

Forbrukerrådets strategi 2015–2020:

SMART FORBRUKERMAKT



Innhold

- 3 Forord**
- 4 Smart forbrukermakt**
- 5 Forbrukerrådets prioriteringer
- 7 Prioriterte markeder
- 9 Gjennomgående aspekter ved forbruket
- 10 Verditrappen**
- 10 Styringspyramiden**
- 10 Visjon
- 11 Samfunnsoppdrag
- 11 Verdier
- 12 Strategiske hovedmål**

Forord

Forbrukerrådet er en uavhengig interesseorganisasjon med eget styre og egne vedtekter. Formelt er Forbrukerrådet et «forvaltningsorgan med særskilte fullmakter» og får sine inntekter over statsbudsjettet. Selv om Forbrukerrådet administrativt er knyttet til Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet, er organisasjonen helt fristilt politisk fra departementet. Forbrukerrådet skal bidra til å sette forbrukerspørsmål på dagsordenen i samfunnsdebatten.

Forbrukerrådets virksomhet bygger på FNs internasjonale forbrukerrettigheter, slik også alle forbrukerorganisasjoners virksomhet verden over gjør (se den bakerste siden).

På denne plattformen har Forbrukerrådet formulert vårt formål til å være å arbeide for økt forbrukerinnflytelse i samfunnet, bidra til en forbrukervennlig utvikling og fremme tiltak som kan bedre forbrukernes stilling.

Dette gjøres primært gjennom:

- *påvirkning* overfor beslutningstakere, myndigheter og organisasjoner
- *dyktiggjøring* på forbrukerrettigheter av forbrukerne og næringsdrivende gjennom informasjon, råd og veiledning
- *tvisteløsning* for forbrukerne

Som et ledd i arbeidet med å realisere formålsparagrafens intensjoner, har Forbrukerrådet utarbeidet *Forbrukerrådets strategiplan 2015–2020: Smart forbrukermakt*. Strategiprosessen i forkant av planen har pågått i nærmere ett år. Alle ledere, tillitsvalgte og styret har vært involvert kontinuerlig i planarbeidet. Det er utarbeidet ulike scenarier om samfunnsutviklingen generelt og forbrukersamfunnet spesielt, og ikke minst Forbrukerrådets rolle og posisjon.

Planen inneholder en beskrivelse av Forbrukerrådets samfunnsoppdrag, visjon, verdigrunnlag og fire hovedmål.

Smart forbrukermakt er en ambisiøs plan som ved realisering vil gi et nytt, kvalitativt løft for forbrukerne i Norge. Forbrukernes utfordringer endres i takt med den generelle samfunnsutviklingen. Det er lite som tyder på at forbrukerutfordringene blir mindre de neste fem årene. Derfor er det viktig at hele Forbrukerrådet arbeider fokusert, målrettet og ressurseffektivt for å realisere de krav og forventninger som utviklingen krever.

Planen er vedtatt i styret 2. desember 2014.

Styret i Forbrukerrådet

Smart forbrukermakt

Blant de viktigste megatrendene i samfunnet i perioden er fortsatt globalisering, rask teknologisk utvikling, forbruksvekst, urbanisering, migrasjon og folkevekst, samt voksende informasjonstilgang. Dette påvirker markedsstrukturene og aktørenes forhold til hverandre, og derfor også forbrukernes posisjon.

Forbrukernes utfordringer endres i takt med at samfunnet endres. Den stadig sterkere globaliseringen visker ut de nasjonale grensene, og nye markeder oppstår samtidig som andre markeder forsvinner i høyt tempo. Vekst i den globale kjøpekraften bidrar til økt etterspørsel og økt konkurranse på tvers av de nasjonale grensene. Den digitale teknologiutviklingen muliggjør helt nye markeder, og dermed nye varer og tjenester som bryter med tidligere handlemønstre og betalingsformer. Digitaliseringen forenkler hverdagen, samtidig som den gir nye utfordringer.

Forbrukerhverdagen er i kontinuerlig endring. Urbanisering skaper press på tilgang og leveranser av en rekke varer og tjenester. Økt miljø- og helsebevissthet setter nye krav og forventninger til alle typer forbruk. Nye kommunikasjonskanaler skaper endrede rammebetingelser for folks levemåte, så vel som nye muligheter for samfunnsmessig deltakelse og innflytelse. Nasjonale markeder kjennetegnes stadig mer av dominerende aktører som kontrollerer hele verdikjeden innenfor sine markedsområder. Også offentlige tjenester blir mer markedsstyrt, og sosial identifikasjon blir stadig sterkere individorientert.

Smart forbrukermakt beskriver hvordan Forbrukerrådet kan bruke vår posisjon og våre ressurser på en best mulig måte for å styrke forbrukernes stilling. Forbrukerrådet vil jobbe for å sikre forbrukere i sårbare situasjoner.

I en globalisert verden hvor internasjonale aktører er sentrale premissgivere, er det viktig at Forbrukerrådet deltar i de internasjonale fora som er egnet til å fremme forbrukerinteressene. EØS-avtalen flytter svært mye av utviklingen av nye regler som påvirker forbrukere i Norge, til Brussel.

Vi vil fortsette å delta aktivt i arbeidet til BEUC (Bureau Européen des Unions de Consommateurs), som er paraplyorganisasjonen for europeiske forbrukerorganisasjoner, og i ANEC (European Association for the Co-ordination of Consumer Representation in Standardisation AISBL), som er den internasjonale standardiseringsorganisasjonen. Standardisering er et viktig virkemiddel for å forenkle og effektivisere.

Mesteparten av det forbrukerpolitiske interessearbeidet vil fortsatt være rettet mot sentrale norske beslutningstakere og opinionsdannere. Gjennom en bred metodisk tilnærming og med ønske om effektiv ressursbruk og målrettet arbeid har vi valgt ut noen prioriterte satsingsområder for den kommende femårsperioden.

Teknologiutviklingen, med blant annet Internettets muligheter, bidrar til at svært mye av kommersiell virksomhet, offentlig samhandling med borgerne og sosial kommunikasjon mellom individer er digitalisert. Dette gir store muligheter for å ivareta forbrukernes interesser på en god måte. Relevant og tilgjengelig informasjon i kjøpsøyeblikket, blant annet ved hjelp av digitale verktøy, vil styrke forbrukerens evne til bevisste valg og bruk av forbrukermakt.

Mange tradisjonelle markeder er i endring som følge av nye kommunikasjonsformer og nye forbruksformer. Bytteøkonomien brer seg i tradisjonelle bransjer som hotell og taxibransjen, viljen til å leie i stedet for å eie, og økt handel mellom forbrukere. Gratisøkonomien på nettet har allerede i mange år begeistret forbrukere.

Det blir stadig tydeligere at betalingen skjer i annen valuta enn penger. Kontaktdata er den nye valutaen, og forbrukerne selger seg for billig fordi de har for liten kunnskap om eget personvern. Dette skaper nye utfordringer for både forbruker og bransjene.

Forbrukerrådets markedsportaler gjør markedet mer transparent gjennom å sammenlikne tilbud fra ulike leverandører på en enkel og oversiktlig måte i sanntid. Vi vil i den kommende strategiperioden øke antall markedsportaler og bidra til økt tilgjengelighet gjennom formidling på eksisterende og nye teknologiske plattformer.

Et vesentlig kjennetegn ved det moderne samfunn er selve rettsliggjøringen. Dette er en utvikling der stadig større områder og flere detaljer i samfunnet blir regulert av lover, og hvor domstoler og andre rettslige organer tar større plass på bekostning av politikk og forvaltning. Det fører også til at vi, som andre interesseorganisasjoner, i økende grad formulerer våre krav som rettskrav. Utviklingen går i en retning der politikerne tildeler borgerne rettigheter ved lovvedtak, mens borgerne selv må håndheve sine rettigheter overfor de aktuelle tjenesteleverandørene. Dette øker behovet for tilgang til juridisk bistand og for effektive utenomrettslige tvisteløsninger. I tråd med EUs direktiv vil Norge tilby mekling på flere områder i den kommende strategiperioden. En viktig satsing er å kunne tilby mer effektive tjenester av god kvalitet overfor forbrukere.

Gjennom *Smart forbrukermakt* vil Forbrukerrådet bidra til å sette forbrukerspørsmål på dagsordenen i samfunnsdebatten og bedre forbrukerens posisjon i markedet.

Forbrukerrådets prioriteringer

Forbrukerrådets tjenester

Forbrukerrådets virksomhet kan grovt sett deles i tre – tvisteløsning, dyktiggjøring og påvirkning.

Tvisteløsning

Forbrukerrådet har utstrakt kontakt med enkeltforbrukere via ulike kanaler på nettsiden forbrukerradet.no, forbrukertelefonen 23 400 500, e-posthenvendelser og besøk på våre regionkontor. Her hjelper Forbrukerrådet forbrukeren med å finne en god løsning på sin utfordring. Hovedmålet er at forbrukeren skal kunne hjelpe seg selv.

Det er et mål at enda flere skal kunne finne den informasjonen de trenger på Forbrukerrådets nettside, slik at nye løsninger og verktøy for forbrukeren må utvikles.

Forbrukerrådet skal være en aktiv pådriver for gode tvisteløsninger på forbrukerområdet. Fra sommeren 2015 vil forbrukerne få tilbud om et utenomrettslig tvisteløsningstilbud på alle områder hvor det ikke eksisterer en klagenemnd. Forbrukerrådet er klar for nye oppgaver og vil utvide vårt meklingstilbud. Fokus blir fortsatt på kvalitet, brukertilfredshet og rask saksbehandling. I tillegg vil Forbrukerrådet være en pådriver for nye klagenemnder på områder hvor vi ser at det er den mest hensiktsmessige løsningen for forbrukeren. Det er sentralt for Forbrukerrådet å hjelpe flest mulig forbrukere så godt og effektivt som mulig.

På områder der rettspraksis ikke er tilfredsstillende eller forbrukervennlig nok, og som gjelder mange forbrukere, vil Forbrukerrådet fortsatt søke å skape ny rettspraksis gjennom å føre prinsipielle saker for retten, og gjerne helt til Høyesterett.

Dyktiggjøring

Forbrukerrådet vil styrke forbrukeren ved hjelp av rådgivning, verktøy og informasjon slik at forbrukeren får nok kunnskap til å ta de gode og riktige valgene.

Markedsportaler er et sentralt verktøy for direkte forbrukermakt, og kompenserer noe for ubalansen i markedet mellom profesjonelle aktører og den enkelte forbruker som amatør. En pris- og kvalitetsbevisst forbruker vil gjennom sine valg bidra til økt konkurranse, riktige priser og effektivitet i økonomien. Nøytral og korrekt informasjon i sanntid gjennom offentlige portaler vil gjøre det vanskeligere for tilbyderne å utnytte forbrukernes manglende kunnskap. Markedsportaler er dynamiske, digitale verktøy som skal gi forbrukerne god og sammenliknbar informasjon i uoversiktlige markeder. Dette styrker forbrukernes stilling og evne til å påvirke markedet.

Forbrukerrådets hjemmeside forbrukerradet.no skal gi forbrukerne det de trenger av rettighetsinformasjon, verktøy og generell forbrukerinformasjon, såvel som interessepolitisk informasjon. Den skal gi informasjon om hvor de kan henvende seg videre, hjelp til å klage i inn- og utland og fortelle hva Forbrukerrådet mener om relevante tema. Forbrukerrådet skal bli enda mer tilgjengelig og tydelig i sin kommunikasjon.

Våre digitale tjenester skal gjøres tilgjengelige på de plattformene forbrukerne foretrekker.

I møter med næringsliv og bransjeorganisasjoner vil vi sørge for at «de som har rett, får rett».

Det skjer gjennom dialog, men også ved at Forbrukerrådet gjennomfører undersøkelser og tester på områder som vi ser at næringslivet ikke er gode nok på. På bakgrunn av resultatene skal Forbrukerrådet anbefale løsninger som er gode for forbrukeren.

Påvirkning

Forbrukerrådet skal være en aktiv samfunnsaktør og bidra til å bevege samfunnet i en mer forbrukervennlig retning. Dette gjøres gjennom påvirkning av beslutningstakere, herunder politikere, myndigheter og organisasjoner, for forbedring og endring av lover og regler. Påvirkningsarbeidet skal også bidra til atferdsendring og strukturelle endringer der det er nødvendig for å ivareta forbrukerne. Internasjonalt samarbeid for å være i forkant gjøres i og sammen med internasjonale nettverk av forbrukerorganisasjoner. Særlig er det viktig med påvirkning i EU for å innvirke på lover og regler som blir styrende i Norge.

Prioriterte markeder

Med utgangspunkt i utviklingstrekkene som er beskrevet i kapitlet «Smart forbrukermakt», har Forbrukerrådet prioritert noen markeder for kommende strategiperiode.

De er valgt etter følgende kriterier:

- Kartlegging av forbrukernes situasjon
 - Områder med vesentlig betydning for vanlige forbrukere
 - Områder som har scoret lavt eller utviklet seg negativt på forbrukertilfredshetsindeksen (Market Performance Index)
- Forbrukerrådets prioritering basert på FNs forbrukerrettigheter og utviklingstrekk
 - Områder der valgmulighetene og informasjonen er dårlig
 - Områder som ivaretar sunnhet, sikkerhet og miljø dårlig
 - Områder med mulighet for Forbrukerrådet å representere forbrukerinteressene effektivt
 - Områder som forventes å øke i betydning for forbrukeren

På området *offentlige tjenester* har Forbrukerrådet etter samme modell brukt Innbyggerundersøkelsen fra Direktoratet for forvaltning og IKT (DIFI) i kartleggingen av forbrukernes situasjon.

De fem satsingsområdene Forbrukerrådet har prioritert for *forbrukerpolitisk påvirkning* i perioden på bakgrunn av denne modellen, er (i alfabetisk rekkefølge):

Boligmarkedet

Bolig er forbrukernes største investering. Boligkjøp og -salg, husleie, boligbygging, og bygge- og håndverksvirksomhet er komplekse aktiviteter for forbrukerne. Forbrukerne opplever for ofte at usikkerheten er stor, regningen høy og tilfredsheten lav. Forbrukerrådet vil fortsette å arbeide bredt på disse feltene.

Energimarkedet for private husholdninger er i sterk utvikling, og Forbrukerrådet vil også se på dette markedet i strategiperioden.

Digitalmarkedet

Den teknologiske utviklingen er enorm. Snart er de fleste tekniske produkter og innholdet knyttet til dem digitalt basert. For forbrukerne er det ikke selve produktene som utgjør det største problemet, men i større grad innholdet, tjenestene og strukturen.

Brukere av digitale tjenester har tidvis uklare brukervilkår, og til dels urimelige vilkår. Dette vil Forbrukerrådet fortsette å jobbe med for å sikre forbrukernes rettigheter og muligheter i et viktig marked. Å følge det digitale markedet med sine forbrukerutfordringer, kan være veien inn i morgendagens forbrukerutfordringer på flere markeder.

Fordi utviklingen og endringene i markedene er så raske og store, er det vanskelig for den enkelte forbruker å følge med. Nye mekanismer som inne-låsning, pakkesalg og svake brukervilkår gjør det viktig å iaktta markedet nøye. Vårt fokus er på en utvikling der forbrukernes interesser ivaretas på en god måte.

Finansmarkedet

Bank og forsikring er et svært komplekst marked for forbrukerne å forholde seg til. Tjenestene er mangfoldige og vanskelige å forstå, det er lite transparens, og forbrukerne trenger hjelp for å finne frem og velge riktig i markedet. Fallhøyden ved dårlige råd er enorm. Her er finansportalen.no et viktig hjelpemiddel, men fortsatt gjenstår mange mulige forbedringer for forbrukerne i finansmarkedet.

Bransjen har lav tillit blant norske forbrukere. Økte reguleringer, flere forbrukere som investerer i takt med velstandsutviklingen, bedre etikk i bransjen og gjelds- og lånsutfordringer i norske husholdninger er blant områdene Forbrukerrådet vil legge vekt på. Pensjoner vil også være et område vi vil følge innenfor finansmarkedet i denne strategiperioden.

Produktsikkerhet, mat og handel

Forbrukerinteressene på matområdet er betydelige. Mat og dagligvarer er et område hvor det er utfordrende å orientere seg hva gjelder innhold, kvalitet, pris og sunnhet, og hva som er de miljømessige konsekvensene av de matvalgene vi tar.

Det økende omfanget av skadelige kjemikalier i vanlige hverdagsprodukter er bekymringsfullt. Utgangspunktet er at forbrukerne skal kunne gjøre informerte og trygge valg, der de enkelt kan ivareta både hensynet til egen helse og hensynet til sine barns helse. Dagens situasjon aktualiserer behovet for bedre forbrukerinformasjon, styrket tilsyn, mer forskning og strengere regelverk.

Retten til å kunne velge mellom ulike produkter og tjenester, til konkurranse-dyktige priser og god kvalitet, er en grunnleggende forbrukerrettighet. Fungerende konkurranse er avgjørende for å sikre denne rettigheten. Forbrukerrådet vil arbeide for at uheldige maktkonsentrasjoner i markedet motvirkes.

Offentlige og helselaterte tjenester

Det offentlige har ansvar for tjenester som er svært viktige for mange forbrukere. Erfaringen av vårt arbeid så langt har vist at brukerorienteringen ikke er god nok. Offentlige tjenester skiller seg ut ved at vi ofte ikke kan velge andre til å levere tjenestene, og at forbrukeren kan oppleve å være i en sårbar situasjon i møte med det offentlige. I noen deler av offentlig tjenesteyting kan forbrukerne velge en privat leverandør av tjenesten. Det er viktig å sikre at brukernes interesser ivaretas, uavhengig av om tjenesteleverandøren er en offentlig eller privat aktør.

Helse- og behandlingstjenester på siden av det ordinære helsevesenet er et marked i vekst. Dette er også et marked der Forbrukerrådet skal jobbe for at forbrukernes stilling styrkes.

Gjennomgående aspekter ved forbruket

Normalt tenker man forbrukerområder delt opp etter markeder, siden det er på markeder forbruket foregår, og det er etter markedslogikk bransjene er organisert. Prioriteringsmodellen som Forbrukerrådet har anvendt for å velge satsingsområder, følger samme logikken.

Vår erfaring og unike kompetanse har vist forbrukerutfordringer som ikke følger denne logikken. Forbrukerrådet har derfor identifisert tre aspekter ved forbruket som gjelder på tvers av de fleste markeder.

Alt er digitalt

Digitaliseringen er nå så massiv at den ikke lenger bare kan anses som et eget marked, men også et aspekt ved nesten alt forbruk – på tvers av alle markeder.

Markedsarkitektur

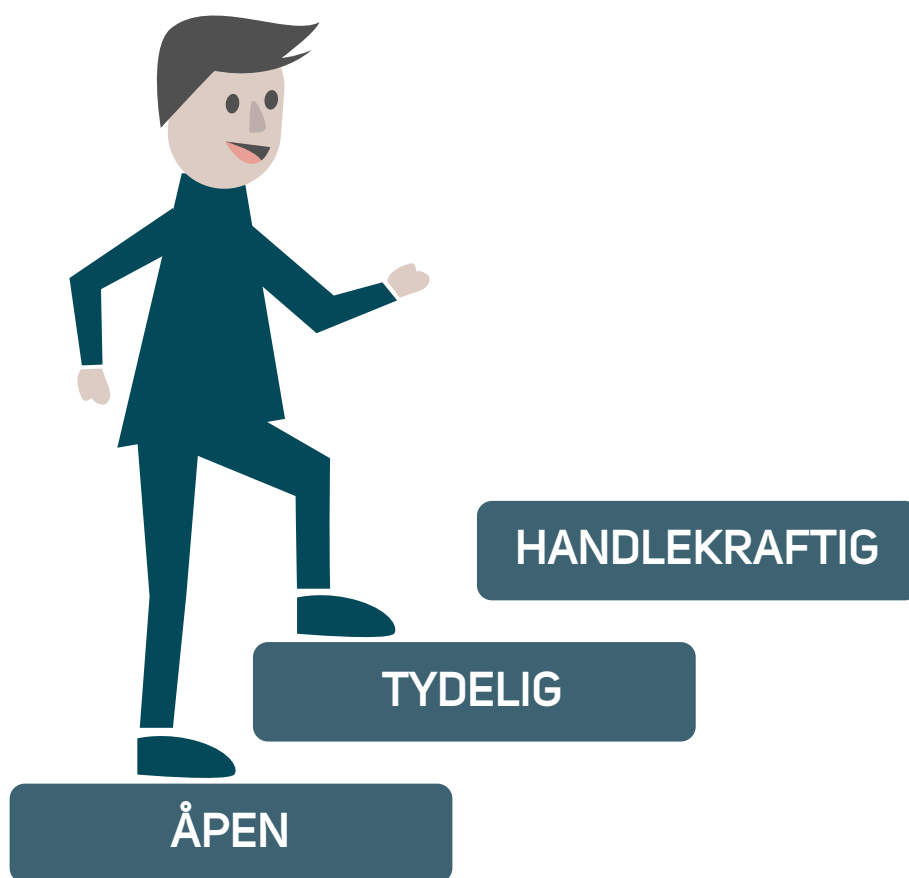
Det er organiseringen av markedet, de få aktørene, den sterke vertikale integrasjonen og maktkonsentrasjonen i flere ledd som svekker forbrukerens stilling. Forbrukerrådet kaller det markedsarkitekturen – altså selve strukturen i markedet. Markedsarkitekturen ser ut til å være utfordringen i flere bransjer.

Bærekraftig forbruk

Selve forbruket vokser og da er det viktig å se på hvilke konsekvenser forbruket har. Det kan være for miljøet, klimaet eller naturen. Relevant informasjon om bærekraftig forbruk og konsekvenser av vårt forbruk vil være viktige elementer i vårt videre arbeid. Dette skal hjelpe forbruker til å kunne foreta informerte og gode bærekraftige valg på alle markeder.

Verditrappen

Våre verdier skal gjenspeiles i atferden åpen, tydelig og handlekraftig.



Styringspyramiden

Styringspyramiden gir en oversikt over hovedområdene i Forbrukerrådets nye strategi, og beskriver vår visjon, vårt samfunnsoppdrag, våre hovedmål og våre verdier.

Visjon

Vi gir forbrukerne makt og mulighet til å ta gode valg.

Visjonen uttrykker drivkreftene i Forbrukerrådets virksomhet: Å gjøre forbrukerinteressene til en reell maktfaktor som påvirker det norske samfunnet. Å gjøre det mulig for enkeltforbrukere å ta gode valg i butikkhyllene, blant tjenesteleverandører eller på nettet.

Samfunnsoppdrag

Forbrukerrådet er en uavhengig interesseorganisasjon som bistår forbrukerne og påvirker myndigheter og næringsliv i en mer forbrukervennlig retning.

Den er basert på Forbrukerrådets vedtekter og formålsparagraf.

Forbrukerrådet står fritt til å utforme innholdet i sin forbrukerpolitikk, og i de tjenestene som tilbys. Ingen andre får så mange henvendelser på forbrukerområdet, hjelper så mange enkeltforbrukere og har større kompetanse om forbrukernes problemer enn Forbrukerrådet. Tvisteløsning for den enkelte forbruker løser ikke bare vedkommendes problem, men gir også unik innsikt i forbrukernes situasjon i en rekke markeder. Ut fra denne kunnskapen, resultatene fra egne undersøkelser og utredninger, og egen forbrukerfaglige ekspertise, utarbeider Forbrukerrådet en overordnet politikk, løsningsforslag og konkrete tiltak som skal styrke forbrukernes stilling i samfunnet.

Verdier

Verdiene *åpen, tydelig* og *handlekraftig* skaper en retning for Forbrukerrådets arbeid, illustrert ved verditrappen.

Verdiene skal bidra til å avklare forventninger og sikre beslutningsprosesser.



Strategiske hovedmål

For å være en effektiv interesseorganisasjon for forbrukeren også i de neste fem årene skal Forbrukerrådet være tydelig og enhetlig i sin innsats. Riktig kompetanse skal stå i høysetet og samarbeid på tvers i organisasjonen skal styrke vårt arbeid for forbrukerne.

Forbrukerrådet har pekt ut fire hovedmål som alle deler av organisasjonen skal samle seg om. Det første er for forbrukeren, det neste for metodene og arbeidsformen, det tredje for omdømme og interessentene, og det siste for organisasjonen og medarbeiderne.



Hovedmål 1:

Forbrukerrådet skal øke forbrukernes makt og innflytelse

Dette hovedmålet knytter seg til vår overordnede oppgave, vårt samfunnsoppdrag – å arbeide for og på vegne av forbrukerne. Vi skal påvirke for å bedre forbrukernes posisjon, vi skal opplyse og sette forbrukeren i stand til å gjøre gode valg, og vi skal bistå forbrukeren dersom det likevel oppstår problemer knyttet til forbruket. Alt skal gjøres uten noen kommersiell egeninteresse.



Hovedmål 2:

Forbrukerrådet skal oppleves som kompetent, relevant og nyskapende

Det andre hovedmålet knytter seg til måten vi arbeider på, den plattform vi etablerer og det inntrykk vi etterlater. Vi skal være særdeles kompetente på forbrukerområdet, og ha dyp innsikt i forbrukerens behov og problemer. Vi skal være en modig og klok aktør på de viktigste områdene for forbrukerne, vi skal levere nyskapende metoder, relevant kunnskap og gode løsninger for forbrukerne, og vi skal være i forkant av utviklingen på forbrukerområdet.



Hovedmål 3:

Forbrukerrådet skal være førstevalget i forbrukerspørsmål

Det tredje hovedmålet knytter seg til den rollen vi skal ha, den posisjonen vi skal ta og det omdømmet vi trenger. Vi skal være den aktøren på forbrukerområdet som alle typer interessenter finner det naturlig å henvende seg til når man ønsker svar på forbrukertema. Det gjelder selvsagt forbrukeren selv, men også myndigheter, bransjeorganisasjoner, næringsliv og media.



Hovedmål 4:

I Forbrukerrådet løser vi oppgavene gjennom et tillitsfullt og målrettet samarbeid som skaper stolthet og arbeidsglede

Det fjerde hovedmålet knytter seg til det indre livet – hvordan organisasjonen fungerer, hvordan vi samspiller og organiserer arbeidet, og hvordan vi bygger kompetanse og kultur. Klare prioriteringer, årlige handlingsplaner og gode styringssystemer skal sørge for effektivitet og retning i arbeidet. Verdier er sentrale og skal gjennomsyre hele virksomheten, alt arbeid og hver enkelt medarbeider.

Forbrukerrådets virksomhet bygger på FNs internasjonale forbrukerrettigheter:

Alle forbrukere har rett til

- ... å velge
- ... å bli informert
- ... å være representert
- ... sunnhet og sikkerhet
- ... å få dekket sine grunnleggende behov
- ... forbrukerundervisning
- ... et trygt og sunt miljø
- ... rådgivning og klageadgang