenter.

Utformningen av det stöd och de utbildningar som Konsumentverket ger, genomgår en översyn för att bättre svara mot de nya behov som strukturomvandlingen av den kommunala konsumentvägledningen för med sig.

### **Slutsatser och förslag**

Konsumentverkets slutsats av utvärderingen är att etableringen av den nationella upplysningstjänsten Hallå konsument har varit och är en lyckad satsning. Antalet konsumenter som får stöd via någon av samhällets aktörer har ökat. Konsumenter har fått tillgång till, och i växande grad utnyttjat, de tjänster som Hallå konsument erbjuder.

Den nationella och lokala konsumentvägledningen behöver komplettera varandra. Hallå konsument är en nationell tjänst som arbetar på distans via olika kanaler. Därigenom har tjänsten vissa begränsningar. Hallå konsument kan varken erbjuda det personliga möte som en del konsumenter behöver eller bedriva utåtriktat och förebyggande arbete på lokal nivå.

Mot denna bakgrund är den pågående strukturomvandlingen och nedprioriteringen av den kommunala konsumentvägledningen oroande. De som drabbas är främst konsumenter i sårbara och utsatta situationer där den vägledning som Hallå konsument och vissa kommuner idag erbjuder är otillräcklig.

Hallå konsument har kompetens och möjlighet att utvidga verksamheten till att exempelvis granska avtal, stötta konsumenter med återkommande kontakter, fördjupad ärendehantering etc. men då krävs ytterligare resurser. Konsekvenserna av en sådan utveckling måste också analyseras. En sådan utveckling av Hallå konsument måste vägas mot risken av ytterligare försämrat stöd i kommunerna.

Konsumentverket ser ett behov av att förtydliga rollfördelningen mellan den nationella upplysningstjänsten och kommunernas konsumentverksamhet. Vi har uppfattat att även flera kommuner anser att ett sådant förtydligande vore värdefullt.

- Konsumentverket bör ges i uppdrag att, utifrån konsumenternas behov av stöd, tydliggöra olika konsumentstödjande aktörers roller, inklusive eventuella överlappningar och gap. Ett sådant arbete bör även inkludera resonemang om förebyggande kontra problemlösande arbete och ett förtydligande kring vilket stöd som bäst organiseras lokalt, regionalt och nationellt. Mål, syfte och arbetsformer för Hallå konsumenters arbete med samverkande aktörer, samordningsrådet och nätverket bör tydliggöras – ett arbete som bör involvera samarbetsaktörerna.
- Frågor om att utöka Hallå konsumenters uppdrag till att exempelvis även ge enklare budget- och skuldrådgivning behöver utredas vidare.

Samhällsutvecklingen och förändrade konsumtionsmönster skapar nya behov. Exempelvis aktualiserar den digitaliserade köpprocessen frågan om personuppgifter som handelsvara, vilket gör att Datainspektionen skulle kunna vara en relevant informationsansvarig myndighet.

- En översyn av kretsen informationsansvariga myndigheter behöver göras.

### **Vägledning inom området miljömässigt hållbar konsumtion**

Konsumentverket har i uppdrag att vägleda och informera konsumenter om miljöfrågor. Utvärderingen visar att Hallå konsument inte, trots de insatser som gjorts, förknippas med miljöinformation.

- En plan för arbetet med att utveckla vägledning och information inom området krävs. Arbetet bör inbegripa såväl analys av behov av framtida marknadsföringsinsatser, som strategiska avvägningar om ansvar, innehåll och gränsdragningar, samt diskussioner om lämpliga samarbeten och en praktisk planering för de kommande åren. Genomförandet av en sådan plan förutsätter ytterligare resurser.

### **Gränsöverskridande e-handel**

För konsumenterna är det otydligt vilken vägledningstjänst man ska vända sig till då det gäller problem som uppstår i den gränsöverskridande e-handeln. Ett närmare samarbete mellan vägledningstjänsterna är nödvändig för att tillvarata synergier, erbjuda bättre funktionalitet och uppnå en effektivare användning av resurserna.

- Hallå konsument behöver tillsammans med Konsument Europa utveckla verksamheten med bland annat enkla och begripliga kontaktytor gentemot konsumenterna.



## 2 Inledning

I regleringsbrevet för 2015 gav regeringen Konsumentverket i uppdrag att ”...*löpande utvärdera resultaten och effekterna av tjänsten. Även tjänstens effekter för kommunerna och konsumentbyråerna för bank-, finans-, försäkrings-, energi- och telekommarknaderna liksom för de informationsansvariga myndigheterna (se förordningen 2014:110 om en upplysningstjänst för konsumenter) ska följas upp. Uppdraget ska redovisas i en delrapport senast den 30 april 2016 till Regeringskansliet (Finansdepartementet) och redovisas i en slutrapport senast den 30 juni 2017 till Regeringskansliet (Finansdepartementet).*”<sup>1</sup>

Denna rapport bygger dels på de rapporter<sup>2</sup> som en extern konsult tagit fram för Konsumentverkets räkning, dels på Konsumentverkets analys av egenproducerade data. Hit hör bland annat den löpande statistiken över den kommunala konsumentvägledningens ärendehantering (Konstat), Hallå konsumenters egen ärendestatistik (Flexite) och de årliga enkätundersökningarna bland landets konsumentvägledningar som publiceras under namnet *Kommunernas konsumentvägledning – en lägesrapport (Läget i landet)*.

I april 2016 överlämnades en delrapport till regeringen.<sup>3</sup> Föreliggande slutrapport summerar resultaten av mätningar och undersökningar över en längre tid, samtidigt som vissa kompletteringar gjorts.

### 2.1 Disposition

Rapporten inleds med en kort beskrivning i kapitel 3 av den problembild och de syften och beslut som låg bakom upplysningstjänstens tillkomst, följt av en kort sammanfattning i kapitel 4 av verksamheten och hur den har utvecklats under de första åren.

Med utgångspunkt i de verksamhetsmål som tagits fram beskrivs sedan resultat och effekter i kapitel 5. I detta avsnitt beskrivs även tjänstens påverkan på den kommunala konsumentvägledningen och på andra aktörer.

Rapporten avslutas med kapitel 6. Där presenteras de slutsatser som kan dras med bäring på såväl övergripande policyutveckling som mer näraliggande verksamhetsutveckling för Hallå konsument och Konsumentverket.

<sup>1</sup> Regeringen, 2014: ”Regleringsbrev för budgetåret 2015 avseende Konsumentverket”, regeringsbeslut 2014-12-18, IV:2.

<sup>2</sup> Kontigo 2015, 2016 a, b, c och d, 2017 a, b, c, d och e.

<sup>3</sup> Konsumentverket 2016, Rapport 2016:8, ”Utvärdering av Hallå konsument. Delrapport, april 2016”.

## 3 Bakgrund och uppdrag

### 3.1 Problembilden

Den offentliga utredningen "Konsumenten i centrum" konstaterade 2012 att samhällsutvecklingen förändrat konsumenters förutsättningar att söka efter och dela med sig av information.<sup>4</sup> Utvecklingen, exempelvis i form av e-handeln, nya köpcentrum, de lättåtkomliga krediterna och effektivare marknadsföringsmetoder, har även lett till nya möjligheter att konsumera. Utvecklingen är i många delar positiv för konsumenterna, exempelvis när det gäller ökat utbud och ibland lägre priser, men medför också problem som till exempel ökad risk för överskuldssättning inom vissa konsumentgrupper. Den dåvarande strukturen för konsumentstödet bedömdes inte vara anpassad efter konsumenternas beteende och därmed inte ändamålsenlig. Utredningen såg därför ett behov av en ambitionshöjning för det oberoende stödet till konsumenter och efterlyste en mer renodlad och enkel struktur, huvudsakligen internetbaserad.

Utredningen föreslog bland annat att Konsumentverket skulle ges ansvaret för att inrätta och förvalta en rikstäckande allmänt tillgänglig informationstjänst med direktvägledning och samlad information via olika kanaler. Den nya tjänsten skulle bemannas med 25 tjänster.

Centralt för utredaren var att detta skulle ge kommunernas konsumentvägledning ett större utrymme för att förbättra servicen och samtidigt ge en utökad roll i det uppsökande arbetet gentemot invånare och näringsidkare.

### 3.2 Budgetpropositioner och uppdrag

#### **Budgetpropositionerna för 2014 och 2015**

I budgetpropositionen för 2014 bekräftade regeringen i stort den problembeskrivning som refereras ovan.<sup>5</sup> En gemensam kontaktpunkt för det oberoende konsumentstödet i form av en konsumentupplysningstjänst per telefon och en webbaserad informationstjänst föreslogs. Information om hållbar konsumtion skulle utgöra en viktig del av uppdraget.

Enligt propositionen skulle tjänsten hanteras av Konsumentverket i samverkan med andra oberoende aktörer.

Regeringen påpekade också att frågor som har lokal anknytning eller som kräver mer utredande insatser bör kopplas till den kommunala konsumentvägledningen, eftersom kommunerna har en betydelsefull roll för att ge stöd till konsumenter med särskilda behov då det personliga mötet ofta är avgörande.

---

<sup>4</sup> SOU 2012:43.

<sup>5</sup> Regeringens proposition 2013/2014:1, utgiftsområde 18.

### **Uppdraget till Konsumentverket om inrättande av upplysningstjänsten**

Hösten 2014 följdes skrivningarna i budgetpropositionen för 2014 och 2015 upp med ett regeringsuppdrag.<sup>6</sup> I förordningen om en upplysningstjänst för konsumenter sägs bland annat att Konsumentverket i samverkan med informationsansvariga myndigheter ska "...ansvara för att tillhandahålla och samordna en upplysningstjänst med opartisk information och vägledning till konsumenter." Tolv informationsansvariga myndigheter anges av regeringen. Samverkan med andra aktörer som förmedlar opartisk konsumentinformation; andra relevanta myndigheter, kommunerna och de konsumentbyråer som finns för finans-, försäkrings-, energi- och telekommarknaderna ska också eftersträvas.

Upplysningstjänsten ska omfatta information och vägledning om konsumenters rättigheter och skyldigheter, samt information som syftar till att underlätta för konsumenter att göra väl avvägda val. Där ingår även information om miljömässigt hållbar konsumtion relaterad till generationsmålet för miljöarbetet och miljö kvalitetsmålen, liksom när så bedöms lämpligt, information om andra hållbarhetsaspekter. Upplysningstjänsten ska vara tillgänglig via telefon, e-post och internet. Konsumenterna ska kunna nå upplysningstjänsten via en gemensam ingång. Upplysningstjänsten ska leda till att alla konsumenter i Sverige har tillgång till konsumentvägledning.

Som konsekvens av detta gjordes också i början av 2015 en ändring i instruktionen till Konsumentverket som innebär ett tydliggörande av att myndigheten har ansvar för att konsumenter "... har tillgång till information och vägledning om konsumenters rättigheter och skyldigheter samt annan information som ger dem möjlighet att göra väl avvägda val om ingen annan myndighet har den uppgiften."<sup>7</sup>

Den 31 mars 2015 var Konsumentverkets förberedelser klara och den nya upplysningstjänsten Hallå konsument öppnades för allmänheten.

### **Budgetpropositionen 2016**

I budgetpropositionen för 2016 framhålls att information som rör hållbar konsumtion är en viktig del av upplysningstjänsten. Det kan bland annat ses som en följd av att det konsumentpolitiska målet omformulerats där hållbarhetsperspektivet lyfts fram. Regeringen påpekar också att efterfrågan på Hallå konsumenters tjänster varit hög och att väntetiderna blivit långa.<sup>8</sup>

### **Budgetpropositionen 2017**

I budgetpropositionen för 2017 konstateras att upplysningstjänsten fått ett bra genomslag men att de genomsnittliga väntetiderna i telefon på 16 minuter behöver minskas. Regeringen konstaterar också att antalet ärenden till de kommunala konsumentvägledningarna minskat. Eftersom dessa utgör en viktig del av samhällets samlade konsumentstöd bör denna negativa utveckling följas noga. Man ser också positivt på Konsumentverkets arbete med att förbättra miljöinformationen via upplysningstjänsten, eftersom många konsumenter upplever bristen på information som ett hinder.

<sup>6</sup> SFS 2014:110.

<sup>7</sup> SFS 2015:122.

<sup>8</sup> Regeringens proposition 2015/2016:1, utgiftsområde 18.

I propositionen presenterades även regeringens strategi för hållbar konsumtion där bland andra Konsumentverket pekades som en ansvarig myndighet. Våren 2017 preciserades detta i två särskilda regeringsuppdrag<sup>9</sup> som delvis berör Hallå konsumenters verksamhet; om stimulans av miljösmarta konsumtionsmönster och om inrättandet av ett forum för miljösmart konsumtion.

### 3.3 Resurstilldelning

Konsumentverket tilldelades i budgetpropositionen för 2014 fyra miljoner kronor för att bygga upp upplysningstjänsten, samt med 15 miljoner kronor för 2015, 14 miljoner kronor för 2016 och 14 miljoner kronor för 2017.<sup>10</sup>

I budgetpropositionen för 2015 gjordes inga förändringar i tidigare beslutad tilldelning.

I budgetpropositionen för 2016 ökades anslaget för upplysningstjänsten permanent med ytterligare 3 miljoner per år från och med 2016.<sup>11</sup> Härutöver ökades även anslaget till insatser för hållbar konsumtion med 3 miljoner kronor för 2016 och med 4 miljoner kronor från och med 2017, något som delvis kan användas för att stärka Hallå konsumenters arbete inom detta område.

I budgetpropositionen för 2017 gjordes inga förändringar i tilldelningen för upplysningstjänsten.<sup>12</sup> Däremot avsattes särskilda medel för miljösmart konsumtion, som en konsekvens av strategin för hållbar konsumtion. Därmed tillfördes 11 miljoner kronor för 2017, 14 miljoner för 2018 och därefter 9 miljoner kronor per år. Även dessa medel kan delvis användas inom ramen för upplysningstjänstens arbete.

För åren 2015 – 2020 har Konsumentverket äskat medel utifrån de behov som prognosticerats utifrån servicebehovet för de olika kontaktkanalerna. I samklang med utredningen Konsumenten i centrum, utgick myndigheten från en bemanning med 25 personer i äskandena för 2014 – 2016, i kontrast mot de beräkningar och det underlag som togs fram av Statskontoret på Justitiedepartementets uppdrag.<sup>13</sup> Där gjordes bedömningen att 15 årsarbetskrafter skulle räcka.

I [tabell 1](#) åskådliggörs förhållandet mellan Konsumentverkets äskanden och den tilldelning som regeringen fastställt i budgetpropositionerna.

<sup>9</sup> Regeringen (Finansdepartementet), 2017.

<sup>10</sup> Regeringens proposition 2013/2014:1, utgiftsområde 18.

<sup>11</sup> Regeringens proposition 2015/2016:1, utgiftsområde 18.

<sup>12</sup> Regeringens proposition 2016/2017:1, utgiftsområde 18.

<sup>13</sup> Justitiedepartementet, 2013: *Promemoria – beräkning av kostnader – ett oberoende konsumentstöd*, 2013-04-24.

Tabell 1. Konsumentverkets äskande och tilldelning i budgetpropositionerna för åren 2015 – 2020<sup>14</sup> (siffror för miljoner kronor)

	KOV:s budgetunderlag 140227	Regeringens budgetprop. Sept 2014	Skillnad	KOV:s budgetunderlag 150227	Regeringens budgetprop. Sept 2015	Skillnad	KOV:s budgetunderlag 160226	Regeringens budgetprop. Sept 2016	Skillnad	KOV:s budgetunderlag 170222	Regeringens budgetprop. Sept 2017
2015	+ 23	+ 15	- 8								
2016	+ 30	+ 14	- 16	+ 22	+ 17	- 5					
2017	+ 30	+ 14	- 16	+ 22	+ 17	- 5	+ 22	+ 17	- 5		
2018				+ 22	+ 17	- 5	+ 22	+ 17	- 5	+ 25	?
2019							+ 22	+ 17	- 5	+ 25	?
2020										+ 25	?

Källa: Konsumentverkets analys av myndighetens budgetäskanden och budgetpropositionerna.

I budgetunderlaget för 2016 – 2018 framförde Konsumentverket att verket utöver tilldelade medel för 2014 (4 000 tkr) avsatt ytterligare 7 500 tkr för upplysningstjänsten. Verket gjorde också bedömningen att ”... de medel som hittills aviserats inte på långa vägar är tillräckliga för åren 2016 – 2018.” I budgetunderlaget påpekades också att underfinansieringen riskerar att få konsekvenser för andra angelägna delar av Konsumentverkets verksamhet såsom tillsyn, arbetet för sårbara konsumenter, uppdraget om hållbar konsumtion och den kunskapsbyggande verksamheten.

I budgetunderlaget för 2017 framhölls det stora mediegenomslag som lanseringen av Hallå konsument medfört och att trycket var högt från start. Vidare: ”Erfarenheterna efter 9 månader är mycket positiva med drygt 65 500 frågor som blivit besvarade. Om tjänsten ska kunna fortsätta att utvecklas och nå en högre kännedom behöver ytterligare medel tillföras.”

Över tid har resurstilldelningen inte fullt ut svarat upp mot Konsumentverkets önskemål. Internt har detta matchats genom omfördelning, så att mer än de medel som regeringen öronmärkt för utvecklingen av Hallå konsument har avsatts. Detta har kunnat ske genom nedprioritering av andra planerade aktiviteter.

I senaste budgetunderlaget från Konsumentverket för 2018 – 2020 framhölls att nuvarande resurstilldelning inte gör det möjligt att utveckla verksamheten i den takt som ökad kännedom och efterfrågan på tjänsten kräver.

Den aktuella resurstilldelningen innebär att ”risken för missnöjda konsumenter ökar. Högre belastning på Hallå konsument innebär längre väntetider och kortare öppettider.

<sup>14</sup> De belopp som äskas för åren 2018 – 2020 inkluderar även satsningar på Konsument Europa.

*Utvecklingsinsatser och marknadsföring får stå tillbaka.”* Därför behövs ytterligare åtta personer i upplysningstjänsten om en god servicenivå med rimliga väntetider ska upprätthållas. Även systemenheten Konsument Europa har under året haft en kraftig ökning av kontakter, vilket påkallar behov av viss ökning av bemanningen även där. Mot denna bakgrund äskas ytterligare 8 miljoner kronor per år under 2018 – 2020.

## 4 Hallå konsument under de första två verksamhetsåren

Hallå konsument ska genom oberoende information och vägledning göra konsumenter i Sverige mer medvetna kring sina rättigheter och skyldigheter. Tjänsten består av flera kanaler och det är det samlade stödet som har gett bra hjälp till konsumenterna. Webbplatsen *hallåkonsument.se* har sedan starten haft över 3 miljoner besök som fått information, vägledning och stöd. Över 190 000 konsumenter har fått svar på sina direkta frågor via telefon, chatt, e-post eller sociala medier.

### 4.1 Användarna

I tabell 2 nedan visas demografiska data för Hallå konsuments användare, jämfört med demografin för befolkningen i stort.

Tabell 2. Andel av respondenterna (n=1 505) fördelat efter kön, ålder, födelse land, utbildning och funktionsnedsättning, jämfört med andel i befolkningen 2016 (SCB)

Grupp	Kategori	Andel (%) av respondenterna	Andel (%) av befolkningen
Kön	Man	50 (50)	50 (50)
	Kvinna	50 (50)	50 (50)
Ålder	16–25 år	8 (10)	15 (16)
	26–34 år	14 (16)	15 (14)
	35–49 år	25 (26)	24 (24)
	50–64 år	27 (25)	22 (22)
	65+ år	27 (23)	24 (24)
Födelse land	Född i Sverige	81 (80)	80 (82)
	Född utomlands	19 (20)	20 (18)
Utbildningsnivå	Grundskola	10 (7)	19 (22)
	Gymnasium	39 (39)	45 (44)
	Eftergymnasial utbildning	51 (53)	37 (34)
Funktionsnedsättning, långvariga hälsoproblem, sjukdom	Ej funktionsnedsättning	82 (84)	Okänt
	Funktionsnedsättning, ej problem vid köp	14 (11)	Okänt
	Funktionsnedsättning, innebär problem vid köp	4 (5)	Okänt

Källa: Kontigo, 2016b och 2017b.

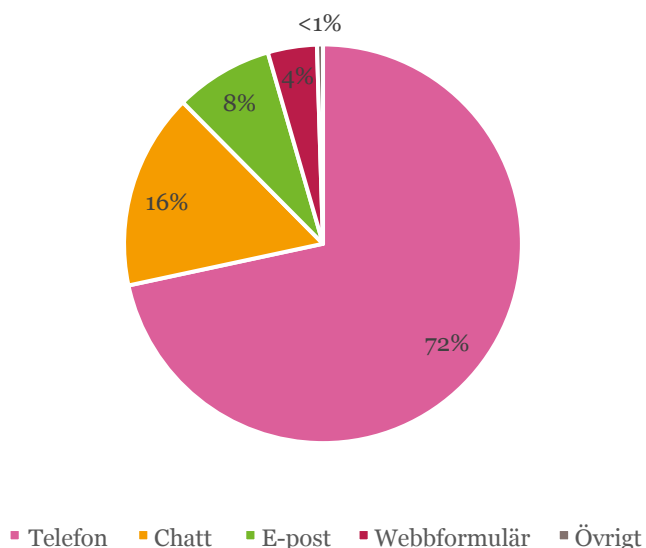
Utifrån informationen i tabellen ovan kan vi med stor säkerhet påstå att:

- Användare av tjänsten är helt representativa för befolkningen som helhet avseende kvinnor och män. Vad gäller ålder så är det en lägre andel bland användarna i åldersgruppen 16–25 år jämfört med befolkningen som helhet. Personer äldre än 50 år är något överrepresenterade bland användarna, jämfört med befolkningen som helhet.
- Andelen utlandsfödda bland användarna är i nivå med (till och med något större än) andelen utlandsfödda i befolkningen som helhet.
- Andelen med eftergymnasial utbildning är klart högre bland användarna av tjänsten, jämfört med andelen eftergymnasialt utbildade i befolkningen som helhet. Det omvända förhållandet gäller för dem med grundskoleutbildning.
- 18 procent av användarna anger att de har någon form av funktionsnedsättning, sjukdom eller hälsoproblem. Det är okänt hur stor den andelen är i den totala befolkningen.

## 4.2 Konsumentkontakter

Tjänsten har fram till och med april 2017 besvarat drygt 190 000 frågor via telefon, e-post/kontaktformulär och chatt. Konsumenternas kontaktmönster har varit stabilt sedan upplysningstjänsten startade. I och med minskade öppettider i telefon och ökad bemanning på chatt-funktionen har andelen chattförfrågningar ökat något under våren 2017.

Figur 1. Andel kontakter totalt under år 2016 fördelat efter kontaktväg (n= 94 000)



Källa: Kontigo, 2017a.

Drygt 70 procent av kontakterna har skett via telefon. Under 2016 har antalet besvarade frågor ökat med cirka sju procent. Tjänsten har från första dagen haft stor efterfrågan vilket inneburit långa väntetider, framför allt i telefon.

Den genomsnittliga väntetiden i telefon under helåret 2016 var omkring 18 minuter, se [figur 2](#) nedan. Under de första månaderna 2017 har väntetiderna kortats väsentligt till ett genomsnitt på

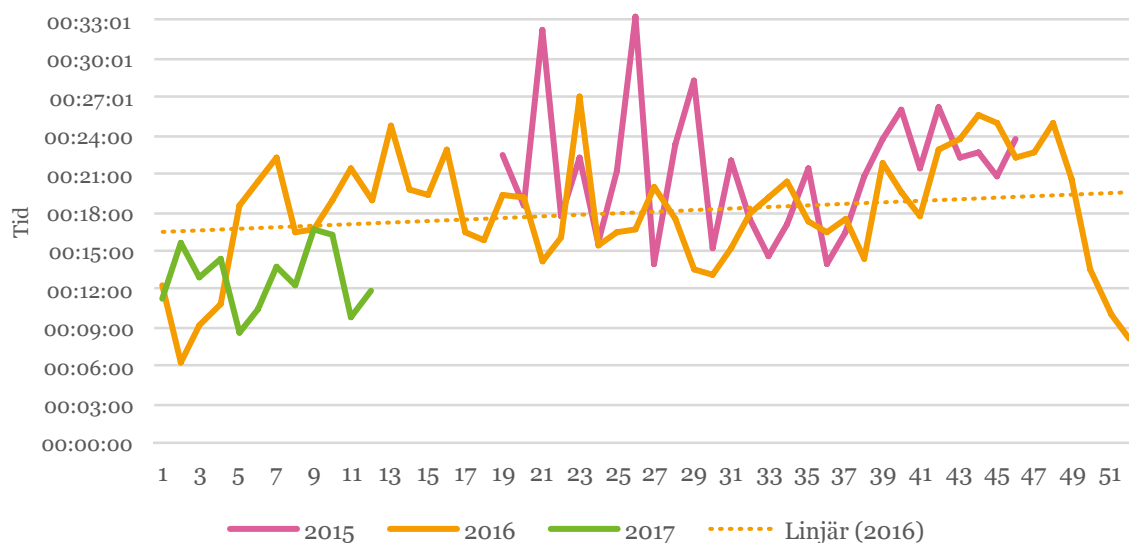


knappt 13 minuter. En förklaring är att Hallå konsument förändrade sina öppettider till telefontjänsten från och med vecka 3 2017. Samtidigt har de tillgängliga personalresurserna under öppettiderna ökat.

För chatten är den genomsnittliga svarstiden knappt tre minuter under såväl 2016 som 2017. Även för chatten har öppettiderna förändrats.

För e-post/kontaktformulär har den genomsnittliga väntetiden ökat från drygt 11 timmar till 15 timmar mellan 2015–2016 samt från 15 timmar till 18 timmar mellan 2016–2017.

Figur 2. Genomsnittliga väntetider för telefon per vecka 2015 – 2017



Källa: Kontigo, 2017a.

Drygt 90 procent av de frågor som ställs kommer från konsumenter. Cirka 90 procent av dem handlar om problem efter ett köp. Allra vanligast är problem som rör begagnade bilar och hantverkstjänster.

### 4.3 Webbplatsen

Antalet besök på *hallåkonsument.se* var under de nio månaderna 2015 cirka 830 000 och under helåret 2016 nästan 1,6 miljoner. Under 2016 har förbättrad funktionalitet, prestanda och stabilitet på webbplatsen prioriterats.

Webbplatsens mest besökta sidor innehåller efterköpsrelaterad information, exempelvis sidorna *Ångerrätt*, *Reklamera när du inte är nöjd* samt *Klagoguiden*. Det sakområde som har fått flest besök är bilar, medan det mest välbesökta verktyget på *hallåkonsument.se* är *Budgetkalkylen*.

### 4.4 Hänvisningar

Frågor som är mer lämpade att hanteras av den kommunala konsumentvägledningen hänvisas dit, och i förekommande fall, beroende på ämnet, till informationsansvariga myndigheter,

konsumentbyråerna och Konsument Europa. Under 2016 blev detta aktuellt för drygt 15 000 av de 94 000 kontakterna.

Nästan hälften av de cirka 28 000 hänvisningar som gjorts till andra aktörer under 2015 och 2016 adresserades till kommunal konsumentvägledning.

Cirka tio procent av alla frågor handlar om köp från andra länder.<sup>15</sup> Merparten av detta hanteras direkt av Hallå konsumenters vägledare, men flera samtal hänvisas vidare till systemenheten Konsument Europa. Med anledning av detta ser Konsument Europa en ökning av ärenden som rör Europa, Norge och Island sedan Hallå konsumenters lansering.

#### 4.5 Samverkan

Samordningsrådet för Hallå konsument har haft sex möten sedan starten 2015. I rådet finns representanter från samtliga av regeringen utpekade myndigheter, de fyra konsumentbyråerna, Sveriges Kommuner och Landsting (SKL) och Konsumentvägledarnas förening. För att utveckla tjänsten i specifika frågor utnyttjas också särskilda nätverk och samarbeten mellan Konsumentverket och andra aktörer, till exempel inom området hållbar konsumtion.

#### 4.6 Resurserna

Resursåtgången uttryckt som personår och kostnader under 2015 var 23,6 personår och 21,9 miljoner kronor. För 2016 ökade insatserna till 25,4 personår och 23,3 miljoner kronor.<sup>16</sup> Förutom den personal som är direkt anställd vid upplysningstjänsten ingår även den tid som personer på andra enheter inom myndigheten lagt ner för att stödja och utveckla upplysningstjänsten. I kostnaden ingår även anlåtande av externa konsulter för bemanning av upplysningstjänsten samt kostnader för lokaler och IT som föranletts av att upplysningstjänsten etablerats.

#### 4.7 Lansering och marknadsföring

En lanseringskampanj riktad till allmänheten genomfördes våren 2015. Under senare delen av 2015 koncentrerades marknadsföringen till insatser i syfte att öka kännedomen om webbplatsen och Konsumentverkets sociala mediekkanaler. Lanseringen fick stort mediegenomslag – över 500 inslag under 2015. Genom event på tågstationer på olika platser nåddes över 22 000 konsumenter.

Under 2016 genomfördes en mängd marknadsföringsinsatser för att öka allmänhetens kännedom om Hallå konsument. Några exempel på detta:

- En digital bannerkampanj på temat bluffannonser för att betona vikten av att kritiskt granska lockerbjudanden på nätet.
- Ett informationsmaterial på åtta språk togs fram, för att möta behoven hos den stora gruppen nyanlända

<sup>15</sup> Tio procent är andelen där näringsidkarens land är känt. Det finns dessutom ett antal ärenden där näringsidkarens land inte är känt.

<sup>16</sup> Siffrorna i årsredovisningarna för 2015 och 2016 är högre, eftersom även ytterligare overhead-kostnader (administrativt stöd, HR etc.) ingår i årsredovisningarna.

- Facebookannonsering mot småbarnsföräldrar och unga målgrupper
- Annonsering på skärmar i kassorna på ett tjugotal livsmedelsbutiker runt om i landet.
- Lansering av Märkningsguiden där konsumenter uppmanades att ta hjälp av guiden för att göra hållbara val.
- Tio podcast-avsnitt om vanliga konsumentproblem.

## 5 Resultat och effekter

Etableringen av Hallå konsument syftar ytterst till att stärka medborgarna i deras roll som konsument. Etableringen av Hallå konsument förutsågs också kunna påverka andra aktörer i samhället som direkt eller indirekt har en relation till konsumenterna.

- Den kommunala konsumentvägledningen skulle troligen påverkas, även om storlek och riktning för denna påverkan var svår att bedöma på förhand. Å ena sidan skulle Hallå konsument kunna leda till fler ärenden på grund av hänvisningar från Hallå konsument och en ökad kännedom bland konsumenterna om konsumentvägledningens existens. Å andra sidan skulle ärendena till konsumentvägledningen kunna bli färre på grund av att Hallå konsument tar hand om de frågor som annars skulle hanterats ute i kommunerna. I det senare fallet borde utrymme skapas för mer förebyggande och utåtriktat arbete och/eller mer långtgående vägledning i ärenden av komplex natur.
- Även relationerna till, och verksamheten hos, utpekade samarbetspartners (konsumentbyråerna och ett antal myndigheter) skulle kunna påverkas.
- Dessutom torde Konsumentverkets interna relationer, samt form och innehåll i myndighetens externa kommunikation förändras genom etableringen av Hallå konsument.

Utgångspunkten för Konsumentverkets arbete med Hallå konsument var den målstruktur med aktivitets-, resultat- och effektmål som utarbetades inför etableringen 2015. Målstrukturen låg till grund för planeringen och har även fungerat som stöd för den löpande uppföljningen och utvärderingen under åren 2015–2017.

Merparten av de resultat och effekter som återges i det följande avsnittet bygger på det utvärderingsarbete som med konsultstöd påbörjades i början av 2015.<sup>17</sup> För att uppfylla regeringsuppdraget att analysera effekter för den kommunala konsumentvägledningen, kompletteras redovisningen med analys av egen statistik genom Konstat och resultaten från de enkätundersökningar om konsumentvägledningen i kommunerna som görs inom ramen för Konsumentverkets årliga uppföljningar.

Närmast beskrivs under 5.1 och 5.2 de direkta resultaten och effekterna för konsumenterna som kan tillskrivas Hallå konsuments verksamhet. Under 5.3 behandlas vilken effekt Hallå konsument har haft på den kommunala konsumentvägledningen. Slutligen, i 5.4 och 5.5, vilken effekt Hallå konsument har haft på de samverkande aktörerna och på Konsumentverkets interna verksamhet.

---

<sup>17</sup> För utförligare presentation av resultat och metodfrågor, se Kontigo 2015, 2016 a-d och 2017 a-e.

## 5.1 Direkta resultat för konsumenterna

Tre resultatmål formulerades inför starten av Hallå konsument:

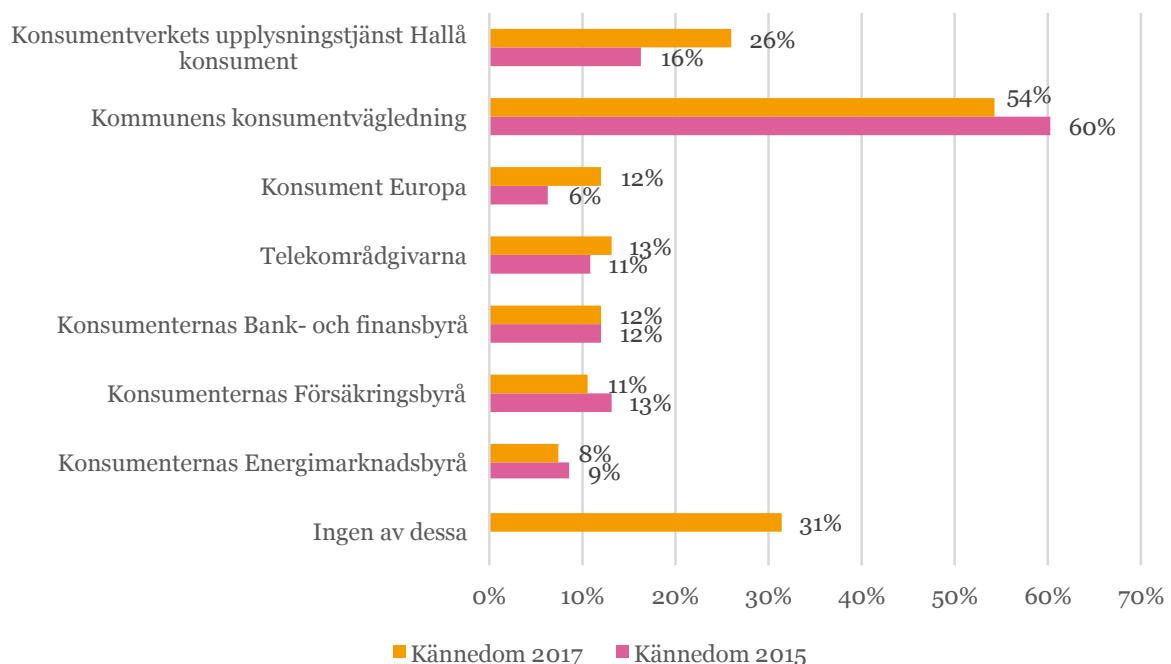
1. Konsumenterna har kännedom om upplysningstjänsten
2. Upplysningstjänsten fungerar för konsumenterna
3. Konsumenterna uppfattar upplysningstjänsten som aktiv, trygg, konkret och nära

Inför etableringen av Hallå konsument kvantifierades inte dessa mål, utan mätningarna under första kvartalet 2017 jämförs med resultaten i 2015 års undersökningar. För 2016 och 2017 är målsättningen att 25 procent av allmänheten ska ha kännedom om Hallå konsument.

### 5.1.1 Kännedomen om Hallå konsument

Kännedomen om Hallå konsument hos allmänheten är god och ökar över tid. Den skattas till 26 procent i kännedomsundersökningen för 2017. Det är 10 procentenheter högre jämfört med resultatet från hösten 2015. Det innebär också att det uppsatta målet på 25 procent har uppnåtts.

*Figur 3. Vilka av följande upplysningstjänster för konsument har du hört talas om? Andel som uppger att de hört talas om respektive tjänst 2017 jämfört med 2015. Flera svar är möjliga. (n=1000)*



*Not: I undersökningen som gjordes 2015 ingick Sveriges konsumenter/Råd & Rön som svarsalternativ i undersökningen, varför svarsalternativet "Ingen av dessa" inte är jämförbart mellan åren.*

*Källa: Kontigo, 2017c.*

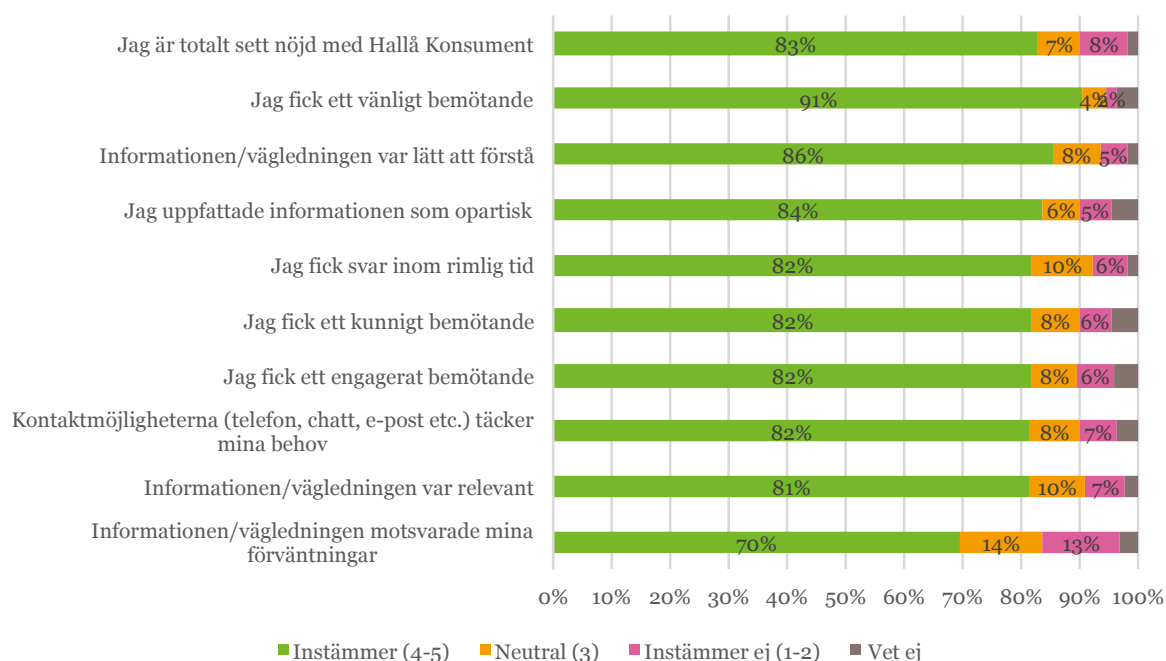
Även kännedomen om Konsument Europa har ökat. Konsumenternas nyttjande av båda dessa tjänster har också ökat under perioden 2015 - 2017. Vägledningen hos Hallå konsument besvarade 2016 cirka 94 000 frågor från konsumenter och under året var antalet besök på

*hallakonsument.se* nära 1,6 miljoner. Antalet besvarade frågor i vägledningen har alltså ökat betydligt sedan lanseringen av tjänsten 31 mars 2015. För Konsument Europa har antalet handlagda rådgivningsärenden ökat med 70 procent under helåret 2016 jämfört med 2015 (7 705 jämfört med 4 442) och antalet besök på konsumenteuropa.se mer än fördubblades under samma period (ca 274 000 jämfört med 131 000).<sup>18</sup>

### 5.1.2 Användarnas bedömning av Hallå konsument

Drygt 80 procent av användarna tycker att tjänsten fungerar bra, se [figur 4](#) nedan.

*Figur 4. Hur uppfattade du din kontakt med Hallå konsument? Svar anges på skala 1 – 5 där 1 = inte alls och 5 = i högsta grad. (n = 1516)*



*Källa: Kontigo, 2017b.*

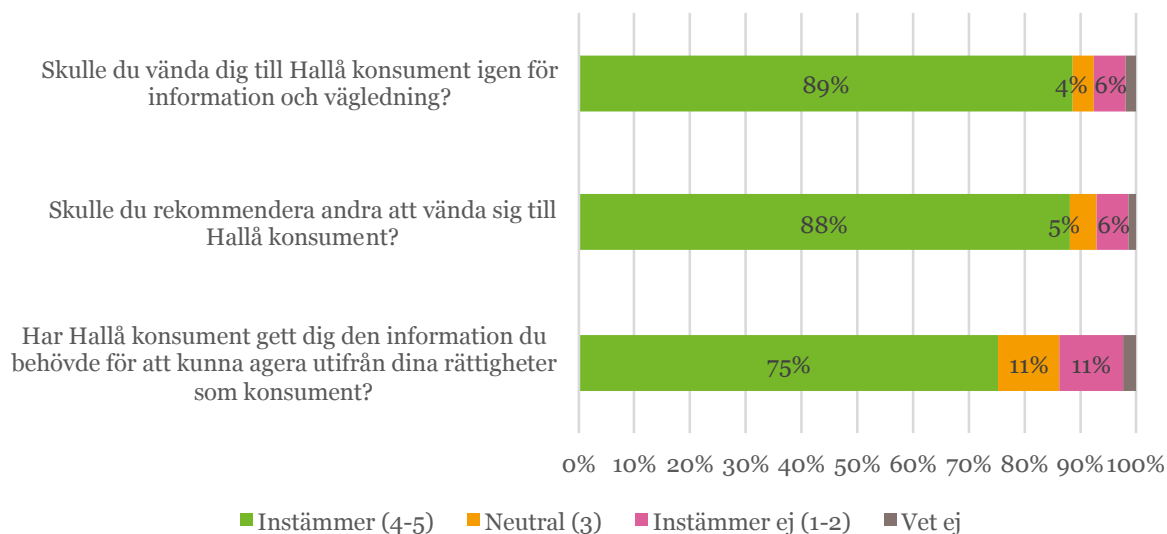
Frågor om kontaktmöjligheter, rimliga väntetider, relevant och begriplig information som är anpassad för mottagaren får genomgående höga värden. Av underlagen framgår också att de som har haft kontakt via telefon är mer nöjda än de som haft kontakt via e-post eller chat.

En stor majoritet av användarna anser att Hallå konsument ger kunniga råd och att bemötandet från vägledarna är vänligt och engagerat. Man anser också att Hallå konsument ger opartisk information.

I undersökningen ställdes även några frågor som rör användarnas samlade omdöme om Hallå konsument. Resultatet redovisas i [figur 5](#) nedan. Närmare 90 procent av respondenterna anger att de skulle vända sig till Hallå konsument igen för information och vägledning samt rekommendera andra att vända sig till Hallå konsument.

<sup>18</sup> Konsumentverket (2017) Årsredovisning 2016.

Figur 5. I vilken utsträckning instämmer du i följande påståenden? (n=1509)



Källa: Kontigo, 2017b.

75 procent av respondenterna instämmer i påståendet att Hallå konsument gett dem den information de behövde för att kunna agera utifrån sina rättigheter som konsument. 11 procent instämmer inte i detta påstående.

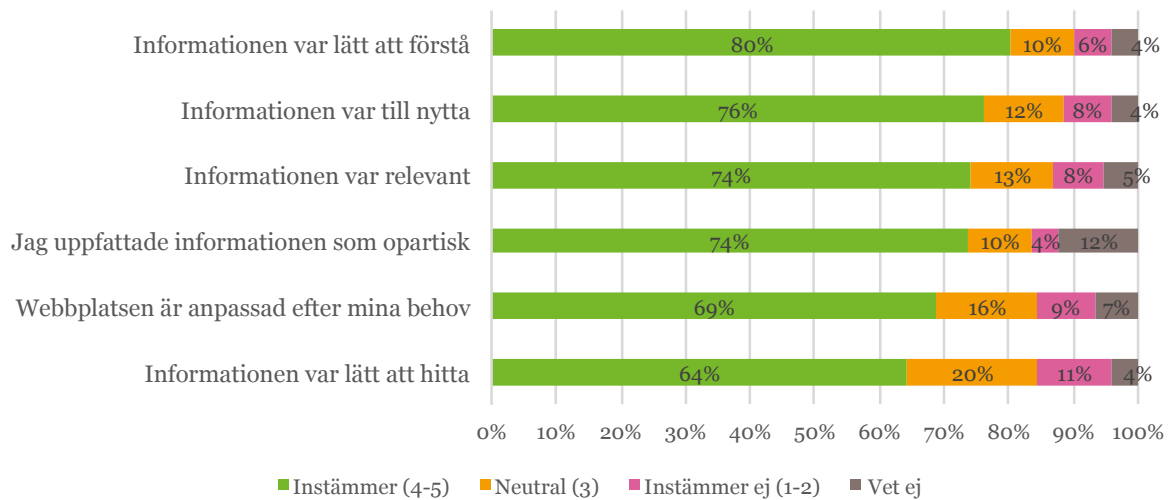
Av underlaget framgår även att det inte föreligger några större skillnader mellan mäns och kvinnors uppfattningar. Närmare 90 procent av båda könen skulle vända sig till Hallå konsument igen. Samma förhållande gäller även för gruppering efter ålder, födelseland, utbildningsnivå och eventuell funktionsnedsättning. Personer i den yngsta åldersklassen är särskilt positiva till Hallå konsument.

#### 5.1.2.1 Webbplatsen

I 2017 års användarundersökning gjordes en fördjupning om webbplatsen *hallåkonsument.se:s* funktionalitet.

Figur 6 visar att 80 procent av respondenterna ansåg att informationen på webbplatsen var lätt att förstå. Cirka 75 procent bedömde informationen som relevant, opartisk och till nytta. Något lägre andel, 69 procent, anger att webbplatsen är anpassad efter deras behov och 64 procent av respondenterna instämmer i påståendet att informationen var lätt att hitta.

Figur 6. Hur uppfattade du webbplatsen hallåkonsument.se? (n=150)



Källa: Kontigo, 2017b.

Underlagen visar också att likheterna mellan mäns och kvinnors uppfattning om informationens relevans på webbplatsen är stor. Kvinnor uppfattar i något högre grad än män att informationen var lätt att hitta och att förstå, att den är opartisk och till nytta.

Samma förhållande gäller även för gruppering efter ålder, födelseland, utbildningsnivå och eventuell funktionsnedsättning. Undersökningen indikerar dock att personer över 50 år och personer med funktionshinder har svårare att hitta informationen och att de inte anser att webbplatsen är anpassad efter deras behov.

## 5.2 Effekter för konsumenterna

Utgångspunkten för analysen av vilka effekter upplysningstjänsten har haft för konsumenterna är bland annat de effektmål som formulerades inför tjänstens lansering. Effektmålen är:

1. Konsumenterna använder Hallå konsumenters tjänster
2. Konsumenterna har kunskap om vad man ska tänka på före, under och efter ett köp samt om hur man kan göra miljömässigt hållbara val
3. Konsumenter agerar utifrån sina rättigheter och skyldigheter
4. Medvetna och säkra konsumenter

En effektanalys är en stor metodologisk utmaning. En utförligare metodbeskrivning och enkätfrågor finns i konsultens delrapport.<sup>19</sup>

Det första effektmålet – konsumenternas användning – analyserades i 5.1.1. ovan. Den effektanalys som behandlas närmast görs inom tre områden som är kopplade till effektmålen rörande konsumenternas:

<sup>19</sup> Se Kontigo, 2017d. Analysen fokuserar på effektmål 2 - 4. Vad gäller effektmål 3 som handlar om att konsumenterna ska agera utifrån sina rättigheter och skyldigheter, är det utifrån fastställd utvärderingsdesign och ekonomiska ramar, enbart möjligt att mäta konsumenternas förutsättningar för detta, inte hur de faktiskt agerar.



- kunskap och uppfattning om konsumentinformation och miljö,
- självupplevd medvetenhet om rättigheter,
- kunskap i konkreta konsumentfrågor.

Andra effekter med relevans för konsumenterna är om Hallå konsuments etablering inneburit att samhällets servicenivå med avseende på råd- och vägledning förbättrats eller försämrats. Vi skiljer här på den samlade bilden (se 5.2.4. nedan) och den förändring som rör den kommunala konsumentvägledningen som behandlas särskilt i avsnitt 5.3.

### 5.2.1 Kunskap om konsumentinformation och miljö

Hallå konsument har en tydlig effekt på konsumenternas kunskap om vart de kan vända sig för tillförlitlig och oberoende information. Detta gäller både inför ett köp men framförallt efter köpet. Användarna, som har varit i kontakt med Hallå konsument, anger som förväntat att de i högre utsträckning än kontrollgruppen vet var de kan vända sig för att få tillgång till tillförlitlig och oberoende information. Det här måste betraktas som en förväntad effekt, givet att upplysningstjänsten håller en god kvalitet.

Tabell 3. Kunskap och uppfattning om konsumentinformation och miljöfrågor<sup>20</sup>

	Ej nöjda användare	Nöjda användare	Kontrollgrupp
Jag vet var jag kan hitta tillförlitlig och oberoende information inför ett för mig viktigt köp	43%	57%***	42%
Jag vet var jag kan vända mig för att få tillförlitlig och oberoende information och vägledning efter ett köp som jag inte är nöjd med	43%	75%***	46%
Jag tycker det är lätt att hitta information om hur mina köp påverkar miljön	14%	23%	20%

Källa: Kontigo, 2017e.

Däremot ser vi ingen effekt rörande konsumenternas uppfattning om det är lätt att hitta information om hur de egna köpen påverkar miljön. På detta område har tjänsten inte gjort (någon mätbar) skillnad, vilket också är ett förväntat resultat då efterfrågan på denna del av tjänsten är mycket begränsad.

### 5.2.2 Medvetenhet om rättigheter och villkor

Beträffande medvetenheten om rättigheter och villkor vid större köp verkar Hallå konsument ha en liten effekt för de användare som är nöjda med tjänsten. Resultatet redovisas i tabell 4 nedan.

Det finns en tydlig skillnad mellan de användare av tjänsten som är nöjda å ena sidan och kontrollgruppen å den andra. Detta ligger i linje med resultatet från den första effektanalysen

<sup>20</sup> Andel personer som anger 4 eller 5 på skala 1-5 där 1=instämmer inte alls och 5=instämmer i högsta grad. Medelvärden för användargruppen och kontrollgruppen. \*, \*\*, \*\*\* motsvarar signifikanta skillnader på nivå 10%, 5% och 1% mellan användargrupp och kontrollgrupp.

som gjordes ett halvår efter Hallå konsumenters etablering 2015, då samma frågor ställdes. Slutsatsen är därför att tjänsten bidragit till att öka dessa användares medvetenhet om rättigheter och villkor vid större köp.

Tabell 4. I vilken utsträckning instämmer du i följande påståenden? <sup>21</sup>

Jag är medveten om mina rättigheter och vilka villkor som gäller när jag genomför ett större köp av en produkt...	Ej nöjda användare	Nöjda användare	Kontrollgrupp
i butik	49%	60%**	53%
per telefon	29%	34%**	28%
över Internet	34%	46%***	31%

Källa: Kontigo, 2017e.

### 5.2.3 Kunskap i konsumentfrågor

Beträffande faktisk kunskap i konkreta konsumentfrågor, finns vissa kunskapsskillnader mellan användare och kontrollgrupp. Användarna i tabell 5 nedan är uppdelad i två grupper. Den ena avser dem som vänt sig till Hallå konsument med frågor inom områdena *avtalsvillkor* eller *fel i vara/tjänst*, den andra avser dem som kontaktat Hallå konsument i annat ärende.

Förväntat är att de som hör till den förra gruppen, efter kontakt med Hallå konsument, har större kunskaper än både den andra användargruppen och kontrollgruppen. Skillnaderna är emellertid osystematiska och rör sig i båda riktningar. Resultatet är därför svårtolkat och manar till försiktighet. Ett liknande motstridigt mönster visade sig i 2015 års effektanalys.

De kunskapsfrågor (rätt svar inom parentes) som ställs i undersökningen var:

1. Måste alla butiker erbjuda ”öppet köp”? (Nej, det är frivilligt för varje säljare)
2. Du har köpt en vara för 2000 kr i en butik. Butiken har lämnat 1 års garanti på varan. Har du rätt att reklamera varan om du upptäcker ett fel på den tre månader efter att garantin har gått ut? (Ja)
3. Om det uppstår ett fel på en vara som du köpt är det i vissa fall säljaren som måste bevisa att felet inte är ett ursprungligt fel. Hur lång tid efter köpet ligger detta ansvar på säljaren? Är det upp till... (6 månader efter köpet)
4. Hur lång tid har du enligt lagen på dig att reklamera en vara? (3 år)

<sup>21</sup> Se föregående fotnot.

Tabell 5. Andel rätt svar i konsumentfrågor som rör avtal och fel i vara/tjänst<sup>22</sup>

	Användare (avtal, fel i vara tjänst)	Användare (övriga)	Kontrollgrupp
Kunskapsfråga 1	34%**	40%	41%
Kunskapsfråga 2	52%**	47%	44%
Kunskapsfråga 3	22%	19%	23%
Kunskapsfråga 4	34%**	25%	24%

Källa: Kontigo, 2017e.

#### 5.2.4 Samhällets samlade service

Vid en jämförelse över tid visar statistiken, se [tabell 6](#) nedan, att antalet konsumentärenden som hanteras av olika vägledande och rådgivande institutioner i samhället ökat. Med upplysningstjänstens införande har alltså en nedåtgående trend brutits.

Trots en vikande ärendemängd i kommunernas konsumentvägledning, se 5.3 nedan, har samhällets samlade råd och stöd till konsumenter ökat. Den kraftiga nedgången av antalet ärenden i kommunerna (minus cirka 30 000) kompenseras med råge av det tillskott (plus cirka 95 000) som direkt, och indirekt via Konsument Europa, beror på Hallå konsument. Detta indikerar rimligen att konsumenterna nu ges bättre förutsättningar för att, åtminstone i efterhand, kunna ta tillvara sina rättigheter.

<sup>22</sup> Andel personer i respektive grupp som svarat rätt fördelat efter användare och kontrollgrupp. \*, \*\*, \*\*\* motsvarar signifikanta skillnader på nivå 10%, 5% och 1% mellan användargrupp och kontrollgrupp.

Tabell 6: Den totala mängden ärenden 2014 – 2016 bland konsumentvägledande/rådgivande organisationer<sup>23</sup>

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Telekområdgivarna	7 700	7 183	7 912	7 486	8 492	8 883	7 279
Försäkringsbyrån	13 009	12 668	12 787	11 733	11 817	11 146	11 000
Energimarknadsbyrån	3 210	2 769	2 341	1 872	1 827	1 546	1 550
Bank- och finansbyrån	6 000	5 600	6 000	5 600	5 300	5 408	5 500
<b>Alla byråer</b>	<b>29 919</b>	<b>28 220</b>	<b>29 040</b>	<b>26 691</b>	<b>27 436</b>	<b>26 983</b>	<b>25 329</b>
Konsument Europa	4 073	4 115	4 371	4 275	3 702	4 610	8 182
Kommunernas KVL			108 192	93 381	91 918	73 083	60 194
Hallå konsument						63 955	94 139
<b>Totalt antal hanterade ärenden:</b>			<b>141 603</b>	<b>124 347</b>	<b>123 056</b>	<b>168 631</b>	<b>187 844</b>

Källor: Konsumentverkets årsredovisningar och konsumentbyråernas verksamhetsberättelser, samt Konsumentverkets statistik genom Konstat.

Not: Uppgiften för Hallå konsument 2015 avser perioden april till december.

### 5.2.5 Summering: effekter för konsumenterna

Hallå konsument har i första hand gett effekt vad gäller allmänhetens ökade kunskaper om vart de kan vända sig för att få tillförlitlig och oberoende konsumentinformation. Den samlade bilden över samhällets serviceförmåga i konsumentfrågor visar att antalet hanterade ärenden ökat kraftigt efter Hallå konsumenters etablering. I andra hand har även medvetenheten om rättigheter och villkor ökat hos de konsumenter som haft kontakt med Hallå konsument. Detta innebär att Hallå konsument etablerat sig som en kunskapsmässig resurs som gör skillnad för konsumenterna.

Däremot finns inte några tydliga mätbara effekter i användargruppen vad gäller kunskapsutveckling i konkreta sakfrågor som rör rättigheter och villkor. Det går inte heller att identifiera någon effekt rörande konsumenternas kunskaper om miljömässigt hållbar konsumtion.

Konsumentverket delar konsultens bedömning vad gäller metodproblemen vid mätning av konsumenternas kunskapsutveckling. Det kan finnas en effekt, men de verktyg som använts i undersökningen för att fånga upp och mäta den är för trubbiga, samtidigt som det kanske är för tidigt att mäta detta efter så kort tid som två år.

<sup>23</sup> Uppgifterna för Hallå konsument 2015 avser perioden april – december. Det finns inga jämförbara siffror för kommunernas kvl före 2012 eftersom Konstat gjordes om.

Det viktigaste är kanske att det finns en service där konsumenten snabbt kan få svar på sina frågor. Med Hallå konsument har samhällets samlade förmåga att ge sådan service ökat. Huruvida detta innebär att konsumenternas behov av vägledning tillgodoses fullt ut, behandlas närmare i 5.3 nedan.

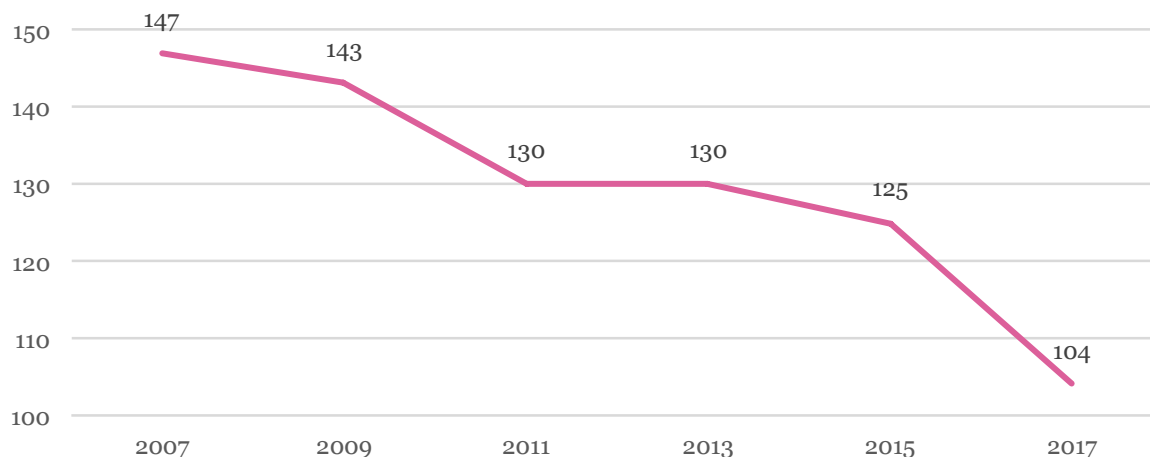
### 5.3 Den kommunala konsumentvägledningen

Cirka 250 personer arbetar med konsumentvägledning i 248 av landets 290 kommuner. Drygt 60 av dem ägnar mer än fyra dagar i veckan åt konsumentvägledning. Var tredje vägledare, 82 personer, arbetar som mest en halv dag i veckan med konsumentvägledning. Av dessa arbetar 43 personer maximalt två timmar per vecka. Den totala arbetstiden som läggs på konsumentvägledning i landet motsvarar 104 årsarbetskrafter, vilket är tre årsarbetskrafter färre än ifjol och 21 färre jämfört med 2015.

#### 5.3.1 Konsumentvägledningen i ett längre perspektiv

Under det senaste årtiondet har antalet årsarbetskrafter i den kommunala konsumentvägledningen minskat stadigt, vilket sannolikt hänger samman med många kommuners ekonomiska situation och det faktum att kommunernas konsumentvägledning är ett frivilligt åtagande. Sedan 2015, då Hallå konsument etablerades, har minskningen fortsatt och är nu nere på rekordlåga 104 årsarbetskrafter.

Figur 7. Antalet årsarbetskrafter i kommunal konsumentvägledning 2007 - 2017

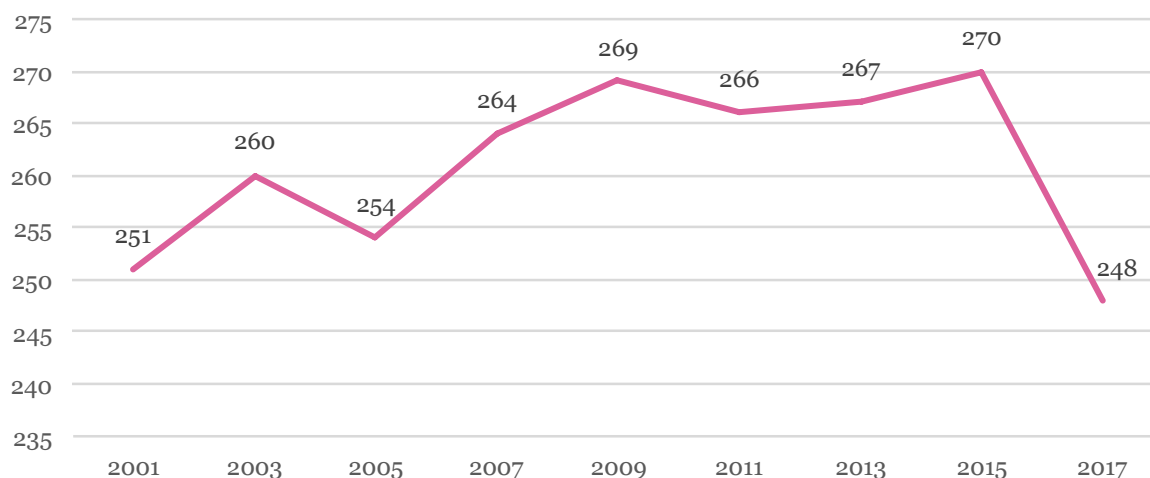


Källa: Konsumentverket, kartläggning av kommunernas konsumentvägledning 2017.

Utvecklingen av antalet kommuner som erbjuder sina invånare konsumentvägledning, se [figur 8](#) nedan, var positiv under 2000-talet, men antalet har minskat sedan 2014. Antalet kommuner som saknar konsumentvägledning har ökat med 24 sedan 2014.<sup>24</sup> År 2017 har 248 av landets 290 kommuner konsumentvägledning vilket är det lägsta antalet under 2000-talet.

<sup>24</sup> En nettosiffra som speglar att 29 kommuner lagt ner och 5 har nystartat sedan 2014.

Figur 8. Antal kommuner med konsumentvägledning 2001 - 2017



Källa: Konsumentverket, kartläggning av kommunernas konsumentvägledning 2017.

Konsumentverkets kartläggning och lägesbeskrivning 2017 av den kommunala konsumentvägledningen visar att totalt 42 kommuner med en sammanlagd folkmängd på mer än 940 000 invånare idag saknar kommunal konsumentvägledning.<sup>25</sup> Bland de 42 återfinns åtta kommuner med en folkmängd över 40 000: Alingsås, Kristianstad, Kungälv, Lidingö, Solna, Täby, Örnsköldsvik och Österåker. I spannet 20 – 40 000 invånare tillkommer ytterligare åtta: Arvika, Danderyd, Falköping, Härnösand, Kumla, Ludvika, Mark och Nynäshamn.<sup>26</sup> Ytterligare tre kommuner, Ale, Karlskrona och Svalöv, kommer att lägga ner sin konsumentvägledning under 2017, vilket får konsekvenser för ytterligare drygt 100 000 invånare.

Verksamheten i de 248 kommuner som har konsumentvägledning ser väldigt olika ut. I kartläggningen har de tagit ställning till huruvida man endast erbjuder grundläggande information eller om man också ger juridisk rådgivning och annat stöd i enskilda konsumentärenden:

- a) 104 konsumentvägledningar i landet ger grundläggande information till enskilda konsumenter om deras rättigheter och hänvisar sedan vidare till andra som kan ge ytterligare stöd. Vid en tvist hänvisas konsumenten till den instans som prövar tvisten, till exempel Allmänna reklamationsnämnden.
- b) 144 konsumentvägledningar i landet ger juridisk rådgivning i enskilda konsumentärenden, medverkar aktivt till att lösa reklameringsfrågor och lägger fram förslag till uppgörelser. Vid en tvist lämnas råd om hur konsumenten ska gå till väga vid en anmälan till den instans som prövar tvisten, till exempel Allmänna reklamationsnämnden.

Konsumentverkets bedömning är att kommuner med den typ av vägledning som avses i a) kan uppfatta Hallå konsument som en likvärdig och konkurrerande verksamhet, medan den typ av

<sup>25</sup> Konsumentverket, 2017, uppgifter från "Läget i landet – KVL 2017".

<sup>26</sup> Efter undersökningens genomförande har Falköping och Örnsköldsvik åter startat konsumentvägledning.

vägledning som avses i b) torde vara den som bäst kompletterar den vägledning som Hallå konsument erbjuder.

### 5.3.2 Förändrade ärendeflöden i kommunerna

Huruvida utvecklingen som beskrevs i det föregående avsnittet enbart eller delvis hänger samman med Hallå konsument är inte självklart. Enligt svaren i 2017 års enkät till landets 290 kommuner menar dock en majoritet av respondenterna att de påverkats av Hallå konsuments etablering.<sup>27</sup>

Ett 90-tal pekar på att man hanterar färre ärenden eller har färre kontakter. I 19 kommuner har man lagt mindre resurser på konsumentvägledning och i 12 kommuner uppger man att verksamheten lagts ner på grund av Hallå konsument. I ytterligare 7 kommuner är man orolig för nedläggning i framtiden. Å andra sidan kan också noteras att 9 kommuner fått ökade resurser efter Hallå konsuments etablering och i några fall har kommunen startat konsumentvägledning efter Hallå konsuments etablering.

Sedan 2014 har andelen tid som läggs på utåtriktade insatser vid landets kommunala konsumentvägledningar legat på cirka 20 procent av den totala arbetstiden.

En förväntad effekt av etableringen av Hallå konsument var att kommunernas konsumentverksamhet skulle få större utrymme att arbeta utåtriktat och förebyggande, men detta är knappt märkbart i ärendestatistiken. Av ärendestatistiken i [tabell 7](#) nedan framgår att det totala antalet ärenden har minskat kraftigt sedan 2012, vilket speglar den utveckling som beskrevs i 5.3.1. ovan. Även antalet ärenden som består av utåtriktat arbete har minskat. Denna utveckling har fortsatt och förstärkts efter Hallå konsuments etablering.

*Tabell 7. Antal ärenden och andel fördelat efter verksamhetstyp i kommunernas konsumentvägledning 2012 – 2016*

Kontaktår	Rådgivning		Vardagsekonomi		Utåtriktat arbete		TOTALT		
	antal	%	antal	%	antal	%	antal	%	minskning (%) från föregående år
<b>2012</b>	108 192	92,5	4 277	3,7	4 474	3,8	<b>117 039</b>	100,0	-
<b>2013</b>	93 381	91,4	4 493	4,4	4 247	4,2	<b>102 217</b>	100,0	12,7
<b>2014</b>	91 918	92,3	3 998	4,0	3 717	3,7	<b>99 729</b>	100,0	2,4
<b>2015</b>	73 083	91,4	3 570	4,5	3 295	4,1	<b>80 044</b>	100,0	19,7
<b>2016</b>	60 194	90,3	3 205	4,8	3 277	4,9	<b>66 771</b>	100,0	16,6

*Källa: Konsumentverket, 2017. Konstat.*

I [tabell 8](#) görs en jämförelse för månaderna april till december för 2014, 2015 och 2016 för alla olika kontaktsätt som kan bli aktuella i konsumenters kontakt med konsumentvägledningen. Detta är intressant mot bakgrund av de förväntningar som fanns inför Hallå konsuments

<sup>27</sup> Konsumentverket, 2017, uppgifter från "Läget i landet – KVL 2017".

etablering på ökat utrymme, inte bara för förebyggande arbete, utan även på att utrymmet för personliga besök skulle öka.

Antalet kontakter har minskat i alla avseenden, men framförallt för telefon och e-post. Även besöksärenden har minskat något.

Tabell 8. Förändring 2014 – 2016 (1 apr- 31 dec) av totalt antal rådgivningsärenden i den kommunala konsumentvägledningen per kontaktsätt

Kontaktsätt	2014		2015		2016		Förändring 2014-2016	
	apr-dec	andel (%)	apr-dec	andel (%)	apr-dec	andel (%)	Antal	%
Telefon	53 294	78	38 086	77	32 524	74	-20 770	-39,0
Besök	6 881	10	6 151	12	6 524	15	-357	-5,2
E-post	7 600	11	4 883	10	4 523	10	-3 077	-40,5
Sociala medier	65	0	55	0	42	0	-23	-35,4
Brev/fax	68	0	47	0	49	0	-19	-27,9
<b>Summa</b>	<b>67 908</b>	<b>100</b>	<b>49 222</b>	<b>100</b>	<b>43 662</b>	<b>100</b>	<b>-24 246</b>	<b>-35,7</b>

Källa: Konsumentverket, 2017 (Konstat).

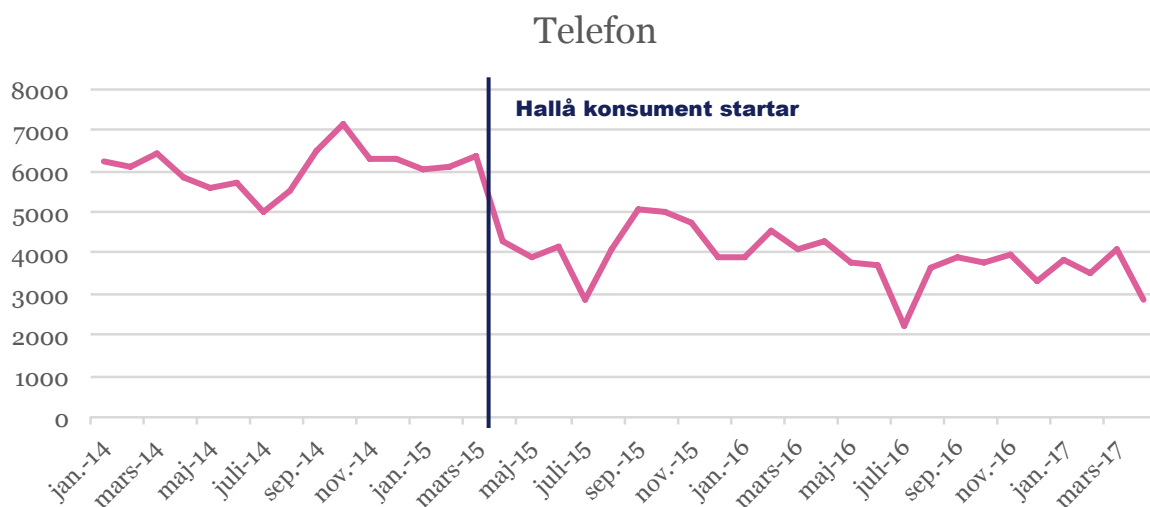
Av tabellen framgår också att telefon är det dominerande kontaktsättet med 74 procent av kontakterna. Besök och e-post utgör betydligt lägre andelar med 15 respektive 10 procent. Sociala medier och brev/fax utgör en väldigt liten andel.

### Färre telefonkontakter

En närmare studie i [figur 9](#), av hur antalet telefonkontakter utvecklats visar att medelvärdet under perioden fram till Hallå konsumenters införande var nästan 6 100 för att under motsvarande period till och med mars 2017 sjunka till knappt 3 800. En jämförelse mellan perioderna januari – mars 2014 och motsvarande period 2017 visar på en 40-procentig minskning



Figur 9. Antal rådgivningsärenden till kommunal konsumentvägledning via telefon januari 2014 – april 2017

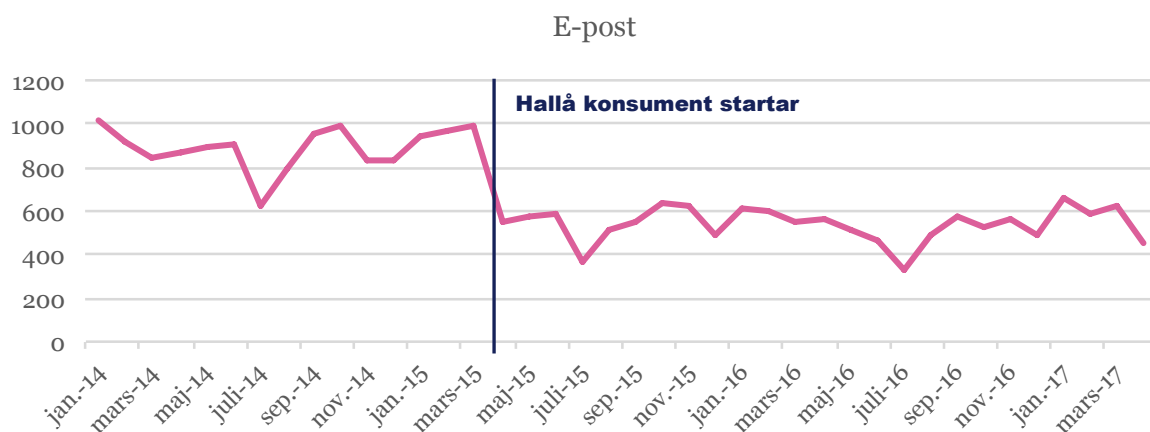


Källa: Konsumentverket, 2017 (Konstat).

### Antalet e-postkontakter minskar

E-postkontakterna till kommunernas konsumentvägledning har, i likhet med telefonkontakterna minskat kraftigt:

Figur 10. Antal rådgivningsärenden till kommunal konsumentvägledning via e-post januari 2014 – april 2017



Källa: Konsumentverket, 2017 (Konstat).

Figur 10 indikerar en nivåsänkning i antalet ärenden via e-post under perioden januari 2014 – december 2015. Medelvärdet under perioden fram till Hallå konsuments införande var 890 för att under motsvarande period till och med mars 2017 sjunka till knappt 550. En jämförelse mellan perioderna januari – mars 2014 och motsvarande period 2017 visar på en drygt 30-procentig minskning.

### Personliga besök håller en relativt konstant nivå

Utvecklingen av antalet personliga besök till kommunernas konsumentvägledning verkar främst präglas av säsongsmässiga variationer (se figur 12), bland annat kopplat till att semestertider begränsar möjligheten till kontakt med konsumentvägledningen. Men en viss minskning över tid kan noteras.

Figur 11. Antal rådgivningsärenden till kommunal konsumentvägledning genom personliga besök januari 2014 – april 2017



Källa: Konsumentverket, 2017 (Konstat).

Medelvärdet under perioden fram till Hallå konsuments införande var nästan 800 för att under motsvarande period till och med mars 2017 sjunka till drygt 700. En jämförelse mellan perioderna januari – mars 2014 och motsvarande period 2017 visar på en 9-procentig minskning.

### 5.3.3 Några kommunexempel

För att illustrera hur utvecklingen tett sig på den kommunala nivån har vi studerat de 29 kommuner<sup>28</sup> som lagt ner sin verksamhet 2015 och framåt, samt några kommuner som trots varierande ärendeflöden, uppvisar en stabilitet i sin konsumentvägledning.

#### Kommuner som lagt ner

I 13 av de 29 kommuner som lagt ner avsattes en dag eller mindre per vecka för konsumentvägledning. I flera fall blott 1 – 2 timmar per vecka. I nästa intervall fanns 12 kommuner med mellan 1 – 2 dagars konsumentvägledning per vecka.

Fördelningen för de 29 kommunerna av arbetet mellan direktrådgivning, förebyggande/utåtriktat och internt arbete visar att drygt 70 procent av tiden ägnats direktrådgivning, knappt 10 procent förebyggande/utåtriktat arbete och resten åt internt arbete (såsom administration, omvärldsbevakning och samverkan). Motsvarande fördelning på riksnivå är 63 procent direktrådgivning och 18 procent utåtriktat arbete.

<sup>28</sup> Alingsås, Alvesta, Arjeplog, Arvika, Båstad, Eda, Falköping, Forshaga, Grums, Herrljunga, Kil, Kristianstad, Kumla, Kungälv, Leksand, Ludvika, Mark, Mönsterås, Norberg, Norsjö, Solna, Storfors, Strömstad, Surahammar, Tingsryd, Uppvidinge, Vilhelmina, Älvdalen och Örnsköldsvik. Efter undersökningens genomförande har Falköping och Örnsköldsvik åter startat konsumentvägledning.

I de 25 kommuner som ägnat 2 dagar eller mindre åt konsumentvägledning var de förebyggande och utåtriktade insatserna försumbara. Det stora flertalet av dessa kommuner avsatte inte någon tid alls för detta. Ludvika och Älvdalen däremot, lade i snitt ner 2 timmar per vecka för utåtriktade insatser.

Storleken på de kommuner som lagt ner konsumentvägledningen varierar mellan knappt 3 000 (Arjeplog) och drygt 80 000 (Kristianstad). Av de 10 kommuner som hade färre än 10 000 invånare köpte man i 5 fall tjänsten av annan kommun. I hela gruppen var det ytterligare 9 kommuner som köpte tjänsten.

### **Stabila kommuner**

Bland de kommuner som trots varierande ärendeflöde bedriver konsumentvägledning, finns exempel som vittnar om både stabilitet och utvecklingsvilja.

Förutom egen statistik har Konsumentverket också inhämtat material och kommentarer rörande de senaste årens utveckling från de kommunala förvaltningarna i Borås, Göteborg, Helsingborg, Jönköping, Karlstad och Skellefteå (se [bilaga 2](#): Några kommunexempel). Samtliga samverkar med andra kommuner i respektive region och säljer vägledningstjänsterna till dem och tillsammans erbjuds cirka 1,4 miljoner invånare kommunal konsumentvägledning.

I samtliga kommuner har ärendemängden minskat. I några kommuner ligger minskningen på 40 - 50 procent sedan 2014, bland övriga på 20-30 procent. Även om minskningstrenden inleddes flera år innan Hallå konsument etablerades, pekar man i Borås och Helsingborg, som haft de kraftigaste ärendeminskningarna, på Hallå konsument som en förklaring. Utvecklingen har inte påverkats av att några mindre kommuner, som "moderkommunerna" tidigare haft samverkansavtal med, sagt upp avtalen. I några fall har uppsägning skett med uttalad hänvisning till att Hallå konsument nu finns.

För Karlstads del finns även en annan förklaring till minskningen, då konsumentrådgivningen successivt förflyttats från en publik plats vid centrumtorget via ett kontaktcentrum i stadsbiblioteket för att 2015 hamna utanför centrum. Samtidigt togs det inarbetade namnet "Rådrummet" bort.

Intressant i sammanhanget är att resurstilldelningen till konsumentvägledningen i dessa sex kommuner inte påverkats negativt över tid. Det har inneburit att man både har kunnat ägna mer tid åt varje enskilt ärende och även i vissa fall utvecklat det förebyggande arbetet. En uppfattning är dessutom att de ärenden som numera aktualiseras är mer komplicerade, och därmed också mer tidskrävande, än tidigare.

I Karlstad och Jönköping ser man med oro på de nedläggningstendenser som finns i mindre kommuner.

## **5.4 Påverkan på andra aktörer**

De 12 informationsansvariga myndigheterna i samordningsrådet (se 4.5 ovan) är utsedda av regeringen och ska bidra med information till tjänsten utifrån varje myndighets verksamhetsområde. Enligt förordningen om upplysningstjänsten ska Konsumentverket och de

informationsansvariga myndigheterna eftersträva samverkan med andra aktörer som förmedlar opartisk konsumentinformation, såsom de konsumentbyråer som finns för finans-, försäkrings-, energi- och telekommunikationsmarknaderna. Förutom samordningsrådet sker samverkan inom ramen för Nätverket för Hallå konsument. Här medverkar även Läke-medelsverket, men utan formellt informationsansvar.

Tabell 9. Aktörer i Nätverket för Hallå konsument

Aktörer i Nätverket för Hallå konsument	
Informationsansvariga myndigheter	Allmänna reklamationsnämnden (ARN)
	Boverket
	Energimarknadsinspektionen
	Energimyndigheten
	Fastighetsmäklarinspektionen
	Finansinspektionen
	Kemikalieinspektionen
	Kronofogden
	Livsmedelsverket
	Läkemedelsverket (ej formellt informationsansvarig)
	Naturvårdsverket
	Pensionsmyndigheten
	Post- och telestyrelsen
Konsumentbyråer	Konsumenternas Bank- och finansbyrå
	Konsumenternas Energimarknadsbyrå
	Konsumenternas Försäkringsbyrå
	Telekområdgivarna

Källa: Kontigo, 2017a.

Genom kvalitativa intervjuer med samtliga 17 samverkansaktörer, har samverkansaktörernas synpunkter och erfarenheter av samverkansarbetet fram till idag dokumenterats.<sup>29</sup>

#### 5.4.1 Förväntningarna

De samarbetande aktörernas förväntningar inför lanseringen av tjänsten låg i linje med vad Hallå konsument är idag. Intervjupersonernas förhoppning i dagsläget är att Hallå konsument ska fortsätta bedrivas på samma sätt vilket grundar sig i en allmän uppfattning om att tjänsten fungerar bra och fyller sitt syfte.

<sup>29</sup> Kontigo, 2017a.

Ett dilemma som intervjupersonerna har gett uttryck för är att ju mer välkänd tjänsten är, desto fler inkommande frågor får Hallå konsumentens vägledare, vilket kan leda till ökande väntetider.

#### 5.4.2 Kontakten med Hallå konsument

Kontakten med Hallå konsument beskrivs i mycket positiva ordalag. Kontakten med och bemötandet från såväl ledning som medarbetarna på Konsumentverket, får genomgående höga betyg av intervjupersonerna. Kontaktpersonerna på Hallå konsument beskrivs som tillgängliga, lyhörda, lätta att ha att göra med, förtroendeingivande och lösningsorienterade med god förmåga att återkoppla. Den löpande kontakten med Hallå konsument fungerar problemfritt enligt intervjupersonerna.

#### 5.4.3 Kännedomen

Den interna kännedomen om Hallå konsument på myndigheterna och konsumentbyråerna är varierande. Vanligast är att kännedomen om Hallå konsument är hög i en inre kärna som direkt berörs av tjänsten, så som kommunikationsenheter och kundserviceavdelningar. Specialister och sakkunniga som inte arbetar mot konsumenter dagligen har inte samma kännedom om upplysningstjänsten och Nätverket för Hallå konsument.

#### 5.4.4 Påverkan på den egna organisationen

Intervjupersonernas medverkan i Hallå konsument har inte lett till påverkan på den egna organisationen eller dess arbetsätt. Samverkansuppdraget innebär kort och gott att en arbetsuppgift har adderats, i form av uppdatering av informationstexter samt medverkan i samordningsrådet och vid Nätverket för Hallå konsumentens träffar. Däremot uppger de flesta samverkansaktörer att de utöver sedan tidigare etablerade informationskanaler även försöker använda *hallakonsument.se* för att förmedla pressmeddelanden, kampanjer, nyheter och dylikt.

#### 5.4.5 Hänvisningar och ärendeflöde

De flesta av de drygt 28 000 hänvisningar som gjorts från upplysningstjänsten adresseras de kommunala konsumentvägledningarna. Under 2015 och 2016 gjordes 13 737 sådana hänvisningar. Härutöver 12 927 till samverkansaktörerna, 1 028 till andra myndigheter och 519 till Konsument Europa.

Hänvisningar från Hallå konsument till samverkansaktörerna över hela perioden från 2015 till årsskiftet 2016 redovisas nedan i tabell 10. Där redovisas även ett beräknat genomsnitt per månad sedan tjänsten startade. Av naturliga skäl är det konsumentbyråerna som har det största flödet av hänvisningar. Bland de informationsansvariga myndigheterna är det Allmänna reklamationsnämnden som har det klart största antalet hänvisningar. För övriga myndigheter och andra opartiska aktörer är det totalt sett få hänvisningar och endast ett fåtal genomsnittligt per månad.

Tabell 10. Antal hänvisningar per samverkansaktör under 2015 - 2016

Organisation		Antal hänvisningar	Genomsnitt per månad
Konsumentbyråer	Telekområdgivarna	3 853	161
	Konsumenternas försäkringsbyrå	2 765	115
	Konsumenternas Bank- och finansbyrå	2 102	88
	Konsumenternas energimarknadsbyrå	886	37
Myndigheter inom Nätverket för Hallå konsument	Allmänna reklamationsnämnden (ARN)	2 379	99
	Fastighetsmäklarinspektionen	221	9
	Livsmedelsverket	220	9
	Post- och telestyrelsen	131	5
	Kronofogden	95	4
	Kemikalieinspektionen	68	3
	Läkemedelsverket	43	2
	Boverket	40	2
	Energimyndigheten	30	1
	Pensionsmyndigheten	26	1
	Energimarknadsinspektionen	25	1
	Finansinspektionen	25	1
	Naturvårdsverket	18	1
<b>Samtliga</b>		<b>12 927</b>	<b>539</b>

Källa: Kontigo, 2017a.

De flesta aktörer, med undantag av ett par myndigheter, svarar att Hallå konsument sannolikt inte har bidragit till ett nämnvärt ökat inflöde av ärenden. Möjligen sticker konsumentbyråerna ut i detta avseende genom att de i sin egen statistik ser en nedåtgående trend i inflödet av ärenden från Hallå konsument. Detta kan dock inte bekräftas i statistiken från Hallå konsument. Emellertid behöver det inte vara så att en hänvisning från Hallå konsument innebär att konsumenten sedan kontaktar den aktör som hen blivit hänvisad till.

För de myndigheter som svarat att Hallå konsument har inneburit ett ökat inflöde i antal ärenden och/eller frågor, svarar de också att det inte har uppstått några utmaningar att hantera detta.

#### 5.4.6 Nyttan för myndigheter

De informationsansvariga myndigheterna uppger att nätverket ger kontaktingångar till andra myndigheter. Om behov uppstår av att kontakta en annan myndighet i en gemensam fråga erbjuder nätverket upparbetade kontaktingångar, vilket ses som en fördel. Nätverket för Hallå konsument öppnar även upp för möjligheten att nyttja varandras expertis. En annan fördel som nämns är möjligheten att ta del av hur andra myndigheter jobbar mot konsument, för att

undvika att uppfinna hjulet två gånger. Flertalet intervjupersoner är öppna för möjligheten att ta lärdom av varandra och ser fördelar i form av att inte odsla tid på något som någon annan redan har lösningar på.

#### 5.4.7 **Nytta för konsumentbyråerna**

Konsumentbyråernas upplevelse av nyttan med Nätverket för Hallå konsument förefaller inte nå samma nivå som gruppen av myndigheter. Byråernas främsta nyttor med nätverket uttrycks i termer av att "bevaka", "inhämta erfarenheter" och "belysa gemensamma beröringspunkter". Deras främsta nytta är snarast att Hallå konsument vidarebefordrar konsumentfrågor till dem. Konsumentbyråernas nytta är också kopplad till Hallå konsument som skyltfönster mot konsumenterna. Byråerna, som är relativt okända bland allmänheten jämfört med större myndigheter, hoppas att fler konsumenter kan få kännedom om dem tack vare upplysningstjänsten.

Slutligen sticker konsumentbyråerna ut på ett antal punkter. Deras uppfattning är att Hallå konsument det senaste året inte har lett till ett ökat inflöde av antal frågor och ärenden. För det andra är kännedomen om Hallå konsument genomgående hög bland konsumentbyråernas personal, vilket torde vara naturligt med tanke på deras mindre storlek jämfört med övriga samverkansaktörer. Samtliga byråer framhåller till sist att konsumentperspektivet är fundamentalt i deras verksamheter, något som tydligt skiljer dem åt jämfört med myndigheterna.

#### 5.4.8 **Otydligt mål och syfte**

Förordningen som ligger till grund för utformningen av Hallå konsument har tämligen vagt formulerat mål för samverkansarbetet. Intervjuerna med samverkansaktörerna indikerar att samverkansarbetet skulle vinna på tydligare formulerade mål och syfte med samverkansarbetet. Detta skulle sannolikt ytterligare påverka samverkansaktörernas motivation för aktivt deltagande.

Motsvarande gäller även för formerna för det operativa arbetet; hur samverkan ska gå till vid nätverksträffarna, målet med dessa och vilka förväntningar som finns på deltagandet.

### 5.5 **Påverkan på Konsumentverket**

Myndigheten har vuxit kraftigt och den interna rörligheten har ökat: flera personer har bytt sysslor inom myndigheten och andra jobbar nu halvtid på Hallå konsument och halvtid på någon annan enhet. Antalet enheter har utökats och med detta även chefsgruppen. Trycket på HR- och IT-funktionerna och annat som rör verksamhetsstödet har ökat.

Hallå konsuments verksamhet har inneburit att en större del av myndighetens personal numera samtalar direkt med konsumenterna i stället för att, som tidigare, bara hänvisa vidare. Tidigare var det bara Konsument Europa som hade direktkontakt.

Förutsättningarna för en mer utvecklad samverkan med andra myndigheter och andra aktörer har ökat genom de kontakter som knutits genom rådet som samlar de informationsansvariga myndigheterna och det nätverk som etablerats.

Hallå konsuments webb är en helt ny myndighetswebb och utgör en specifik kanal mot alla konsumenter. Den uppmärksamhet som Hallå konsument får innebär att Konsumentverket blir

mer känt bland allmänheten. Samtidigt kan Hallå konsument komma att utvecklas mot ett eget varumärke som delvis är något annat än Konsumentverket eftersom det bygger på fortsatt samverkan med de samverkande aktörerna.

Förutsättningarna för myndighetens kunskapsutveckling har ökat genom all den statistik som har tagits in till Konsumentverket via Hallå konsument. Härigenom genereras kunskap om vem som kontaktar myndigheten, vilka marknader och vilka typer av produkter som skapar konsumentproblem. Även typen av problem, försäljningskanal, företagsnamn, kommundillhörighet, kön och vilken kanal mot Hallå konsument som använts finns dokumenterat. Dessutom finns mycket odokumenterad kunskap; vägledarnas personliga erfarenheter utifrån cirka 40 dagliga direktkontakter med enskilda konsumenter; hur de uttrycker sig; känslolägen och hur de tänker.

Den dagliga direktkontakten med konsumenterna genom Hallå konsument har lett till nya rutiner och kontakter med myndighetens rättsenheter. Hallå konsument levererar tidiga signaler om missförhållanden och kan på rättsenheternas uppdrag ställa specifika frågor. Ibland handlar det om olika parter efterlevnad av nya domar och förelägganden. Samtidigt uppdateras Hallå konsument om nya rön från Konsumentombudsmannens sekretariat och rättsenheterna.

Rättsenheterna får kontinuerligt information om företag som orsakar konsumenter stor skada och kan agera snabbt i sin tillsyn. Tillsynsverksamheten har nu mer kunskap än tidigare om branscher och enskilda näringsidkare. Man kan även referera till Hallå konsumenters kontakter och information inför domstol, samtidigt som grunden lagts för ett effektivare samarbete med Datainspektionen i deras tillsyn av inkassobyråer.

Den undersökning<sup>30</sup> som genomfördes under vintern 2016/2017 visade att utbildningsnivåerna bland kommunernas konsumentvägledare varierar. Utformningen av det stöd och de utbildningar som Konsumentverket genomför ses nu över för att bättre svara mot detta.

Kommunikationsenheten har lagt åtskilliga personår för arbetet med Hallå konsument. Enheten jobbade mycket med sociala medier under 2016, vilket har lett till fler följare inte minst på Facebook. Webbplatsen [ungkonsument.se](http://ungkonsument.se), som varit starkt uppskattad sedan starten 2009, lades ner sommaren 2016 eftersom Hallå konsument även riktar sig till unga. Funktionen "Snabben", lades också ner efter Hallå konsumenters entré, en logisk konsekvens eftersom myndigheten inte längre har behov av en funktion som bara hänvisar vidare.<sup>31</sup>

I takt med den fortsatta digitaliseringen har även Konsumentverkets kommunikationsarbete förändrats, med mindre fokus på fysiska produkter. Detta har också lett till att medarbetarna blivit mer specialiserade.

Hallå konsument har oräkneliga kontakter med frågor från media. För presstjänsten har detta inneburit att man kan ge snabbare service till media. Härigenom har Konsumentverket helt klart

<sup>30</sup> Konsumentverket, 2017: "Kommunal konsumentvägledning december 2016 – januari 2017".

<sup>31</sup> Funktionen "Snabben" uppstod eftersom ett stort antal konsumenter ringde och skickade e-post till Konsumentverket, trots att myndigheten före Hallå konsumenters etablering inte hade uppdrag (förutom Konsument Europa) att vägleda konsumenter. Genom funktionen hänvisades konsumenterna till bland annat Konsument Europa, kommunernas konsumentvägledning och konsumentbyråerna.



blivit mer synligt i media de senaste åren (se senaste årsredovisningen). Frågorna som riktas till presstjänsten hamnar rätt med en gång; frågor av civilrättslig karaktär lotsas till Hallå konsument, medan juristerna på rättsenheterna tar hand om de marknadsrättsliga frågorna. Förut fick rättsenheterna av i stort sett alla frågeställningar.

Konsument Europa har haft en kraftig ärendeökning med 77 procent under 2016. Detta hänger till stor del samman med Hallå konsumenters etablering. Kontakterna och samverkan mellan Konsument Europa, Hallå konsument och rättsenheterna har utvecklats successivt. Informationsutbytet mellan Konsument Europa och Hallå konsument är etablerat med avstämningsmöten varje vecka.

## 6 Slutsatser och vägar framåt

Konsumentverkets slutsats av utvärderingen är att etableringen av den nationella upplysningstjänsten Hallå konsument har varit och är en lyckad satsning. Antalet konsumenter som får stöd via någon av samhällets aktörer har ökat. Konsumenter har fått tillgång till, och i växande grad utnyttjat, de tjänster som Hallå konsument erbjuder. Samarbetet med konsumentbyråerna och de informationsansvariga myndigheterna upplevs positivt.

De kommunala konsumentvägledningarna har avlastats från vissa frågor. Samtidigt är det oroväckande att nedprioriteringen av de kommunala konsumentvägledningarna har fortsatt, och kanske i viss mån skyndats på efter tillkomsten av Hallå konsument. Parallellt pågår strukturförändringar i många kommuner där verksamheten organiseras i kontaktcenter eller motsvarande, vilket också påverkar stödet till konsumenterna.

Det finns även goda exempel på hur kommuner, efter starten av Hallå konsument, har utnyttjat detta nya utrymme för att ägna mer tid åt förebyggande arbete och fler kontakter med enskilda konsumenter i mer komplexa ärenden. Den nationella och lokala konsumentvägledningen behöver komplettera varandra. Utan, eller med decimerad, lokal konsumentvägledning förlorar vi en viktig del i det samlade konsumentskyddet och konsumenterna drabbas.

Hallå konsuments internt uppsatta mål på aktivitets-, resultat- och effektnivå har i stort sett uppnåtts. Upplysningstjänsten har på olika sätt bidragit till att hela Konsumentverket utvecklat nya arbetssätt och effektiviserats.

Utifrån detta kan konstateras att etableringen av Hallå konsument har varit en framgång.

### **Förtydligad och utvecklad rollfördelning**

Utvecklingen i kommunerna där medborgarkontakter organiseras i olika former av kontaktcenter har emellertid inte alltid bidragit till att stärka den djupare och, i förhållande till Hallå konsument, mer mångfacetterade lokala konsumentvägledningen.

Idag ger 104 kommuner enbart grundläggande information till konsumenter och hänvisar utöver det vidare till andra aktörer. Dessa kommuner och kommuner med få vägledningstimmar, erbjuder i princip samma service som Hallå konsument. En skillnad är dock att Hallå konsument, med medarbetare som i hög grad arbetar heltid med frågorna, har bättre förutsättningar att arbeta med kompetens- och kvalitetsutveckling.

Kommunernas konsumentvägledning är en frivillig verksamhet vilket innebär att verksamheten är föremål för den enskilda kommunens egna prioriteringsgrunder. Att många kommuner prioriterar ner konsumentvägledningen kan få konsekvenser för utvecklingen mellan olika kommuner. Vi ser idag en trend där en grupp kommuner fortsätter att utveckla konsumentvägledningen, medan andra nedprioriterar eller lägger ner. Huruvida man satsar, eller inte satsar, på förebyggande och utåtriktat arbete ser helt olika ut i landets kommuner. Vi får i förlängningen att tudelat konsumentservice, där konsumentens geografiska hemvist avgör om hen kan få den konsumentvägledning som hen behöver eller inte. Detta blir särskilt kännbart för konsumenter i sårbara och utsatta situationer, exempelvis personer med olika funktionshinder och nyanlända.

Hallå konsument är en nationell tjänst som arbetar på distans via olika kanaler. Därigenom har tjänsten, även med en ny framtida rollfördelning, vissa begränsningar. Hallå konsument kan varken erbjuda det personliga möte som en del konsumenter behöver, eller bedriva utåtriktat och förebyggande arbete på lokal nivå.

Mot denna bakgrund är den pågående strukturomvandlingen och nedprioriteringen av den kommunala konsumentvägledningen oroande. De som drabbas är främst konsumenter i sårbara och utsatta situationer, där den vägledning som Hallå konsument och vissa kommuner idag erbjuder är otillräcklig.

Konsumentverket ser ett behov av att förtydliga rollfördelningen mellan den nationella upplysningstjänsten och kommunernas konsumentverksamhet. Vi har uppfattat att även flera kommuner anser att ett sådant förtydligande vore värdefullt. Efterfrågan på vägledning är idag större än vad Konsumentverket kan hantera med nuvarande resurser. Konsumenternas köpmönster förändras, inte minst på grund av en allt mer digitaliserad marknad. Samtidigt påverkar strukturförändringen av kommunernas konsumentverksamhet det samlade konsumentstödet i Sverige.

Hallå konsument har kompetens och möjlighet att utvidga verksamheten till att exempelvis granska avtal, stötta konsumenter med återkommande kontakter, fördjupad ärendehantering etc. men då krävs ytterligare resurser. Konsekvenserna av en sådan utveckling måste också analyseras. En sådan utveckling av Hallå konsument måste vägas mot risken av ytterligare försämrat stöd i kommunerna.

Miljöfrågor, privatekonomi- och budgetfrågor, handel mellan privatpersoner, konsumtion inom ramen för delningsekonomin och cirkulär ekonomi, samt estetiska behandlingar är några exempel på frågor där Hallå konsument i olika sammanhang pekas ut som en tänkbar kanal för att nå konsumenter. Huruvida detta ska vara uppgifter som ska rymmas i Hallå konsuments uppdrag är angelägna frågor för utvecklingen av upplysningstjänsten – för såväl Konsumentverket som samverkande aktörer.

Ett av förslagen i SOU 2013:78 "Överskuldssättning i creditsamhället" var att inrätta en ekonomiakut inom ramen för den upplysningstjänst som då förbereddes inom Konsumentverket. Även i Konsumentverkets arbete med regeringsuppdraget "Samverkan mot överskuldssättning" har behov av bättre tillgång till privatekonomisk vägledning konstaterats. Hallå konsument skulle kunna vara ett sådant kompletterande stöd som i förlängningen ökar kännedomen om kommunernas budget- och skuldrådgivning samt hjälper konsumenter att hitta dit. I nuläget pågår inom upplysningstjänsten en försöksverksamhet som har lett till att antalet hänvisningar från Hallå konsument till budget- och skuldrådgivare på kort tid ökat med över 150 procent.

Konsumentverket behöver vara förberett för att möta förändringar som kan förväntas komma, och upplysningsverksamheten måste utveckla förutsättningar och former för att klara uppdragsförändringar – det gäller såväl innehålls- som omfångsaspekter.

- Konsumentverket bör ges i uppdrag att, utifrån konsumenternas behov av stöd, tydliggöra olika konsumentstödande aktörers roller, inklusive eventuella överlappningar och gap. Ett sådant arbete bör även inkludera resonemang om förebyggande kontra

problemlösande arbete och ett förtydligande kring vilket stöd som bäst organiseras lokalt, regionalt och nationellt. Mål, syfte och arbetsformer för Hallå konsumenters arbete med samverkande aktörer, samordningsrådet och nätverket bör tydliggöras – ett arbete som bör involvera samverkansaktörerna.

- Frågor om att utöka Hallå konsumenters uppdrag till att exempelvis även ge enklare budget- och skuldrådgivning behöver utredas vidare.

Samhällsutvecklingen och förändrade konsumtionsmönster skapar nya behov. Exempelvis aktualiserar den digitaliserade köpprocessen frågan om personuppgifter som handelsvara, vilket gör att Datainspektionen skulle kunna vara en relevant informationsansvarig myndighet.

- En översyn av kretsen informationsansvariga myndigheter behöver göras.

### **Vägledning inom området miljömässigt hållbar konsumtion**

Konsumentverket har i uppdrag att vägleda och informera konsumenter om miljöfrågor.

Utvärderingen visar att Hallå konsument inte, trots de insatser som gjorts, förknippas med miljöinformation.

- En plan för arbetet med att utveckla vägledning och information inom området krävs. Arbetet bör inbegripa såväl analys av behov av framtida marknadsföringsinsatser, som strategiska avvägningar om ansvar, innehåll och gränsdragningar, samt diskussioner om lämpliga samarbeten och en praktisk planering för de kommande åren. Genomförandet av en sådan plan förutsätter ytterligare resurser.

En stor del av Konsument Europas ärenden rör flygresor, vilket är en form av konsumtion som i hög grad påverkar miljö och klimat. Konsumentverket konstaterar att det, trots det, saknas miljöaspekter i uppdraget till ECC-nätverkets verksamheter.

### **Gränsöverskridande e-handel**

E-handeln växer, vilket för konsumenten gör det allt mer oklart i vilket land näringsidkaren befinner sig. Det innebär att det i många fall är svårt (och dessutom ointressant) för konsumenten att veta huruvida hen handlat inom Sverige eller gränsöverskridande. Det innebär exempelvis att det idag är svårt för konsumenten att veta huruvida Konsument Europa eller Hallå konsument är rätt instans att vända sig till. Konsument Europas verksamhet regleras till stor del via uppdrag från EU-kommissionen och har sedan starten varit organiserad som en separat verksamhet inom Konsumentverket. Ett närmare samarbete mellan vägledningstjänsterna är nödvändig för att tillvarata synergier, erbjuda bättre funktionalitet och uppnå en effektivare användning av resurserna. Exempelvis skulle en gemensam ingång till de båda vägledningstjänsterna underlätta för konsumenterna att hitta rätt stöd.

- Hallå konsument behöver tillsammans med Konsument Europa utveckla verksamheten med bland annat enkla och begripliga kontaktytor gentemot konsumenterna.

## 7 Referenser

- Justitiedepartementet, 2013: "Promemoria – beräkning av kostnader – ett oberoende konsumentstöd", 2013-04-24.
- Jönköpings kommun, 2017: "Verkan av Hallå konsument", PM 2017-03-30.
- Karlstads kommun, 2017: "Kännedomsundersökning – den kommunala konsumentrådgivningen 2016. Rapport 2017-01-09.
- Konsumentverket 2017: "Läget i landet, kommunernas konsumentvägledning 2017".
- Konsumentverket, 2016: "Läget i landet, kommunernas konsumentvägledning 2016"
- Konsumentverket, 2017: "Kommunal konsumentvägledning december 2016 – januari 2017".
- Konsumentverket, 2016: "Utvärdering av Hallå konsument", delrapport april 2016, Rapport 2016:8.
- Konsumentverket, 2016: "Årsredovisning för 2015".
- Konsumentverket, 2017: "Årsredovisning för 2016".
- Kontigo, 2017a: "Uppföljning av tjänstens utveckling 2015 – 2017".
- Kontigo, 2017b: "Användarundersökning 2017".
- Kontigo 2017c: "Kännedomsundersökning 2017".
- Kontigo 2017d: "Effektanalys 2017".
- Kontigo 2017e: "Slutrapport för utvärdering 2015 – 2017".
- Kontigo, 2016a: "Uppföljning av tjänstens utveckling hösten 2015".
- Kontigo, 2016b: "Användarundersökning hösten 2015".
- Kontigo, 2016c: "Kännedomsundersökning hösten 2015".
- Kontigo, 2016d: "Effektanalys hösten 2015".
- Kontigo, 2016e: "Årsrapport 2015".
- Kontigo, 2015: "Löpande utvärdering av Hallå konsument – Nollbasvärdering", mars 2015.
- Regeringen, 2014: "Regleringsbrev för budgetåret 2015 avseende Konsumentverket", regeringsbeslut 2014-12-18, IV:2
- Regeringen (Finansdepartementet), 2017: "Uppdrag till Konsumentverket att inrätta och tillhandahålla ett forum för miljösmart konsumtion", samt: "Uppdrag till konsumentverket att stimulera miljösmarta konsumtionsmönster", regeringsbeslut 2017-03-09.
- Regeringens proposition 2013/2014:1, utgiftsområde 18.
- Regeringens proposition 2015/2016:1, utgiftsområde 18.
- Regeringens proposition 2016/2017:1, utgiftsområde 18.
- SCB, 2017: "Sveriges befolkning, kommunala jämförelsetal, 31 december 2016".
- SFS 2014:110: "Förordning om en upplysningstjänst för konsumenter".
- SFS 2015:122: "Förordning om ändring i förordningen (2009:607) med instruktion för Konsumentverket".
- SOU 2012:43: "Konsumenten i centrum – ett framtida konsumentstöd".
- SOU 2013:78: "Överskuldssättning i creditsamhället?"

## 8 Bilagor

### Bilaga 1: Konsultens utvärderingsdesign

Konsultens utvärderingsuppdrag handlar ytterst om att utvärdera Hallå konsument i förhållande till de mål som formulerats för tjänsten. Inför etableringen av tjänsten i mars 2015 formulerades mål på tre nivåer.

Insatsmål för den egna verksamheten och leveransen:

1. Oberoende och relevant information och vägledning i frågor som rör konsumenters rättigheter och skyldigheter samt som ger förutsättningar för väl avvägda val särskilt ur miljö- och hållbarhetsperspektiv
2. Enhetlig information via gemensam ingång
3. Lättillgänglig och tillgänglighetsanpassad information på webbplatsen *hallakonsument.se*
4. Vägledningens alla kanaler är lättillgängliga
5. Vägledarna hänvisar till rätt medaktörer

Resultatmål för allmänhetens kännedom och användarnas upplevelse:

1. Konsumenterna har kännedom om upplysningstjänsten
2. Upplysningstjänsten fungerar för konsumenterna
3. Konsumenterna uppfattar upplysningstjänsten som aktiv, trygg, konkret och nära

Effektmål för den förändring som tjänsten ska åstadkomma i målgruppen:

1. Konsumenterna använder Hallå konsumenters tjänster
2. Konsumenterna har kunskap om (1) vad man ska tänka på före, under och efter ett köp, samt (2) kunskap om hur man kan göra miljömässigt hållbara val
3. Konsumenterna agerar utifrån sina rättigheter och skyldigheter
4. Medvetna och säkra konsumenter

Till målen finns indikatorer specificerade, det vill säga mått på målen. Hallå konsument har också under perioden 2015 – 2017 arbetat med att formulera mätbara mål som anger nivåer och konkretiserar främst insats- och resultatmålen.

### Utvärderingsdesign

Det är med utgångspunkt i målen ovan som Kontigo designat utvärderingens olika delar.<sup>32</sup> På en övergripande nivå kan utvärderingsdesignen beskrivas enligt figur 12 nedan.

Uppföljningen av tjänstens utveckling berör insatsmålen samt effektmål 1 ovan. Dessa följs upp och utvärderas med hjälp av i första hand statistik och dokumentation från Hallå konsument samt genom intervjuer med dem som arbetar med tjänsten och samverkansaktörer.

För att utvärdera det första resultatmålet genomförs en kännedomsundersökning riktad till allmänheten i två omgångar. Resultatmål 2 och 3 följs upp och utvärderas genom en kvantitativt inriktad användarundersökning. Denna har genomförts i två omgångar under 2015 och 2017, med några mindre korrigeringar mellan de båda mättillfällena.

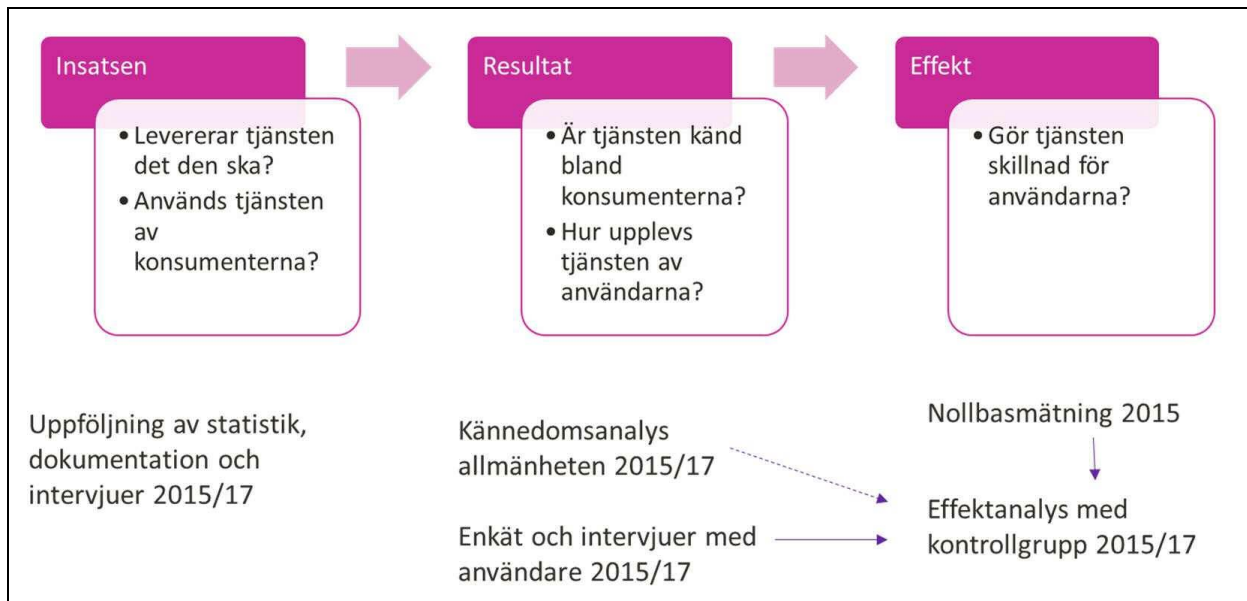
---

<sup>32</sup> Kontigo, 2017e.

Användarundersökningen har kompletterats under 2017 med en kvalitativ intervjustudie med ett urval av användarna.

Effektanalysen berör effektmål 2 - 4. Data till effektanalysen hämtas från användarundersökningarna. För att konstruera kontrollgrupper till dem som använder tjänsten gjordes en nollbasmätning i början av 2015. Kontrollgruppen för 2017 hämtas från kännedomsundersökningen 2017. Inför effektanalysen 2017 gjordes ett antal korrigeringar.

Figur 12. Övergripande utvärderingsdesign



## Bilaga 2: Några kommunexempel

### Borås

Konsumentvägledningen i Borås servar 134 000 invånare i Borås och Ulricehamn.<sup>33</sup> Verksamheten lyder under Miljö- och konsumentnämnden och är samlokaliserad centralt i stadens centrala delar.

Tabell 11 nedan visar att antalet ärenden har minskat i Borås, delvis beroende på den avlastning av ”enklare” ärenden som hanteras av Hallå konsument.

Tabell 11. Antal ärenden i Borås konsumentvägledning 2012 – 2016, exklusive avtalskommuner

Kontaktår	Borås			TOTALT
	Rådgivning	Vardagsekonomi	Utåtriktat	
2012	2 284	85	106	<b>2 475</b>
2013	2 047	73	86	<b>2 206</b>
2014	2 118	69	78	<b>2 265</b>
2015	1 442	29	33	<b>1 504</b>
2016	1 210	9	44	<b>1 263</b>

Källa: Konsumentverket, 2017. Konstat.

En viktig förklaring till minskningen 2015 och 2016 är att man inte haft full bemanning, vilket framgår av tabell 12 nedan. Samtidigt har antalet kontakttillfällen per ärende ökat, från i genomsnitt 1 per ärende 2012 till 2,37 under 2016. Man gör också bedömningen att man lägger ner mer tid på varje ärende än tidigare. Förklaringen på detta är att inkommande ärenden är mer komplicerade än tidigare. Man upplever att företagen är mer ”slipade” idag än tidigare, fler ärenden hanteras vidare mot ARN, det blir oftare fråga om medlingsinsatser och många ärenden går till inkasso.

Tabell 12. Årsarbetskrafter och arbetets veckovisa timfördelning i Borås (exklusive avtalskommuner)

År	Årsarbets- krafter	BORÅS Timfördelning per vecka			Totalt
		Direktrådgivning	Utåtriktade insatser	Internt arbete	
2012	3,0	50	40	30	<b>120</b>
2013	2,3	40	30	20	<b>90</b>
2014	2,8	46	37	27	<b>110</b>
2015	2,5	46	32	22	<b>100</b>
2016	1,7	43	2	21	<b>66</b>
2017	2,7	72	16	18	<b>106</b>

Källa: Konsumentverket, 2012 - 2017. Läget i landet.

<sup>33</sup> SCB, 2017.



## Helsingborg

Konsumentvägledningen i Helsingborg serverar drygt 180 000 invånare i Helsingborg, Bjuv, Klippan och Örskelljunga.<sup>34</sup> Svalövs kommun har nyligen sagt upp samarbetet med hänvisning till ekonomiska skäl och att Hallå konsument finns. Verksamheten i Helsingborg hör till Stadsledningsförvaltningen och är sedan december 2013 lokaliserad i ett kontaktcenter mitt i staden. Verksamheten lyder direkt under kommunstyrelsen.

Ärendemängden, se tabell 13 nedan, har halverats sedan 2012, Ärendenedgången 2012 - 2014 var stadig men måttlig (minus cirka 200 ärenden/år). Det stora tappet noteras mellan 2014 och 2015 då Hallå konsument startar (minus cirka 800 ärenden).

Tabell 13. Antal ärenden i Helsingborgs konsumentvägledning 2012 – 2016, exklusive avtalskommuner

Kontaktår	Helsingborg			TOTALT
	Rådgivning	Vardagsekonomi	Utåtriktat	
2012	2 335	9	270	2 614
2013	2 094	9	324	2 427
2014	2 094		164	2 258
2015	1 410		34	1 444
2016	1 125		24	1 149

Källa: Konsumentverket, 2017. Konstat.

Vad gäller bemanning och resurstilldelning så har den inte förändrats under de senaste åren, se tabell 14 nedan. Detta har lett till att man i högre grad kan ägna sig åt mer komplexa ärenden som kräver fördjupad juridisk bedömning. Man noterar att utsatta grupper, unga vuxna, äldre, nya svenskar och personer med någon form av funktionshinder är överrepresenterade i verksamheten.

Tabell 14. Årsarbetskrafter och arbetets veckovisa timfördelning i Helsingborg (exklusive avtalskommuner)

År	Årsarbets- krafter	HELSINGBORG			
		Timfördelning per vecka			Totalt
		Direktrådgivning	Utåtriktade insatser	Internt arbete	
2012	2,4	67,2	12,48	16,32	96
2013	2,2	62	11	15	88
2014	2,2	70	12	6	88
2015	2,0	78,5	1	0,5	80
2016	2,2	72,5	3,5	12	88
2017	2,2	68	8	12	88

Källa: Konsumentverket, 2012- 2017. Läget i landet.

<sup>34</sup> SCB, 2017.

## Jönköping

Konsumentrådgivningen i Jönköping serverar 167 000 invånare i Jönköping, Habo, Mullsjö och Vaggeryd.<sup>35</sup> Verksamheten lyder direkt under kommunstyrelsen och präglas av en stabilitet där frågan om mer eller mindre resurser inte har aktualiserats sedan Hallå konsuments etablering. Förvaltningen är centralt belägen med hög tillgänglighet.

Konsumentverkets statistik (Konstat) visar att antalet ärenden i Jönköping minskat över tid.

Tabell 15. Antal ärenden i Jönköpings konsumentvägledning 2012 – 2016, exklusive avtalskommuner

Kontaktår	Jönköping			TOTALT
	Rådgivning	Vardagsekonomi	Utåtriktat	
2012	1 926	18	58	2 002
2013	1 296	18	21	1 335
2014	1 410	18	29	1 457
2015	1 254	9	97	1 360
2016	1 054	5	110	1 169

Källa: Konsumentverket, 2017. Konstat.

Minskningen inleddes flera år innan Hallå konsuments etablering. Detta bekräftas i vår kontakt med KVL i Jönköping, men man framhåller att kontakttillfällena istället ökat. I en skrivelse till Sveriges kommuner och landsting (SKL) 2017-03-30 påpekas att Hallå konsument lett till en avlastning lokalt och att rådgivarna: "...oftare än tidigare hanterar mer komplicerade ärenden som kräver återkommande kontakter, personliga besök, genomgång av avtal, fullmäktigande, skriftväxling och djupgående kontakter med motparter. Rådgivarna bistår med anmälningar till ARN och ger stöd under handläggningstiden... Jämfört med 2015 har besöken ökat med 237 procent."<sup>36</sup>

Kommunens egen statistik i nedanstående tabell ger stöd för detta:

Tabell 16. Ärenden i verksamheten i Jönköping med samarbetskommuner

	2014	2015	2016
Rådgivning: första kontakt	1 580	1 449	1 213
Kontakttillfällen: alla	1 747	2 019	2 036
Kontaktsätt: besök, alla	143	244	340

Källa: Skrivelse från Jönköpings Stadskontor till SKL 2017-03-30.

Man har också inlett ett samarbete med budget- och skuldrådgivningen i kommunen. På eget initiativ har man börjat "bokföra" de vinster som den egna rådgivningen genererat. Man registrerar de belopp som konsumenten sluppit betala eller fått tillbaka. Under de första tre månaderna 2017 uppskattas "vinsten" till 330 000 kronor.

Från kommunens sida anser man att invånarna i de fyra kommunerna vunnit på Hallå konsuments etablering. Men man noterar också att flera andra kommuner slutat erbjuda

<sup>35</sup> SCB, 2017.

<sup>36</sup> Jönköpings kommun, 2017.

konsumentrådgivning. Hallå konsuments support räcker inte för alla, vilket på olika platser i landet leder till att de svagaste konsumenterna drabbas.

## Karlstad

Innan Hallå konsuments etablering saknade 3 värmlandskommuner konsumentvägledning. I dagsläget saknar 9 av 16 kommuner i Värmland konsumentrådgivning.

Karlstads konsumentrådgivning har samverkansavtal med Hammarö, Sunne och Torsby kommuner och serverar drygt 130 000 invånare.<sup>37</sup> Forshaga har sagt upp sitt tidigare samverkansavtal med Karlstad och det har inneburit att resurserna för konsumentrådgivning gentemot samarbetskommunerna minskat med 0,5 tjänst från 2 till 1,5 tjänst. Bortsett från denna minskning har bemanningen avsedd för Karlstad varit stabil med 2 årsarbetskrafter sedan 2012.

Karlstads konsumentrådgivning uppskattar att antalet ärenden för Karlstad har minskat med 20 procent sedan starten av Hallå konsument. Ärendeutvecklingen i Karlstad över en längre period visas i tabell 17 nedan. För samverkanskommunerna är antalet ärenden i stort sett oförändrat.

Tabell 17. Antal ärenden i Karlstads konsumentvägledning 2012 – 2016, exklusive avtalskommuner

Kontaktår	Karlstad			TOTALT
	Rådgivning	Vardagsekonomi	Utåtriktat	
2012	2 665	43	157	2 865
2013	2 179	50	268	2 497
2014	2 249	29	218	2 496
2015	1 931	16	225	2 172
2016	1 697	24	260	1 981

Källa: Konsumentverket, 2017. Konstat.

Verksamheten hör till den rådgivnings- och miljöstrategiska avdelningen under miljönämnden. En faktor som påverkat minskningen av antalet ärenden i Karlstad är att konsumentrådgivningen successivt förflyttats från centrumtorget via kontaktcenter i Stadsbiblioteket för att 2015 hamna utanför centrum. Samtidigt togs det etablerade namnet "Rådrummet" bort. De farhågor som framfördes inför flytten rörande otillgänglighet och minskad kunskap om verksamheten har således infriats.

I en kännedomundersökning årsskiftet 2016/2017 rörande konsumentrådgivningen i Karlstad uppger 9 procent av den vuxna befolkningen att de under de senaste två åren har haft behov av konsumentrådgivning. Av dem uppger 17 procent att de har haft kontakt med Hallå konsument och 53 procent att de har haft kontakt med den kommunala konsumentrådgivningen.<sup>38</sup>

Från konsumentrådgivningen påpekar man att behovet av kontakter med enskilda näringsidkare för att lösa konsumentärenden ökat de senaste åren eftersom man sett en ökning av antalet oseriösa företagare på olika marknader. Man ser därför med oro på de nedläggningstendenser som finns hos många mindre kommuner med sämre ekonomi.

<sup>37</sup> SCB, 2017.

<sup>38</sup> Karlstads kommun, 2017.

## Skellefteå

Konsument Skellefteå serverar 82 000 invånare<sup>39</sup> i Skellefteå, Robertsfors och Malå och omfattar 4,0 heltidstjänster, varav 2 budget- och skuldrådgivare och 2 konsumentvägledare.

Resurstilldelningen och organisationen under ledning av en politiskt enig konsumentnämnd är stabil.

Den måttliga minskningen av antalet ärenden som visas i tabell 18 nedan, förklaras huvudsakligen med att ”fulförsäljning”, främst telefonförsäljning av fast telefoni till äldre har minskat. Hallå konsuments etablering bedöms av förvaltningen inte ha påverkat verksamheten alls.

Tabell 18. Antal ärenden i Skellefteå konsumentvägledning 2012 – 2016, exklusive avtalskommuner

Kontaktår	Skellefteå			TOTALT
	Rådgivning	Vardagsekonomi	Utåtriktat	
2012	1 669	13	71	<b>1 753</b>
2013	1 403	4	80	<b>1 487</b>
2014	1 832	7	59	<b>1 898</b>
2015	1 608		54	<b>1 662</b>
2016	1 376		51	<b>1 427</b>

Källa: Konsumentverket, 2017. Konstat.

<sup>39</sup> SCB, 2017.

## Göteborg

Konsumentvägledningen i Göteborg anslöt sig till Konstats statistik först vid årsskiftet 2016/2017, varför det inte finns jämförbara historiska uppgifter över ärendeutvecklingen. Konsumentvägledningen i Göteborg serverar drygt 700 000 invånare i Göteborg, Ale, Öckerö, Partille och Mölndal.<sup>40</sup> Fram till årsskiftet 2015/2016 fanns även Kungälv med som samarbetskommun. Avtalet sades upp med hänvisning till att Hallå konsument etablerats. Den kommunala resurstilldelningen i Göteborg har inte minskats. Fram till och med 2015 engagerades 10 årsarbetskrafter, men till följd av de minskade intäkterna när Kungälv lämnade samarbetet, drog man ner till 9 årsarbetskrafter. Det finns enligt förvaltningen viss risk att intäkterna minskar om någon av de andra samarbetskommunerna väljer att säga upp sitt avtal.

En viss effektivisering har skett genom att man nu integrerat konsumentvägledningen och budget- och skuldrådgivningen med varandra. Verksamheten styrs av nämnden för konsument- och medborgarservice.

Konsumentverket kunde redan i 2016 års delrapport till regeringen rapportera en drygt 30-procentig minskning av totala antalet kontakter mellan januari/februari 2015 och januari/februari 2016 då Hallå konsument varit igång nästan ett år. Särskilt antalet telefonkontakter minskade.

Detta har lett till att utrymmet för personliga besök ökat och att man nu utvecklar det utåtriktade, förebyggande arbetet i förhållande till olika målgrupper, samt att man utvecklar innehållet i den individuella rådgivningen.

---

<sup>40</sup> SCB, 2017.

