Konsument verket • KO



Redovisningsrapport 2026:5

Konsumentverkets förenklingsarbete

Slutredovisning

Redovisningsrapport 2026:5 Konsumentverkets förenklingsarbete
Konsumentverket 2026

Innehållsförteckning

1 Bakgrund och disposition 1
2 Genomförda insatser 2
2.1 Föreskrifter 2
2.2 Allmänna råd 2
2.3 Rättsliga ställningstaganden 3
2.4 Information på Konsumentverkets webbplats 4
2.5 Kontakter med branschorganisationer och andra näringslivsorgan 4
2.6 Branschöverenskommelser 5
3 Planerade insatser 6
3.1 Planerade insatser 2026 6
4 Hinder och möjligheter 8
4.1 Hinder 8
4.2 Möjligheter 8
5 Effekter 9
6 Förslag på fortsatta insatser inom förenklingsområdet 10

1 Bakgrund och disposition

I regleringsbrevet för 2024 gavs Konsumentverket i uppdrag att stärka och påskynda förenklingsarbetet. Det inkluderar arbetet med regelförenklingar och processer för att minska företagens regelbörda och administrativa kostnader, samt förbättra bemötande och service gentemot företagen. Förenklingsarbetet ska vara en integrerad del av myndighetens arbete och verksamhetsplanering.

Konsumentverket ska årligen fram till och med 2026 senast den 15 mars redovisa vilka förenklingsåtgärder för företag som myndigheten har genomfört och planerar att genomföra, vilka hinder och möjligheter som finns i förenklingsarbetet, samt vilka effekter de genomförda och planerade åtgärderna bedöms få. Slutredovisningen 2026 ska även innehålla myndighetens förslag på fortsatta insatser inom förenklingsarbetet.

Att förenklingsarbetet ska vara en integrerad del av myndighetens arbete betyder att förenklingsperspektivet ska vara en del i den löpande verksamheten. Myndigheten ska planera och genomföra insatser med beaktande av hur insatserna kan genomföras på ett sätt som förenklar för företagen. Huvudsakligen berör detta Konsumentverks uppdrag att bedriva tillsyn inklusive marknadskontroll, tillhandahålla information om de konsumentskyddande regler som ligger inom myndighetens ansvarsområde, genomföra branschöverenskommelser och delta i standardiseringsarbete.

Arbetet med regelförenklingar avgränsas till de regler som Konsumentverket förfogar över, det vill säga myndighetens föreskrifter. Bakomliggande regelverk omfattas inte på annat sätt än att Konsumentverket ska beakta förenklingsperspektivet vid remissvar eller i de fall när myndigheten hemställer till regeringen om lagändringar. Att ha ett förenklingsperspektiv integrerat i myndighetens arbete påverkar inte myndighetens bedömningar av vad som är gällande rätt.

Tillväxtverket har fått i uppdrag av regeringen att stödja myndigheter i förenklingsarbetet. Konsumentverket har deltagit vid flera av de webbinarier som Tillväxtverket har arrangerat. Konsumentverket deltog också på ”Förenklingsdagen 2025” som även den arrangerades av Tillväxtverket.

Den här rapporten utgör Konsumentverkets slutredovisning av uppdraget och ger tillsammans med delrapporteringarna från 2024 och 2025 en samlad bild av Konsumentverkets förenklingsarbete inom ramen för uppdraget.

Innevarande rapport behandlar de mer konkreta förenklingsåtgärder som Konsumentverket har genomfört sedan den förra delrapporteringen. I rapporten redogörs också för hinder och möjligheter, planerade insatser för 2026 och framåt, en bedömning av effekter av planerade och genomförda insatser samt förslag på fortsatta insatser inom förenklingsområdet. För en allmän beskrivning av Konsumentverkets arbete där företag är målgrupp och hur det generellt bidrar till att förenkla för företag hänvisas till delrapporteringen från 2024, se Konsumentverkets redovisningsrapport 2024:1.

2 Genomförda insatser

2.1 Föreskrifter

I 2025 års delrapportering av uppdraget identifierades ett behov av att genomföra vissa begränsade åtgärder med myndighetens föreskrifter. Arbetet har hittills bedrivits på följande sätt.

2.1.1 Översyn av föreskrift om prisinformation

Revideringen av föreskrifterna om prisinformation har inletts och avser dels ursprungsföreskrifterna i KOVFS 2012:1, dels ändringsföreskrifterna i KOVFS 2018:1 som enbart berör jämförpris för elavtal. Avsikten är att besluta om en ny sammanhållen föreskrift som ersätter de tidigare föreskrifterna. De formuleringar som direkt återger lagtext kommer att utgå. Föreskrifterna kommer i övrigt att uppdateras för att återspegla utvecklingen inom handeln där försäljningen flyttats alltmer från fysiska butiker till e-handel.

2.1.2 Föreskrifter om konsumentkrediter

Med anledning av de nya reglerna i befintlig konsumentkreditlag och som trädde i kraft den 1 mars 2025 upphävdes de tidigare föreskrifterna om näringsidkares upplysningsskyldighet vid marknadsföring av högkostnadskrediter (KOVFS 2019:1). Dessa ersattes av Konsumentverkets föreskrifter om näringsidkares upplysningsskyldighet vid marknadsföring av konsumentkrediter (KOVFS 2025:1) som trädde i kraft vid samma tidpunkt. Bestämmelserna omfattar alla näringsidkare som marknadsför krediterbjudanden inom olika marknader.

Konsumentverket har i förenklingssyfte även tagit fram så kallade tekniska resurser som är publicerade i anslutning till föreskrifterna. De ska underlätta för företagen att lämna korrekta upplysningar i sin marknadsföring.

Inför kontrollen av efterlevnaden av de nya föreskrifterna, som omfattar fler näringsidkare och marknader än de tidigare, skickade Konsumentverket ut informationsbrev som myndigheten bedömer underlättade för flera företag och medförde ett lägre antal tillsynsärenden.

2.2 Allmänna råd

I delrapporteringen av uppdraget år 2025 framhölls att Konsumentverket planerade vissa insatser med avseende på myndighetens allmänna råd. Arbetet har bedrivits enligt följande.

2.2.1 Revidering av Konsumentverkets allmänna råd om konsumentkrediter

Arbetet med översynen av de befintliga allmänna råden om konsumentkrediter, som var planerat att inledas under 2025, påbörjades först i början av år 2026. Detta beror på att Konsumentverket har sett skäl att avvakta tills dess att lagstiftningsarbetet kommit längre och vissa förutsättningar blivit närmare klarlagda. Myndigheten har emellertid inlett ett arbete med framtagande av nya allmänna råd parallellt med

Finansinspektionen gällande viss kreditgivningsverksamhet. Samarbetet syftar till att denna normgivning ska vara så likalydande som möjligt för att underlätta för företagen. De näringsrättsliga krav som kommer att gälla för företag som antingen står under Finansinspektionens eller Konsumentverkets tillsyn är kraven på kunskap och kompetens hos bolagens personal och ersättningssystem till personalen.

2.2.2 Nya allmänna råd inom spelområdet

Konsumentverkets allmänna råd om marknadsföring av spel till konsumenter (KOVFS 2025:2) trädde i kraft den 1 september 2025. Råden syftar till att förenkla tolkningen och främja en enhetlig tillämpning av bestämmelserna om marknadsföring av spel till konsumenter i spellagen. För att underlätta för företagen kompletteras råden av ett dokument med kommentarer till de allmänna råden.

2.2.3 Revidering av allmänna råd för e-cigaretter

Konsumentverkets allmänna råd om marknadsföring av elektroniska cigaretter och påfyllningsbehållare (KOVFS 2025:4) trädde i kraft den 1 september 2025.
Råden syftar till att främja en enhetlig tillämpning av lagen (2018:2088) om tobak och liknande produkter och ska bidra till utveckling av praxis. För att underlätta för företagen kompletteras råden av ett dokument med kommentarer till de allmänna råden.

2.3 Rättsliga ställningstaganden

2.3.1 Information om prissänkningar

Konsumentverkets har under år 2025 uppdaterat sitt rättsliga ställningstagande som gäller information om prissänkningar. Justeringarna har i huvudsak föranletts av EU-domstolens dom i mål C-330/23 (Aldi), som bekräftat rättsläget i vissa av de frågor som ställningstagandet omfattar. Genom att rättsläget bekräftats genom dom kan detta nu i stället beskrivas som gällande rätt inom ramen för ställningstagandet om prisinformation.

2.3.2 Vissa tjänster i kommunal verksamhet

Konsumentverket har under år 2025 även beslutat om ett rättsligt ställningstagande angående produktsäkerhetslagens tillämpning på vissa tjänster i kommunal verksamhet. Ställningstagandet syftar bland annat till att klargöra myndighetens bedömning i fråga om förutsättningarna för att en kommun ska vara att anse som näringsidkare enligt produktsäkerhetsregelverket när badhustjänster med mera tillhandahålls i den kommunala verksamheten.

2.4 Information på Konsumentverkets webbplats

Konsumentverkets nya företagssidor på konsumentverket.se lanserades i mars 2025. Branschorganisationer har under hand ställt frågor om sidorna i samband med bland annat informationsmöten. Ett par synpunkter som framförts är att de vägledningar som tidigare publicerats på sidorna och som nu finns som information direkt på webbplatsen bör återinföras samt att det hade varit värdefullt om företagen kunde aviseras när uppdateringar sker på sidorna med information om vilka ändringar som skett.

Konsumentverkets val att ersätta vägledningsdokumenten med webbaserade informationstexter är medvetet. Genom att publicera kortare informationstexter går det fortare att uppdatera informationen, och ny relevant information når ut till företagen i ett tidigare skede än om alla frågeställningar hanteras inom ramen för ett samordnat dokument. Myndigheten har inte iakttagit några försämringar av regelefterlevnaden till följd av förändringen.

Frågan om aviseringar vid förändringar har utretts men kan av tekniska skäl inte tillhandahållas i nuläget.

Med anledning av önskemål från branschorganisationer och företag, men också av effektivitetsskäl, har Konsumentverket sammanställt tre uppsättningar med frågor och svar (s.k. FAQ) som publicerats på företagssidorna. Den ena rör frågor som inkommit med anledning de nya förskrifterna om näringsidkares upplysningsskyldighet vid marknadsföring av konsumentkrediter (KOVFS 2025:1). Den andra rör frågor om prismarknadsföring och bestämmelsen om trettiodagarspriset vid marknadsföring av prissänkningar. Den tredje rör information om nya regler utifrån förordning (EU) 2023/988 om allmän produktsäkerhet.

2.5 Kontakter med branschorganisationer och andra näringslivsorgan

Konsumentverket har under 2025 haft fortsatta kontakter med branschorganisationer och näringslivsorganisationer i syfte att få inspel till förenklingsåtgärder inom ramen för Konsumentverkets uppdrag. Vissa organisationer har då fört fram att Konsumentverket bör kunna förenkla för företagen genom att förändra sin tolkning av gällande regler. Konsumentverket konstaterar härvid att tolkningarna måste förhålla sig till gällande rätt och göras enligt gängse metoder

Konsumentverket har också regelbundna informationsmöten med relevanta branschföreningar. Sådana möten har genomförts under år 2025 och kommer även att genomföras fortsättningsvis.

I december 2025 genomfördes ett möte med Svensk Handel för att lämna synpunkter på det utkast till guide som organisationen tagit fram för att underlätta för medlemsföretagens prismarknadsföring. Olika tolkningsfrågor diskuterades och Konsumentverket tydliggjorde sin inställning i flertalet frågor som branschorganisationen efterfrågade.

Nedan följer ytterligare exempel på kontakter med branschorganisationer i syfte att öka regelefterlevnaden och förenkla för organisationernas medlemsföretag

2.5.1 Influencer marketing

Under år 2025 har Konsumentverket dels på eget initiativ drivit en större insats, dels fått ett uppdrag av regeringen som gäller marknadsföringsåtgärder i sociala medier som utförs av så kallade influencers. Myndigheten har med anledning av detta fört dialoger med branschorganisationerna Sveriges Kommunikationsbyråer, Sveriges Annonsörer och IAB Sverige samt med Reklamombudsmannen gällande marknadsföring i sociala medier. Konsumentverket har bland annat informerat om myndighetens tillsynsarbete och fört diskussioner om utmaningar på området. Inom ramen för regeringsuppdraget har Konsumentverket också tagit fram en kort film om influencer marketing som i första hand riktar sig till Ung Företagsamhet. Synpunkter har lämnats på IAB Sveriges nyligen framtagna rekommendation om reklammarkering i sociala medier samt på branschens digitala utbildning för influencers.

2.5.2 Dropshipping

Dropshipping, som innebär att en återförsäljare säljer varor på nätet utan att själv ansvara för lager eller logistik, har visat sig föranleda en hel del konsumentproblem. I arbetet med konsumentproblem inom dropshipping har Konsumentverket uppmärksammat att det inte är ovanligt att unga personer driver dropshippingföretag. Myndigheten har därför tagit fram en enkel animerad film där de viktigaste punkterna lyfts fram i fråga om de marknadsföringsregler som gäller. Avsikten med filmen är att förenkla och ge bättre förutsättningar för nyföretagare med dropshipping som affärsmodell att följa de regler som gäller. Även den här filmen används av Ung Företagsamhet och också i skolan.

2.5.3 Badanläggningar

Konsumentverket har dialog med Svenska Livräddningssällskapet (SLS) i samband med en revidering av Konsumentverkets information till verksamheter om badanläggningar som planeras att slutföras 2026. Arbetet har inletts under 2025 och dialogen syftar till att uppdatera och förenkla innehållet så att det blir tydligt och praktiskt användbart för verksamheterna.

2.5.4 Liftanläggningar

Konsumentverket har etablerat kontakter med Svenska Liftanläggningars Organisation (SLAO) för att säkerställa att information från Konsumentverket omfattar branschens behov och praxis på området. Ambitionen är att informationen ska förenkla för företagen att följa de regler som gäller inom produktsäkerhetsområdet.

2.6 Branschöverenskommelser

Under året har Konsumentverket om- respektive nyförhandlat branschöverenskommelser med branschorganisationerna Motorbranschens riksförbund respektive Energiföretagen Sverige. Överenskommelserna avser bland annat varudeklarationer för begagnad personbil respektive begagnad elbil, allmänna avtalsvillkor försäljning av el och anslutning till elnät. Konsumentverkets bedömning är att arbetet med branschöverenskommelser på ett värdefullt sätt bidrar till att underlätta för företagen att följa god sed på respektive marknad.

3 Planerade insatser

Mot bakgrund av att Konsumentverket har relativt få föreskrifter och att föreskrifterna alltid förhåller sig till bakomliggande lagstiftning är Konsumentverkets möjligheter att förenkla för företag genom regelförenkling begränsade. Vid revideringar och framtagande av nya föreskrifter är det dock viktigt att Konsumentverket fortsatt beaktar förenklingsperspektivet.

När det gäller andra förenklingsinsatser bedömer Konsumentverket att förutsättningarna är goda för fortsatt konstruktiv dialog med branschorganisationer om förenklingsinsatser för att underlätta regelefterlevnad, dock med de begränsningar som anförs i avsnittet nedan om hinder.

Konsumentverkets ambition är att ett förenklingsarbete som är integrerat i myndighetens ordinarie arbete och verksamhetsplanering ska förenkla för företag och bidra till ökad regelefterlevnad inom Konsumentverkets ansvarsområde. Konsumentverkets bedömning är att förenklingsperspektivet i huvudsak är integrerat i myndighetens arbete gentemot företag.

3.1 Planerade insatser 2026

Under 2026 planerar Konsumentverket flera insatser för att förenkla och tydliggöra regelverket inom myndighetens ansvarsområde. Insatserna syftar till att minska regelbördan, öka rättssäkerheten och underlätta för företag att följa gällande krav. De planerade åtgärderna är bland annat:

- I syfte att tydliggöra Konsumentverkets inställning i olika rättsfrågor och främja en enhetlig tillämpning i tillsynen samt underlätta för företagen kommer Konsumentverket att fortsätta att ta fram rättsliga ställningstaganden där så är motiverat.

- Konsumentverket avser att fortsätta uppdatera rutiner och andra stöddokument för att ytterligare integrera förenklingsperspektivet. Det gäller till exempel rutiner för information till företag, föreskrifter och allmänna råd.

- Under 2026 avser Konsumentverket att påbörja arbetet med nya allmänna råd om tobaksfria nikotinprodukter. Arbetet med allmänna råd, liksom föreskrifter, syftar till att förenkla för näringslivet och företagens konstruktiva synpunkter i samband med remissförfaranden är angelägna.

- Konsumentverket avser att upphäva myndighetens föreskrift om provningsrapporter för farliga tändare. Föreskriften har spelat ut sin roll i och med ändrade EU-regler. Arbetet påbörjades i december 2025 och upphävandet planeras under 2026.

- En översyn av Konsumentverkets allmänna råd om glaciärsäkerhet kommer att genomföras under år 2026. Syftet är att säkerställa att råden är aktuella och relevanta, med särskilt fokus på rådet som rör bergsguider. Genom denna

översyn ska innehållet anpassas till dagens förutsättningar och behov, vilket bidrar till ett tydligare och mer ändamålsenligt regelverk.

- I samverkan med Svenska Livräddningssällskapet (SLS) ska vägledningen om badanläggningar att ses över. Syftet är att information till företag uppdateras för att vara relevant och lättillgänglig.

- Konsumentverket planerar en översyn av informationen till företag om leksakers säkerhet på Konsumentverkets webbplats samt en uppdatering av e-kursen om leksakers säkerhet. Syftet är att förbättra informationen och utbildningsmaterialet för företag, så att kraven blir lättare att förstå och tillämpa.

- Myndigheten fortsätter att driva rättsprocesser, bland annat i syfte att genom överrättsdomar få prejudikat som tydliggör rättsläget och därmed underlättar för företag att agera korrekt.

- Förenklingsarbetet kopplat till företagssidorna på Konsumentverkets webbplats fortsätter under år 2026. Konsumentverket kommer att göra en mer systematisk utvärdering av sidorna med hjälp av olika branschorganisationer. Struktur och innehåll kan komma att ses över, beroende på utfallet.

4 Hinder och möjligheter

4.1 Hinder

Konsumentverket har identifierat begränsade resurser som ett betydande hinder för förenklingsarbetet. Det gäller även fortsättningsvis. Hårda prioriteringar i verksamheten gör att företagens önskemål om information inte kan mötas i den omfattning som efterfrågas. Av det följer att företag eller branschföreningar inte alltid tycker att myndigheten informerar om rätt saker eller i den omfattning som önskas.

Det är viktigt att Konsumentverket använder resurserna effektivt. I det ingår att bedöma olika insatsers effektivitet och att välja den metod, eller den kombination av metoder som ger störst effekt utifrån den insats som planeras. Konsumentverkets erfarenhet är att proaktiva insatser genom exempelvis webbinarier, information på webbplats och branschmöten har viss effekt på regelefterlevnaden och att insatserna tas emot väl av de som deltar. Insatsernas effekter behöver dock öka för att Konsumentverket i ökad utsträckning ska välja att prioritera informationsinsatser framför tillsyn.

4.2 Möjligheter

För framgång i förenklingsarbetet är det viktigt att få näringslivets syn på vilka förenklingsåtgärder som kan väntas ge betydande effekt för företagen, samtidigt som ett starkt konsumentskydd upprätthålls. Konsumentverket har omfattande kontakter med branschföreningar och näringslivsorganisationer och har goda förhoppningar om att få inspel med relevanta förenklingsförslag.

5 Effekter

- **Föreskrifter**
  De planerade insatserna avseende revidering av föreskriften om prisinformation bedöms få begränsad effekt vad gäller förenkling för företag. Däremot är Konsumentverkets bedömning att effekten av nya föreskrifter på konsumentkreditområdet är god. Föreskrifterna har kombinerats med insatser i form av branschmöten, FAQ på myndighetens webbplats och informationsbrev till företag. Sammantaget har insatserna förenklat för företag att följa de nya reglerna på området.

- **Allmänna råd**
  Utfärdandet av allmänna råd inom bland annat spelområdet och elektroniska cigaretter syftar till att förenkla tolkningen av regelverket och på det viset förenkla för företag att göra rätt. Då råden trädde i kraft under hösten 2025 är det idag för tidigt att bedöma effekter.

- **Rättsliga ställningstaganden**
  Det reviderade rättsliga ställningstagandet om information vid prissänkningar bedöms ha haft god effekt. Revideringen tydliggjorde ytterligare reglernas tillämplighet på reklamblad och fick till effekt att aktörerna på marknaden tydligare tog till sig myndighetens bedömning

- **Information på Konsumentverkets webbplats**
  Konsumentverkets bedömning är att den nya strukturen och den uppdaterade informationen till företag på Konsumentverkets webbplats underlättar för företag att hitta och ta till sig av information som är relevant för dem.

  De uppsättningar av frågor och svar som tagits fram på önskemål från branschorganisationer och företag bedöms ha haft god effekt. Övergången från att publicera särskilda vägledningar till att integrera informationen från vägledningarna i informationstexter på webbplatsen underlättar för företagen genom att informationen finns samlad och att den snabbt kan uppdateras vid behov. Från branschorganisationer har det utryckts ett behov av att kunna se hur informationen presenterats före uppdateringar. Det behovet har än så länge inte kunnat tillgodoses.

- **Branschöverenskommelser**
  Arbetet med framtagandet av nya eller reviderade branschöverenskommelser fortsätter då vi bedömer att detta innebär en förenkling för företagen samtidigt som konsumenternas ställning stärks. Branschorganisationer, som representerar en stor del av den aktuella marknaden, åtar sig att informera sina medlemsföretag om överenskommelsen och arbeta för att medlemmarna följer den. Konsumentverkets bedömning är att branschöverenskommelser har god effekt och underlättar för företagen att på ett kostnadseffektivt sätt följa god affärssed inom ramen för branschöverenskommelsernas omfattning.

6 Förslag på fortsatta insatser inom förenklingsområdet

Konsumentverket förfogar inte över fler regler än de som varit föremål för myndighetens insatser under uppdragets gång. Myndigheten bedömer därför att det inte är möjligt att förenkla fler regler genom fler insatser från myndighetens sida än de som beskrivits i rapporten. I den mån ytterligare regelförenklingar blir aktuella behöver de genomföras genom att ändra den lagstiftning eller de EU-rättsakter som ligger till grund för myndighetens tillsynsarbete.

Det regelverk som gäller i dag är på flera området omfattande och krävande för företag att hantera. Konsumentverket bedömer dock att regelverken i huvudsak är väl avvägt. När nya regelverk, särskilt horisontella sådana, införs i EU-rätten finns det emellertid en risk för att reglerna blir fragmenterade. Det finns en risk att följden blir att det blir svårare för företagen att överblicka vilka regelverk de har att förhålla sig till och att följa dessa. Konsumentverket förordar att detta perspektiv beaktas i samband med det regelförenklingsarbete som för närvarande pågår inom EU-samarbetet.

Konsumentverket vill även betona vikten av att inte införa för många nya krav på information som ska lämnas till konsumenterna. Som framhållits i andra sammanhang finns det risk att informationskraven blir så många att konsumenterna har svårt att ta till sig informationen. Om informationen inte uppfattas av konsumenterna finns det inte skäl att föreskriva att företagen ska lämna uppgifterna. Konsumentverket vill särskilt framhålla att informationskrav bör vara väl övervägda och avvägda för bästa konsumentnytta.

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