Konsumentverket • KO



ÅRSREDOVISNING

2024

© Konsumentverket 2025
ISBN 978-91-88815-65-1
Foto: Johnér, Konsumentverket, Shutterstock
Tryck och formgivning: Universitetstryckeriet, Karlstad 2025

Innehållsförteckning

INLEDNING 4

Generaldirektören har ordet 5
Året i siffror 9

RESULTATREDOVISNING 10

Verksamhetsstyrning och resursfördelning 11

Myndighetsövergripande 14

Verksamhetsområde Företag 21
Resultatområde: Marknadsrätt 22
Resultatområde: Produktsäkerhetsrätt 28

Verksamhetsområde Konsument 32
Resultatområde: Konsument Europa 33
Resultatområde: Konsumentupplysning 36
Resultatområde: Money from Sweden 41

Verksamhetsområde Kunskap 43
Resultatområde: Kunskapsbyggande 44
Resultatområde: Stöd via andra aktörer 46

Analys av Konsumentverkets effektmål 51

Personal och kompetensförsörjning 58

FINANSIELL REDOVISNING 61

Resultaträkning 62
Balansräkning 63
Anslagsredovisning 65
Tilläggsupplysningar och noter 67
Sammanställning över väsentliga uppgifter 78

Bilaga 79
Bilaga 1. Bidrag till organisationer 80

BEDÖMNING OCH INTYGANDE 86

Inledning

Generaldirektören har ordet
s. 5

Året i siffror
s. 9



Generaldirektören har ordet



Som myndighetschef på Konsumentverket fylls jag ofta av stolthet och respekt för allt viktigt arbete som mina kollegor utför. Summeringen av verksamhetsåret 2024 stärker den känslan. Samtidigt växer min oro för den alltmer komplicerade konsumentvardagen där många vilseleds att ingå avtal eller stressas att köpa saker de varken behöver eller vill ha. Vi kan inte blunda för det faktum att företag har ett alldeles för stort övertag över konsumenterna och att maktobalansen ökar på de alltmer digitaliserade, globala konsumentmarknaderna. Trots en, vill jag påstå, mycket effektiv verksamhet räcker inte Konsumentverkets begränsade resurser för att hålla jämna steg med de alltmer sofistikerade utmaningarna inom hela det mångfasetterade konsumentområdet. Här vill jag dela med mig av några samhällsutmaningar som måste hanteras av oss och andra.

Jag vill inleda med ett segdraget gissel som orsakar omfattande problem för många och som vi har tvingats brottas med under alldeles för lång tid: telefonförsäljning. Konsumentverket arbetar för regelefterlevnad inom en rad marknader och en gemensam nämnare för flera av dem med stora problem är förekomsten av telefonförsäljning. Elavtal, krediter, internet-, mobil- och tv-abonnemang, försäkringar och lotterier är några exempel. Vi lyssnar på förfärande inspelningar av telefonsamtal där ofta äldre personer luras, manipuleras och stressas att köpa saker som de varken vill ha, behöver eller förstår. Vi har drivit flera tillsynsärenden under året för att komma åt överträdelserna men det räcker inte. Skriftlighetskravet som infördes 2018 har inte fått tillräcklig effekt och inte heller en NIX-registrering skyddar konsumenten från att bli uppringd. Vi har under 2024 gjort flera undersökningar som visar att andelen konsumenter som blir missnöjda efter kontakt med telefonförsäljare ökar och nästan alla vill slippa telefonförsäljning. Endast en (1!) procent av konsumenterna är positiva till att bli uppringda av företag där de inte redan är kund och hälften av de tillfrågade låter bli att svara på samtal från okända nummer för att undvika försäljare. Det är inte rimligt att företagens oacceptabla försäljningsmetoder får till följd att konsumenter berövas en kommunikationskanal av rädsla för att möta påstridiga säljare. Skadan är orimligt stor och vi avser att ta ytterligare steg för att få slut på detta.

Digitalisering gör oss sårbara

Konsumentverket värnar extra mycket om personer som har särskilda utmaningar. Den som har en kognitiv funktionsnedsättning eller är nybörjare på svenska språket kan helt naturligt ha svårare att förstå komplicerade avtalsvillkor, att hantera påstridiga försäljare eller kanske rentav bedragare. Samtidigt vill jag påstå att de flesta av oss bör betraktas som sårbara i dagens digitaliserade konsumentvardag. Det är svårt att stå emot när alla våra kanaler fylls av budskap som lockar, pockar och ibland lurar oss att handla, teckna abonnemang och till och med låna pengar som vi inte hade tänkt oss.

Digitaliseringen av banktjänster är ett tragiskt exempel på hur konsumenterna får ta smällen när systemen inte håller måttet. Antalet bedrägerier mot bankkunder har skenat de senaste åren och förövarna, ofta från kriminella nätverk, hittar ständigt nya sätt att lura konsumenterna. Konsumenten manipuleras att göra överföringar och får sedan i de flesta fall stå för förlusterna. Äldre, utrikesfödda och ensamstående med barn är särskilt hårt drabbade och forskning visar att bedragarnas metoder är nästan omöjliga att genomskåda eller stå emot. Konsumentombudsmannen har under året biträtt en person i en domstolstvist mot en av storbankerna i syfte att få domstolsprövning av bankernas ansvar gentemot kunderna och därigenom en bredare och tydligare rättspraxis. Under hösten kom dom från tingsrätten och jag noterar att domstolen

inte delar vår syn på bankernas ansvar. Domen är överklagad och vi hoppas att högre instans går på linjen att de drabbade inte ska anses ha samtyckt till penningöverföringen utan att ansvaret för förlusten stannar på bankerna. Bankerna har åtagit sig att förvara kundens pengar på ett säkert sätt samtidigt som de lägger över hanteringen av i princip alla bankärenden på kunden. Då är det rimligt att bankerna stöttar kunderna med en miljö som är så säker att de inte framstår som enkla offer för förslagna bedragare.

Låt barn vara barn

Barn och unga är en prioriterad målgrupp för oss på Konsumentverket. Över hälften av medarbetarna har arbetsuppgifter som direkt eller indirekt rör barn och insatserna görs inom en rad olika områden. Ett angeläget arbete är våra insatser för att få bort farliga leksaker, lekmiljöer eller barnprodukter från marknaden. Även det förebyggande standardiseringsarbetet är viktigt för att motverka att leksaker går sönder i smådelar, att hjälmar inte håller måttet eller att barnvagnens konstruktion medför risker för barnet. Under året har vi haft fokus på ökad produktsäkerhet för små barn. Efter signaler om att blivande föräldrar behöver lära sig mer om hur de barnsäkrar sitt hem har vi tagit fram en film som ska distribueras brett. Vi vill också att fler ska anmäla eller tipsa oss när de upptäcker barnprodukter som verkar farliga och har därför försett nästan 800 BVC-mottagningar med material som vi hoppas ska nå föräldrar med det budskapet.

Barn och unga tillbringar en stor del av sin tid i olika digitala miljöer. Oavsett om det handlar om sociala medieplattformar, spel eller andra sammanhang på nätet är deras närvaro där präglad av kommersiella budskap och strategier. Inte sällan inkluderar det oacceptabla knep som ska få barnet att köpa saker. De här affärsmetoderna är inte bara osmakliga utifrån att de utnyttjar barnets bristande förmåga, kunskap och erfarenhet. Barn behöver få leka, experimentera och ha kul utan att vara föremål för kommersiell påverkan. Jag är bekymrad över den här utvecklingen och det krävs åtgärder mot företag som tillämpar manipulerande affärsmetoder och strategier mot barn. Den konstanta exponeringen för reklam påverkar också barns och ungas självbild och det är lätt att de jämför sig med idealiserade bilder och budskap. För att lära oss mer om barn och unga som konsumenter har vi under året inlett ett omfattande kunskapsbygge med särskilt fokus på barn och ungas online-närvaro.

För att rusta våra unga för konsumentrollen är det viktigt att utbilda dem i konsumentskap och förmågan att hantera sin privatekonomi, att förstå reklamens påverkan liksom att träna på kritiskt tänkande. Hem- och konsumentkunskap är skolans minsta ämne men ska rymma mycket viktig kunskap och många nödvändiga insikter för att vuxentillvaron som konsument ska fungera. Vi vill bidra med bästa möjliga förutsättningar för skolans arbete och har under året fortsatt vårt viktiga stöd till lärarna. Genom att stärka barnens konsumentförmågor kan vi hjälpa dem att göra mer informerade och klokare val.

Ett bra pris – vad är det?

Black Friday, Cyber Monday, Singles Day lockar många konsumenter att handla. Inte minst när något marknadsförs som ett reafynd är det viktigt att det tydligt framgår hur mycket priset har sänkts. Tyvärr har vi konstaterat att prisinformation i samband med reor lämnar mycket övrigt att önska. Vår granskning hösten 2023 visade att bara en av fem granskade webbutiker följde lagens krav fullt ut. Bristerna handlade då om att företag inte angav det ursprungliga priset på ett korrekt sätt, att priset höjdes före reaperioden med följden att sänkningen verkade större än den var eller att det angivna ursprungspriset helt enkelt aldrig hade tillämpats. Konsumentverkets omfattande insatser det senaste året har inkluderat allt från branschdialoger till rättsliga ingripanden. En uppföljande granskning under hösten 2024 visar att insatserna gav effekt. Det finns fortfarande oacceptabla brister men i avsevärt mindre omfattning bland de företag som granskades i fjol.

Låna för att konsumera

Jag har ibland uttryckt det som att överskuldsättning riskerar att bli en ny folksjukdom. Det kan tyckas drastiskt men vi har under senare år sett en kulturförändring där det blir alltmer normalt att låna pengar för löpande konsumtion. Allt fler hamnar i skuldfällor som är svåra att ta sig ur och många hamnar i Kronofogdens register och bli kvar där länge.

Inte minst oroas jag över att unga kvinnors skulder ökar så kraftigt och att det i hög grad är shopping och uppskjutna betalningar som verkar ligga bakom trenden. Säljtrycket och köpivern under reaperioder beskrev jag tidigare och risken

för problem ökar ytterligare genom att många som handlar under reor erbjuds att betala senare. Det stimulerar konsumtion som konsumenten kanske varken har råd med eller behöver. Fakturaköpen ökar varje år och är som allra flest under höstens och vinterns reaperioder. En av tio som handlade på faktura mellan juli 2023 och juni 2024 fick minst en betalningspåminnelse och en av tjugo erbjöds och valde att omvandla fakturan till ett lån. Varan blir i båda fallen dyrare än planerat och betalningskraven kan hänga kvar långt efter att det som köptes är förbrukat eller uttjänt.

Reklamen för lån är omfattande och offensiv. Inte sällan beskrivs lån som enkla, bekymmersfria lösningar på vardagsbesvär. En annan förklaring till att skulderna hos Kronofogden ökar är att lån, i strid med reglerna, ges till konsumenter som inte har råd att betala tillbaka.

Konsumentverket arbetar på flera fronter för att motverka överskuldsättning. Vårt stöd till kommunernas budget- och skuldrådgivning är prioriterat och har rustat rådgivarna i deras viktiga arbete. Vi har företagens kreditmarknadsföring under ständig lupp och har med en rad insatser bidragit till ökad regelefterlevnad, men det är en otillräcklig och ojämn kamp.

Under 2025 införs några förändringar som bör bidra till minskad risk för problematisk skuldsättning: ett kostnadstak och ett sänkt räntetak för krediter. Att problemen under så många år fått växa sig stora och att det dröjer innan nya regler får genomslag, gör dock att det lär dröja innan utvecklingen vänder. Konsumentverket ser dessutom behov av fler kraftfulla åtgärder. Ett heltäckande skuldregister och en ändrad avräkningsordning har jag tillsammans med Finansinspektionen och Kronofogden lyft fram i olika sammanhang. Utöver det ser jag även ett förbud mot telefonförsäljning av krediter som en nödvändig åtgärd.

Kommunikation – ett viktigt verktyg för att nå resultat

Efter att vi under året tittat närmare på delar av vårt kommunikationsarbete kan jag konstatera att våra kommunikationsinsatser bidrar till de mål vi satt upp för verksamheten. En tuff konsumentvardag ställer krav på opartisk och lättillgänglig information till både konsumenter, samhällsaktörer och företag. Kommunikationsarbetet har till exempel bidragit till såväl att konsumenter fått ökad kännedom om flygresenärers rättigheter som att företag fått kunskaper som förenklar för dem att följa regelverk som omfattas av vårt tillsynsansvar.

Konsumtionens kostnad för klotet

Svenska konsumenter är bland de mest miljömedvetna i världen och i en global jämförelse handlar vi fler hållbara produkter än andra. Samtidigt är steget mellan att vilja och att göra fortfarande stort. Över hälften av konsumenterna uppger att miljömässig hållbarhet är en viktig faktor vid köp men i köpsituationen är det ofta annat som blir avgörande. Priset är fortfarande ett stort hinder. Det är betydligt fler som har prioriterat ner hållbarhetshänsyn i sin konsumtion än som anger att det har blivit en viktigare aspekt när de handlar. Det har sannolikt att göra med de senaste årens besvärliga ekonomiska läge för många hushåll. Andra hinder för att välja mindre miljö- och klimatbelastande produkter är otillräcklig information, otydlig märkning, bristande kunskap om vad som är hållbart och begränsad tillgång till hållbara produkter.

En stor del av konsumenterna uppger att de är intresserade av att i högre grad laga en produkt som går sönder, att sälja eller ge bort produkter för second hand-försäljning eller att själva handla second hand. Samtidigt är det betydligt färre som anger att de i praktiken gör det. En studie visar också att svenska konsumenter anser att det är de säljande och producerande företagen som har störst ansvar för utvecklingen mot en mer hållbar konsumtion. Lagstiftande instanser anses ha det näst största ansvaret och konsumenterna själva det minsta ansvaret.

Konsumentverkets insatser inom området handlar främst om att granska miljöargument i företagens marknadsföring. Marknadsföring får inte vilseleda konsumenten att tro att en produkt är mindre miljöbelastande än den i själva verket är. Vårt tillsynsarbete är framgångsrikt även inom detta område, i princip alla företag rättar sig efter vår tillsyn.

Jag har i många sammanhang lyft fram att vi inte ska ha för stora förhoppningar på konsumenternas bidrag till övergången till en mer hållbar konsumtion och jag vill poängtera det ännu en gång. Information till konsumenter har en mycket begränsad effekt. Det är i stället styrning på utbudssidan som kan bidra till de stora kliven mot konsumtion med mindre påverkan på miljö och klimat.

Tillsammans för en bättre konsumentvardag

Under det gångna året har Konsumentverket tagit stora steg framåt i lärande och användning av artificiell intelligens, AI. Jag har med stor spänning följt utvecklingen av vår AI-baserade chat-assistent som efter omfattande upplärning i upplysningstjänsten nu får hjälpa till i det viktiga arbetet att vägleda konsumenter. Vi är fortfarande inne i en testfas men jag ser betydande potential i användningen av generativ AI på det här viset. Vi har haft stor nytta av myndighetens så kallade AI-hubb med medarbetare från olika delar av verksamheten. De omvärldsbevakar, riggar kompetensinsatser och bidrar till att vi tar steg framåt, både för att effektivisera administrativa rutiner och för att bättre kunna nyttja AI-verktyg i arbetet med regelefterlevnad, kunskapsbyggande och konsumentstöd. Sedan i fjol har myndighetens nyttjande av AI ökat betydligt och 2024 använder drygt hälften av medarbetarna AI i sitt dagliga arbete. Jag tror att digitalisering och AI-nyttjande har stor potential att göra Konsumentverkets insatser än mer träffsäkra och effektiva.

På myndigheten resonerar vi ofta om vikten av att tänka nytt, testa och lära av både framgång och motgång. Det handlar bland annat om att hitta smartare och bättre omhändertagande av våra uppdrag. När jag träffar nyanställda betonar jag alltid att det är en ordinarie och prioriterad arbetsuppgift för alla att aktivt bidra till utveckling av verksamheten. I det ingår också att kroka arm med andra som kan bidra i arbetet eller hjälpa oss att bli bättre.

Något som verkligen kräver armkrok mellan många aktörer är det angelägna arbetet för att mäns våld mot kvinnor ska upphöra. Mer än var fjärde person i Sverige upplever sig ha blivit utsatt för våld i en nära relation. Våldsutsatthet är ofta sammankopplat med ekonomiska problem och ohälsa vilket påverkar stora delar av livet. Även om Konsumentverkets verktyg inte är de skarpaste för att komma åt det här samhällsproblemet är jag glad över det regeringsuppdrag vi har fått. Myndigheten ska sammanställa och sprida information om ekonomiska aspekter av våld i nära relationer, ett arbete som vi har inlett under året. Under kommande år vill vi även som arbetsgivare bli bättre på att upptäcka och stödja anställda som är våldsutsatta eller utövare. Olika aspekter av våld i nära relationer ska tydligt ingå i både det systematiska arbetsmiljöarbetet och i våra arbetsgivarprocesser. Här hoppas jag att små steg från många olika aktörer till slut ska få dessa övergrepp att upphöra.

På tal om vikten av samarbete för att nå bästa resultat vill jag nämna den samverkan vi under året har etablerat inom Staten i Värmland. De åtta myndigheter som har sitt säte i Värmland har formulerat en gemensam avsiktsförklaring. Syftet med samarbetet är att bidra till förnyelse av statsförvaltningen, öka samhällsnyttan och borga för ett högt förtroende hos allmänheten. Genom att dela resurser och kunskap kan vi tillsammans åstadkomma mer, värna om skattemedlen och minska sårbarheten. Jag är nöjd med det konkreta samarbete som redan har inletts och ser stor potential i kommande initiativ.

Under kommande år går mitt förordnande som generaldirektör för Konsumentverket och som Konsumentombudsman ut. Det här är därför den sista årsredovisning jag får nöjet att skriva under för myndighetens räkning. Det går inte att nog betona hur stolt jag är över det arbete som alla kunniga, engagerade och modiga kollegor gör varje dag. Jag använder ordet mod av flera anledningar. Det är ett av Konsumentverkets ledord som guidar oss mot resurssmarta prioriteringar och den flexibilitet och förändringsförmåga som krävs av oss för att med begränsade resurser möta den ständiga utvecklingen av konsumentmarknaderna. Det gäller för mina medarbetare att hänga med i svängarna och att med en stadig grund i sin expertkunskap göra största möjliga nytta utifrån aktuella förutsättningar.

Den anseendemätning bland svenska myndigheter som görs varje år ger ett högt betyg åt Konsumentverkets arbete. Jag är inte förvånad men tacksam. Förtroende är en myndighets starkaste valuta och resultatet av alla medarbetares insatser varje dag. Det ger Konsumentverket ett stabilt fundament för kommande års arbete och vi ska fortsätta att förvalta det förtroende som medborgarna har gett oss.

Cecilia Tisell
Konsumentombudsman och generaldirektör för Konsumentverket



Året i siffror

47 000 lektioner
laddades ned från lektionsbanken

Svarat på
62 700
frågor från konsumenter

79%
av marknadskontrollsärendena inom område produktsäkerhetsrätt har avslutats med rättelser

Vår räckvidd på **Facebook** ökade med **20%**, till cirka **2,1 miljoner**

800
BVC HAR FÅTT BREV

190 miljoner
kostar Konsumentverket

187 anställda

2,94 miljoner
besök på våra webbplatser **hallåkonsument.se** och **konsumentverket.se**

82%
av tillsynsärendena inom område marknadsrätt har avslutats med att företagen rättat sig frivilligt

28 500
anmälningar till Konsumentverket

Konsumentverket förekom i
6 600
inslag i tidningar, radio och tv

37 100
personer har tagit hjälp av flygkalkylatorn

Stoppat
370 000
felaktiga eller farliga varor vid gränsen

Resultat-redovisning



Verksamhetsstyrning och resursfördelning

Konsumentverkets uppdrag framgår av förordningar, regleringsbrev och särskilda uppdrag.

Verksamhetsstruktur

Verksamhetsområden (VO) är myndighetens administrativa indelning som, så långt det är möjligt, samlar de huvudsakliga målgrupperna för verksamheten: VO Företag - målgrupp företag, VO Konsument - målgrupp konsumenter och VO Kunskap - målgrupp Konsumentverket och andra aktörer. Inom respektive verksamhetsområde finns ett antal resultatområden. Indelningen i resultatområden är gjord utifrån respektive verksamhetsområdes uppdrag. Varje resultatområde byggs upp av ett antal aktiviteter. Ambitionen är att verksamhetsstrukturen ska vara långsiktig, men vissa justeringar kan behövas även om det utmanar möjligheten att jämföra kostnader över tid. För 2024 har inga ändringar genomförts som påverkar resultatredovisningens indelning. Som en del av Konsumentverkets verksamhetsstruktur ingår också styrande och stödjande delar.

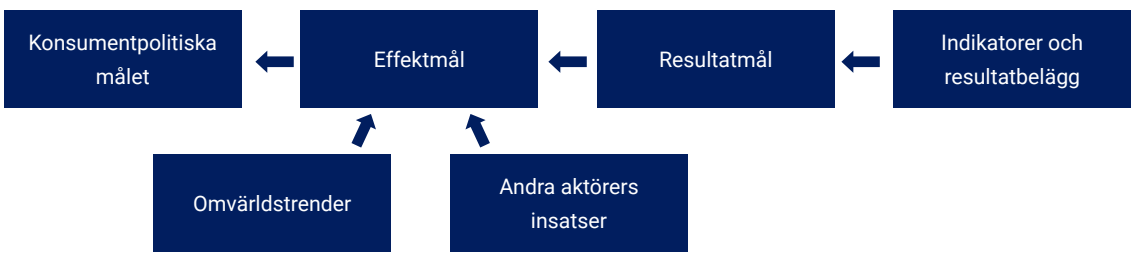
Verksamhetsstyrning och uppföljning

Konsumentverket har, med utgångspunkt i det konsumentpolitiska målet, formulerat två myndighetsgemensamma effektmål som anger vilka effekter vi vill bidra till med verksamheten: *Konsumentskadan minskar* och *Hållbar konsumtion blir enklare*. Målkedjan är uppbyggd av effektmål och resultatmål som i sin tur byggs upp av indikatorer och resultatbelägg.

Att säkert uttala sig om effekter av en verksamhet med Konsumentverkets bredd är i princip omöjligt. Andra faktorer i samhället har stor påverkan på såväl skadan för konsumenter som möjligheten att handla hållbart. Med stöd av resultatmål, indikatorer och resultatbelägg samt bedömningar av en generell utveckling på konsumentmarknaderna gör vi, så långt det är möjligt, en övergripande effektmålsanalys med resonemang om vad vi bedömer att verksamheten har bidragit till.

För varje resultatområde finns ett resultatmål. De är viktiga för såväl planering och styrning som uppföljning av verksamheten. Resultatmålen följs upp med hjälp av mätbara indikatorer och andra viktiga resultatbelägg. En sammantagen bedömning av om vi har uppnått resultatmålen görs under respektive resultatområde. Även andra resultat, som inte kan följas upp med hjälp av indikatorer eller resultatbelägg, men som bidrar till resultatet för verksamheten, beaktas i resultatredovisningen.

Vi har för 2024 gjort bedömningen att vi inte har några ärenden eller ärendetyper som behöver redovisas utifrån kraven i kapitel 3 i förordningen om årsredovisning och budgetunderlag.



Figur 1. Målkedjan

Verksamhetsplanering på kort och lång sikt

Konsumentverkets strategiska planering omfattar både en årsvis verksamhetsplanering och ett mer långsiktigt perspektiv som integreras i verksamhetsplanen. Konsumentverkets långsiktiga verksamhetsinriktning pekar ut fyra generella utvecklingsområden, vi ska:

- sträva efter ökad helhetssyn i verksamheten
- utforska idéer och pröva nya vägar
- stärka arbetet med regelefterlevnad
- i högre grad använda kunskap om konsumentbeteenden och konsumentskadan i samhället

Konsumentverket har under 2024 arbetat med en fortsättning av den myndighetsövergripande prioriteringen från 2023 *Konsument på kredit – en välfungerande konsumentkreditmarknad*. 2024 har fokus varit på skuldsättning bland konsumenter med utländsk bakgrund. Prioriteringen innebär ett ökat fokus på konsumentproblem inom området samt högre grad av samordning. Insatserna genomförs och följs upp i ordinarie verksamhetsstruktur och redovisas därmed i resultatredovisningen under berörda resultatområden samt i avsnittet Myndighetsövergripande.

För att stärka medarbetarnas och organisationens effektivitet och flexibilitet har myndigheten identifierat tre förmågor som vi kontinuerligt arbetar med att utveckla: samarbete, idéutveckling och medledarskap.

Integrerade perspektiv

Vidare har Konsumentverket i sin instruktion i uppdrag att integrera både ett funktionshinderperspektiv och ett jämställdhetsperspektiv samt att verka för att de nationella miljömålen nås. Även det sistnämnda kan ses som ett integreringsuppdrag, i detta fall av miljöperspektivet. Det tydliggörs också av att Konsumentverket enligt förordningen om miljöledning i statliga myndigheter ska integrera miljöhänsyn i myndighetens verksamhet.

För att enkelt kunna följa integrerauppdragen i årsredovisningen markeras de med tre symboler:

- Miljöperspektivet
- Jämställdhetsperspektivet
- Funktionshinderperspektivet

I de fall redovisningen kräver komplettering eller resonemang ur ett mer myndighetssammanhållet perspektiv än vad som kan göras inom respektive verksamhetsområde, återfinns det i avsnittet Myndighetsövergripande. I det avsnittet redovisas även Konsumentverkets uppdrag att systematiskt följa upp funktionshinderpolitiken 2021–2031.

Resursfördelning per verksamhetsområde med kostnader, intäkter och transfereringar

Kostnads- och intäktsredovisningen är fördelad per verksamhetsområde enligt vår verksamhetsstruktur. Redovisningen inkluderar direkta kostnader, myndighetsgemensamma kostnader (OH) och intäkter.

Med start 1 januari 2024 fördelar Konsumentverket sina lönekostnader på de olika verksamhetsområdena direkt i lönesystemet och frångår därmed tidigare modell med fördelning utifrån tidredovisning. I samband med denna förändring ändrar myndigheten även sin princip för fördelning av OH-kostnader, där vi tidigare har fördelat dem proportionerligt utifrån andelen personår på respektive verksamhetsområde. Enligt ny fördelningsprincip fördelas OH-kostnaderna proportionerligt utifrån respektive verksamhetsområdes andel av de tre verksamhetsområdenas summerade kostnader. Fördelning enligt ny princip innefattar även förvaltningskostnader för verksamhetens gemensamma webbplatser som tidigare har fördelats separat. Samma princip gäller även vid fördelning av OH-intäkter. Jämförelsetalen i tabellerna är omräknade enligt ny princip.

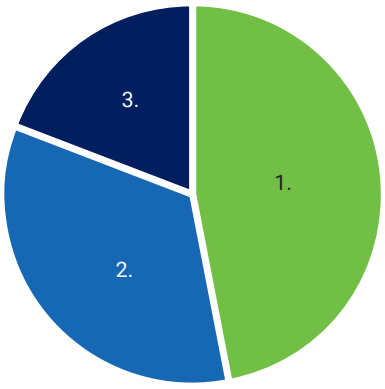
Personalkostnaderna 2024 är högre än för jämförelseperioden. Detta påverkar även fördelningen mellan verksamhetsområdena, där VO Företags bemanningsnivå 2022–2023 var betydligt lägre än planerat. Under åren 2022 och 2023 hade myndigheten betydligt högre personalrörlighet än under 2024, vilket vi bedömer till stor del var en post pandemi-effekt. Bemanningsnivån har kunnat upprätthållas på en mycket bättre nivå under hela 2024 där framförallt VO Företag har återgått till vad som är en möjlig nivå utifrån befintliga resurser 2024. Övriga kostnader är lägre 2024, där bland annat aviserat avslut av tjänsten Money from Sweden är en orsak till minskningen.

Verksamhetens kostnader

Resursfördelning verksamhetsområden (tkr)	2022	2023	2024
Företag	68 998	79 139	89 197
Konsument	60 533	66 076	64 134
Kunskap	40 626	33 416	36 949
Summa	**170 157**	**178 632**	**190 279**

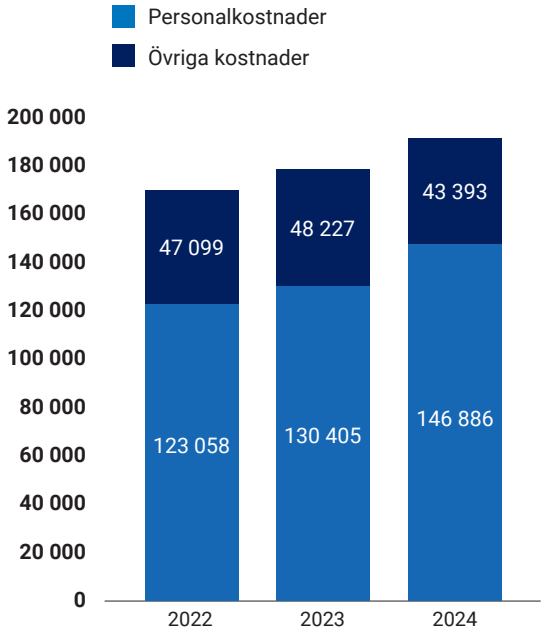
Kostnaderna för 2022 och 2023 har räknats om enligt ny princip för OH-fördelning som gäller för 2024.

Fördelning av kostnader mellan verksamhetsområden



1. Företag 47 %
2. Konsument 34 %
3. Kunskap 19 %

Verksamhetens kostnader 2022–2024 (tkr)



Transfereringar (lämnade bidrag)

Transfereringar, verksamhetsområden (tkr)	2022	2023	2024
Företag	1 500	1 500	900
Konsument	-	-	-
Kunskap	11 790	12 496	6 159
Summa	**13 290**	**13 996**	**7 059**

Verksamhetens intäkter

Fördelning av verksamhetens totala intäkter (tkr)	2022		2023		2024	
	Intäkter av anslag	Övriga intäkter	Intäkter av anslag	Övriga intäkter	Intäkter av anslag	Övriga intäkter
Företag	66 574	2 424	75 389	3 751	88 146	1 051
Konsument	55 696	4 837	60 195	5 881	57 995	6 139
Kunskap	38 831	1 795	31 475	1 941	34 379	2 570
Summa	**161 101**	**9 056**	**167 059**	**11 573**	**180 520**	**9 760**

Övriga intäkter = avgiftsintäkter, bidrag och finansiella intäkter.

Intäkterna för 2022 och 2023 har räknats om enligt ny princip för OH-fördelning som gäller för 2024.

Myndighets-övergripande



Myndighetsövergripande

Arbete i miljömålsrådet

Under mandatperioden 2022–2026 har Miljömålsrådet valt att samarbeta inom fem områden, och Konsumentverket medverkar i ett av dem: *Samverkan för ett hållbart livsmedelssystem*. Under 2024 tog arbetet utgångspunkt i den lista som sammanställdes under 2023, med viktiga hinder för företag och konsumenter att uppnå ett hållbart livsmedelssystem.

Arbetet gick därefter vidare med en sammanställning av det arbete som redan görs på myndigheterna kopplat till de identifierade hindren. Sex insatsområden har identifierats där samverkan skulle kunna stärkas. Under 2025 kommer arbetet att fokusera på att utforska möjligheten att utveckla gemensam metodik för konsekvensutredningar.

Jämställdhetsintegrering

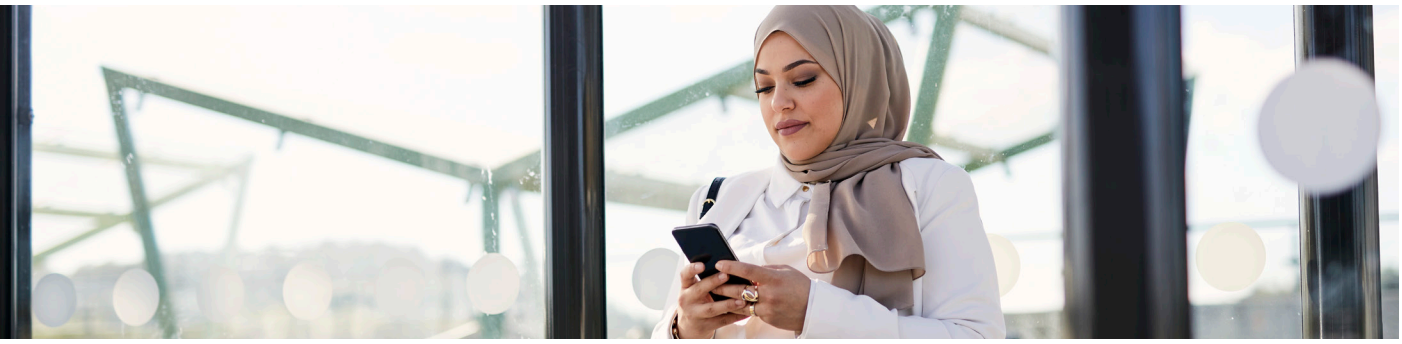
Konsumentverket integrerar jämställdhetsperspektiv i prioriteringar och insatser med syfte att bidra till att de jämställdhetspolitiska målen nås. Myndighetens inriktning för arbetet med jämställdhetsintegrering 2022–2025 är att öka kunskapen om könsrelaterade konsumentproblem samt att, i takt med den ökade kunskapen, genomföra relevanta och effektiva insatser som motverkar problemen. Som en del av arbetet deltar Konsumentverket i Jämställdhetsmyndighetens nätverksträffar och de båda myndigheterna har dessutom kontinuerliga avstämningsmöten.

Under året har vi fortsatt att lära oss mer om skillnader i konsumenters problem som kan kopplas till kön. Konsumentverkets arbete redovisas under respektive resultatområde och åtgärder med jämställdhetsperspektiv markeras i respektive resultatredovisning med en symbol.

Utöver detta har följande genomförts:
Myndigheten har påbörjat arbetet med regeringsuppdraget *Sammanställa och sprida information om ekonomiskt våld i nära relationer* som pågår till februari 2026. Bland annat har vi undersökt behovet av kunskapsstöd och rutiner för myndighetens upplysningstjänst med syfte att vägledarna ska kunna hänvisa utsatta konsumenter till rätt stöd.

Konsumentverket har från ett arbetsgivarperspektiv fortsatt arbetet med det jämställdhetspolitiska målet att mäns våld mot kvinnor ska upphöra. Arbetet sker genom att inkludera frågor om utsatthet och otrygghet vid den årliga medarbetardialogen. Myndigheten säkerställer därmed att frågan om våld i nära relationer ingår i det systematiska arbetsmiljöarbetet. Planering har inletts för att ytterligare utvidga arbetet med olika initiativ som kan bidra till upptäckt och hantering av problemet inom ramen för myndighetens arbetsgivaransvar.

Myndigheten deltar vidare i en arbetsgrupp för konsumentskydd och genus inom ramen för FN:s organ för handel och utveckling (UNCTAD). Arbetsgruppen består av representanter från myndigheter och universitet runt om i världen. Syftet med arbetet är att utbyta erfarenheter och expertis om hur genus kan integreras i konsumentskyddsarbetet. Under 2024 har arbetsgruppen tagit fram en checklista för hur konsumentmyndigheter och organisationer kan integrera genus i sitt löpande arbete. Det har även arrangerats workshoppar där Konsumentverket dels har presenterat arbetsgruppens projekt, dels myndighetens arbete med jämställdhet.



Systematisk uppföljning av funktionshinderpolitiken

Som ett led i regeringens strategi för systematisk uppföljning av funktionshinderpolitiken ska Konsumentverket redovisa de åtgärder som vidtagits för att bidra till det nationella målet för funktionshinderspolitiken. Myndigheten ska också, i den omfattning som det är möjligt, bedöma och redogöra för måluppfyllelsen. Genomförda insatser markeras i årsredovisningen med en symbol under respektive resultatområde. Myndigheten bidrar särskilt till det funktionshinderpolitiska målet genom tillsyn inom transportområdet, stöd till lärare och elever samt arbete med att förebygga överskuldsättning.

Myndigheten arbetar också, med utgångspunkt i FN:s rekommendationer och åtgärdsförlag, för att följa konventionen om rättigheter för personer med funktionsnedsättning, exempelvis inom utbildning och livslångt lärande samt digitalisering.

Uppdraget att integrera funktionshinderperspektivet och att medvetandegöra tillgänglighetsfrågor är ständigt aktuellt i verksamheten. Arbetet stärks genom processer och rutiner som säkerställer att frågan lyfts när insatser eller utvecklingsarbete planeras och utförs.

Myndigheten har under 2024 haft dialog med Specialpedagogiska skolmyndigheten (SPSM), Myndigheten för delaktighet (MFD) och Riksförbundet Attention i syfte att kartlägga problematiken hos personer med adhd kopplat till privatekonomi. Under 2025 avser myndigheten att internt sprida information om de utmaningar som identifierats genom kartläggningen.

Konsumentverket.se

Konsumentverkets myndighetswebbplats innehåller bland annat information om myndighetens verksamhet, information till företag och skola samt ger även tillgång till publikationer. Under året hade webbplatsen cirka 1,14 miljoner registrerade besök (2023: 1,2 miljoner registrerade besök). På webbplatsen kan konsumenter ladda ner relevanta kontrakt och mallar som stöd i olika situationer, bland annat för vanliga problemsituationer som exempelvis köp av hantverkstjänster. På konsumentverket.se finner företag information inom en rad områden, främst vad som gäller för marknadsföring, prisinformation och avtalsvillkor. Konsumentverket.se innehåller också en funktion för att anmäla företag till myndigheten.

Under året har myndigheten säkerställt att konsumentverket.se, liksom hallåkonsument.se, uppfyller kraven på tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning. I framtagandet av den nya gemensamma webbplatsen har särskilt fokus lagts på att testa tillgängligheten, bland annat genom användartester med hjälp av Begripsam. Genom ett kontinuerligt arbete med hur information uttrycks och struktureras blir det lättare för alla besökare att ta del av informationen.

Svårt att mäta webbesök

För att få en bättre bild av vilken effekt myndighetens digitala närvaro ger är det viktigt att betrakta webbstatistik ur flera perspektiv. Direkta jämförelser med tidigare års statistik är svåra att göra eftersom vi under åren har använt olika mätverktyg, vid vissa tillfällen haft tekniska problem med mätningen och inte minst ändrat hanteringen av kakor. Det senare innebär att bara de användare som tackar ja till kakor mäts, vilket gör att siffrorna högst sannolikt har blivit lägre utan att det verkliga besöksantalet nödvändigtvis är lägre. Webbplatsernas innehåll under olika perioder påverkar också statistiken, till exempel ökar besöksantalet ofta i samband med omvärldshändelser som orsakar stora problem för konsumenter.

Antal besök på konsumentverket.se*

	2022	2023	2024
Konsumentverket.se	1 913 000	1 202 000	1 138 000

** Jämförelser med tidigare års statistik är svåra att göra.*

Information via medier

Genomslag i medier

Medverkan i medier är ett viktigt och prioriterat arbete. Genom medierna når vi på ett effektivt sätt samtliga våra målgrupper. Myndighetens mediemedverkan under 2024 präglas framför allt av konsumentproblem i samband med dropshipping, flygpassagerares rättigheter och fortsatta problem vid marknadsföring av reor. Även myndighetens granskning av Kombispels marknadsföring av lotter rönte ett stort medieintresse.

Totalt förekom Konsumentverket i cirka 6 600 nyhetsartiklar och inslag i radio och tv. År 2023 var motsvarande siffra drygt 8 900. Genomslag i medierna varierar, och det kan bero på aktuella händelser i samhället och inriktningen på myndighetens arbete.

Genomslag i sociala medier

Konsumentverket har närvaro på Facebook, Instagram och Linkedin och arbetar aktivt med innehåll till våra målgrupper i dessa kanaler. Facebook är vår primära sociala mediekanal för att nå ut med information till konsumenter. Under 2024 hade inläggen en total räckvidd på cirka 2,1 miljoner vilket ledde till cirka 143 000 länkklick. Vi fokuserar på att sprida information om aktuella och relevanta konsumenträttigheter vilket syftar till att öka kunskapen hos målgruppen. Ofta kopplar innehållet till direkta frågor som kommer in till vägledningens frågeforum.

Räckvidden på Facebook ökade med cirka 20 procent jämfört med 2023 och länkklicken med cirka 50 procent. Innehållet i de sociala mediekanalerna publiceras både som vanliga inlägg och som annonser. Det betalda innehållet når fler konsumenter än det obetalda. På Instagram hade våra inlägg en total räckvidd på cirka 630 000 vilket framför allt kommer från annonser.

Ett av de problemområden som genererar flest frågor är kopplat till flygresor. Flygkalkylatorn hjälper konsumenter att ta reda på vilken kompensation de har rätt till när flyget är försenat eller inställt. Genom aktiviteter i flera olika kanaler såsom marknadsföring i sociala medier, sponsrade sökord samt mediemedverkan var ambitionen att öka kunskapen om konsumenträttigheter i samband med flyg och resor. Kampanjen i sociala medier hade över 200 procent fler klick än motsvarande kampanj föregående år vilket sannolikt beror på att materialet hade en hög igenkänning hos målgruppen och nådde rätt personer. 56 procent av besökarna från sociala medier använde Flygkalkylatorn. Kampanjen har sannolikt bidragit till att fler resenärer känner till verktyget och till att de har bättre kunskap om sina rättigheter.

Konsumentverket använder inte längre X (tidigare Twitter) som kommunikationskanal. I stället används Linkedin för att skapa intresse för Konsumentverket som arbetsplats. Inläggen där ska spegla bredden på verksamheten och väcka intresse hos presumtiva medarbetare.

Konsument på kredit – myndighetsövergripande prioritering

Under 2021–2024 har Konsumentverket haft konsumentproblem kopplade till krediter och överskuldsättning som en myndighetsövergripande prioritering. Prioriteringen har syftat till ökat resultat genom förstärkta och samordnade insatser, under 2024 med fokus på konsumenter med utländsk bakgrund.

Den myndighetsgemensamma prioriteringen har bland annat sin grund i ett regeringsuppdrag 2020, som året efter resulterade i rapporten *Konsument på kredit - en analys av situationen på marknaden för konsumentkrediter och risker för överskuldsättning*. Där konstaterades flera problem, bland annat att det saknas möjlighet att få en bild av konsumentens totala skuldsituation i samband med en kreditprövning. Dessutom lyftes problemet med offensiv direktmarknadsföring till sårbara och redan utsatta konsumenter, att regleringen om kostnadstak och räntetak inte omfattar alla krediter såsom kreditköp och att förbudet för spelbolag och dess ombud att erbjuda spel på kredit kringgås. Sedan 2021 har myndigheten lagt särskild kraft på att bygga kunskap om hur konsumentskyddet på konsumentkreditmarknaden kan bli bättre och arbetat med de identifierade problemområdena genom insatser av olika karaktär.

Som exempel på tillsynsinsatser kan nämnas granskningar av kreditgivares uttag av förseningsavgift, direktutbetalningsavgift samt konsumentkreditinstitutens kreditprövningar för att säkerställa att de följer regler och minskar risken för överskuldsättning. Ytterligare exempel är granskning av kreditförmedlares telefonförsäljning och att företagen inte bryter mot kravet på måttfullhet i marknadsföringen.

Samverkan har också varit en viktig del i arbetet. Ett exempel är Konsumentverkets och Finansinspektionens gemensamma hemställan om utredning av möjligheten att inrätta ett skuldregister. Ytterligare exempel är ett mycket nära samarbete med Finansinspektionen angående tillsynsobjekt och gemensamma ställningstaganden när det gäller reglerna för presentation av betalningssätt inom e-handeln. I arbetet med granskning av konsumentkreditinstitutens kreditprövningar har Konsumentverket även haft värdefull samverkan med Kronofogdemyndigheten.

Ett exempel på framgångsrik samverkan är det mångåriga arbetet inom gruppen *Omyndigas skuldsättning* där Konsumentverket, Kronofogden, Barnombudsmannen och Sveriges kommuner och regioner ingår. Arbetet i gruppen har bidragit till att antalet barn med skulder hos Kronofogden har minskat avsevärt. Många olika vägar att skuldsätta barn har stängts vilket innebär att gruppen nu kan fokusera på omvärldsbevakning i syfte att bevaka att inte nya fenomen som kan skuldsätta barn uppkommer.

Konsumentverkets stöd till kommunernas budget- och skuldrådgivare sker löpande genom exempelvis kurser, webbinarier och olika former av verksamhetsstöd. Bland ett stort antal stödinsatser till olika samhällsaktörer kan nämnas Konsumentverkets skolmaterial för undervisning om privatekonomi på grundskolan och i gymnasieskolan. Lärarstuderande i hem- och konsumentkunskap har använt och satt stort värde på vårt föreläsningsmaterial om bland annat betalsätt, krediter och ungas privatekonomi.

Exempel på informationsinsatser är webbinarier riktade till olika samhällsaktörer som möter personer som har eller riskerar att få ekonomiska problem. Vi har uppmärksammat myndigheter och branschföreträdare på problem inom området och insatser för att öka konsumenters kännedom om kommunernas budget- och skuldrådgivning har också genomförts.

Kunskapsbyggande insatser har varit viktiga, bland annat en förstudie för att identifiera eventuella könsskillnader i konsumenters uppfattning om köp på kredit och om könsskillnader påverkar i vilken mån konsumenter möter marknadsföring av samlingslån i sociala medier. Konsumentverkets medarbetare har utbildats om våld i nära relationer och mer specifika kunskapsbyggandeinsatser har genomförts om ekonomiskt våld.



2024: Fokus på konsumenter med utländsk bakgrund

Myndigheten identifierade en överrepresentation av problematisk skuldsättning bland personer med utländsk bakgrund. Det föranledde 2024 ett särskilt fokus på målgruppen med syfte att ytterligare öka nyttan och effekten av myndighetens insatser. Det har handlat om internt kunskapsbyggande om målgruppens särskilda förutsättningar, beteenden och problem kopplade till skuldsättning. Under året har även externa insatser bidragit till att uppmärksamma problemet och ge konsumenter med utländsk bakgrund bättre förutsättningar att undvika problematisk skuldsättning. Samhällsaktörer har fått kunskap för att öka förmågan att upptäcka skuldproblematik och att samverka för att ge stöd till dem som behöver.

Ett exempel på insats är ett välbesökt webbinarium på temat problematisk skuldsättning hos konsumenter med utländsk bakgrund som genomfördes tillsammans med Kronofogden och budget- och skuldrådgivare. Målgruppen var samhällsaktörer som möter personer med utländsk bakgrund. Föreläsningar på socionomutbildningen, aktiviteter på Järvaveckan och medverkan i samhällsorienterande utbildningar för nyanlända är andra exempel.

Fyra års fokus med resultat

Sammantaget har åren med särskilt fokus på problematisk skuldsättning inneburit betydelsefulla insatser och bidragit till att motverka såväl betalningsproblem som problematisk skuldsättning. En stor del av insatserna är en del av myndighetens verksamhet även utan den myndighetsövergripande prioriteringen, men vår bedömning är att ökad samordning och särskilt fokus har förstärkt resultaten. Följande exempel är värda att lyfta:

- Ökad kunskap internt vilket lagt grunden för ställningstaganden om regelförändringar som bedöms kunna minska den problematiska skuldsättningen påtagligt. Flera lagstiftningsförändringar som myndigheten föreslog i rapporten Konsument på kredit träder i kraft i mars 2025. Konsumentverkets ställningstagande om att telefonförsäljning av krediter bör förbjudas är också resultat av kunskapsbyggande inom området.

- Samhällsaktörer har fått bättre förutsättningar att guida personer med ekonomiska problem till relevant stöd vilket bör ha bidragit till att fler får hjälp.

- Samverkan med andra myndigheter, exempelvis Kronofogdemyndigheten och Finansinspektionen, har bidragit till träffsäkerhet vid insatser riktade mot aktörer vilkas verksamhet medför risk för överskuldsättning.

- Barn och unga har rustats för att hantera sin privatekonomi när de blir myndiga vilket minskar risken för att de ska hamna i ekonomiska problem.

Denna myndighetsgemensamma prioritering avslutas vid årsskiftet 2024/2025. Frågorna är minst lika aktuella och angelägna i det fortsatta arbetet, men arbetet kommer att ske inom ramen för ordinarie verksamhet.

AI på Konsumentverket

Konsumentverket har under 2024 intensifierat arbetet med att utforska, testa och använda verktyg som baseras på artificiell intelligens (AI). Verksamhetsområdesrelaterade insatser beskrivs inom respektive resultatredovisning, exempelvis en AI-baserad chat för konsumentupplysning och kunskapsbyggande insatser med fokus på problem orsakade av konsumentmarknadernas digitalisering.

På övergripande nivå har myndighetens så kallade AI-hubb fungerat som referensgrupp och stöd för verksamheten. Gruppen har ett särskilt fokus på AI:s bidrag till intern effektivitet och ansvarar för att omvärldsbevaka och bidra till kunskapsbyggande liksom att omhänderta och utreda idéer, föreslå effektiviseringsområden och bistå vid risk- och konsekvensbedömningar.

Under året har bland annat AI-stöd för prisbevakning, transkribering av inspelade samtal samt för att sammanfatta vetenskapliga publikationer testats. Ett fokus har varit att höja den allmänna kompetensen om AI inom myndigheten med en rad utbildningsinsatser på myndighets-, grupp- och individnivå och det har lett till ett ökat användande av AI. Hälften av medarbetarna använder AI i sin dagliga verksamhet, jämfört med 2023 då en tredjedel av medarbetarna uppgav att de någon gång hade testat AI i sitt arbete.

Myndigheten har vidare samarbetat med ett flertal andra myndigheter liksom med konsumentbyråerna för att utbyta erfarenheter och bidra till kunskapsbyggande.

Regeringsuppdrag: myndighetssammanslagning

Konsumentverket fick i uppgift av regeringen att redovisa hur en sammanslagning med Fastighetsmäklarinspektionen, (FMI), skulle kunna genomföras. De båda myndigheterna undersökte tillsammans dels förutsättningarna för en sammanslagning, dels förutsättningarna för ökad samverkan inom befintlig myndighetsorganisation. Myndigheternas utredning och slutsatser redovisades till regeringen i mars 2024. Efter att regeringen beslutat att inte genomföra någon sammanslagning har myndigheterna tittat vidare på samverkansfrågan. Ett större fokus ägnas dock den samverkan som redovisas i följande stycke.

Staten i Värmland – myndighetssamverkan

Myndigheterna med säte i Värmland har under 2024 intensifierat sin samverkan med syfte att gemensamt bidra till förnyelse av statsförvaltningen, ett högt förtroende för staten samt att öka samhällsnyttan. Som utgångspunkt för samarbetet formulerades under året en gemensam avsiktsförklaring. Inom myndigheternas verksamhetsstödjande delar har flera aktiva nätverk etablerats och där sker värdefullt kunskapsutbyte och konkret gemensamt arbete. Det finns bland annat nätverk inom HR, informationssäkerhet, verksjuridik, upphandling, controllerfunktionen samt ekonomi. Det finns flera exempel på konkreta samarbeten.

Två myndigheter, varav Konsumentverket är den ena, har infört delad IT-drift. Konsumentverket har också under 2024 delat CISO (Chief Information Security Officer) med Fastighetsmäklarinspektionen. Verksjuristnätverket har bland annat haft erfarenhetsutbyte om hantering och bedömning av sekretessfrågor och nätverket för dataskyddsombud har gemensamt arbetat med risk- och konsekvensbedömningar inom GDPR-området. Konsumentverket har i controllernätverket delat med sig av arbetet med målstyrning och uppföljning av effekter till flera andra myndigheters chefsgrupper och ekonominätverket har delat erfarenheter om hur budgetering och uppföljning av sociala avgifter kan göras mer träffsäkert. Inom ramen för förordning om miljöledning i statliga myndigheter har flera myndigheter, med gott resultat, genomfört miljörevision på varandras verksamheter.

Kompetensförsörjning är ett område där myndigheterna inom Staten i Värmland har kommit långt i arbetet med att bredda sin samverkan. Ökad konkurrens om personal och utvecklingen på arbetsmarknaden medför ett skifte i hur myndigheter kan attrahera och rekrytera personal. Ett gemensamt avtal om personallån har träffats och ett konkret projekt för gemensam kompetensutveckling där flertalet myndigheter deltar påbörjades i november.

Avsikten är att under kommande år fördjupa och utveckla samarbetet inom flera relevanta områden för att på bästa sätt bidra till en innovativ och effektiv statsförvaltning.



Verksamhets-område

Företag

Resultatområde: Marknadsrätt
s. 22

Resultatområde: Produktsäkerhetsrätt
s. 28



Resultatområde: Marknadsrätt

Resultatmål

Konsumentverkets arbete bidrar väsentligt till att företagen följer de konsumentskyddande reglerna.

Konsumentverkets prioriterade marknader inom resultatområde Marknadsrätt är resor, hälsa, folkhälsa, elektronisk kommunikation, boende, energi och motor, försäkringar, investeringar och pension samt kredit- och betaltjänster. Varor och tjänster som inte tillhör något av de uppräknade fokusområdena återfinns under området övriga marknader.

Arbetet bedrivs främst i form av tillsyn (riktad och tematisk), nya eller omförhandlade bransch-överenskommelser samt information, föreskrifter och allmänna råd. Målet för verksamheten inom resultatområdet är att den väsentligt ska bidra till att företagen följer de konsumentskyddande reglerna. Efter årets uppföljning av resultaten bedömer vi att målet är uppfyllt.

Riktad tillsyn

Under året avslutades 411 tillsynsärenden, vilket är en 36-procentig ökning jämfört med 2024 då 300 tillsynsärenden avslutades. Ökningen förklaras främst av den omfattande tillsyn som skett vad gäller prismarknadsföring och angivande av 30-dagarspriset. I tillsyns-arbetet prioriterar vi alltid de mest angelägna konsumentproblemen inom respektive marknad men även utifrån ett marknadsövergripande perspektiv. Vår prioriteringsmodell, triagen, utgår ifrån hur stor konsumentskada, ekonomisk skada eller hälsorisk som en viss affärsmetod orsakar eller kan orsaka konsumenter. Beroende på marknad och hur allvarligt problemet är använder vi den insats som är mest resurseffektiv.

Under april månad inkom flera samstämmiga anmälningar från konsumenter som riskerade att inte komma in på Taylor Swifts konserter i maj. Av villkoren framgick nämligen att biljett-köparen, vars namn stod på samtliga biljetter för ett sällskap, var tvungen att vara närvarande. Hade biljettköparen själv förhinder eller köpt biljetterna som gåva skulle alltså övriga inte få komma in på konserten. Då konsumentproblemet var akut kallades konsertarrangören All Things Live Sweden AB till ett möte. Bolaget informerades om att villkoret var oskäligt och i strid med ett tidigare domstolsavgörande och att rättelse måste ske inom kort, annars skulle rättslig åtgärd inledas. Bolaget ändrade villkoret och gick direkt ut med information om detta. Vi kan konstatera att insatsen var mycket effektiv och gav stor effekt. Det sattes nämligen publikrekord på Friends Arena med 178 700 besökare under Taylor Swifts tre konserter.

Under året har bevakningen av miljöpåståenden i marknadsföring fortsatt och inneburit åtta tillsynsärenden. Samtliga bolag har rättat sig och erfarenheten från detta år, liksom tidigare, är att bolagen i mycket hög grad rättar sig i de fall myndigheten påtalar brister.

82 procent av tillsynsärendena har avslutats med att företagen rättat sig frivilligt, vilket motsvarar förra årets rättelsegrad. I de fall bolag inte rättar sig lämnas ärendena i normalfallet över till Konsumentombudsmannen, KO, som kan vidta rättsliga åtgärder. KO har med anledning av bristande rättelser i tillsynen ansökt om stämning vid domstol i sex ärenden och utfärdat elva förelägganden.

I samtliga domstolsavgöranden som meddelats under året där bolagen stämts till följd av bristande rättelse i tillsynen har KO vunnit. Rättelsegraden totalt för året uppgår till 84 procent, vilket inbegriper både frivilliga och påtvingade rättelser.

Mot bakgrund av uppföljningen av tillsynsärenden som avslutats under första halvåret 2024 uppskattar vi att 80 procent av bolagen fortsatt rättar sig frivilligt.



Tematisk tillsyn

Konsumentverket har genomfört åtta tematiska granskningar, vilket är färre än föregående år då elva granskningar genomfördes.

Resultatet av de tematiska granskningarna skickas till granskade bolag, men även till relevant branschorganisation. Företagen informeras om att vi följer upp granskningarna med riktad tillsyn om rättelse inte sker. Majoriteten av företagen på de marknader som granskas rättar sig efter en tematisk granskning. 2023 genomfördes en tematisk granskning av 15 värdepappersbolags marknadsföring av fonder med miljöpåståenden. Vid uppföljningen av granskningen 2024 kunde vi konstatera att samtliga bolag rättat sig och några tillsynsärenden behövde därför inte öppnas. Den tematiska granskningen har därmed haft mycket god effekt.

Branschöverenskommelser

Arbetet med branschöverenskommelser fortsätter med målet att de ska utgöra god sed inom en marknad. Det förutsätter att branschorganisationen företräder en majoritet av företagen på den aktuella marknaden. Det är även viktigt att medlemsföretagen följer den ingångna överenskommelsen. Branschöverenskommelser som inte längre uppfyller kraven på god sed i konsumentskyddande syfte sägs upp. Fem överenskommelser har omförhandlats under året, vilket är något färre än föregående år (2023: åtta överenskommelser).

Under 2023 reviderades de allmänna avtalsvillkoren för leverans av fjärrvärme till konsument i syfte att klargöra att det för uppsägning från företagens sida krävs saklig grund. Efterlevnaden av de nya fjärrvärmevillkoren kontrollerades under året. Energiföretagen Sverige åtog sig i och med överenskommelsen att informera medlemsföretagen om innehållet och att verka för att de nya avtalsvillkoren användes. Vid kontroll av efterlevnaden konstateras att 126 av 146 bolag använde de nya avtalsvillkoren. Branschorganisationen ombads och åtog sig att stöta på de resterande 20 medlemsföretagen. Exemplet visar god effekt av arbetet med branschöverenskommelser där branschorganisationerna har en viktig roll för att säkerställa efterlevnad.

Information, föreskrifter och allmänna råd

Under året har Konsumentverket genomfört åtminstone 34 informationsinsatser, vilka är viktiga insatser som syftar till ökad regelefterlevnad. Insatserna handlar om informationsutskick till enskilda bolag och nya aktörer på marknaderna, föreläsningar för branscher eller andra sammanslutningar av företag samt informationsutbyte med branschorganisationer. Årets informationsinsatser är något fler än förra året (2023: 30 informationsinsatser).

Under 2023 genomförde myndigheten en större informationsinsats tillsammans med Energimarknadsinspektionen. Anledningen var att anmälningar och kontakter till Konsumenternas Energimarknadsbyrå tydde på att konsumenter inte fick föreskriven information om uppsägning inför ny avtalsperiod vid automatisk avtalsförlängning. Det här var ett av de större problemen på elmarknaden. Myndigheterna skickade därför ut ett gemensamt informationsbrev till 140 elhandlare och branschorganisationen Energiföretagen som i sin tur publicerade en nyhet om detta. Under året har informationsinsatsen följts upp genom en undersökning av cirka 70 elhandelsföretags avtalsvillkor. Undersökningen visade att majoriteten följde reglerna och det var endast aktuellt att öppna 12 tillsynsärenden. Vi bedömer att den gemensamma informationsinsatsen utgör en del av den positiva effekten för elkonsumenterna.

Utöver riktade informationsinsatser inleddes under året ett arbete för att skapa en tydligare struktur på innehållet på företagssidorna på konsumentverket.se. Företagssidorna är en viktig kanal för att informera företag om konsumentskyddande regler och om myndighetens tillsynsarbete.

Myndigheten har också arbetat med revidering av föreskrifter och allmänna råd.

Konsumentverkets *allmänna råd för marknadsföring av tobaksvaror* har reviderats och börjar gälla den 1 januari 2025. Ett exempel på förändring är att råden nu omfattar ett helt nytt kapitel som handlar om marknadsföring på webbplatser som säljer tobaksvaror (webbutiker).

Europarlamentets och rådets direktiv om *tillgång till konsumentinformation om bränsleekonomi och koldioxidutsläpp vid marknadsföring av nya personbilar* har tidigare genomförts i Sverige genom allmänna råd. Direktivet är från och med den 1 juli 2024 implementerat genom lag om information om bränsleförbrukning och koldioxidutsläpp vid marknadsföring av nya personbilar. Konsumentverket har under året tagit fram föreskrifter angående utformningen och *tillhandahållandet av informationen till konsument* som trädde i kraft den 1 oktober 2024.

Timprisavtal blir allt vanligare på elmarknaden med syftet att öka möjligheten för elkonsumenten att ändra sitt förbrukningsmönster när så är möjligt för att få en lägre elkostnad. Konsumenter måste dock kunna jämföra de olika timprisavtalen och mot den bakgrunden behövde föreskriften om pris ses över. Som underlag inför arbetet genomfördes bland annat studier för att få kunskap om elkonsumenters kännedom, förståelse och användning av jämförpris för el. Slutsatsen blev att föreskrifterna inte behövde revideras, men att prisvägledningen behövde förtydliga beräkningsgrunderna för jämförpris för elavtal där priset varierar från timme till timme.

Viktiga insatser under året

Prismarknadsföring

Under hösten 2023 genomförde Konsumentverket en större insats där regelefterlevnaden av prisinformationslagen undersöktes. Granskningen visade att en majoritet av företagen inte följde lagen. Mot bakgrund av resultatet öppnade Konsumentverket ett 100-tal tillsynsärenden under december 2023 och januari 2024. Handläggningen fortsatte under första kvartalet 2024 då en majoritet av ärendena avslutades med frivillig rättelse. Ett tiotal ärenden föredrogs för Konsumentombudsmannen, KO, och sex förelägganden utfärdades.

Under sommaren granskades prismarknadsföringen i livsmedelsbranschens annonsblad. Brister noterades och tio tillsynsärenden startades. Insatsen har gett resultat då samtliga företag utlovat rättelser till halvårsskiftet 2025.

Som en del av arbetet med regelefterlevnad inom området har myndigheten genomfört branschdialoger. Fyra möten med branscher har genomförts för att bland annat informera om pågående granskningar samt lyssna på branschens utmaningar och arbete med regelefterlevnaden. Dessa möten fortsätter under första halvåret 2025.

Under hösten genomfördes en ny granskning av hur reglerna i prisinformationslagen följs. Syftet var att följa upp föregående års granskning. Granskningen visade att det fortfarande finns brister även om resultatet var bättre än föregående år. Sju av tio bolag som inte varit

granskade tidigare visade brister, jämfört med två av tio bolag som tidigare granskats. På grund av den fortsatt bristande regelefterlevnaden kommer flera tillsynsärenden att öppnas under januari 2025.

Avvecklingen av 2G- och 3G-näten

I slutet av år 2025 stängs 2G- och 3G-näten ned, vilket innebär att produkter som är beroende av dessa nät slutar fungera. Under 2023 genomförde Konsumentverket en informationsinsats till företag för att upplysa om skyldigheten att informera om nedläggningen vid marknadsföring av berörda produkter. Under 2024 fortsatte myndigheten arbetet och genomförde en tematisk granskning av företagens information. Granskningen visade stora brister vilket medförde att Konsumentverket öppnade 25 tillsynsärenden. Samtliga ärenden avslutades med frivillig rättelse, förutom ett ärende som fortfarande pågår.

Dropshipping

Konsumentverket har under en längre period tagit emot ett stort antal anmälningar från konsumenter som rör webbplatser som använder sig av dropshipping som affärsmodell. Mot bakgrund av detta har myndigheten genomfört en granskning av anmälda dropshipping-webbplatser där flertalet brister uppmärksammades. Tio tillsynsärenden inleddes och samtliga avslutades med rättelser. I några fall har företaget rättat sig under ärendets gång och i andra fall har ärendet avslutats med en utlovad rättelse från företaget. Några exempel på de brister som påtalades i tillsynen var bland annat att marknadsföringen inte stämmer överens med de levererade produkterna, att produkterna inte levereras eller levereras för sent, att kontaktuppgifter saknas samt att det inte framkommer på ett tydligt sätt att produkterna skickas från ett annat land.

I samband med granskningen har Konsumentverket haft dialog med ett antal andra aktörer och myndigheter som också uppmärksammat problem med dropshipping-webbplatser. Dialog med Polismyndigheten har mynnat ut i ett mycket givande samarbete med nyttjande av de olika verktyg som respektive myndighet förfogar över. Informationsutbyte och utredningar inom respektive myndighet har skapat nya möjligheter för myndigheterna att vidta åtgärder mot dropshipping-företag som inte följer reglerna. (Läs mer om dropshipping i avsnittet Konsument Europa, VO Konsument.)

Fordonsgarantier

Ett konsumentproblem som återkommit är att företag marknadsför fordonsgaranti i fakturaformat. Formatet vilseleder konsumenter att tro att de kan förlänga eller förnya den ursprungliga tillverkar- eller fordonsgarantin på sin bil. Utskicken kan också få konsumenterna att tro att det är en faktura för ett ingånget avtal som ska betalas. Problemet är inte nytt; 2017 inkom flera hundra anmälningar mot ett bolag som i fakturautskick påstod att de förlängde tillverkargarantin. Anmälningarna ledde då till ett omfattande tillsynsärende med förbudsrespektive vitesprocess i domstol.

Under framför allt 2024 har vi uppmärksammat flera olika bolag som gör fakturaliknande utskick rörande fordonsgaranti till konsumenter. Det har föranlett sex tillsynsärenden och att ett företag har publicerats på myndighetens varningslista. Det aktuella bolaget har sitt säte i Storbritannien vilket försvårar tillsynen men Konsumentverkets uppfattning är att det svenska bolaget som står som avsändare, distributör och betalningsmottagare på fakturan har ett ansvar. Under året har KO ansökt om stämning mot företaget.

Särskilt viktiga domstolsprövningar

Förseningsavgift

En konsument som tagit en kredit och är sen med återbetalningen måste ofta betala både dröjsmålsränta och avgift för betalningspåminnelser. Kreditgivare tar dessutom ut en förseningsavgift från konsumenten vilket KO anser är i strid med inkassokostnadslagen. KO valde därför att 2020 inleda en domstolsprocess mot företaget Svea bank. KO vann målet mot bolaget i Patent- och marknadsdomstolen (PMD) liksom i Patent- och marknadsöverdomstolen (PMÖD). Frågan har nu prövats av Högsta domstolen (HD) som konstaterade att förseningsavgifter som tas ut av konsumenter inte är i strid med inkassokostnadslagen, men återförvisade frågan till PMD. Domstolen har nu avgjort att förseningsavgiften är oskälig eftersom den skapar obalans mellan parterna i kreditavtalet, till nackdel för konsumenten.

Presentation av betalningssätt i e-handeln

I syfte att skydda konsumenter mot att ta onödiga krediter finns det sedan 2020 en bestämmelse i betaltjänstlagen som innebär att om konsumenter som handlar kan betala på ett sätt som inte innebär kredit så ska det alternativet visas först. KO stämde företaget Ellos som har flera olika betalningsalternativ i sin kassa och där en kredit presenterades som första alternativ trots att det fanns möjlighet för konsumenten att betala direkt. KO förlorade målet i PMD och nu har även PMÖD prövat frågan. PMÖD konstaterar att det ska ställas särskilda krav för att det ska anses finnas ett ansvar för e-handelsföretaget och att ett förbud inte är aktuellt. PMÖD har bedömt att det finns frågor i målet som skulle behöva prövas av HD och KO har därför överklagat domen och begärt prövningstillstånd hos HD.

KO:s engagemang för konsumenter som drabbats av bankbedrägerier

KO har under året drivit en tvist i Stockholms tingsrätt för en privatpersons räkning i syfte att klarlägga vad som gäller när en bedragare har lurat personer att själva föra över eller flytta pengar. Tingsrätten har kommit fram till att överföringen var behörig trots att konsumenten lurats att överföra pengarna. Domstolen har även kommit fram till att konsumenten inte bevisat att banken Nordea varit vårdslös genom att inte erbjuda säkerhetssystem som skulle ha upptäckt bedrägeriet. Tingsrätten har därför sagt nej till konsumentens krav. Domen har överklagats till hovrätten.

Internationellt arbete

Nordiskt konsumentskyddssamarbete

Det nordiska konsumentskyddssamarbetet har varit fortsatt aktivt under 2024. De nordiska konsumentmyndigheterna har numera fem arbetsgrupper som löpande arbetar tillsammans inom områdena vilseledande miljöpåståenden, digitala och datadrivna affärsmetoder, finansiella tjänster, marknadsföring riktad till barn, och prisinformation. Därtill träffades i vanlig ordning myndigheternas generaldirektörer för att samverka om gemensamma konsument-utmaningar och tillsynsstrategier, exempelvis gällande digitala marknader.



EU:s konsumentskyddsarbete

Konsumentverket har genom EU:s konsumentskyddsnätverk arbetat aktivt med konsumentutmaningar som relaterar till digitala kanaler, exempelvis sociala medier, e-handelsplattformar och onlinespel. Myndigheten har till exempel tillsammans med övriga konsumentskyddsmyndigheter inom EU publicerat ett vägledningsdokument för reklammarkeringar i sociala medier.

Koordinerade insatser inom EU

Konsumentverket har, tillsammans med den nederländska konsumentskyddsmyndigheten, koordinerat en EU-gemensam insats gällande personanpassade priser på dejtingplattformen Tinder. Insatsen inleddes efter en granskning gjord av organisationen Sveriges konsumenter. Som ett resultat av insatsen åtog sig bolaget bakom Tinder, MTCH Technology Services Limited, att informera konsumenter om den personanpassade prissättningen på plattformen och varför vissa konsumenter får personliga rabatterade erbjudanden.

Konsumentverket har även, genom EU:s konsumentskyddsnätverk, agerat mot e-handelsplattformen Temu för omfattande överträdelser av EU:s konsumentskyddslagstiftning. Insatsen inleddes under 2024 och förväntas avslutas under 2025.

Myndigheten har även arbetat aktivt både nationellt och på EU-nivå gällande tillämpningen av förordningen om en inre marknad för digitala tjänster (DSA) som började tillämpas i februari 2024. Konsumentverket deltar exempelvis i flera EU-arbetsgrupper som handlar om tillämpningen av konsumentskyddsrelaterade artiklar i DSA.

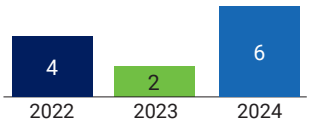
Konsumentverket har även bidragit med kunskap om och synpunkter på ny och reviderad konsumentskyddslagstiftning, bland annat genom att besvara kommissionens offentliga samråd, remisser, deltagit i diskussioner och besvarat enkäter. Arbetet har under året främst tagit sikte på frågor kopplade till Europeiska kommissionens översyn av konsumentskyddslagstiftningen, *Digital Fairness Fitness Check* och den kommande nya konsumentagendan för 2025–2030 och *Digital Fairness Act* som förväntas presenteras under 2025.

Globalt konsumentskyddssamarbete

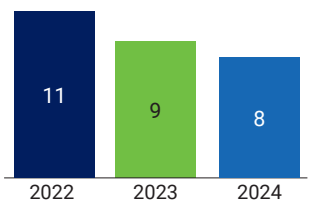
Inom ramen för det globala tillsynsnätverket ICPEN arrangerade Konsumentverket en workshop med fokus på hur IT-verktyg kan effektivisera tillsynen på digitala marknader under konferensen i Gdansk, Polen. Vidare deltog myndigheten på ICPEN-konferensen under det amerikanska ordförandeskapet i Washington, bland annat i en paneldebatt om onlinespel. Det fördes även givande diskussioner om AI:s påverkan på konsumentmarknader och hur ett än mer effektivt gränsöverskridande samarbete kan uppnås.

Konsumentverket deltar även i en arbetsgrupp om e-handel inom FN:s organ för handel och utveckling (UNCTAD). Under året har Konsumentverket tillsammans med UNCTAD-sekretariatet arrangerat en workshop om skydd av barn på digitala marknader. Under workshopen presenterades forskning på området. Konsumentverket och den italienska konsumentskyddsmyndigheten delade med sig av sina erfarenheter av att skydda barn i online-miljöer, bland annat på sociala medier.

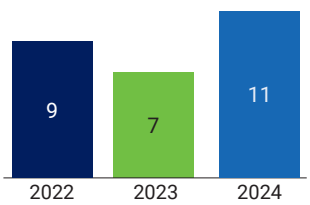
Antal ansökningar om stämningar från KO



Antal domar där KO varit part



Antal förelägganden/beslut



Resultatområde: Produktsäkerhetsrätt

Resultatmål

Konsumentverkets arbete bidrar väsentligt till att företagen följer de konsumentskyddande reglerna.

Arbetet inom Konsumentverkets resultatområde för Produktsäkerhetsrätt bedrivs i huvudsak med fyra metoder: marknadskontrollärenden, information till företag, standardiseringsarbete och strukturerad marknadskontroll. Utgångspunkten är att de olika metoderna verkar mot resultatmålet och att största möjliga nytta ska göras med de resurser som finns tillgängliga. Genom att utreda produkter, initiera återkallelser eller säljstopp av felaktiga och farliga varor och tjänster, arrangera branschmöten, göra uppföljningskontroller samt delta i framtagande och revideringar av standarder gör vi sammantaget bedömningen att resurserna används på bästa sätt. Vid en samlad värdering av årets resultat är bedömningen att resultatmålet är uppfyllt.

Marknadskontrollärenden

Konsumentverkets marknadskontrollärenden syftar till att utreda om en specifik vara eller tjänst på marknaden uppfyller produktsäkerhetslagstiftningens krav. Ärenden öppnas dels på Konsumentverkets eget initiativ, dels utifrån anmälningar från allmänheten och underrättelser från företag. De ärenden som initieras av Konsumentverket grundar sig oftast på iakttagelser i myndighetens strukturerade marknadskontrollinsatser. Anmälningar och underrättelser prioriteras inbördes med utgångspunkt i hur stor risk för konsumenternas säkerhet den aktuella varan eller tjänsten bedöms medföra. Även administrativa brister, exempelvis avsaknad av CE-märkning, för leksaker och personlig skyddsutrustning prioriteras i den mån resurserna tillåter. För att på ett effektivt sätt få företagen att följa produktlagstiftningen eftersträvar Konsumentverket, efter utredning, frivilliga rättelser i de marknadskontrollärenden där en åtgärd är nödvändig. I de fall företagen inte rättar sig kan myndigheten behöva ta till andra metoder som exempelvis tvingande beslut och vitesföreläggande.

Under året har myndigheten handlagt 189 marknadskontrollärenden som till största delen har avsett leksaker, barnartiklar, möbler samt sport- och fritidsaktiviteter. Kontrollerna ledde till åtgärder i 150 ärenden, åtgärder som exempelvis säljstopp, att påtalade säkerhetsbrister åtgärdades och återkallelser av farliga produkter. 39 ärenden har avslutats med ett påpekande eller att inga brister konstaterats. Det innebär att rättelsegraden uppgår till 79 procent.

Samverkan med Tullen

Konsumentverket samverkar med Tullverket i syfte att redan vid gränsen stoppa varor som inte överensstämmer med lagstiftningens krav. Under året har myndigheten handlagt 35 tullärenden. Genom samverkan har vi förhindrat omkring 370 000 felaktiga eller farliga artiklar från att nå den svenska marknaden.

Mål i domstol

Konsumentverket inleder även mål i domstol som avser utdömande av viten och sanktionsavgifter vid allvarliga överträdelser. Överklaganden av Konsumentverkets beslut leder också till domstolsprövning. Under året har det meddelats 25 domstolsavgöranden i produktsäkerhetsärenden vilket är fyra gånger fler än 2023. Myndigheten har, helt eller delvis, haft framgång i samtliga mål utom ett. Sanktionsavgifterna för alla ärenden tillsammans uppgår till totalt 5 225 000 kronor varav de två största uppgår till 1 miljon vardera. De utdömda beloppen är ägnade att öka företagens benägenhet att följa lagen. Tio av dessa domar är riktade mot företag som sålt, hyrt ut eller använt hoppborgar med

säkerhetsbrister. Det handlar också om bristande säkerhetsrutiner och att det inte funnits personal som hållit uppsikt över barnen som leker. Övriga avgöranden har handlat om produkter och tjänster som andningsskydd, småbarnssängar, reflexselar, snorkelmasker och lekland.

Strukturerad marknadskontroll

Konsumentverket genomför även strukturerade marknadskontrollinsatser som bidrar till resultatmålet på ett mer systematiserat sätt än enskilda marknadskontrollärenden. I en strukturerad marknadskontroll kan myndigheten angripa ett problemområde och nå ut mycket bredare än vad som är möjligt vid enskilda marknadskontrollärenden. Flera produkter testas samtidigt och branschen kan sedan genom en rapport informeras om vilka de vanligaste bristerna är. Kontrollen ger även värdefull kunskap som kan användas i utvecklingen av standarder. Insatserna utgår från de konsumentproblem som prioriteras högst i verksamheten.

År 2024 har följande områden prioriterats: lekutrustning och anknutna tjänster, möbler samt leksaker och personlig skyddsutrustning för privat bruk. Under året har fem planerade strukturerade marknadskontrollinsatser genomförts.

Hoppborgar

Tidigare marknadskontroller visar stora brister hos hoppborgar. Konsumentverket har därför följt upp tidigare marknadskontroller med en stickprovskontroll av fyra företag som tillhandahåller hoppborgar. Insatsen inleddes med ett informationsbrev till branschen där totalt 523 kommuner och företag kontaktades. I den efterföljande marknadskontrollen av företagen kunde brister konstateras hos alla fyra företag. Exempel på brister var otillräcklig förankring vilket riskerar att hoppborgen blåser i väg med barn i, hårda föremål i fallutrymmet kring hoppborgen där barn riskerar att slå sig samt otillräcklig övervakning. En annan brist som upptäckts är att allmänheten kan komma åt elsladdar till hoppborgen och därmed tömma borgen på luft med risk för allvarliga personskador. Bristerna var av sådant slag att det fanns risk för allvarliga skador. Vissa av bristerna kunde åtgärdas direkt på plats. En slutrapport kommer att publiceras våren 2025 inför den kommande säsongen.

Trots att brister upptäcktes hos alla fyra aktörer har Konsumentverket ändå börjat se effekter av tidigare insatser. Certifierade besiktningsmän upplever en ökad efterfrågan på besiktningar, flera aktörer har avslutat sin verksamhet när de blivit medvetna om riskerna med hoppborgar och myndigheten får fler frågor om råd från olika aktörer.





Lekland

Konsumentverket har under 2024, som uppföljning av tidigare marknadskontroller, genomfört en stickprovsuppföljning av säkerheten på lekland. Marknadskontrollen inleddes med ett informationsbrev till företagen. Brevet beskrev vilka krav och regler som gäller och innehöll information om Konsumentverkets kommande marknadskontroll. Fyra lekland och en tillverkare av utrustning till lekland valdes ut och har kontrollerats genom besiktningar, intervjuer och dokumentkontroll. Alla kontrollerade lekland visade på flera mer eller mindre allvarliga säkerhetsbrister. De allvarligaste bristerna handlade om konstruktionsfel och bristande underhåll som medförde risk för barn att fastna med huvudet och bli hängande med risk för dödsfall eller mycket allvarliga skador. Andra allvarliga brister var bristande uppsikt och instruktioner vid lekredskap där barn, vid felaktig användning, kunde ha skadats.

I de fall bristerna inte kunde åtgärdas direkt fick lekutrustningen stängas av till dess att den åtgärdats och en ny besiktning genomförts. Ett lekland åtgärdade inga brister förrän Konsumentverket beslutade om förbud att använda lekredskapen förenat med vite på sammanlagt 600 000 kronor.

Eftersom flera av de påträffade säkerhetsbristerna berodde på konstruktionsfel i utrustningen inleddes även ett ärende mot tillverkaren med krav på att åtgärda andra produkter på marknaden med samma fel.

Även inom den här branschen ser myndigheten en förbättring från flera lekland där företaget utökat sina rutiner för kontroll av anläggningen och lekredskapen.

Reflexselar

I en undersökning 2016 uppgav varannan person att reflexvästar, hängande reflexer och så kallade snäppreflexer fanns i hushållet. Endast 13 procent uppgav att de inte använde reflexer. Reflexselar är en vara som en stor del av Sveriges befolkning använder. Samtidigt har myndigheten fått indikationer på att många reflexselar är bristfälliga och inte ger den synbarhet som förväntas.

I en marknadskontroll under året har tolv selar från olika tillverkare och leverantörer kontrollerats, och samtliga hade brister. Vissa selar hade för liten yta med reflekterande material och i andra fall reflekterade materialet för svagt. Bland bristerna fanns också att de saknade CE-märkning, var CE-märkta utan rätt bedömningar eller hade testats mot fel standard.

Selarna har stoppats från försäljning och i vissa fall även återkallats från konsument. Konsumentverket har också informerat berörda anmälda organ som felaktigt utfärdat CE-märkningen. Information om bristerna i de undersökta reflexselarna har spridits via pressmeddelanden samt medverkan i tidnings-, radio- och tv-intervjuer. Ytterligare selar kommer att testas under första kvartalet 2025. Genom insatsen kommer undermåliga produkter att rensas bort från marknaden och konsumenter kan köpa reflexselar som syns bättre. Om reflexer som används syns bättre minskar risken för allvarliga olyckor.

Aktivitetsleksaker

Konsumentverket har under året deltagit i ett EU-gemensamt marknadskontrollprojekt tillsammans med tolv medlemsländer. Totalt har 90 olika aktivitetsleksaker såsom klätterbågar,

gungor och aktivitetstorn testats. Preliminära testresultat visar att cirka 80 procent av leksakerna inte uppfyller kraven i leksakslagstiftningen.

Konsumentverket har utrett fem klätterbågar och klätterleksaker. Fyra av de fem uppfyllde inte säkerhetskraven vad gällde konstruktion och stabilitet vilket kan medföra fallskador och klämrisk.

Fördelarna med att delta i ett EU-gemensamt marknadskontrollprojekt är att ett mycket större antal produkter kan testas, eventuella brister i testmetoder eller regler och standarder kan uppmärksammas och information om resultatet kan få mycket större spridning.

Projektet ska vara klart under våren 2025 och en slutrapport publiceras.

Barnvaggor

Vaggor och upphängda vaggor för spädbarn förefaller öka i popularitet i Sverige. I vaggor finns det risk att barn hamnar i en sovställning där luftvägarna inte blir fria med kvävning till följd. I och med det mjuka materialet har barn svårt att själva komma ur sin felaktiga position.

I marknadskontrollen valdes sex vaggor ut och kontrollerades genom provning mot gällande standard. Resultatet är tydligt, ingen av vaggorna uppfyller samtliga säkerhetskrav. Syftet med insatsen är att kunna agera i ett tidigt skede med möjlighet att stävja spridningen av osäkra produkter innan olyckor inträffar.

Den aktuella standarden kommer med stor sannolikhet att aktualiseras för översyn och justering under 2025. Konsumentverkets insats är en viktig och tidsmässig relevant kontroll som ger användbar kunskap och inspel till en kommande översyn.

Under 2025 sammanställs resultatet av marknadskontrollen för spridning till branschen.

Information till företag

Konsumentverket genomför olika insatser där vi informerar om gällande rätt för näringslivet. Myndigheten har under året informerat leksaksbranschen om reglerna för leksakers säkerhet. Myndigheten har vidare deltagit vid årsstämmorna hos Torg- och Marknadshandlarnas Ekonomiska Förening och Marknadsarrangörers Förening för att informera om främst reglerna om säkerhet för hoppborgar på evenemang. Vi har också haft en genomgång av produktsäkerhetslagen och om säkra tjänster för Svenska fjälledarorganisationen och andra friluftsaktörer, hållit ett branschmöte med Svensk handels medlemsföretag för att informera om den nya regleringen gällande produktsäkerhet samt deltagit vid ett seminarium om ansvar vid import och e-handel. Seminariet arrangerades tillsammans med Svenska handelskammaren och var öppet för alla.

Standardiseringsarbete

På produktsäkerhetsområdet har Konsumentverket deltagit i elva tekniska kommittéer vilket har bidragit till myndighetens tekniska kunnande och till att förbättra säkerhetskraven i standarderna. Medverkan innebär också att myndigheten bättre kan informera näringslivet om vilka regler som gäller inom respektive områden.

En stor insats under 2024 har varit arbetet med att revidera barngrindsstandarden. Tidigare års strukturerade marknadskontrollinsats gav kunskap och underlag till vad som behöver kompletteras i standarden för att göra grindarna säkrare. Det handlar bland annat om att grinden ska testas för en högre belastning. Förslagen ligger nu med i omröstningen av standarden.

En annan insats har varit att översätta trampolinparksstandarden till svenska. Det är en ny standard som Konsumentverket var med och tog fram för några år sedan.

Myndigheten arbetar också med att ta fram en uppdaterad version av standarden för hjälmar med grönt spänne inför slutomröstningen i Europa. Denna version innehåller bland annat krav på skydd mot rotationsvåld, motsvarande vad som föreslås för vanliga cykelhjälmar.

Myndigheten har under året tillsammans med Svenska institutet för standarder (SIS) verkat för att få bort formuleringar i standarder som öppnar upp för otillräcklig reducering av risker. Enligt svensk produktsäkerhetslagstiftning får en vara eller tjänst inte medföra någon risk för människors hälsa och säkerhet, eller endast en låg risk. Exempel som kan medföra otillräcklig reducering av risker är formuleringar i en standard som uppmanar aktörer att balansera risker mot upplevd nytta med en vara eller tjänst. Principen ALARP (”As low as reasonably practicable”) innebär att den återstående risken hos en vara eller tjänst balanseras mot arbetet, tiden och kostnaden för att reducera risken ytterligare. Myndigheten kommer att tillsammans med SIS fortsätta att verka för att sådana formuleringar tas bort i säkerhetsstandarder som gäller konsumentprodukter.

Verksamhets-område Konsument

Resultatområde: Konsument Europa

s. 33

Resultatområde: Konsumentupplysning

s. 36

Resultatområde: Money from Sweden

s. 41



Resultatområde: Konsument Europa

Resultatmål

Konsument Europa ger konsumenterna användbart stöd.

Inom resultatområdet Konsument Europa redovisas stöd till konsumenter som har handlat gränsöverskridande inom EU.

Konsument Europa är en del av det EU-medfinansierade nätverket för European Consumer Centres, ECC. Nätverket har kontor i alla EU-länder, Norge och Island samt ett samarbete med Storbritannien. Konsument Europa ger personlig rådgivning och medlar med företag när en konsument har fått problem efter att ha handlat gränsöverskridande inom de uppräknade länderna. ECC-kontoren arbetar på ett liknande sätt och har kontinuerlig kontakt i gemensamma ärenden och samarbetar nära för att lösa gränsöverskridande konsumentproblem.

Konsument Europas stöd har hjälpt många konsumenter. En stor andel ärenden har lösts via medling med företag. ECC-kontoren har gjort en sammanställning över hur mycket pengar konsumenter har fått tillbaka som följd av nätverkets insatser. Den visar att det svenska kontoret, Konsument Europa, under 2024 har hjälpt konsumenter att få tillbaka 3 miljoner kronor, varav cirka 30 procent till konsumenter i Sverige och 70 procent till konsumenter i andra ECC-länder. I beräkningen ingår ärenden som både påbörjades och avslutades under 2024.

Nöjdhetsundersökningar genomförs på samma sätt i hela ECC-nätverket. 73 procent av de som svarar är mycket nöjda eller nöjda med stödet de får från Konsument Europa.

Vid en samlad värdering av årets resultat är bedömningen att resultatmålet har uppfyllts.

Personlig rådgivning

Konsumentverkets vägledning är oftast den första kontakten för konsumenter i Sverige som handlat inom EU. Där ges en första vägledning och mer komplicerade ärenden hänvisas vidare till Konsument Europa. Hänvisningen sker ofta i situationer där det behövs kompletterande information från konsumenten för att göra en bedömning eller där vägledningen bedömer att det kan bli aktuellt med medling. För andra europeiska konsumenter överlämnas ärenden till Konsument Europa via systerkontoren. När det är fråga om köp från företag som är etablerade i ett annat ECC-land sker i stället överlämning från Konsument Europa till kontoret i det berörda landet.

Merparten av Konsument Europas ärenden handlar om avtal som ingåtts mellan konsumenter och företag via nätet. Ärenden kopplade till resor, främst flyg, har fortsatt att dominera under 2024. Även frågor om köp av kläder och skor samt bilrelaterade frågor är vanliga. Ett område som ökat under året är problem med företag som erbjuder tjänster som framstår som gratis men som sedan visat sig kosta pengar.

Medling

Medlingsförfarande inleds i de ärenden där det bedöms kunna vara en framgångsrik metod. Medling innebär att ECC nätverkets rådgivare tar kontakt med ett företag för konsumentens räkning, för att försöka lösa ärendet genom dialog. Ärenden från svenska konsumenter överlämnas till ECC-kontoret i det land där företaget har sitt huvudsäte. På motsvarande sätt får Konsument Europa ärenden från andra europeiska konsumenter som handlat av svenska företag.

Under året har 910 medlingsärenden öppnats. Av dessa har 310 ärenden rört svenska konsumenter som handlat i andra EU-länder. De har därför överlämnats till andra ECC-kontor vilket är ungefär i samma omfattning som förra året. ECC-kontor i andra länder har utifrån samma princip överlämnat 600 ärenden till Konsument Europa för medling med svenska företag, vilket

är fler än tidigare år. Den största ökningen utgörs av reseärenden som rör flygförmedlare med säte i Sverige.

Totalt har vi löst 58 procent av de ärenden som öppnats för medling till förmån för konsumenten under 2024.

I de fall det inte går att nå en lösning på frivillig väg blir konsumenten hänvisad till andra vägar, till exempel till alternativa tvistlösningsorgan som Allmänna reklamationsnämnden eller europeiskt småmålsförfarande. Sammantaget bedömer vi att möjligheten är stor för konsumenterna att få sitt problem löst genom stöd från Konsument Europa.

Digital vägledning

Webbplatsen hallåkonsument.se är gemensam för Konsumentverkets konsumentupplysning och Konsument Europa. Där finns information om gränsöverskridande handel inom EU och information om den hjälp som Konsument Europa erbjuder. Antalet registrerade besök på webbsidorna med innehåll om gränsöverskridande handel i EU är drygt 458 000, jämfört med 454 000 (2023).

Webbplatsen konsumenteuropa.se riktar sig inte till konsumenter utan är främst en kanal för aktörer som söker fakta om ECC-nätverket. Den hade 9 700 besök under 2024. Det finns dock fortfarande osäkerhet när det gäller besöksstatistik och möjligheten att jämföra siffror med tidigare år. (Mer information om detta finns i avsnittet Myndighetsövergripande.)

För att ge ett så relevant och uppdaterat stöd som möjligt har vi under året har vi arbetat med en utveckling av information om Konsument Europa på hallåkonsument.se.

Kommunikationsinsatser

Under året har kommunikationsinsatser genomförts på mässor, genom föreläsningar, mediekontakter, i sociala medier och på webbplatsen hallåkonsument.se. Eftersom problem med flyg är ett av de största problemområdena satsade vi på en digital kampanj om just detta på sociala medier och med utvalda sökord som ledde besökaren in till flygkalkylatorn, Konsumentverkets verktyg för att beräkna eventuella ersättningar från flygbolaget. Kampanjen var en stor framgång och många resenärer bör ha fått snabb hjälp genom flygkalkylatorn. (Läs mer i avsnittet Myndighetsövergripande under rubriken sociala medier.)

Under året avslutades användningen av kanalen X och ersattes med kommunikation via Linkedin.

Verksamheten har också återtagit namnet Konsument Europa efter att under några år ha använt benämningen ECC Sverige. Syftet har varit att ha ett enklare namn som tydligare anspelar på tjänstens innehåll.

Samverkan

Alla ECC-verksamheter förväntas vara aktiva i nätverksövergripande arbetsgrupper och under året har Konsument Europa bland annat deltagit i ett arbete med syfte att förbättra ärendehandläggningen inom nätverket och i en arbetsgrupp om det nya EU-direktivet om alternativ tvistlösning. Vi har aktivt bidragit till att förbättra samverkan inom ECC-nätverket och att konsumenter i förlängningen får effektivare hjälp vid gränsöverskridande handel.

Samverkan har också skett löpande med Allmänna reklamationsnämnden genom avstämningsmöten där vi diskuterar aktuella konsumentfrågor.

Antal ärenden Konsument Europa

	2022	2023	2024
Antal ärenden – Konsument Europa	**1 800**	**1 500***	**1 900**
Gränsöverskridande frågor inom EU besvarade av Konsumentverkets vägledning	**5 700**	**5 700***	**7 400**
Totalt antal frågor/ärenden hos Konsument Europa	**7 500**	**7 200**	**9 300**

** Antal ärenden för 2023 har uppdaterats utifrån kvalitetsgranskning av efterregistrerade ärenden.*

Tabellen visar totalt antal ärenden som kommit in 2022–2024, antal frågor som har besvarats av Konsumentverkets vägledning och antal ärenden som hanterats av Konsument Europa. Siffrorna är avrundade till närmaste hundratal. Antalet inkommande ärenden har ökat sedan förra året.

Information och kontaktpunkt

Konsument Europa tillhandahåller information till relevanta konsumentmålgrupper när det gäller tjänstedirektivet, geoblockering, e-handel och tvistlösningsplattformen Online Dispute Resolution (ODR). Inom ramen för uppdraget att vara kontaktpunkt för tjänstedirektivet sker löpande samverkan med Kommerskollegium, Tillväxtverket samt Universitets- och högskolerådet.

Under 2024 inkom 20 ärenden som rörde geoblockering, varav sex ärenden från andra ECC-kontor som rör svenska bolag. Problemen har bland annat varit kopplade till krav på svenskt Bank-ID eller att konsumenten saknat svenskt personnummer.

Fem ärenden gällande tjänstedirektivet har inkommit. Dessa ärenden rör frågor om internetabonnemang, paketresor, tv-abonnemang och streamingtjänster.

Några viktiga frågor under året

Tjänster på nätet som framstår som gratis

Ett problem som ökat under året är tjänster på nätet som framstår som gratis, men som visat sig kosta pengar. Många konsumenter upplever sig vilseledda av företagen. Det kan handla om hjälp med att skapa sitt cv, hjälp att säga upp abonnemang och avtal eller hälsobedömningar. Företagen har främst varit baserade i Nederländerna. Konsument Europa har haft svårt att nå en lösning för konsumenten med hjälp av de övriga ECC-kontoren eftersom företagen sällan vill medverka i ärendehandläggningen.

Dropshipping

Dropshipping är en företeelse som fortsätter att orsaka problem för många konsumenter. Företagen som använder affärsmodellen säljer varor på nätet, men saknar egna varulager och beställningen vidarebefordras till andra leverantörer utanför EU. Problemen för konsumenterna består i att produkter inte levereras i tid eller inte alls. Det är också vanligt att produkterna som levereras inte motsvarar konsumenternas förväntningar på material, utseende eller kvalitet. Därefter uppkommer ofta problem med reklamation och ångerrätt. Konsumenterna har svårt att komma i kontakt med vissa av företagen eller krävs på fraktkostnader för returer utanför EU. Det är svårt att via medling nå en lösning på dessa ärenden. Företagen är svåra att få kontakt med och medverkar sällan i ärendehandläggningen.

För att motverka att konsumenter råkar illa ut har vi därför i förebyggande syfte använt sociala medier som kanal för att informera om och varna för de problem som kan uppstå. Även mediernas intresse för ämnet har varit stort och vi har fått genomslag i både rikstäckande och regionala mediekanaler. (Läs mer om dropshipping i avsnittet Marknadsrätt, VO Företag.)

Flyg och flygbiljettsförmedlare

Problem i samband med flygresor är fortsatt vanligt för konsumenter. De vanligaste problemen rör inställda och försenade flyg, nekad ombordstigning samt problem med bagage. Den här typen av ärenden är ofta tidskrävande och komplexa att utreda, bland annat för att det krävs detaljerad dokumentation för att avgöra vilka rättigheter konsumenten har. Av de flygrelaterade ärenden vi har hanterat har 62 procent lösts genom medling.



Resultatområde: Konsumentupplysning

Resultatmål

Konsumentverket ger konsumenterna användbart stöd.

Inom resultatområde Konsumentupplysning bedrivs verksamhet för att ge konsumenter information och vägledning. Genom vägledningen har konsumenter fått stöd i både mer och mindre komplicerade problem. Majoriteten av de som har fått vägledning via telefon är mycket nöjda. Den digitala vägledningen är en viktig kanal för att vägleda i aktuella och återkommande konsumentfrågor. Besöksflödet till webbplatsen är stabilt och vid större händelser har vi nått många konsumenter med relevant information på kort tid. Sammanfattningsvis bedömer vi att det stöd vi erbjuder konsumenter har varit till stor nytta.

Konsumentverkets upplysningstjänst

Konsumenter ställs inför många utmanande situationer och behovet av information och vägledning är stort. Upplysningstjänsten är ett samarbete mellan Konsumentverket, 18 informationsansvariga myndigheter och 4 konsumentbyråer. Vägledning erbjuds via telefon, webbplatsen hallåkonsument.se inklusive frågeforum, e-post, chatt och AI-assistent. Vägledarna svarar på frågor eller hjälper konsumenter vidare till samverkande myndigheter, konsumentbyråer, Konsument Europa samt kommunernas konsumentvägledning och budget- och skuldrådgivningen. Konsumenter kan vända sig till vägledningen med frågor som spänner över många sakområden.

Aktuella konsumentproblem

Konsumentupplysningen har haft 62 700 konsumentkontakter under året. Precis som tidigare år utgör begagnad bil och hantverkstjänster de vanligaste problemområdena. För frågor som rör begagnade bilar är det fler män (60 procent) än kvinnor som kontaktar oss. Kontakter om flyg och mobiltelefoni är vanliga bland både män och kvinnor. Kläder för vuxna är det tredje vanligaste problemområdet, för kvinnor står det för 75 procent av kontakterna.

Det har under året varit färre kontakter om flyg och paketresor jämfört med 2023. Efterdyningarna från pandemin är över och det har inte varit några större flygstrejker, vilket annars brukar generera många frågor. Vi ser också färre kontakter om ny bil och leasing av bil, medan kontakter om begagnade bilar, verkstadsbesök och hyra av bil har ökat.

Produkter på nätet som framstår som gratis

En av de tydligaste och mest oroande trenderna under året är ökningen av kontakter där konsumenten är oense med företaget om ett köp eller avtal alls har ingåtts. Företag kräver betalning för varor eller tjänster som konsumenter inte anser att de ska betala för. Ökningen kan noteras inom alla områden under 2024 och flera av de företag som återkommer i dessa sammanhang har letat sig in på topplistan av företag som orsakar konsumenter stora problem. Precis som tidigare år har vi sett problemet tydligast kopplat till företag som säljer hälsokost, garantiförlängningar och telefonförsäljning av elavtal. Nytt för 2024 är förekomsten av företag som säljer hjälp att säga upp avtal. Konsumenter vill se över sina kostnader och ett sätt är att avsluta abonnemang och prenumerationer. Problemet som uppstår är att konsumenter luras att oavsiktligt använda en tjänst som de därefter debiteras för. Den digitala miljön är designad så att konsumenten tror att uppsägningen görs direkt hos det berörda företaget. I stället finns det alltså en dold mellanhand som går in och gör uppsägningen i konsumentens ställe. För detta debiteras sedan konsumenten en kostnad som hen på goda grunder ställer sig frågande till.

Dropshipping

Problem med dropshipping fortsätter precis som tidigare år att ligga högt på listan över frekventa konsumentproblem. Fenomenet är också en av anledningarna till att köp av kläder ligger som topp tre av konsumentproblem för kvinnor. (Läs mer om dropshipping under resultatområde Konsument Europa och Marknadsrätt.)

Problematisk telefonförsäljning

Vägledningen har ungefär lika många kontakter om problematisk telefonförsäljning som tidigare år. Telefonförsäljning är en problematisk säljmetod där det är vanligt att konsument och företag är oense om köp eller avtal har ingåtts eller inte. De vanligaste varorna och tjänsterna kopplade till telefonförsäljning är mobiltelefoni, hälsokost, spärrtjänster och ID-skydd. När det gäller telefonförsäljning är det en högre andel ombud, ofta en familjemedlem till en äldre släkting, som kontaktar vägledningen jämfört med andra säljmetoder.

Personlig vägledning

Konsumenter kan få personlig vägledning och information via telefon, e-post, frågeforum samt chatt. Under året har vi hjälpt drygt 55 000 konsumenter via den personliga vägledningen. Det är fortsatt en jämn könsfördelning bland dem som kontaktar vägledningen, 52 procent kvinnor 48 procent män. Efterfrågan på det personliga stödet är fortsatt hög och det har varit ett jämt inflöde av kontakter under året.

Antalet ärenden som hanteras av den personliga vägledningen har ökat jämfört med 2023. Det är främst vägledning via telefon som har ökat och det är också den största kanalen för personlig vägledning, 35 600 konsumenter fick under året hjälp via den kanalen. Ökningen beror på att ett stabilt personalläge har ökat tjänstens kapacitet att besvara samtal. Antalet vägledningssamtal är direkt kopplat till vägledarnas antal och erfarenhet, och efterfrågan på vägledning är fortfarande betydligt större än tjänstens kapacitet. Vägledarna har hunnit svarat på ungefär hälften av alla inkommande samtal.

I e-post, chatt och forum svarar vi på alla inkomna frågor. Under året har drygt 19 600 konsumenter fått personlig vägledning i skriftliga kanaler och det är ungefär samma antal som tidigare år.

De som fått vägledning via telefon är fortsatt mycket nöjda. Cirka 80 procent uppger att de har fått svar på sin fråga och nästan lika många att svaret från oss var tydligt och lätt att förstå. Det är ungefär samma andel som 2023. 65 procent av dem som fått hjälp i via skriftliga kanaler uppger att de har fått den hjälp de har efterfrågat.

Vi bedömer att den personliga vägledningen uppfyller sitt syfte och nöjdhetsundersökningen visar att konsumenterna fortsatt anser att den är värdefull och mycket användbar.



Hallåkonsument.se

Behovet av information och vägledning är stort och myndigheten saknar resurser för att öka antalet hanterade ärenden via telefon. Vår prioritering är därför fortsatt att utveckla den digitala vägledningen med ambitionen att kunna hjälpa fler konsumenter. Målet är att öka självservicegraden och ge konsumenter förutsättningar att på egen hand via informationen på webben lösa sina problem. Under året har vi därför arbetat med att utveckla vägledningen på hallåkonsument.se, vägledningens webbaserade frågeforum, en AI-assistent samt kommunikation via sociala medier.

Webbplatsen hallåkonsument.se har haft drygt 1,8 miljoner besök under 2024. Under året har det varit ökad trafik till webbplatsen och särskilt till sidor om konsumenträtt, vilket indikerar att besökare söker vägledning om specifika problem och att de hittar relevant innehåll. Genom att mäta den tid som besökare stannar på olika sidor gör vi bedömningar om sidans funktion och användbarhet. När det gäller exempelvis sidor om reklamation eller sidor som innehåller verktyg och guider bedömer vi utifrån besökstiden att konsumenterna tar del av innehållet och informationen. Den nya ingången för privatekonomisk information har en märkbar trafikökning. Där återfinns bland annat budgetkalkylen och beräknade hushållskostnader som är mycket välanvända. Utifrån analys av konsumenters besök på webbplatsen drar vi slutsatsen att konsumenter använder informationen för att lösa sina problem. Vi bedömer därför att webbplatsen har uppfyllt sitt syfte under året.

Konsumentverket strävar efter att vägledning via hallåkonsument.se ska vara relevant och på ett bättre sätt hjälpa även mer sårbara konsumenter att få svar på enklare frågor. Därför arbetar vi löpande med klarspråk och med utveckling av lättlästsidorna. Under året har förberedelserna att bygga ihop webbplatserna hallåkonsument.se med konsumentverket.se intensifierats. Detta har också inneburit att förbättringar i strukturen och förenklingar i texter har genomförts på befintlig webbplats vilket underlättar för konsumenter att finna rätt information.

Frågeforumet på hallåkonsument.se är välbesökt och är en effektiv kanal att nå många med vägledning i aktuella frågor och konsumentproblem. Genom frågeforumet nås många konsumenter samtidigt, både när det gäller frågor som är relevanta över tid och vid aktuella händelser. Jämfört med webbplatsens övriga sidor stannar besökarna kortare tid på frågeforumet, vilket är rimligt då forumet ska erbjuda kortfattad information om mer specifika frågor och konsumentproblem. Vid aktuella händelser hittar många konsumenter på kort tid den information som läggs upp på frågeforum. Det indikerar att forumet uppfyller sitt syfte att erbjuda snabb och enkel information. Vi bedömer att frågeforumet i hög grad avlastar andra kontaktkanaler och bidrar till målet att ge konsumenterna användbart stöd på egen hand.

Under senhösten lanserades en testversion av en AI-assistent på hallåkonsument.se. AI-assistenten är en chattjänst som bygger på artificiell intelligens med syfte att avlasta den personliga vägledningen och att ge konsumenter svar på frågor dygnet runt. Arbetet med att utvärdera och förbättra verktyget fortsätter under 2025, vilket gör att det är för tidigt att säga något om effekten.

Kommunikationsinsatser

Både planerade och händelsestyrda kommunikationsinsatser har under året genomförts för att informera konsumenter om aktuella konsumentfrågor och problem. En medveten strategi har varit att dela aktuella foruminlägg via sociala medier. Inläggen får ofta höga besökssiffror och många konsumenter klickar sig vidare till webbplatsen hallåkonsument.se för mer information. Det visar på att det vi lägger upp i sociala medier och frågeforumet är intressant och användbart för konsumenter. (Läs mer i avsnittet Myndighetsövergripande under rubriken Genomslag i sociala medier.)

Via sociala medier sprider vi även varningar och information om återkallelser av farliga produkter till allmänheten. Det handlar många gånger om barnprodukter. Inläggen får ofta många interaktioner och delas vidare. Genom att medierna uppmärksammar Konsumentverkets arbete med produktsäkerhet når vi många konsumenter med viktig, ibland livsviktig, information.



Säkra barn

I broschyren *Säkra barn* får småbarnsföräldrar goda råd om hur hemmet kan barnsäkras. Den innehåller allt från tips om nappar och spädbarnets säng till bad och leksaker. Broschyren delas ut på barnavårdscentraler runt om i landet och når på så vis närmare 50 000 familjer varje år. Under året har broschyren översatts till fler språk och en film har tagits fram. Broschyren är resultatet av en samverkan mellan flera myndigheter, bland annat Elsäkerhetsverket, Kemikalieinspektionen, Giftinformationscentralen och 1177.

Landets alla BVC-mottagningar har fått en affisch att sätta upp i väntrummet. Affischen uppmanar föräldrar att vända sig till Konsumentverket när de upptäcker barnprodukter som verkar farliga och om barnet skadat sig i samband med produkter för barn. Syftet med insatsen är att öka antalet anmälningar till Konsumentverket om farliga produkter och skador som drabbar små barn. Anmälningar om farliga produkter utgör viktiga underlag för arbetet med produktsäkerhet där barn är en prioriterad målgrupp.

Järvaveckan

Konsumentverket medverkade på Järvaveckan med budskapet *Våga prata pengar – det tjänar du på*. Syftet var att nå konsumenter med utländsk bakgrund med information om privatekonomi. Myndigheten delade ut material om privatekonomi och gränsöverskridande handel. Montern var välbesökt och ledde till givande samtal med konsumenter där vi kunde ge vägledning och berätta om det stöd Konsumentverket erbjuder. Myndigheten anordnade även tre seminarier med tema: *Konsumentverket hjälper dig att göra rätt när något har gått fel, Handla gränsöverskridande, men inte skyddslöst* samt *Våga prata pengar*. Samtliga seminarier hade få åhörare.

Våra fem bästa tips

Filmen *Våra fem bästa tips* är ett informationsmaterial om några av de viktigaste konsumentfrågorna och de vanligaste problem som en konsument stöter på. Filmen tar bland annat upp bankbedrägerier via telefon, telefonförsäljning och ångerrätt vid distansköp, lånekostnader samt rätten att reklamera. Materialet syftar till att öka konsumenters medvetenhet och kunskaper om dessa frågor. Under året har myndigheten särskilt spridit materialet på engelska och arabiska.

Det är svårt att med säkerhet säga i vilken utsträckning konsumenterna har tagit till sig budskapet i filmen, men den har nått en bred målgrupp. Filmen hade över 260 000 visningar på Youtube, som var den primära kanalen. Var femte person har sett hela filmen. Vi kan ändå anta att *Våra fem bästa tips* har gett konsumenter användbart stöd genom förebyggande information.

Samverkan

Ett nära samarbete med andra aktörer inom konsumentområdet är viktigt bland annat för att fånga upp aktuella konsumentproblem som rör fler aktörer samt utbyta erfarenheter. Det är också avgörande för att hålla informationen på hallåkonsument.se aktuell och uppdaterad.

Samordningsrådet, som består av representanter för de informationsansvariga myndigheterna, har under årets möten diskuterat gemensamma aktuella konsumentproblem samt hur samverkan kan komma att påverkas av att Konsumentverkets båda webbplatser slås samman under 2025.

Vi genomför kontinuerliga avstämningsmöten med Allmänna reklamationsnämnden för att diskutera aktuella konsumentfrågor.

Konsumentstödgruppen, med representanter från Konsumentverket, konsumentbyråerna, kommunala konsumentvägledare och organisationen Sveriges konsumenter, har delat erfarenheter om aktuella konsumentproblem. Detta har varit värdefull omvärldsbevakning som bidragit till bättre förutsättningar att hantera och svara på aktuella frågor. Samverkan sker även löpande med konsumentbyråerna. Konsumentverkets vägledning hänvisar löpande ärenden till byråerna för vidare vägledning och rådgivning.

Antal vägledningsfrågor för Hallå konsument 2022–2024

	2022	2023	2024
Antal vägledningsfrågor	**60 700**	**57 000**	**62 700**
Varav ECC-frågor	**5 700**	**5 600**	**7 400**

Resultatområde: Money from Sweden

Resultatmål

Money from Sweden är ett användbart jämförelseverktyg för remitteringar.

Money from Sweden är en webbtjänst som jämför kostnad och tid för att föra över pengar från Sverige till andra länder. Tjänsten är utvecklad för att stödja Agenda 2030-målet att en större andel av pengar som skickas till de fattigare delarna av världen kommer fram i stället för att försvinna som remitteringskostnader. Tjänsten avvecklas den 7 januari 2025.

Under året har kostnaderna för överföring av pengar från Sverige varierat mycket, framför allt beroende på leverantör och hur pengarna skickas. Som tidigare försvåras jämförelsen av förekomsten av negativa växelkurser. Många operatörer kräver inloggning eller konto för att visa erbjudanden eller verkliga kostnader. Det komplicerar Konsumentverkets jämförelser och försvårar för konsumenter att göra val utifrån korrekta bedömningar.

För att ingå i jämförelseverktyget ska landet finnas med på DAC:s (Development Assistance Committe) lista samt ha en stor representation, minst 5 000 invånare, i Sverige. Under året var det sidan om remitteringar till Irak som hade flest besök.

Cirka 90 procent av dem som kommer till webbtjänsten besöker endast startsidan och stannar kort tid vilket kan indikera att innehållet inte var det de trodde eller efterfrågade. 87 procent som besöker sajten kommer via betalda annonser. Prisjämförelsesidorna har haft 3 060 besök under året. Antalet besök har under alla år varit beroende av aktiva marknadsföringsinsatser. Att besöksantalet varit så lågt detta år kan förklaras med att endast begränsade marknadsförings-insatser genomförts.

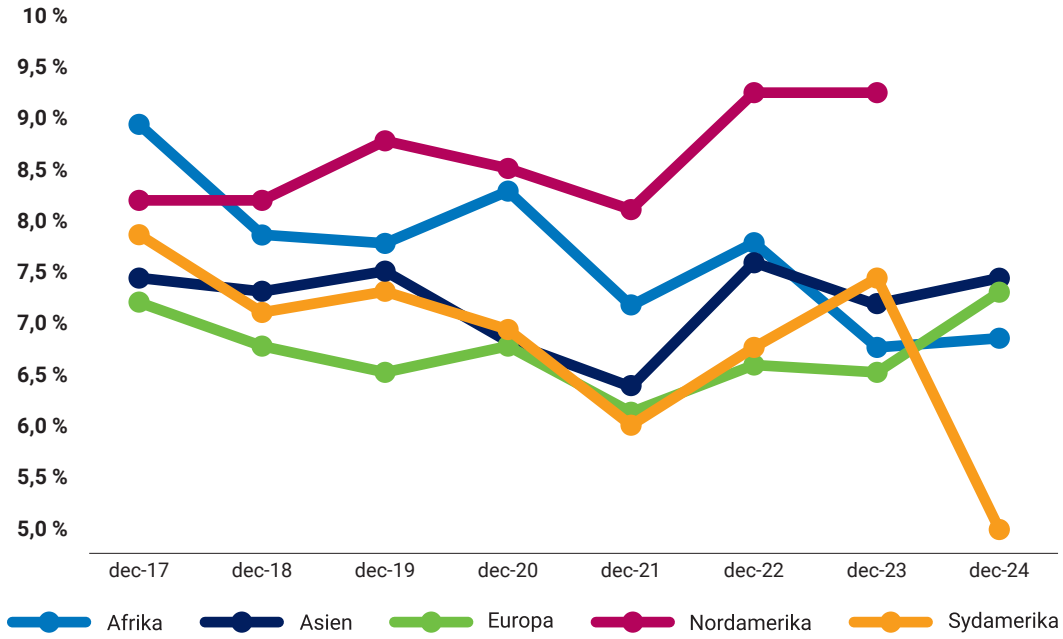


Besök på webbtjänsten Moneyfromsweden.se

	2022	2023	2024
Antal besök på webbplatsen	**174 100**	**104 000**	**24 200**

Kostnadsutveckling för att skicka 3 000 kronor från Sverige

Kostnad för att remittera 3 000 kr uttryckt som procentuell andel av det remitterade beloppet efter kontinent och år.



Kostnaden är ett medelvärde av de remitteringstjänster som finns i Konsumentverkets databas. Extremvärden är rensade från underlaget vilket innebär att kostnader större än 0 och mindre än 100 procent av det remitterade beloppet beaktats.

De länder som omfattas för respektive kontinent är samtliga länder i Konsumentverkets databas. Dessa länder varierar över tid vilket försämrar jämförbarheten.

Verksamhets-område

Kunskap

Resultatområde: Kunskapsbyggande
s. 44

Resultatområde: Stöd via andra aktörer
s. 46



Resultatområde: Kunskapsbyggande

Resultatmål

Konsumentverket gör användbara analyser om konsumentmarknader och konsumenters förutsättningar.

Inom ramen för resultatområde Kunskapsbyggande arbetar Konsumentverket utifrån uppdraget att bevaka och analysera marknader dels ur ett konsumentperspektiv, dels vad gäller förutsättningarna för konsumenter att agera på ett ur miljösynpunkt hållbart sätt. Målet att göra användbara analyser syftar främst till att ta fram analyser som förbättrar Konsumentverkets egen verksamhet men även analyser som kan vara användbara för andra aktörer. Resultatområdet inkluderar även arbetet med att ta fram och utveckla statistik inom myndighetens verksamhetsområde.

För Konsumentverket är statistik, omvärldsbevakning och analyser centrala underlag för beslut, planering, prioritering och utveckling av verksamheten. Ambitionen har de senaste åren varit att i högre grad styra det kunskapsbyggande arbetet mot verksamhetens egna behov vilket har gett resultat i form av ett förbättrat, utvecklat och ökat internt nyttjande av analyser och statistik. Myndigheten har även bidragit med relevant kunskap i externa sammanhang. Bedömningen är därför att resultatmålet för resultatområdet har uppnåtts.

Bevaka och analysera marknaderna

Konsumentverket har under året tagit fram kunskapsunderlag om eller med koppling till konsumentmarknaderna inom en rad områden. Det har varit en ambition att, i de fall det bedömts motiverat, inlemma ett beteendevetenskapligt perspektiv i de frågeställningar som har studerats.

Unga och reklam

Flera av undersökningarna har haft fokus på barn och unga, till exempel vad gäller marknadsföring med barn och unga som målgrupp.

I en kvalitativ studie med barn i åldern 13–17 år undersöktes ungas relation till reklam, där resultatet visar att unga möter reklam i princip överallt, de upplever inte personanpassad reklam som integritetskränkande samt tycker själva att de inte påverkas av reklam även om deras beteende visar på motsatsen.

Problematisk telefonförsäljning

Andra kunskapsunderlag har haft en viss marknad eller försäljningskanal som fokus, exempelvis telefonförsäljning. En undersökning visar att allt färre pratar med telefonförsäljare samt att färre ingår avtal och köper något via kanalen. Samtidigt visar undersökningen att bland dem som har köpt något är det fler som är missnöjda med sitt köp jämfört med tidigare mätningar. Samma undersökning visar också att 8 av 10 personer undviker samtal från telefonförsäljare, där den vanligaste metoden är att aldrig svara när det ringer från okända nummer. 9 av 10 är negativt inställda till att bli uppringda av företag utan en befintlig kundrelation. Det är en högre andel som pratat med en telefonsäljare bland personer med någon funktionsnedsättning och det är även fler i denna grupp som utsätts för aggressiv telefonförsäljning genom att samma säljare kontaktar konsumenten flera gånger. Analys utifrån genus visar att det är fler män än kvinnor som pratat med telefonförsäljare, och bland dem som köpt något är det fler kvinnor som upplever att de blev stressade till köp av telefonförsäljaren. Kvinnor är mer negativa till att bli kontaktade av företag där de inte redan är kund, jämfört med män. Kvinnor är även mer positiva till att telefonförsäljare bara får ringa till personer som gett sitt tillstånd i ett register, en så kallad opt-in-modell.

Regeringsuppdrag kundtjänst

Konsumentverket har även genomfört undersökningar bland personer med funktionsnedsättning, till exempel angående upplevda konsumentproblem samt produktsäkerhet. Resultatet visar att rädsla för bedrägerier upplevs vara det svåraste med att vara konsument idag, följt av överväldigande valmöjligheter samt svårigheter i samband med reklamationer och returer. Resultatet tar Konsumentverket med sig in i arbetet med ett pågående regeringsuppdrag *om kundtjänst*.

Konsumentskada för miljarder

Vidare har en konsumentskadeundersökning genomförts som visar den ekonomiska konsumentskadan på olika marknader och i samhället som helhet. Den totala konsumentskadan beräknades till minst 40 miljarder kronor årligen. Resultaten från undersökningen bedömdes som så intressanta att de kommer att följas upp under kommande år, för att kunna utläsa trender och mönster över tid.

Regeringsuppdrag prisinformation

Myndigheten har under året även arbetat med ett regeringsuppdrag om *vilka konsekvenser som nya bestämmelser om information vid prissänkningar i prisinformationslagen har fått för konsumentmarknaderna*. Uppdraget redovisades till Regeringskansliet i september 2024.

Myndigheten har därutöver svarat på ett antal remisser med anknytning till uppdraget att bevaka och analysera marknaderna ur ett konsumentperspektiv.

Bevaka och analysera konsumenters förutsättningar

Utifrån uppdraget att *bevaka och analysera konsumenters förutsättningar att agera på ett ur miljösynpunkt hållbart sätt* har Konsumentverkets huvudsakliga verksamhet bestått av löpande omvärldsbevakning både nationellt och internationellt och att utifrån kunskap om konsumenters förutsättningar bidra med inspel till andra aktörers arbete. När det har varit relevant och möjligt har även ett jämställdhetsperspektiv anlagts på analyserna. Ett exempel där myndigheten både bevakar kunskapsutvecklingen och bidrar med egen kompetens är forskningsprogrammet Mistra Sustainable Consumption, där Konsumentverket bland annat har deltagit i diskussioner om hur värderingar påverkar möjligheterna till en hållbar konsumtion. Ett exempel på sammanhang där Konsumentverket kunnat bidra med kunskap till andra myndigheter är Energimyndighetens arbete med ekodesign, där Konsumentverket bland annat gjort inspel till ett förslag för revidering av ekodesign och energimärkning för ugnar, spishällar och köksfläktar.

Därutöver har Konsumentverket svarat på åtskilliga remisser där konsumenters förutsättningar att agera på ett ur miljösynpunkt hållbart sätt varit i fokus.

Ta fram och utveckla statistik

Konsumentverket samlar och bearbetar löpande könsuppdelad statistik och data från konsumentupplysningen och anmälningar till myndigheten. Från 2023 använder hela myndigheten en gemensam klassificering vilket underlättar jämförbarhet. Konsumentverket har i sin långsiktiga verksamhetsinriktning lyft vikten av att nyttja data och digitala verktyg. Utifrån detta har arbetet med att utveckla och tillgängliggöra myndighetens statistik prioriterats. Verksamhetsanpassade statistikrapporter tas fram för att underlätta bevakning och prioritering av konsumentproblem samt för att effektivisera och förbättra verksamheten. Utöver detta lämnar myndigheten frekvent statistik om olika konsumentproblem till journalister. Som ett led i att tillgängliggöra statistiken för externa aktörer har Konsumentverket under året börjat publicera statistik för vägledningsärenden och anmälningsärenden på webben. Statistik har även publicerats löpande på Portalen, där kommunala konsumentvägledare hämtar information för att underlätta sitt stöd till konsumenter.

Vetenskapliga rådet

Konsumentverkets vetenskapliga råd består av nio forskare från olika akademiska discipliner. Rådet tillför kunskap om aktuell forskning samt bidrar i arbetet med utredningar och analyser. Under året har rådets arbete fokuserat på att bidra inför metodologiska vägval i olika studier samt till tänkbara åtgärder och perspektiv i Konsumentverkets analyser.

Vår bedömning är att kunskapsutbytet med vetenskapliga rådet har bidragit till en kunskapshöjning inom myndigheten och en ökad förståelse hos rådet för de konsumentproblem som Konsumentverket har att hantera.

Resultatområde: Stöd via andra aktörer

Resultatmål

Konsumentverket ger samhällsaktörer användbart stöd.

Resultatmålet att ge ett användbart stöd till samhällsaktörer tar sikte på att stödja kommunernas konsumentverksamhet, skolan, civila samhällets organisationer och andra yrkesgrupper. Stödet innefattar kunskaps- och metodstöd inom områdena konsumentskydd, konsumentlagstiftning samt budget- och skuldrådgivning. Konsumentverksamhet som finns lokalt i kommunerna utgör en viktig del av det samlade konsumentstödet men fler samhällsaktörer har bra förutsättningar att genom kunskapsspridning och information bidra till att konsumenter hittar rätt och får stöd.

Konsumentverkets stöd tas fram i dialog med de olika aktörerna utifrån deras behov och omvärldsfaktorer. Exempelvis bidrog både myndighetens egna och kommunernas konsumentvägledare med viktiga inspel till de nya e-kurserna om resor. Resor är ett område där konsumenter upplever många problem och ny lagstiftning gjorde det särskilt relevant att ta fram ny utbildning på området. Webbinarier är ett annat format där Konsumentverket fångar upp aktuella företeelser och förmedlar till flera olika yrkeskategorier.

Stödet tillgängliggörs och sprids på lämpligt sätt utifrån vem som är mottagare. Lärare hittar allt stöd på Konsumentverkets webbplats, för kommunernas konsumentverksamhet finns en särskild webbplats och exempelvis diakoner och Kriminalvårdens medarbetare hittar Konsumentverkets e-utbildningar på den egna organisationens intranät. Digital annonsering och nyhetsbrev är viktiga verktyg för att öka kännedomen om stödet.

Utifrån hur myndigheten arbetar med framtagande, spridning och revidering av stödet till samhällsaktörer bedömer vi att det stöd som erbjuds är användbart. Resultatet i utvärderingar och annan återkoppling från mottagarna bekräftar detta.

Stöd till kommunernas konsumentverksamhet

Konsumentverket ger ett omfattande och yrkesspecifikt stöd till kommunernas konsumentverksamhet i form av utbildning, information och verksamhetsstöd. Stödets utformning varierar över tid utifrån Konsumentverkets uppdrag, samhällsutvecklingen, händelser i omvärlden och behovet hos målgrupperna. Myndigheten utvecklar och förvaltar stödet i samråd med de yrkesverksamma och sakkunniga för att ge ett stöd som är aktuellt, relevant och skräddarsytt för kommunernas verksamhet.

Utbildning och information

Samtliga utbildningsinsatser, med undantag av de årliga yrkesdagarna, har genomförts digitalt, vilket ger alla samma förutsättningar att delta oavsett var i landet man arbetar. Arbetet med att paketera delar av kursinnehåll till e-kurser har fortsatt med syftet att göra dem mer tillgängliga. Den ökade flexibiliteten och möjligheten att ta del av utbildningarna flera gånger uppskattas och nyttjas av många.

Konsumentverket är medarrangör till de årliga nationella yrkesdagarna som respektive yrkesförening för konsumentvägledare och budget- och skuldrådgivare arrangerar. Konferenserna bidrar till kompetensutveckling och är en uppskattad mötesplats för aktörer inom konsumentområdet.

Extranätet Portalen är Konsumentverkets primära kanal för att nå ut till kommunernas konsumentverksamhet och där finns myndighetens samlade utbud av stöd. Det mest använda innehållet är forumen för erfarenhetsutbyte, sidorna för respektive yrkesroll, Fråga experten och nyhetsartiklar. Vi får återkommande positiv återkoppling om att nyheter vi förmedlar via Portalen är relevanta och viktiga för målgruppen.

Fråga experten är ett forum på Portalen där kommunernas vägledare och rådgivare kan få hjälp av experter på Konsumentverket och hos Kronofogden med att besvara komplicerade frågor från sina rådsökanden. Forumet fungerar också som en kunskapsbank och stödet leder till att fler konsumenter får hjälp med sina konsumentproblem. Under året har myndigheten också erbjudit livesända frågestunder där budget- och skuldrådgivare fått möjlighet att ställa frågor direkt till Kronofogdens experter. Omkring 100 budget- och skuldrådgivare har deltagit vid varje tillfälle.

Verksamhetsstöd

Konsumentverket erbjuder det webbaserade verktyget Boss+ till kommunernas budget- och skuldrådgivning. Cirka 230 kommuner arbetar i verktyget som möjliggör en effektivare rådgivning och administration. Verktyget utvecklas kontinuerligt i dialog med yrkesverksamma rådgivare och en efterfrågad funktion för arkivering och gallring har implementerats under året. Det har också påbörjats ett arbete för att tillgängliggöra den statistik som verktyget genererar.

Även annan statistik tillhandahålls, till exempel gällande konsumentproblem och kommunernas konsumentverksamhet. Syftet med statistiken är att utgöra underlag för både kommunernas utveckling av verksamheten och Konsumentverkets utveckling av stödet.

Myndigheten har arrangerat två digitala träffar för kommunala chefer med ansvar för konsumentverksamhet. Syftet var att möjliggöra erfarenhetsutbyte mellan kommuner och informera om det stöd som Konsumentverket erbjuder. Kommunrepresentanterna uppskattade särskilt att få ta del av hur andra kommuner arbetar som inspiration till att utveckla den egna verksamheten.

Regeringsuppdrag

I augusti rapporterades regeringsuppdraget *Förstärkt stöd till budget- och skuldrådgivningen*. Inom uppdraget genomfördes en översyn av Konsumentverkets rekommendationer för den kommunala budget- och skuldrådgivningen. Rekommendationerna tydliggör kommunernas ansvar att erbjuda en kvalificerad och tillgänglig budget- och skuldrådgivning som svarar mot den enskildes behov av stöd.

Inom ramen för uppdraget har flera aktiviteter genomförts för att öka kännedomen om kommunernas budget- och skuldrådgivning samt för att främja samverkan mellan lokala aktörer. 19 kommuner valde att delta i insatsen som har bidragit till ökad kännedom lokalt. Genom att öka kännedomen om det stöd som finns i samhället kan fler få hjälp att hantera en ekonomiskt svår situation, vilket gagnar både den enskilde och samhället i stort.



I början av året fick Konsumentverket ett regeringsuppdrag att *Utveckla och stärka stödet till den kommunala konsumentvägledningen*. Inom uppdraget har myndigheten kartlagt vilket stöd som finns för konsumenter både lokalt och nationellt. Vidare har både kommuner och konsumenter tillfrågats om behov av stöd och hur det bäst kan tillgodoses. Uppdraget redovisas senast den 1 mars 2025 och resultatet kommer att ligga till grund för att fortsätta utveckla och anpassa myndighetens stöd till kommunerna.

Stöd till skolan

Konsumentverkets stöd till skola syftar till att stärka elevers kunskaper om privatekonomi, konsumenträttigheter, reklam och hållbar konsumtion. Det sker främst inom ämnena hem- och konsumentkunskap i grundskolan och samhällskunskap i gymnasieskolan. Myndighetens stöd omfattar både fortbildning och färdiga lektioner. Uppföljningar visar att stödet är uppskattat, i synnerhet att det utgår från läroplanen, att en myndighet står för kvalitet i sakinnehållet och att materialet är komplett med lektionsupplägg och handledningar för både lärare och elever. Stödet nås via konsumentverket.se och sprids via digital annonsering, inlägg i Facebookgrupper, nyhetsbrev och på olika evenemang. Totalt gjordes drygt 47 000 nedladdningar från vår lektionsbank under 2024.

Utvecklingstakten på konsumentmarknaderna är hög, inte minst vad gäller marknadsföringsmetoder online. Myndigheten har därför fokuserat på att tillhandahålla kompetenshöjande innehåll om barn och reklam till yrkesverksamma lärare och lärarstuderande. Under 2024 deltog tre av de fyra lärosäten som utbildar hem- och konsument-kunskapslärare på Konsumentverkets utbildning om detta. Återkoppling från både arrangörer och deltagare på föreläsningarna visar att innehållet är intressant, relevant och användbart.

Samverkan inom skolområdet sker med bland andra Kronofogdemyndigheten, Finansinspektionen och Mediemyndigheten samt med lärar-utbildningarna i Göteborg och Umeå.



Stöd till övriga samhällsaktörer

Det finns många aktörer i samhället som möter ekonomiskt utsatta personer men som inte har i uppdrag att ge ekonomisk rådgivning, exempelvis diakoner, socialsekreterare och vårdpersonal. Genom ökad kunskap och motivation hos dessa aktörer vågar fler lyfta frågor om privatekonomi och hjälpa eller hänvisa till det stöd som finns inom kommunen. På så sätt kan fler ekonomiskt utsatta personer få det stöd de behöver.

Huvudbudskapet för arbetet med stöd till övriga aktörer är *Våga prata pengar*. Stödet består av webbinarier, nyhetsbrev, e-kurser och samtalsstöd. På webbinarierna har drygt 2 250 deltagit direkt och ett stort antal har tagit del av dem i efterhand. Utvärderingar visar att över 80 procent av deltagarna anser att de kommer att ha nytta av innehållet i sitt arbete. Antalet prenumeranter på nyhetsbrevet *Prata pengar* har mer än tredubblats under året och är nu uppe i drygt 2 500. Myndigheten deltog även på Socionomdagarna med bland annat en föreläsning om skuldsättning hos utrikesfödda. Konferensen var ett bra tillfälle att berätta om Konsumentverkets stöd och bedömningen är att närmare 300 socionomer fick information om stödet vi erbjuder.

Insatserna mot samhällsaktörer resulterar också i ökad kännedom om vilket stöd som finns i kommunerna samt Konsumentverkets egen vägledning och stödverksamhet. Dessa insatser fokuserar på privatekonomi, men konsumenträtt ingår som en naturlig del.

Myndigheten identifierar kontinuerligt nya aktörer som har förutsättningar att stötta personer med privatekonomiska problem. I en enkätundersökning bland bankernas privatekonomiska rådgivare konstaterades att kännedomen om kommunernas budget- och skuldrådgivning är låg. I dialog med berörda branschorganisationer har myndigheten därför tagit fram ett informationspaket till banker. Dessutom kommer Swedsec (branschorganet Svensk Värdepappersmarknads licensieringssystem) från 2025 att inkludera kunskapskrav om budget- och skuldrådgivning i sina licensieringstester för bankernas privatekonomiska rådgivare.

Myndigheten har vidare regelbundet föreläst om konsumenträtt på utbildningar som anordnas av det Nationella nätverket för finansiell folkbildning, *Gilla din ekonomi*, där Finansinspektionen är huvudansvarig. Genom nätverkets arbete har information nått ut till pensionärsorganisationer, diakoner och frivilliga samhällsarbetare.

Beräknade hushållskostnader

Konsumentverkets årliga beräkningar av hushållskostnader utgör referensvärden för några av hushållens vanligaste utgiftsområden. Beräkningarna utgår från friska personer i olika åldrar, kön och hushållsstorlekar och ger exempel på några vanliga hushållskostnader.

Beräkningarna används av många olika aktörer, exempelvis budget- och skuldrådgivare, myndigheter, skola och banker samt av privatpersoner. De sprids bland annat via verktyget budgetkalkylen, som öppna data, nedladdningsbara tabeller på Konsumentverkets webbplats samt i det digitala magasinet *Koll på pengarna*. Det pågår arbete med att göra beräkningarna ännu mer tillgängliga för privatpersoner som har behov av detaljerad information. Webbsidorna om beräknade hushållskostnader och budgetkalkylen är bland de mest besökta på konsumentverket.se och hallåkonsument.se.

Konsumentverket för en kontinuerlig dialog med Försäkringskassan om deras behov av referensmaterial för levnadskostnader. Försäkringskassan anser att beräkningarna bidrar till en mer enhetlig hantering av ärenden om merkostnader vid funktionshinder samt en effektivare handläggning. Myndigheten har också fortsatt samverkan med Socialstyrelsen och Kronofogden om riksnorm, normalbelopp och beräknade hushållskostnader.

Bidrag till civilsamhällets organisationer

Konsumentverket fick under 2024 inga nya anslag för statsbidrag till organisationer inom konsumentområdet. De medel som ändå betalades ut under året hänförde sig till tidigare meddelade tvååriga beslut.

Beslut om verksamhetsbidrag och organisationsbidrag

I januari betalades hela anslaget för 2024 ut till fem organisationer som tidigare beviljats medel i enlighet med dåvarande bemyndigande att bevilja bidrag för två år i taget.

Fördelning mellan verksamhetsbidrag och organisationsbidrag

Anslaget för 2024 uppgick till 6 159 000 kronor. Av anslaget fördelades 200 000 kronor som organisationsbidrag till två organisationer som har konsumentintresse som huvudsakliga område. 5 959 000 kronor fördelades som verksamhetsbidrag till fem organisationer. Besluten om bidrag hade fattats tidigare.

Redovisning av bidrag

Under våren 2024 har 16 organisationer redovisat verksamhetsbidragen de fått för 2022–2023. Tre av dessa redovisade också användningen av beviljade organisationsbidrag. Samtliga redovisningar godkändes. Ytterligare fem organisationer fick bidrag 2023 men eftersom de fick bidrag för två år sker deras redovisning först under våren 2025.

Samarbete med konsumentbyråerna

Myndighetens samarbete med konsumentbyråerna syftar till att säkerställa kompetens, utbyte av erfarenheter och att tydliggöra gränsdragningen inom det samlade konsumentstödet. Samverkan handlar om gemensamma sakfrågor inom ramen för Konsumentverkets verksamhet. Anställda vid myndigheten är representerade i styrelserna för Telekområdgivarna, Konsumenternas bank- och finansbyrå, Konsumenternas försäkringsbyrå samt Konsumenternas energimarknadsbyrå. Myndigheten erbjuder vidare kommunernas konsumentvägledare utbildning om byråernas verksamhet och aktuella konsumentproblem inom respektive område. Det skapar förutsättningar för en konstruktiv och nyttig dialog även mellan den kommunala vägledningen och byråerna.

Allmänna reklamationsnämnden

Konsumentverket bidrar med ledamöter till Allmänna reklamationsnämnden, ARN, där konsumenttvister prövas. Ett 50-tal medarbetare har under 2024 varit förordnade som ledamöter. Via Konsumentverket erbjuds kommunernas konsumentvägledare att delta som åhörare vid ARN-sammanträden vilket ger dem inblick i ARN:s arbete, kunskap om hur konsumentlagstiftningen kan tolkas och nämndens krav på bevisning.

Organisations- och verksamhetsbidrag (antal)

	2023		2024		2025	
	Inkomna	Beviljade	Inkomna	Beviljade	Inkomna	Beviljade
Organisationsbidrag	7	5	12	2	3	0
Verksamhetsbidrag	37	22	54	5	22	0

Utbetalade och återbetalade bidrag (tkr)

	2022	2023	2024
Tilldelat anslag	12 059	12 059	6 159
Utbetalade organisationsbidrag	600	600	200
Utbetalade verksamhetsbidrag	11 459	11 559	5 959
Återbetalda bidrag	269	563	0
Utgående anslag	269	563	0

Analys av Konsument-verkets effektmål



Analys av Konsumentverkets effektmål

Syftet med Konsumentverkets verksamhet kan utläsas i det konsumentpolitiska målet *Väl fungerande konsumentmarknader och en miljömässigt, socialt och ekonomiskt hållbar konsumtion.* Konsumentverket har konkretiserat syftet i form av två myndighetsgemensamma effektmål: *Konsumentskadan minskar* och *Hållbar konsumtion blir enklare*. Dessa bärs upp av de resultatmål som beskrivs i resultatredovisningen. I detta avsnitt beskrivs ett urval av våra insatser i relation till effektmålen. Avsnittet avslutas med ett resonemang om hur myndighetens måluppfyllelse relaterar till omvärldstrender.

Utmaningarna som beskrivs i *GD har ordet* är svåra och mångfacetterade. Till problembilden kan även läggas resultatet från en konsumentskade-undersökning som myndigheten har genomfört. Undersökningen baseras på erfarenheter hos ett riksrepresentativt urval av konsumenter under hösten 2024 och visar att konsumentskadan i Sverige uppgår till cirka 40 miljarder kronor om året. Det innebär att konsumentskadan är oförändrad jämfört med föregående år. Summan är trots sin storlek en kraftig underskattning av den totala konsumentskadan eftersom den inte inkluderar ”omedveten skada”, det vill säga när konsumenten inte vet att hen har drabbats av en skada, till exempel blivit vilseledd. Den inkluderar inte heller kostnader för fysiska skador som orsakas av varor och tjänster med bristande säkerhet, företagens och samhällets klagomåls- och reklamationshantering, tillsynsinsatser, vägledning, tvistelösning samt kostnader med koppling till konsumtionsrelaterad överskuldsättning.

För att tackla konsumentutmaningarna bedriver Konsumentverket en komplex verksamhet med insatser som spänner över en rad olika områden. Det är av stor vikt att vi med regelbundenhet analyserar måluppfyllelsen för våra två effektmål. På det sättet kan vi dra lärdomar för prioriteringar och fortsatt utveckling av verksamheten. Analysen har betydande metodutmaningar, såsom ofta är fallet för samhällsnyttiga verksamheter. Insatserna sker inte i en kontrollerad laboratoriemiljö där effekten av varje enskild insats kan utvärderas isolerat. Våra insatser sker snarare i en sjudande verklighet fylld av samexisterande och oplanerade händelser som gör det svårt att utröna exakta orsakssamband. Vi bedömer trots dessa utmaningar att vi kan göra en kvalificerad bedömning av måluppfyllelsen.

Resonemangen nedan utgår från ett antal redovisade exempel på insatser från verksamheten, men bygger på verksamheten i sin helhet. Insatser som bedöms ha minskat konsumentskadan inkluderar även sådant som bedöms ha förebyggt konsumentskada. På motsvarande sätt omfattar insatserna för att göra hållbar konsumtion enklare aktiviteter som förebygger att samma konsumtion blir svårare.

Verksamhetsområde Företag

Insatserna inom verksamhetsområde Företag syftar till att väsentligt bidra till att företagen följer de konsumentskyddande reglerna. Om så görs förväntas både konsumentskadan minska och hållbar konsumtion bli enklare.

Konsumentverkets strävan är att nå största möjliga regelefterlevnad med givna resurser. Vi vet att många av företagen vill göra rätt. Inom både marknads- och produktsäkerhetsområdet noterar vi att en mycket hög andel av företagen rättar sig frivilligt. Drygt åtta av tio av de företag vi påpekar överträdelser för åtgärdar felaktigheterna utan vidare åtgärd från myndighetens sida.

I fall där företagen inte rättat sig frivilligt kan Konsumentverket/KO vidta rättsliga åtgärder. KO har under året ansökt om stämning i sex fall och utfärdat elva förelägganden. I alla de domstolsavgöranden som meddelats under året där bolagen stämts till följd av bristande rättelse i tillsynen har KO haft framgång.



Konsumentverkets tillsynsinsatser har inte bara effekter på kort sikt utan även på lång sikt. Vid uppföljning av riktade tillsynsärenden som avslutats under första halvåret 2024 framgår att cirka 80 procent av bolagen fortsatt rättar sig. Ett annat exempel på varaktiga effekter är från den uppföljande granskning av hur reglerna i prisinformationslagen följs i e-handeln, som genomfördes under hösten i syfte att följa upp föregående års granskning. Årets granskning visade att det fortfarande finns brister även om resultatet var bättre än föregående år. Bolag som varit föremål för Konsumentverkets tillsyn följer i betydligt högre utsträckning lagen jämfört med de bolag som granskats för första gången. Sju av tio bolag som inte varit granskade tidigare visade brister, jämfört med två av tio bolag som tidigare granskats.

Dessutom följde tre av tio bolag lagen i år av dem som inte blivit granskade tidigare, jämfört med två av tio föregående år, vilket kan tolkas som att myndighetens tillsyn får vissa effekter på branschen som helhet och inte bara de granskade bolagen. Därutöver kan vår tillsyn av lagen och den stora mediala uppmärksamhet som den fått ha bidragit till att konsumenter är bättre informerade och därmed mer kritiska när de ställs inför ett till synes fördelaktigt reapris. Det är svårt att kvantifiera hur mycket dessa mekanismer sammantaget har minskat konsumentskadan. Med utgångspunkt i att omsättningen i e-handeln uppskattas till cirka 160 miljarder kronor årligen så innebär dock effekter så små som enstaka procent av omsättningen minskningar av konsumentskadan i miljardklassen.

Exempel på att myndighetens insatser kan ge spridningseffekter på branschen som helhet kan hämtas från ingångna och omförhandlade branschöverenskommelser. Exempelvis trädde nya fjärrvärmevillkor i kraft 2023 och efterlevnaden kontrollerades under året. Branschorganisationen åtog sig i och med överenskommelsen att informera medlemsföretagen om innehållet och att verka för att de nya avtalsvillkoren skulle användas. Vid kontroll av efterlevnaden kunde vi konstatera att 126 av 146 bolag använde de nya avtalsvillkoren. Branschorganisationen ombads och åtog sig då att stöta på de resterande 20 medlemsföretagen. Vi anser att detta visar god effekt av arbetet med branschöverenskommelser där bransch-organisationerna har en viktig roll för att säkerställa efterlevnad. Under 2024 har fem överenskommelser omförhandlats, som vi sannolikt kommer kunna se effekter av under kommande år.

Under året har Konsumentverket inte bara drivit mål i domstol som konsekvens av bolags bristande rättelse i tillsynen utan har även drivit flera mål för att få rättspraxis i viktiga frågor för konsument-kollektivet. Att rättsläget klargörs gynnar såväl konsumenter som företag.

Ett exempel är att KO stämde företaget Ellos som har flera olika betalningsalternativ och där en kredit presenterades som första alternativ trots att det fanns möjlighet för konsumenten att betala direkt. Enligt lag ska möjligheten att betala direkt anges som första alternativ. KO förlorade målet i Patent- och marknadsdomstolen (PMD) och nu har även Patent- och marknadsöverdomstolen (PMÖD) prövat frågan. PMÖD konstaterar att det ska ställas särskilda krav för att det ska anses finnas ett ansvar för e-handelsföretaget och att ett förbud inte är aktuellt. PMÖD har även kommit fram till att det finns frågor i målet som skulle behöva prövas av Högsta domstolen (HD) och KO har därför överklagat domen och begärt prövningstillstånd hos HD.

Ett annat exempel är att KO under året har drivit en tvist i Stockholms tingsrätt för en privatpersons räkning i syfte att klarlägga vad som gäller när en bedragare har lurat personer att själva föra över eller flytta pengar. Tingsrätten har kommit fram till att överföringen var behörig trots att konsumenten lurats att överföra pengarna. Domstolen har även kommit fram till att konsumenten inte bevisat att banken Nordea varit vårdslös genom att inte erbjuda säkerhetssystem som skulle ha upptäckt bedrägeriet. Tingsrätten har därför avslagit konsumentens krav. Domen har överklagats till hovrätten.

Båda dessa exempel är belysande eftersom de visar att oavsett utgång kan domstolsprövningar resultera i minskad konsumentskada.
Om domstolen går på KO:s linje minskar konsumentskadan eftersom företaget behöver rätta sig, vilket sannolikt får spridningseffekter till andra företag i samma bransch.
Om domstolen går emot KO:s linje kan det åskådliggöra icke önskvärda resultat av lagens tillämpning, vilket kan utgöra skäl för Konsumentverket att påtala behov av regelförändring i en riktning som i förlängningen minskar konsumentskadan.

Marknadskontrollärenden är viktiga insatser som vi återkommande genomför i samverkan med Tullverket för att redan vid gränsen stoppa varor som inte överensstämmer med lagstiftningens krav. Under året har Konsumentverket handlagt 35 sådana tullärenden. Genom samverkan har vi förhindrat cirka 370 000 felaktiga eller farliga artiklar från att nå den svenska marknaden under året. Detta innebär att Konsumentverket i vart fall i betydande omfattning har minskat risken för fysisk konsumentskada. Beroende på artiklarnas karaktär kan myndigheten även ha gjort socialt, ekonomiskt eller miljömässigt hållbar konsumtion enklare.



Konsumentverkets internationella arbete möjliggör kraftfull samverkan med ett stort antal länder och påverkan på EU-lagstiftning som kan minska konsumentskadan och göra hållbar konsumtion enklare i både Sverige och andra länder. Konsumentverket har exempelvis, tillsammans med den nederländska konsumentskyddsmyndigheten, koordinerat en EU-gemensam insats gällande personanpassade priser på dejtingplattformen Tinder. Som ett resultat av insatsen åtog sig bolaget bakom Tinder att informera konsumenter om den personanpassade prissättningen på plattformen, samt varför vissa konsumenter får personliga rabatterade erbjudanden. På så sätt kan svenska konsumenter ta mer välinformerade köpbeslut vilket borgar för en minskad konsumentskada.

Myndigheten har även arbetat aktivt både nationellt och på EU-nivå med tillämpningen av förordningen om en inre marknad för digitala tjänster (DSA), som började tillämpas i februari 2024. Konsumentverket har också bidragit med kunskap om och synpunkter på ny och reviderad konsumentskyddslagstiftning, bland annat genom att besvara kommissionens offentliga samråd, remisser, deltagit i diskussioner och besvarat enkäter. Arbetet har under året främst tagit sikte på frågor kopplade till Europeiska kommissionens översyn av konsumentskyddslagstiftningen, *Digital Fairness Fitness Check* samt den kommande nya konsumentagendan för 2025–2030 och *Digital Fairness Act* som förväntas presenteras under 2025. När Konsumentverket bidrar till EU-lagstiftning på ett sätt som gagnar svenska förhållanden och konsumenter ökar förutsättningarna för att lagstiftningen minskar konsumentskadan och gör hållbar konsumtion enklare.

Verksamhetsområde Konsument

Konsumentverket arbetar för att ge konsumenterna användbart stöd. Det handlar främst om olika former av vägledning inom ramen för Konsumentverkets upplysningstjänst. I den personliga vägledningen har vägledarna hjälpt över 55 000 konsumenter, varav cirka 35 000 via telefon. Den nöjdhetsundersökning som vi har genomfört sedan 2019 visar att nyttan med telefonvägledningen fortsatt är mycket stor. Cirka 80 procent uppger att de har fått svar på sin fråga och nästan lika många uppger svaret var tydligt och lätt att förstå.

När Konsumentverket kan hjälpa fler konsumenter via skriftlig information ökar möjligheten för dem som behöver hjälp via telefon att komma fram. Under året har vi därför arbetat med att utveckla vägledningen på hallåkonsument.se, vägledningens webbaserade frågeforum, en AI-assistent samt kommunikation via sociala medier. AI-assistenten är en chattjänst som bygger på artificiell intelligens med syfte att avlasta den personliga vägledningen och att ge konsumenter svar på frågor dygnet runt. Arbetet med att utvärdera och förbättra verktyget fortsätter under 2025, vilket gör att det är för tidigt att säga något om effekten. Vi har under året arbetat aktivt med frågor och svar i frågeforumet på hallåkonsument.se. Genom frågeforumet når vi ut till många konsumenter samtidigt, både vid frågor som är relevanta över tid och vid aktuella händelser.

Även om myndigheten inte har information om vad som händer i respektive ärende efter avslutade vägledningsinsatser kan vi konstatera att många konsumenter får hjälp och att de tycker att vårt stöd är användbart.

”Så glad att denna tjänst finns då det inom bygg finns så mycket som man inte har koll på och som de fakturerar för. Nu vet jag mina rättigheter och hur jag kan ta detta med byggfirman. Vet också vad jag ska göra om de driver detta vidare till inkasso med mera.” (ur Konsumentverkets nöjdhetsundersökning 2024)

Det talar för att myndigheten påtagligt ökar konsumentens chanser att nå framgång i sitt ärende, i de fall missnöjet är juridiskt befogat. Det i sin tur innebär att konsumentskadan minskar. Dessvärre måste samtidigt konstateras att Konsumentverket inte kan svara upp mot konsumenternas hjälpbehov. Exempelvis har endast cirka hälften av alla inkommande samtal kunnat besvaras, trots att tjänstens kapacitet ökat under året till följd av ett stabilare personalläge. Trots ett intensivt arbete med att vägleda resurseffektivt och i målgruppsanpassade kanaler finns, med nuvarande resurstilldelning, ingen möjlighet att hjälpa alla som söker vårt stöd.

Konsument Europa, den svenska delen av det EU-medfinansierade nätverket för European Consumer Centres, ECC, är organiserat hos Konsumentverket. Konsument Europa ger rådgivning till konsumenter som handlat gränsöverskridande i Europa, Norge, Island och Storbritannien och får också höga betyg i nöjdhetsmätningarna.

Cirka 73 procent är nöjda eller mycket nöjda med det stöd som Konsument Europa ger. Den medling mellan konsument och företag som omfattas av tjänsten är en effektiv metod i hanteringen av gränsöverskridande konsumentproblem. Konsument Europa har tillsammans med övriga ECC-kontor åstadkommit en hög grad av framgång via medling; över hälften av medlingsinitiativen har löst konsumentens problem. ECC-kontoren har gjort en sammanställning över hur mycket pengar konsumenter har fått tillbaka som följd av nätverkets insatser. Den visar att Konsument Europa under 2024 har hjälpt konsumenter att få tillbaka 3 miljoner kronor, varav cirka 30 procent till konsumenter i Sverige och 70 procent till konsumenter i andra ECC-länder. Det är rimligt att anta att dessa pengar inte kommit konsumenterna till del utan Konsument Europas insatser, varför en väsentligt minskad konsumentskada till följd av dessa insatser får anses påvisad.

Verksamhetsområdet har, med sina många konsumentkontakter, möjlighet att delge viktig information till konsumenter. Genom att kontinuerligt bevaka vår klagomålsstatistik har vi kunnat lägga ut foruminlägg och sociala medieinlägg kopplat till företag som får en ökad mängd klagomål. Det har gjort att vi har kunnat ge information till många fler konsumenter än enbart de som kontaktar myndigheten personligen. Till följd av informationen har konsumenternas förutsättningar att göra övervägda och kloka val ökat.

En viktig informationsöverföring i motsatt riktning är den som konsumenter ger myndigheten genom olika kontaktkanaler. På detta sätt fångar Konsumentverket upp viktiga och utbredda konsumentproblem. Genom intern samverkan och i kombination med andra underlag leder sådan information ofta till prioriteringar och insatser inom andra verksamhetsområden. Verksamhetsområdet har därför inte bara en direkt, ”egen” påverkan på effektmålen utan bidrar även indirekt till effekter som uppstår till följd av insatser inom andra verksamhetsområden.

Verksamhetsområde Kunskap

Inom verksamhetsområde Kunskap samlas den kunskapsbyggande kärnverksamheten liksom insatser för att stödja samhällsaktörer. Analyser från det kunskapsbyggande arbetet kan ge resultat som Konsumentverket bedömer är värdefulla att kommunicera externt till konsumenter och andra aktörer. Sådan information kan i förlängningen ha påverkan på båda effektmålen, till exempel genom att lagar ändras.

Påverkan på effektmålen uppnås även när analyserna används internt i verksamheten. Analyserna används då för att prioritera och fokusera verksamheten på de mest relevanta insatserna som gör störst nytta för konsumenterna.

Ett resultatmål inom verksamhetsområdet är att ge användbart stöd till andra aktörer som möter konsumenter. Det handlar om att sprida kunskap och ge metodstöd inom områdena konsumentskydd, konsumentlagstiftning samt budget- och skuldrådgivning. Mottagare är kommunernas konsumentverksamhet, skolan, civila samhällets organisationer och andra relevanta yrkesgrupper. Stödet tas fram i nära dialog med aktörerna med regelbundna utvärderingar och anpassningar utifrån återkoppling från målgruppen. Exempelvis bidrog både myndighetens egna och kommunernas konsumentvägledare med viktiga inspel till de nya e-kurserna om resor. Resor är ett område där konsumenter upplever många problem och ny lagstiftning gjorde det särskilt relevant att ta fram ny utbildning på området.

Konsumentverket ger ett omfattande stöd till kommunernas konsumentverksamhet där grundutbildningen för konsumentvägledare och budget- och skuldrådgivare är basen. Eftersom utbildningen är yrkesspecifik, anpassad för målgruppen och inte ges av någon annan aktör är den en förutsättning för att kommunerna ska kunna bedriva en verksamhet med kvalitet. Utvärderingar visar genomgående på stor nöjdhet med våra specifika insatser.

Det stöd till samhällsaktörer som Konsumentverket erbjuder har en indirekt effekt på effektmålen genom att förbättra förutsättningarna för samhällsaktörer att på olika sätt stötta konsumenter som de möter. I nästa led förbättrar det möjligheterna för konsumenter att tillvarata sina konsumenträttigheter. Detta gäller både i relation till målet att konsumentskadan minskar och att hållbar konsumtion blir enklare. Denna kedja av effekter gör det svårt att kvantifiera effekten av Konsumentverkets insatser. Mot bakgrund av att samhällsaktörerna återkommande tar del av och är nöjda med stödet gör vi dock bedömningen att våra insatser i vart fall på ett betydande sätt bidrar till att minska konsumentskadan och göra hållbar konsumtion enklare.

Avslutande resonemang

Utifrån resonemangen i detta avsnitt bedömer Konsumentverket sammantaget att myndigheten påtagligt har minskat konsumentskadan och gjort hållbar konsumtion enklare. Dessa bedömningar ska dock ses isolerat och i ett ”allt annat lika” -perspektiv, det vill säga sett med tankefiguren att det enda som påverkar våra effektmål är de insatser som vi själva genomför. Så är förstås inte fallet.

Många omvärldstrender är av sådan karaktär och drivs av så snabb teknisk utveckling och starka kommersiella krafter att de i hög grad styr konsumenternas förutsättningar. I *GD har ordet* beskrivs några sådana trender som påverkar konsumentskadans totala storlek och förutsättningarna för hållbar konsumtion, och som i regel ligger utanför myndighetens kontroll. Vår samlade bedömning är att omvärldstrenderna till övervägande del utgör krafter som verkar i motsatt riktning i förhållande till våra effektmål, det vill säga de tenderar att öka konsumentskadan och försvåra hållbar konsumtion, såväl socialt och ekonomiskt som miljömässigt. Även om våra insatser är kostnadseffektiva medger våra begränsade resurser, hur väl de än prioriteras, insatser i en volym som inte till närmelsevis lyckas väga upp omvärldstrenderna. Den bedömningen gäller även när vi inkluderar de viktiga insatser som andra aktörer gör, inte minst kommunala konsumentvägledare, budget- och skuldrådgivare och andra myndigheter.

Konsumentverket kan i detta sammanhang inte nog understryka att myndighetens insatser bara kan vara **komplementära**, och aldrig **substitut**, till välavvägda strukturer i form av lagstiftning och resurser. Effekten av myndighetens insatser kan med andra ord aldrig uppväga brister i strukturella faktorer, men däremot förstärka och samverka med effekten av goda strukturella faktorer. Exempelvis kan effekten förmodas vara blygsam på unga vuxnas benägenhet att ta högkostnadskrediter. Tillsyn i begränsad skala av marknadsföring av krediter och stöd till undervisning i privatekonomi väger för lätt i ett samhälle där krediterna är synnerligen lättåtkomliga och där möjligheten för seriösa kreditgivare att få en helhetsbild av konsumentens återbetalningsförmåga saknas.

Konsumentverket kommer i det fortsatta arbetet att kombinera ansträngningar för att åstadkomma ännu större konsumentnytta med givna resurser med att fortsatt lyfta behov av en lagstiftning som i högre utsträckning än idag understödjer arbetet med att nå det konsumentpolitiska målet, där vi ser behov av det. För att möta nuvarande och framväxande problem och behov krävs dock insatser för ökad regelefterlevnad och konsumentstöd i betydligt större omfattning än vad de resurser myndigheten förfogar över medger.



Personal och kompetens-försörjning



Personal och kompetensförsörjning

Ett stort fokus har legat på arbetet med arbetsplatsstrategi och arbetsplatsprojekt inför inflyttning i flexibelt kontor. Personalrörligheten har under året varit mycket låg.

Personalstruktur

Antalet tillsvidareanställda är på ungefär samma nivå som förra året. Fördelningen mellan män och kvinnor är oförändrad, det vill säga 72 procent kvinnor och 28 procent män. Genomsnittsåldern har ökat med ett år till 45 år vid årets slut.

Kompetensförsörjning

Under året har 18 nya medarbetare rekryterats till Konsumentverket varav 7 tillsvidareanställda och 11 tidsbegränsat anställda. Sammanlagt avslutades 8 tillsvidareanställningar, varav 1 på grund av ålderspension.

Antalet som slutat har varit väsentligt färre än på många år. Denna förändring har naturligt inneburit att vi rekryterat i mindre omfattning än på länge.

Myndighetens medarbetare har deltagit i ett 60-tal externa individuella utbildningar. Utöver detta har 17 internt arrangerade utbildningar genomförts. Det är färre än förra året, bland annat beroende på få nyanställda i myndigheten. 7 av dem har varit behovsanpassade utbildningar för grupper och 10 har varit introduktionsutbildningar för nyanställda. Några exempel på lite större interna grupputbildningar under året är *Våld i nära relationer, Motstånd som möjlighet, När krisen eller kriget kommer,* en inspirationsföreläsning om AI samt en föreläsning om kvinnors hälsa mitt i livet. Vi bedömer att kompetenspåfyllnaden i form av utbildningar i hög utsträckning svarat mot behoven i verksamheten.

Under året har vi även undersökt och arbetat med bilden av Konsumentverket som arbetsgivare. Utvecklingsarbetet fortsätter i mer konkret form under kommande år.

Som en del av samverkansarbetet Staten i Värmland har flera värmländska myndigheter visat intresse för samarbete när det gäller gemensamma insatser för kompetensutveckling. Under senhösten träffades några värmländska myndigheter och hade inledande diskussioner om gemensam kompetensutveckling där förhoppningen är att kunna genomföra någon sådan insats per år. Samverkan mellan myndigheter har också planerats genom att vi slutit överenskommelse med i dagsläget tre andra myndigheter om personallån i fredstida kris.

Personal (antal)

	2022	2023	2024
Anställda den 31/12	**177**	**188**	**187**
– antal kvinnor	128	136	135
– varav tillsvidareanställda	174	186	183
– varav tidsbegränsat anställda	3	2	4
Tillsvidareanställda som avslutat sin anställning	**31**	**26**	**8**
– på grund av pension	3	1	1
– annan orsak	28	25	7

Arbetsförutsättningar och arbetsmiljö

Under året har arbetet fortsatt för att förverkliga den arbetsplatsstrategi som beslutades 2023. Arbetet bedrivs som ett projekt med hög delaktighet från alla medarbetare. Under andra halvåret har ombyggnation av lokalerna påbörjats och tillgång till endast en begränsad del av vårt kontor har påverkat arbetsförutsättningarna och arbetsmiljön. En tillfälligt ökad flexibilitet vad gäller arbete på distans har införts för att underlätta arbetet. Personalsociala aktiviteter har genomförts som vanligt vilket gett tillfällen att träffa kollegor för att stärka gemenskap och samhörighetskänsla. Extra hälso- och friskvårdssatsningar har erbjudits för att uppmuntra ansvar för den egna hälsan.

Säkerhetsfrågorna har en hög aktualitet hos Konsumentverket liksom för staten i övrigt. En översyn har gjorts av myndighetens *Vägledning för otillåten påverkan* samt incidentrapporteringen inom detta område. Myndigheten har också tagit fram ett material för genomgång på arbetsgruppsnivå inom området personsäkerhet. En så kallad inrymningsövning har också genomförts.

Samarbete är en av de professionella förmågor som myndigheten lyfter som särskilt viktiga. Som ett led i det förebyggande arbetsmiljöarbetet har två modeller för att ytterligare utveckla och hantera samarbetsförmågan tagits fram för chefer och medarbetare (förebyggande konflikthanteringsmodell samt modell för att be om återkoppling).

Myndighetens processer för det systematiska arbetsmiljöarbetet ger stöd i det dagliga arbetsmiljöarbetet för både chefer, medarbetare och de fackliga organisationerna. Ledar- och medarbetaruppföljning är uppbyggd i fyra delar och innehåller både enkät- och dialogdelar. Arbetet har genomförts enligt plan och resultaten från enkäter och dialoger visar ett fortsatt stort engagemang, hög grad av trygghet och tillit inom myndigheten samt ett mycket väl fungerande samarbete mellan såväl kollegor som mellan medarbetare och chefer.

Under året har samverkansavtalet med arbetstagarorganisationerna uppdaterats. Avtalet, som funnits sedan 2011, är nu enklare och mindre detaljerat för att passa det väl fungerande arbetssätt som utvecklats under åren.

En policy och en överenskommelse om distansarbete utomlands har arbetats fram och under sommaren och hösten har några chefer och medarbetare använt sig av möjligheten. Under hösten upphandlades ny företagshälsovård.

Sjukfrånvaro

Den totala sjukfrånvaron har stigit något jämfört med förra året. Både den korta och den långa sjukfrånvaron har ökat men är fortfarande lägre än 2022. Antalet långtidsfrånvarande har skiftat under året och arbetslivsinriktad rehabilitering pågår i de fall det är möjligt. Kvinnors och mäns sjukfrånvaro ligger procentuellt sett relativt lika.

Sjukfrånvaro

	2022	2023	2024
Total sjukfrånvaro i procent av tillgänglig arbetstid	**4,88**	**3,75**	**4,39**
Kvinnors sjukfrånvaro i procent av tillgänglig arbetstid	5,56	3,92	4,53
Mäns sjukfrånvaro i procent av tillgänglig arbetstid	3,04	3,31	4,03
Sjukfrånvaro för åldersgruppen 29 eller yngre i procent av tillgänglig arbetstid	2,09	2,65	2,54
Sjukfrånvaro för åldersgruppen 30–49 år i procent av tillgänglig arbetstid	5,06	2,92	4,88
Sjukfrånvaro för åldersgruppen 50 år eller äldre i procent av tillgänglig arbetstid	5,20	5,33	4,07
Långtidssjukfrånvaro (60 kalenderdagar eller mer) i procent av total sjukfrånvaro	60,37	53,26	58

Finansiell redovisning

Resultaträkning
s. 62

Balansräkning
s. 63

Anslagsredovisning
s. 65

Tilläggsupplysningar och noter
s. 67

Sammanställning över väsentliga uppgifter
s. 78



Resultaträkning

Belopp i tusental kronor

	Not	2024	2023
Verksamhetens intäkter			
Intäkter av anslag	1	180 519	167 060
Intäkter av avgifter och andra ersättningar	2	3 492	2 809
Intäkter av bidrag	3	5 635	7 966
Finansiella intäkter	4	633	797
Summa verksamhetens intäkter		**190 279**	**178 632**
Verksamhetens kostnader			
Kostnader för personal	5	−146 886	−130 405
Kostnader för lokaler		−11 024	−10 646
Övriga driftkostnader	6	−30 724	−34 286
Finansiella kostnader	7	−139	−153
Avskrivningar och nedskrivningar		−1 506	−3 142
Summa verksamhetens kostnader		**−190 279**	**−178 632**
Verksamhetsutfall		**0**	**0**
Uppbördsverksamhet	8		
Intäkter av avgifter m.m. som inte disponeras		1 125	2 812
Medel som tillförts statens budget från uppbördsverksamhet		−1 125	−2 812
Saldo uppbördsverksamhet		**0**	**0**
Transfereringar			
Medel som erhållits från statens budget för finansiering av bidrag		7 059	13 996
Lämnade bidrag	9	−7 059	−13 996
Saldo transfereringar		**0**	**0**
Årets kapitalförändring		**0**	**0**

Balansräkning

Belopp i tusental kronor

	Not	2024-12-31	2023-12-31
TILLGÅNGAR			
Immateriella anläggningstillgångar	10		
Rättigheter och andra immateriella anläggningstillgångar		3 175	486
Summa		**3 175**	**486**
Materiella anläggningstillgångar	11		
Förbättringsutgifter på annans fastighet		9	23
Maskiner, inventarier, installationer m.m.		1 071	2 252
Pågående nyanläggningar		1 366	135
Summa		**2 446**	**2 410**
Kortfristiga fordringar	12		
Kundfordringar		480	134
Fordringar hos andra myndigheter		2 558	2 332
Övriga kortfristiga fordringar		51	1 125
Summa		**3 089**	**3 591**
Periodavgränsningsposter	13		
Förutbetalda kostnader		5 789	5 447
Upplupna bidragsintäkter		1 204	195
Övriga upplupna intäkter		17	−1 125
Summa		**7 010**	**4 517**
Avräkning med statsverket	14		
Avräkning med statsverket		−2 336	−7 075
Summa		**−2 336**	**−7 075**
Kassa och bank	15		
Behållning räntekonto i Riksgäldskontoret		18 761	24 010
Summa		**18 761**	**24 010**
Summa tillgångar		**32 145**	**27 939**

	Not	2024-12-31	2023-12-31
KAPITAL OCH SKULDER			
Myndighetskapital	16		
Balanserad kapitalförändring		0	0
Kapitalförändring enligt resultaträkningen		0	0
Summa		**0**	**0**
Avsättningar	17		
Avsättningar för pensioner och liknande förpliktelser		787	983
Övriga avsättningar		833	722
Summa		**1 620**	**1 705**
Skulder m.m.	18		
Lån i Riksgäldskontoret		5 622	2 761
Kortfristiga skulder till andra myndigheter		4 664	4 663
Leverantörsskulder		8 640	5 878
Övriga kortfristiga skulder		2 303	2 296
Summa		**21 229**	**15 598**
Periodavgränsningsposter	19		
Upplupna kostnader		9 236	10 636
Oförbrukade bidrag		60	-
Summa		**9 296**	**10 636**
Summa kapital och skulder		**32 145**	**27 939**

Anslagsredovisning

Belopp i tusental kronor

Redovisning mot anslag	Not							
Anslag		**Ingående överförings-belopp**	**Årets tilldelning enl. regleringsbrev**	**Om-disponerat anslag**	**Indragning**	**Totalt disponibelt belopp**	**Utgifter**	**Utgående överförings-belopp**
Uo 18 02:001 ap. 1 Ramanslag Konsumentverket	20	6 167	171 872	694	−1 898	176 835	−176 810	25
Uo 18 02:001 ap. 2 Ramanslag Rättegångskostnader	21	-	3 000			3 000	−1 669	1 331
Uo 18 02:001 ap. 3 Ramanslag Webbaserad informationstjänst för remitteringar	22	490	3 200		−394	3 296	−2 052	1 244
Uo 18 02:004 ap. 2 Ramanslag Deltagande i standardiseringsarbete	23	-	900			900	−900	0
Uo 18 02:004 ap. 9 Ramanslag Stöd till organisationer på konsumentområdet	24	563	6 159		−563	6 159	−6 159	0
Summa totalt		**7 220**	**185 131**	**694**	**−2 855**	**190 190**	**−187 590**	**2 600**

Avslutade anslag	**Not**	**Ingående överförings-belopp**	**Årets tilldelning enl. regleringsbrev**	**Om-disponerat anslag**	**Indragning**	**Totalt disponibelt belopp**	**Utgifter**	**Utgående överförings-belopp**
Uo 18 02:001 ap. 9 Ramanslag EU:s geoblockeringsförordning	25	694		−694				
Uo 18 02:004 ap.1 Ramanslag Förstärkt statsbidrag till organisationer på konsumentområdet								
Summa avslutade anslag		**694**	**0**	**−694**	**0**	**0**	**0**	**0**
Summa totalt		**7 915**	**185 131**	**0**	**−2 855**	**190 190**	**−187 590**	**2 600**

Inkomsttitlar

Belopp i tusental kronor

Redovisning mot inkomsttitel	Not		
Inkomsttitel	26	**Beräknat**	**Inkomster**
2714 212 Sanktionsavgifter enligt konsumentkreditlagen		-	1 125
Summa 2714 Sanktionsavgifter m.m.		**-**	**1 125**

Bemyndiganderedovisning

Äldre beställningsbemyndiganden avseende anslag 2:4 ap. 9, Stöd till organisationer på konsumentområdet, redovisas inte i årsredovisningen eftersom samtliga ekonomiska åtaganden som fanns vid årets början 2024 har redovisats mot anslag under året. Detta innebär att inga utestående ekonomiska åtaganden vid årets slut finns kvar att redovisa.

Tilläggsupplysningar och noter

Redovisnings- och värderingsprinciper

Allmänt

Belopp anges i tusental kronor (tkr) där annat ej anges. Myndighetens redovisning följer god redovisningssed och årsredovisningen är upprättad i enlighet med förordningen (2000:605) om årsredovisning och budgetunderlag och förordningen (2000:606) om myndigheters bokföring, samt ESV:s föreskrifter och allmänna råd till dessa. Summeringsdifferenser kan förekomma vid manuella summeringar.

Brytdag

Brytdag för den löpande redovisningen är den 3 januari 2025. Fakturor som inkommit eller ställts ut efter detta datum och som avser 2024 redovisas under rubriken periodavgränsningsposter i balansräkningen. Beloppsgräns för periodisering av intäkter och kostnader har fastställts till 20 tkr exklusive moms. Även mindre belopp kan periodiseras i de fall det bedöms nödvändigt.

Fordringar och skulder

Fordringar och skulder har värderats var för sig och tagits upp till belopp som beräknas bli betalt.

Värdering av anläggningstillgångar

Tillgångar för stadigvarande bruk med en bedömd ekonomisk livslängd om minst tre år och en anskaffningskostnad på minst 20 tkr redovisas som materiella anläggningstillgångar. Ett objekt kan ses som anläggningstillgång även om anskaffningsvärdet understiger 20 tkr i de fall det ingår som en del i en fungerande enhet. Beloppsgränsen för immateriella anläggningstillgångar är 100 tkr.

När det gäller immateriella tillgångar särskiljs utgifter som avser utveckling från forskning.

Utgifter för utveckling ses som investering under förutsättning att ovanstående definition uppfylls. Däremot betraktas utgifter avseende forskning, exempelvis förstudie, inte som investering utan som driftkostnad. Motsvarande princip gäller för uppgradering av befintliga IT-system. Materiella anläggningstillgångar som är under uppförande redovisas som pågående nyanläggningar.

Linjär avskrivning har gjorts på anskaffningsvärdet utifrån den bedömda ekonomiska livslängden. Avskrivning görs månadsvis.

Följande avskrivningstider har tillämpats:

- Immateriella tillgångar 3 år
- Förbättringsutgifter på annans fastighet 3 år, 5 år, 6 år
- Datorer och kringutrustning 3 år
- Övriga inventarier 3 år, 5 år

Enligt regleringbrev 2023-12-21 (Fi 2023/03172 (delvis)) har Konsumentverket ett undantag från ekonomiadministrativa regelverket.
Detta innebär att bestämmelsen i 2 kap. 1§ kapitalförsörjningsförordningen (2011:210) om att en myndighets investeringar i anläggningstillgångar för förvaltningsändamål ska finansieras med lån i Riksgäldskontoret inte ska tillämpas på Konsumentverkets webbaserade informationstjänst för remitteringar.

Sjukfrånvaro

Uppgifter om sjukfrånvaro enligt 7 kap 3§ förordning (2000:605) om årsredovisning och budgetunderlag redovisas i resultatredovisningen under avsnittet Personal och kompetensförsörjning.

Noter

Belopp i tusental kronor

Resultaträkning

Not 1 Intäkter av anslag	2024	2023
Anslagsintäkterna härrör från följande anslag:		
18 02:001 ap 001, Konsumentverket	176 798	164 228
18 02:001 ap 002, Rättegångskostnader	1 669	2 806
18 02:001 ap 003, Webbaserad informationstjänst för remitteringar	2 052	0
18 02:001 ap 009, EU:s geoblockeringsförordning*	0	26
Summa intäkter av anslag enligt resultaträkningen	**180 519**	**167 060**
**Avslutad anslagspost 2024.*		
Utgifter enligt anslagsredovisningen	**187 590**	**181 069**
Skillnaden beror på:		
– redovisning i transfereringsavsnittet som medel som erhållits från statens budget för finansiering av lämnade bidrag	7 059	13 996
– semesterlöneskuld intjänad till och med 2008 som redovisas mot anslag 18 02:001 ap.1, enligt övergångsbestämmelsen till 12 § anslagsförordningen (2011:223).	12	13

Not 2 Intäkter av avgifter och andra ersättningar	2024	2023
Intäkter av avgifter enligt 4 § avgiftsförordningen	2 828	1 978
Intäkter av avgifter enligt 15 § avgiftsförordningen	103	55
Intäkter av andra ersättningar		
Ersättningar enligt 6 kap. 1 § kapitalförsörjningsförordningen	498	710
Övriga ersättningar	63	17
Summa	**561**	**727**
Reavinst vid försäljning av anläggningstillgångar	-	49
Summa	**3 492**	**2 809**

Avgifter enligt 4 § avgiftsförordningen har ökat något jämfört med föregående år. Posten består till största delen av avgifter avseende system för kommunernas budget- och skuldrådgivning samt resurssamordning avseende samordnad it-drift med Fastighetsmäklarinspektionen. Intäkter som redovisas som avgifter enligt 15 § avgiftsförordningen avser ersättningar för provningskostnader och avgifter för utlämnande av allmänna handlingar. Ökningen 2024 förklaras i huvudsak av att ersättningar för provningskostnader har erhållits i större omfattning än 2023. Under posten Intäkter av andra ersättningar enligt 6 kap. 1 § kapitalförsörjningsförordningen, redovisas ersättningar för rättegångskostnader från utomstatlig part.

Not 3 Intäkter av bidrag	2024	2023
Bidrag från statliga myndigheter	572	2 701
Bidrag från EU	5 063	5 265
Summa	**5 635**	**7 966**

Under posten bidrag från statliga myndigheter redovisas bl a ersättningar för bidragsfinansierade uppdrag, lönebidrag och ersättningar för omställnings- och kompetensstöd. Under 2023 redovisades även ersättningar för rättegångskostnader från Kammarkollegiet under denna rubrik. För 2024 är rutinen för ersättningar för rättegångskostnader ändrad. Från 2024 har Konsumentverket tilldelats anslagsmedel för denna hanteringen så ersättningar från Kammarkollegiet är inte längre aktuellt vilket förklarar minskningen mellan åren. Bidrag från EU avser Konsument Europas verksamhet inom Konsumentverket.

Not 4 Finansiella intäkter	2024	2023
Ränta på räntekonto hos Riksgäldskontoret	625	779
Andra ränteintäkter	8	18
Summa	**633**	**797**

Under rubriken finansiella intäkter redovisas ränta på räntekonto hos Riksgäldskontoret och andra ränteintäkter. Riksgäldskontoret har under 2024 sänkt räntan på räntekonto vilket har genererat lägre intäkter på tillgodohavandet under året jämfört med tidigare år. Andra ränteintäkter avser ränta på ersättningar för rättegångskostnader.

Not 5 Kostnader för personal	2024	2023
Kostnader för personal	−146 886	−130 405
varav lönekostnader (exkl arbetsgivaravgifter, pensionspremier och andra avgifter enligt lag och avtal)	−93 608	−83 562

I summan för lönekostnader ingår arvoden till uppdragstagare för 2024 och 2023 med 112 tkr respektive 133 tkr. Personalkostnaden har ökat mellan åren på grund av att antalet anställda har blivit fler.

Not 6 Övriga driftkostnader	2024	2023
Övriga driftkostnader	−30 724	−34 286

Driftkostnaderna har minskat 2024 jämfört med 2023. Minskningen kan förklaras bland annat av lägre kostnader för information och annonsering, it-relaterade kostnader samt lägre rättegångskostnader för mål där Konsumentverket har förlorat.

Not 7 Finansiella kostnader	2024	2023
Ränta på lån i Riksgäldskontoret	−114	−128
Ränta på räntekonto i Riksgäldskontoret	−20	−21
Andra räntekostnader	−5	−4
Summa	**−139**	**−153**

Under rubriken finansiella kostnader redovisas ränta på lån och räntekonto hos Riksgäldskontoret och andra räntekostnader. Riksgäldskontoret har under 2024 sänkt räntan vilket har genererat en något lägre kostnad för lån samt ränta på återbetalning av anslag.

Not 8 Uppbörd	2024	2023
Intäkter av avgifter m.m. som inte får disponeras	1 125	2 812
Medel som tillförts statsbudgeten från uppbördsverksamhet	−1 125	−2 812
Summa	**0**	**0**

Intäkter av avgifter som inte får disponeras 2024 avser ersättningar för sanktionsavgifter vilka ska redovisas mot inkomsttitel. Minskningen av intäkter mellan åren förklaras av att uppbördsfordran från 2022 har slutreglerats enligt avbetalningsplan under 2024. Inbetalda intäkter får inte disponeras utan redovisas i sin helhet mot inkomsttitel.

Not 9 Lämnade bidrag	2024	2023
Lämnade bidrag till övriga organisationer och ideella föreningar	−7 059	−13 996
Summa	**−7 059**	**−13 996**

I posten lämnade bidrag till övriga organisationer och ideella föreningar ingår utbetalningar av bidrag till organisationer med 6 159 tkr år 2024. Dessa redovisas i anslagsredovisningen som utgifter på anslaget 18 02:004 ap.9, Stöd till organisationer på konsumentområdet. Resterande 900 tkr avser bidrag som redovisas som utgifter på anslaget 18 02:004 ap.2, Deltagande i standardiseringsarbete.

Balansräkning

Not 10 Immateriella anläggningstillgångar	2024-12-31	2023-12-31
Rättigheter och andra immateriella anläggningstillgångar		
Ingående anskaffningsvärde	14 627	17 901
Årets anskaffningar	-	-
Pågående, årets anskaffning	3 001	-
Avyttrat/utrangerat, anskaffningsvärde	−722	−3 274
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**16 906**	**14 627**
Ingående ackumulerade avskrivningar	−14 142	−15 441
Årets avskrivningar	−311	−1 975
Avyttrat/utrangerat, ackumulerade avskrivningar	722	3 274
Utgående ackumulerade avskrivningar	**−13 731**	**−14 142**
Bokfört värde	**3 175**	**486**

Pågående anskaffningar avser utveckling av ny myndighetswebb som ska ersätta nuvarande webbplatser för Konsumentverket och Konsumentupplysningen. Under året har avyttring gjorts av äldre system som inte längre används i verksamheten. Tillgångarna hade inget restvärde.

Not 11 Materiella anläggningstillgångar	2024-12-31	2023-12-31
Förbättringsutgifter på annans fastighet		
Ingående anskaffningsvärde	3 939	3 939
Årets anskaffningar	-	-
Avyttrat/utrangerat, anskaffningsvärde	-	-
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**3 939**	**3 939**
Ingående ackumulerade avskrivningar	−3 916	−3 902
Årets avskrivningar	−14	−14
Avyttrat/utrangerat, ackumulerade avskrivningar	-	-
Utgående ackumulerade avskrivningar	**−3 930**	**−3 916**
Bokfört värde	**9**	**23**
Maskiner, inventarier, installationer m.m		
Ingående anskaffningsvärde	9 042	9 692
Årets anskaffningar	-	2 503
Överföring från pågående nyanläggningar	-	176
Avyttrat/utrangerat, anskaffningsvärde	-	−3 329
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**9 042**	**9 042**
Ingående ackumulerade avskrivningar	−6 790	−8 965
Årets avskrivningar	−1 181	−1 154
Avyttrat/utrangerat, ackumulerade avskrivningar	-	3 329
Utgående ackumulerade avskrivningar	**−7 971**	**−6 790**
Bokfört värde	**1 071**	**2 252**
Pågående nyanläggningar		
Ingående anskaffningsvärde	135	176
Årets anskaffningar	1 231	135
Årets överföringar	-	−176
Utgående anskaffningsvärde	**1 366**	**135**
Summa bokfört värde	**2 446**	**2 410**

Under pågående nyanläggningar 2024 redovisas anskaffningar avseende arbetsplatsprojekt och konferensrumsutrustning.

Not 12 Kortfristiga fordringar	2024-12-31	2023-12-31
Kundfordringar	480	134
Fordringar hos andra myndigheter	2 558	2 332
Övriga kortfristiga fordringar	51	1 125
Summa	**3 089**	**3 591**

Fordringar hos andra myndigheter består i huvudsak av momsfordran på Skatteverket med 2 551 tkr. Under 2023 uppgick motsvarande fordran till 2 082 tkr. Övriga kortfristiga fordringar har minskat jämfört med 2023 med anledning av att den tidigare uppbokade uppbördsfordran har reglerats under första halvåret 2024.

Not 13 Periodavgränsningsposter	2024-12-31	2023-12-31
Förutbetalda kostnader		
Förutbetalda hyreskostnader	2 321	2 535
Övriga förutbetalda kostnader	3 468	2 912
Summa förutbetalda kostnader	**5 789**	**5 447**
Upplupna bidragsintäkter		
Bidrag som erhållits från myndigheter	6	6
Bidrag som erhållits från EU	1 198	189
Summa upplupna bidragsintäkter	**1 204**	**195**
Övriga upplupna intäkter		
Övriga upplupna intäkter utomstatliga	-	−1 125
Övriga upplupna intäkter inomstatliga	**17**	**-**
Summa övriga upplupna intäkter	**17**	**−1 125**
Summa periodavgränsningsposter	**7 010**	**4 517**

Övriga förutbetalda kostnader består till största delen av kostnader för support- och underhållsavtal samt licensavgifter som avser 2025. Upplupna bidragsintäkter som erhållits från myndigheter avser lönebidrag. De utomstatliga upplupna bidragsintäkterna avser EU:s finansiering av verksamhet som bedrivs inom Konsument Europa. Under 2023 redovisades kvarvarande uppbördsfordran under rubriken Övriga upplupna intäkter. Uppbördfordran har reglerats under första halvåret 2024.

Not 14 Avräkning med statsverket	2024-12-31	2023-12-31
Uppbörd		
Ingående balans	-	-
Redovisat mot inkomsttitel	−1 125	−2 812
Uppbördsmedel som betalats till icke räntebärande flöde	1 125	2 812
Fordringar/skulder avseende uppbörd	**0**	**0**
Anslag i icke räntebärande flöde		
Ingående balans	-	-
Redovisat mot anslag	7 059	13 996
Medel hänförbara till transfereringar m.m. som betalats till icke räntebärande flöde	−7 059	−13 996
Fordringar/skulder avseende anslag i icke räntebärande flöde	**0**	**0**
Anslag i räntebärande flöde		
Ingående balans	−7 352	−8 833
Redovisat mot anslag	180 531	167 073
Anslagsmedel som tillförts räntekonto	−178 072	−169 338
Återbetalning av anslagsmedel	2 293	3 746
Fordringar/skulder avseende anslag i räntebärande flöde	**−2 600**	**−7 352**
Fordran avseende semesterlöneskuld som inte har redovisats mot anslag		
Ingående balans	277	290
Redovisat mot anslag under året enligt undantagsregeln	−12	−13
Fordran avseende semesterlöneskuld som inte har redovisats mot anslag	**265**	**277**
Övriga fordringar/skulder på statens centralkonto		
Ingående balans	-	-
Inbetalningar i icke räntebärande flöde	1 125	3 375
Utbetalningar i icke räntebärande flöde	−7 059	−14 559
Betalningar hänförbara till anslag och inkomsttitlar	5 934	11 184
Övriga fordringar/skulder på statens centralkonto	**0**	**0**
Summa avräkning med statsverket	**−2 336**	**−7 075**

Not 15 Kassa och bank	2024-12-31	2023-12-31
Behållning räntekonto i Riksgäldskontoret	18 761	24 010
Beviljad räntekontokredit i Riksgäldskontoret	5 000	5 000

Beviljad räntekontokredit 2024 framgår av regleringsbrev 2023-12-21 (Fi2023/03172 delvis). Krediten har inte utnyttjats under året.

Not 16 Myndighetskapital	2024-12-31	2023-12-31
Balanserad kapitalförändring	0	0
Kapitalförändring enligt resultaträkningen	0	0
Summa myndighetskapital	**0**	**0**

Myndighetskapital saknas och därför redovisas inte någon specifikationstabell.

Not 17 Avsättningar	2024-12-31	2023-12-31
Avsättning för pensioner och liknande förpliktelser		
Ingående avsättning för pensioner	983	1 441
Årets pensionskostnad	264	15
Årets pensionsutbetalningar	−460	−473
Utgående avsättning för pensioner	**787**	**983**

Under 2024 har ytterligare ett beslut om delpension beviljats. Avsättningen för denna pensionskostnad avser period 2025-05-01–2028-08-31 enligt beräkning.

Övriga avsättningar		
Ingående avsättningar för lokalt omställningsarbete	722	726
Årets förändring	111	−4
Utgående avsättningar för lokalt omställningsarbete	**833**	**722**

Under rubriken Årets förändring redovisas nya bokförda avsättningar för 2024 med ca 282 tkr. Under året har ca 171 tkr av avsättningar använts enligt beslut till bl a kompetensutveckling inom AI. För 2025 bedöms att ca 50 tkr kommer att regleras av avsättningen avseende beslutad delpension.

Not 18 Skulder m.m.	2024-12-31	2023-12-31
Lån i Riksgäldskontoret:		
Avser lån för investeringar i anläggningstillgångar		
Beviljad låneram enligt regleringsbrev	14 000	11 650
Ingående balans	2 761	3 225
Under året nyupptagna lån	4 367	2 679
Årets amorteringar	−1 506	−3 143
Utgående balans	**5 622**	**2 761**
Kortfristiga skulder till andra myndigheter	4 664	4 663
Leverantörsskulder	8 640	5 878
Övriga kortfristiga skulder	2 303	2 296
Summa skulder	**15 607**	**12 837**
Summa skulder m.m.	**21 229**	**15 598**

Årets nyupptagna lån inkluderar en sent inkommen faktura 2023 med belopp 135 tkr och motsvarar därför inte årets bokförda nyanskaffningar. Kortfristiga skulder till andra myndigheter utgörs huvudsakligen av arbetsgivaravgifter på 2 666 tkr till Skatteverket samt skuld till SPV för premieavgifter på 1 017 tkr. Ökningen av leverantörsskulder mellan åren beror bland annat på att vissa it-relaterade fakturor fakturerats senare 2024 jämfört med tidigare år. I posten 2024 ingår även fakturor som avser utvecklingsarbete med ny myndighetswebb.Övriga kortfristiga skulder avser personalens källskatt.

Not 19 Periodavgränsningsposter	2024-12-31	2023-12-31
Upplupna kostnader		
Upplupna löner och sociala avgifter	0	1 278
Upplupna semesterlöner inklusive sociala avgifter	8 237	7 591
Övriga upplupna kostnader	999	1 767
Summa upplupna kostnader	**9 236**	**10 636**
Oförbrukade bidrag, inomstatligt		
Kammarkollegiet, Ekonomiskt våld i nära relationer	60	-
Summa periodavgränsningsposter	**9 296**	**10 636**

Upplupna löner och sociala avgifter 2023 har reglerats under 2024. Övriga upplupna kostnader avser kostnader som härrör sig till 2024. Under rubriken Oförbrukade bidrag från annan statlig myndighet redovisas erhållna bidrag för särskilt uppdrag under 2024. Det oförbrukade bidraget kommer inte att nyttjas kommande år utan betalas tillbaka i sin helhet senast 31 mars 2025 (inom 3 mån).

Anslagsredovisning

Not 20 Konsumentverket

Enligt regleringsbrev får Konsumentverket disponera 4 963 tkr av ingående överföringsbelopp på 6 167 tkr och omdisponerat anslag på 694 tkr från anslag 18 02:001 ap 9, EU:s geoblockeringsförordning. Överskjutande belopp redovisas som en indragning (1 898 tkr).

Not 21 Rättegångskostnader

Avvikelsen för anslaget 18 02:001 ap 2 mellan anslagsutfall och tilldelade medel är 1 331 tkr, vilket motsvarar en avvikelse på ca 44%. Anledningen till avvikelsen är att i Konsumentombudsmannens (KO) uppdrag ingår att föra talan i domstol. Om KO förlorar ett mål kan KO förpliktas att ersätta motpartens rättegångskostnader. Kostnaderna är inte givna på förhand och inte möjliga att uppskatta med någon egentlig grad av säkerhet. Under 2024 har KO inte förlorat mål i en omfattning som ianspråktagit anslaget i dess helhet.

Not 22 Webbaserad informationstjänst för remitteringar

Enligt regleringsbrev får Konsumentverket disponera 96 tkr av det ingående överföringsbeloppet på 490 tkr avseende anslag 18 02:001 ap 3. Överskjutande belopp redovisas som en indragning (394 tkr). Avvikelsen för anslaget 18 02:001 ap 3 mellan anslagsutfall och tilldelade medel är 1 148 tkr, vilket motsvarar en avvikelse på ca 36 %. Anledningen till avvikelsen är att det i budgetpropositionen aviserades att remitteringstjänsten skulle avvecklas och därför avstod Konsumentverket från att göra ytterligare insatser kopplade till tjänsten.

Not 23 Deltagande i standardiseringsarbete

Enligt ändring av regleringsbrev, daterat 2024-06-20 (Fi2024/01374 delvis), fick Konsumentverket ett medgivande till överskridande med 900 tkr avseende anslag 18 02:004 ap 2. I och med ny ändring av regleringsbrev, daterat 2024-12-12 (Fi2024/02323), utgick behov av medgivet överskridande eftersom anslagposten tilldelades medel med motsvarande belopp. Därav redovisas inte något medgivet överskridande i anslagsredovisningen.

Not 24 Stöd till organisationer på konsumentområdet

Enligt regleringsbrev får Konsumentverket inte disponera det ingående överföringsbeloppet på anslag 18 02:004 ap 9 utan beloppet redovisas i sin helhet som indragning (563 tkr).

Not 25 EU:s geoblockeringsförordning

Enligt regleringsbrev för Konsumentverket omdisponeras det ingående överföringsbeloppet på 694 tkr avseende anslag 18 02:001 ap 9 i och med att anslaget avslutats. Omdisponering sker till anslag 18 02:001 ap 1, Konsumentverket. Siffran för det ingående överföringsbeloppet har avrundats till 694 tkr, vilket är en minskning med 1 tkr vid jämförelse med tidigare årsredovisning.

Not 26 Inkomsttitelredovisning

På inkomsttitel 2714 212 redovisas intäkter för sanktionsavgifter enligt konsumentkreditlagen.

Ersättningar och andra förmåner

Insynsrådet		
Ledande befattningshavare och insynsrådets ordförande	**Lön/arvoden och skattepliktiga ersättningar**	**Andra råds- och styrelseuppdrag**
Cecilia Tisell, GD/KO	1 425	Länsstyrelsen i Värmland
Övriga insynsledamöter		
Lars Beckman	6	
Anders Dahlberg	4	
Christine Fransholm	6	
Jacob Färnert	4	
Stina Hellberg t.o.m.2024-05-07	0	
Angelika Lundberg t.o.m. 2024-11-20	0	Jönköping Airport AB
Bodil Nordin	6	
Mats Persson	6	Swedish Fintech Association BRF Svalan på Tjörn Lendify Finance AB Lendify Finance 2 AB Lendify Finance 3 AB Lendify Finance 4 AB Lendify Finance 5 AB Lunar Journey AB
Martin Rolén	6	MittMetanol AB
Anna Svärd fr.o.m. 2024-05-08	6	
Björn Tidland fr.o.m. 2024-11-21	2	
Sara Tunander	6	

Sammanställning över väsentliga uppgifter

Belopp i tusental kronor om ej annat anges

	2024	2023	2022	2021	2020
Låneram					
Beviljad låneram	14 000	11 650	14 000	14 000	13 000
Utnyttjad låneram	5 622	2 761	3 225	6 641	10 679
Kvar av låneramen	8 378	8 889	10 775	7 359	2 321
Kontokrediter hos RGK					
Räntekontokredit	5 000	5 000	5 000	5 000	15 000
Max utnyttjad under året	-	-	-	-	-
Räntor avseende räntekonto i RGK*					
Ränteintäkter	625	779	174	-	1
Räntekostnader	20	21	-	-	-
Avgiftsintäkter som disponeras					
Beräknat belopp enligt regleringsbrev	-	-	-	-	-
Utfall	3 492	2 809	2 988	3 370	2 862
Avgiftsintäkter som ej disponeras					
Beräknat belopp enligt regleringsbrev	-	-	-	-	-
Utfall	1 125	2 812	1 125	424	1 043
Anslagskredit					
Beviljad anslagskredit	5 369	5 140	5 096	5 090	5 602
Utnyttjad anslagskredit	-	-	-	-	952
Anslagssparande					
Anslagssparande samtliga poster	2 600	7 915	9 102	950	1 104
Tilldelade bemyndiganden	-	19 700	19 700	15 000	15 000
Totalt gjorda åtaganden	-	6 159	18 218	6 059	-
Årsarbetskrafter och anställda m m					
Antalet årsarbetskrafter (st)	172	157	156	175	175
Medelantalet anställda (st)	192	183	185	200	203
Driftkostnad per årsarbetskraft	1 097	1 117	1 065	983	1 003
Kapitalförändring					
Årets kapitalförändring	-	-	−278	278	−518
Balanserad kapitalförändring	-	-	278	-	518

**Jämförelsesiffrorna för räntor avseende räntekonto är justerad för året 2020 med anledning av att räntor på lån varit inkluderade i uppgifterna felaktigt.*

Bilaga



Bilaga 1. Bidrag till organisationer

Organisationsbidrag 2022 – 2024

I december 2022 fattades beslut om organisationsbidrag för 2023 och 2024. Samtliga inkomna ansökningar 2023 gällande bidrag för 2024 och 2025 har avslagits med hänvisning till brist på medel.

Belopp i tusental kronor

Organisation	Beskrivning av organisationens syfte	2022	2023	2024
Gröna Mobilister (tidigare Gröna Bilister)	Gröna Mobilisters primära mål är att förbättra miljö och livskvalitet genom att stärka konsumentmakten, engagera människor och påverka beslutsfattare. De vill möjliggöra en mobilitet som är anpassad till planetens gränser, samtidigt som de stärker människors livskvalitet i stad och på land.	100		
Riksförbundet M Sverige (tidigare Motormännens Riksförbund)	Riksförbund M Sverige verkar för landets bilister i frågor som rör möjligheten att transportera sig ekonomiskt och trafiksäkert, med hög framkomlighet på ett miljömässigt bra sätt.	100	100	
Resenärerna (tidigare Resenärsforum)	Resenärerna verkar för att kollektivtrafiken organiseras utifrån ett resenärs- och konsumentperspektiv med hänsyn till miljö, säkerhet och kostnadseffektivitet.	100	100	100
Sveriges Aktiesparares Riksförbund	Sveriges Aktiesparares Riksförbund vill skapa bästa möjliga förutsättningar för sparande i marknadsnoterade aktier, aktiefonder och andra aktierelaterade värdepapper.	100	100	
Sveriges Konsumenter	Sveriges Konsumenters syfte är att stärka konsumenternas makt i Sverige, EU och övriga världen samt att få beslutsfattare inom politik, näringsliv och myndigheter, både i Sverige och internationellt, att alltid ha konsumenternas bästa för ögonen.	100	100	100
Äkta vara Sverige	Föreningen Äkta vara i Sverige har till ändamål att underlätta för konsumenter att välja oförfalskade livsmedel framställda av autentiska råvaror.	100	100	
Summa		**600**	**500**	**200**

Verksamhetsbidrag 2022 – för 2022 till 2024

Beslut om verksamhetsbidrag för 2022 har fattats i januari 2021 och 2022. Beslut om 2023 fattades vid två tillfällen under 2022; januari och december. Vissa beslut för 2024 har också fattats i december 2022.

Belopp i tusental kronor

Organisation	Beviljades bidrag för att:	Beviljat för 2022 Utbetalat 2022	Beviljat för 2023 Utbetalat 2023	Beviljat för 2024 Utbetalat 2024
Sveriges Konsumenter	företräda och stärka konsumenter såväl nationellt som internationellt inom olika marknader och branscher.	**5 259**	**5 259**	**5 259**
Naturskyddsföreningen	stödja enskilda konsumenter och företag att göra kloka val som bidrar till hållbar konsumtion.	**750**	**750**	
Fair Action	granska branscher och ge konsumenter information och verktyg att påverka företag mot bättre arbetsvillkor och hänsyn till mänskliga rättigheter.	**750**	**750**	
Gröna Mobilister (tidigare Gröna Bilister)	förbättra miljö och livskvalitet genom att stärka konsumentmakten, engagera människor och påverka beslutsfattare gällande hållbar mobilitet som är anpassad till planetens gränser.	**750**	**750**	
Villaägarnas Riksförbund	sprida information till konsumenter när granskade produkter och tjänster inte fungerar tillfredsställande.	**600**	**600**	
Riksförbundet M Sverige	genom information öka möjligheten för människor att transportera sig, ekonomiskt och trafiksäkert, med hög framkomlighet på ett miljömässigt bra sätt.	**300**	**250**	
Sveriges Aktiesparares Riksförbund	företräda och stärka konsumenter på aktiemarknaden.	**300**	**250**	
Resenärerna (tidigare Resenärsforum)	företräda och stärka konsumenter inom kollektivtrafiken såväl nationellt som internationellt.	**300**	**250**	**250**
Föreningen Medveten Konsumtion	inspirera konsumenter att reflektera och agera på ett mer hållbart sätt i enlighet med de Globala Målen, EU:s miljömål och Sveriges klimat- och miljömål.	**300**	**250**	
Äkta vara Sverige	upplysa om vad maten faktiskt innehåller och vägleda den stora grupp som söker mer genuina livsmedel, bland annat med färre tillsatser och andra industriella ingredienser.	**250**	**250**	
Jordens Vänner	öka konsumenternas makt och företagens ansvar för sitt agerande kopplat till miljö.	**300**	**300**	
Eksam	stötta enskilda konsumenter och andra aktörer med rådgivning och utbildning inom konsument- och privatekonomiska frågor.	**300**	**300**	

Organisation	Beviljades bidrag för att:	Beviljat för 2022 Utbetalat 2022	Beviljat för 2023 Utbetalat 2023	Beviljat för 2024 Utbetalat 2024
Familjeslanten	ge privatekonomisk rådgivning till enskilda samt via föreläsningar.		**250**	
Funktionsrätt Sverige	delta i standardiseringsarbete för att öka konsumentinflytandet för personer med funktionsnedsättning.	**150**	**150**	
Djurskyddet Sverige	ge fördjupad djurskyddsinriktad konsumentrådgivning.		**150**	
Astma- och Allergiförbundet	sprida kunskap om bra eller dåliga produkter för personer med allergisjukdom, främst för livsmedels-, hygien- och kemitekniska produkter och verka för att bra alternativ finns.	**150**	**150**	**150**
Spelberoendes Riksförbund	sprida information om spelandet och dess negativa konsekvenser.	**300**		
Svensk mat- och miljöinformation	informera om matens miljöpåverkan och arbeta för en hållbar livsmedelssektor.	**150**	**150**	
Riksföreningen Folkets Bio	aktualisera undervisningsmaterialet Reklamfilmens fantastiska värld.	**150**	**150**	
Föreningen Supermiljöbloggen	öka medvetenhet och öka engagemanget i miljö- och hållbarhetsfrågor i Sverige genom opinionsbildning, upplysning och granskning.	**150**		
Unionen	arbeta med schyst resande, med fokus på målgruppen skolungdomar 15–19 år.	**150**		
Svenska Celiakiungdomsförbundet	uppdatera den glutenfria matkartan – som en webbtjänst och en applikation.	**100**		
Fredrika Bremerförbundet	långsiktigt stärka kvinnor med låg ekonomisk egenmakt, att bli starkare och tryggare konsumenter i relation till bank och försäkring.		**150**	**150**
Ideella föreningen Mivida	motverka ekonomiskt våld genom verksamheten Mitt Liv, Min Ekonomi, föreläsningar, studiecirklar, individuell privatekonomisk rådgivning, mentorskap och peer support.		**150**	**150**
Verdandi	sprida Eksamkonceptet, rättviselyftet för social rättvisa.		**150**	
Örebro Föreningsråd	skapa och koordinera ett nätverk i frågor som berör hållbar konsumtion, resande och övriga frågor för att minska klimatbelastningen och bidra till ett mer cirkulärt och hållbart Örebro.		**150**	
Summa verksamhetsbidrag		**11 459**	**11 559**	**5 959**

Verksamhetsbidrag 2023 – för 2023 och 2024

Beslut om 2023 fattades vid två tillfällen under 2022: januari och december samt vid ett tillfälle 2023. Vissa beslut för 2024 har också fattats i december 2022. Samtliga ansökningar för 2024 och 2025 avslogs med hänvisning till att medel saknades.

Belopp i tusental kronor

Verksamhetsbidrag	Beviljades bidrag för att:	Beviljat för 2023 Utbetalat 2023	Beviljat för 2024 Utbetalat 2024
Sveriges Konsumenter	företräda och stärka konsumenter såväl nationellt som internationellt inom olika marknader och branscher.	**5 409**	**5 259**
Naturskyddsföreningen	stödja enskilda konsumenter och företag att göra kloka val som bidrar till hållbar konsumtion.	**750**	
Fair Action	granska branscher och ge konsumenter information och verktyg att påverka företag mot bättre arbetsvillkor och hänsyn till mänskliga rättigheter.	**750**	
Gröna Mobilister (tidigare Gröna Bilister)	förbättra miljö och livskvalitet genom att stärka konsumentmakten, engagera människor och påverka beslutsfattare gällande hållbar mobilitet som är anpassad till planetens gränser,	**750**	
Villaägarnas Riksförbund	sprida information till konsumenter när granskade produkter och tjänster inte fungerar tillfredsställande.	**600**	
Riksförbundet M Sverige	genom information öka möjligheten för människor att transportera sig, ekonomiskt och trafiksäkert, med hög framkomlighet på ett miljömässigt bra sätt.	**250**	
Sveriges Aktiesparares Riksförbund	företräda och stärka konsumenter på aktiemarknaden.	**250**	
Resenärerna (Tidigare Resenärsforum)	företräda och stärka konsumenter inom kollektivtrafiken såväl nationellt som internationellt.	**250**	**250**
Föreningen Medveten Konsumtion	inspirera konsumenter att reflektera och agera på ett mer hållbart sätt i enlighet med de Globala Målen, EU:s miljömål och Sveriges klimat- och miljömål.	**250**	
Äkta vara Sverige	upplysa om vad maten faktiskt innehåller och vägleda den stora grupp som söker mer genuina livsmedel, bland annat med färre tillsatser och andra industriella ingredienser.	**250**	
Jordens Vänner	öka konsumenternas makt och företagens ansvar för sitt agerande kopplat till miljö.	**300**	
Eksam	stötta enskilda konsumenter och andra aktörer med rådgivning och utbildning inom konsument- och privatekonomiska frågor.	**300**	
Familjeslanten	ge privatekonomisk rådgivning till enskilda samt via föreläsningar.	**250**	
Funktionsrätt Sverige	delta i standardiseringsarbete för att öka konsumentinflytandet för personer med funktionsnedsättning.	**150**	
Djurskyddet Sverige	ge fördjupad djurskyddsinriktad konsumentrådgivning.	**150**	
Astma- och Allergiförbundet	sprida kunskap om bra eller dåliga produkter för personer med allergisjukdom, främst för livsmedels-, hygien- och kemitekniska produkter och verka för att bra alternativ finns.	**150**	**150**

Verksamhetsbidrag	Beviljades bidrag för att:	Beviljat för 2023 Utbetalat 2023	Beviljat för 2024 Utbetalat 2024
Svensk mat- och miljöinformation	informera om matens miljöpåverkan och arbeta för en hållbar livsmedelssektor.	**150**	
Fredrika Bremerförbundet	långsiktigt stärka kvinnor med låg ekonomisk egenmakt, att bli starkare och tryggare konsumenter i relation till bank och försäkring.	**150**	**150**
Ideella föreningen Mivida	motverka ekonomisk våld genom verksamheten Mitt Liv, Min Ekonomi, föreläsningar, studiecirklar, individuell privatekonomisk rådgivning, mentorskap och peer support	**150**	**150**
Verdandi	sprida Eksamkonceptet, rättviselyftet för social rättvisa.	**150**	
Örebro Föreningsråd	skapa och koordinera ett nätverk i frågor som berör hållbar konsumtion, resande och övriga frågor för att minska klimatbelastningen och bidra till ett mer cirkulärt och hållbart Örebro	**150**	
Summa verksamhetsbidrag		**11 559**	**5 959**

Återbetalning av bidrag 2022–2024

Belopp i tusental kronor

Anslagspost och organisation	Typ av bidrag	Återbetalat belopp 2022
18 02:4 ap 9 **Stöd till organisationer på konsumentområdet**		
Fair Action	Verksamhetsbidrag 2020	37
Svensk Mat & Miljöinformation	Verksamhetsbidrag 2021	150
Fair Action	Verksamhetsbidrag 2021	5
Spelberoendes Riksförbund	Verksamhetsbidrag 2021	60
Unionen	Verksamhetsbidrag 2021	17
Summa		**269**

Belopp i tusental kronor

Anslagspost och organisation	Typ av bidrag	Återbetalat belopp 2023
18 02:4 ap 9 **Stöd till organisationer på konsumentområdet**		
Resenärsforum	Verksamhetsbidrag 2021-2022	**52**
Unionen	Verksamhetsbidrag 2022	**37**
Spelberoendes riksförbund	Verksamhetsbidrag 2022	**74**
Folkets bio AB	Verksamhetsbidrag 2021	**250**
Folkets bio AB	Verksamhetsbidrag 2022	**150**
Summa		**563**

Belopp i tusental kronor

Anslagspost och organisation	Typ av bidrag	Återbetalat belopp 2024
18 02:4 ap 9 **Stöd till organisationer på konsumentområdet**		
Inga återbetalningar inkom under 2024		
Summa		**0**

Bedömning och intygande



Jag intygar att årsredovisningen ger en rättvisande bild av verksamhetens resultat samt av kostnader, intäkter och myndighetens ekonomiska ställning.

Karlstad den 20 februari 2025



Cecilia Tisell
Generaldirektör Konsumentverket

Konsumentverket, Box 48, 651 02 Karlstad
Telefon: 0771-525 525. **konsumentverket.se**