



ÅRSREDOVISNING

2025

© Konsumentverket 2026

ISBN 978-91-88815-69-9

Foto: Johnér, Konsumentverket, Shutterstock

Tryck och formgivning: Universitetstryckeriet, Karlstad 2026

Innehållsförteckning

INLEDNING	4
Generaldirektören har ordet	5
Året i siffror	9
RESULTATREDOVISNING	10
Verksamhetsstyrning och resursfördelning	11
Myndighetsövergripande insatser	14
Verksamhetsområde Företag	20
Resultatområde: Marknadsrätt	21
Resultatområde: Produktsäkerhetsrätt	29
Verksamhetsområde Konsument	34
Resultatområde: Konsument Europa	35
Resultatområde: Konsumentupplysning	39
Verksamhetsområde Kunskap	44
Resultatområde: Kunskapsbyggande	45
Resultatområde: Stöd via andra aktörer	48
Analys av Konsumentverkets effektmål	54
Personal och kompetensförsörjning	61
FINANSIELL REDOVISNING	64
Resultaträkning	65
Balansräkning	66
Anslagsredovisning	68
Tilläggsupplysningar och noter	70
Sammanställning över väsentliga uppgifter	81
Bilaga	82
Bilaga 1. Verksamhetsbidrag	83
BEDÖMNING OCH INTYGANDE	86

Inledning

Generaldirektören har ordet

s. 5

Året i siffror

s. 9



Generaldirektören har ordet



När denna årsredovisning landar på regeringens bord firar jag ett halvår som myndighetschef på Konsumentverket. Det har minst sagt varit spännande och lärorika månader. Jag är fylld av respekt för hur målmedvetet och engagerat alla medarbetare strävar efter att bidra till största möjliga konsumentnytta.

Jag har kommit till en myndighet som varje dag behöver prioritera hårt. Behovet är stort och bredden i frågorna är enorm. Vi har att hantera allt från farliga leksaker, regelvidrig marknadsföring för estetiska behandlingar och kreditmarknadsföring till snåriga försäkringsvillkor och reklam för alkohol och tobak. Det här är bara några exempel på angelägenheter som i grunden påverkar folks vardag och där behovet av insatser är stort.

Det konsumentpolitiska målet, *Väl fungerande konsumentmarknader, balanserade och tydliga regler för näringsidkare, ett starkt konsument-skydd och en hållbar konsumtion*, är en ambition som förpliktigar. Jag har redan blivit varse den styrke- och maktobalans som råder mellan företag och konsumenter och som ser ut att växa ytterligare i takt med den teknologiska utvecklingen. Konsumentstödande och konsument-skyddande aktörer har liten möjlighet att hålla jämna steg med företagets utveckling av affärsmodeller och försäljningsmetoder som allt för ofta utnyttjar konsumenters sårbarheter.

Samarbete för ett bättre konsumentskydd

Bankbedrägerier är resultatet av kriminellt och hjärtlöst utnyttjande av människors mest sårbara sidor. Glädjande nog ser vi tecken på att insatserna för att skydda konsumenter mot de här brottsliga och kränkande manipulationerna ger resultat. Antalet bedrägerier via olika betaltjänster (exempelvis genom att manipulera offret att utföra en transaktion, stjäla känsliga uppgifter eller skicka falska fakturor som offret betalar) ligger på fortsatt höga nivåer men summorna som bedragarna får med sig har minskat påtagligt. Beloppen där konsumenter manipuleras att göra en transaktion har minskat mest.

Den positiva trenden är resultatet av många insatser och ett exempel på hur viktigt det är att olika aktörer samarbetar. Konsumentverkets

samverkan med Polisens nationella bedrägeri-centrum (NBC) för att stoppa misstänkta internet-bedrägerier är ett exempel som jag särskilt vill lyfta fram. Det goda samarbetet och polisens fortsatta arbete har lett till att bedrägerier till ett värde av 134 miljoner kronor kunde stoppas.

Jag kan konstatera att Konsumentverkets förmåga till samarbeten bidrar till resultat som vida överträffar vad som kan förväntas av en myndighet av den här storleken. Det handlar om insatser tillsammans med aktörer inom samhällets alla sektorer. Vår välanvända och uppskattade konsumentvägledning är frukten av samverkan mellan 18 myndigheter samt de fyra konsumentbyråerna. Tillsammans med Sveriges alla kommuner bidrar vi till det stöd i konsument-, budget- och skuldfrågor som ska hantera ett allt större behov. Familjecentraler, Kriminalvården och ideella organisationer är andra viktiga parter i det gemensamma arbetet för att minska ekonomisk utsatthet. Lärarutbildningar och lärare är viktiga partners för att rusta barn och unga inför en utmanande vuxenvärld som konsumenter. Självklart är dialog och möten med branschorganisationer och andra näringslivs-företrädare viktiga i arbetet för konsumenternas bästa.

I en värld där en betydande del av vår konsumtion sker från andra länder blir Konsumentverkets internationella samarbeten allt viktigare. Under året firade vi att Konsument Europa

och kollegorna inom ECC-nätverket i hela 20 år har hjälpt konsumenter vid problem efter gränsöverskridande handel. Ett bevis på hur angelägen verksamheten är går att utläsa av att ärendemängden nästan har fördubblats på ett par år. Jag vill också lyfta myndighetens engagemang i EU-koordinerade insatser för att få bukt med konsumentproblem som orsakas av aktörer utanför Europa. Kina toppar listan över svenskarnas e-handel från andra länder och det handlar i hög grad om stora handelsplattformar som Shein och Temu. Tillsammans används de av knappt ett par hundra miljoner konsumenter i Europa, varje månad. Genom att göra gemensam sak med relevanta internationella aktörer för att få bort deras, och andras, problematiska affärsmetoder kan vi göra stor skillnad för en stor mängd konsumenter. Jag vill påstå att de resultat som redovisas i den här årsredovisningen är facit av lyckade laginsatser, såväl etablerade samarbeten som mer innovativa och utforskande sådana.

Telefonförsäljning och kundtjänster – dags för skärpning

En tillbakablick på 2025 färgas av en av de riktigt problematiska företeelserna för konsumenter i Sverige, och faktiskt i en stor del av Europa. Telefonförsäljning har alldeles för länge orsakat ilska och frustration hos konsumenter, men allvarligast är förstås att människor stressas och luras in i avtal som de inte alls är intresserade av att ingå. I många fall utan att ens förstå att de ingått ett avtal. Konsumentverkets rapport *Telefonförsäljning – en önskad, olämplig och djupt problematisk affärsmetod* överlämnades till regeringen i augusti. Det är ett viktigt kunskapsunderlag. Vi har i flera decennier följt problemen inom området och den enda rimliga slutsatsen är att telefonförsäljning måste upphöra.

Att näringslivsföreträdare instämmer i problembilden stärker, i mina ögon, graden av angelägenhet – exempelvis följande citat från ett stort företag, som själv använder telefonförsäljning: ”Tyvärr har telekomoperatörerna över tid byggt ett ohälsosamt beroende av telefonförsäljning, och som vi ser det erbjuder Konsumentverket nu en avgiftning som branschen borde omfamna”.

Konsumentverket har genom åren lagt omfattande resurser på att motverka problem vid telefonförsäljning. Vi släpper naturligtvis inte taget om frågan utan fortsätter, med nuvarande verktyg och förutsättningar, att motverka och

hantera problem i telefonförsäljningens spår. Samtidigt följer vi, med stort intresse, regeringens kommande steg.

I en annan regeringsrapport under året redovisar vi problemen med att företag gör sig oanträffbara för konsumenter som vill ha svar på frågor, klaga eller säga upp tjänster. Redan i en kartläggning 2023 kunde vi konstatera stora problem med svåråtkomliga och otillräckliga kundtjänster. Vår uppföljning visar tyvärr att bristerna kvarstår. Det handlar exempelvis om att kontaktuppgifter saknas på företagets webbplats, att svarstiderna är långa och kundtjänster ger vilseledande information. Upprörande är också när företag – i strid mot lagen – försvårar kontaktförsöken ytterligare genom krav på att det ska ske i en viss kanal, exempelvis telefon. Att sårbara grupper drabbas särskilt hårt av företag som är svåra att nå behöver knappas poängteras. Det verkar dessutom utstuderat när konsumenten som ringer för att reklamera eller utöva sin ångerrätt utsätts för övertalningsförsök att stanna kvar som kund eller att köpa ytterligare produkter.

Utifrån resultaten i både telefonförsäljnings- och kundtjänstredovisningarna tycker jag att det är anmärkningsvärt att telefonen lyfts som en så viktig kanal för försäljning, medan kunder som efter ett köp behöver kontakta ett företag för att få hjälp eller säga upp ett avtal, ofta har stora svårigheter att både hitta företagets telefonnummer och att komma fram i telefonen. Jag vill upprepa det rimliga i en reglering som gör att företag inte får göra det svårare att avsluta en tjänst än vad det är att ansluta sig till den.

Tålmodigt fokus ger resultat

Konsumentverket har under flera år haft fokus på sociala medier, influencers och deras publiceringar. Användningen av sociala medier går långt ner i åldrarna, nio av tio lågstadieskolebarn använder sociala medier. Det är i hög grad kändisar som lockar och inflytandet på barn och unga är stort. Det är just influencers som toppar Medieakademiens sociala medier-studie, Maktbarometern – enskilda kändisar med miljontals följare slår ut samtliga etablerade medier. Sociala medier är därför av naturliga skäl populära marknadsplatser, inte sällan med bedrägliga inslag. Studien *Svenskarna och internet 2025* visar att sex av tio svenskar säger att de har sett bluffannonser i sociala medier det senaste året, men endast en tredjedel har anmält en misstänkt bluffannons. Man låter bli av brist på tid och ork, men också

för att det känns meningslöst. Vad annonserna avser varierar stort, men de handlar ofta om mode som kläder, skor och väskor, eller olika investeringsmöjligheter i exempelvis kryptovaluta. Läkemedel och kosttillskott är också vanliga produkter. Samtidigt uppger så många som en tredjedel av de tillfrågade att de avstått från att köpa en produkt de varit intresserade av, eftersom de misstänkt att produkten visas i en bluffannons. Den kritiska blicken är bra och blir en allt viktigare förmåga hos konsumenter.

Konsumentverket konstaterar i sina granskningar att det är svårt att få bukt med den dolda marknadsföringen i sociala medier. Under året har vi tagit krafttag mot flera populära profiler och även initierat rättsliga åtgärder. Jag hoppas att samtliga inblandade aktörer nu tar sig i kragen.

Flera av de frågor som Konsumentverket arbetar med kräver tålamod och envishet. Insatser inom produktsäkerhetsområdet är exempel på det, inte minst den viktiga medverkan i standardiseringsarbetet. Standarder är ett utmärkt verktyg för att minska risken för farliga produkter och samtidigt förenkla för företagen genom tydliga, gemensamma krav. Det sparar tid, minskar kostnader och gör det lättare att visa att produkten uppfyller gällande regler. För konsumenten signalerar standarden grönt ljus för att produkten är trygg att använda. De omsorgsfulla och tidskrävande standardiseringsprocesserna är därför något vi mår om på Konsumentverket. Under året har vi tagit viktiga steg inom flera områden. Reflexelar, hjälmar och ”barnsäkerhetsbibeln” är några exempel.

När AI styr valet

Utvecklingen av artificiell intelligens, AI, har gått med raketfart de senaste åren men min bild är att tekniken har tagit ett särskilt stort kliv in i vår vardag det senaste året. Var fjärde person över 16 år i Sverige använder generativ AI. Ungdomarna går i täten: Bland 12–19-åringarna har sju av tio använt något AI-verktyg. Självklart påverkas konsumentvardagen, i vissa fall genom förenkling och ökad tillgänglighet, men AI medför också risker och utmaningar.

Det är med skräckblandad nyfikenhet jag tar del av trendspaningar om utvecklingen mot ett ”zero click internet”, alltså ett klickfritt internet. AI är på väg att ändra vårt nätsökande i grunden i och med att vi i allt högre grad nöjer oss med AI-sammanfattningarna i stället för att via en sökmotor klicka vidare till källorna. Bara fantasin

sätter gränser för kommande steg, inte minst för oss som tillsyns- och vägledningsmyndighet. En verklighet där AI presenterar relevanta alternativ när konsumenten ska köpa ett nytt kylskåp, en resa eller en försäkring och kanske också låter AI klicka hem produkten, känns inte så långt borta. Konsumentverket har redan identifierat dold marknadsföring i AI-systemens svar. Hallucinerande AI-verktyg är välkända och skapar självklart problem för den som kanske fattar köpbeslut på felaktiga grunder. Att AI-modeller kan användas för ännu mer svåravslöjade bedrägerier är ytterligare en utmaning som vi nog bara har anat början på. Det här är inte rätt forum att spekulera i hur lagens krav på förköpsinformation, avtal och annan konsumentlagstiftning ska tillämpas i denna nya webblogik men konstateras kan att både kommersiella och samhällets aktörer har lite att bita i.

Med medvetenhet om riskerna, är det självklart att vi på Konsumentverket måste vara på tårna i den här frågan, både med tanke på den nya teknikens påverkan på konsumtionens förutsättningar och för att myndigheten ska våga använda AI. Jag anser att vi har gjort betydande framsteg i förhållande till myndighetens storlek.

En utmaning för myndigheten är att få en bild av den oändliga mängd marknadsföring, avtalsvillkor och konsumentinformation som finns på digitala plattformar och i digitala kanaler. Vi ser stor potential i att med AI-stöd identifiera och bevisläsa överträdelser i en omfattning som aldrig vore möjlig med mänskliga resurser. Vi testar oss fram, lär av det som vi själva och andra gör och räds inte nya, spännande arbetssätt. Jag ser samarbete som en nödvändighet för att lyckas – det handlar om att kroka arm med andra myndigheter och aktörer i Sverige och övriga Europa för att hantera de regelverk som reglerar AI på konsumentmarknaderna.

Många av våra arbetsuppgifter har redan effektiviserats med hjälp av AI och jag kan ju inte låta bli att nämna vår AI-chatt som under året gått från testfas till sjösättning. Resultatet är fantastiskt. Över 1 000 konsumenter i veckan får hjälp av AI-chatten. Inte minst är jag nöjd med att vi på detta vis kan erbjuda bra stöd dygnet runt, veckans alla dagar.

Konsumtionens pris för planeten

Under 2025 avslutades Sveriges hittills största forskningsprogram om hållbar konsumtion: Mistra Sustainable Consumption. Inom programmet har ett 40-tal forskare under åtta år

fördjupat sig i olika aspekter av miljömässigt hållbar konsumtion. Konsumentverket har deltagit i arbetet som så kallad samhällspartner. I slutrapporten slår forskarna fast att olika initiativ för att få konsumenter att frivilligt förändra sina val i miljömässigt hållbar riktning inte är tillräckligt. Det är en slutsats som även Konsumentverket kommit fram till och genom åren har lyft i olika sammanhang. Människors konsumtion är tätt sammanflätad med vardagsrutiner, sociala normer, kulturella värderingar och även med de infrastrukturer som omger oss. För att uppnå en hållbar konsumtion behövs både teknisk utveckling och förändrad konsumtion och i båda fallen krävs aktiva styrmedel.

En nyckel till konsumenters medvetna val är att företagens miljöinformation går att lita på. Hela 86 procent tycker att det är svårt att avgöra om företag är hållbara. Greenwashing, på svenska grönmålning, upplevs som ett stort problem. Organisationen Beuc visar i en konsumentundersökning från 13 europeiska länder, bland andra Sverige, att var tredje konsument väljer att inte investera i hållbara fonder för att de inte vågar lita på hållbarhetsinformationen.

Här har Konsumentverket en viktig uppgift. Myndighetens arbete för att underlätta hållbar konsumtion handlar bland annat om att granska miljöargument i marknadsföring. Reklam får inte lura konsumenten att tro att en produkt exempelvis är mindre miljöbelastande än den är. Det här är ett viktigt uppdrag som vi skulle behöva lägga ännu mer resurser på.

Ett av de avgörande hindren för konsumenter att handla hållbart är priset. Miljömässigt hållbara alternativ är oftast dyrare än de mer miljöbelastande produkterna. Mer än varannan konsument säger att de skulle göra mer hållbara val om priserna för hållbara produkter och tjänster skulle vara samma som för icke hållbara motsvarigheter. Konsumentverkets granskning av företagens prismarknadsföring är därför relevant och viktig även ur detta perspektiv. Den privata konsumtionen i Sverige rimmar illa med vad som krävs för att miljö- och klimatmålen ska nås och förändringar behöver ske snabbt. Samtidigt poängterar forskningen att lösningen inte finns i en eller några få åtgärder. Det handlar om allt från minskad överkonsumtion och att underlätta hållbara val till teknisk utveckling och att arbeta med normer och värderingar. Ett av Konsumentverkets övergripande mål är att *Hållbar konsumtion ska bli enklare*. När vi motverkar att konsumenter köper saker de inte hade tänkt

sig, eller att de handlar i tron att produkter är billigare än de är, tar vi steg mot det målet.

Förtroende är vårt guld

Myndigheter måste hantera situationer som är komplexa, motsägelsefulla och osäkra. På Konsumentverket möter vi denna komplexitet och behovet av flexibilitet med att kontinuerligt värdera vilka åtgärder och verktyg som ger störst nytta och justera verksamheten därefter. Det handlar om att göra största möjliga nytta för det anslag vi har till vårt förfogande. Att vi lyckas med det på ett ansvarsfullt vis är en förutsättning för vår viktigaste tillgång: förtroendet för myndigheten och för den övriga statsförvaltningen. Förtroende bygger både på att vi gör det vi ska med hög kvalitet och att vi skapar goda förutsättningar för dem vi är till för.

Ett viktigt verktyg i nästan alla våra uppdrag är kommunikation. Det handlar om att konsumenter, företag och andra aktörer ska få opartisk och begriplig information när och där den behövs. Jag är därför glad att få verka på en myndighet med en professionell, kreativ och proaktiv kommunikationsverksamhet. Konsumentverket har under året haft i uppdrag att redovisa hur kommunikation har använts för att uppfylla myndighetens kärnuppgifter och till vilken kostnad. Vi kan konstatera att myndighetens kommunikativa insatser är avgörande för att nå önskat resultat inom många uppdrag. Det handlar om allt från barnsäkerhet och flygrese-
närers rättigheter till influerar-marknadsföring, ekonomiskt våld och att göra det enklare för företag att förstå och följa lagstiftningen.

Jag vill runda av med ett stort och innerligt tack till alla engagerade och kunniga medarbetare på Konsumentverket. Omtanke är ett av myndighetens värdeord och det är verkligen något som inte bara har visats mig som ny generaldirektör. Med stolthet kan jag redan efter min korta tid konstatera att det präglar varje dags arbete för dem vi är till för, konsumenterna.

Lena Aronsson
Konsumentombudsman och
generaldirektör för Konsumentverket



Året i siffror



43 600

laddades ned från lektionsbanken

lektioner

Svarat på

68 700

frågor från
konsumenter



65 000

Säkra barn-
broschyrer

Vår räckvidd på **Facebook**
ökade med **80 procent**
till cirka **3,8 miljoner**



10 000

VYKORT TILL
UNGA VUXNA



183

anställda

2,1

miljoner

besök på
konsumentverket.se

190

miljoner

kostar
Konsumentverket



31 300

anmälningar till Konsumentverket



Konsumentverket
förekom i

8 600

inslag i tidningar,
radio och tv



Över

1 000

frågor i veckan
i AI-chatten



Stoppat

600 000

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 uppdragen inom respektive verksamhetsområde. Som en del av Konsumentverkets verksamhetsstruktur ingår också styrande och stödjande delar.

Ambitionen är att verksamhetsstrukturen ska vara långsiktig, men vissa justeringar kan behövas även om det utmanar möjligheten att jämföra kostnader över tid. Konsumentverket har från och med 2025 inte längre uppdraget att tillhandahålla en webbaserad informationstjänst för remitteringar och resultatområdet Money from Sweden är därför borttaget från verksamhetsstrukturen.

Verksamhetsstyrning och uppföljning

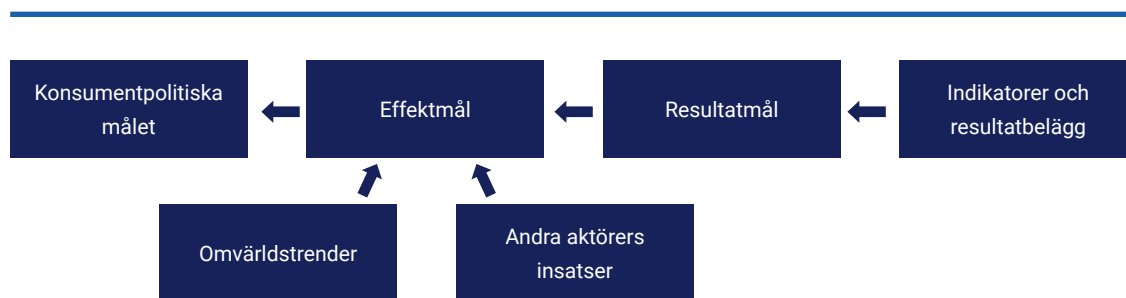
Konsumentverket har, med utgångspunkt i det konsumentpolitiska målet, formulerat två myndighetsgemensamma effektmål som anger önskade effekter av verksamheten: *Konsument-*

skadan 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 planering, styrning och 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 2025 bedömt att inga ärenden eller ärendetyper kräver redovisning av antal eller styckkostnad 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 regelfterlevnad
- i högre grad använda kunskap om konsumentbeteenden och konsumentskadan i samhället.

För att stärka medarbetarnas och organisationens effektivitet och flexibilitet arbetar myndigheten kontinuerligt med att utveckla tre förmågor: 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 insatser. Redovisning av Konsumentverkets uppdrag att systematiskt följa upp funktionshinderpolitiken 2021–2031 sker, efter en ändring i uppdraget, inte i årsredovisningen utan i en separat rapportering till Myndigheten för delaktighet.

Resursfördelning per VO med kostnader, intäkter och transfereringar

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

Konsumentverket fördelar sina lönekostnader på de olika verksamhetsområdena direkt i lönesystemet Primula. Andra kostnader samt intäkter direkt hänförliga till något av våra verksamhetsområden fördelas löpande genom att de redovisas mot aktuellt verksamhetsområde. Från och med årsredovisningen 2024 fördelar Konsumentverket OH-kostnader proportionerligt utifrån respektive verksamhetsområdes andel av de tre verksamhetsområdenas summerade kostnader. Jämförelsetalet för 2023 är omräknat utifrån nu gällande princip för OH-fördelning. Transfereringar redovisas i separat tabell och inkluderas inte i tabellen över verksamhetens kostnader.

Antalet anställda och årsarbetskrafter minskade 2025 jämfört med 2024. Kostnader för lönerevision och ökade pensionskostnader gör att personalkostnaderna ändå ökar marginellt. Personalerlörligheten har varit fortsatt låg under 2025, men första halvåret präglades av kostnadskontroll utifrån då kända förutsättningar för vår långsiktiga finansiering. Dessa förutsättningar ändrades i september i och med budgetpropositionen för 2026.

Verksamhetsområde Konsument minskade sin andel av kostnaderna jämfört med kostnadsfördelningen 2024, där avvecklingen av remitteringstjänsten *Money from Sweden* vid årsskiftet 2024–2025 var den största förändringen. Verksamhetsområde Kunskap ökade sin andel av kostnaderna 2025, där bland annat kostnader för analysarbete och IT-relaterade kostnader ökade 2025 jämfört med 2024.

Anslaget för transfereringar (organisations- och verksamhetsbidrag samt avgifter för standardisering) har sänkts årligen under jämförelseperioden. Inget anslag för transfereringar är tilldelat Konsumentverket i regleringsbrevet för 2026.

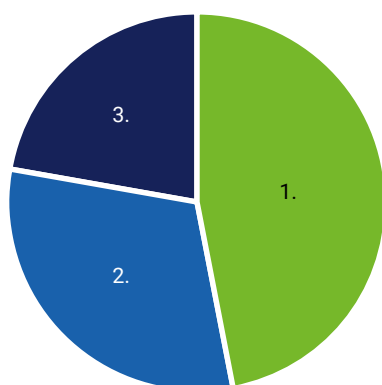
Från och med 2024 ska Konsumentverkets rättegångskostnader i första hand finansieras genom en egen anslagspost (ap.2), kostnader som 2023 finansierades genom bidragsintäkter från Kammarkollegiet.

Verksamhetens kostnader

Resursfördelning verksamhetsområden (tkr)	2023	2024	2025
Företag	79 139	89 197	89 771
Konsument	66 076	64 134	59 137
Kunskap	33 416	36 949	41 071
Summa	178 632	190 279	189 979

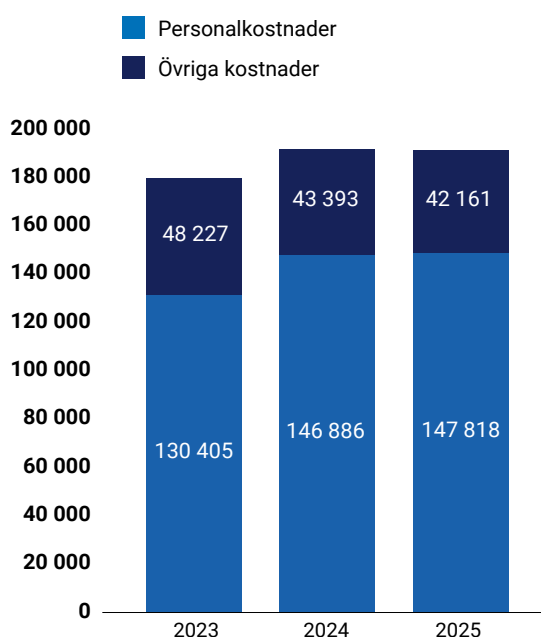
Kostnaderna för 2023 har räknats om enligt ny princip för OH-fördelning som gäller från och med 2024.

Fördelning av kostnader mellan verksamhetsområden



- 1. Företag 47%
- 2. Konsument 31%
- 3. Kunskap 22%

Verksamhetens kostnader 2023–2025 (tkr)



Transfereringar (lämnade bidrag)

Transfereringar, verksamhetsområden (tkr)	2023	2024	2025
Företag	1 500	900	559
Konsument	-	-	-
Kunskap	12 496	6 159	1 000
Summa	13 996	7 059	1 559

Verksamhetens intäkter

Fördelning av verksamhetens totala intäkter (tkr)	2023		2024		2025	
	Intäkter av anslag	Övriga intäkter	Intäkter av anslag	Övriga intäkter	Intäkter av anslag	Övriga intäkter
Företag	75 389	3 751	88 146	1 051	88 408	1 362
Konsument	60 195	5 881	57 995	6 139	52 648	6 490
Kunskap	31 475	1 941	34 379	2 570	38 591	2 480
Summa	167 059	11 573	180 520	9 760	179 647	10 332

Övriga intäkter = avgiftsintäkter, bidrag och finansiella intäkter.

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

Från och med 2024 har Konsumentverket en anslagspost för rätttegångskostnader, kostnader som 2023 finansierades genom bidragsintäkter från Kammarkollegiet.

Myndighets- övergripande insatser



Myndighetsövergripande insatser

Arbete i Miljömålsrådet 🌱

Under perioden 2022–2026 har Miljömålsrådet valt att samarbeta inom fem områden, och Konsumentverket medverkar i ett av dem: Samverkan för ett hållbart livsmedelssystem. Där har arbetet under 2025 fokuserat på att utveckla gemensam metodik för konsekvensutredningar kopplade till livsmedelssystemet. Därutöver har de samverkande myndigheterna ägnat tid åt gemensamt erfarenhetsutbyte, kompetensutveckling samt att summera och utvärdera arbetet.

Jämställdhetsintegrering 💡

Konsumentverket strävar efter att integrera jämställdhetsperspektivet i prioriteringar och insatser för att bidra till de jämställdhetspolitiska målen. Myndighetens inriktning för arbetet 2022–2025 har varit att öka kunskapen om könsrelaterade konsumentproblem och, i takt med den ökade kunskapen, genomföra relevanta insatser som motverkar problemen. Arbetet sker med stöd från Jämställdhetsmyndigheten, bland annat genom regelbundna nätverksträffar.

Åtgärder med jämställdhetsperspektiv redovisas under respektive resultatområde och markeras med symbol i resultatredovisningen.

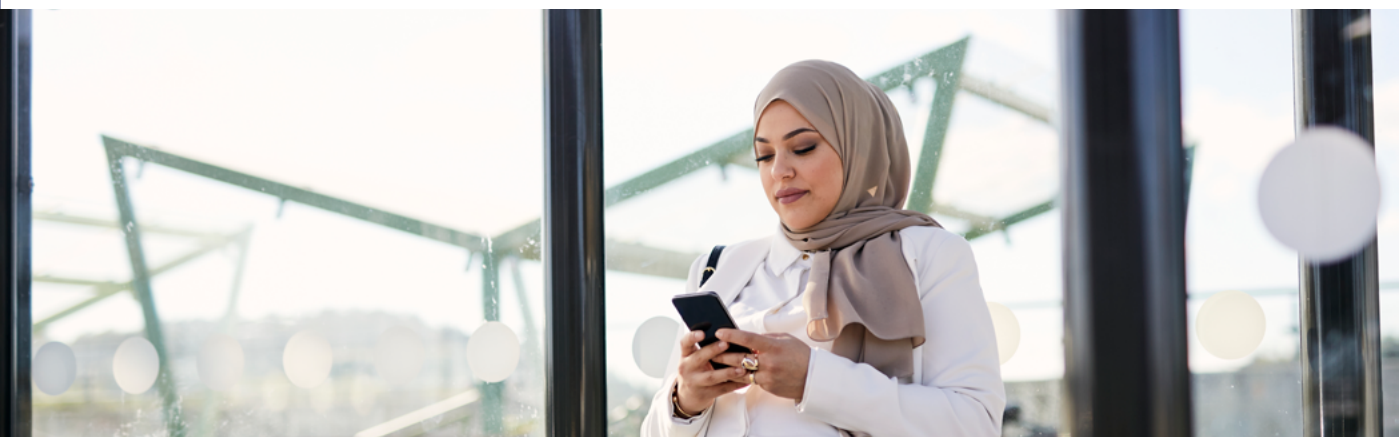
Utöver detta har följande genomförts: Konsumentverket har arbetat med redovisningsuppgifter inom regeringens utvecklingsprogram för jämställdhetsintegrering i statliga myndigheter (JiM). Uppdraget ska slutredovisas i januari 2026 och omfattar lärdomar och resultat från

perioden 2020–2025. Arbetet har bidragit till ökad medvetenhet om jämställdhetsfrågor och gett underlag för fortsatt utveckling. Några viktiga lärdomar är att

- prioritera avgränsade områden för ett strukturerat arbete med koppling till kärnverksamhet och jämställdhetspolitiska mål kan underlätta genomslag och uppföljning
- könsuppdelad statistik är avgörande för att synliggöra skillnader och risker, men behöver utvecklas
- systemsyn och samverkan med andra aktörer kan öka resurseffektiviteten och skapa långsiktig nytta.

Myndigheten har fortsatt arbetat med regeringsuppgifter *Sammanställa och sprida information om ekonomiska aspekter av våld i nära relationer*, som har förlängts till december 2027. Under året har vi bland annat

- tagit fram och implementerat en rutin för Konsumentverkets konsumentupplysning för att kunna hänvisa utsatta konsumenter till rätt stöd
- genomfört föreläsningar om ekonomiskt våld, bland annat för budget- och skuldrådgivare på BUS-dagarna



- medverkat i framtagande och spridning av webbutbildning om ekonomiskt våld som riktar sig till kommuner och andra samhällsaktörer
- publicerat ny information på konsumentverket.se och genomfört informationsinsatser i sociala medier i samband med *Economic Abuse Awareness Day*.

Som arbetsgivare har Konsumentverket fortsatt att inkludera frågor om utsatthet och otrygghet i den årliga medarbetardialogen och genomfört en kunskapshöjande insats om ekonomiskt våld för alla medarbetare. Syftet är att bidra till det jämställdhetspolitiska målet att mäns våld mot kvinnor ska upphöra.

Internationellt arbete

Konsumentverket har varit fortsatt aktiv i arbetsgruppen om konsumentskydd och genus under FN:s organ för handel och utveckling (UNCTAD). Konsumentverket har tillsammans med myndigheter från Australien, Storbritannien och Colombia färdigställt en checklista för hur genus kan integreras i konsumentskyddsarbete. Checklistan ska ut på konsultation och förväntas tas upp och publiceras när *Intergovernmental Group of Experts on Consumer Law and Policy* har sitt möte 2026. Syftet med checklistan är att vägleda myndigheter och andra konsumentorgan i hur genusperspektivet med relativt enkla medel kan integreras i löpande konsumentskyddsarbete. Den är med största sannolikhet den första i sitt slag.

Integrering av funktionshinderperspektivet

Uppdraget att integrera funktionshinderperspektivet och att medvetandegöra tillgänglighetsfrågor är ständigt aktuellt i Konsumentverkets verksamhet. Alla konsumenter ska kunna göra medvetna val och känna till sina rättigheter och skyldigheter oavsett funktionsförmåga. Arbetet stärks genom processer och rutiner som säkerställer att frågan lyfts när insatser eller utvecklingsarbete planeras och utförs.

Konsumentverkets arbete redovisas under respektive resultatområde och åtgärder med funktionshinderperspektiv markeras i respektive resultatredovisning med en symbol. Myndigheten

bidrar särskilt till det funktionshinderpolitiska målet genom tillsyn inom transportområdet, skolmaterial till grundskola och gymnasium samt arbetet med att förebygga överskuldssättning.

Under 2025 har Konsumentverket deltagit i arbetet med att ta fram ett förslag till en ny nationell handlingsplan för funktionshinderpolitiken under ledning av Myndigheten för delaktighet (MFD).

Utöver detta deltar också Konsumentverket i MFD:s tjänstepersonsnätverk samt det strategiska GD-rådet tillsammans med övriga utsedda strategimyndigheter.

Stärkt uppföljning av funktionshinderpolitiken

Som ett led i regeringens strategi för systematisk uppföljning av funktionshinderpolitiken (2021–2031) ska Konsumentverket redovisa de åtgärder som vidtagits för att bidra till det nationella målet för funktionshinderpolitiken. Enligt ändring i uppdraget 2025 som syftar till att stärka uppföljningen ska vi särskilt redovisa denna del till MFD, utanför årsredovisningen.

Dropshipping

Konsumentverket fortsätter att arbeta med problem som rör försäljningsmetoden dropshipping. Det är många konsumenter som lockas att handla till låga priser på nätet, men som sedan inte får någon vara levererad, eller får något som inte alls motsvarar rimliga förväntningar. (Läs mer under verksamhetsområde Företag, resultat-område Marknadsrätt samt verksamhetsområde Konsument, resultatområde Konsument Europa.)

Regeringsuppdrag: Hur kommunikation bidrar till kärnverksamheten

Enligt Konsumentverkets regleringsbrev för 2025 ska en särskild redovisning göras av kostnader för myndighetens informations- och kommunikationsverksamhet och hur den bidrar till förmågan att uppfylla kärnuppgifterna.

I Konsumentverkets instruktion framgår att myndigheten ska informera företag om konsumentskyddande regler, ge information och vägledning till konsumenter samt stödja kommunernas konsumentverksamhet med bland annat information. Information och kommunikation är följaktligen integrerat i kärnverksamheten och avgörande för myndighetens resultat. Genom

att informera företag om konsumentskyddande regler och ge konsumenter vägledning ökar Konsumentverket regelefterlevnaden och stärker konsumenternas ställning. Kommunikation gör det också möjligt att nå ut med myndighetens stöd till samhällsaktörer samt att sprida kunskap om konsumenternas förutsättningar.

Under 2025 har flera kommunikationsinsatser genomförts som bidragit till myndighetens måluppfyllnad, exempelvis inom ramen för regeringsuppdragen om förenklad regel- efterlevnad, influerar-marknadsföring och ekonomiskt våld. Kommunikationsverksamheten har bland annat också bidragit till att konsumenter fått ökad kunskap om flygresenärers rättigheter, barnsäkerhet och privatekonomi samt till att lärare, socialsekreterare, budget- och skuldrådgivare med flera känner till och hittar Konsumentverkets stöd.

Valet av kanaler grundar sig på syftet med varje insats, målgruppernas förutsättningar och vilken typ av information som ska förmedlas. Genom ett datadrivet arbetssätt kan myndigheten kontinuerligt följa upp och utvärdera insatsernas resultat i de olika kanalerna. Exempelvis används Youtube och Meta för att nå unga, medan branschmedier, nyhetsbrev och konferenser används för att nå samhällsaktörer. När bred räckvidd är viktigt sprids information via medier och sociala kanaler.

Kommunikationsenhetens lönekostnader 2025 uppgick till cirka tio miljoner kronor. Därutöver har myndigheten haft kostnader på cirka en miljon kronor för informations- och kommunikationsinsatser. Redovisningen omfattar inte informerande och kommunicerande kärnuppgifter (som exempelvis tillsynsbrev, branschdialoger, konsumentvägledning och webinarier), EU-finansierad verksamhet, internkommunikation, annonsering av lediga tjänster, systemlicenser, tekniska verktyg och IT-infrastruktur samt teknisk förvaltning och utveckling av myndighetens webbplatser. En utförligare redovisning av uppdraget görs i rapporten 2026:2

Konsumentverkets informations- och kommunikationsverksamhet – Redovisning av kostnader och verksamhetens bidrag till kärnuppgifterna.

Konsumentverket.se

Under året har varumärket *Hallå konsument* avvecklats och vägledning till konsumenter finns numera på den gemensamma webbplatsen konsumentverket.se. Förändringen innebär också att ett telefonnummer gäller för alla som vill kontakta myndigheten. I samband med avvecklingen av webbplatsen hallakonsument.se gjordes förbättringar i struktur och förenklingar i webbtexter som underlättar för konsumenter att hitta rätt information.

Antalet besök på webbplatsen har under året varit cirka 2 115 000. Det är svårt att jämföra med föregående år då myndigheten nu har en gemensam webbplats. Det finns också många yttre faktorer som påverkar vår besöksstatistik som till exempel hantering av så kallade kakor. De som säger nej till kakor registreras inte som besökare på webbplatsen. Andra faktorer som påverkar är svar som ges direkt av sökmotorer och svar som ges av AI-sammanfattningar utan besök på webbplatsen.

Avvecklingen av varumärket *Hallå konsument* har följts upp internt och visat på goda resultat. En utvärdering av effekterna externt planeras under 2026.

Konsumentverkets webbplats innehåller utöver information till konsumenter även information om myndighetens verksamhet, information till företag och skola samt ger även tillgång till myndighetens publikationer. På konsumentverket.se kan företag hitta 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. (Läs mer under verksamhetsområde Företag, resultatområde Marknadsrätt.)

Under året har myndigheten säkerställt att konsumentverket.se uppfyller kraven på tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning. Flera insatser genomförs för att förbättra tillgängligheten, bland annat ett visningsalternativ med mörkt läge (dark mode) på webbplatsen, som gör det lättare att läsa för vissa användare. En kontroll av att de externa tjänster som används på webbplatsen uppfyller kraven på tillgänglighet har också genomförts.

Antal besök på konsumentverket.se*

	2023	2024	2 025
Konsumentverket.se	1 202 000	1 138 000	2 115 000

* Jämförelser med tidigare års statistik är svåra att göra.

Information via medierna

Genomslag i medierna

Medverkan i medier är ett viktigt och prioriterat arbete. Genom medierna når myndigheten samtliga målgrupper på ett effektivt sätt.

Den fråga som fick i särklass mest uppmärksamhet i medierna under 2025 var myndighetens utredningsförslag att förbjuda all telefonförsäljning. Medierna visade även stort intresse för pressmeddelandet *Många influerare och annonsörer bryter mot lagen* och likaså för nyheterna om arbetet med att komma till rätta med brister i prismarknadsföring.

Totalt förekom Konsumentverket i cirka 8 600 nyhetsartiklar och inslag i radio och tv. År 2024 var motsvarande siffra drygt 6 600.

Genomslag i sociala medier

Konsumentverket finns på plattformarna Facebook, Instagram och LinkedIn. Facebook är den kanal där vi når ut till flest personer och därmed arbetar mest aktivt med. Fokus ligger på att sprida information om aktuella konsumentproblem och konsumenträttigheter med syfte att öka kunskapen hos våra målgrupper. Många av inläggen görs utifrån vägledningens frågeforum men här publiceras också många av myndighetens informationsinsatser. Under 2025 hade inläggen på Facebook

en total räckvidd på 3,8 miljoner vilket ledde till ungefär 65 000 länkklick. Räckvidden har ökat med drygt 80 procent jämfört med året innan, samtidigt som länkklickken minskat med nära 30 procent.

På Instagram hade myndighetens inlägg en total räckvidd på knappt 488 000 och trafiken kommer till större delen från våra kampanjer. På LinkedIn är målgruppen presumtiva medarbetare och innehållet speglar Konsumentverket som arbetsplats. På LinkedIn hade myndigheten totalt 443 000 visningar av inläggen.

AI på Konsumentverket

Under 2025 har Konsumentverkets fortsatt att utveckla förmågan använda artificiell intelligens (AI). Årets prioriteringar har bland annat varit att erbjuda medarbetare utbildning i Copilot 365, främja säker användning av AI och integrera enklare AI-agenter i arbetsflöden. Utbildningen *Säker generativ AI* har genomförts av alla medarbetare, och en prova-på-månad för Copilot 365 har erbjudits med uppföljning av erfarenheter. En medarbetarenkät visar att användningen av AI i det dagliga arbetet har ökat markant från 2024 till 2025. Nästan 70 procent av medarbetarna använder nu AI-verktyg regelbundet, jämfört med cirka 50 procent föregående år.

Under året har Konsumentverket arbetat brett





med AI-utveckling. Myndigheten har skapat och testat över 100 AI-agenter. Initiativen har omfattat allt från analys av inkomna anmälningar och avtalsgranskningar till kommunikationsinsatser som analyser av sökord och kampanj-data, översättningar och klarspråksgranskningar av webbtexter. Vi har även testat agenter för konsekvensbedömningar av GDPR och granskning av tillgänglighet. Myndigheten ser stor potential att ytterligare effektivisera arbetet och planerar fortsatt utveckling av AI-agenter under 2026, där bevisning, omvärldsbevakning och projektplanering är några nya områden vi vill utforska.

Utöver detta har Konsumentverkets AI-hubb genomfört risk- och konsekvensbedömningar för nya verktyg och stöttat det fortsatta användandet av Copilot 365.

Kort efter att den nya webbplatsen lanserades våren 2025 implementerades även den nya AI-chatten på konsumentverket.se. AI-chatten kompletterar övriga kanaler och möjliggör för konsumenterna att få svar på frågor dygnet runt, veckans alla dagar. Sedan lanseringen har antalet besvarade chattfrågor per vecka ökat stadigt och en utvärdering planeras i början av 2026. (Läs mer om AI-chatten under verksamhetsområde Konsument, resultat-område Konsumentupplysning.)

Sammantaget har de genomförda insatserna

bidragit till att höja kompetensen och skapa förutsättningar för ett mer effektivt och säkert användande av AI inom myndigheten.

Staten i Värmland – myndighetssamverkan

Staten i Värmland är ett samverkansinitiativ mellan Värmlandsmyndigheter i syfte att förnya statsförvaltningen, öka samhällsnyttan och borge för högt förtroende. Det sker bland genom kunskapsutbyten, personallån och annan resursdelning mellan tretton aktiva nätverk inom allt från verksjuridik och digital verksamhetsutveckling till ekonomi och miljöledning. Under 2025 har utmaningar inom digitalisering och möjligheter och risker med AI diskuterats i flera nätverk. Krisberedskap och kontinuitetsövningar, miljöredovisning, personalförmåner och informationsöverföring är andra ämnen som avhandlats under året. Kommunikationscheferna på myndigheterna har ett pågående erfarenhetsutbyte om närvaro på sociala medier och myndigheterna inom Staten i Värmland arbetar med frågan om lokalt samarbete avseende resurser vid en eventuell höjd beredskap eller kris.

Inom ramen för förordning om miljöledning i statliga myndigheter har ett par myndigheter, med gott resultat, genomfört miljörevision av varandras verksamheter.

Verksamhets- område Företag

Resultatområde: Marknadsrätt

s. 21

Resultatområde: Produktsäkerhetsrätt

s. 29



Resultatområde: Marknadsrätt

Resultatmål

Konsumentverkets arbete bidrar väsentligt till att företagen följer de konsumentskyddande reglerna

Konsumentverkets marknadsrättsliga arbete är indelat i olika marknadsområden: resor, hälsa, folkhälsa, elektronisk kommunikation, boende, energi och motor, försäkringar, investeringar och pension samt kredit- och betaltjänster. Varor och tjänster som inte tillhör någon av de uppräknade marknaderna bevakas av området övriga marknader och omfattar bland annat juridiska tjänster, id-skydd, flyttjänster, försäljning av andrahandsbiljetter och så kallad dropshipping.

Arbetet bedrivs främst i form av tillsyn (riktad och tematisk), nya eller omförhandlade branschöverenskommelser samt genom information till företagen, föreskrifter, allmänna råd och ställningstaganden. Målet med det marknadsrättsliga arbetet är att väsentligt bidra till att företagen följer de konsumentskyddande reglerna. Efter årets uppföljning av resultaten bedömer vi att målet är uppnått.

Riktad tillsyn

Under året avslutades 400 tillsynsärenden, vilket är något färre jämfört med 2024 då 411 tillsynsärenden avslutades. Genomsnittet för de senaste fem åren är 296 avslutade ärenden per år.

Konsumentverket har, förutom ett intensivt arbete med angelägna regeringsuppdrag avseende kundtjänst, telefonförsäljning och influencer marketing, även bedrivit en aktiv och prioriterad riktad tillsyn.

Planeringen av insatser sker både inom respektive marknad och ur ett marknadsövergripande perspektiv för att fokusera tillsynen på strukturella konsumentproblem. Prioriteringsmodellen, triagen, utgår från hur stor konsumentskada, ekonomisk skada eller hälsorisk, som en viss affärsmetod orsakar eller riskerar att orsaka konsumenter.

De övergripande eller strukturella konsument-

problem som vi arbetat med under året är bland annat dold marknadsföring i form av influencer marketing och vilseledande prissänkningar.

Tillsynsarbetet kräver prioriteringar, dels för att lägga kraft på de mest angelägna konsumentproblemen, dels för att agera mot problem där tillsynen bedöms kunna få effekt. När bedömningen är att Konsumentverkets tillsyn inte kan komma till rätta med allvarliga problem som oseriösa aktörer orsakar konsumenter, behövs samarbete med Polismyndigheten och Nationellt bedrägericentrum (NBC). Den nya sekretessbrytande bestämmelsen som trädde i kraft i december 2025 underlättar dessa kontakter.

Drygt 78 procent av tillsynsärendena har avslutats med att företagen rättat sig frivilligt, vilket är något lägre än 2024 års rättelsegrad som uppgick till 82 procent. Om ett bolag inte rättar sig lämnas ärendet 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 8 ärenden och utfärdat 25 förelägganden. Antalet förelägganden har ökat kraftigt under året bland annat till följd av den löpande granskningen av marknadsförda prissänkningar där myndigheten kunnat konstatera nya överträdelser av företag som tidigare rättat sig. 22 av 25 utfärdade förelägganden har vunnit laga kraft. Ökningen av förelägganden till följd av uppföljande tillsyn är den huvudsakliga förklaringen till att andelen frivilliga rättelser gått ner.

Den sammantagna rättelsegraden för både frivilliga och tvingande rättelser uppgår till 85,5 procent (84 procent 2024). Det finns även ärenden som har avslutats utan rättelse eftersom bedömningen är att tillsynen inte har förutsättning att få avsedd effekt då flera företag begått samma typ av överträdelse men endast ett bolag stäms vid domstol eller då bolag gått i konkurs,



avvecklat eller sålt verksamheten. I vissa fall visar det sig också att företaget inte gjort fel och ärendet avslutas då bara. Ärenden kan även avslutas med ett påpekande eller, som i något fall, att företagets namn publicerats på Konsumentverkets varningslista.

Vad gäller domstolsavgöranden har KO helt eller delvis vunnit samtliga mål där bolagen vägrat att rätta sig.

Myndigheten följer, efter en tid, upp tidigare tillsynsärenden och uppskattar att företagens efterlevnad av frivilliga eller påtvingade rättelser uppgår till cirka 80 procent.

Tematisk tillsyn

Konsumentverket har under året, liksom föregående år, genomfört åtta tematiska granskningar.

En granskning rör bland annat prismarknadsföring av bilförsäkringar med rabatter. Granskningen visar att försäkringsbolagens prismarknadsföring gör det svårt för konsumenter att såväl förstå vad den slutliga premien kommer att uppgå till som att jämföra premier hos andra försäkringsbolag.

En annan granskning rör villkor för debet- och kreditkort vid obehöriga transaktioner. Den visar att bolagen ställer oskäligt höga krav vad gäller konsumentens förvaring och hantering av kort och att konsumenter krävs på flera självrisiker trots att de obehöriga transaktionerna kan hänföras till ett och samma händelseförlopp. Konsumenterna kan även bli ersättningsskyldiga till följd av övertrassering av kontot eller överskridande av kreditgränsen vid obehöriga transaktioner.

En ny avtalsform inom elhandel, så kallade förvaltade elavtal, har också granskats. Av granskningen framgår att elhandelsföretagen använder långtgående påståenden om att elavtalet är professionellt och aktivt förvalt av experter utan att förklara vad det innebär i praktiken. Vidare påstår företagen att ett förvalt elavtal är tryggt, stabilt och enkelt och medför ett lägre snittpris, trots att det inte finns några sådana garantier. Argumenten kan locka konsumenter som, till följd av elmarknadens varierande och periodvis höga elpriser, vill minska sina elkostnader.

Tre tematiska granskningar har dessutom

genomförts som rör båt, tåg och buss.

Vi har även granskat överfallsskyddet i hemförsäkringar. Åtta försäkringsbolag ingick i granskningen och tre tillsynsärenden öppnades direkt efter det att promemorian med granskningsresultatet skickats till berörda bolag och branschorganisationer. Branschmedier uppmärksammade granskningen och publicerade en artikel, vilket bidrog till att granskningen fick ytterligare spridning. Samtliga tre bolag rättade sig frivilligt. Det råder produktfrihet vad gäller utformningen av försäkringar, men vi kunde i granskningen konstatera att två av försäkringsbolagen saknade överfallsskydd vid våld i nära relationer. Ett av de två bolagen valde att införa skydd för våld i nära relationer och det andra bolaget lämnar i stället tydlig förköpsinformation om att deras försäkring inte omfattar våld i nära relationer.

Resultaten av våra tematiska undersökningar sammanfattas i en promemoria som skickas till granskade bolag och till relevant branschorganisation. De undersökta företagen informeras om att granskningen följs upp med riktad tillsyn om rättelse inte sker. Granskningarna publiceras även på företagssidorna på konsumentverket.se. Majoriteten av företagen på de marknader som granskas rättar sig efter en tematisk granskning.

Branschöverenskommelser

Arbetet med branschöverenskommelser fortsätter med målet att de ska utgöra god sed inom en marknad och tillföra mervärde utöver det som konsumentskyddande lagstiftning ger. En nödvändig förutsättning för att etablera en god sed är att branschorganisationen företräder en majoritet av företagen på den aktuella marknaden. Branschorganisationen ska enligt överenskommelsen informera medlemmarna om överenskommelsen och kontrollera efterlevnaden.

Fem branschöverenskommelser har omförhandlats under året och en ny överenskommelse har tagits fram, jämfört med totalt fem under 2024. De branschöverenskommelser som omförhandlats är *Varudeklaration för begagnad personbil*, *Besiktningsmannaboken*, *Avtalsvillkor försäljning av el och anslutning till elnät*, *Särskilda villkor för försäljning av el från anvisat elhandelsföretag till konsument*. Dessutom har den nya tagits fram. *Varudeklaration för begagnad elbil*.

Information, föreskrifter och allmänna råd

Under året har Konsumentverket genomfört åtminstone 25 informationsinsatser (34 insatser 2024), vilka är efterfrågade insatser med syfte att öka regelefterlevnaden. Insatserna handlar om informationsutskick till enskilda bolag och nya aktörer på marknaderna, föreläsningar för branscher eller andra sammanslutningar av företag samt informationsutbyte med branschorganisationer. En större informationsinsats under våren var att myndigheten deltog i Dagens Industris event angående EU Sustainability Regulations 2025. Åhörarna fick veta vad som gäller vid marknadsföring och kommunikation med miljö- och hållbarhetspåståenden idag, men även vad kommande reglering (Green Claims Directive) kan komma att innebära för företagen.

En förklaring till att vi genomfört färre informationsinsatser under året är prioriteringen av nya företagssidor på konsumentverket.se. Sidorna har fått en ny struktur och tydligare marknadsrättsligt innehåll. Där informeras även näringslivet om de aktuella och strukturella konsumentproblemen som myndigheten uppmärksammat och prioriterar i arbetet. (Läs mer om webbarbetet under avsnittet Myndighetsövergripande.)

Utöver nämnda informationsinsatser har myndigheten också tagit fram och reviderat föreskrifter och allmänna råd. Nya föreskrifter har tagits fram angående *näringsidkares upplysningsskyldighet vid marknadsföring av konsumentkrediter* och *näringsidkarnas skyldighet att lämna information om enhetspriser för drivmedel på bemannade stationer*. Allmänna råd avseende *marknadsföring av spel* samt *marknadsföring av elektroniska cigaretter och påfyllningsbehållare* har tagits fram. (Två sådana insatser 2024.)

Med anledning av de nya föreskrifterna om näringsidkares upplysningsskyldighet vid marknadsföring av konsumentkrediter publicerades svar på branschens frågor på konsumentverket.se. Konsumentverket genomförde även en informationsinsats där informationsbrev skickades till 41 olika branschorganisationer med medlemsföretag som marknadsför eller kan tänkas marknadsföra kreditavtal till konsumenter. Efter informationsinsatsen inleddes en uppföljande tillsyn mot elva företag och av dessa hade sju företag rättat sig. Konsumentverket kan därför konstatera att insatserna sammantaget fått mycket god effekt.

Viktiga insatser under året

Dropshipping

Arbetet med dropshipping har fortsatt under året då detta fortfarande utgör ett stort konsumentproblem. Affärsmodellen används alltmer frekvent av aktörer som säljer varor på nätet men saknar eget lager som i stället finns hos ett företag utanför EU. Webbplatserna är många och marknadsföringen sker i sociala medier. Det är lätt som konsument att lockas av förmånliga priser men svårt att förstå om det är en seriös aktör bakom webbplatsen som ofta ser genuin ut. Affärsmodellen är inte olaglig i sig men i många fall uppstår en mängd problem kopplade till denna. (Läs mer under verksamhetsområde Konsument, resultatområde Konsument Europa.)

Antalet klagomål och anmälningar från konsumenterna som upplever problem är fortsatt högt och i flera fall kan det röra sig om rena bedrägerier där konsumenterna inte får någon vara levererad trots att de har betalat. Under hösten 2024 genomförde Konsumentverket ett samarbetsprojekt med Nationellt bedrägericentrum (NBC). NBC begärde ut våra anmäl-

ningar från konsumenterna som lämnat information om till vilket kontonummer de betalat för varorna de beställt men inte fått. Enligt NBC kan konsumenterna dels vara utsatta för ett bedrägeri, dels få sina kortuppgifter stulna. NBC har i sin tur samarbetat med storbankerna vilket lett till att misstänkta bedrägerier till ett värde av 134 miljoner kronor har kunnat stoppas.

Som ett led i att informera unga som vill starta företag enligt dropshippingmodellen har Konsumentverket tagit fram en animerad film där de viktigaste reglerna lyfts fram på ett enkelt vis. Den största spridningen sker genom Ung företagssamhet (UF), en tillvalskurs inom gymnasiet. UF kommer att använda filmen om dropshipping i sin verksamhet. Genom insatsen når myndigheten många ungdomar som vill driva företag. De får veta vilka marknadsföringsregler som gäller och syftet är att det ska leda till ökad kunskap, nya insikter och vilja att göra rätt.

Myndigheten har också visat filmen för unga vuxna på Youtube under fyra veckor i slutet av 2025. Cirka 43 700 personer nåddes och det var hela 43 procent som såg hela filmen. Genom den breda publik som använder Youtube har





vi även nått målgruppen unga konsumenter som via filmen får veta vilka skyldigheter ett dropshippingföretag faktiskt har. Arbetet med dropshipping kommer att fortsätta under 2026, liksom samarbetet med NBC.

Vilseledande prismarknadsföring

Under 2025 har Konsumentverket löpande granskat regelefterlevnaden av prisinformationslagen. Två stora granskningar av prismarknadsföring har genomförts. Under vårens granskning visade fyra av tio bolag brister. Vid granskningen under hösten över Black Week visade tre av tio bolag brister.

Resultatet under Black Week visar att det fortsatt är ett problem att bolagen inte följer lagen trots att den funnits sedan september 2022. Nästan vartannat bolag (43 procent) som inte granskats tidigare visade brister vid Black Week. För bolag som tidigare varit föremål för tillsynsändanden är det fortsatt 20 procent som brister vilket är samma siffra som vid granskningen 2024.

Som en del av arbetet med regelefterlevnad har myndigheten genomfört branschdialoger. Det har

resulterat i att Konsumentverket under sommaren publicerade frågor och svar rörande prisinformation på myndighetswebbplatsens företagssidor.

Sammanfattningsvis har Konsumentverket under året avslutat 48 tillsynsändanden rörande prisinformation och utfärdat 17 förelägganden. Stora brister kvarstår alltså trots omfattande insatser de senaste åren. Eftersom pris är en mycket stark drivkraft för konsumenter är det av yttersta vikt att företagen följer lagen och redovisar tidigare pris. Utan korrekt prisinformation är det lätt att konsumenterna vilseleds att tro att en prissänkning är större och mer fördelaktig än vad som i själva verket är fallet.

Dold och vilseledande marknadsföring av influencers

Under våren genomfördes en granskning av marknadsföring via influencers. Granskningen visar att det förekommer dold marknadsföring i sociala medier. För att konsumenterna enkelt ska kunna se vad som är reklam och inte bli vilseledda är det viktigt att influencers och annonsörer följer marknadsföringslagen och

reklam-markörer inläggen tydligt. Insatsen inleddes genom möten med relevanta branschaktörer i syfte att utbyta information samt att informera om myndighetens planerade tillsynsinsats. Insatsen resulterade i 52 riktade tillsynsärenden mot såväl annonsörer som influencers. De flesta som granskades valde att rätta sig frivilligt. Åtta ärenden överlämnades till KO för vidare rättsliga åtgärder. Tre ärenden har hittills lett till förbuds förelägganden. Insatsen fortsatte under hösten i form av ett regeringsuppdrag som redovisas separat.

Telefonförsäljning, en problematisk försäljningskanal

Tillsynen av marknadsföring via telefon är fortsatt prioriterad. Vad gäller telefonförsäljning av telekomprodukter inleddes åtta tillsynsärenden varav fyra avslutades med frivillig rättelse före årsskiftet. Ett av ärendena rör upprepad överträdelse och bolaget har därför fått ett föreläggande av KO, liksom ett annat bolag fick i början av året. Granskning av telefonförsäljning av elhandelsavtal har lett till att ett företag fått ett föreläggande av KO och ett företag har stämts i domstol för utdömande av vite och ett nytt vitesförbud. Vår uppföljning av den tematiska granskningen av sex kreditförmedlares telefonförsäljning visar att förmedlarna vidtagit vissa förbättringar i sin marknadsföring. Tillsynen resulterade slutligen i att samtliga ärenden kunde avslutas med rättelse.

Även telefonförsäljning av id-skydd har undersökts och de sex ärenden som inleddes kunde avslutas med rättelse. (Läs mer om telefonförsäljning under verksamhetsområde Kunskap, resultat område Kunskapsbyggande.)

Bristande information avveckling av 2G- och 3G-näten

En fortsatt viktig fråga är nedläggningen av 2G- och 3G-näten och vilka konsekvenser detta får för konsumenterna. Konsumentverket har initierat flertalet myndighetskontakter för att få uppdaterade lägesbeskrivningar i syfte att fånga upp eventuella problem och risker som konsumenterna behöver informeras om. Under 2023 och 2024 genomfördes informationsinsatser till branscher och företag och under 2024 genomfördes en tematisk granskning av företagens information till konsumenterna med anledning av den kommande nätavvecklingen. Granskningen följdes upp med riktad tillsyn. Under året har vi bland annat genomfört ytter-

ligare riktad tillsyn till följd av uppmärksammade brister i företagens information om elektronikprodukter som helt eller till viss del kommer att sluta fungera när 2G- och 3G-näten stängts.

Avvecklingen av 2G- och 3G-näten påverkar även funktioner hos begagnade motorfordon och det är därför viktigt att konsumenterna som står i begrepp att köpa en begagnad bil får korrekt information. Vi har efter konstruktiva dialoger med Mobility Sweden och Motorbranschens Riksförbund (MRF) förhandlat och omförhandlat branschöverenskommelserna med MRF avseende köp av elbil respektive begagnad bil. En ny och mycket viktig informationspunkt i de två varudeklarationerna är om fordonets SOS-funktion 112-e-call upphör att fungera till följd av nätnedläggningen, men även informationen om bilen har andra uppkopplade funktioner som påverkas.

Särskilt viktiga domstolsprövningar

Prisjusteringsvillkor vid privatleasing

Att långtidshyra bil, så kallad privatleasing, har ökat i popularitet under senare år. När räntorna började stiga år 2022 upptäckte många att uthyrarna förbehållit sig rätten att höja hyran, utan att konsumenten hade praktisk möjlighet att komma ur avtalet. År 2024 inledde KO en domstolsprocess mot biluthyraren DNB Bank för att tvinga banken att bland annat tydliggöra sina prisjusteringsvillkor och för att få en prövning av tillåten löptid för ett biluthyrningsavtal när hyran kan ändras under avtalstiden. Domstolen kom fram till att en löptid om 36 månader är skälig, förutsatt att konsumenten fått tillräcklig information om att hyran är rörlig. Domstolen slog också fast att konsumenterna måste få tydlig information om hur den rörliga avgiften beräknas och vad det kostar om konsumenten måste säga upp avtalet i förtid. Det måste även framgå vad som styr den rörliga hyran, i vilka situationer hyran får höjas och att konsumenten ska ha förutsättningar att förstå hur hyran kan förändras vid ändrade marknadsräntor. Prisjusteringsvillkoret bedömdes därför vara oskäligt. KO och DNB Bank vann respektive förlorade olika delar av målet. Domen har inte överklagats.

Domstolsprövningen förväntas få till resultat att näringslivets aktörer på privatleasingmarknaden justerar sina avtalsvillkor så att konsumenterna får bättre förutsättningar att ta ställning till den

ekonomiska risk som det innebär att ingå ett privatleasingavtal.

Enligt KO:s bedömning av EU-domstolens praxis innebär Patent- och marknadsdomstolens dom att prisjusteringsvillkoret är ogiltigt i alla privatleasingavtal där det redan förekommer. Därför har KO krävt DNB Bank på ersättning för det berörda konsumentkollektivets räkning och inlett en grupptalan vid Allmänna reklamationsnämnden (ARN). Syftet är att utverka en ARN-rekommendation om att det som överdebiterats ska betalas tillbaka. Om KO får framgång kan det förväntas leda till att över 50 000 konsumenter får delar av sina leasingavgifter återbetalade, vilka kan uppgå till miljardbelopp.

Företaget behöll pengarna trots inställda lopp

KO har sedan 2022 drivit ett mål mot Göteborgs Friidrottsförbund om ett avtalsvillkor som använts i samband med Göteborgsvarvet. Högsta domstolen (HD) har nu avgjort att det var oskäligt att använda ett otydligt avtalsvillkor som ger arrangören rätt att ställa in ett arrangemang utan att betala tillbaka pengarna till konsumenterna. Av HD:s dom framgår att oskälighetsbedömningen inte annat än i undantagsfall bör påverkas av vilken typ av näringsidkare det handlar om. Undantag kan tänkas om det är fråga om en begränsad verksamhet med påtagliga ideella inslag, vilket det inte var fråga om i målet. Domen förväntas leda till att näringsidkare i mindre utsträckning än tidigare kommer att använda villkor som ger dem rätt att behålla konsumentens pengar när ett arrangemang ställs in.

KO:s engagemang för konsumenter som drabbats av bankbedrägerier

KO driver sedan år 2023 en tvist för en privatpersons räkning i syfte att klarlägga vad som gäller när en bedragare har lurat någon att själv föra över eller flytta pengar. Tingsrätten har sedan tidigare kommit fram till att överföringen var behörig, godkänd, trots att konsumenten lurats att föra över pengarna. Domstolen har också konstaterat att konsumenten inte kunnat visa att Nordea varit oaktsam genom att inte tillhandahålla säkerhetssystem som skulle ha upptäckt bedrägeriet. Hovrätten har nu kommit fram till samma slutsats som tingsrätten. Domen kommer att. När KO framgång i konsumentens tvist kommer det att klargöra bankernas ansvar

att ersätta konsumenterna i bedrägerisituationer, vilket förväntas leda till att fler konsumenter än tidigare får rätt till återbetalning från sin bank.

Internationellt arbete

Nordiskt konsumentskyddssamarbete

De nordiska konsumentskyddsmyndigheterna fortsatte sitt gemensamma arbete under året, bland annat genom arbetsgrupperna om vilseledande miljöpåståenden, digitala affärsmetoder, finansiella tjänster, marknadsföring riktad till barn och prisinformation. Samarbetet bidrar till en mer enhetlig tillämpning av regelverket och, i viss utsträckning, till en mer effektiv tillsyn genom utbyte av kunskap och erfarenheter exempelvis gällande digitala verktyg för tillsyn online.

Konsumentverket stod värd för det årliga mötet mellan generaldirektörerna för de nordiska konsumentmyndigheterna. Direktörerna diskuterade strategiska frågor gällande exempelvis tillsyn på digitala marknader, användning av artificiell intelligens (AI), och myndigheternas roll vid framtagande och implementering av ny EU-lagstiftning.

Europeiskt konsumentskyddsarbete

Konsumentverket har genom EU:s konsumentskyddsnätverk (CPC-nätverket) arbetat aktivt med digitala konsumentfrågor som exempelvis sociala medier, e-handelsplattformar och online-spel. Nätverket har haft ett särskilt fokus på skydd av barn genom att inleda en koordinerad insats mot ett populärt onlinespel för barn som på olika sätt tillämpar otillbörliga affärsmetoder gentemot användarna. Konsumentverket leder insatsen tillsammans med den norska konsumentmyndigheten.

CPC-nätverket har även publicerat riktlinjer om hur befintligt regelverk ska tillämpas på virtuell valuta i spel – ytterligare ett initiativ för att skydda konsumenter, och särskilt barn och unga, online. Konsumentverket har även presenterat sitt arbete på området vid en CPC-konferens om skydd av barn.

Det har under året även varit ett starkt fokus på så kallade tredjelandsetablerade plattformar, vilket resulterade i att nätverket inledde och bedrev koordinerade tillsynsinsatser mot både Temu och Shein. Att få bort otillbörliga affärsmetoder från dessa plattformar förväntas göra det lättare för EU:s konsumenter att fatta mer

välgrundade affärsbeslut, genom att exempelvis få korrekt prisinformation. Shein har 108 miljoner europeiska användare per månad, och Temu har 75 miljoner så effekten av insatsen förväntas bli omfattande.

Under 2025 har myndighetens arbete med Digital Services Act (DSA) växlats upp. EU-förordningen syftar till att skapa en säkrare och mer ansvarsfull digital miljö. Myndigheten deltar varje månad i samverkansmöten med övriga nationella behöriga myndigheter, Post- och telestyrelsen (PTS) och Mediemyndigheten. Inför möten i europeiska nämnden där PTS representerar Sverige bistår Konsumentverket med underlag vid behov. Myndigheten är aktiv i DSA-arbetet inom EU genom att delta i flera av nämndens arbetsgrupper. Konsumentverket har bland annat aktivt verkat för att kommissionens riktlinjer avseende artikel 28.1 i DSA om skydd av barn kompletterar befintligt konsument-skyddsregelverk för att undvika överlappning. Myndigheten har även varit aktiv i initiativ för att motverka bedrägerier på plattformar. Eftersom DSA kopplar an till andra EU-regelverk deltar myndigheten även i koordinering med EU:s konsumentskyddsnätverk kopplat till olika DSA-initiativ. Syftet är att säkerställa att arbete inom de olika nätverken kompletterar varandra, i stället för att överlappa, och på så sätt få en mer effektiv och enhetlig tillsyn på EU-nivå.

Konsumentverket har även vidtagit påverkans-åtgärder avseende ny och reviderad konsument-skyddslagstiftning, bland annat genom att besvara kommissionens offentliga samråd,

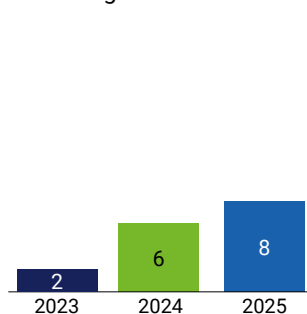
remisser, deltagit i diskussioner och besvarat enkäter. Ett exempel är att de nordiska konsumentmyndigheterna skickade ett gemensamt inspel till Europeiska kommissionen om viktiga aspekter att beakta inför framtagandet av den nya konsumentagendan 2025–2030 som presenterades i november 2025. Konsumentverket har även besvarat det offentliga samrådet för Digital Fairness Act som förväntas presenteras under 2026. Akten syftar till att stärka konsumentskyddet, särskilt för barn och unga, på digitala marknader.

Globalt konsumentskyddssamarbete

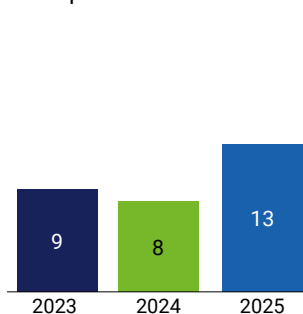
Konsumentverket deltog på båda ICPEN-konferenserna under 2025. En av konferenserna hade ett särskilt fokus på användning av IT-verktyg för att genomföra utredningar och tillsyn online. Därtill diskuterades olika former av samarbeten mellan olika aktörer för att tackla onlinebedrägerier. Konsumentverket har även deltagit i ett särskilt projekt, *ICPEN AI Learning Track 2025–2026*, som handlar om att utbyta erfarenheter och kunskaper kring AI.

Konsumentverket har varit fortsatt aktivt i arbetsgruppen om e-handel inom FN:s organ för handel och utveckling (UNCTAD). Under året har Konsumentverket tillsammans med UNCTAD-sekretariatet arrangerat en workshop om att skydda barn mot pressande tekniker i digitala medier. Konsumentverket tillsammans med andra aktörer presenterade olika initiativ för att skydda barn online, bland annat på sociala medieplattformar och i onlinespel.

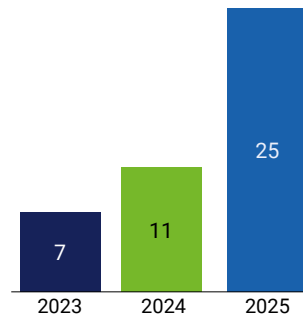
Antal ansökningar om stämningar från KO



Antal domar där KO varit part



Antal förelägganden/beslut



Resultatområde: Produktsäkerhetsrätt

Resultatmål

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

Arbetet inom Konsumentverkets resultatområde för produktsäkerhetsrätt bedrivs huvudsakligen genom fyra metoder: marknadskontrollärenden och strukturerad marknadskontroll, information till företag och standardiseringsarbete. Utgångspunkten är att insatser inom ramen för dessa metoder tillsammans ska bidra till att resultatmålet uppnås och att de tillgängliga resurserna används så effektivt som möjligt.

Genom att utreda produkter, initiera återkallelser eller säljstopp av felaktiga och farliga varor och tjänster, arrangera branschmöten, genomföra uppföljningskontroller samt delta i framtagande och revidering av standarder bedömer vi sammantaget att resurserna har använts på bästa sätt. Vid en samlad värdering av årets arbete är bedömningen att resultatmålet är uppfyllt.

Marknadskontrollärenden

Konsumentverkets marknadskontrollärenden syftar till att utreda om en specifik vara eller tjänst på marknaden uppfyller kraven i produkt-säkerhetslagstiftningen. Ärenden initieras antingen på myndighetens eget initiativ, efter anmälningar från allmänheten eller underrättelser från företag alternativt från marknads-kontrollmyndigheter i andra länder på EU:s inre marknad. De ärenden som startas av Konsumentverket grundar sig oftast på iakttagelser från myndighetens strukturerade marknadskontrollinsatser.

Anmälningar och underrättelser prioriteras utifrån vilken risk den aktuella varan eller tjänsten bedöms innebära för konsumenternas säkerhet. För att säkerställa en effektiv efterlevnad av produktlagstiftningen strävar Konsumentverket i första hand efter att företagen frivilligt vidtar nödvändiga rättelser

i de marknadskontrollärenden där åtgärder krävs.

I de fall företagen inte rättar sig kan myndigheten behöva ta till andra metoder som exempelvis tvingande beslut och vitesförelägganden. Under året har myndigheten avslutat 121 marknadskontrollärenden som till största delen har avsett leksaker, barnartiklar, möbler samt sport- och fritidsaktiviteter. Kontrollerna ledde till åtgärder i 95 ärenden, exempelvis säljstopp, att påtalade säkerhetsbrister åtgärdades och återkallelser av farliga produkter. 26 ärenden har avslutats med ett påpekande eller att inga brister konstaterats. Det innebär att rättelsegraden uppgår till 78 procent.

Strukturerad marknadskontroll

Konsumentverket genomför även strukturerade marknadskontroller 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 informeras i en rapport 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 2025 har följande områden prioriterats: lekutrustning och anknutna tjänster, barnartiklar samt leksaker och personlig skyddsutrustning för privat bruk. Under året har produktsäkerhet arbetat med ett antal strukturerade marknadskontrollinsatser. Det har till exempel handlat om kontroll av e-handel, reflexsalar, aktivitetsleksaker, barnvagnar och ridhjälmarna.

Kontroll av e-handel

Under året har Konsumentverket deltagit i en EU-gemensam insats, en så kallad sweep, som föreskrivs enligt artikel 32 i EU:s förordning om allmän produktsäkerhet. Flera webbplattdformer granskades för att bedöma om de uppfyller förordningens regler för försäljning via digitala kanaler. Syftet med insatsen var att identifiera eventuella brister i efterlevnaden och att stärka den gränsöverskridande tillsynen av e-handeln inom EU.

Reflexselar

Konsumentverket har under 2024–2025 genomfört en kontroll av reflexselar. Brister har konstaterats för 25 av 27 reflexselar och de identifierade bristerna har varit omfattande. Förutom att den totala reflexytan varit otillräcklig i nästan samtliga produkter, har flera reflexselar inte genomgått den obligatoriska EU-typkontrollen. Vidare har EU-försäkran om överensstämmelse i många fall saknats, eller så har EU-typintyget inte varit spårbart till den aktuella utrustningen. Vissa reflexselar har inte ens varit CE-märkta vilket i sig innebär att utrustningen inte får säljas.

Som en följd av dessa brister har återkallelser genomförts för 11 reflexselar. För övriga selar med brister har försäljningen stoppats och selarna har dragits tillbaka från återförsäljarna. Utöver att kräva att företagen vidtar åtgärder för de specifika produkterna har Konsumentverket ansökt om sanktionsavgifter i flera ärenden för

att komma till rätta med den bristande regelefterlevnaden inom området.

Genom insatsen har ett stort antal undermåliga produkter kunnat rensas bort från marknaden, vilket medför att de reflexutrustningar som konsumenterna köper i större utsträckning uppfyller gällande krav och gör användaren väl synlig i trafiken under mörker. En förbättrad synbarhet minskar risken för allvarliga olyckor.

Aktivitetsleksaker

Under 2025 har Konsumentverket sammanställt och spridit resultaten från den EU-gemensamma marknadskontroll av aktivitetsleksaker som genomfördes 2024. Syftet var att bedöma om produkterna uppfyller de säkerhetskrav som ställs i EU:s regelverk för leksaker. Insatsen samordnades av EU-kommissionen och genomfördes av flera EU-länder. I Sverige granskade Konsumentverket fyra klätterbågar och ett aktivitetstorn med rutschbana. Ingen av dessa produkter uppfyllde kraven helt. Med anledning av testresultaten har vissa produkter återkallats från konsumenterna, andra dragits tillbaka från marknaden och slutat säljas. I vissa fall har tillverkare vidtagit åtgärder genom att ändra produkterna eller komplettera med nödvändig information och varningar. Granskningen genomfördes inom ramen för projektet Joint Actions on Compliance of Products (JACOP). Insatsen bidrar till säkrare aktivitetsleksaker vilket i sin tur minskar risken för olyckor.





Barnvagnar

Under 2025 har Konsumentverket sammanställt och spridit resultaten från den marknadskontroll av barnvagnar som genomfördes under 2024. Rapporten har riktats till branschen för att öka kunskapen om gällande säkerhetskrav och tydliggöra behovet av förbättringar.

Marknadskontrollen omfattade mjuka, upphängda vagnar samt trävagnar med genomgående öppningar på kortsidan. Produkterna valdes ut efter en övergripande riskbedömning av de produktkategorier som omfattas av standarden för spädbarnssängar och vagnar. Syftet var att undersöka om vagnarna uppfyller kraven i produktsäkerhetslagen och den europeiska säkerhetsstandard.

Ingen av de kontrollerade vagnarna uppfyllde samtliga säkerhetskrav. Totalt identifierades 111 brister. Majoriteten var brister i produktinformationen, men 18 procent rörde brister i konstruktion. Marknadskontrollen resulterade i återkallelse från konsument för fyra sorters vagnar. Baserat på de systematiska brister som identifierats i marknadskontrollen har myndigheten även föreslagit förbättringar av standarden under pågående revidering. En säker sovmiljö

för de allra minsta barnen är av yttersta vikt och föräldrar måste kunna lita på att de vagnar och sängar som säljs är säkra. Denna insats har bidragit till att öka företagens medvetenhet om risker och regler.

Ridhjälm

För ridhjälm tillverkade efter december 2023 finns en ny europeisk standard med högre krav. Det har visat sig att många tillverkare ändå har fortsatt att producera hjälmar enligt en tidigare bristfällig norm, vilket utsätter konsumenter för onödiga risker. Efter att ha tagit upp frågan med EU-kommissionen och stämt av med övriga medlemsstater har Konsumentverket inlett ett marknadskontrollprojekt. Som ett första steg skickades en skrivelse till företag med påminnelse om de nya reglerna och information om att en kontroll kommer att genomföras under 2026.

Ridsport är förknippat med risker och utövarna behöver därför tillgång till så säkra hjälmar som möjligt. Vi bedömer att insatsen kommer att få stor betydelse genom säkrare hjälmar på marknaden.

Mål i domstol

Konsumentverket inleder vid behov domstolsprocesser om utdömande av viten och sanktionsavgifter vid allvarliga överträdelser av produktsäkerhetslagstiftningen. Även överklaganden av myndighetens beslut leder till domstolsprövning. Under året har tolv domstolsavgöranden meddelats i produktsäkerhetsärenden. Myndigheten har helt eller delvis fått bifall i samtliga mål utom ett.

De sammanlagda sanktionsavgifterna uppgår till 2 550 000 kronor, varav det högsta enskilda beloppet uppgår till 1 miljon kronor. De utdömda beloppen är ägnade att öka företagens benägenhet att följa lagen.

Fem av avgörandena rör företag som har sålt personlig skyddsutrustning, bland annat reflex-selar där produkterna inte uppfyllde gällande krav. Övriga mål avsåg främst lektutrustning för barn, som exempelvis hoppborgar, där säkerhetsbristerna gällde både själva utrustningen och tjänsten att tillhandahålla den.

Konsumentverket bedömer att sanktionsavgifter är ett effektivt verktyg för att stärka regelefterlevnaden, både hos enskilda företag och inom hela branscher. Ett vitesbeslut som är kopplat till en specifik produkt leder oftast till att företaget åtgärdar just den enskilda bristen. En sanktionsavgift skapar däremot starkare incitament för företagen att ta ett helhetsgrepp om sin verksamhet och inte bara rätta till enskilda brister, utan även se över interna rutiner och säkerställa att leverantörskedjan uppfyller gällande krav.

Information till företag

Konsumentverket genomför löpande insatser för att informera näringslivet om gällande regelverk och om företagens ansvar för att säkerställa säkra och korrekt märkta produkter på marknaden. I samband med att den nya förordningen om leksakers säkerhet publicerades strax före årsskiftet har Konsumentverket påbörjat informationsinsatser till berörda aktörer. Arbetet fortsätter under kommande år.

Konsumentverket har medverkat vid det digitala seminariet *Din produkt – ditt ansvar*, som samlade närmare 200 deltagare. Seminariet fokuserade på e-handel och produktsäkerhet. Myndigheten informerade om EU:s förordning om allmän produktsäkerhet, aktuella regeländringar samt företagens skyldigheter.

Samverkan med andra myndigheter och forum

Samverkan med Tullverket

Konsumentverket har under året haft ett samarbete med Tullverket i syfte att redan vid gränsen stoppa varor som inte uppfyller kraven i relevant produktlagstiftning. Genom samverkan har myndigheten handlagt 33 tullärenden. Arbetet har bidragit till att cirka 600 000 felaktiga eller farliga artiklar har förhindrats från att nå den svenska marknaden.

Under året har Konsumentverket även samarbetat med Tullverket och Kemikalieinspektionen i frågor kopplade till de populära figurerna Labubu och kopiorna Lafufu, som har betydande säkerhetsbrister. Produkterna förekom i mycket stora mängder på den europeiska marknaden, vilket ledde till omfattande internationellt informationsutbyte och koordinerade insatser mellan marknadskontrollmyndigheter inom EU. I Sverige genomfördes en gemensam kommunikationsinsats med Tullverket och Kemikalieinspektionen för att informera både konsumenter och företag om riskerna och om gällande regelverk.

Sammantaget har samverkan med Tullverket bidragit till en förbättrad regelefterlevnad hos företag som importerar varor, samtidigt som produkter som inte uppfyller säkerhetskraven har stoppats innan de nått konsumenterna.

Samverkan för effektiv marknadskontroll

Inom området för produktsäkerhet har Konsumentverket under året deltagit aktivt i flera nationella samverkansforum för att stärka och effektivisera marknadskontrollen.

Myndigheten har medverkat i Marknadskontrollrådets arbete, bland annat i arbetsgruppen för e-handel. Det har framför allt gett insyn i hur andra marknadskontrollmyndigheter hanterar utmaningar kopplade till e-handel och vilka metoder som används för att kontrollera produkter och information på digitala marknadsplatser. Därutöver har myndigheten deltagit i Tullforum inom Marknadskontrollrådet, med fokus på frågor kopplade till kontroll av produkter vid gränsen. Konsumentverket har även deltagit i marknadskontrollrådets forum för omvärldsbevakning och marknadsanalys.

Myndigheten har vidare samverkat med Elsäkerhetsverket, Kemikalieinspektionen och Arbetsmiljöverket i frågor som rör leksaker och

personlig skyddsutrustning. Samarbetet har omfattat kunskapsutbyte, gemensamma bedömningar samt vid behov samordnade informationsinsatser riktade till företag och konsumenter.

I rollen som nationell kontaktpunkt för Rapex (Safety Gate) har myndigheten bistått övriga marknadskontrollmyndigheter med stöd och vägledning i rapporteringsfrågor samt bidragit till en enhetlig och rättssäker tillämpning av systemet.

Samverkan för att motverka druckningsolyckor

Konsumentverket har under året inlett en fördjupad samverkan med Svenska Livräddningssällskapet (SLS) med anledning av de återkommande druckningsolyckorna i landet. Myndigheten har tagit fram ett ställningstagande som innebär att även kommunala badanläggningar omfattas av produktsäkerhetslagen. Arbetet fortsätter under 2026 och omfattar bland annat en riktad informationsinsats till badanläggningar samt en uppdaterad vägledning för att ytterligare stödja olika aktörer i deras säkerhetsarbete.

Standardiseringsarbete

På produktsäkerhetsområdet har Konsumentverket deltagit i 11 tekniska kommittéer. Arbetet har bidragit till att utveckla säkerhetskraven i flera standarder och till att stärka myndighetens tekniska kompetens. Medverkan i standardiseringsarbetet innebär också att myndigheten kan ge näringslivet bättre och mer uppdaterad information om gällande regelverk.

Under 2025 har Konsumentverket varit aktivt i revideringen av SS-EN/TS 13387 ”barnsäkerhetsbibeln”, som ligger till grund för en rad standarder för barnartiklar och även fungerar som stöd för andra standarder inom barnsäkerhetsområdet. Dokumentet, som under 2025 röstades fram till att bli en teknisk specifikation, beskriver ett stort antal risker för barn och hur dessa ska förebyggas.

Myndigheten har bland annat drivit igenom skärpta krav på material i säkerhetsdetaljer samt ökade krav för att minska risken för strypning och kvävning, exempelvis vid lutande plan som kan ge tryck mot bröstkorgen eller vid flexibla material, som silikon, som kan täcka näsa och

mun. Kraven på material i säkerhetsdetaljer, tillsammans med en informativ bilaga, har även skickats vidare till standardiseringsarbetet för barnvagnar. Bakgrunden är att myndigheten under flera år har tagit emot anmälningar om barnvagnar där handtag, bromsar eller andra komponenter havererat på grund av plastmaterial som tappar hållfasthet vid låg luftfuktighet vintertid.

Efter en dödsolycka där ett barn fastnat med en reflexväst har Konsumentverket även initierat behovet av att uppdatera standarden för barns reflexvästar. Bland annat saknas idag en provmetod för konstruktioner som ska lösa ut vid dragningskraft, exempelvis kardborreband, då västen fastnar i något.

Myndigheten har dessutom föreslagit en revidering av standarden för skid- och snowboardhjälm för att säkerställa att bandet till skidglasögon inte fäster för hårt i hjälmen. Bakgrunden är en allvarlig olycka i slutet av 2024 där ett barn släpades upp för en backe när en liftbygel fastnade i skidglasögon och hjälm.

Konsumentverket deltar även i det europeiska standardiseringsarbetet för hjälmar avsedda för cykling i höga hastigheter. Myndigheten har tillsammans med svenska företag verkat för att den nya standardens tillämpningsområde ska vara så brett som möjligt och inte begränsas till hjälmar för så kallad S-EPAC, en typ av höghastighetscykel som knappt förekommer på den svenska marknaden.

Vid inomhusklättring används ofta så kallade autobelay-system, en form av fallskyddsutrustning som ibland innehåller backupbromsfunktioner. Det har uppmärksammats att anmälda organ (oberoende företag som kontrollerar att tillverkare säkerställer att produkterna uppfyller EU:s regler) inte granskar dessa backup-funktioner vid typkontroll och att den nya standarden saknar krav på provning av sådana funktioner. Konsumentverket har under året lyft frågan till EU-kommissionen, anmälda organ och experter på området, vilket lett till en överenskommelse om att den nya standarden inte ska räcka som ensam grund för att utrustningen är säker. För denna typ av produkter kommer kompletterande undersökningar att krävas framöver.

Verksamhets- område **Konsument**

Resultatområde: Konsument Europa

s. 35

Resultatområde: Konsumentupplysning

s. 39



Resultatområde: Konsument Europa

Resultatmål

Konsument Europa ger konsumenterna användbart stöd.

Inom resultatområdet 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 information, 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 för att lösa gränsöverskridande konsumentproblem.

Konsument Europas stöd har hjälpt många konsumenter. I de ärenden som övergått till medling med företag har Konsument Europa under 2025 hjälpt konsumenter att få tillbaka drygt 4 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 2025.)

Nöjdhetsundersökningar genomförs på samma sätt i hela ECC-nätverket. Cirka 75 procent av de som svarar är mycket nöjda eller nöjda med stödet de får från Konsument Europa. Det ligger i paritet med tidigare år.

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

Information och rådgivning

Under 2025 har 13 100 konsumenter hört av sig med frågor om konsumentproblem där varan köpts i ett annat EU-land. Det är drygt 40 procent fler än 2024. De vanligaste frågorna har handlat om företag som erbjuder tjänster för uppsägning av avtal. Därefter kommer flyg,

hälsokost och värdering av fordon. Majoriteten av köpen har skett på distans. Det är fler kvinnor än män som hör av sig med frågor (kvinnor 56 procent, män 44 procent).

Ökningen av antal ärenden sammanfaller med lanseringen av Konsumentverkets nya webbplats, men en annan orsak är troligen att AI-verktyg guidar konsumenter till Konsument Europa, både när det är relevant och inte. Generellt inom ECC-nätverket är det en markant ökning av antalet ärenden som rör företag inom områden som nämnts här. Detta har lett till längre handläggningstider för juridisk rådgivning och medling både hos Konsument Europa och på de flesta övriga ECC-kontor. För att kunna hjälpa de konsumenter som kontaktar verksamheten har ett antal insatser genomförts för att effektivisera ärendehandläggningen, bland annat utveckling av AI-agenter och standardsvar.

För majoriteten av konsumenterna räcker informationen och vägledningen de får vid en första kontakt. Vid mer komplicerade ärenden eller där mer information behövs övergår ärendet till juridisk rådgivning. Under 2025 har drygt 2 800 ärenden hanterats som juridisk rådgivning (2024: 1 900 ärenden) av de totalt 13 100 ärenden som berört konsumentproblem inom EU. För dessa ärenden är könsfördelningen det omvända, 55 procent är män och 45 procent är kvinnor.

Merparten av dessa ärenden handlar om avtal som ingåtts mellan konsumenter och företag via nätet. Ärenden kopplade till resor, främst flyg, fortsätter att dominera under 2025. Även frågor om köp av kläder och skor från webbutiker är vanligt. Företag som erbjuder tjänster som framstår som gratis, men sedan visar sig kosta pengar, är fortfarande ett problem för konsumenter precis som föregående år.

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 1 200 medlingsärenden öppnats av Konsument Europa. Av dessa har 420 ärenden rört svenska konsumenter som handlat i andra EU-länder. De har därför överlämnats till andra ECC-kontor, vilket är fler förra året (2024: 320). ECC-kontor i andra länder har utifrån samma princip överlämnat 780 ärenden till Konsument Europa för medling med svenska företag, vilket är fler än tidigare år (2024: 670). Den största ökningen utgörs av reseärenden som rör flygförmedlare med säte i Sverige. Av de ärenden där svenska konsumenter fått hjälp med medling från andra ECC-kontor har 45 procent lösts på frivillig väg. De ärenden som Konsument Europa tagit emot från andra ECC-kontor för medling med svenska företag har löst sig i 63 procent av fallen.

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 sina problem lösta genom stöd från Konsument Europa.

Webbaserad information

På webbplatsen konsumentverket.se 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 564 000, jämfört med 458 000 (2024).

Webbplatsen konsumenteuropa.se riktar sig inte till konsumenter utan är främst en kanal för aktörer som söker fakta om ECC-nätverket. Besöksstatistiken ligger stabilt med 9 570 besök under 2025. (2024: 9 700).

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.)

Aktuella konsumentfrågor

Tjänster för uppsägning av avtal och abonnemangsfällor

Ett problem som ökade redan under 2024 och som har ökat markant under 2025 är e-tjänster där konsumenter inte förstått att de ingått ett avtal eller startat ett abonnemang. Dessa företag har under 2025 stått för drygt 30 procent av alla kontakter om handel inom EU. Det som främst har stuckit ut under året är ett företag som tillhandahåller tjänst för att säga upp abonnemang. Företaget har stått för nästan 50 procent av dessa kontakter och fler kvinnor än män har drabbats. Många konsumenter upplever sig vilseledda och är oense med företaget om ett köp eller avtal ingåtts. Liksom tidigare år har även CV-tjänster, hälsobedömningar och bilvärdering förekommit. Kvinnor är överrepresenterade inom CV-tjänster och hälsobedömningar, medan det är fler män som ställer frågor om bilvärdering. Konsument Europa har haft svårt att hjälpa konsumenter eftersom företagen ofta vägrar delta i medling via ECC-kontoren.

För att stödja drabbade konsumenter har frågor och svar publicerats i frågeforumet. Dessa har varit webbplatsens mest välbesökta foruminlägg under året vilket visar på hur stort problemet varit för konsumenterna.

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 nå en lösning på dessa ärenden via medling. Företagen är svåra att få kontakt med och medverkar sällan i ärendehandläggningen.

Under året har mediernas intresse för ämnet

varit stort och genomslaget har varit stort i både rikstäckande och regionala mediekanalet om problematiken för konsumenterna. De foruminlägg som gjorts kopplat till dropshipping har varit välbesökta. (Läs mer om dropshipping under verksamhetsområdet Företag, resultatområde Marknadsrätt.)

Flyg och flygbiljettsförmedlare

Problem i samband med flygresor är fortsatt vanligt för konsumenterna. De utgör 40 procent av Konsument Europas rådgivnings- och medlingsärenden. De vanligaste problemen rör inställda och försenade flyg, nekad ombordstigning samt problem med bagage.

Liksom tidigare år ökar besöken till webbsidorna om inställt och försenat flyg under sommaren, sannolikt till följd av både resesäsongen och den informationskampanj som genomfördes under perioden. En flygstrejk genererade också fler besök. En liknande utveckling kan noteras i användningen av flygkalkylatorn, Konsumentverkets verktyg för att beräkna eventuella ersättningar från flygbolaget. Det visar att konsumenterna hittar

till webbplatsen när de behöver information.

Under två dagar i början av juli hade Konsument Europa en monter på Arlanda. Insatsen innebar att konsumenterna fick relevant och konkret stöd om rättigheter vid flygproblem samt ökad kännedom om vilket stöd som finns via myndighetens tjänster. Engagemanget från resenärerna visar att kommunikationen var relevant och att målen uppnåddes.

Konsument Europa och Konsumentverkets vägledning deltog under året på en stor resemesse i Älvsjö, Stockholm, med målgrupp konsumenterna. Cirka 1 400 personer besökte montern. Engagemanget i montern, respons på föreläsningar och enkätsvar indikerar att stödet upplevdes som relevant och att kommunikationsmålen i huvudsak uppnåddes.

Då en av världens största resebyråer finns i Sverige har Konsument Europa systematiserat hanteringen av flygärenden tillsammans med företaget för att underlätta medlingsprocessen. Det har effektiviserat arbetet och gett en snabbare medling vilket gör att konsumenten snabbare får besked i sitt ärende.



Kommunikationsinsatser

Under året har kommunikationsinsatser genomförts på mässor, genom föreläsningar, mediekontakter, i sociala medier och på webbplatsen konsumentverket.se. Eftersom problem med flyg är ett av de största problemområdena genomfördes en framgångsrik digital kampanj om just detta på sociala medier. Den ledde besökaren till flygkalkylatorn. Besöken till flygkalkylatorn 2025 ligger stabilt över året med totalt 43 400 besök med en tydlig ökning under sommaren och tiden för flygkampanjen (2024: 56 000 besök). Även Arlandainsatsen och Resemässan var framgångsrika insatser kopplade till flyg och resor. (Läs mer i avsnittet Myndighetsövergripande under rubriken sociala medier.)

Black Friday och Black Week

Inför Black Week genomförde myndigheten en kampanj i sociala medier och på Youtube med syfte att stärka konsumenters kunskap om rättigheter och vanliga fallgropar vid reor. Kampanjen fick hög räckvidd, särskilt via Meta, och många av dem som exponerades för filmen tog del av hela filmen vilket visar att informationen är relevant och når fram på Youtube. Inlägg på arabiska bidrog till att nå ut till en bredare målgrupp och trafiken till webbplatsen var god. Sammantaget bedöms kampanjen ha uppfyllt målen om synlighet och engagemang.

Samverkan

Alla ECC-verksamheter förväntas vara aktiva i nätverksövergripande arbetsgrupper och under året har Konsument Europa bland annat deltagit i Case handling group, Data group och AI cafe group.

Det svenska kontoret har aktivt bidragit till att förbättra samverkan inom ECC-nätverket och att

konsumenter i förlängningen får effektivare hjälp vid gränsöverskridande handel. Då en av världens största resebyråer finns i Sverige genomförde Konsument Europa ett webinarium under hösten där samtliga ECC-kontor deltog. Syftet var att informera om rutinen för handläggning av ärenden samt ge en inblick i hur företaget arbetar med konsumentklagomål. Webbinariet bidrog till ökad förståelse och har underlättat vidare effektivisering av ärendehantering.

För ökad samsyn har samverkan med Allmänna reklamationsnämnden skett löpande.

Information och kontaktpunkt

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

Under 2025 inkom 18 ärenden som rörde geoblockering, varav två kom från andra ECC-kontor och gällde svenska företag. Frågorna om geoblockering handlade bland annat om diskriminerande prissättning, nekade betalningssätt och om skyldighet för företag att leverera till alla EU:s medlemsstater.

Konsument Europa tog även emot fem ärenden kopplade till tjänstedirektivet, som berörde bland annat telekomavtal.

ODR-plattformen avvecklades och stängde i juli 2025 baserat på en EU-förordning.

Antal ärenden Konsument Europa

	2023	2024	2025
Antal ärenden – juridisk rådgivning	1 500	1 900	2 800
Gränsöverskridande frågor inom EU – information och vägledning	5 700	7 400	10 300
Totalt antal frågor/ärenden hos Konsument Europa	7 200	9 300	13 100

Tabellen visar totalt antal ärenden som kommit in till Konsumentverket 2023–2025 som rör gränsöverskridande ärenden inom EU inklusive Norge, Island och Storbritannien. Siffrorna är avrundade till närmaste hundratal.

Resultatområde: Konsumentupplysning

Resultatmål

Konsumentverket ger konsumenterna användbart stöd.

Inom resultatområdet konsumentupplysning bedrivs verksamhet för att ge konsumenter information och vägledning. Konsumenter har fått stöd vid såväl komplicerade problem som enklare frågor och majoriteten av dem som har fått vägledning via telefon är mycket nöjda. Den digitala vägledningen är också en viktig kanal. Under året har varumärket *Hallå konsument* avvecklats och vägledningsinnehållet har flyttats till myndighetens gemensamma webbplats konsumentverket.se. De mest besökta sidorna är de som har konsumenter som målgrupp. Vid större händelser har Konsumentverket nått många konsumenter med relevant information på kort tid. Sammanfattningsvis bedömer vi att upplysningstjänsten har varit till stor nytta för konsumenterna.

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 fyra konsumentbyråer. Vägledning erbjuds via telefon, webbplatsen konsumentverket.se inklusive frågeforum och webbformulär, chatt samt en AI-chatt. Konsumenter kan vända sig till upplysningstjänsten med frågor som spänner över många sakområden. Vägledarna svarar själva eller hjälper konsumenter vidare till annan relevant aktör, exempelvis andra myndigheter, konsumentbyråer, Konsument Europa samt kommunernas konsumentvägledning och budget- och skuldrådgivning.

Information och vägledning

Under året har upplysningstjänsten hanterat 68 700 frågor varav 10 300 har handlat om gränsöverskridande konsumentproblem inom EU (Läs mer under verksamhetsområde Konsument, resultatområde Konsument Europa). Andelen ärenden om gränsöverskridande handel har ökat mot tidigare år, från 12 procent till 15 procent. Det är fortsatt en jämn könsfördelning bland dem som kontaktar vägledningen, 53 procent kvinnor och 47 procent män.

Efterfrågan på det personliga stödet är fortsatt hög och det har varit ett jämnt inflöde av kontakter under året. Antalet inkommande telefonsamtal har minskat något samtidigt som det är färre tappade samtal (konsumenter som inte får plats att vänta eftersom det är fullt i telefonkön) och kötiden har minskat med över tre minuter, cirka 20 procent.

Antalet ärenden som hanteras av vägledarna har ökat jämfört med 2024. De skriftliga kontakterna ökade med 30 procent under året vilket troligen beror på övergången till en gemensam webbplats där det numer finns ett kontaktformulär för konsumentrelaterade problem. Det har blivit tydligare för konsumenterna vart de ska vända sig. Utöver det har det stabila personalläget och därmed även ökad kompetens hos vägledarna ökat myndighetens kapacitet att besvara både samtal och hantera skriftliga kontakter. Antalet hanterade kontakter är direkt kopplat till bemanningen, alltså hur många vägledare som hanterar respektive kanal. Efterfrågan på vägledning är fortfarande betydligt större än konsumentupplysningens kapacitet. Vägledarna har svarat på 60 procent av alla inkommande samtal och svarstiden för e-post ligger i genomsnitt på 2–3 dagar.

De som fått vägledning via telefon är fortsatt mycket nöjda. Nästan 90 procent skulle rekommendera upplysningen till en vän eller kollega. Cirka 80 procent uppger att svaret från oss var tydligt och lätt att förstå och att de har fått svar på sin fråga. Resultatet är i stort sett oförändrat jämfört med både 2023 och 2024. Nöjdheten vid e-postfrågor är lägre, 53 procent skulle rekommendera upplysningen till en vän eller kollega (2024: 59 procent).

Konsumentverkets bedömning är att upplysningstjänstens information och vägledning fyller sitt syfte och nöjdhetsundersökningen visar att konsumenterna fortsatt anser att den är värdefull och mycket användbar.

Aktuella konsumentproblem 🗣️

Nära hälften av konsumentkontakterna handlar om varor och tjänster som är felaktiga eller inte stämmer med beställningen. Ärenden kopplade till begagnade bilar har ökat från föregående år och står numera för 15 procent av alla vägledningsärenden och fortsätter att vara det produktområde som flest hör av sig om. Det är vanligare att män (63 procent) kontaktar konsumentupplysningen med frågor som gäller begagnade bilar.

Hantverkstjänster är det näst vanligaste produktområdet. Frågorna handlar om att tjänsten är felaktig eller blivit dyrare än förväntat.

Mobiltelefoni är det tredje vanligaste produktområdet och har ökat något sedan föregående år. Problemens karaktär skiljer sig dock från begagnad bil och hantverkstjänster. Här handlar det främst om felaktiga fakturor, ångerrätt och att skriftlighetskravet vid telefonförsäljning inte följs.

Upplysningstjänsten har haft ungefär lika många konsumentkontakter om telefonförsäljning som tidigare år. Telefonförsäljning är en problematisk säljmetod och det är en högre andel ombud, ofta en familjemedlem till en äldre släkting, som kontaktar vägledningen jämfört med andra säljmetoder. De vanligaste varorna och tjänsterna kopplade till telefonförsäljning är mobiltelefoni, hälsokost, spärrtjänster och ID-skydd.

Antalet frågor om spärrtjänster och ID-skydd samt hälsokost har ökat sedan i fjol. I 40 procent av dessa ärenden är företaget och konsumenten oense om avtal har ingåtts. Andelen är ännu större bland dem som har blivit uppringda av telefonförsäljare. (Läs mer under verksamhetsområde Konsument, resultatområde Konsument Europa). Ärendena om larmtjänster har också ökat. Hemförsäljning är vanligt inom området och det vanligaste problemet kopplat till larmtjänster är ångerrätt.

Många frågor som följd av problematiska säljmetoder handlar om hur konsumenter bör agera när de får fakturor för varor eller tjänster som de inte anser sig ha beställt eller godkänt.



En återkommande källa till oro hos konsumenterna är vad som händer om företaget, trots konsumentens bestridande, väljer att driva ärendet vidare till inkasso eller Kronofogden. Denna osäkerhet leder ofta till att konsumenten väljer att betala fakturan, även när det är oklart om de faktiskt är skyldiga att göra det.

En annan säljmetod som fortsätter skapa problem är dropshipping. (Läs mer om dropshipping under resultat område Konsument Europa samt under verksamhetsområde Företag, resultat område Marknadsrätt.)

Webbaserad information

Behovet av information och vägledning till konsumenter är stort och myndigheten saknar resurser för att kunna hantera ett ökat antal frågor via telefon. Vår prioritering är därför fortsatt att utveckla den digitala vägledningen med ambitionen att via den kanalen kunna hjälpa fler konsumenter. Målet är att öka självservicegraden och ge, så många konsumenter som möjligt, förutsättningar att lösa problemen på egen hand med stöd av informationen på webbplatsen. Under året har myndigheten därför utvecklat vägledningen på konsumentverket.se, vägledningens webbaserade frågeforum, en AI-chatt samt kommunikation via sociala medier.

2025 avvecklades varumärket *Hallå konsument* och materialet flyttades till myndighetens gemensamma webbplats konsumentverket.se. En stor andel av besöken på webbplatsen under året rörde sidor under ingången Konsument. Sammantaget stod dessa sidor för knappt tre fjärdedelar av webbplatsens totala besök, vilket visar att konsumentupplysningen är en central del av webbplatsens användning. De mest besökta konsumentssidorna rör budget och hushållets kostnader, där även verktyget budgetkalkylen finns, samt vanliga konsumentfrågor som reklamation, ångerrätt och bestridande av fakturor.

Utifrån löpande uppföljning 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. (Läs mer i avsnittet Myndighetsövergripande).

Konsumentverket strävar efter att vägledning via konsumentverket.se ska vara relevant och enkel att ta till sig. Därför arbetar myndigheten löpande med klarspråk och med utveckling av lästlängderna.

Frågeforumet på webben är välbesökt och är en effektiv kanal att nå många med information och 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, mer tillfälliga händelser. Vid plötsliga händelser hittar många konsumenter den information vi lägger upp i frågeforumet. Det indikerar att forumet uppfyller sitt syfte att erbjuda tydlig och enkel information. Många användare sprider innehållet vidare via sociala medier och på så vis når det ännu fler konsumenter. Vi bedömer att frågeforumet i hög grad avlastar andra kontaktkanaler och bidrar till målet att ge konsumenterna användbart stöd.

AI-chatt som stöd

Under året lanserades en AI-baserad chatt som ett komplement till webbplatsen och övriga kontaktvägar inom konsumentupplysningen. Syftet med AI-chatten är att erbjuda snabb vägledning i enklare konsumenträttsliga frågor, dygnet runt alla veckans dagar.

Användningen av AI-chatten har ökat successivt under året och visar en ökande trend över tid, även om användningen hittills legat under den nivå som vi initialt bedömde skulle uppnås. AI-chatten har hanterat över 1 000 kontakter per vecka. Under året har myndigheten arbetat med att utvärdera och förbättra verktyget. Bland annat har AI-chatten gjorts mer synlig på webbplatsen och för att öka kännedomen och användandet av AI-chatten har kampanjer i sociala medier genomförts med lyckat resultat. Materialet har haft ett tydligt fokus på att konsumenter kan använda chatten dygnet runt för att få svar på sina konsumentfrågor, men att myndighetens vägledare fortsatt erbjuder personlig vägledning via andra kontaktvägar.

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. Dessa inlägg får ofta höga besökssiffror och många konsumenter klickar sig vidare till webbplatsen konsumentverket.se



för mer information. Det visar att det vi publicerar 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 myndigheten 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 medier uppmärksammar Konsumentverkets arbete med produktsäkerhet nås 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 barnvårdscentraler (BVC) runt om i landet och nådde på så vis cirka 65 000 familjer under 2025. Broschyren finns översatt till flera språk och materialet kompletteras med en film. Broschyren är resultatet av en samverkan mellan flera myndigheter, bland annat Elsäkerhetsverket, Kemikalieinspektionen, Giftinformationscentralen och 1177. Under året har Konsumentverket även erbjudit sitt material om barnsäkerhet till förskolor. Det arbetet fortsätter under 2026.

För att nå personal på BVC och andra samhällsaktörer som arbetar med små barn och deras föräldrar ger myndigheten ut ett nyhetsbrev ett par gånger om året. Materialet om barnsäkerhet riktat till personal finns samlat på webbplatsen.

Genom att använda sociala medier för den digitala informationsinsatsen nåddes målgruppen blivande och nyblivna föräldrar på ett kostnads-effektivt och riktat sätt. Resultatet visar att insatsen haft starkast effekt via Youtube, där över en fjärdedel av tittarna såg hela filmen. Det visar att innehållet var relevant och engagerande, och att budskapet om vikten av ett säkert hem för barn gick fram. En mycket positiv effekt som sticker ut är antalet nedladdningar av broschyren *Säkra barn* ökade kraftigt. Särskilt den svenska versionen laddades ner i hög omfattning. Det visar att många föräldrar inte bara tagit till sig budskapet utan också gått vidare och sökt mer information. Det är ett starkt tecken på att kampanjens syfte uppnåtts – att inte bara väcka medvetenhet, utan också inspirera till handling.

Få koll på pengarna – privatekonomi för unga

För att rusta unga vuxna med kunskaper som de behöver som vuxna konsument och minska risken för att de får problem med sin ekonomi eller hamnar i problematisk skuldsättning, har Konsumentverket tagit fram en särskild webbsida med anpassat innehåll för unga i åldern 18–25 år. Sidan innehåller bland annat information om att handla på kredit och att göra en budget, anpassade frågor och svar, en film och hänvisning till den kommunala budget- och skuldrådgivningen för dem som behöver mer stöd. För att nå den specifika målgruppen som nyss flyttat hemifrån gjordes ett direktutskick till

10 000 unga personer som har adressändrat. Dessutom har vi nått unga och deras vårdnadshavare via sociala medier och budskap på bussar. En annan insats är ett vykort som kan beställas och delas ut av aktörer i samhället som möter unga vuxna, till exempel budget- och skuldrådgivare och kommunala konsumentvägledare.

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 konsumentverket.se aktuell.

Samordningsrådet, som består av representanter för de informationsansvariga myndigheterna, har under årets två möten diskuterat upplysningstjänstens arbete, gemensamma aktuella konsumentproblem samt utmaningar med att nå ut med information till olika målgrupper.

Samverkan har också skett genom löpande avstämningsmöten med Allmänna reklamationsnämnden (ARN) där aktuella konsumentfrågor diskuterats.

Konsumentstödgruppen, med representanter från Konsumentverket, konsumentbyråerna, kommunala konsumentvägledare, konsumentvägledarföreningens styrelse 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 till Konsumentverkets upplysningstjänst 2023–2025

	2023	2024	2025
Antal vägledningsfrågor	57 000	62 700	68 700
Varav ECC-frågor	5 600	7 400	10 300

Verksamhets- område **Kunskap**

Resultatområde: Kunskapsbyggande

s. 45

Resultatområde: Stöd via andra aktörer

s. 48



Resultatområde: Kunskapsbyggande

Resultatmål

Konsumentverket gör användbara analyser om konsumentmarknader och konsumenters förutsättningar.

Inom resultatområdet kunskapsbyggande arbetar Konsumentverket med att bevaka och analysera marknader ur två perspektiv: dels ur konsumenternas synvinkel, dels utifrån möjligheterna för konsumenter att agera på ett miljömässigt hållbart sätt. Syftet med analyserna är att förbättra Konsumentverkets egen verksamhet och att ta fram kunskap som kan vara värdefull för andra aktörer.

Statistik, omvärldsbevakning och analyser är centrala underlag för beslut, planering, prioritering och utveckling av verksamheten. Under de senaste åren har ambitionen varit att i hög grad styra kunskapsbyggandet mot myndighetens egna behov. Detta har resulterat i ett ökat och förbättrat internt nyttjande av analyser och statistik. Konsumentverket har även bidragit med relevant kunskap i externa sammanhang. Bedömningen är därför att målet 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.

Regeringsuppdrag: Stärka konsumentskyddet vid telefonförsäljning

Telefonförsäljning har orsakat problem för konsumenterna i flera decennier. Samtidigt har Konsumentverket lagt orimligt mycket resurser på att motverka problemen, dessvärre med begränsade effekter. Inte heller insatser från näringslivets eller lagstiftarens sida har haft önskat genomslag.

I rapporten *Telefonförsäljning 2025* redovisar Konsumentverket resultatet av regeringsuppdraget att utreda och lämna förslag som syftar till att stärka konsumentskyddet vid försäljning via telefon. Rapporten ger en bred bild av problemen med inspel från myndigheter, företrädare för civilsamhället och näringslivet samt Konsumentverkets analys och förslag på åtgärder.

Rapporten väcker frågan om företagets intresse av telefonförsäljning längre kan anses berättigat utifrån hänsyn till konsumenternas behov av skydd mot en problemskapande affärsmetod. Telefonförsäljning ger dåliga förutsättningar för kloka och genomtänkta beslut och fråntar konsumenterna både initiativet till och kontrollen över såväl tidpunkt, som produkt och inköpsställe för den egna konsumtionen. Till skillnad från andra försäljningsmetoder är det ofta inte de marknadsförda produkterna som orsakar problemen, utan försäljningsmetoden i sig.

En påtaglig skillnad jämfört med andra försäljningsmetoder är den stora andelen fall där konsumenten och företaget är oeniga om det alls existerar ett avtal. 40 procent av konsumenterna som kontaktar Konsumentverkets vägledningstjänst, med anledning av telefonförsäljning, är oense med företaget om huruvida det finns ett avtal, jämfört med 8 procent av alla ärenden.

Rapporten visar tydligt att reglerna för hur avtal ska ingås inte följs. Det brister i tydlighet om vad konsumenterna godkänner med sin anbudsbekräftelse. Säljare uppmanar konsumenterna att, i strid mot lagen, bekräfta avtalet redan under samtalet. 59 procent av de som handlat uppgav att de tackat ja under samtalet.

Bara en procent av respondenterna i Konsumentverkets undersökning kan tänka sig att bli kontaktade av företag som de inte redan är kund hos – nära nio av tio är negativa till telefonförsäljning.

Från branschhåll görs ofta gällande att det är ett fåtal oseriösa aktörer som orsakar majoriteten av problemen. Det stämmer inte med den bild som Konsumentverket får via vägledningskontakter och anmälningar. Även etablerade företag orsakar kontinuerligt omfattande problem för många konsumenter.

För ett ändamålsenligt och verksamt konsumentskydd behöver den primära orsaken till problemen hanteras, det vill säga telefonförsäljningens grundkonstruktion. Med andra ord, för att på riktigt komma åt problemen vid telefonförsäljning behöver telefonförsäljningen upphöra. Ett generellt förbud skulle inte bara vara den effektivaste åtgärden, utan även den åtgärd som är tydligast och enklast att förhålla sig till för både konsumenter och företag.

Uppdraget redovisades till Regeringskansliet i augusti 2025. Det är Konsumentverkets förhoppning att rapporten ger regeringen goda förutsättningar att ta ställning till vad som krävs för att komma till rätta med problemen.

Hinder för väl fungerande marknader

Under året har Konsumentverket tagit fram rapporten *Hinder för väl fungerande konsumentmarknader och hållbar konsumtion*.

När det gäller konsumentmarknader ligger fokus på digitala sådana, och rapporten tar upp olika utmaningar för konsumenter exempelvis avseende användning av olika AI-verktyg, manipulerande design i spel för barn samt beroendeframkallande designmekanismer som får konsumenter att spendera mer tid i den digitala världen i syfte att lämna ifrån sig data och eller pengar. Några exempel på hinder för hållbar konsumtion som behandlas i rapporten är varor och tjänster som orsakar personsador, strukturella aspekter på konsumentkrediter som riskerar att bidra till överskuldssättningsproblem, samt att värderingar, normer och konsumtionskultur inte styr mot miljömässigt hållbara val.

ADHD och privatekonomi

Myndigheten har under 2025 tagit fram ett kunskapsunderlag om *ADHD och privatekonomi* i samverkan med Specialpedagogiska skolmyndigheten och Myndigheten för delaktighet. Underlaget bygger på forskning inom området och lyfter fram hur symptom av ADHD kan försvåra planering och hantering av den egna privatekonomin. Underlaget avses att spridas både internt och externt under 2026.



Konsumenternas problem

Under året har ett kunskapsunderlag tagits fram för att belysa marknadsrättsliga problem utifrån konsumenternas perspektiv. Kunskapsunderlaget bygger på en omfattande enkätundersökning till konsumenter. Resultat från vissa enkätfrågor vägs samman till ett index som indikerar grad av upplevd otillbörlig marknadsföring för de 80 produktområden som omfattas av undersökningen. Blåncolån är det område som får högst index och därmed upplevs ha den mest problematiska marknadsföringen. Årets undersökning är en uppföljning av en motsvarande undersökning som genomfördes 2023.

Ett kunskapsunderlag med fokus på så kallad strukturell konsumentskada, har tagits fram under året. Ambitionen är att underlaget ska kunna användas för fortsatt kunskapsbyggande kommande år.

Vidare har en *konsumentskadeundersökning* genomförts som visar den ekonomiska konsumentskadan på 42 olika marknader och i samhället som helhet under år 2024. Resultaten publicerades i januari 2025. Den totala konsumentskadan beräknades till cirka 40 miljarder kronor årligen. Det är ungefär samma totala konsumentskada som under år 2023. Köp av nya och begagnade fordon är den marknad som orsakat mest konsumentskada – 4,2 miljarder kronor. Marknaden för nätdejting är en av de marknaderna där konsumentskadan har ökat mest mellan 2023 och 2024 och marknaden för spel om pengar är den marknad där konsumentskadan minskat mest.

Under året har myndigheten tittat närmare på hur en högre andel av konsumenter som ringer Konsumentverkets vägledning ska komma fram till tjänsten. Arbetet har också syftat till att ta fram en metod för framtida arbete, baserat på tillgängliga data och med beteendevetenskapliga insikter.

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

Inom ramen för Konsumentverkets uppdrag att bevaka och analysera förutsättningarna för konsumenter att agera på ett, ur miljösynpunkt, hållbart sätt har verksamheten huvudsakligen

bestått av omvärldsbevakning 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 på sådant arbete är avsnittet om miljömässigt hållbar konsumtion i rapporten *Hinder för väl fungerande konsumentmarknader och hållbar konsumtion*. Ett annat exempel där myndigheten både bevakat kunskapsutvecklingen och bidragit med egen kompetens är forskningsprogrammet Mistra Sustainable Consumption.

Ta fram och utveckla statistik

Konsumentverket samlar och bearbetar löpande könsuppdelad statistik och data från konsumentupplysningen och anmälningar till myndigheten. Sedan 2023 använder hela myndigheten en gemensam klassificering vilket underlättar jämförbarhet. Konsumentverket lyfter i sin långsiktiga verksamhetsinriktning 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 och andra intressenter.

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 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 aktuella företeelser i omvärlden. Formatet är allt från kurser och webinarier till samtalsguider och lektionsmaterial.

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. Resultat 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 skraddarsytt 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 de arbetar. Arbetet med att paketera delar av kursinnehåll till e-kurser har fortsatt med syftet att göra det mer tillgängligt. 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.

Fråga experten är ett digitalt forum där kommunernas vägledare och rådgivare får hjälp av experter på Konsumentverket och Kronofogden med att besvara komplicerade frågor inom respektive verksamhetsområde. Forumet fungerar samtidigt som en kunskapsbank och stödet leder till att fler konsumenter får hjälp med sina konsumentproblem. Under året har myndigheten också erbjudit direktsända frågestunder där budget- och skuldrådgivare och konsumentvägledare fått möjlighet att ställa frågor direkt till experter på Kronofogden, Allmänna reklamationsnämnden och Konsumentverket. Detta har varit uppskattat av målgrupperna som gett uttryck för att innehållet har varit relevant och

givande. Särskilt uppskattas möjligheten att få ställa frågor både i förväg och under sändningen. Antalet deltagare på frågestunderna har varierat mellan 55 och 142 personer.

Verksamhetsstöd

Utöver utbildning och information direkt kopplat till yrkesrollen tillhandahåller Konsumentverket olika stöd för att underlätta både löpande arbete och styrning i kommunernas konsumentverksamhet. Det handlar bland annat om verktyg, metodstöd, forum, statistik samt kännedomshöjande material och insatser. Myndigheten ger också, på uppdrag av regeringen, rekommendationer för den kommunala budget- och skuldrådgivningen gällande verksamhetens innehåll, kvalitet och tillgänglighet. Rekommendationerna syftar till att säkerställa att alla i Sverige har tillgång till en likvärdig rådgivning, oavsett bostadsort och individuella behov.

Extranätet *Portalen* är Konsumentverkets primära kanal för att nå ut till kommunernas konsumentverksamhet och där finns myndighetens samlade utbud av stöd. Forumen för erfarenhetsutbyte och *Fråga experten* är fortsatt välanvända. En omfattande översyn av *Portalens* innehåll och struktur har underlättat för

målgruppen att hitta det de söker.

Konsumentverket erbjuder det webbaserade verktyget *Boss+* till kommunernas budget- och skuldrådgivning. *Boss+* möjliggör en effektiv rådgivning och administration och i stort sett alla kommuner är anslutna. Merparten av kommunernas ärenden gällande budget- och skuldrådgivning finns därmed samlade i verktyget vilket gör det möjligt att ta ut statistik, både på övergripande nivå och för enskilda kommuner. Myndigheten har under 2025 genomfört en grundutbildning för nya budget- och skuldrådgivare samt digitala frågestunder för mer erfarna. Det finns också en supportfunktion kopplat till *Boss+*.

Statistik, exempelvis gällande konsumentproblem och kommunernas konsumentverksamhet, finns tillgänglig på *Portalen* och kan användas för kommunernas utveckling av sin verksamhet och Konsumentverkets utveckling av stöd.

Regeringsuppdrag: Utveckla och stärka stödet

2024 fick Konsumentverket ett regeringsuppdrag att utveckla och stärka stödet till den kommunala konsumentvägledningen. Inom uppdraget gjordes en kartläggning av kommunernas konsument-



vägledning, samverkan mellan aktörer samt konsumenters behov av stöd. Uppdraget redovisades i mars 2025. Resultatet visar att hälften av landets kommuner inte erbjuder konsumentvägledning och utvecklingen pekar på att den lokala konsumentvägledningen fortsätter att minska. Eftersom Konsumentverkets vägledning inte erbjuder ett fördjupat stöd innebär det att många konsumenter inte har tillgång till ett stöd som ger dem goda möjligheter att ta tillvara sina rättigheter. Unga, äldre, språksvaga personer, personer med funktionsnedsättning och personer med små ekonomiska marginaler bedöms som särskilt utsatta konsumentgrupper.

Kartläggningen har använts i det pågående arbetet med att utveckla och anpassa myndighetens stöd till kommunernas förändrade behov, exempelvis material för att kommuner som inte erbjuder konsumentvägledning ska känna till det konsumentstöd som finns i samhället och kunna hänvisa konsumenter rätt.

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. Lektionerna består av lärar- och elevinstruktioner och utgår från läroplanen samt myndighetens kunskap om konsumentmarknaderna och utmaningar i konsumentrollen. Lektionerna nås via konsumentverket.se och sprids via digital annonsering, sociala medier, nyhetsbrev och på olika evenemang. Totalt gjordes drygt 43 600 nedladdningar från lektionsbanken under 2025.

Under året har fem nya lektioner för undervisning i privatekonomi på gymnasiet publicerats. Lektionerna är utformade för att ge eleverna en bred förståelse av vad som bidrar till god hantering av den egna privatekonomin, men även i förhållande till ett gemensamt liv med en partner. Materialet berör också ekonomiskt våld och kan bidra till att öka elevernas medvetande om hur det kan ta sig uttryck och vikten av att sätta privatekonomiska gränser. Lektionerna syftar till att stärka ungas kunskaper i privatekonomi både i deras nuvarande konsument-



vardag och som en förberedelse inför vuxenlivet. I november 2025 genomfördes för första gången ett fortbildande webinarium för samhällskunskapslärare och ett 100-tal har tagit del av det. Webbinariet handlade om hur undervisningen kan stärka elevernas ekonomiska självförtroende och hur lärare kan utforma en engagerande undervisning i privatekonomi.

Under året har myndigheten föreläst för tre av de fyra lärosäten som erbjuder lärarutbildning för blivande hem- och konsumentkunskapslärare. Myndigheten har även föreläst på kompetensutvecklingsdagar för yrkesverksamma hem- och konsumentkunskapslärare om dropshipping och de konsumentproblem som affärsmodellen medför. Återkoppling från både arrangörer och deltagare visar att Konsumentverket erbjuder ett innehåll som upplevs relevant, intressant och användbart i undervisningen och yrkesutövningen.

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. Ökad kunskap och motivation hos dessa aktörer bidrar till att fler vågar 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 webinarier, nyhetsbrev, e-kurser och samtalsstöd. I april arrangerade Konsumentverket ett webinarium om att förebygga ekonomiska problem hos barnfamiljer. Knappt 1 000 personer deltog och utvärdering visar att närmare 80 procent av deltagarna anser att de kommer att ha nytta av innehållet i sitt arbete. Några familjecentraler har efter webbinariet inlett samverkan med budget- och skuldrådgivningen i den egna kommunen i syfte att förebygga ekonomiska problem.

Antalet prenumeranter på nyhetsbrevet *Prata pengar* har fortsatt öka under året och är nu uppe i drygt 3 000. Den tidigare mer omfattande e-kursen för samhällsaktörer har ersatts av två nya. *Våga prata pengar* som är en kort introduktion och *Lär dig mer om ekonomiska problem* som är en fördjupning på området. Aktörerna kan nu utifrån sina förutsättningar avgöra vilken nivå de behöver.

I november föreläste myndigheten, tillsammans med forskare från Lunds och Göteborgs universitet, på Socionomdagarna om skuldsättning hos unga vuxna. I myndighetens monter visades det stöd som Konsumentverket erbjuder samhällsaktörer gällande privatekonomi. Bedömningen är att närmare 300 socionomer besökte montern och att många redan kände till vårt stöd.

Myndigheten identifierar kontinuerligt nya aktörer som har förutsättningar att stötta personer med privatekonomiska problem. I början av året genomfördes en enkät riktad till kommunala familjecentraler. Resultatet visade att det finns behov av och en efterfrågan på mer kunskap om privatekonomi bland dem som arbetar där. Det har föranlett samverkan med Föreningen för familjecentralers främjande och föreningen Kommunala familjerådgivare, bland annat i form av föreläsningar för familjecentraler och en samtalsguide för att underlätta samtal om ekonomi.

Insatserna mot samhällsaktörer resulterar också i ökad kännedom om vilket stöd som finns i kommunerna samt Konsumentverkets egen vägledning.

Regeringsuppdrag: Motverka överskuldsättning

Konsumentverket och Kriminalvården fick i juni 2025 i uppdrag att ta fram ett stöd till klienter på anstalt och häkte med syfte att förebygga överskuldsättning. Konsumentverket och Kriminalvården har i nära samarbete med Kronofogdemyndigheten påbörjat arbetet med ett utbildningsmaterial för klienter på anstalt. Uppdraget ska redovisas i juni 2026.

Beräknade hushållskostnader

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

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 och som nedladdningsbara tabeller på Konsumentverkets webbplats. Fortsatt pågår ett 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.

Under året har en större revidering av metoden för att beräkna matkostnader genomförts. En ny matsedel, som används som beräkningsunderlag, har tagits fram. Den nya matsedeln är baserad på de nya svenska kostråden och innehåller näringsriktiga och vanligt förekommande vardagsrätter. Dessutom har en ny digital metod för insamling av livsmedelspriser använts.

Beräkningarna används också av Försäkringskassan som referensmaterial för levnadskostnader. Försäkringskassan anser att beräkningarna bidrar till en mer enhetlig hantering av ärenden om merkostnader vid funktionshinder samt en effektivare handläggning. Konsumentverket har fortsatt samverka med Socialstyrelsen och Kronofogden om riksnorm, normalbelopp och beräknade hushållskostnader.

Bidrag till civilsamhällets organisationer

Regeringen har aviserat att Konsumentverkets anslag för fördelning av statsbidrag kommer att vara helt avvecklat vid ingången av 2026. Ordinarie ansökningsförfarande för 2025 skedde under hösten 2024. I budgetpropositionen för

2025 fanns inga anvisade medel för statsbidrag. Alla ansökningar avslogs därför med hänvisning till att medel saknades. I regleringsbrevet för 2025 tilldelades Konsumentverket ändå ett anslag på en miljon kronor att fördela under 2025 till civilsamhällets organisationer som bidrar till konsumentnytta. Det ledde till en förenklad ansökningsprocess via e-post i början av 2025. Organisationerna informerades vid utlysningen om att Konsumentverket gärna ser ansökningar om verksamhetsbidrag med koppling till barn och unga i digitala miljöer.

Beslut verksamhetsbidrag och organisationsbidrag

Beslut om verksamhetsbidrag för 2025 fattades under februari 2025. I mars betalades hela anslaget för 2025 ut som verksamhetsbidrag till tre organisationer. Inga organisationsbidrag delades ut.

Redovisning av bidrag

Under våren 2025 har fem organisationer redovisat verksamhetsbidrag för 2023–2024. Två av dessa redovisade också organisationsbidrag. Samtliga redovisningar godkändes.

Organisations- och verksamhetsbidrag (antal)

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

* ansökan sep 2024

** ansökan jan 2025

Utbetalade och återbetalade bidrag (tkr)

Stödår	2023	2024	2025
Tilldelat anslag	12 059	6 159	1 000
Utbetalade organisationsstöd	500	200	0
Utbetalade verksamhetsstöd	11 559	5 959	1 000
Återbetalda stöd	563	0	0
Utgående anslag	563	0	0



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 också 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 värdefull 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 2025 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.

Analys av Konsument- verkets effektmål



Analys av Konsumentverkets effektmål

Konsumentverkets arbete utgår från det konsumentpolitiska målet: *väl fungerande konsumentmarknader och en konsumtion som är hållbar ur miljömässigt, socialt och ekonomiskt perspektiv*. Myndigheten har konkretiserat detta med två gemensamma effektmål: *Minskad konsumentskada och Hållbar konsumtion blir enklare*. Effektmålen stöds av olika resultatmål som beskrivs i resultatredovisningen och i det här avsnittet presenteras några insatser som illustrerar hur verksamheten bidrar till effektmålen.

I årsredovisningens inledning beskriver Konsumentverkets generaldirektör några av de komplexa konsumentutmaningar som myndigheten hanterar. Den uppdaterade undersökningen av konsumentskada, som redovisades i början av året, visar att problem kopplade till konsumtion orsakar stora kostnader för konsumenterna. Beräkningen landar som tidigare på omkring 40 miljarder kronor per år. Detta är dock en liten del av de totala kostnaderna. För konsumenterna tillkommer kostnader som de inte är medvetna om liksom svårberäknade kostnader, exempelvis vid fysiska skador. För samhället i övrigt tillkommer bland annat kostnader för klagomålshantering hos företagen och det offentliga kostnader för konsumentskydd och konsumentstöd.

Konsumentverket arbetar brett för att möta dessa utmaningar och strävar efter att följa verksamhetens effekter. Utvärderingen är metodmässigt krävande då insatser sker i en verklighet med många samtidigt pågående processer, vilket försvårar tydliga orsakssamband. Trots detta anser vi oss, baserat på verksamhetens insatser i stort, kunna göra en kvalificerad uppskattning av måloppfyllelsen. Bedömningen är att myndighetens verksamhet minskar och förebygger konsumentskada och gör hållbar konsumtion enklare.

Verksamhetsområde Företag

Insatserna inom verksamhetsområde Företag syftar till att väsentligt bidra till att företagen följer de konsumentskyddande reglerna. En ökad regelefterlevnad innebär, i sin tur, att konsumentskadan minskar och att hållbar konsumtion blir enklare.

Konsumentverkets erfarenhet är att de flesta företag vill följa reglerna, och knappt åtta av tio företag rättar frivilligt sina brister efter myndighetens tillsyn. I en del tillsynsärenden är dock tvingande åtgärder nödvändiga för att uppnå regelefterlevnad. Inräknat dessa ärenden är rättelsegraden en bit över 80 procent. Den långsiktiga effekten av tillsynsärenden kontrolleras genom att Konsumentverket efter en tid följer upp avslutade tillsynsärenden. Årets uppföljning visar att andelen rättelser för avslutade tillsynsärenden ligger kvar på cirka 80 procent.

Om företag inte rättat sig frivilligt kan Konsumentverket eller Konsumentombudsmannen (KO) vidta rättsliga åtgärder. KO har under året ansökt om stämning i 8 fall och utfärdat 25 förelägganden, vilket är en kraftig ökning av antalet förelägganden jämfört med tidigare år. KO fick framgång i alla årets domstolsavgöranden, där bolag hade stämts till följd av bristande rättelse i tillsynen. Inom produktsäkerhetsområdet har 12 domar meddelats och Konsumentverket fick helt eller delvis rätt i 11 av dessa.

Genom marknadskontrollinsatser har Konsumentverket påtagligt minskat risken för personskador. Ett exempel är samverkansinsatser med Tullverket som under året har lett till att cirka 600 000 felaktiga eller farliga artiklar redan vid gränsen har stoppats från att nå den svenska marknaden.

På områden med betydande brister i regelefterlevnad krävs återkommande granskningar och en kombination av olika metoder för att uppnå stor effekt. Det visar till exempel årets tillsyn av marknadsföring av prissänkningar, där endast 70 procent av de granskade företagen följer reglerna. Sedan Konsumentverkets första



granskning, hösten 2023, är dock trenden att följsamheten ökat kraftigt. Samtidigt måste det betraktas som anmärkningsvärt att 30 procent av företagen, trots betydande insatser från Konsumentverket och mycket uppmärksamhet i medierna, fortfarande inte följer regler som varit i kraft sedan hösten 2022. Trenden är också att följsamheten är betydligt högre bland företag som tidigare har varit föremål för tillsynsinsatser jämfört med företag som inte varit det. Nästan hälften av de företag som inte har granskats tidigare visar brister. Bland företag som tidigare varit föremål för tillsyn är det 20 procent som fortsatt brister i regelefterlevnad. Även om det finns mer att önska när det gäller företagens laglydnad vid prissänkningar, är det tydligt att Konsumentverkets tillsynsinsatser har haft effekt och därmed minskat risken för att konsumenter handlar utifrån en felaktig bild av produktens pris.

En enskild insats kan få betydande effekt för en stor grupp konsumenter. Ett exempel är den process om så kallad privatleasing som Konsumentombudsmannen har drivit i domstol. Domen innebär att det prisjusteringsvillkor som använts är ogiltigt och KO:s bedömning är att de över 50 000 drabbade konsumenterna därmed har rätt att få tillbaka de pengar som de över-

debiterats. Om KO får framgång i sin pågående grupptalan i Allmänna reklamationsnämnden kan det förväntas leda till att konsumenter får delar av sina leasingavgifter återbetalade, vilket sammanlagt handlar om miljardbelopp. De framtåtriktade effekterna av domen förväntas vara att näringslivets aktörer på privatleasingmarknaden korrigerar sina avtalsvillkor så att konsumenterna får bättre möjlighet att ta ställning till den ekonomiska risk som det innebär att ingå ett privatleasingavtal. Det minskar därmed också konsumentskadan framåt.

Ett annat exempel där myndigheten bidragit till minskad konsumentskada är internetbedrägerier, bland annat kopplade till dropshipping. Konsumentverkets samverkan med Polisens nationella bedrägericentrum (NBC) för att identifiera och stoppa misstänkta bedrägerier, har på kort tid fått stor effekt.

- Bedrägerier till ett värde av 134 miljoner kronor har stoppats.
- Betalningsmöjligheten till 1 300 webbplatser som bedömts vara bedrägliga har stoppats.
- 239 000 köp har nekats, vilket direkt har skyddat konsumenter från att bli lurade.

Sammanfattningsvis har den gemensamma insatsen på kort tid förhindrat stora felaktiga betalningar och bedrägerier, skyddat konsumenter och bidragit till att strypa pengaflöden till kriminella aktörer. Det kan konstateras att insatsens träffsäkerhet har varit hög – ingen av de aktörer som fått sin betalningsmöjlighet borttagen har invänt mot beslutet.

En tydlig effekt av Konsumentverkets internationella samarbeten kan noteras inom reseområdet. Myndigheten ledde under 2023 en EU-samordnad insats med målet att stärka konsumenternas rätt till återbetalning vid inställda flyg. Genom samordnade åtgärder nåddes en överenskommelse där resebyråer förband sig att hantera återbetalningar inom sju dagar från att de själva fått pengar från flygbolagen. Antalet anmälningar om de problem som hanterades i insatsen har därefter minskat eller försvunnit helt. Vid utvärderingen 2025 kunde konstateras att insatsens effekter kvarstår i och med att de förbättrade rutinerna speglas i ett förslag till ny artikel i flygpassagerarförordningen. Konsumentverkets aktiva

deltagande i internationella samarbeten har därmed fått påtaglig betydelse för konsumenter både i Sverige och internationellt.

Konsumentverkets återkommande granskningar av produkter som är beroende av 2G- och 3G-näten har gett påtaglig effekt. Avvecklingen av näten skapar problem för konsumenter som äger eller planerar att köpa berörda produkter, vilket gjort att insatser inom flera branscher varit angelägna. I den ursprungliga granskningen 2024, levde inget av de undersökta företagen upp till samtliga krav på information om produkternas funktionsförmåga efter nätavvecklingen. Resultatet av uppföljande tillsyn 2025 visade att 6 av 23 företag hade kvarstående eller återkommande brister vilket betyder att 75 procent av företagen nu anpassat sig till regelverket. Konsumentverkets tillsyn har alltså bidragit till att risken för att konsumenter ska köpa produkter som inte längre fungerar har minskat avsevärt.

Två nya varudeklarationer för begagnade bilar bidrar också till att konsumenter får tydligare information om hur nedläggningen av 2G- och 3G-näten påverkar fordonets funktioner



– inklusive SOS-funktionen. Detta är särskilt värdefullt då säkerhetsfunktionen inte längre kommer att kontrolleras vid besiktning och därmed ökar risken för brist på information. Varudeklarationerna (begagnad bil och begagnad elbil) är resultatet av diskussioner mellan Konsumentverket, Mobility Sweden och Motorbranschens Riksförbund (MRF) och leder till att konsumenter kan fatta mer informerade beslut vid köp av begagnade fordon. Konsumentverket bedömer att åtgärderna kommer att ge god effekt och få stor spridning i branschen.

Sammanfattningsvis leder Konsumentverkets tillsyn och marknadskontroll i stor utsträckning till faktiska rättelser. Tillsammans med ovanstående exempel innebär det att myndighetens arbete gentemot företag minskar konsumentskadan och bidrar till att marknaderna fungerar bättre.

Verksamhetsområde Konsument

Konsumentverket ger stöd till konsumenter på flera sätt, främst genom vägledning och information via myndighetens upplysningstjänst. Inom

EU-samarbetet Konsument Europa erbjuds också hjälp, där även framgångsrik medling mellan konsument och företag leder till goda resultat.

Antalet konsumentkontakter har under året ökat markant. Sammanlagt har drygt 71 000 frågor besvarats i vägledningen, en ökning med 25 procent sedan 2024. Störst ökning kan noteras av frågor som rör gränsöverskridande handel. Väntetiden i telefon har minskat med nästan 20 procent, även om långa köer fortfarande innebär att många samtal inte kan tas emot. Denna förbättring kan kopplas till flera verksamhetsförändringar under året – bland annat införandet av den AI-baserade chatttjänsten. Den gör det möjligt för konsumenter att få svar på sina frågor dygnet runt och hanterar cirka 1 000 kontakter per vecka. Konsumenternas möjlighet att kontakta myndigheten har även förenklats genom införandet av en samlad ingång via webbplatsen konsumentverket.se samt ett gemensamt telefonnummer.

Upplysningstjänstens och Konsument Europas vägledning fortsätter att vara mycket uppskattad, visar årets nöjdhetsundersökningar. En stor



majoritet av de tillfrågade uppger att de får tydliga svar och ett gott bemötande.

Att vägledningen når ett stort antal konsumenter och uppfattas som användbar indikerar att den effektivt kan stärka konsumenternas möjligheter att hantera sina problem. I sammanhanget bör det dock betonas att Konsumentverket saknar kunskap om vad som faktiskt händer i respektive ärende efter avslutad vägledning.

Medling är ett centralt verktyg för Konsument Europa och en effektiv metod för att hantera gränsöverskridande konsumentproblem. Mer än hälften av alla gränsöverskridande ärenden har lösts till konsumenternas fördel med effekten att de sammanlagt fått tillbaka flera miljoner euro – en betydande andel har gått till svenska konsumenter.

”Vill bara meddela att pengarna nu kommit in på kontot. Stort tack för hjälpen, bra med internationellt samarbete!”

Tack vare Konsument Europas arbete har konsumentskadan alltså minskat avsevärt, eftersom det är troligt att konsumenterna annars inte hade fått ta del av dessa medel. Inte minst bedöms Konsument Europas arbete ha bidragit till bättre konsumentförutsättningar inom flygområdet. Det har stor betydelse i och med att flygproblem utgör 40 procent av alla rådgivnings- och medlingsärenden. Systematiserad ärendehantering med en av världens största reseförmedlare (som finns i Sverige) är en viktig åtgärd. Dessutom har en träffsäker informationsinsats i sociala medier samt uppskattade informations- och vägledningsinsatser på plats på Arlanda och på en stor reseutställning, bidragit till effektivt stöd och målgruppsanpassade kunskapsinsatser. Konsumentverket bedömer att detta har skapat ökad medvetenhet hos flygresenärer och därmed bättre förutsättningar att hantera uppkomna problem.

Konsumentverkets klagomålsstatistik bidrar till att myndigheten snabbt och målgruppsanpassat kan sprida aktuell och relevant information via forum, nyhetsmedier, sociala medier och andra kanaler. Detta gör att fler än de konsumenter som kontaktar myndigheten kan nås, vilket stärker deras möjlighet att fatta välgrundade beslut. I förlängningen bedöms detta ha stärkt konsumenternas medvetenhet och förmåga på konsumentmarknaderna.

Sammanfattningsvis visar en summering att Konsumentverkets arbete inom verksamhets-

område Konsument har lett till förbättrad tillgänglighet, ökad konsumentnytta och konkreta ekonomiska vinster för konsumenterna.

Verksamhetsområde Kunskap

Inom verksamhetsområde kunskap redovisas både kunskapsuppbyggande arbete och insatser för att stötta andra samhällsaktörer. Resultat av Konsumentverkets analyser kan leda till förändringar som bidrar till effektmålen, exempelvis i form av andra aktörers insatser eller lagändringar. Ett exempel är den rapport om telefonförsäljning som myndigheten har redovisat under året. I den sammanfattas och analyseras ett mångårigt kunskapsbyggande som ger en heltäckande bild av konsumentproblemen. Uppdraget var att utreda och lämna förslag som syftar till att stärka konsumentskyddet vid försäljning via telefon och Konsumentverket bedömer att redovisningen bör fungera som värdefullt underlag för regeringen att forma insatser som ger effekt för konsumenter.

Ett av målen inom verksamhetsområdet är att ge användbart stöd till andra aktörer som möter konsumenter. Genom att sprida kunskap och erbjuda metodstöd om konsumentlagstiftning samt budget- och skuldrådgivning har Konsumentverket ökat mottagarnas förmåga att ge ett relevant stöd till sina målgrupper. Det gäller exempelvis kommunernas konsumentverksamhet, skolan, yrkesgrupper inom vård, socialtjänst och kriminalvård samt organisationer inom civilsamhället. Vissa yrkesgrupper får fördjupat och anpassat stöd som är skraddarsytt för just deras uppdrag. För andra aktörer har myndighetens stöd främst bidragit till att konsumenter i behov av hjälp har identifierats och kunnat hänvisas till relevant stöd.

Utvärderingar och dialog med berörda aktörer visar att myndighetens insatser är efterfrågade, uppskattade och använda. Konsumentverkets stöd når ett stort antal aktörer som i sin tur dagligen möter tiotusentals konsumenter, varav många befinner sig i sårbara och utsatta situationer. Slutsatsen är att myndighetens arbete har bidragit till ett värdefullt kunskapsstöd med ökad tillgång till kompetent hjälp för konsumenter. Under året har myndigheten nått ut till flera nya yrkesgrupper, exempelvis kommunala familjerådgivare, pedagoger inom öppna förskolan och privatekonomiska rådgivare på banker. Dessutom har antalet prenumeranter på nyhetsbrevet *Prata pengar* fortsatt att öka. När fler aktörer som

möter, framför allt sårbara och utsatta, konsumenter har kunskap om konsumentlagstiftning och skuldproblematik ökar sannolikheten att fler får adekvat hjälp. Myndighetens bedömning är att det har bidragit till att människor i högre grad har lyckats lösa sina konsumentproblem och hantera sina privatekonomiska bekymmer. Det är en värdefull effekt eftersom ekonomiska utmaningar ofta hänger ihop med andra problem som påverkar både hälsa, anhöriga och samhället i stort. Mot bakgrund av att samhällsaktörerna återkommande tar del av, använder och är nöjda med Konsumentverkets stöd gör vi bedömningen att insatserna, på ett betydande sätt, bidrar till att konsumentskadan minskar och till en ekonomiskt mer hållbar konsumtion.

Avslutande resonemang

Detta avsnitt visar att Konsumentverket har spelat en betydande roll i att minska konsumentskadan och göra hållbar konsumtion enklare. Det är dock viktigt att betrakta slutsatserna i relation till myndighetens egna åtgärder – och förstå att de faktiska effekterna påverkas av många faktorer som ligger utanför myndighetens kontroll. Omvärldsförändringar utgör till stor del en motkraft till myndighetens mål, eftersom de

ofta leder till ökad konsumentskada och skapar större hinder för hållbar konsumtion, såväl socialt och ekonomiskt som miljömässigt.

Trots kostnadseffektiva åtgärder begränsas omfattningen på myndighetens insatser av tillgängliga resurser, vilket gör det omöjligt att fullt ut kompensera för negativa effekter av händelser i omvärlden. Denna bedömning gäller även när insatser från andra viktiga aktörer, såsom kommunala konsumentvägledare, budget- och skuldrådgivare samt övriga myndigheter, inkluderas. Det är därför avgörande att myndighetens insatser ses som ett komplement till välfungerande strukturer i form av lagstiftning och resurser, snarare än som en ersättning. Exempel på detta är problem orsakade av telefonförsäljning. Myndighetens insatser kan förstärka effekten av goda strukturella faktorer, men aldrig kompensera för brister i dessa.

Fortsatt arbete kommer att omfatta insatser för att optimera konsumentnyttan inom ramen för befintliga resurser samt att synliggöra behovet av lagstiftning som bättre främjar det konsumentpolitiska målet. För att möta såväl pågående som framtida utmaningar krävs dock betydande åtgärder för förbättrad regelefterlevnad och förstärkt konsumentstöd, vilka överstiger nuvarande resursnivåer.

Personal och kompetensförsörjning



Personal och kompetensförsörjning

Under 2025 har stort arbete och engagemang lagts på inflyttning och anpassning till renoverade lokaler med flexibel placering och tillgång till nya arbetsmiljöer och arbetsytor som är utformade för nya arbetssätt. Året har varit lugnt och stabilt ur personalrörlighetssynpunkt.

De senaste åren har ett antal medarbetare som lämnat Konsumentverket återvänt till myndigheten, vilket är glädjande. I år har tre personer sökt sig tillbaka och två har återvänt efter tjänstledighet för arbete vid annan myndighet.

Personalstruktur

Antalet anställda var vid årets slut 183. Fördelningen mellan män och kvinnor är 134 kvinnor och 49 män, det vill säga 73 procent kvinnor och 27 procent män. Genomsnittsåldern är 45 år.

Kompetensförsörjning

Under året har nio nya medarbetare rekryterats till Konsumentverket varav sex tillsvidareanställda och tre tidsbegränsat anställda. Sammanlagt avslutades tio tillsvidareanställningar, varav en på grund av ålderspension. Antalet som avslutat sin anställning har i år liksom året före legat på en procentuellt låg nivå.

Myndighetens medarbetare har deltagit i ett 50-tal externa individuella utbildningar, många

inom områdena AI och ledarskap. Utöver dessa har 19 internt arrangerade utbildningar genomförts varav 11 var behovsanpassade utbildningar för grupper och 8 var introduktionsutbildningar för nyanställda. Omfattningen på interna och externa utbildningar har varit ungefär densamma som året innan. Vi bedömer att kompetenspåfyllnaden i form av utbildningar i hög utsträckning svarat mot verksamhetens behov.

Under året har framtida kompetensbehov diskuterats i olika chefsforum och det har resulterat i en kompetensinriktning för de närmaste åren. Den ska ge stöd för kompetensförsörjningsinsatser i myndigheten.

Via samarbetsavtal om personallån har Konsumentverket under året lånat ut en medarbetare till annan myndighet på del av tid. Detta har fungerat mycket väl.

Arbetsförutsättningar och arbetsmiljö

Myndighetens återkommande processer för det systematiska arbetsmiljöarbetet ger stöd i

Personal (antal)

	2023	2024	2025
Anställda den 31/12	188	187	183
– antal kvinnor	136	135	134
– varav tillsvidareanställda	186	183	182
– varav tidsbegränsat anställda	2	4	1
Tillsvidareanställda som avslutat sin anställning	26	7	10
– på grund av pension	1	1	1
– annan orsak	25	6	9

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

I mitten av februari flyttade myndigheten in i ett nyrenoverat flexibelt kontor och etablerade därmed ett nytt arbetssätt, vilket bland annat innebär att ingen har en bestämd arbetsplats. Omgörningen av lokalerna har även möjliggjort en minskning av lokalytan med en tredjedel. Sedan tidigare har all personal förtroende-arbets-tid och merparten har möjlighet till distans-arbete vilket ger mycket god flexibilitet. Under året har en intern "husgrupp" omhändertagit stora och små frågor som varit viktiga för att kontoret och de nya miljöerna ska fungera så bra som möjligt. En rad personalsociala aktiviteter har genomförts med syfte att stärka gemenskap och samhörighet. I maj genomfördes en särskild arbetsmiljöuppföljning med koppling till de nya lokalerna och förändrat arbetssätt och resultatet från undersökningen visade att upplevelsen av det nya kontoret var klart positiv, men att det också fanns områden som behöver följas upp.

Arbetsgivaren har under några år gjort insatser för att motverka våld i nära relationer, bland

annat har ämnet diskuterats i chefsforum.

Myndigheten har också tagit fram stödmaterial till medarbetare och chefer samt påbörjat en kunskapshöjning för alla anställda inom området ekonomiskt våld i nära relationer. Ett led i arbetet är också utvecklingen av ett underlag för "omtanke-samtal" som kan användas i olika situationer, bland annat vid misstanke om våldsutsatthet.

Professionell samarbetsförmåga är en av myndighetens prioriterade förmågor och vi har därför gjort extra insatser med att erbjuda verktyg, praktiskt stöd och ökad kunskap till chefer och medarbetare inom området.

Myndigheten arbetar kontinuerligt med att förbättra och utveckla rutiner och arbetssätt för att förebygga korruption och otillåten påverkan. En särskild översyn har gjorts för att säkerställa att vi lever upp till de ökade krav som numera finns i myndighetsförordningen. En genomgång av risker, hot och personsäkerhet kopplat till arbetet har genomförts i alla verksamhetsdelar. Ett material om inrymning har tagits fram och införlivats i den årliga genomgången av informationspaketet "risk och kris".

Sjukfrånvaro

Den totala sjukfrånvaron har sjunkit något jämfört med förra året. Både den korta och den långa sjukfrånvaron har sjunkit. Även antalet långtidsfrånvarande har minskat och arbetslivs-inriktad rehabilitering pågår i de fall där det är möjligt.

Sjukfrånvaro

	2023	2024	2025
Total sjukfrånvaro i procent av tillgänglig arbetstid	3,75	4,39	4,25
Kvinnors sjukfrånvaro i procent av tillgänglig arbetstid	3,92	4,53	4,57
Mäns sjukfrånvaro i procent av tillgänglig arbetstid	3,31	4,03	3,38
Sjukfrånvaro för åldersgruppen 29 eller yngre i procent av tillgänglig arbetstid	2,65	2,54	2,42
Sjukfrånvaro för åldersgruppen 30–49 år i procent av tillgänglig arbetstid	2,92	4,88	3,87
Sjukfrånvaro för åldersgruppen 50 år eller äldre i procent av tillgänglig arbetstid	5,33	4,07	5,14
Långtidsjukfrånvaro (60 kalenderdagar) i procent av total sjukfrånvaro	53,26	58	54,55

Finansiell redovisning

Resultaträkning

s. 65

Balansräkning

s. 66

Anslagsredovisning

s. 68

Tilläggsupplysningar och noter

s. 70

Sammanställning över väsentliga uppgifter

s. 81



Resultaträkning

Belopp i tusental kronor

	Not	2025	2024
Verksamhetens intäkter			
Intäkter av anslag	1	179 647	180 519
Intäkter av avgifter och andra ersättningar	2	3 953	3 492
Intäkter av bidrag	3	6 048	5 635
Finansiella intäkter	4	331	633
Summa verksamhetens intäkter		189 979	190 279
Verksamhetens kostnader			
Kostnader för personal	5	-147 818	-146 886
Kostnader för lokaler	6	-9 525	-11 024
Övriga driftkostnader	7	-29 269	-30 724
Finansiella kostnader	8	-177	-139
Avskrivningar och nedskrivningar		-3 190	-1 506
Summa verksamhetens kostnader		-189 979	-190 279
Verksamhetsutfall		0	0
Uppbördsverksamhet			
	9		
Intäkter av avgifter m.m. som inte disponeras		2 684	1 125
Medel som tillförts statens budget från uppbördsverksamhet		-2 684	-1 125
Saldo uppbördsverksamhet		0	0
Transfereringar			
Medel som erhållits från statens budget för finansiering av bidrag		1 559	7 059
Lämnade bidrag	10	-1 559	-7 059
Saldo transfereringar		0	0
Årets kapitalförändring		0	0

Balansräkning

Belopp i tusental kronor

	Not	2025-12-31	2024-12-31
TILLGÅNGAR			
Immateriella anläggningstillgångar	11		
Rättigheter och andra immateriella anläggningstillgångar		3 574	3 175
Summa		3 574	3 175
Materiella anläggningstillgångar	12		
Förbättringsutgifter på annans fastighet		1 335	9
Maskiner, inventarier, installationer m.m.		3 107	1 071
Pågående nyanläggningar		0	1 366
Summa		4 442	2 446
Kortfristiga fordringar	13		
Kundfordringar		475	480
Fordringar hos andra myndigheter		1 928	2 558
Övriga kortfristiga fordringar		2 916	51
Summa		5 319	3 089
Periodavgränsningsposter	14		
Förutbetalda kostnader		5 831	5 789
Upplupna bidragsintäkter		1 245	1 204
Övriga upplupna intäkter		-2 916	17
Summa		4 160	7 010
Avräkning med statsverket	15		
Avräkning med statsverket		-4 584	-2 336
Summa		-4 584	-2 336
Kassa och bank	16		
Behållning räntekonto i Riksgäldskontoret		18 914	18 761
Summa		18 914	18 761
Summa tillgångar		31 825	32 145

	Not	2025-12-31	2024-12-31
KAPITAL OCH SKULDER			
Myndighetskapital	17		
Statskapital		262	0
Summa		262	0
Avsättningar	18		
Avsättningar för pensioner och liknande förpliktelser		1 705	787
Övriga avsättningar		763	833
Summa		2 468	1 620
Skulder m.m.	19		
Lån i Riksgäldskontoret		7 755	5 622
Kortfristiga skulder till andra myndigheter		4 218	4 664
Leverantörsskulder		5 507	8 640
Övriga kortfristiga skulder		2 280	2 303
Summa		19 760	21 229
Periodavgränsningsposter	20		
Upplupna kostnader		9 058	9 236
Oförbrukade bidrag		277	60
Summa		9 335	9 296
Summa kapital och skulder		31 825	32 145

Anslagsredovisning

Belopp i tusental kronor

Redovisning mot anslag		Not							
Anslag			Ingående överförings- belopp	Årets tilldelning enl. reglerings- brev	Om- disponerat anslag	Indragning	Totalt disponibelt belopp	Utgifter	Utgående överförings- belopp
Uo 18 02:001 ap.1 Ramanslag Konsumentverket	21	25		180 226	1 244		181 495	-178 364	3 131
Uo 18 02:001 ap.2 Ramanslag Rättegångskostnader	22	1 331		3 000		-1 331	3 000	-1 301	1 699
Uo 18 02:004 ap.1 Ramanslag Stöd till organisationer på konsumentområdet		-		1 000			1 000	-1 000	0
Uo 18 02:004 ap.2 Ramanslag Deltagande i standardiseringsarbete		-		559			559	-559	0
Summa totalt			1 356	184 785	1 244	-1 331	186 054	-181 224	4 830
Avslutade anslag	Not		Ingående överförings- belopp	Årets tilldelning enl. reglerings- brev	Om- disponerat anslag	Indragning	Totalt disponibelt belopp	Utgifter	Utgående överförings- belopp
Uo 18 02:001 ap.3 Ramanslag Webbaserad informationstjänst för remitteringar	23	1 244			-1 244				
Uo 18 02:004 ap.9 Ramanslag Stöd till organisationer på konsumentområdet									
Summa avslutade anslag			1 244	0	-1 244	0	0	0	0
Summa totalt			2 600	184 785	0	-1 331	186 054	-181 224	4 830

Inkomsttitlar

Belopp i tusental kronor

Redovisning mot inkomsttitel	Not		
Inkomsttitel	24	Beräknat	Inkomster
2714 212 Sanktionsavgifter enligt konsumentkreditlagen		-	2 084
Summa 2714 Sanktionsavgifter m.m.		-	2 084
2811 175 Övriga inkomster		-	600
Summa 2811 Övriga inkomster av statens verksamhet		-	600
Summa			2 684

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 5 januari 2026. Fakturor som inkommit eller ställts ut efter detta datum och som avser 2025 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

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	2025	2024
Anslagsintäkterna härrör från följande anslag:			
18 02:001 ap.1, Konsumentverket		178 346	176 798
18 02:001 ap.2, Rättegångskostnader		1 301	1 669
18 02:001 ap.3, Webbaserad informationstjänst för remitteringar*		0	2 052
Summa intäkter av anslag enligt resultaträkningen		179 647	180 519
*Avslutad anslagspost 2025.			
Utgifter enligt anslagsredovisningen		181 224	187 590
Skillnaden beror på:			
– redovisning i transfereringsavsnittet som medel som erhållits från statens budget för finansiering av lämnade bidrag		1 559	7 059
– semesterlöneskuld intjänad till och med 2008 som redovisas mot anslag 18 02:001 ap.1, enligt övergångsbestämmelsen till 12 § anslagsförordningen (2011:223).		18	12

Not 2	Intäkter av avgifter och andra ersättningar	2025	2024
Intäkter av avgifter enligt 4 § avgiftsförordningen		2 761	2 828
Intäkter av avgifter enligt 15 § avgiftsförordningen		96	103
Intäkter av andra ersättningar			
Ersättningar enligt 6 kap. 1 § kapitalförsörjningsförordningen		960	498
Övriga ersättningar		106	63
Summa		1 066	561
Reavinst vid försäljning av anläggningstillgångar		30	-
Summa		3 953	3 492

Avgifter enligt 4 § avgiftsförordningen 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. Under posten Intäkter av andra ersättningar enligt 6 kap. 1 § kapitalförsörjningsförordningen, redovisas ersättningar för rättegångskostnader från utomstatlig part.

Not 3 Intäkter av bidrag	2025	2024
Bidrag från statliga myndigheter	547	572
Bidrag från EU	5 501	5 063
Summa	6 048	5 635

Under posten bidrag från statliga myndigheter redovisas bl a ersättningar för bidragsfinansierade uppdrag, lönebidrag och ersättningar för omställnings- och kompetensstöd. Bidrag från EU avser Konsument Europas verksamhet inom Konsumentverket.

Not 4 Finansiella intäkter	2025	2024
Ränta på räntekonto hos Riksgäldskontoret	293	625
Andra ränteintäkter	38	8
Summa	331	633

Under rubriken finansiella intäkter redovisas ränta på räntekonto hos Riksgäldskontoret och andra ränteintäkter. Riksgäldskontoret har sänkt räntan på räntekonto under 2025 vilket förklarar minskningen av intäkter på tillgodohavandet under året jämfört med tidigare år. Andra ränteintäkter avser ränta på ersättningar för rättegångskostnader.

Not 5 Kostnader för personal	2025	2024
Kostnader för personal	-147 818	-146 886
varav lönekostnader (exkl arbetsgivaravgifter, pensionspremier och andra avgifter enligt lag och avtal)	-92 775	-93 608

I summan för lönekostnader ingår arvoden till uppdragstagare för 2025 och 2024 med 123 tkr respektive 112 tkr. Personalkostnaden har ökat på grund av högre pensionskostnad och större avsättning till delpension. Antalet anställda har minskat mot tidigare år vilket förklarar den lägre lönekostnaden 2025.

Not 6 Kostnader för lokaler	2025	2024
Kostnader för lokaler	-9 525	-11 024

Kostnader för lokaler har minskat 2025 till följd av förverkligande av myndighetens arbetsplatsstrategi vilken inneburit anpassning och minskning av myndighetens lokalyta.

Not 7 Övriga driftkostnader	2025	2024
Övriga driftkostnader	-29 269	-30 724

Minskningen av driftkostnaderna 2025 jämfört med 2024 förklaras bland annat av lägre kostnader för informations- och annonseringskostnader samt konsulttjänster.

Not 8 Finansiella kostnader	2025	2024
Ränta på lån i Riksgäldskontoret	-160	-114
Ränta på räntekonto i Riksgäldskontoret	-7	-20
Andra räntekostnader	-10	-5
Summa	-177	-139

Under rubriken finansiella kostnader redovisas ränta på lån och räntekonto hos Riksgäldskontoret och andra räntekostnader. Ränta på lån har ökat något mellan åren eftersom det har skett större investeringar 2025 jämfört med året innan. Andra räntekostnader avser till större delen ränta på rättegångskostnader.

Not 9 Uppbörd	2025	2024
Intäkter av avgifter m.m. som inte får disponeras	2 684	1 125
Medel som tillförts statsbudgeten från uppbördsverksamhet	-2 684	-1 125
Summa	0	0

Ökningen av intäkter av avgifter som inte får disponeras 2025 avser i huvudsak ersättningar för sanktionsavgifter enligt konsumentkreditlagen vilka ska redovisas mot inkomsttitel. Under 2025 har en uppbördsfordran på 5 mnkr avseende ett enskilt ärende redovisats. En avbetalningsplan har upprättats för två år. Inbetalda intäkter får inte disponeras utan kommer i sin helhet att redovisas mot inkomsttitel. I utfallet 2025 ingår även ersättning för rättegångskostnader på 600 tkr som ska redovisas mot inkomsttitel.

Not 10 Lämnade bidrag	2025	2024
Lämnade bidrag till övriga organisationer och ideella föreningar	-1 559	-7 059
Summa	-1 559	-7 059

I posten lämnade bidrag till övriga organisationer och ideella föreningar ingår utbetalningar av bidrag till organisationer med 1 000 tkr år 2025. Dessa redovisas i anslagsredovisningen som utgifter på anslaget 18 02:004 ap.1, Stöd till organisationer på konsumentområdet. Resterande 559 tkr avser bidrag som redovisas som utgifter på anslaget 18 02:004 ap.2, Deltagande i standardiseringsarbete. Under 2025 har anslagstilldelningen för anslaget 18 02:004 ap. 1 och 2 minskats ytterligare efter politiska beslut. För verksamhetsåret 2026 sker ingen anslagstilldelning.

Balansräkning

Not 11 Immateriella anläggningstillgångar	2025-12-31	2024-12-31
Rättigheter och andra immateriella anläggningstillgångar		
Ingående anskaffningsvärde	16 906	14 627
Årets anskaffningar	749	-
Pågående, årets anskaffning	970	3 001
Avyttrat/utrangerat, anskaffningsvärde	-6 763	-722
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	11 862	16 906
Ingående ackumulerade avskrivningar	-13 731	-14 142
Årets avskrivningar	-1 320	-311
Avyttrat/utrangerat, ackumulerade avskrivningar	6 763	722
Utgående ackumulerade avskrivningar	-8 288	-13 731
Bokfört värde	3 574	3 175

Under 2025 slutfördes utvecklingen av den nya myndighetswebben som ersatte de tidigare webbsidorna för Konsumentverket och Konsumentupplysningen. Årets pågående anskaffningar avser utveckling av ny plattform för webbsidan Portalen.se. Under året har avyttring gjorts av de tidigare använda webbsidorna för Hallå Konsument och informationstjänst för remitteringar. Tillgångarna hade inget restvärde.

Not 12 Materiella anläggningstillgångar	2025-12-31	2024-12-31
Förbättringsutgifter på annans fastighet		
Ingående anskaffningsvärde	3 939	3 939
Omfört från pågående nyanläggningar	600	-
Årets anskaffningar	976	-
Avyttrat/utrangerat, anskaffningsvärde	-3 423	-
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	2 092	3 939
Ingående ackumulerade avskrivningar	-3 930	-3 916
Årets avskrivningar	-242	-14
Avyttrat/utrangerat, ackumulerade avskrivningar	3 415	-
Utgående ackumulerade avskrivningar	-757	-3 930
Bokfört värde	1 335	9
Under 2024 redovisades pågående förbättringsutgifter på annans fastighet felaktigt under rubriken pågående nyanläggningar. Värden har justerats 2025 med anledning av denna omklassificering och framgår av rubriken Omfört från pågående nyanläggningar. Årets anskaffningar avser anpassningar i befintliga lokaler. Under året har utrangering gjorts av tidigare anpassningar i lokaler som inte längre nyttjas. Tillgångarna hade ett restvärde på 8 tkr.		
Maskiner, inventarier, installationer m.m		
Ingående anskaffningsvärde	9 042	9 042
Årets anskaffningar	2 912	-
Överföring från pågående nyanläggningar	766	-
Avyttrat/utrangerat, anskaffningsvärde	-2 419	-
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	10 301	9 042
Ingående ackumulerade avskrivningar	-7 971	-6 790
Årets avskrivningar	-1 627	-1 181
Avyttrat/utrangerat, ackumulerade avskrivningar	2 403	-
Utgående ackumulerade avskrivningar	-7 195	-7 971
Bokfört värde	3 107	1 071
Årets anskaffningar avser i huvudsak inköp av möbler och inventarier i samband med anpassning av befintliga lokaler. Konst har övertagits från Statens konstråd under 2025 till ett värde på 262 tkr och ingår också i posten årets anskaffningar. Under året har utrangering gjorts av kontorsmöbler som inte längre används. Tillgångarna hade ett restvärde på 16 tkr.		
Pågående nyanläggningar		
Ingående anskaffningsvärde	1 366	135
Omfört till förbättringsutgifter på annans fastighet	-600	-
Årets anskaffningar	-	1 231
Årets överföringar	-766	-
Utgående anskaffningsvärde	-	1 366
Summa bokfört värde	4 442	2 446

Under 2024 redovisades pågående förbättringsutgifter på annans fastighet felaktigt under rubriken pågående nyanläggningar. Värden har justerats 2025 med anledning av denna omklassificering och framgår av rubriken Omfört till förbättringsutgifter på annans fastighet. Årets överföringar avser tidigare anskaffad teknisk utrustning som har färdigställts under 2025 och redovisas under rubriken Maskiner, inventarier, installationer m.m.

Not 13 Kortfristiga fordringar	2025-12-31	2024-12-31
Kundfordringar	475	480
Fordringar hos andra myndigheter	1 928	2 558
Övriga kortfristiga fordringar	2 916	51
Summa	5 319	3 089

Fordringar hos andra myndigheter består i huvudsak av momsfordran på Skatteverket med 1 926 tkr. Under 2024 uppgick motsvarande fordran till 2 551 tkr. Övriga kortfristiga fordringar har ökat drygt 2,8 mnkr jämfört med 2024. Förändringen utgörs i huvudsak av en uppbördsfordran på 5 mnkr som redovisats 2025. Fordran avser ett enskilt ärende avseende sanktionsavgift enligt konsumentkreditlagen där en avbetalningsplan har upprättats. Under 2025 har drygt 2 mnkr av uppbördsfordran reglerats.

Not 14 Periodavgränsningsposter	2025-12-31	2024-12-31
Förutbetalda kostnader:		
Förutbetalda hyreskostnader	1 914	2 321
Övriga förutbetalda kostnader	3 917	3 468
Summa förutbetalda kostnader	5 831	5 789
Upplupna bidragsintäkter:		
Bidrag som erhållits från myndigheter	6	6
Bidrag som erhållits från EU	1 239	1 198
Summa upplupna bidragsintäkter	1 245	1 204
Övriga upplupna intäkter:		
Övriga upplupna intäkter utomstatliga	-2 916	-
Övriga upplupna intäkter inomstatliga	-	17
Summa övriga upplupna intäkter	-2 916	17
Summa periodavgränsningsposter	4 160	7 010

Övriga förutbetalda kostnader består till största delen av kostnader för support- och underhållsavtal samt licensavgifter som avser 2026. Upplupna bidragsintäkter som erhållits från myndigheter avser lönebidrag. De utomstatliga upplupna bidragsintäkterna avser EU:s finansiering av verksamhet som bedrivs inom Konsument Europa. Övriga upplupna intäkter avser intäkter för den uppbördsfordran som redovisas under rubriken Övriga kortfristiga fordringar.

Not 15 Avräkning med statsverket	2025-12-31	2024-12-31
Uppbörd		
Ingående balans	-	-
Redovisat mot inkomstittel	-2 684	-1 125
Uppbördsmedel som betalats till icke räntebärande flöde	2 684	1 125
Fordringar/Skulder avseende Uppbörd	0	0
Anslag i icke räntebärande flöde		
Ingående balans	-	-
Redovisat mot anslag	1 559	7 059
Medel hänförliga till transfereringar m.m. som betalats till icke räntebärande flöde	-1 559	-7 059
Fordringar/skulder avseende anslag i icke räntebärande flöde	0	0
Anslag i räntebärande flöde		
Ingående balans	-2 600	-7 352
Redovisat mot anslag	179 665	180 531
Anslagsmedel som tillförts räntekonto	-183 226	-178 072
Återbetalning av anslagsmedel	1 331	2 293
Fordringar/Skulder avseende anslag i räntebärande flöde	-4 830	-2 600
Fordran avseende semesterlöneskuld som inte har redovisats mot anslag		
Ingående balans	265	277
Redovisat mot anslag under året enligt undantagsregeln	-18	-12
Fordran avseende semesterlöneskuld som inte har redovisats mot anslag	247	265
Övriga fordringar/skulder på statens centralkonto		
Ingående balans	-	-
Inbetalningar i icke räntebärande flöde	2 686	1 125
Utbetalningar i icke räntebärande flöde	-1 561	-7 059
Betalningar hänförliga till anslag och inkomstitlar	-1 125	5 934
Övriga fordringar/skulder på statens centralkonto	0	0
Summa avräkning med statsverket	-4 584	-2 336

Not 16 Kassa och bank	2025-12-31	2024-12-31
Behållning räntekonto i Riksgäldskontoret	18 914	18 761
Beviljad räntekontokredit i Riksgäldskontoret	5 000	5 000

Beviljad räntekontokredit 2025 framgår av regleringsbrev 2024-12-19 (Fi2024/02478 delvis).
Krediten har inte utnyttjats under året.

Not 17 Myndighetskaptal	2025-12-31	2024-12-31
Statskapital	262	0
Summa myndighetskaptal	262	0

Under 2025 har Statens konstråd placerat ut konstverk i Konsumentverkets lokaler till ett värde av 262 tkr.
Motsvarande post har tagits upp som tillgång under Materiella anläggningstillgångar.
Konsumentverket har inget avkastningskrav på statskapitalet.

Förändring av myndighetskaptalet	Statskapital	Summa
Utgående balans 2024	0	0
Ingående balans 2025	0	0
Avser konst från Statens konstråd	262	262
Summa årets förändring	262	262
Utgående balans 2025	262	262

Not 18 Avsättningar	2025-12-31	2024-12-31
Avsättning för pensioner och liknande förpliktelser		
Ingående avsättning för pensioner	787	983
Årets pensionskostnad	1 460	264
Årets pensionsutbetalningar	-542	-460
Utgående avsättning för pensioner	1 705	787

Under 2025 har ytterligare fem beslut om delpension beviljats, vilket förklarar ökningen mellan åren.

Övriga avsättningar		
Ingående avsättningar för lokalt omställningsarbete	833	722
Årets förändring	-71	111
Utgående avsättningar för lokalt omställningsarbete	763	833

Under rubriken Årets förändring redovisas nya bokförda avsättningar för 2025 med ca 278 tkr. Under året har ca 146 tkr av avsättningar använts till beslutade delpensioner och 203 tkr enligt beslut till bl a kompetensutveckling inom AI. För 2026 bedöms att ca 291 tkr kommer att regleras av avsättningen avseende beslutad delpension.

Not 19 Skulder m.m.	2025-12-31	2024-21-31
Lån i Riksgäldskontoret:		
Avser lån för investeringar i anläggningstillgångar		
Beviljad låneram enligt regleringsbrev	14 000	14 000
Ingående balans	5 622	2 761
Under året nyupptagna lån	5 346	4 367
Årets amorteringar	-3 213	-1 506
Utgående balans	7 755	5 622
Kortfristiga skulder till andra myndigheter	4 218	4 664
Leverantörsskulder	5 507	8 640
Övriga kortfristiga skulder	2 280	2 303
Summa skulder	12 005	15 607
Summa skulder m.m.	19 760	21 229

I årets nyupptagna lån inkluderas en uppskattning för årets anskaffningar vilket bidrar till att det blir en mindre differens vid jämförelse med anläggningstillgångarnas bokförda värde. Kortfristiga skulder till andra myndigheter utgörs huvudsakligen av arbetsgivaravgifter på 2 647 tkr till Skatteverket samt skuld till SPV för premieavgifter på 1 064 tkr. Leverantörsskulderna 2025 har minskat bland annat till följd av att den nya myndighetswebben som utvecklades 2024 färdigställdes under året. It-relaterade fakturor har fakturerats tidigare 2025 jämfört med 2024. Övriga kortfristiga skulder avser personalens källskatt.

Not 20 Periodavgränsningsposter	2025-12-31	2024-21-31
Upplupna kostnader		
Upplupna semesterlöner inklusive sociala avgifter	8 396	8 237
Övriga upplupna kostnader	662	999
Summa upplupna kostnader	9 058	9 236
Oförbrukade bidrag, inomstatligt:		
Kammarkollegiet, Ekonomiskt våld i nära relationer	277	60
Summa periodavgränsningsposter	9 335	9 296

Övriga upplupna kostnader avser kostnader som härrör sig till 2025. Under rubriken Oförbrukade bidrag från annan statlig myndighet redovisas erhållna bidrag för särskilt uppdrag under 2025. Det oförbrukade bidraget kommer inte att nyttjas kommande år utan betalas tillbaka i sin helhet senast 31 mars 2026 (inom 3 mån).

Anslagsredovisning

Not 21 Konsumentverket

Enligt regleringsbrev får Konsumentverket använda hela det omdisponerade anslagsbeloppet från anslag 18 02:001 ap.3, Webbaserad informationstjänst för remitteringar, till verksamhet under anslag 18 02:001 ap.1, Konsumentverket.

Not 22 Rättegångskostnader

Avvikelsen för anslaget 18 02:001 ap.2 mellan anslagsutfall och tilldelade medel är 1 699 tkr, vilket motsvarar en avvikelse på ca 57%. 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 2025 har KO inte förlorat mål i en omfattning som ianspråktagit anslaget i dess helhet. Enligt regleringsbrev får Konsumentverket inte disponera det ingående överföringsbeloppet på anslag 18 02:001 ap.2 utan beloppet redovisas i sin helhet som indragning (1 331 tkr).

Not 23 Webbaserad informationstjänst för remitteringar

Anslag 18 02:001 ap.3, Webbaserad informationstjänst har avslutats 2025. Det ingående överföringsbeloppet på 1 244 tkr har omdisponerats till 18 02:001 ap.1, Konsumentverket.

Not 24 Inkomsttitelredovisning

På inkomsttitel 2714 212 redovisas intäkter för sanktionsavgifter enligt konsumentkreditlagen. På inkomsttitel 2811 175, Övriga inkomster redovisas ersättning för rättegångskostnader som Konsumentverket inte får disponera.

Ersättningar och andra förmåner

Insynsrådet		
Ledande befattningshavare och insynsrådets ordförande	Lön/arvoden och skattepliktiga ersättningar	Andra råds- och styrelseuppdrag
Cecilia Tisell, GD/KO t.o.m. 2025-08-31	1 024	
Lena Aronsson, GD/KO fr.o.m. 2025-09-01	523	
Övriga insynsledamöter		
Lars Beckman	6	
Anders Dahlberg	7	
Christine Fransholm	4	
Jacob Färnert	6	
Johanna Hållén fr.o.m. 2025-05-02	4	Tandvårds- och läkemedelsförmånsverket Internetstiftelsen
Bodil Nordin	4	
Mats Persson Bergius	4	
Martin Rolén	6	MittMetanol AB MFT Invest AB
Anna Svärd	4	
Björn Tidland	6	
Sara Tunander t.o.m. 2025-05-01	2	

Sammanställning över väsentliga uppgifter

Belopp i tusental kronor om ej annat anges

	2025	2024	2023	2022	2021
Låneram					
Beviljad låneram	14 000	14 000	11 650	14 000	14 000
Utnyttjad låneram	7 755	5 622	2 761	3 225	6 641
Kvar av låneramen	6 245	8 378	8 889	10 775	7 359
Kontokrediter hos RGK					
Räntekontokredit	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Max utnyttjad under året	-	-	-	-	-
Räntor avseende räntekonto i RGK					
Ränteintäkter	293	625	779	174	-
Räntekostnader	7	20	21	-	-
Avgiftsintäkter som disponeras					
Beräknat belopp enligt regleringsbrev	-	-	-	-	-
Utfall	3 953	3 492	2 809	2 988	3 370
Avgiftsintäkter som ej disponeras					
Beräknat belopp enligt regleringsbrev	-	-	-	-	-
Utfall	2 684	1 125	2 812	1 125	424
Anslagskredit					
Beviljad anslagskredit	5 496	5 369	5 140	5 096	5 090
Utnyttjad anslagskredit	-	-	-	-	-
Anslagssparande					
Anslagssparande samtliga poster	4 830	2 600	7 915	9 102	950
Tilldelade bemyndiganden	-	-	19 700	19 700	15 000
Totalt gjorda åtaganden	-	-	6 159	18 218	6 059
Årsarbetskrafter och anställda m m					
Antalet årsarbetskrafter (st)	165	172	157	156	175
Medelantalet anställda (st)	185	192	183	185	200
Driftkostnad per årsarbetskraft	1 131	1 097	1 117	1 065	983
Kapitalförändring					
Årets kapitalförändring	-	-	-	-278	278
Balanserad kapitalförändring	-	-	-	278	-

| Bilaga



Bilaga 1.

Verksamhetsbidrag

Verksamhetsbidrag 2025

Beslut om verksamhetsbidrag för 2025 fattades under februari 2025.

Belopp i tusental kronor

Organisation	Beviljades bidrag för att:	Beviljat för 2025 Utbetalat 2025
Sveriges Konsumenter	upptäcka brister i lagstiftningen gällande marknadsföring riktat till barn och unga, granska influencers och undersöka vilka konsumentfrågor unga behöver hjälp med. Granska digitala betaltjänster för unga.	655
Naturskyddsföreningen	minska överkonsumtion av kläder genom olika aktiviteter. Bland annat göra barn och ungdomar medvetna om företagens samarbeten med influencers.	200
Verdandi	öka medvetenheten hos barn – och ungdomar kring digital påverkan samt låta ungdomar själva ta fram förslag på åtgärder. Mål minska överkonsumtion och förebygga överskuldsättning	145
Summa verksamhetsbidrag		1 000

Verksamhetsbidrag 2023–2024

Beslut om 2023 och 2024 fattades vid två tillfällen under 2022: januari och december samt vid ett tillfälle 2023. Vissa beslut för 2024 har också fattats i december 2022.

Belopp i tusental kronor

Organisation	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 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 företagans 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	
Familjeslant	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 djurskyddsriktad konsumentrådgivning.	150	
Astma- och Allergiförbundet	sprida kunskap om bra eller dåliga produkter för personer med allergisjukdom, främst för livsmedel, hygien- och kemitekniska produkter och verka för att bra alternativ finns.	150	150

Organisation	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 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		11 559	5 959

Återbetalning

Belopp i tusental kronor

Anslagspost och organisation	Typ av bidrag	Återbetalat belopp 2023
18 02:4 ap9		
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

Inga återbetalningar inkom under 2024 eller 2025.

Bedömning och intygande



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

Karlstad den 19 februari 2026

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Lena Aronsson', is positioned above the printed name.

Lena Aronsson
Generaldirektör Konsumentverket

Konsument
verket · KO

Konsumentverket, Box 48, 651 02 Karlstad
Telefon: 0771-525 525. [konsumentverket.se](https://www.konsumentverket.se)