

Strategi 2021-2025

Overgangen til et bærekraftig samfunn og den digitale revolusjonen utfordrer alt forbruk og alle forbrukere. Dette styrer Forbrukerrådets prioriteringer.

August, 2020

Innhold

1. Forbrukerrådets framtidsbilde 2025.....	3
2. Veivalg og prioriteringene.....	6
Sårbarhet.....	8
Digital utvikling.....	10
Bærekraft.....	12
3. Forbrukerrådets posisjoner 2025.....	14
Forbruker.....	15
Næringsliv og offentlige tjenester.....	17
Tilsyn og Interesseorganisasjoner.....	19
Politisk.....	21
Internasjonalt.....	23
Forbrukerrådet som organisasjon.....	25
Kultur og verdier.....	26
Læring og utvikling.....	27
Struktur og system.....	27
4. Oppsummering av Forbrukerrådets framtidsbilde 2025.....	29

1. Forbrukerrådets framtidsbilde 2025



Forbrukerrådet er en synlig, tydelig og uavhengig interessepolitisk aktør som ivaretar forbrukeres rettigheter og perspektiv, og styrker deres muligheter til å utøve forbrukermakt.



Digital utvikling og bærekraft skaper endringer og nye utfordringer for forbrukere. Forbrukeres stilling må sikres og styrkes, og økt sårbarhet unngås.



Forbruker

Forbrukerrådet er alltid på lag med forbrukeren.



Næringsliv og offentlige tjenester

Forbrukerrådet er krevende, konstruktiv og kompetent i møte med aktører i næringslivet og offentlige tjenestetilbydere.



Tilsyn og interesseorganisasjoner

Forbrukerrådet både allierer seg med og utfordrer tilsynsmyndigheter og interesseorganisasjoner.



Politisk

Forbrukerrådet har stor innflytelse i samfunnet og er en selvskreven samarbeidspartner for politikere og myndigheter.



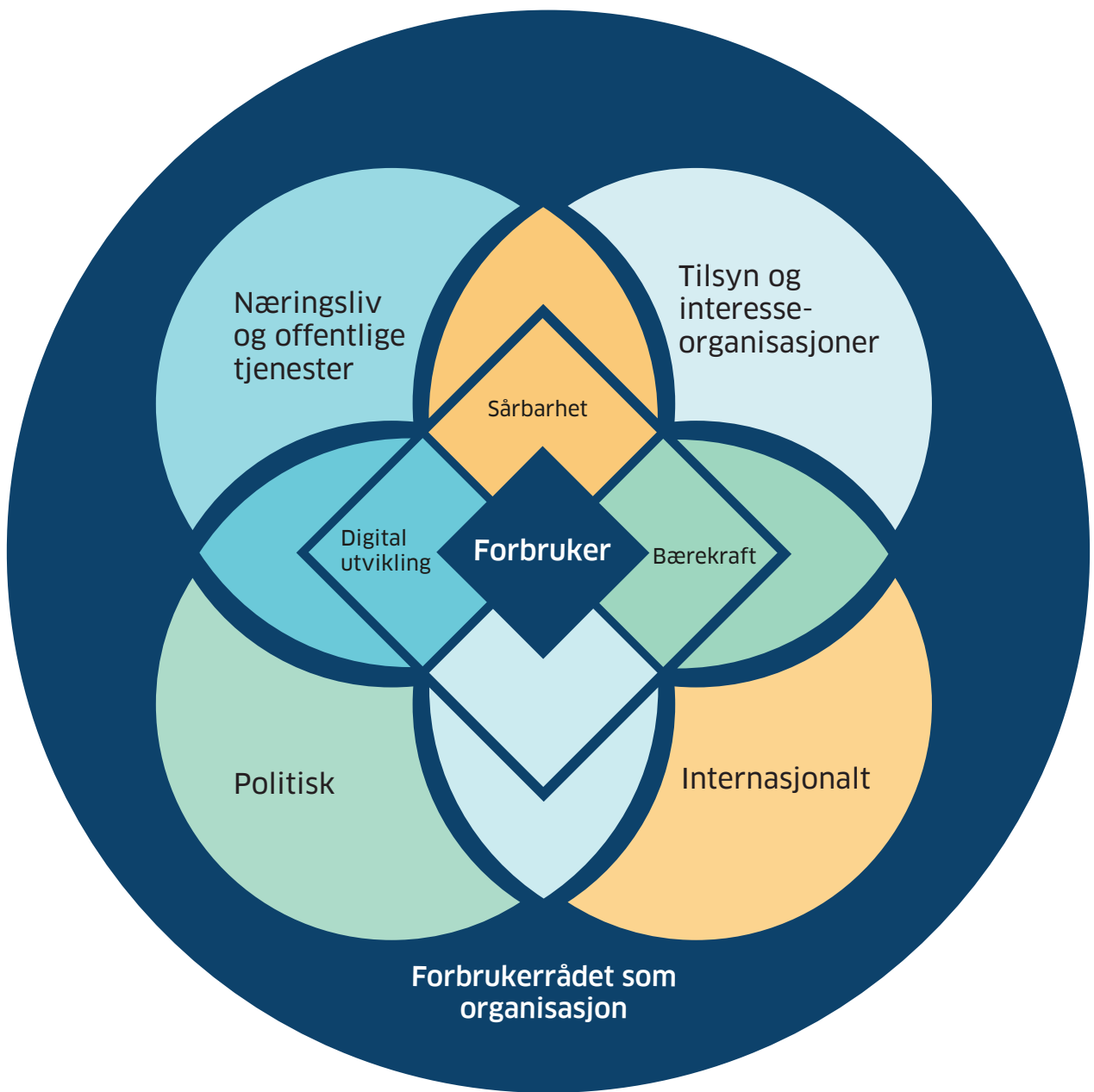
Internasjonalt

Forbrukerrådets internasjonale arbeid bidrar til bedre rettigheter for forbrukere i Norge.



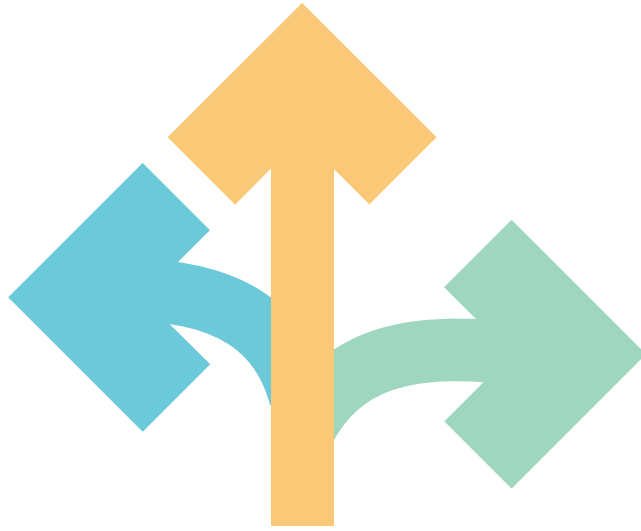
Forbrukerrådet som organisasjon

Forbrukerutfordringer er i sentrum for all aktivitet, ressursbruk og organisering.



Forbrukerrådet skal være en synlig, tydelig og uavhengig interessepolitisk aktør, som ivaretar forbrukeres rettigheter og perspektiv og styrker deres muligheter til å utøve forbrukermakt.

Forbrukerrådet har utarbeidet et framtidssbilde som beskriver hvor vi skal være i 2025 og vår strategi for å komme dit. Organisasjonen skal være en synlig, tydelig og uavhengig interessepolitisk aktør som ivaretar forbrukeres rettigheter og perspektiv og styrker deres mulighet til å utøve forbrukermakt. Vi skal styrke forbrukeres stilling overfor næringsaktører og andre som forbrukere handler med. Samtidig vil de endringene i forbruk som overgangen til et bærekraftig samfunn skaper, utløse situasjoner der forbrukere blir mer sårbare enn de er i dag. Forbrukerrådets prioriteringer vil derfor rette seg mot disse områdene sånn at både vi, forbrukere og andre aktører forstår hvordan dette påvirker forbruket framover. Organisasjonen er alltid på lag med forbrukeren. For å oppnå størst mulig innflytelse samarbeider vi med og utfordrer både næringsliv og offentlige tjenester, tilsyn og interesseorganisasjoner, politiske myndigheter og internasjonale aktører.



1. Veivalg og prioriteringer

Forbrukerrådet har bred innsikt i trender, drivkrefter og utfordringer som påvirker forbrukere de nærmeste årene.

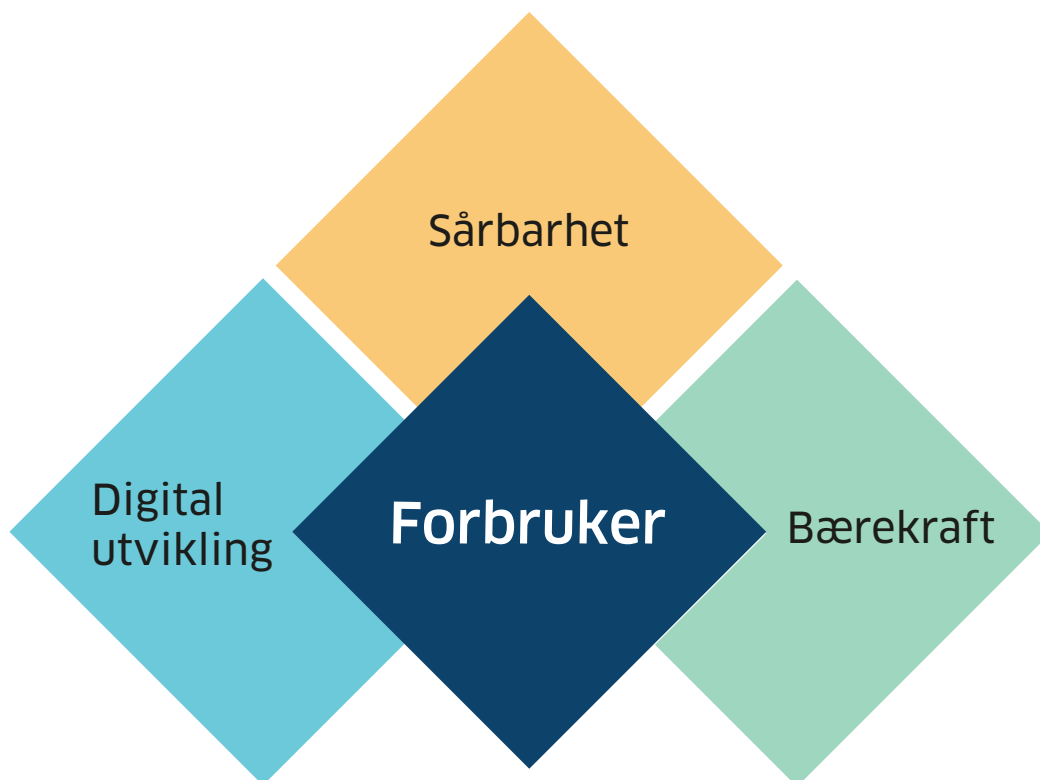
Forbrukere har behov for en sterk stemme som ivaretar deres rettigheter. Økte økonomiske forskjeller vil gjøre flere sårbare, og fordrer et sterkt forbrukervern, ikke minst i krisetider.

Digital utvikling påvirker alle deler av samfunnet og har stor innvirkning på hvordan vi lever våre liv. Det gir også konsekvenser for enhver forbrukshandling, og regelverk må utvikles slik at forbrukerrettighetene ikke svekkes. Samtidig gir også digitaliseringen nye muligheter som alle forbrukere må kunne ta del i.

Klimautfordringene vi står overfor krever store endringer, og overgangen til et bærekraftig levesett vil påvirke alle forbrukere og alt forbruk. Det må være enkelt å ta miljøvennlige valg, og forbrukeren må være i sentrum når strategier for en ny sirkulær økonomi skal utformes.

Forbrukerrådet anerkjenner at de fleste forbrukerutfordringer best løses i samarbeid med andre, både nasjonalt og internasjonalt. Også EU lanserer en strategi for forbrukervern og rettigheter som speiler de samme områdene som Forbrukerrådets strategi. Det gir et godt utgangspunkt for å nå målene våre.

Digital utvikling og bærekraft skaper endringer og nye utfordringer for forbrukere. Forbrukeres stilling må sikres og styrkes, og økt sårbarhet unngås.



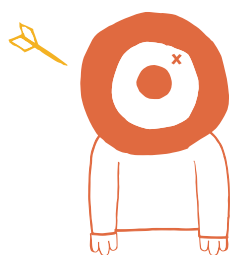


Sårbarhet

Forbrukersårbarhet utløser behov for å styrke forbrukers stilling.

1. Fordi forskjell i kunnskapsnivå og handlingsalternativer hos næringsliv og forbruker fører til sårbarhet.
2. Fordi forbrukere av forskjellige årsaker ikke får ta del i de goder som vi anskaffer oss gjennom forbruk.
3. Fordi sårbarhet kan føre til økonomisk tap, materielle tap og sosiale tap.
4. Fordi det er flere drivere for sårbarhet, som både handler om situasjoner, og om oss som personer. Det betyr at en som er sårbar i én situasjon, ikke nødvendigvis er det i en annen. I noen situasjoner er nesten alle sårbare, i andre bare noen få.
5. Fordi økonomisk ulikhet gir økt sårbarhet for flere.
6. Fordi det kan være vanskelig å få rett selv om du har rett, når stadig flere saker må løses i rettssystemet - også internasjonalt.

Andelen forbrukere som blir utsatt for de fem sårbarhetsdimensjonene*



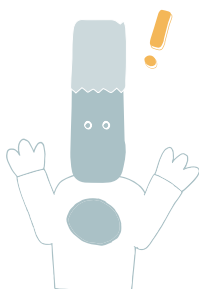
85%

Når vi er mål for sluttmarkedsføring.



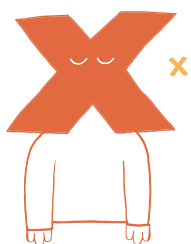
75%

Når vi sliter med å kjøpe eller bruke et produkt/tjeneste.



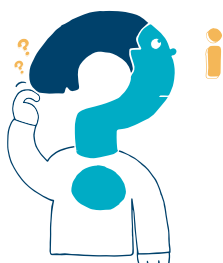
23%

Når våre personlige egenskaper ikke strekker til.



10%

Når vi ikke har tilgang til et produkt/tjeneste.



10%

Når vi ikke skjønner informasjonen om et produkt/tjeneste.

*Hovedfunn fra Europakommisjonens studie «Consumer Vulnerability in the EU 2016».



Digital utvikling

Den digitale utviklingen er nærmest altomfattende og vil bety noe for enhver forbrukshandling.

1. Fordi utviklingen skjer så raskt og «usynlig» at vi, forbrukere, ikke forstår endringene: Ved nye forretningsmodeller, ved bransjeglidninger og økt markedskompleksitet.
2. Fordi hvordan vi bruker varer og tjenester endres: Stadig mer av ansvaret for bruken flyttes fra næringsdrivende til forbruker.
3. Fordi hvordan vi får tilgang til varer og tjenester endres: Det skifter fra å være eier til at vi leier, leaser og abonnerer gjennom digitale plattformer.
4. Fordi hva vi kjøper endres: Vi kjøper ikke bare fysiske produkter, men også programvare inkludert i stadig flere produkter.
5. Fordi hvordan vi handler varer endres: Fra lokale varekjøp til internasjonale kjøp (online).

6. Fordi hva vi betaler med endres: Persondata og digitale spor er den nye valutaen. Dette åpner for misbruk, salg og kjøp av persondata, diskriminering, slø markedsføring og risiko for personvernet.

7. Fordi markedet endrer seg til å bli større, mindre oversiktlig og vanskelig å forstå:

Avtalevilkårene som aksepteres er ofte uforståelige.

Det skjer en endring i konkurransesituasjonen. Det er risiko for monopol, for eksempel med innlåsing av kunder og kobling av produkter.

Det er vanskeligere å sammenligne priser, varer og tjenester fordi vi får individuelt målrettede tilbud ved bruk av kunstig intelligens. Dette øker risikoen for diskriminering, og prinsippet om kollektivisering viskes ut.

8. Fordi vi forholder oss til nye aktører:

Det skjer en gradvis privatisering som delvis er overlappende med offentlige tjenester, og en økt kommersialisering av helse, kropp og velvære.

Varehandelen endres til å bli online og grensekryssende.

Det er en fremvekst av verdensomspennende og dominerende selskaper.



Bærekraft

Klimautfordringene og overgangen til et bærekraftig levesett påvirker alle forbrukere og alt forbruk.

1. Fordi forbruk må endres fundamentalt om vi ønsker å løse de bærekraftsutfordringene verden står overfor:

Mellom 60 og 80 prosent av den samlede miljøpåvirkningen skyldes miljøeffekter fra produksjon av varer og tjenester.

2. Fordi det er vanskelig å ta miljøvennlige valg:

Grunnet manglende informasjon, villedende markedsføring og begrensede valgmuligheter er det miljøvennlige valget oftest vanskelig og dyrt å ta. Det trengs insentiver som gjør det enklere for forbrukere å avstå fra å være miljøfiendtlige.

Regelverket henger etter når det gjelder miljøgifter i produkter, og forbrukere utsettes for helse- og miljømessig risiko.

3. Fordi forbrukerrettigheter er utviklet for en lineær, ikke en sirkulær økonomi

I regelverksutviklingen er det en risiko for at de økonomiske og miljømessige interesser dominerer, mens forbrukerperspektivet blir glemt og ikke ivaretas.

4. Fordi det stilles økte klimakrav til hvordan vi lever:

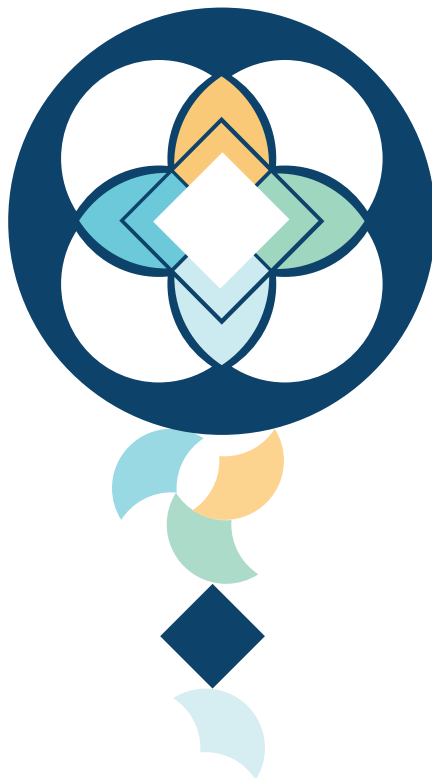
Hvordan vi bor: Det forventes at forbrukeren enkelt kan ta miljøvennlige valg innen bygg og eiendom

Hva vi spiser og måten maten er produsert på, har stor betydning for klima og miljø: Presset for å oppnå mer bærekraftig kosthold, produksjon og verdikjede for mat øker.

Hvordan vi beveger oss kan føre til store ulikheter for forbrukere: Mobilitet kan bli mye dyrere og vanskeligere for de som velger eller ikke har råd til å bo sentralt vs. de som bor i store byer.

5. Fordi hvordan verdier skapes kommer under press:

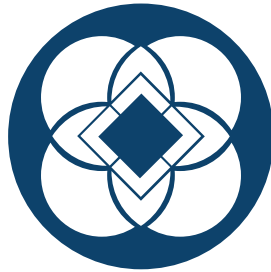
Ulike former for finansiell klimarisiko vil kunne påvirke verdien av en rekke verdipapirer og formuesplasseringer for norske forbrukere.



3. Forbrukerrådets posisjoner 2025

For å realisere vårt framtidsbilde vil vi ta ulike posisjoner, inngå samarbeid og allianser og iverksette de tiltak som er påkrevet for å sikre forbrukermakten.

Videre beskriver vi nærmere Forbrukerrådets posisjoner i 2025, og hva vi vil gjøre for å realisere framtidsbilde.



Forbruker

Forbrukerrådet er alltid på lag
med forbrukeren.



Strategiske mål og realisering

1. Forbrukeren er i sentrum for alt vi jobber med.

Hva og hvordan: Forbrukerrådet kjenner hele forbrukerområdet og velger å arbeide med de områder innenfor digital utvikling, bærekraft og sårbarhet hvor forbrukervernet er mest påkrevet.

Hva er gevinsten: Effektivt og hensiktsmessig forbrukervern som løser de store, dype og nye forbrukerutfordringene først.

2. Vi kjenner forbrukerens behov, og vi vet hvem vi når med hva.

Hva og hvordan: Forbrukerrådet har innsikt i hva som skaper problemer for ulike forbrukergrupper. Vi sørger for å nå forbrukere med informasjon om hva de bør unngå og hva de bør gjøre.

Hva er gevinsten: Forbrukere er tryggere, unngår uheldige konsekvenser av forbruket og sparer tid og penger. Flere får hjelp der de er, når de trenger det.

3. Forbrukerrådet ser og følger opp forbrukersårbarhet, bidrar til at færre faller utenfor og sikrer forbrukerens rettigheter.

Hva og hvordan: Forbrukerrådet er i forkant av forbrukerutfordringer, setter søkelys på problemene og påvirker bransjer og myndigheter for å få forbrukervennlige rammebetingelser.

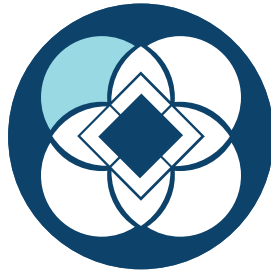
Hva er gevinsten: Sårbarheten for forbrukeren minker betydelig, og samfunnet unngår perioder med store og belastende forbrukerproblemer der nye markeder oppstår.

4. Forbrukerrådet når fram til og veileder alle typer forbrukere på en effektiv måte, og med gode digitale verktøy.

Hva og hvordan: Forbrukerrådet har innsikt og sjangerforståelse om alle forbrukergrupper, også de unge.

Hva er gevinsten: Vi hjelper flere der de er, når de trenger det, og flere kan hjelpe seg selv.

5. Forbrukerrådet har tillit hos forbrukere i hele landet.



Næringsliv og offentlige tjenester

Forbrukerrådet er krevende,
konstruktiv og kompetent i møte
med aktører i næringslivet og
offentlige tjenestetilbydere.



Strategiske mål og realisering

- 1. Forbrukerrådet ansvarliggjør næringsliv og offentlige tjenestetilbydere som bryter med grunnleggende forbrukerrettigheter.**

Hva og hvordan: Gjennom rettssystemet og samarbeid med myndigheter sikrer Forbrukerrådet at næringsliv og offentlige tjenestetilbydere som bryter forbrukerrettigheter blir sanksjonert.
Gevinst: Forbrukeren blir beskyttet ved rettighetsbrudd.

- 2. Vi bidrar til å sikre en sunn konkurranse i store og viktige markeder.**

Hva og hvordan: Forbrukerrådet undersøker og avslører markedsstrukturer som svekker sunn konkurranse.
Gevinst: Forbrukeren får bedre produkter og tjenester til en riktig pris.

- 3. Forbrukerrådet er den foretrukne samarbeidspartner for næringsliv og offentlige tjenestetilbydere, som jobber med forbrukerperspektivet innen bærekraft og digital utvikling.**

Hva og hvordan: Gjennom samarbeid med næringslivet og offentlige tjenestetilbydere forhindrer vi at tjenestene ikke blir forstått av forbrukere, eller at de bryter med forbrukervernet. Forbrukerrådet setter krav og jobber med insitamenter for å sikre trygge og bærekraftige produkter.
Gevinst: Næringslivet utvikler bedre, sikrere og mer brukervennlige tjenester og produkter.

- 4. Forbrukerrådet får unik og nødvendig innsikt, kunnskapsutveksling og politisk drahjelp ved å samarbeide.**

Hva og hvordan: Gjennom samarbeid får vi kunnskap slik at vi kan etterspørre insitamenter og stille krav til produksjon og salg.
Gevinst: Forbrukerrådet får mulighet til å ta informerte strategiske valg, påvirke og finne løsninger vi ellers ikke hadde kjent til.

- 5. Sammen med nasjonale aktører påvirker Forbrukerrådet internasjonale aktører.**

Hva og hvordan: Gjennom samarbeid får vi mulighet til å påvirke internasjonale aktører.



Tilsyn og interesseorganisasjoner

Forbrukerrådet både allierer seg med
og utfordrer tilsynsmyndigheter
og interesseorganisasjoner



Strategiske mål og realisering

1. Forbrukerrådet er en viktig alliansepartner for både tilsyn og interesseorganisasjoner.

Hva og hvordan: Gjennom samarbeid er vi en sterk stemme som alltid etterspør forbrukerperspektivet.

Gevinst: Vi forhindrer at nye forbrukerproblemer oppstår og reduserer eksisterende problemer, også før eventuelt lovverk er på plass. Vi gir tilsyn og interesseorganisasjoner økt tyngde og bidrar indirekte for å nå deres mål, der dette er til fordel for forbrukeren.

2. Forbrukerrådet påvirker offentlige tilsynsmyndigheter og interesseorganisasjoner til å bruke makt og myndighet for å sikre forbrukeres rettigheter.

Hva og hvordan: Forbrukerrådet benytter sin kompetanse slik at tilsyn og interesseorganisasjoner tar tak i forbrukerproblemer innenfor våre prioriterte områder.

Gevinst: Forbrukerutfordringer i våre fokusområder fremheves og prioriteres også hos andre.

3. Sammen med tilsynsmyndigheter og interesseorganisasjoner utfordrer Forbrukerrådet aktører som ikke ivaretar forbrukerens interesser.

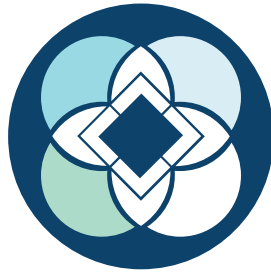
Hva og hvordan: Forbrukerrådet identifiserer useriøse aktører og tar dette opp med ansvarlige tilsyn.

Gevinst: Forbrukerrettigheter settes på dagsorden, slik at det har en oppdragende effekt på aktørene. Forbrukeren får rett der de har rett, og fremtidige problemer forebygges.

4. Forbrukerrådet får unik og nødvendig kunnskap gjennom samarbeid med tilsyn og interesseorganisasjoner.

Hva og hvordan: Vi lærer av andre og får dybdekunnskap for å underbygge våre prioriteringer og tiltak for å påvirke.

Gevinst: Forbrukeren blir sikret ved at Forbrukerrådet får mulighet til å ta informerte strategiske valg, påvirke og finne løsninger vi ellers ikke hadde kjent til.



Politisk

Forbrukerrådet har stor innflytelse i samfunnet og er en selvskreven samarbeidspartner for politikere og myndigheter.



Strategiske mål og realisering

- 1. Forbrukerrådet bidrar til at Norge styrker og videreutvikler forbrukervernet for å møte endringer som bærekraft og digital utvikling skaper.**

Hva og hvordan: Forbrukerrådet påvirker de politiske føringene og motsetningene som til enhver tid finnes i samfunnet. Vi finner balansen mellom «her og nå»-løsninger og framtidens løsninger.

Hva er gevinsten: Det er enklere å leve bærekraftig med styrkede forbrukerrettigheter. Forbrukerrådet bidrar til et mer bærekraftig samfunn. Flere forbrukere får ta del i fordelene den digitale utviklingen gir.

- 2. Forbrukerrådet er og oppfattes som partipolitisk uavhengig, og velger rett sak til rett tid for å få gjennomslag i det forbrukerpolitiske arbeidet.**

Hva og hvordan: Forbrukerrådet søker samarbeidspartnere og allianser som er relevante for forbrukerhensynet i den enkelte sak.

Hva er gevinsten: Forbrukerrådet oppnår politisk gjennomslag på vegne av forbrukeren. Forbrukerrådet er en interessepolitisk premissleverandør.

- 3. Forbrukerrådet er politikernes og myndighetenes ekspert på forbrukerfeltet. Vår innsikt er premissgivende, etterrettelig og etterprøvbart.**

Hva og hvordan: Forbrukerrådet vet mest om forbrukeradfærd, forbrukerutfordringer og løsninger. Vi deltar i høringsrunder, utvalgsarbeid og andre viktige prosesser.

Hva er gevinsten: Styrket Forbrukerråd, som igjen gir effekt for forbrukeren. Forbrukerrådet er forbrukerens stemme der politikk utformes.

- 4. Forbrukerrådet er i forkant, fremmer flere nye politiske saker hvert år og har eierskap til disse sakene.**

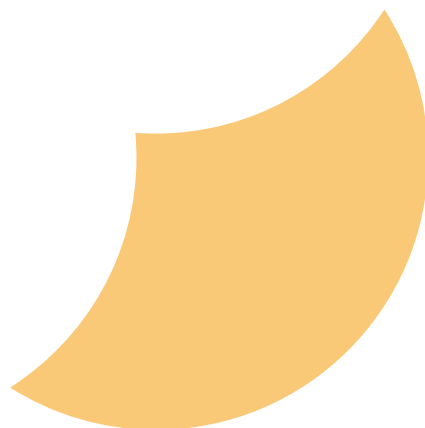
Hva og hvordan: Gjennom vår kjennskap til forbrukerfeltet og sårbarheten kjenner vi til de største forbrukerutfordringene. Vi bruker de kanaler og virkemidler som er nødvendige for å fremme vår sak.

Hva er gevinsten: Forbrukerrådet får økt gjennomslagskraft og styrker forbrukere i sårbare posisjoner. Forbrukerrådet oppleves som relevant for nye forbrukergrupper.



Internasjonalt

Forbrukerrådets internasjonale arbeid bidrar til bedre rettigheter for forbrukere i Norge og andre land.



Strategiske mål og realisering

1. Forbrukerrådet påvirker og lærer av forbrukerorganisasjoner i andre land.

Hva og hvordan: Forbrukerrådet samarbeider aktivt med den europeiske forbrukerorganisasjonen, BEUC, og henter kompetanse og innsikt derfra. Vår egen kompetanse deles bredere og forsterkes av at den formidles av BEUC.

Hva er gevinsten: Raskere endringer i flere land og større makt bak krav om endringer enn hvis Norge står alene.

2. Forbrukerrådet jobber for at forbrukere i Norge skal ha blant de beste forbrukerrettighetene i verden.

Hva og hvordan: På områdene med størst betydning for forbrukerrettighetene bidrar vi aktivt til regelutvikling og går foran der det er mulig.

Hva er gevinsten: Styrkede forbrukerrettigheter bidrar til et mer bærekraftig samfunn og gode, trygge produkter og tjenester.

3. Forbrukerrådet bidrar til et bedre og fremtidsrettet forbrukervern innen teknologi og bærekraft.

Hva og hvordan: Sårbarhet går på tvers av forbrukermarkeder, og teknologi og bærekraft er av internasjonal natur. Vi ser lenger frem enn forbrukeren selv gjør og jobber aktivt for å bedre forbrukers stilling.

Hva er gevinsten: Vi får EU-regler som gir bedre forbrukerrettigheter.

4. Forbrukerrådet bidrar til et bedre forbrukervern for unge i EU.

Hva og hvordan: Tett dialog med unge forbrukere i Norge gir fersk innsikt om forbrukerutfordringer innen teknologiske nyvinninger og bærekraftig forbruk.

Hva er gevinsten: Mulighet for å stoppe problemene tidlig. Unge forbrukere opplever Forbrukerrådet som relevant for dem.



Forbrukerrådet som organisasjon

Forbrukerutfordringer er i sentrum for all aktivitet, ressursbruk og organisering.



Strategiske mål

1. Vi er stolte av jobben vi gjør, fremmer kvalitet i alle ledd og er tydelige talspersoner for forbrukerens rettigheter.
2. Vi har spisskompetanse på sentrale forbrukerutfordringer og utvikler dette kontinuerlig.
3. Ledelsen er åpen og tydelig på prioriteringer og legger til rette for måloppnåelse, utvikling og kreativitet.
4. Systemer og prosesser fremmer tverrfaglighet, er digitalt basert og setter brukervennlighet for både medarbeidere og forbrukere høyt.
5. Vi samarbeider bredt og allianser benyttes strategisk for å styrke forbrukerens stilling.

Realisering: Kultur og verdier

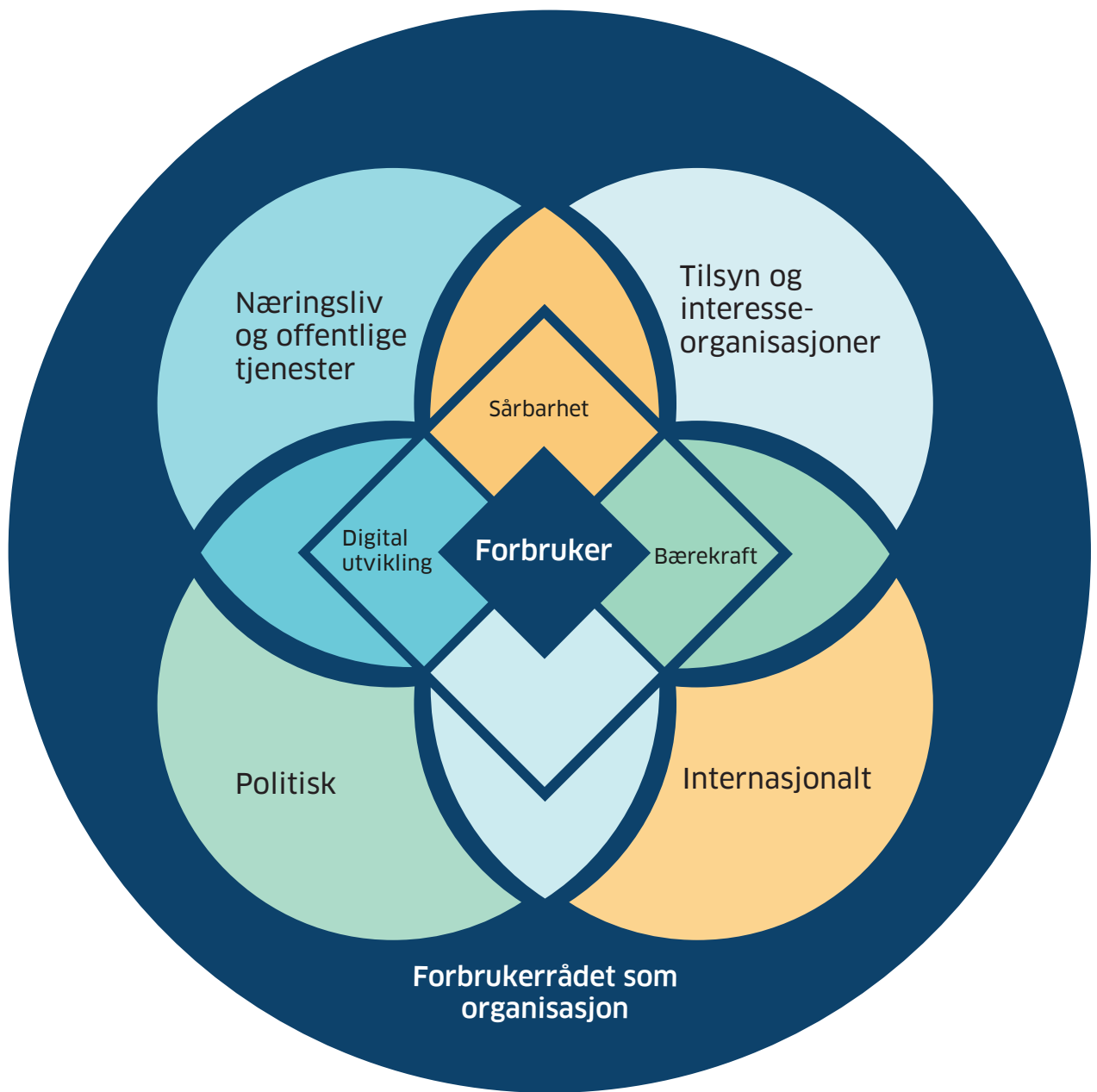
1. Organisasjonen lever ut verdiene – åpen, tydelig, handlekraftig - og justerer dem ved behov.
2. Organisasjonen fremmer samarbeid på tvers, kritisk tenkning, prøver nye ting og tåler å ta feil.
3. Vi utarbeider planer for medarbeiderutvikling, kommunikasjon og egen merkevareplattform som bygger opp under strategien.

Realisering: Læring og utvikling

1. **Organisasjonens kompetanse bygges rundt våre to hovedoppgaver: Påvirkning av eksterne aktører og veiledning av forbrukeren.**
2. **Innsikt om forbrukere og deres behov får vi gjennom systematisk å samle inn, lagre, dele og analysere informasjon og erfaringer.**
3. **Vi utvikler organisasjonens kompetansebase planmessig og strategisk, slik at den gjør oss i stand til å nå våre mål og være i forkant.**

Realisering: Struktur og system

1. **Vi etablerer en organisasjon som fremmer tverrfaglighet og ivaretar klare ansvarsforhold og faglig utvikling.**
2. **Vi setter felles mål for hele organisasjonen, legger planer for å nå dem, evaluerer jevnlig og er åpne om resultatene.**
3. **Vi organiserer sentrale felles satsinger i prosjekt og jobber samtidig kontinuerlig i team på tvers i organisasjonen.**
4. **Vi utvikler digitale, effektive og smidige systemer og prosesser.**
5. **Vi vurderer aktivt ekstern finansiering av prioriterte prosjekter i tråd med strategien.**



4. Forbrukerrådets framtidsbilde 2025



Forbrukerrådet er en synlig, tydelig og uavhengig interessepolitisk aktør som ivaretar forbrukeres rettigheter og perspektiv, og styrker deres muligheter til å utøve forbrukermakt.



Digital utvikling og bærekraft skaper endringer og nye utfordringer for forbrukere. Forbrukeres stilling må sikres og styrkes, og økt sårbarhet unngås.



Forbruker

Forbrukerrådet er alltid på lag med forbrukeren.



Næringsliv og offentlige tjenester

Forbrukerrådet er krevende, konstruktiv og kompetent i møte med aktører i næringslivet og offentlige tjenestetilbydere.



Tilsyn og interesseorganisasjoner

Forbrukerrådet både allierer seg med og utfordrer tilsynsmyndigheter og interesseorganisasjoner.



Politisk

Forbrukerrådet har stor innflytelse i samfunnet og er en selvskreven samarbeidspartner for politikere og myndigheter.



Internasjonalt

Forbrukerrådets internasjonale arbeid bidrar til bedre rettigheter for forbrukere i Norge.



Forbrukerrådet som organisasjon

Forbrukerutfordringer er i sentrum for all aktivitet, ressursbruk og organisering.

