

Telefonförsäljning

Telefonförsäljning orsakar omfattande problem för konsumenter. Det är en försäljningskanal med lågt förtroende som leder in konsumenter i avtal de inte förstår eller är intresserade av.

Under 2017 förbjöds marknadsföring av premiepensioner via telefonförsäljning och 2018 infördes krav på skriftlig avtalsbekräftelse vid telefonförsäljning. För att följa upp det och få en generell bild av hur telefonförsäljning fungerar för konsumenter har Konsumentverket genomfört en omfattande kartläggning. Den visar tecken på förbättringar som att fler konsumenter är nöjda med sina köp. Samtidigt vänder sig fortfarande tusentals konsumenter till vägledningstjänster och anmäler företag efter kontakt med telefonförsäljare vilket är ett tydligt tecken på att problem kvarstår, särskilt för äldre konsumenter.

Kartläggningen bygger på intervjuer med över 1 000 personer. Resultatet jämförs med tidigare undersökningar från 2013 och 2016 och har kompletterats med erfarenheter och statistik från konsumentvägledningstjänster, aktörer inom branschen samt anmälningar till Konsumentverket.

Telefonförsäljning har minskat

Allt fler konsumenter undviker kontakt med telefonförsäljare; de svarar inte på säljsamtal och tackar nej när de blir uppringda. 73 procent fick säljsamtal under 2019, en minskning sedan 2016 (81 procent). Bland dem som fick säljsamtal gjorde 15 procent ett köp, också en minskning sedan 2016 (19 procent). Äldre (65–85 år) är fortfarande överrepresenterade bland dem som handlar av telefonförsäljare och står för en tredjedel av alla köp.

De vanligaste metoderna för att undvika säljsamtal är NIX-registrering och att inte svara på okända nummer, vilket är tre gånger så vanligt 2020 jämfört med 2016. Kännedomen om NIX-registret är hög, något högre bland kvinnor än män (87 respektive 79 procent). Bland de som fått säljsamtal uppger 41 procent att de är NIX-registrerade, även detta på en liknande nivå som 2016 (46 procent).

**Äldre (65–85 år)
är fortfarande
överrepresenterade
bland dem som
handlar av
telefonförsäljare.**

Det finns inga tecken på att försäljningen är riktad till specifika grupper med undantag av lotter som är betydligt vanligare till äldre kvinnor (65–85 år) än till andra grupper.

Minskat missnöje men fortsatt lågt förtroende för telefonförsäljare

Det beräknade värdet av misslyckade köp till följd av telefonförsäljning, så kallad konsumentskada, uppskattas ha halverats från 2016 till 2019, från 1,2 miljarder kronor till 500 miljoner kronor. Minskningen beror på att färre handlar av telefonförsäljare och att fler av dem som handlar blir nöjda med köpet (från 54 procent 2016 till 72 procent 2019). Undantaget är gruppen 65–85 år där mer än dubbelt så många som i övriga grupper är missnöjda med sitt köp.

Översikt av köpbenägenhet och nöjdhet

	2019			2016	2013
	18–85 år	18–64 år	65–85 år	18–85 år	18–85 år
Har handlat av telefonförsäljare	15 %	14 %	16 %	19 %	24 %
Är nöjd med sitt köp	72 %	78 %	58 %	54 %	54 %
Är missnöjd med sitt köp	15 %	12 %	24 %	29 %	19 %

Fler konsumenter är nöjda med sina köp via telefonförsäljning vilket kan bero på att fler gör övervägda köp. Här kan skriftlighetskravet ha bidragit med en möjlig utväg för tveksamma konsumenter och för dem som har svårt för att säga nej. Studien visar att en mindre andel konsumenter gjorde ett impulsköp (från 8 procent 2016 till 2 procent 2019), att färre kände sig övertalade av säljaren att ingå ett avtal (från 7 procent 2016 till 3 procent 2019) och att färre upplevde att de blev lurade eller misstolkade (från 6 procent 2016 till 1 procent 2019).

Huvudanledning till köp

	2019	2016
Det var ett bra erbjudande	54 %	49 %
Hade behov av varan eller tjänsten	24 %	28 %
Egentligen ville jag inte tacka ja, men det var svårt att säga nej	3 %	7 %
Det var en impuls/spontanköp	2 %	8 %
Jag tackade inte ja, utan blev lurad/misstolkad	1 %	6 %
Annat	21 %	15 %

Konsumentskadan till följd av telefonförsäljning beräknas till 500 miljoner kronor per år.

Ökad nöjdhet har dock inte medfört ett högre förtroende för telefonförsäljning. Nästan alla (89 procent) är fortfarande negativt inställda till att bli uppringda och 42 procent upplever att det är lätt att bli vilseledd under ett säljsamtal. Däremot syns tecken på att konsumenter är något mindre negativt inställda än tidigare, exempelvis anger färre att lågt förtroende för telefonförsäljare är en anledning till att inte handla av telefonförsäljare (11 procent 2019 jämfört med 17 procent 2016).

Tidigare problem kvarstår

Telefonförsäljning domineras fortfarande av svåra och komplexa köp som exempelvis tv-abonnemang och elhandelsavtal.

Konsumenter lockas ofta med specialerbjudanden som resulterar i abonnemang med bindningstider som är svåra för konsumenten att överblicka. Trots att konsumenten numera oftast får en skriftlig avtalsbekräftelse uppstår samma problem som tidigare. Det handlar exempelvis om att konsumenter inte förstår att de har ingått ett avtal eller vad avtalet innebär.

Problemen har alltså, även om de minskat i omfattning, i princip samma karaktär som tidigare och det är fortfarande samma grupper som drabbas hårdast: de äldre, personer med kognitiva funktionsnedsättningar och de utrikes födda.

Under 2019 handlade 7 procent av kontakterna till Hallå konsument och den kommunala konsumentvägledningen om telefonförsäljning (ungefär 9 900 kontakter), vilket är ungefär samma antal som tidigare år. En tiondel av anmälningarna till Konsumentverket rörde telefonförsäljning (ungefär 2 200 anmälningar), även det ungefär samma siffra som tidigare år. Detta trots att färre handlar via telefonförsäljning och allt större andel anger att de är nöjda sina köp.

Skriftlighetskravets efterlevnad

Kravet på skriftlig avtalsbekräftelse som infördes 2018 ska stärka konsumentskyddet genom att avtalets innebörd blir tydligare och att konsumenten får tid att läsa och förstå avtalet samt överväga erbjudandet. Kartläggningen visar att många konsumenter fortfarande inte vet vad de har ingått för avtal. Många uppger att de inte har fått tid att fundera över erbjudandet eller har känt sig pressade att ingå ett avtal.

Majoriteten (67 procent) av dem som handlat via telefonförsäljning fick skriftligen bekräfta avtalet, vilket främst sker digitalt genom e-post eller sms. 27 procent bekräftade säljarens anbud skriftligt redan under själva säljsamtalet trots att avtalet då inte blir gällande.

”Jag fick svar att jag behöver betala returfrakt enligt lag. Om jag inte returnerar den hotar de med inkasso och att de har en inspelning med mig som kommer att användas som bevis på att jag har beställt prenumerationen som jag inte anser mig ha beställt.”

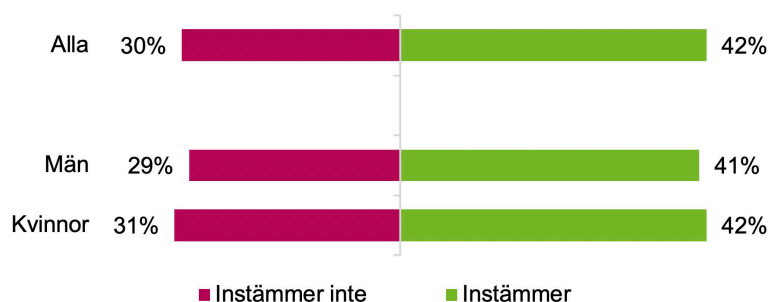
Kontakt till Hallå konsument

Ytterligare 20 procent har bekräftat anbudet inom en timme efter samtalet. Att konsumenter ingår avtal direkt under samtalet eller känner sig pressade att ingå avtal kort efter samtalet märks även i anmälningarna till Konsumentverket och i kontakter till den kommunala konsumentvägledningen, upplysningstjänsten Hallå konsument och konsumentbyråerna.

För 62 procent av konsumenterna stämde det skriftliga anbudet överens (mycket eller ganska väl) med säljsamtalet, men för 19 procent stämde det inte. I kartläggningen exemplifieras hur skriftlighetskravet även kan försvåra för konsumenter att komma tillrätta med problem när säljaren hänvisar till ett skriftligt avtal som inte överensstämmer med det konsumenten uppfattade i telefonsamtalet.

Få känner till sina rättigheter

Jag känner mig väl informerad om mina rättigheter som konsument när jag handlar av telefonförsäljare



Procentandel som inte instämmer (svar 1 och 2) och som instämmer (svar 4 och 5) i påståendet på en 5-punktig skala

Konsumenter har fortfarande liten kännedom om vad som gäller vid köp av telefonförsäljare. Endast 42 procent känner sig väl informerade om sina rättigheter vid telefonförsäljning, vilket är i stort sett oförändrat sedan 2016. Kännedomen om ångerrätt är däremot betydligt högre (81 procent). Majoriteten (68 procent) känner inte heller till att en skriftlig bekräftelse krävs.

”Svårt att reda ut vad som sagts i säljsamtalet. Konsumenten hävdar en sak, säljaren en annan. Till säljarens fördel finns ett signerat avtal som ofta är tveksamt om det är avtalsenligt.”

Kommunal
konsumentvägledare

Källor

URAP 2020:6

Telefonförsäljning 2019 – en lägesbild

www.konsumentverket.se

URAP 2020:8

Telefonförsäljning 2019 – data och källor

www.konsumentverket.se

Kontakt

Alexandra Bergling

Utredare, Konsumentverket

054-194204

alexandra.bergling@konsumentverket.se

Hannah Hall

Statistiker, Konsumentverket

054-194063

hannah.hall@konsumentverket.se