



Handläggare: Bosse Dannert
Tfn: 508 18 040

Till
Farsta stadsdelsnämnd

Konsumentpolitiskt handlingsprogram

Remiss

Förslag till beslut

1. Stadsdelsnämnden överlämnar remissvaret som sitt eget.

Gillis Hammar
stadsdelsdirektör

Annica Blomsten
avdelningschef

Sammanfattning

Konsumentnämnden beslutade om ett konsumentpolitiskt program 2005-02-17. Programmet har sänts på remiss. Utgångspunkter är dels EU:s konsumentpolitik, dels regeringens översyn av konsumentpolitiken. Nya tider ställer nya krav på konsumenterna. Förebyggande arbete blir viktigare. Förvaltningen instämmer i att det behövs särskilda satsningar för utsatta grupper, bl a ungdomar. Genomförandet av programmet lokalt, förutsätter ett stöd från konsumentförvaltningen och ett samarbete mellan stadsdelarna. Internet och hemsidor kommer att bli ett alltmer användbart redskap i arbetet, dock kommer den personliga vägledningen alltid att behövas för att lösa svåra nya konsumentfrågor.

Bakgrund

Konsumentnämnden beslutade om ett konsumentpolitiskt program med riktlinjer för stadens samlade konsumentverksamhet. 2005-02-17.

Programmet sänds på remiss till bl a samtliga stadsdelsnämnder.

Ärendets beredning

Ärendet har beretts inom Individ- och familjeomsorgen, där bl a konsumentvägledningen ingår.

Sammanfattning av förslaget

Utgångspunkter

Regeringen föreslår att de nuvarande målen för konsumentpolitiken ska ersättas med ett övergripande mål: 'Trygga konsumenter med makt agerar för välfärd och hållbar utveckling'. Detta ska kompletteras med tre delmål:

- Konsumentskydd på en hög nivå, tillgängligt för alla
- Medvetna konsumenter hushållar med egna och gemensamma resurser
- Producenter och övriga näringsidkare är ansvarstagande gentemot konsumenterna

Vår konsumentpolitik är en del av den europeiska konsumentpolitiken. Många av EU:s åtgärder syftar till att ge konsumenterna möjlighet att skydda sina egna intressen genom att fatta självständiga och väl underbyggda beslut. Genom att konsumenterna endast i begränsad utsträckning har tillgång till information, rättslig rådgivning och ekonomiska resurser uppstår, enligt kommissionen, obalans mellan de enskilda konsumenterna och företagen. Det krävs därför vägledning, information och utbildning.

Konsumentfrågorna har de senaste åren blivit alltmer komplexa. Det ställs allt högre krav på konsumenternas kunskaper och förmåga att dra nytta av den nya tekniken, det större utbudet av varor och tjänster, den avreglerad marknaden och en ökande handel över gränserna. Konsumentfrågorna har blivit alltmer internationella till sin karaktär. Och det ställer i sin tur helt andra krav än tidigare på den lokala konsumentverksamheten i Stockholm.

Att kunna förutse förändringar och att arbeta förebyggande kommer att få en allt större betydelse. Det är nödvändigt så att såväl konsumenterna som näringslivet blir medvetna om sina rättigheter och skyldigheter och samtidigt skapa ett förtroende för näringslivet och den marknad de utgör. En aktiv konsumentpolitik är därför en viktig förutsättning för en fungerande marknadsekonomi.

Välinformerade konsumenter bidrar till en ökad välfärd och på sikt ett mer hållbart och demokratiskt samhälle. Stockholms konsumentpolitik kan därför ses som ett viktigt bidrag till stadens samlade arbete med att öka den sociala och etniska integrationen och motverka utanförskap.

Stadens övergripande mål ska vara styrande för stadsdelsnämndernas konsumentverksamhet och har formulerats på följande sätt:

- Att skapa förutsättningar för och bidra till en långsiktigt hållbar utveckling i Stockholm och en ökad välfärd för stockholmarna
- Att stärka stockholmarnas ställning och inflytande på marknaden
- Att tillvarata konsumentperspektivet inom stadens olika verksamhetsområden
- Att alla stadsdelsnämnder ska erbjuda sina invånare konsumentvägledning
- Att öka kunskapen bland stockholmarna och inom stadens olika verksamhetsområden om vad konsumentvägledningen kan erbjuda.

Alla konsumenter ska ges möjlighet till inflytande, även grupper med särskilda behov. Ungdomar måste ges stöd i sin roll som konsument.

Ett medvetet val kan ofta vara mer effektivt och ett snabbare sätt för att uppnå konkreta resultat på t ex miljöområdet än lagstiftning. Det ska vara enkelt och smart att vända sig till sin konsumentrådgivare för vägledning och goda råd.

Hushållen idag har ett betydligt större ansvar än tidigare att välja t ex placering av sparande och pensionsmedel, val av tele- och elleverantörer m m och för att medvetet kunna välja krävs kunniga och välinformerade konsumenter.

En bra konsumentverksamhet i Stockholm ska

- vara känd bland stockholmarna
- vara lättillgänglig
- ha en hög servicenivå och hålla en hög kvalitet.
- arbeta aktivt för att undanröja konsumentproblem
- ha resurser för direktrådgivning och förebyggande insatser
- vara flexibel och lyhörd inför stockholmarnas behov

Konsumentverkets norm om en konsumentrådgivare per 20 000 invånare bör vara vägledande som en rimlig nivå för en effektiv och bred konsumentverksamhet.

För att utveckla den lokala konsumentverksamheten ska stadsdelsnämnderna undersöka vilka förväntningar och krav invånarna i det egna stadsdelsområdet har på sin verksamhet och hur den framtida lokala verksamheten bör utformas.

Konsumentförvaltningen har en viktig uppgift i att stödja konsumentväglarna och de samhällsväglare som arbetar med konsumentfrågor i deras arbete på konsumentområdet.

Stadsdelsförvaltningens synpunkter

Förvaltningen har inga invändningar mot det föreslagna programmet och de mål som anges för konsumentverksamheten i Stockholm. Förvaltningen instämmer i beskrivningen att konsumentfrågorna de senaste åren har blivit alltmer komplexa och att det ställs allt högre krav på konsumenternas kunskaper. Det gäller bl a det ansvar som lagts på hushållen att välja det som tidigare tillhandahållits av samhället, t ex placering av pensionsmedel, val av tele- och elleverantörer m m.

I förvaltningens verksamhet med konsumentvägledning har kunnat konstateras många olika frågeställningar som konsumenter behöver hjälp med att besvara. Många är vilsna i de val som nu åläggs medborgarna och påvisar ett behov av vägledning. Det är därför positivt att åtgärder riktade mot särskilt utsatta grupper föreslås. Alla har inte lika lätt att orientera sig i samhället när det gäller rättigheter, skyldigheter och den sorts konsumtion som kräver särskilda kunskaper. T ex har många av dem som vänder sig till förvaltningens konsumentvägledning med utländsk bakgrund och språksvårigheter, uttryckt att de haft stor nytta av konsumentvägledningen. Denna bör därför vara lätt tillgänglig och välkänd och så att den kommer de till del, som bäst behöver den. Särskilda informationsinsatser behövs, bl a genom hemsidan och annonsering i den lokala pressen.

Det förebyggande arbetet bedöms bli allt viktigare. Att börja ge vägledning redan i ungdomsåren är positivt och kan lägga grunden för att vi får de ”trygga konsumenter med makt som agerar för välfärd och hållbar utveckling”, som vore önskvärt. Det är viktigt att höja medvetenheten i skolorna om det strategiskt värdefulla att göra ungdomarna till starka konsumenter. Ett nära samarbete med skolorna kring detta kommer att behövas.

För att konsumentvägledningen ska uppnå den ”höga servicenivå och höga kvalitet” som anges i programmet behövs en bra verksamhet för staden som helhet. Konsumentförvaltningen har en viktig roll när det gäller att lyfta fram konsumentfrågorna. Större insatser, t ex prisjämförelser, bör göras och/eller förmedlas från konsumentförvaltningen ut till de lokala konsumentvägledarna. Konsumentförvaltningen behövs också som stöd för de lokala konsumentvägledarna.

Med tiden kommer allt fler att använda sig av internet och hämta information i konsumentfrågorna den vägen. Grunden för vägledningen bör dock vara det personliga samtalet med möjlighet att reda ut de individuella frågorna.

När det gäller IT bör konsumentförvaltningens hemsida användas effektivt för att sprida informationen i konsumentfrågorna till stadsdelarna. De lokala hemsidorna kan i sin tur bli ett redskap för kontakt med medborgarna där de aktuella konsumentfrågorna fångas upp. En tänkbar metod att undersöka vilka förväntningar och krav invånarna i det egna stadsdelsområdet har på sin verksamhet och hur den framtida lokala verksamheten bör utformas, skulle kunna vara kommunikation via hemsidan där medborgarna ges utrymme att komma till tals.

När en enskild konsumentfråga ställs, kan samtidigt med svaret tas in en uppgift om vilket viktigt konsumentbehov det handlar om. På detta enkla sätt skulle en statistik kunna genereras.

Ett bra samarbete mellan stadsdelarna är också en nödvändig förutsättning för att stärka och utveckla konsumentverksamheten. Förutom ett ömsesidigt stöd skulle insatser som kräver mer resurser kunna genomföras gemensamt av ett antal stadsdelar.