



FORBRUKERRÅDET

Årsmelding 2004



Forbrukerrådets styreleder: FORBRUKERRÅDET – EN FREMTIDSRETTET ORGANISASJON	4
Forbrukerrådets direktør: DET HAR VÆRT TRAVELT OG MORSOMT Å VÆRE DIREKTØR I FORBRUKERRÅDET I 2004 OGSÅ PÅVIRKNINGSORGANISASJONEN	6
KOMMUNIKASJON SOM EN INTEGRERT DEL AV DET FORBRUKERPOLITISKE ARBEIDET	10
STYRKE INFORMASJONSFORMIDLINGENE TIL FORBRUKERRÅDET	16
SKOLE OG UTDANNING	18
FORBRUKERRAPPORTEN	20
FORBRUKERRÅDETS REGIONAPPARAT	21
HENVENDELSER I 2004	23
FORBRUKERRÅDETS OMDØMME OG HVEM SOM ER I KONTAKT MED OSS	25
ORGANISASJONEN FORBRUKERRÅDET	26
REKNESKAP 2004	30
ADRESSER	31
	32



forbrukerrådet – en fremtids-
rettet organisasjon



Fremtidstanker preget Forbrukerrådets styre i 2004. Vi har lagt spesiell vekt på å utvikle gode strategier for hjelp til selvhjelp og god informasjon, slik at forbrukere lettere kan møte dagens og morgendagens utfordringer. Disse utfordringene er først og fremst økt globalisering når det gjelder varehandel, økt kommersielt press på den oppvoksende slekt og økt press på å velge mellom tjenestetilbud. Valg som før ble gjort av andre for oss, overlates i dag mer og mer til den enkelte forbruker.

FRA FOKUS PÅ ENKELTTEMA TIL FOKUS PÅ FORBRUKERASPEKTER
Styret har lagt følgende aspekter til grunn for arbeidet, og de vil bli styrende for Forbrukerrådets arbeid de neste 5 årene:

- Etisk og bærekraftig forbruksmønster
- Virksom konkurranse og maktbalanse mellom tilbyder og etter-spørrere
- Tilgjengelighet for forbrukerne
- Forbrukernes mulighet for mestring i et marked i endring
- Saker av stor økonomisk betydning for forbrukeren
- Ulike forbrukergruppers mulighet for markedstilgang

Forbrukerrådet vil bygge ut relasjonene til eksisterende alliansepartnere og ta initiativ til nye – alliansepartnere som fremmer arbeidet med disse forbrukeraspektene. Vi vil vektlegge arbeidet med å sette disse aspektene på dagsorden, belyse dem saklig og forfølge dem politisk. Vi vil sørge for å ha god kompetanse og gi god informasjon om dem på forbrukerportalen.no.

SUKSESSER I 2004

På nettstedet forbrukerportalen.no har Forbrukerrådet laget veilederen Klikk & Klag. Veilederen, som er enkel å bruke og hjelper forbrukerne med å utforme klagebrev, ble en suksess i fjor med ca. 5.000 brukere i snitt hver måned. Overgangen til ett felles telefonnummer for publikumshenvendelser i 2003 er vi fortsatt svært fornøyd med. Det er ikke lenger noen ventetid på telefonen (30 sekunder i snitt). Våre ti regionkontorer sammen med sekretariatet i Nydalen er opptatt av å tilrettelegge Forbrukerrådets samlede kompetanse for å dyktiggjøre den enkelte forbruker, som søker informasjon om et utall ulike saker. Enten det nå dreier seg om råd før kjøp av varer eller tjenester, eller det er snakk om en misnøye-situasjon. Forbrukerrådet bruker også mye tid og ressurser på å påvirke beslutningstakere og markedet til å lage ordninger som er forbrukervennlige og forståelige for folk flest.

ETISK OG BÆREKRAFTIG FORBRUKSNIVÅ OG -MØNSTER

Jeg mener at det også følger et ansvar med å være forbruker i et av verdens rikeste land. Hver eneste nordmann bruker mer av jordas ressurser enn en forbruker fra et nesten hvilket som helst annet land. Jeg vil oppfordre oss alle til å være bevisste når vi kjøper ting, for eksempel ved å spørre om det finnes reservedeler om varen skulle gå i stykker. Kan vi reparere istedenfor å kaste? Spør om produktets etiske forhistorie – hvor, hvordan og hvem har produsert det? Ligger det barnearbeid bak? Har produksjonsmåten vært miljø-

forurensende? Jeg tror at dersom mange nok stiller slike spørsmål til leverandører, vil det bli en større bevissthet i markedet om at det ikke bare er pris vi som forbrukere er opptatt av.

INTERNASJONAL SATSING

Det er urovekkende å vite at det foregår en diskusjon innen EU om å gå over fra minimumsdirektiver til maksimumsdirektiver. Dersom det blir gjeldende, vil det bety at mange av de godene og sterke forbrukerrettighetene vi ha kjempet frem, ikke vil kunne gjelde lengre i den form og styrke de har i dag. Blant annet derfor har styret lagt inn i strategien at vi skal satse sterkere på å være aktive i den europeiske forbrukerorganisasjonen BEUC. Vi skal også fortsette å være medlem av den internasjonale forbrukerorganisasjonen CI. Her vil mange av slagene stå når det gjelder WTO-relaterte forbrukersaker, for eksempel bestemmelser for hva slags innhold det kan være i mat.

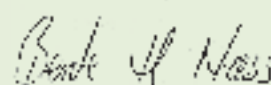
FÅ RETT NÅR DU HAR RETT

Å sørge for at vi har gode forbrukerrettigheter har vært og er selvfølgelig fremdeles en meget viktig del av den strategien styret har lagt for den neste fem-års perioden. Forbrukerrådet vil arbeide videre spesielt med rettighetsspørsmål og klageordninger for kjøp av private og offentlige tjenester. Hvorfor er det så stor forskjell på tilrettelagte klageordninger om vi betaler «over disk» eller om vi betaler til kommunen – etter mottatt faktura eller over skattedelen? Dersom du har rett på en tjeneste, skal du også få den retten i praksis, mener Forbrukerrådet. Får du den ikke, bør det være tilrettelagt en klageordning som er like god ved kjøp av tjenester som ved kjøp av et kjøleskap.

NY ORGANISERING OG ARBEID FOR EN BEDRE MARKEDSBALANSE

2004 var preget av omfordeling av arbeidsoppgaver for mange i Forbrukerrådet. Alle har bidratt på hver sin måte til den fremtidsrettede forbrukerorganisasjonen vi er blitt nå. Det var tøffe tak, men nå ser vi fremover og tar fatt på nye utfordringer som den nye strategien legger opp til. Det betyr mer fokus på påvirkningsarbeidet og flere ressurser til dyktiggjøringstiltak for oss forbrukere, slik at vi kan bli bedre i stand til å hjelpe oss selv. Trenger noen bistand utover det de får gjennom våre tilbud, skal Forbrukerrådet selvfølgelig fortsatt gi det.

Det blir mer og mer komplisert å være forbruker. Vi orker ofte ikke å sjekke alt mulig før vi bestemmer oss for noe. Mange vil heller ikke bruke så mye tid til å undersøke og sammenlikne priser. Vi drukner i tilbud om å bruke pengene våre på dette og hint. Vi trenger mer enn noen gang et sterkt og godt organisert Forbrukerråd som kan gjøre noe av dette for oss – slik at ikke hver og en av oss står alene mot de ressurssterke markedskreftene.



Bente Haukland Næss
Styreleder



DET HAR VÆRT **travelt og morsomt å være direktør i Forbrukerrådet i 2004** OGSÅ

Forbrukerrådet er antakelig ikke veldig forskjellig fra andre organisasjoner i norsk arbeidsliv:

Vi er opptatt av å levere mest og best mulig dagsaktuelt arbeid, samtidig som vi ønsker å forbedre oss og å tenke langsiktig.

Vårt grep i denne sammenhengen har vært at vi har tvunget oss selv til å sette av tid til forbedringsperspektivet og til langsiktighetsperspektivet, og ikke latt oss binde helt opp i dagsaktuelle saker. På sikt betaler denne tidsbruken seg, selv om det underveis har vært frustrerende å la dagsaktuelle saker ligge.

REGIONKONTORENE HAR FUNNET SIN ROLLE:

Vi startet driftsåret 2004 med en ny kontorstruktur i form av ti regionkontorer, noen av dem med en god blanding av gammel og ny kompetanse. Kontorene fikk tydeliggjort sin oppgavestruktur og konsentrerer sin virksomhet rundt:

- **Forbrukerveiledning** i form av telefonservice, besøk, saksbehandling osv.
- **Regionalt forbrukerfaglig arbeid** i form av generelt informasjonsarbeid, kontakt med regionale private og offentlige aktører som er viktige for forbrukerne, og identifisering av eventuelle spesielle forbrukerutfordringer i regionen.

I tillegg fikk kontorene i varierende omfang tildelt ansvar for faglig og politisk oppfølging av spesifiserte forbrukerutfordringer – **nasjonalt oppfølgingsansvar.**

Tydeliggjøring og endring av arbeidsoppgaver gir selvsagt frustrasjoner og uklarheter underveis, men trenden har vært klar gjennom hele året: Forbrukerrådets regionkontor har sakte, men sikkert bygget seg opp til å mestre oppgavene på en god måte. Kompetanse og arbeidsprosesser har utviklet seg slik at vi mot slutten av året åpenbart har fått solide forbrukerfaglige miljøer spredd ut over landet. For Forbrukerrådet som helhet betyr det at vi har en bredere plattform å stå på, vi har en større bredde i tilnærmingen til faglige utfordringer, og vi ser spirene til sunn faglig konkurranse om de mest spennende oppgavene.

Vårt neste utviklingstrinn i 2005 vil være ytterligere fordeling av nasjonalt fagansvar og etablering av arbeidsprosesser som nyttiggjør seg kompetansen, uavhengig av hvor den er geografisk lokalisert.

DEN SENTRALE DELEN AV ORGANISASJONEN UNDER LUPEN

Forbrukerrådet har tradisjonelt hatt ca. halvparten av ressursene sine knyttet til det sentrale «sekretariatet». Med regionkontorene godt etablert var det naturlig å se på oppgavestrukturer, arbeidsprosesser og internorganisering sentralt.

Forbrukerrådets sekretariat har gjennom mange år bygget opp en solid forbrukerfaglig kompetanse på viktige områder, og den

løpende «produksjonen» bar preg av god kvalitet. Med den plattformen kunne vi unne oss å bruke tid til systematisk og analytisk tilnærming til forbedringspotensialet. Alle ansatte både sentralt og regionalt fikk derfor en bestilling på å komme med forslag til forbedringer. Noen tilnærminger ble etter hvert sentrale:

- Bruk av kompetanse mer i bredden når vi står overfor komplekse samfunnsmessige utfordringer
- Mer behov for å ligge i forkant av hva samfunnet gir av utfordringer for forbrukerne
- Mer prosjektorientert arbeid på tvers i hele organisasjonen

Gjennom året ble diskusjonene spisset, og alternative måter å organisere virksomheten på ble skissert. Parallelt med dette gjennomførte styret sin strategiprosess og identifiserte de mer langsiktige utfordringene for Forbrukerrådet. Mot slutten av året ble derfor disse to prosessene samkjørt, slik at interne organisasjonsgrep også skulle bygge opp best mulig under de strategiske perspektivene. Et viktig element ble at «sekretariatet» måtte sortere oppgave sine i forhold til «**påvirkningsorganisasjonen**» og «**dyktiggjøringsorganisasjonen**».

Deretter ble det tatt beslutning om omorganisering av Forbrukerrådet sentralt med virkning fra 2005. De viktigste hovedpunktene er:

- Interne avdelinger og fagseksjoner tas vekk og erstattes med ett bredt fagmiljø hvor informasjonsarbeid integreres med andre faglige tilnærminger
- Ledelsesfunksjoner konsentreres og ressurser flyttes til faglig arbeid
- Forbindelsen mellom det som registreres av saker/episoder/henvendelser og det som blir langsiktig påvirkningsarbeid forsterkes
- Sterk satsing på nye arbeidsprosesser for hele organisasjonen
- Forbrukerrådets servicetelefon forsterkes ved at også den sentrale delen av organisasjonen bidrar.

Forbrukerrådets interne utviklingsarbeid skal føre frem til en organisasjon som er trimmet i forhold til å bidra best mulig inn mot kjernevirksomheten:

- Påvirkning av politikktutforming, myndighetsutøvelse, dømmende virksomhet og aktørene i markedet slik at de faktisk opptrer mer forbrukervennlig enn de ellers ville gjort.
- Dyktiggjøring av forbrukerne slik at de mestrer sin rolle som forbrukere best mulig.

OMGIVELSENE OPPFATNINGER OM FORBRUKERRÅDET

For en interesseorganisasjon er det vesentlig å leve i umiddelbar

kontakt med forbrukernes hverdag og virkelighet. Ved innføring av et nytt felles telefonsystem uten ventetid har denne kontaktflaten blitt forsterket. Vi har over 100.000 telefonhenvendelser i løpet av året.

Forbrukerrådet ønsket mer systematisk kunnskap om hva omgivelsene synes om organisasjonen og det vi presterer. Vi ønsket også oppdatert kunnskap om hvem som benytter seg av våre ulike tjenester. Driftsåret 2004 ble derfor preget av at vi bestilte mange undersøkelser og kartlegginger som kunne gi oss denne kunnskapen:

- undersøkelse om brukertilfredshet i servicetelefonen
- undersøkelse om hvem som leser Forbruker-rapporten og hva de synes om den
- undersøkelse om forbrukeres kontakt med Forbrukerrådet og bruk av forbrukerportalen.no
- undersøkelse om «Forbrukerrådets omgivelsesregnskap».

I tillegg ble Forbrukerrådet inkludert i MMIs alminnelige troverdighetsundersøkelse for offentlige etater og frivillige organisasjoner og havnet på en andreplass etter Forbrukerombudet. Det er en utrolig utfordrende og gledelig situasjon at befolkningen oppfatter to forbrukerorganisasjoner som de mest troverdige av alle. Det forplikter oss fremover, og gir forhåpentligvis også økt påvirkningskraft både for Forbrukerombudet og oss – til glede og nytte for forbrukerne. Ved utløpet av 2004 har Forbrukerrådet solid kunnskap om hvem som henvender seg og hva de synes om ulike deler av Forbrukerrådets virksomhet. Det gir godt grunnlag for systematisk å arbeide med skreddersøm av innsatsen vår. Hovedkonklusjonen er:

Forbrukerrådet er en «Good-guy»-organisasjon, hvor mange mener vi gjør en viktig og god jobb. Samtidig er det helt klart at mange ikke har god nok kjennskap til Forbrukerrådet og det vi driver med.

Som interesseorganisasjon kan vi ikke slå oss til ro med at vårt viktigste informasjonsverktøy «forbrukerportalen.no» ikke er mer i bruk i brede forbrukergrupper. Det er en hovedutfordring å nå ut til flere og å øke bruken av Forbrukerrådets tjenester. BLI KJENT-arbeidet vårt må forsterkes.

DET INTERNASJONALE ASPEKTET

Våre interne analyser viser klart at forbrukernes situasjon i økende omfang påvirkes av prosesser som foregår utenfor landets grenser. EU har en tydeliggjort ambisjon om å være en drivkraft i utviklingen av forbrukerpolitikken, og dette setter den forbrukerpolitiske dagsorden også i Norge. Dynamikken i WTO-arbeidet vil åpenbart også påvirke vår nasjonale forbrukerhverdag.

Dette må føre til endringer i Forbrukerrådets måte å arbeide på.

Særlig viktige arenaer vil være den europeiske forbrukerorganisasjonen BEUC og Consumer International. Vi har tradisjonelt hatt noen prosjekter i forhold til disse organisasjonene hvor vi har bidratt godt. Vi må øke omfanget og kvaliteten i dette arbeidet.

ALLIANSER OG SAMARBEID

Som påvirkningsorganisasjon må Forbrukerrådet arbeide sammen med andre aktører som faktisk påvirker forbrukernes hverdag i vesentlig grad. I løpet av driftsåret 2004 har Forbrukerrådet videreutviklet og formalisert samspillet med tilsynene. Den tidligere etablerte møtestrukturen har vist seg å være robust. Den har også gitt grunnlag for viktige samarbeidsprosjekter som for eksempel kartlegging av behov for sluttbrukerinformasjon sammen med Kredittilsynet. Samarbeidet fører også til at det enkelte tilsyn sterkere fokuserer på sitt eget ansvar for forbrukerinformasjon. NVEs store annonsebilag i høst om forbrukerinformasjon på strømmerketet er et godt eksempel på det. Påvirkning av Konkurransetilsynets fokus på forbrukerhensyn ved praktisering av konkurranseloven har også vært et sentralt tema.

NOEN VIKTIGE FORBRUKERSAKER I 2004

- **Tinglysningsgebyret** har vært en høyt prioritert sak for Forbrukerrådet. Vi har undersøkelser som klart viser at det er lite kundemobilitet i bankmarkedet. Et viktig element i dette er åpenbart kostnadene ved å flytte boliglån, dvs. dokumentavgift, tinglysningsgebyr, låneetableringsgebyr osv. Med et svært høyt tinglysningsgebyr svekkes konkurransen i bankmarkedet, og forbrukerne betaler en unødvendig høy pris for lån. Forbrukerrådet har fremmet ønsket om bortfall eller reduksjon av tinglysningsgebyret både overfor Regjeringen og Finanskomiteen i Stortinget, og vi har hatt sterk støtte fra viktig hold som Konkurransetilsynet og Finansnæringens Hovedorganisasjon, FNH. Hovedbudskapet i Regjeringens svar var at hensynet til finansiering av tiltak innen justissektoren måtte gå foran hensynet til forbrukerne og konkurransen i bankmarkedet. Forbrukerrådet har bare en karakteristikk av dette: På dette området fører Regjeringen en dårlig forbrukerpolitikk!
- **Påvirkning av partienes valgprogram**
Forbrukerrådet synes at det har vært lite fokus på den alminnelige forbrukerpolitikken og ønsker å få dette politikkområdet mer frem. Vi henvendte oss til alle partiene og presenterte vår bekymring og ambisjon, og tilbød oss å gjennomgå forbrukerpolitiske utfordringer ved partienes programmedarbeider. De fleste partiene responderte positivt og inviterte oss til møter. Om vi har oppnådd å påvirke, vil vise seg når partiene vedtar sine valgprogram. For Forbrukerrådet er neste fase vår egen forberedelse til valgkampen.

• Konkurransetsetting av jernbanedrift

Da Forbrukerrådet ble kjent med at samferdselsministeren ville konkurranseutsette driften av ulike jernbanestrekninger med Gjøvikbanen som første strekning, henvendte vi oss til ministeren og påpekte viktigheten av å tenke forbrukerrettigheter allerede ved utformingen av konkurransegrunnlaget. Vi tilbød departementet vår kompetanse på brukerorientering, og at en av våre medarbeidere kunne bidra direkte i arbeidet i departementet. Vi fikk ikke lov til å bidra med direkte bistand, men ble henvist til å fremme våre alminnelige synspunkter skriftlig.

• Kommunale utbyggingsavtaler


I forbindelse med to ulike lovforarbeider, har temaet om kommuners mulighet for å inngå utbyggingsavtaler kommet på den politiske dagsorden. Forbrukerrådet har vært svært skeptisk til tendensen til at kommuner skyver kostnadene til infrastruktur, skoler, barnehager osv. over på utbyggerne av boligområder, under press av at de ellers ikke får utbyggingstillatelse. Dette er kostnader som ellers ville bli finansiert over skatteseddelen, men som i en utbyggingsavtale fører til økte boligpriser. Forbrukere som huskjøpere skal ikke både bidra til alminnelig kommunefinansiering over skatteseddelen og samtidig betale direkte for selve tiltakene, når andre innbyggere i kommunen slipper. Vi forsøkte sterkt å bidra inn mot arbeidet i Kommunal- og regiondepartementet for å få lovfestet begrensninger i kommunenes adgang til å inngå omfattende utbyggingsavtaler. Vi var ikke fornøyd med det lovforslaget statsråd Erna Solberg sendte til Stortinget, og vil forfølge saken i stortingskomiteen.

DAGSAKTUELL OG FREMTIDSRETTE

En viktig utfordring er tydelig ved utgangen av driftsåret 2004: Det er grunnleggende viktig for interesseorganisasjonen Forbrukerrådet å ha et oppdatert bilde av samfunnet og samfunnsutviklingen og en løpende analytisk tilnærming til hvilke utfordringer som vil oppstå for forbrukerne. Klarer vi det, vil vi kunne ligge i forkant av utviklingen, samtidig som vi ved den løpende daglige kontakten med mange forbrukere også har fingeren på snøret i forhold til forbrukernes dagligliv her og nå. Det vil gi oss økt påvirkningskraft – og den skal vi bruke. Klarer vi det ikke, vil vi raskt miste påvirkningskraft fordi vi tilbyr gårsdagens virkemidler for morgendagens utfordringer.



Erik Lund-Isaksen
Direktør

A photograph of a man in a blue Peak jacket looking upwards in a modern building with a glass ceiling. The man is the central focus, looking towards the upper right. The background shows the structural elements of the glass ceiling and some greenery in the lower left corner. The overall tone is bright and modern.

GRØNNE PÅSTANDER: Åtte land var gjenstand for en større undersøkelse fra forbrukerorganisasjonen Consumers International (CI) med hensyn til «grønne påstander» om økologi og etikk på matvarene. Undersøkelsen viste at det er behov for lovgivning som kan gi klarere merking, for å kunne sette forbrukerne i stand til å skille mellom de merkene de kan stole på og produsentenes markedsføringstriks. Førstekonsulent **KOLBJØRN LILAND** i Forbrukerrådet stod for den norske delen av undersøkelsen.

påvirknings- organisasjonen

KRAV TIL OFFENTLIGE TJENESTER OG KONKURRANSEUTSETTING AV TJENESTER

Forbrukerrådet har videreutviklet sine krav til offentlige tjenester på kommuneområdet og vært i dialog med ulike fagmiljøer, for å teste ut synspunkter i skjæringspunktet mellom lokaldemokrati, offentlig myndighetsutøvelse og økende direkte tjenestebetaling. Forbrukerrådet har utarbeidet standardkrav til både prosess og kvalitet til bruk før det offentlige vurderer å konkurranseutsette tjenester. Kravene ble overlevert samferdselsminister Torhild Skogsholm i forbindelse med departementets arbeid med å konkurranseutsette Gjøvikbanen. Forbrukerrådet tilbød seg å delta i utarbeidingen av konkurransegrunnlaget for å sikre at forbrukerhensynene ble ivaretatt.

Forbrukerrådet har fulgt opp arbeidet med å klarlegge selvkostprinsippet innenfor kommunale tjenester, spesielt innenfor Vann- og avløpstjenestene (VA). Forbrukerrådet er medlem av en arbeidsgruppe, (underlagt Kommunal- og regionaldepartementet, KR D), som skal arbeide frem nye prinsipper for selvkost og finansiering av VA-området.

Sammen med Sosial- og Helsedirektoratet og en rekke pasientombud, har Forbrukerrådet laget et notat for å kartlegge de sentrale brukerpolitiske problemstillinger innen helseområdet. Dette arbeidet vil bli videreført i 2005. Som en del av arbeidet vil privatiseringsspørsmål og konkurranseutsetting på området bli fulgt opp.

Forbrukerrådet har inngått et samarbeid med Lyngen kommune med sikte på å «brukerrette» kommunen. Sammen skal man lage grunnlag for å kunne innføre et system for de kommunale tjenester som sikrer brukermedvirkning og gode klagemuligheter.

Forbrukerrådet har avgitt høringsuttalelse om forslag til ny barnehagelov. Forbrukerrådet ser det som helt nødvendig at den nye loven sikrer foreldrene (og barna), klare rettigheter når innholdet i tjenesten ikke er som man kan forvente. Dette følger etter Forbrukerrådets syn allerede av alminnelige kontraktsrettslige prinsipper. Det er imidlertid viktig for alle parter at disse rettighetene

klargjøres og kommer tydelig frem i en ny lov. Forbrukerrådet understreket videre behovet for klageordninger for brukerne av barnehagetjenester. Det er uholdbart at foreldre som er misfornøyd med innholdet i en barnehagetjeneste, ikke har noe alternativ til domstolsbehandling. Eksisterende klageordninger blant kommunale eller private barnehager er etter Forbrukerrådets syn svært varierende og mange steder ikke-eksisterende. Forbrukerrådet viste til at man innenfor privat sektor har gode klagemuligheter i en lang rekke bransjer.

Forbrukerrådet mener at barnehager uten lekeapparater har en alvorlig mangel, og at foreldrene med grunnlag i kontraktsrettslige prinsipper har krav på et betydelig prisavslag. Forbrukerrådet støttet foreldrene ved Marmorberget barnehage i Oslo i at barna deres ikke lenger har et fullverdig tilbud. I et brev til Oslo kommune gjorde Forbrukerrådet oppmerksom på at kommunen hadde plikt til å skaffe til veie nye, forskriftsmessige lekeapparater til barnehagen. Dessuten mente Forbrukerrådet at foreldrene hadde krav på et betydelig prisavslag, i størrelsesorden 30-50 prosent, for den tiden barna var uten disse aktivitetstilbudene. Kommunen sørget raskt for at nye lekeapparater kom på plass, men uten å innrømme at den var forpliktet til dette.

Forbrukerrådet har engasjert seg i debatten omkring kommunale utbyggingsavtaler. Forbrukerrådet er motstandere av at boligkjøperne skal dekke kommunenes kostnader ved utbygging av infrastruktur. Forbrukerrådet har i brev til statsråden i KR D, Erna Solberg, bedt om at dagens praksis strammes inn. Videre har vi i brev til kommunalkomiteen i Stortinget foreslått forbud mot utbyggingsavtaler som innebærer at boligbyggerne må dekke kommunenes utgifter til infrastruktur. Vi er derimot åpne for at slike kostnader må kunne forskutteres av utbyggerne, mot at de får pengene tilbakeført med renter.

ALLIANSEBYGGING SOM STRATEGISK VALG

Godt påvirkningsarbeid i forbrukervennlig retning, forutsetter for det første jevnlig og god kontakt med de organisasjonene som er i viktige posisjoner til å beslutte eller tilrettelegge innenfor en bransje eller et marked. I tillegg må det etableres god kommunikasjon og gjensidig respekt og forståelse for hverandres rolle.

Forbrukerrådet innledet driftsåret 2004 med å henvende seg til de mest relevante myndighetsorganisasjonene på de viktigste områdene, sett med forbrukerøyne. Forbrukerrådet hadde ambisjon om å etablere best mulig kontakt både på fagnivå og på toppledernivå. I forhold til Konkurransetilsynet førte det til en gjennomgang og modernisering av den tidligere inngåtte samarbeidsavtalen. Ny avtale er undertegnet, og det er gjennomført et større samarbeidsprosjekt om konkurranse i bilbransjen og bilverksteder. Kredittilsynet responderte også ved å etablere retningslinjer for samarbeidet med Forbrukerrådet, og det er etablert et prosjekt om sluttbrukerinformasjon i finansmarkedet. Forbrukerrådet og Post- og teletilsynet undertegnet også en samarbeidsavtale, og organisasjonene har jevnlig møter på fag- og ledernivå. Norges vassdrags- og energidirektorat (NVE) har også respondert på henvendelsen og etablert faste toppledermøter og invitert Forbrukerrådet som innleder på det årlige store bransje arrangementet «Energidagene».

Mattilsynet har vært – og er – under oppbygging og har valgt å reservere seg i forhold til faste møteformer, men det er omfattende faglig kontakt. Forbrukerrådet er representert i noen av Mattilsynets formelle organer. Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap er i stadig kontakt med regionkontoret i Skien, som er tildelt et kontaktansvar i forhold til direktoratet. Det er utarbeidet en analyse av felles faglige utfordringer for direktoratet og Forbrukerrådet.

Bransjeorganisasjoner er strategisk viktige påvirkningsobjekter for Forbrukerrådet. De to viktigste har vært Finansnæringens Hovedorganisasjon (FNH) og Energibedriftenes Landsforbund (EBL). Med begge disse organisasjonene er det etablert jevnlig og god topplederkontakt og faglig samarbeid. I tillegg har Forbrukerrådet hatt topplederkontakt med Statnett, i tillegg til at vi er representert i organisasjonens brukerråd.

På boligfeltet har Forbrukerrådet etablert god kontakt med Norges Eiendomsmeglerforbund. I tillegg har Forbrukerrådet gått inn i Kommunal- og regionaldepartementets satsing på reduserte byggekostnader sammen med en rekke bransje- og næringsaktører. Det nasjonale ansvaret for boligfeltet er lagt til regionkontoret i Trondheim. Dette nasjonale prosjektsamarbeidet gir de nødvendige faglige kontaktflatene på området.

BEDRE TVISTELØSNINGSSYSTEM

Forbrukerrådet har i samarbeid med private parkeringsselskaper etablert og startet driften av en parkeringsklagenemnd. Bakgrunnen er stor økning i antallet henvendelser på dette området.

Forbrukerrådet mottok i 2003 - 2004 hele 1.440 henvendelser fra bilister som har fått bøter de mener er feil. Parkeringsklagenemnda skal avgjøre om parkeringsselskapet var i sin rett til å gi bilisten kontrollavgift. Forbrukerombudet har utarbeidet en standardavtale og også retningslinjer som danner det rettslige grunnlaget for behandlingen av tvistene.

Forbrukerrådet har videre medvirket til å etablere en felles klagenemnd for eiendomsmeglertjenester som skal omfatte det meste av det som blir omsatt av boliger i dagens marked, inklusive boliger som omsettes via advokater. Den nye nemnda representerer en betydelig utvidelse av den tidligere klagenemnda som bare gjaldt medlemmer av Norges Eiendomsmeglerforbund. Den nye nemnda trådte i kraft fra 01.01.05.

For Forbrukerrådet er det en prioritert oppgave å bidra til at den enkelte forbruker ikke bare har rett, men at han eller hun også får rett. Vi ser det som viktig å sikre forbrukere en rask, rimelig og nøytral løsning av tvister med næringsdrivende. Dette tilsier at man både må sikre forbrukere rimeligere tilgang til domstolene når dette er nødvendig, samt å bygge ut det alternative tvisteløsnings-systemet. Forbrukerrådet har deltatt i debatten om rettsikkerhet og dyre advokatsalærer. Forbrukerrådet foreslår konkret at gruppesøksmål og småkravsprosess innføres i samsvar med Tvistemålsutvalgets forslag, og at konkurransen i advokatmarkedet styrkes, slik Konkurranselovutvalget har tatt til orde for.

Videre har vi bedt Barne- og familiedepartementet foreta en evaluering av det eksisterende tvisteløsnings-systemet, for å gi grunnlag for å vurdere behovet for endringer i blant annet FTU-loven.

BÆREKRAFTIG UTVIKLING

Forbrukerrådet har i utarbeidingen av nytt strategisk fundament identifisert bærekraftsperspektiver som et av de viktige elementene i Forbrukerrådets virksomhet. Målet er å integrere bærekraftsperspektivet i all virksomhet Forbrukerrådet er opptatt av. Etisk og bærekraftig forhistorie blir i fremtiden et viktig element.

Forbrukerrådet innklager fortsatt aktører for villedende miljømarkedsføring av produkter i tropisk tre sammen med Regnskogsfondet og de andre organisasjonene i Tømmerkampanjen. Flere av våre regionkontor deltok også aktivt i årets byggevareundersøkelse, som avdekket at hvert tredje norske byggevareutsalg fortsatt fører et bredt utvalg av tømmer fra uforsvarlig hogst i regnskogen.

Forbrukerrådet har oppfordret produsenter, importører og forhandlere av klær, maling og kosmetikk til å bruke de offisielle miljømerkene Svanen og Blomsten. Gjennom miljømerking får forbrukere som ønsker å ta hensyn til miljøet og blant annet unngå helse- og miljøfarlige kjemikalier, enkel og troverdig informasjon som gjør det mulig å ta et bevisst valg i kjøpsøyeblikket. Vi har også vært i dialog med forbrukerminister Laila Dãvøy om hvordan vi kan gjøre det lettere å forbruke mer etisk og bærekraftig.

Forbrukerrådet har videre deltatt i et internasjonalt prosjekt i regi av Consumers International, der vi var én av åtte nasjonale forbrukerorganisasjoner som undersøkte bruken av positiv miljøargumentasjon i markedsføringen av matvarer, «Green food claims». Undersøkelsen førte til at vi innklaget flere produkter for villedende markedsføring. Prosjektet synliggjorde også behov for bedre standarder for bruk av merker internasjonalt.

MAT OG REDELIGHET

I forbindelse med Mattilsynets etablering, stilte Forbrukerrådet en rekke krav om åpenhet i matforvaltningen. I den forbindelse overleverte Forbrukerrådet sju krav til det nye Mattilsynet. Kravene

er viktige for å få synliggjort forventninger til forbrukerretting av det nye tilsynet. Forbrukerrådet har gjennom deltakelsen i Bioteknologinemnda bidratt til å sette fokus på problemstillinger knyttet til Genmodifiserte organismer (GMO).

De matpolitiske forbrukerpanelene møtte representanter fra ledelsen i det nye Mattilsynet til en dialogkonferanse – viktigste innspill var bedre synliggjøring av tilsynets arbeid, åpenhet («stoppe verstingene»), bedre merking og informasjon og involvering av forbrukere («Matråd» i hver kommune). Høstens «panelrunde» har tatt for seg spørsmål om mat og helse - hvordan spise sunnere? Ungdom fra tre videregående skoler i Oslo/Akershus er blitt spurt om det samme. Rapport kommer i mars 2005.

KLAGENEMNDER 2004

Bransjemessige klagenemnder er en viktig påvirkningsarena som Forbrukerrådet bruker aktivt. Slike bransjenemnder er også ideologisk viktig for Forbrukerrådet, fordi de representerer næringsaktørens egen finansiering av klageordninger. I Forbrukerrådets strategi for 2005 til 2010 blir det poengtert at det er viktig for Forbrukerrådet å bidra til at det etableres flere klagenemnder.

Klagenemndene representerer et enkelt og billig tvisteløsnings-system med en rekke ulike bransjer – til beste for den enkelte forbruker og bransjen. Nyopprettet nemnd i 2004 var Parkeringsklagenemnda.

Totalt 2.059 saker er registrert behandlet i nemndene i 2004 mot 1.951 saker i 2003. Forbrukerrådet samarbeidet med følgende klagenemnder i 2004:

	BEHANDLET I NEMNDA	BEHANDLET I SEKRETARIATET	MEDHOLD
Forsikringskadenemnda (person og skade)	498		64% i reisesakene og 36 % i ulykke
Avkortingsnemnda	70		39
Parkeringsklagenemnda	99 (802 innkomne)		28
Bankklagenemnda	174 (808 innkomne)	634 behandlet eller henlagt	165
Klagenemnda for eiendomsmegler tjenester	211		25
Klagenemnda for takstmenn	26		4 helt, og delvis i 6
Klagenemnda for fotografarbeider	0		
Klagenemnda for selskapsreiser	167		51 helt eller delvis
Klagenemnda for rutefly	29		11
Teleklagenemnda	331	717	Nemnd: medhold 13, delvis medhold 28 Sekretariat: 489 løst i minnelighet
Boligtvistnemnda	30		2 helt, og delvis i 23
Hvitevarenemnda	3		1
Klagenemnda for gravferdstjenester	4		1
Advokatbevillingsnemnda	65		
Disiplinærnemnda	171		
Inkassoklagenemnda	25		9 medhold, og delvis i 1
Elklagenemnda	74		16 medhold, og delvis i 11
Klagenemnda for miljøinformasjon (ny i 2004)	0		
Teletorgrådet	102		44



ADVARSEL MOT TIMESHARE:

Forbrukerrådet advarte på forsommeren mot å handle timeshare eller liknende på impuls på feriestedet. Farene lurer både på strender og i restauranter. Folderen finnes nå i velkomstkvoluttene fra reiseselskapene og i informasjonsmapper på hotellene i Spania og på Kanariøyene.

JURISTENE KRISTINE KVAME, PÅL HARALD ASKNES og ELISE MARIE KORSVIK i Forbrukerrådet Hedmark, Oppland, Romerike arbeider med feriereiser og passasjerrettigheter.

Andre viktige saker

NY KONKURRANSELOV

Ny konkurranselov trådte i kraft 1. mai 2004. Loven harmoniseres i stor grad med EU's konkurranserett. Fra et forbrukersynspunkt er det en meget god og viktig nyhet at formålsbestemmelsen sier at det ved anvendelsen av loven skal tas særlig hensyn til forbrukernes interesser. Den nye bestemmelsen innebærer at konkurransemyndighetene får utvidet sin rett og plikt til å vektlegge forbrukerhensyn. Videre innebærer den at man forlater det tidligere

prinsippet om at konkurransepolitikken skal være «fordelingsmessig nøytral», dvs. at det er irrelevant i en konkurransepolitisk vurdering om gevinstene ved konkurranse kommer tilbudssiden til gode i form av høyere avanser, eller om den kommer forbrukerne (og andre etterspørrere) til gode i form av lavere priser og/eller bedre produkter. Betydningen av den nye formålsbestemmelsen har vært gjenstand for debatt. Både nøytrale eksperter og konkurransemyndighetene anser at den nye bestemmelsen leder til en mer restriktiv fusjonspolitik.

FORSIKRINGSNEKT

Mange forsikringsselskap har begynt å nekte å tegne forsikring for personer med betalingsanmerkninger. Dette begrunnes med at betalingsanmerkning indikerer økt risiko for skade. Forbrukerrådet mener at slike kontraheringsnektelser er svært alvorlige for dem som rammes. Også fra et samfunnsperspektiv må det anses alvorlig, dersom relativt store grupper står uten nødvendige forsikringer. Derfor har Forbrukerrådet vært i dialog med Finansnæringens Hovedorganisasjon og enkelte forsikringsselskap med sikte på å få stoppet

eller redusert den nye praksisen. Forbrukerrådet har varslet at det kan bli nødvendig å kreve lovgivning som sikrer den enkelte rett til å tegne viktige forsikringer (kontraheringsplikt), dersom næringen ikke selv forvalter den skjønsmessige frihet som ligger i dagens regelverk, på en måte som tjener forbrukerne. Forbrukerrådet mener for øvrig at den nye praksisen er i strid med personopplysningsloven og har fått støtte fra Datatilsynet. Forsikringsselskapene har klaget saken inn for Personvernemnda og svar ventes i 2005.

FORBUD MOT SVARTEBØRSHANDEL AV BILLETTER

Forbrukerrådet har i en årrekke kjempet for å få innført et forbud mot organisert svartebørshandel av billetter. Denne virksomheten er uheldig, fordi den fører til betydelig høyere priser for forbrukerkollektivet. Problemet kan, etter Forbrukerrådets syn, ikke løses på andre måter enn ved et forbud. Stortinget har bedt regjeringen vurdere ulike tiltak mot svartebørshandelen, herunder et lovforbud. Det ble nedsatt en interdepartemental arbeidsgruppe. Forbrukerrådet anmodet på det sterkeste arbeidsgruppen om å foreslå et forbud mot svartebørssalg av billetter. Arbeidsgruppens flertall gikk i sin innstilling inn for et forbud i tråd med dette. Saken behandles videre av Kultur- og kirke departementet.

STRØMAVtaler

Arbeidsgruppen som har vurdert «Lovregulering av strømvavtaler sluttet med forbrukere - NOU 2004:4» la frem sin innstilling for justisminister Odd Einar Dørum i februar. Gruppen skulle vurdere behovet for å innføre et kjøpsrettslig vern for strømkunder. Styrket rett til erstatning når strømmen gjør skade og kompensasjon for forbrukerne etter lengre strømbrydd, er blant forslagene fra arbeidsgruppen. Gruppens utredning var preget av uenighet på en lang rekke punkter. Medlemmene fra Barne- og familiedepartementet, Forbrukerombudet og Forbrukerrådet var på de fleste punkter av betydning uenige med medlemmene fra Energibedriftenes Landsforbund, Olje- og energidepartementet (OED) og NVE om hvilke bestemmelser som burde innføres for å ivareta hensynet til strømkundene.

SELVKOSTPRINSIPPET

Forbrukerrådet mener at grove brudd på

prinsippet om selvkost koster innbyggerne millioner ekstra i kommunale gebyrer. Forbrukerrådet mener videre at kommunerevisjonen må pålegges å kontrollere at kommunale avgifter blir fastsatt riktig. I en høringsuttalelse til en forskrift om revisjon av kommuner og fylkeskommuner, pekte Forbrukerrådet på overtrampene. For eksempel har Notodden kommune tatt inn om lag 8 millioner kroner for mye i vann- og kloakkavgifter de siste ti årene, mener Forbrukerrådet.

TIDSPART/TIMESHARE

Forbrukerrådet har i alle år advart mot å handle tidspart/timeshare eller liknende på impuls. I en brosjyre minnet Forbrukerrådet på forsommeren om fellene som venter på strender i og i restauranter. Folderen fra Forbrukerrådet finnes nå i velkomstkonvoluttene fra reiseselskapene og i informasjonsmapper på hotellene i Spania og på Kanariøyene. Folderen distribueres av turoperatører som er medlem av Norsk Reiselivsforum (NRF). Den er laget i samarbeid med Barne- og familiedepartementet og Clearing House/Norge.

TINGLYSNINGSGEBYRET

Tinglysningsgebyret koster nå lånekundene minst en milliard i året. Forbrukerrådet ba, i et brev, statsministeren fjerne den omstridte avgiften, fordi dette gebyret er samfunnsøkonomisk uheldig fordi det kan hindre konkurranse i låne markedet. Forbrukerrådet mener det høye tinglysningsgebyret er svært dårlig forbrukerpolitikk, og ba Regjeringen vurdere å fjerne denne avgiften i statsbudsjettet for 2005.

PERSONLIG ØKONOMISK RÅDGIVNING

Forbrukerrådet har lenge arbeidet for strengere retningslinjer innenfor personlig økonomisk rådgivning. Selgeren i banken markedsføres som «rådgiver», noe som kan gi inntrykk av nøytralitet i forhold til økonomiske råd overfor forbruker. Selv om finansnæringen har tatt prisverdige initiativ til interne retningslinjer, gjenstår det mye arbeid på dette området. Blant annet har Forbrukerrådet fortsatt det internasjonale samarbeidet med utarbeidelse av en ISO-standard for personlig økonomisk rådgivning, der både utdannelse, erfaring og etiske prinsipper er viktige elementer for å kunne bli sertifisert som økonomisk rådgiver. I et samfunn der flere forhold i forbindelse med den privatøkonomiske

situasjon i fremtiden blir overlatt til individet, er det viktig å ha klare retningslinjer på dette området. Dette gjør seg gjeldende ikke minst innenfor individuell pensjonsparing.

REKLAMASJONSFRIST PÅ MOBILTELEFON


Forbrukertvistutvalget har slått fast i to vedtak at forbrukere kan klage på mobiltelefonene innen fem år etter at de er kjøpt. Vi kan også klage på utenlandske produsenter etter norsk forbrukerkjøpslov. Begge sakene gjaldt klage på feil ved en Nokia mobiltelefon, og i begge sakene krevde klager at kjøpet skulle heves og at klager skulle få pengene igjen. Nokia har ikke anket dommen, og den er dermed rettskraftig. Forbrukerrådet vil arbeide videre for å få Nokia til å etterleve dommen i FTU.

BYTTE AV FORSIKRING

Forbrukerrådet har lenge tatt til orde for at kundene må kunne bytte forsikringsselskap, uten å måtte betale høye gebyrer utenom hovedforfall. Etter den nåværende loven kan forsikringen bare sies opp før utløpet av forsikringstiden, dersom behovet for forsikring er falt bort, eller det foreligger andre særlig grunner. I en proposisjon til Stortinget foreslås det nå blant annet endringer i forsikringsavtalelovens regler om skadeforsikring og ulykkes- og sykeforsikring. Kundene skal kunne si opp forsikringen utenom forfall for å flytte den til et annet selskap, og det skal skje uten at de må betale gebyrer. Forbrukerrådet er fornøyd med forslagene, som er i samsvar med våre innspill i høringsrunden.

LEGEMIDLER

Et viktig prinsipp for Forbrukerrådet er å ha spesiell fokus på markeder som er i endring. I 2004 satte vi fokus på legemiddelmarkedet. Forbrukerrådet foretok en stikkprøveundersøkelse av priser på respektfrie legemidler og publiserte resultatene i en rapport. Rapporten fulgte opp en tilsvarende rapport fra Forbrukerrådet i 2003, foretatt før reseptfrie legemidler var tilgjengelige utenfor apotek. Hovedkonklusjonen var at det ikke var en generell nedgang i prisnivået på reseptfrie legemidler fra 2003 til 2004. I den grad det har vært effektiviseringsgevinster, har disse ikke kommet kundene fullt ut til gode.



FORBRUKERINFO: Folk kan få hjelp på biblioteket eller hos et servicekontor når de står fast etter kjøp av en vare eller en tjeneste. Et prøveprosjekt med 23 deltakende bibliotek og kommunale servicekontor ble gjennomført høsten 2004. Det arbeides med å føre ordningen videre.

HALGEIR JANSEN er senior-konsulent i Forbrukerrådet Hedmark, Oppland, Romerike.

kommunikasjon

som en integrert del AV DET

FORBRUKERPOLITISKE ARBEIDET

Kommunikasjon er for Forbrukerrådet et vesentlig virkemiddel for å oppnå påvirkning, og kommunikasjon direkte til forbruker er særs viktig for å oppnå dyktiggjøring og mestring av forbrukerrollen. I tillegg vil Forbrukerrådet også ha en rolle som «underleverandør» til andre informasjonsaktører. Dette henger sammen med at Forbrukerrådet ikke vil ha ressurser eller fagkompetanse til å informere på alle områder som er viktige for forbrukerne. Dermed blir det viktig å få andre – spesielt myndigheter med et tilsynsansvar – til å informere med et sluttbrukerperspektiv på sitt område. Forbrukerrådets strategiske samarbeid med tilsyn er sentral for denne tenkningen. Kommunikasjon for Forbrukerrådet har ulike funksjoner:

DIREKTE AKTØRPÅVIRKNING

Det er viktig å identifisere aktørene i markedet og påvirkningspotensialet på ulike fagområder, og så velge riktig kommunikasjonsmetode og arena for å oppnå best mulig resultat. Budskapet må tilpasses den riktige målgruppen og dens forutsetninger enten det er politikere, næringsliv eller forbrukere.

INDIREKTE PÅVIRKNING

Det er viktig for Forbrukerrådet å være bredt til stede i media der media selv tar kontakt, det vil si der Forbrukerrådet blir en mer kommenterende organisasjon enn

en agerende. I en del saker vil også store organisasjoner være alliansepartnere eller samarbeidspartnere, som et virkemiddel i det indirekte påvirkningsarbeidet.

EGENPRODUSERT INFORMASJON, DET VIL SI DER FORBRUKERRÅDET ER «KILDEN»

Forbrukerrådet er ofte «kilden» for informasjon, i den forstand at organisasjonen selv produserer mye faktainformasjon. Den skal være lett tilgjengelig for forbrukerne og andre målgrupper når de trenger den. Denne informasjonen må tilpasses de ulike målgruppene for eksempel barn og unge, voksne enkeltforbrukere, myndigheter og liknende. Informasjonen skal være tilgjengelig via de ulike virkemidlene Forbrukerrådet har til rådighet.

Det vil også være viktig for Forbrukerrådet å være «førstekilde» for andre informatører i markedet. Forbrukerrådet skal ikke satse der andre allerede er eller kan være bedre. Det vil ikke være optimal ressursutnyttelse.

VIRKEMIDLER

Forbrukerrådet har mange ulike virkemidler for å nå frem med informasjon til ulike målgrupper. De viktigste er:

- Forbruker-rapporten
- forbrukerportalen.no
- Forbrukerinfo
- Media

BANK OG FINANS: Det må bli lettere for forbrukerne å orientere seg i bank- og finansmarkedet. Sammen med bl.a. Kredittilsynet har Forbrukerrådet laget forslag for å forbedre informasjonstilbudet. Et sentralt tiltak kan være å etablere en uavhengig internettportal. Økonomisk rådgiver **LASSE BILLINGTON** var Forbrukerrådets representant i dette arbeidet i 2004.



STYRKE informasjonsformidlingene til forbrukerne

Hjelp til selvhjelp er et av Forbrukerrådet viktigste satsingsområder, og det er derfor viktig at antall besøk på forbrukerportalen.no øker. Klageveilederen Klikk & Klag på forbruker-portalen.no ble i 2004 utvidet til også å omfatte boligspørsmål. Klageveilederen inneholder nå i overkant av 150 klagebrev innenfor Forbrukerrådets største klageområder. Hjelpen er utkast til klagebrev som er kvalitetssikret av Forbrukerrådet, og som er tilgjengelige 24 timer i døgnet, 365 dager i året.

Forbrukerportalen har hatt en god besøksutvikling, og hadde gjennomsnittlig 64.000 unike brukere i måneden i 2004. For å nå ut til enda flere forbrukere etablerte Forbrukerrådet i 2004 et system som tilbyr oppdatert informasjon ved hjelp av rss. RSS-teknologien gjør det mulig å presentere innhold fra forbrukerportalen på eksterne nettsted/publikasjoner i det øyeblikk det blir publisert.

Forbrukerrådet har som mål å få strategiske samarbeidspartnere til å informere forbrukerne på en forståelig måte, og få dem til å lenke seg opp til forbrukerportalen.no. Alle våre viktigste samarbeidspartnere har nå gjort det.

Forbrukerrådet har sammen med Kredittilsynet og Forbrukerombudet utarbeidet en rekke forslag til hvordan informasjonstilbudet til privatkunder i finansmarkedet kan bli bedre. Et sentralt tiltak er å etablere en uavhengig Internett-basert portal for finanssektoren. Forbrukerrådet ønsker å gjøre det lettere for forbrukerne å orientere seg i bank- og finansmarkedet. I 2004 ble det utarbeidet en forprosjektrapport som klart konkluderte med behov for mer forståelig informasjon. I 2005 skal Forbrukerrådet lede en arbeidsgruppe som skal utrede etablering av en informasjonsportal på internett for finanssektoren.

Forbruker-rapporten er et viktig forbrukerpolitisk virkemiddel for Forbrukerrådet. Forbrukerrådet satser videre på Forbruker-rapporten som landets ledende forbrukertidsskrift, og har lagt enda mer fokus

på nyttestoff og tester. I 2004 stoppet for første gang på mange år nedgangen i abonnementstallet. Det er blant annet gjennomført en oppgradering av presentasjonen av Forbruker-rapportens tester på nett. Den store endringen vil gjøre Forbruker-rapportens omfattende tester enda mer tilgjengelig for publikum.

I 2004 fortsatte samarbeidet med Barne- og familiedepartementet (BFD), og handlingsplanen for barn og unge ble fulgt opp. Blant annet er det arbeidet aktivt overfor lærerutdanningen for å styrke forbrukerkunnskapen på alle nivå i skolen. Særlig har man fokusert på reklame og kommersielt press rettet mot barn og unge. Målet er å skape bevissthet rundt hvilke rettigheter de har som forbrukere.

FORBRUKERINFO FOR Å BEDRE FØRSTELINJETJENESTEN TIL PUBLIKUM

Forbrukerrådets første ide om utplassering av fysiske pc-stasjoner på bibliotek, offentlige servicekontor og kjøpesentra ble forlatt, fordi det viste seg at en pc ikke var tilstrekkelig. Det var også nødvendig med bistand og litt veiledning. Forbrukerrådet valgte å opprette prosjektet «Forbruker-info», hvor informasjonsspredningen og hjelp til selvhjelp skjer via etatenes eget utstyr, mens Forbrukerrådet har stått som innholdsleverandør og hatt opplæringsansvar.

Forbrukerinfo betyr at forbrukerne kan få hjelp til å løse sine vanligste problemer knyttet til kjøp av varer og tjenester på bibliotek eller kommunale servicekontor. Dermed får Forbrukerrådet en større kontaktflate mot publikum, og forbrukere som ikke mestrer internett kan få hjelp på biblioteket og servicekontoret der de er for å søke informasjon. Et prøveprosjekt med 23 deltagende bibliotek og kommunale servicekontor ble gjennomført høsten 2004. Evalueringen av dette prosjektet viser at det er stort potensial i ordningen, og Forbrukerrådet arbeider med å gjøre ordningen permanent i 2005.

skole og utdanning

Forbrukerrådet arbeider for å styrke forbrukerkunnskapen blant barn og unge. Målet er å utdanne selvstendige, bevisste og kunnskapsrike forbrukere. Forbrukerlære er emneområder på tvers av fag som tar for seg kunnskaper, ferdigheter og holdninger knyttet til det å være forbruker i dag. Forbrukerrådet har også i 2004, med støtte fra BFD, gjennomført mange ulike prosjekter.

KOMMERSIELT PRESS MOT BARN OG UNGE

Barn og unges oppvekstmiljø er preget av økt kommersialisering, og dette bidrar til at de i økende grad er målgruppe for kommersielle budskap. Gjennomføring av BFDs tiltaksplan «Nei til kommersielt press mot barn og unge» har stått sentralt i arbeidet i 2004. Forbrukerrådet har arbeidet med å redusere det kommersielle presset på barn og unge ved bevisstgjøring gjennom kunnskap og holdningsskapende arbeid i skolen, fagdager for lærerstudenter og etterutdanningskurs for lærere.

I samarbeid med høgskolene med lærerutdanning og fylkesmannens utdanningsavdelinger ble det i 2004 arrangert 14 etterutdanningsdager med tema «kommersielt press» i ni fylker. Kursdagene ble gjennomført i samarbeid og med faglige bidrag fra Forbrukerombudet, Nettstedet TENK på Skolenettet og Framtiden i våre hender.

KONFERANSER

Høgskoler med lærerutdanning er Forbrukerrådets viktigste alliansepartnere i arbeidet for å styrke forbrukerkunnskapen. En dagskonferanse for lærerutdannere fra hele landet ble gjennomført som et ledd i denne virksomheten. Temaet var «Forbrukeren som aktiv medborger».

ULIKE INFORMASJONSKANALER

Gjennom et Infonett blir høgskoleansatte og andre interesserte informert via e-post om nyheter og tips vedrørende forbrukerlære. På Skolenettet og forbrukerportalen, no finnes læringsressurser og ideer for lærere, nyhetsbrev og lenkesamlinger.

Videre støtter dette opp om utviklingen både i bruk av IKT i skolen og i det forbrukerarbeidet som gjøres i andre nordiske land mot barn og unge. SkoleMagasinet presenterer relevant fagstoff for forbrukerlære i samtlige av magasinet's 6 årlige nummer. Målgruppen er lærere i grunnskolen og videregående skole.

NYE LÆREPLANER I SKOLEN

I forbindelse med skolemeldingen «Kultur for læring» var vårt hovedbudskap gjennom høringsuttalelse og i møte med Kirke-, utdannings- og forskningskomiteen at det er nødvendig å styrke forbrukertemaene i sentrale fag. Det er et viktig mål for Forbrukerrådet at de unge får kompetanse i personlig økonomi og forbrukerrettigheter.

SAMARBEID OVER GRENSENE

Innenfor rammen av det nordiske samarbeidet under Nordisk Ministerråd har Forbrukerrådet vært engasjert i flere prosjekter, blant annet utvikling av en nordisk matportal for ungdomsskolen, et internettbasert undervisningsopplegg om sikker shopping og temaet ungdom identitet og forbruk.

Det har videre vært arbeidet med oppfølging av det baltiske samarbeidet om læreplanutvikling i de baltiske land. Forbrukerrådet deltar også i to EU prosjekter om «Consumer citizenship». Prosjektene ledes av Høgskolen i Hedmark og består av et nettverk av forbrukerorganisasjoner, universiteter og høgskoler med lærerutdanning med formål å utvikle pensum, metoder, forskning, litteratur og læringsressurser for forbrukerundervisning.

Forbrukerrådet er partner i det europeiske prosjektet Yomag.net, et online magasin for ungdom, der det skrives om tema som klær, fritid, mat, musikk, media, penger, reklame m.m. i et bærekraftig perspektiv. Vi har også forberedt en norsk utgivelse av heftet YouthXchange, beregnet på ungdom, innenfor samme tema.

SKAPER OPPSTYR: Sakene i Forbruker-rapporten skaper av og til oppstyr: I fjor ble en barnevogn forbudt solgt etter en test i bladet. Men redaksjonens håp er at stoffet oppleves som nyttig over lengre tid, enten det er nyheter, tester eller informasjon om rettigheter.

HENRIK EBNE (foran) og **GEIR RØED** er journalister i Forbruker-rapporten.



forbruker- RAPPORTEN

Forbruker-rapporten har samme målsetting som Forbrukerrådet: å bedre forbrukernes stilling. Dette oppnår vi gjennom å sette forbrukerspørsmål på dagsorden og ved å dyktiggjøre forbrukerne gjennom informasjon, råd og veiledning.

Forbruker-rapporten er et fritt og uavhengig, ikke-kommersielt og reklamefritt forbrukerblad, som ved hjelp av landets mest seriøse forbrukerjournalistikk forsøker å bidra til å skape nødvendig likevekt i markedet mellom produsenter og forbrukere. Ved utgangen av 2004 hadde bladet over 41.000 abonnenter. Det er en vekst på rundt 2.000 fra året før. Dette er første gang opplaget vokser siden 1977.

Forbruker-rapporten fortsetter den tradisjonelle strategi på innholdssiden. Høy kvalitet på stoffet i bladet, flere tester og større gjennomslagskraft på nettet. Forbruker-rapporten ønsker også mest mulig publisitet om både tester og nyheter, og har et stort gjennomslag i den øvrige presse. Artikler og nettsaker fører som vanlig til en rekke store presseoppslag både i riksdekkende og regionale medier.

Som ledd i mer systematisk arbeid for å spre innholdet til flere lesere, har Forbruker-rapporten i 2004 hatt en leveringsavtale for tester til Dagbladet. De fleste testene har stått i Dagbladets søndagsmagasin. Dette har vært positivt. Så positivt at vi har fått stor interesse fra andre medier om det samme tilbudet. Vi vil derfor i 2005 spre stoffet bredere i sekundærpubliseringen.

Vi regner med at bladet leses av minst 120.000 mennesker hver måned, og vi regner med at forbrukerportalen.no besøkes av omtrent det samme antallet i samme tidsrom. Forbrukerportalen.no fortsetter sin formidable vekst, og er en meget viktig tilleggskanal for nyheter og tester fra

redaksjonen. Testene viser seg så viktige på portalen at det utvikles en ny og meget avansert presentasjonsform for dem på forbrukerportalen.no

HVEM ER LESERNE AV FORBRUKER-RAPPORTEN?

Styret i Forbrukerrådet har i sine strategidiskusjoner vurdert bladets rolle i organisasjonen, og har besluttet å satse på bladet også i kommende strategiperiode som strekker seg til 2010.

Som ledd i styrets beslutningsgrunnlag ble det bestilt en leserundersøkelse blant Forbruker-rapportens abonnenter og blant dem som nylig har sagt opp bladet. Resultatene viste at det er de man kan kalle den forbrukerinteresserte elite som er abonnenter. De er flere menn enn kvinner, de er mellom 40 og 70 år, de har høyere utdanning enn folk flest og tjener mer enn folk flest, de har arbeid og de har tilgang på internett. Men de fortrekker å lese Forbruker-rapporten på papir.

Undersøkelsen viste også at abonnentene våre er svært trofaste. De har holdt bladet gjennomsnittlig i 15 år. Mange av dem som har sagt opp har vært trofaste i ni år. De er ellers svært fornøyd med innholdet i bladet og de liker testene aller best, dernest nyttestoff og rettighetsinformasjon. Det vi kaller case, eller artikler med enkeltteksempler, faller dårligst i smak, men ikke særlig dårlig.

TEMA SOM FORLENGER VARIGHET

Innholdsmessig har redaksjonen fortsatt med temasatsingen. Vårt håp er at forbrukerne kan finne stoff som oppleves nyttig over lengre tid. Temaene har bestått av både nyheter, tester og rettighetsinformasjon, og vi forsøker å belyse flere aspekter ved de sakene som tas opp. Biler, dagligvarer,

telefoni, kontrakter, netthandel er tema som er berørt. Også sesongbetonte tema som julegaver og reiser er dekket. Selv om abonnementsmassen vår må sies å være godt voksen, glemmer vi ikke ungdommen. Vi tester stadig mobiltelefoner og annen elektronikk som også appellerer til ungdom.

Som vanlig skapte flere av sakene oppstyr. I mars ble en barnevogn forbudt solgt etter vår test. Advokater er ivrige brevskrivere til redaktøren. Det meste løser seg fordi vi er meget etterrettelige i vårt arbeid. Men av og til er konflikten for dyp. Året 2004 endte med en stevning for testen av soveposer i nummer fem.

Stort gjennomslag fikk Forbruker-rapportens test av gullsmeder. Her la gullsmedbransjen seg flat øyeblikkelig og innrømmet at takseringsystemet deres er alt for dårlig og preget av stor tilfeldighet. En prisundersøkelse i samme test følges nå opp av Konkurransetilsynet.

TESTER OG UNDERSØKELSER

Gullsmedtesten er også en del av vår nye testsatsing – tjenestetester. Dette satte vi for alvor i gang i 2004. De fleste resultatene blir imidlertid publisert i 2005.

Forbruker-rapportens tester og undersøkelser bidrar til at forbrukerne kan gjøre gode valg. Testene fører også til at det blir bedre produkter og tjenester, og at myndighetene kan sette høyere krav til kvalitet og sikkerhet. Totalt ble det publisert over 50 tester og undersøkelser i 2004, mer enn 10 flere enn i 2003. Vi øker stadig trykket på testarbeidet. Vi vil levere flere grundige produkttester og vil øke antallet tjenestetester i 2005. Vi vil også utvikle bedre metodikk for tjenestetesting.

Forbruker-rapporten har et utstrakt samarbeid med andre europeiske forbrukerorganisasjoner om testing. Flere nordiske prosjekter ble satt i gang i samarbeid med forbrukerbladene i Sverige, Danmark og Finland. I 2004 har vi, sammen med våre europeiske søstermagasiner, sett på bedriftenes sosiale ansvar, hovedsaklig i forbindelse med produksjonen i U-land. Dette arbeidet vil Forbruker-rapporten fortsette med i 2005. Forbruker-rapporten har nå publisert tre slike tester og fortsetter å utvikle disse. I 2005 vil flere og flere tester inneholde bærekraftsparametere.



GIKK I SVART: Overgangen til et nytt krypteringssystem førte i fjor sommer til store problemer for mange av Viasats kunder. Det var kunder som har ikke-Viasat godkjente mottakere, som gikk i svart. De kunne få kjøpt godkjent utstyr for 1 krone, men måtte binde seg til Viasat for 12-24 måneder. Enkelte ventet over 14 dager på at kundeservice skulle ta kontakt. Forbrukerrådet mente dette var alt for dårlig. Seniorkonsulent **PER JOHNSEN** i Forbrukerrådet Aust-Agder Vest-Agder tar saker om tele og internett.

forbrukerrådets regionapparat

Regionkontorenes arbeid skal først og fremst være kontakten med enkeltforbrukere, enten på telefon, e-post eller ved direkte besøk på kontoret. Regionkontorene skal bidra til dyktiggjøring av forbrukerne, slik at de er best mulig i stand til å mestre sin forbrukerrolle og gi «hjelp til selvhjelp».

Regionkontorene har i denne forbindelse også klagesaksbehandling innenfor FTU-området og andre prinsipielle saker.

Regionkontorene har videre ansvar for regionalt forbrukerpolitisk arbeid, og skal synliggjøre sitt ansvar i hele regionen og initiere saker hvor regionale vare-/tjenestetilbyderes opptreden påvirker regionens forbrukere. Informasjon til regionens forbrukere er en sentral del av dette ansvaret.

I 2004 har Forbrukerrådet i tillegg begynt å få ut den forbrukerpolitiske effekten av å ha større fagmiljøer. Dette har blant annet skjedd ved at ansvaret for arbeidet med store, nasjonale forbrukerpolitiske fagfelt har blitt overført fra Forbrukerrådets sekretariat til regionkontorene. Hovedansvaret for for eksempel fagområdet strøm og kraftmarkedet er nå i regionkontoret i Sarpsborg, ansvar for de fleste boligspørsmål er lagt til Trondheim, offentlig tjenester til Skien, osv.

... OG NOEN SAKER FORBRUKERNE FIKK MEDHOLD I

Forbrukerrådets regionkontor i Oslo hjalp en forbruker med å heve kr 36.475 på kjøp

av spisestuemøblement hos et møbelfirma. Laminatet løsnet og stolbena fliset seg.

En forbruker fikk kr 3.500 i erstatning fra et låsfirma som innrømmet erstatningsansvar. Forbrukeren hadde kjøpt to hengelåser à kr 20. Disse skulle i følge reklamen være meget sikre, men innholdet i garderobeskapet ble stjålet - fordi tyven kunne bruke nøkkel.

En forbruker fikk medhold i Forbrukertvistutvalget om at han hadde hevingsrett på kjøp av vegg til vegg teppe hos et teppefirma fordi informasjonen om teppet ikke stemte med teppets faktiske egenskaper. Klager mottok kr 15.886 for teppet og kr 4.900 i erstatning for jobben med å legge teppet.

Forbrukerrådets regionkontor i Kristiansand hjalp kommunale leieboere i en kommune slik at de fikk tilbakebetalt ulovlig innkrevd/ for høy husleie. Kontoret hjalp til i en sak hvor en forbruker hadde kjøpt en bil uten å få opplyst at bilen tidligere hadde vært kondemnert. Kjøper fikk prisavslag på kr 30.000, samt utbedret noen mangler.

Kontoret hjalp en forbruker gjennom vedtak i Forbrukertvistutvalget å få igjen kr 49.300 for heving av kjøp av sofa. Selger hadde utbedret sofaen to ganger, og ville utbedre enda en gang.

Forbrukerrådets regionkontor i Bodø har hjulpet flere forbrukere til å få delvis tilbakebetaling fra konkurstruet konsertarrangør etter avlyst konsert.

En forbruker fikk hjelp i en sak om frafall av avbestillingsgebyr fra et hurtigruteselskap, i et tilfelle der passasjeren ikke kunne nyttegjøre seg turen fordi tilslutningsreisen med hurtigbåt ikke kunne gjennomføres på grunn av ekstreme værforhold.

En forbruker sparte kr 50.000 i en sak vedrørende avbestilling av reise og langtidsopphold. Hun hadde trodd at hun var forsikret gjennom sin avdøde manns kollektive forsikring, men dette var ikke tilfelle. Turoperatøren frafalt likevel mesteparten av sitt krav, blant annet etter Forbrukerrådets inngripen.

Forbrukerrådets regionkontor i Bergen hjalp en forbruker til å få tilbakebetalt kr 117.600 og forbrukeren slapp å betale et motkrav på kr 51.327 etter vedtak i Forbrukertvistutvalget. Saken gjaldt en håndverker som ved siden av å ha krevd for mye penger for avtalt arbeid, også hadde krevd penger for annet arbeid som ikke var utført og lån av utstyr som ikke var avtalt.

En forbruker fikk hjelp til å få hevet kjøpet av en bil som hadde vært delt i to, uten at det hadde vært opplyst. Han fikk igjen kr 69.000, selv om bilen ble solgt «som den er».

En annen forbruker fikk hjelp mot en bruktbilforhandler som ikke ville innrømme fem års reklamasjonsrett på en el-bil etter at motoren gikk i stykker. Etter mekling i Forbrukerrådet fikk forbrukeren erstattet kostnaden for ny motor på kr 11.192.

Forbrukerrådets regionkontor i Trondheim hjalp en forbruker, slik at krav fra et fjernundervisningsselskap på i alt kr 11.820 ble frafalt. Forbrukeren hadde tegnet studiekontrakt med muntlig forbehold om at hun fikk studiefinansiering fra Statens lånekasse for utdanning. Hun fikk avslag fra lånekassen, og selskapet nektet henne i første omgang å gå fra studiekontrakten.

Kontoret meklet frem løsning i en sak, slik at et firma laget ny parkeringsplass for forbruker kostnadsfritt. Arbeidet var i første

omgang ikke tilfredsstillende og ble heller ikke godkjent av kommunen.

Kontoret meklet frem en løsning der forbrukeren fikk redusert en rørleggerregning med kr 7.895. Saken dreide seg om avtale om forhåndspris, og hvor forbruker mente at rørleggerfirmaet fakturerte for mye i forhold til prisoverslaget. Kontoret utarbeidet forslag til løsning som begge parter aksepterte.

Forbrukerrådets regionkontor i Stavanger hjalp en forbruker slik at han fikk omlevering av mobiltelefon i form av annen type telefon, i stedet for ytterligere reparasjon.

Kontoret fikk et hvitevareselskap til å dekke reparasjonskostnadene for en komfyr som var seks år gammel, fordi en vesentlig komponent var skiftet etter 2 år. Forbrukerrådet fikk gjennomslag for at ny femårig reklamasjonsfrist bør begynne å løpe fra tidspunktet hvor den vesentlige komponenten ble skiftet.

Kontoret fikk også medhold i Forbrukertvistutvalget i flere saker vedrørende fukt i mobiltelefon, hvor Forbrukertvistutvalget fastslo at mobiltelefoner må forventes å tåle normal bruk, og at dersom det ikke foreligger konkrete holdepunkter for at fuktskaden har oppstått på grunn av uforsiktig bruk, skal forbruker normalt gis medhold i at fuktskade utgjør kjøpsrettslig mangel.

Forbrukerrådets regionkontor i Skien hjalp en forbruker med heving av bilsalg på kr 21.000. Forbrukeren mente at bilen hadde store feil, og ikke var i den stand som selger hadde sagt.

En forbruker fikk hjelp med å heve et kjøp av bil på kr 139.000 etter uenighet om mangler ved bilen.

Kontoret har også meklet frem erstatningskrav på kr 27.500 for kjøper ved privat kjøp av båt. Saken dreide seg om uenighet om det var en muntlig avtale og delvis skriftlig avtale om omfanget på reparasjoner som selger skulle utføre for sin regning.

Forbrukerrådets regionkontor i Gjøvik hjalp en forbruker som skulle renovere sitt bad. Arbeidet skulle utføres av en lokal bedrift,

som var knyttet til en kjede. Kjeden sto blant annet for markedsføringen. Den lokale bedriften gikk konkurs, og forbrukeren sto i realiteten uten rettigheter. Det kom til forlik med kjeden, og forbrukeren fikk ved Forbrukerrådets hjelp utbetalt sitt krav på kr 113.000.

Kontoret greide å få en omreisende taktekker til å betale tilbake en forbruker kr 52.000. Forbrukeren hadde betalt på forskudd, uten at taktekkeren hadde gjort arbeidet.

En forbruker fikk hjelp til å få hevet kjøpet av en bil til kr 250.000, og i tillegg at verkstedet frafalt en regning på kr 59.000. Bakgrunnen var at kontoret avdekket at bilen var solgt med heftelser og feil.

Forbrukerrådets regionkontor i Sarpsborg hjalp flere forbrukere til lavere husleie i en kommune ved vurdering av gjengs pris og indeksregulering.

En forbruker fikk hjelp til å vinne en sak i Forlikrådet mot et mobiltelefonselskap vedrørende etterfakturering av mobiltelefoni 1 år etter. Forbrukeren slapp å betale kravet på kr 40.000 og ble tilkjent kr 8.000 i erstatning.

Kontoret hjalp en forbruker å vinne en sak i Forbrukertvistutvalget vedrørende flisleggingsarbeider på badet. Forbrukeren ble tilkjent kr 163.000.

Forbrukerrådets regionkontor i Tromsø hjalp en eldre forbruker med å få stoppet regninger som kom i hans avdøde kones navn. Kontoret ringte kreditor for å få klarhet i hva som var skjedd i saken, og kravet ble umiddelbart frafalt.

Kontoret bisto i en klagesak om håndverkertjenester, der det på bakgrunn av en muntlig avtale ble lagt gulv og panel. Tvisten besto i hva som kunne forventes i forhold til omfang på arbeidet og pris. Forbrukeren fikk redusert fakturaen med 1/3.

Kontoret fikk gjennomslag i en klagesak mot et mobiltelefonselskap der tvisten besto i om det var fem års reklamasjonsrett på mobiltelefon.

HENVENDELSER i 2004

Ett telefonnummer for hele landet har ført til at gjennomsnittlig responstid er redusert betydelig og kommet på et akseptabelt nivå, i gjennomsnitt 30 sekunder. I 2004 utførte MMI en ny undersøkelse av tilfredsheten hos brukerne av Forbrukerrådets telefonsystem. Resultatet var svært gode tilbakemeldinger på både responstid og nytteverdi av rådene som gis. 86 % av respondentene var meget eller ganske fornøyd med responstiden. På spørsmål om de var fornøyd med de ansattes serviceinnstilling svarer 95 % meget eller ganske fornøyd. 95 % svarer også at de er meget eller ganske fornøyd med de ansattes evne til å gi forståelig informasjon, og 84 % er meget eller ganske fornøyd med de ansattes fagkunnskap. Det arbeides kontinuerlig med ytterligere forbedringer av telefonsystemet.

I tillegg til henvendelsesstatistikken hvor Forbrukerrådet registrerer antall telefoner (ca. 100.000 i 2004), e-post (ca. 5.000 i 2004) og besøk på regionkontorene, (ca. 2.000 i 2004) har forbrukerportalen.no ca. 80.000 ulike brukere i måneden. Av disse igjen er det ca. 5.000 i måneden som bruker veilederen Klikk & Klag.

Statistikken over registrerte henvendelser i 2004 gir en god indikasjon på hvilke områder den enkelte forbruker opplevde som mest vanskelig i 2003.

Det ble registrert totalt ca. 117.000 henvendelser fra forbrukere i 2004. I tillegg er det store mørketall når det gjelder henvendelser pr. e-post. Forbrukerrådet hadde i 2004 ikke et fullgodt system for registrering av e-posthenvendelser. Dette vil være operativt i 2005, fordi vi ser at antallet øker kraftig for hvert år.

RANK 2004 (2003)	ANTALL HENVENDELSER	KATEGORI
1 (1)	8950	Biler
2 (3)	5724	Leie/utleie av bolig
3 (4)	5596	Mobiltelefoner mv
4 (9)	5413	Markedsføring
5 (6)	3383	PC, Mac, datautstyr(hardware)
6 (5)	3193	Selveierbolig
7 (7)	2729	Møbler
8 (8)	2617	Fasttelefoni
9 (14)	2173	Mobiltelefoni
10 (10)	2096	TV, video, videokassetter mv
11 (13)	2002	Kjøpsrett
12 (12)	2001	Klær
13 (20)	1975	Kabel-tv, parabolantenne
14 (2)	1859	Energi
15	1786	Angrerett
16 (18)	1633	Internett
17	1547	Bil – transporttjenester, for eksempel leiebil
18 (19)	1532	Parkering, veg- og transportavgifter
19 (16)	1511	Båter, båtutstyr
20 (17)	1491	Inkasso



KREVER PRISAVSLAG: Regler om strømvtaler bør inn i forbrukerkjøpsloven. Da blir de lettere tilgjengelig for forbrukerne og deres rettigheter ved strømkjøp styrkes. Det må også bli prisavslag i nettleien ved langvarige strømbrydd. Forbrukerrådet har vært representert i en arbeidsgruppe - NOU 2004:4 Lovregulering av strømvtaler sluttet med forbrukerne - og avga også en høringsuttalelse til forslagene fra denne arbeidsgruppen. **OLAV NYHUS** (regiondirektør) og **LINETTE HEIBERG** (førstekonsulent) er ansatt ved Forbrukerrådet Asker og Bærum, Follo, Østfold, som har ansvaret for området energi.

forbrukerrådets omdømme OG HVEM SOM ER I KONTAKT MED OSS

Forbrukerrådets profil eller omdømme er det inntrykket mennesker i ulike posisjoner og i ulike relasjoner har av Forbrukerrådet og det organisasjonen gjør. En profil er sterk og entydig når mange ulike grupper i ulike relasjoner oppfatter oss på omtrent samme måte. Forbrukerrådet er ikke bare opptatt av hva man synes om oss som organisasjon, men også om Forbrukerrådet faktisk er kjent. Det er ikke tilstrekkelig at de som kjenner oss har et godt inntrykk, dersom det store flertallet faktisk ikke kjenner oss.

Hvordan andre oppfatter oss er ikke nødvendigvis i samsvar med hvordan vi selv oppfatter oss eller hvordan vi ønsker å fremtre. Hver enkelt ansatt representerer Forbrukerrådet og bygger vårt omdømme i møte med andre.

Kunnskap om Forbrukerrådets profil

Det er viktig å ha mest mulig kunnskap om hvordan man i ulike sammenhenger oppfatter Forbrukerrådet. Synsing kan lett føre til en blanding av selvbilde og andres bilder.

Gjennom diverse undersøkelser har vi fått et svært solid kunnskapsgrunnlag om hva som faktisk er ulike sider av Forbrukerrådets profil. I ulike grupper beskrives hovedtrekkene i profilen slik:

BEFOLKNINGEN

40% av befolkningen sier uopppordret at de kjenner Forbrukerrådet. På direkte spørsmål om de har hørt om oss, er det 59 % som kjenner oss meget eller ganske godt, og ytterligere 36 % som sier at de har hørt navnet vårt. 63 % av befolkningen har meget eller ganske stor tro på at Forbrukerrådet er viktig for å fremme forbrukerinteressene. Like mange har et meget eller ganske godt totalinntrykk av Forbrukerrådet.

I overkant av 50 % av befolkningen har meget eller ganske godt inntrykk av vår evne til å påvirke handelen, vår forbrukerinformasjon og av testene. Under 30 % har et godt inntrykk av vår evne til å utforme forbrukerpolitiske standpunkter. Svært mange oppfatter Forbrukerrådet som en kunnskapsrik organisasjon (82 %) som har ganske mye innflytelse (64 %), og som opptre som vaktbikkje (62 %). 25 % tenker på Forbrukerrådet som «lettvin», mens karakteristikkene «sidrumpa» og «naiv» ikke finner klangbunn i befolkningen.

NÆRINGSLEDERE

60 % næringsledere sier uopppordret at de kjenner Forbrukerrådet. På direkte spørsmål om de har hørt om oss, er det 79 % som kjenner oss meget eller ganske godt. 53 % av næringslederne

har meget eller ganske stor tro på at Forbrukerrådet er viktig for å fremme forbrukerinteressene. 58 % av næringslederne har et meget eller ganske godt totalinntrykk av Forbrukerrådet – det er den laveste scoren blant de tre gruppene vi ser på her.

Næringslederne er på linje med befolkningen når det gjelder inntrykk av vår evne til å påvirke handelen og den informasjonen vi gir forbrukerne. Bare 44 % bedømmer produkttestene og kjøpsveiledning positivt. Dette er den klart laveste scoren noen av gruppene gir. Undersøkelsen svarer ikke på om årsaken til denne vurderingen er frykt (fordi testene presser de næringsdrivende), eller om det er manglende tiltro til måten testene blir gjort på.

I likhet med befolkningen generelt, har under 30 % av næringslederne godt inntrykk av vår evne til å utforme forbrukerpolitiske standpunkter. De fremtredende karakteristikkene Forbrukerrådet får av næringslederne, er «vaktbikkje» og «kunnskapsrik». Litt færre trekker frem «innflytelsesrik». Omtrent 25 % i denne gruppen tenker på Forbrukerrådet som både «lettvin» og «sidrumpa». Få næringsledere betrakter oss som naive.

POLITIKERE, FORVALTNING OG MEDIEFOLK

Forbrukerrådets profil er absolutt sterkest hos politikere, forvaltning og mediefolk. Hele 83 % sier uopppordret at de kjenner til oss, og andelen stiger til 97 % på direkte spørsmål om kunnskap til oss. Politikere, forvaltnings- og mediefolk bedømmer oss konsekvent høyere, og kjenner oss bedre enn både befolkningen og næringslederne. Svært mange (80 %) har et meget eller ganske godt totalinntrykk av oss, og de har stor tiltro til vår evne til å påvirke handelen, gi informasjon og test- og kjøpsveiledning. De utmerker seg med å ha klart større tiltro til vår utforming av forbrukerpolitiske standpunkter enn de andre gruppene.

De aller fleste i denne gruppen mener at Forbrukerrådet er en kunnskapsrik organisasjon, og at vi er ei vaktbikkje med innflytelse. De tre negativt ladede karakteristikkene «sidrumpa», «naiv» og «lettvin» finner færrest tilhengere i denne gruppen.

BEDRE KJENT I FORBRUKERBEFOLKNINGEN

Det mest iøynefallende ved disse tallene er at Forbrukerrådet har et betydelig potensiale for å bli mer kjent i forbrukerbefolkningen. Forbrukerrådet er gjennomgående mer kjent hos profesjonelle enn hos menigmann. Bare 42 % av befolkningen kjenner oss uten hjelp, og for 40 % av dem som får hjelp ved at navnet vårt nevnes, er vi faktisk bare et navn. Dette forsterkes av at forbrukerportalen.no

også er lite kjent og brukt. I løpet av strategiperioden bør vi ha fått opp bevisstheten om og kjennskapet til Forbrukerrådet til minst 60 %, jmfør at vi har det nivået blant næringslivsledere i dag.

POSITIVE BILDER AV FORBRUKERRÅDET

Det er også grunnlag for å konkludere med at de som kjenner oss gjennomgående, har svært positive bilder av organisasjonen, det vi leverer og det vi står for. Det svakeste punktet synes å være synet på våre kvaliteter når vi utformer forbrukerpolitiske standpunkter. Både i forbrukerbefolkningen og i næringslivet er det bare ca. 25 % som synes vi gjør det godt. Politikktutformingen vår må følgelig bli mer synlig i strategiperioden og komme opp på nivå med evne til å påvirke handelen, informasjon etc. – altså ca. 50 %.

ULIKE PROFILMÅL FOR FORBRUKERRÅDET

Forbrukerrådet har ulike profilmål for de tre viktigste målgruppene:

- Vi ønsker at befolkningen skal oppfatte Forbrukerrådet som nyttig, som deres forkjemper, som lett forståelig.
- Vi ønsker at næringslivslederne skal oppfatte Forbrukerrådet som sterk, kunnskapsrik og respektinngytende.
- Vi ønsker at politikere, mediefolk og forvaltningsfolk skal oppfatte Forbrukerrådet som viktig samfunnsaktør, kunnskapsrik og fremtidsrettet.

Kjennskap til og bruk av forbrukerportalen.no har et stort vekstpotensial. Forbrukerportalen.no er et ungt verktøy for forbrukerinformasjon, og vi registrerer sterk vekst i antall brukere (nesten 80.000 unike brukere i måneden). Likevel er det langt frem til at brede befolkningsgrupper har portalen som førstekilde når de leter etter forbrukerinformasjon. Ambisjonen er å bli godt kjent hos flere og å være den mest foretrukne kilde for forbrukerinformasjon både i befolkningen og i forvaltning og media.

FORBRUKERRÅDETS OMDØMME ER GODT

Det alminnelige omdømmet til Forbrukerrådet er solid og godt, og det kan være en høy ambisjon bare å forsvare det. Det er ingen tvil om at kampen om oppmerksomhet og omdømme vil skjerpes, og at mange organisasjoner vil arbeide systematisk med profilering. Folks bevissthet rundt organisasjonsmessig merkevare vil antakelig også øke, og da kan fallhøyden bli stor.

For å klare å opprettholde en topplassering er Forbrukerrådet avhengig av blant annet medieeksponering. Riktige saker i riktige allianser og på riktige arenaer er sentralt. Det vil være viktig å få eksponering sammen med viktige og verdsatte institusjoner som for eksempel tilsynene. Det vil være uheldig for merkevaren Forbrukerrådet om vi blir assosiert til lettvinne stunts. Da er det viktig å ha et bevisst forhold til hvilken rolle vi skal spille i andre medier, fordi de ofte kombinerer show/underholdning og forbrukerinformasjon. I disse sammenhengene må Forbrukerrådet fremstå som saklig og nøktern, og som underleverandør.

Medieeksponering og profilering er utfordrende når mange personer skal representere Forbrukerrådet. Forbrukerrådet er en stor og bred organisasjon, og bør derfor fortsatt ha en relativt omfattende

gruppe personer som kan uttale seg på organisasjonens vegne og stå for medieeksponeringen. Forbrukerrådet arbeider systematisk med mediehandteringskompetanse og bevissthet rundt profilering i organisasjonen.

SØLV I PROFILUNDERSØKELSEN TIL MMI

I MMIs store profilundersøkelse av norske etater og organisasjoner i 2004, kom Forbrukerrådet på annen plass etter Forbrukerombudet. Resultatene viser at 74 % svarer godt på totalinntrykk, 72 % svarer godt på samfunnsansvar, på åpenhet og informasjon scorer Forbrukerrådet godt hos 68 % av befolkningen, og på kompetanse og fagkunnskap svarer 65 % godt.

Hvem klager og henvender seg til Forbrukerrådet?

Forbrukerrådet foretok i 2004 en undersøkelse av hvem som klager og i hvilket omfang de klager. I denne undersøkelsen var det klager og ikke det Forbrukerrådet ellers kaller henvendelser vi konsentrerte oss om.

Her er noen av resultatene av undersøkelsen:

- Menn klager i større grad enn kvinner.
- Personer som er i alderen 25-59 år klager betydelig mer enn de som er yngre (15-24 år) og eldre (60 år eller mer).
- Andelen som klager er også betydelig større blant gifte og samboende enn blant personer med annen sivilstand, og blant folk med hjemmeboende barn sammenliknet med folk uten barn.
- Det er en klar tendens til at høyinntektsgrupper klager mer enn lavinntektsgrupper.
- Det samme gjelder høyt utdannede i forhold til lavt utdannede.
- Andelen «klagere» er også større blant folk som arbeider heltid, enn blant folk som har en annen arbeidstidsordning eller yrkespassive.
- De som har tilgang til internett både hjemme og på jobb, sier i større grad enn øvrige spurte at de har klaget i etterkant av et kjøp.

Resultatene antyder at de aller yngste og de aller eldste i liten grad synes å oppleve misnøye i etterkant av et kjøp. Det er først og fremst personer i såkalt yrkesaktiv alder som opplever misnøyesituasjoner og som klager. Dette er personer som sannsynligvis har en annen livssituasjon, og dermed et annet, og kanskje mer sammensatt forbruksmønster enn yngre og eldre mennesker. De inngår gjerne i en større husholdning med partner og barn, og deltar kanskje på flere arenaer i samfunnet. Dermed forbruker de et større kvantum og et større spekter av varer og tjenester enn øvrige aldersgrupper. Kanskje vi kan si at de er mer erfarne, og dermed mer kritiske forbrukere. Alt dette bidrar til at den yrkesaktive delen av befolkningen i større grad er eksponert for misnøyesituasjoner, og dermed er mer tilbøyelig til å klage.

INTERNINFO: Forbrukerrådet vil gjennom et nytt prosjekt for interninformasjon utvikle et system som kobler mennesker og relevant informasjon sammen på en måte som er tilpasset den enkeltes arbeidssituasjon. **TORGEIR WATERHOUSE** (foran) og **JO SINGSTAD** (begge sekretariatet) har gjennomført en omfattende undersøkelse for å kartlegge de ansattes arbeidsprosesser.



organisasjonen FORBRUKARRÅDET

HOVUDOPPGÅVER TIL FORBRUKARRÅDET

Forbrukarrådet sine hovudoppgåver er å ta vare på forbrukarane sine interesser ved mellom anna å:

- drive påverking overfor styresmakter, organisasjonar og næringsdrivande
- auke kunnskapen til forbrukarane gjennom informasjon, råd og rettleiing
- gje bistand til forbrukarar.

Forbrukarrådet skal vere med på å sette forbrukarspørsmål på dagsorden i samfunnsdebatten.

STYRET HAR I 2004 BESTÅTT AV

- Leiar Bente Haukland Næss, viseadministrerende direktør i Rembra
- Nestleiar Lars Ødegård, generalsekretær i Handikapforbundet
- Ellen Stensrud, vara Kari Kjenndalen
- Sylvi Barman-Jenssen, vara Karin Kjølmoen
- Ralph Norberg, vara Dag Endal
- Inge Takle Mæstad, vara Hans Hansen
- Helene Falch, vara Terje Kili/Benedicte Bergseng Mælan

FORBRUKARPOLITISK FORUM

Forbrukarrådet har eit rådgjevande organ, «Forbrukarpolitisk forum», som består av inntil 25 representantar for respektive styresmakter (inkludert tilsyn), forskingsinstansar og organisasjonar (inkludert næringsorganisasjonar). Det er styret som avgjer kva for

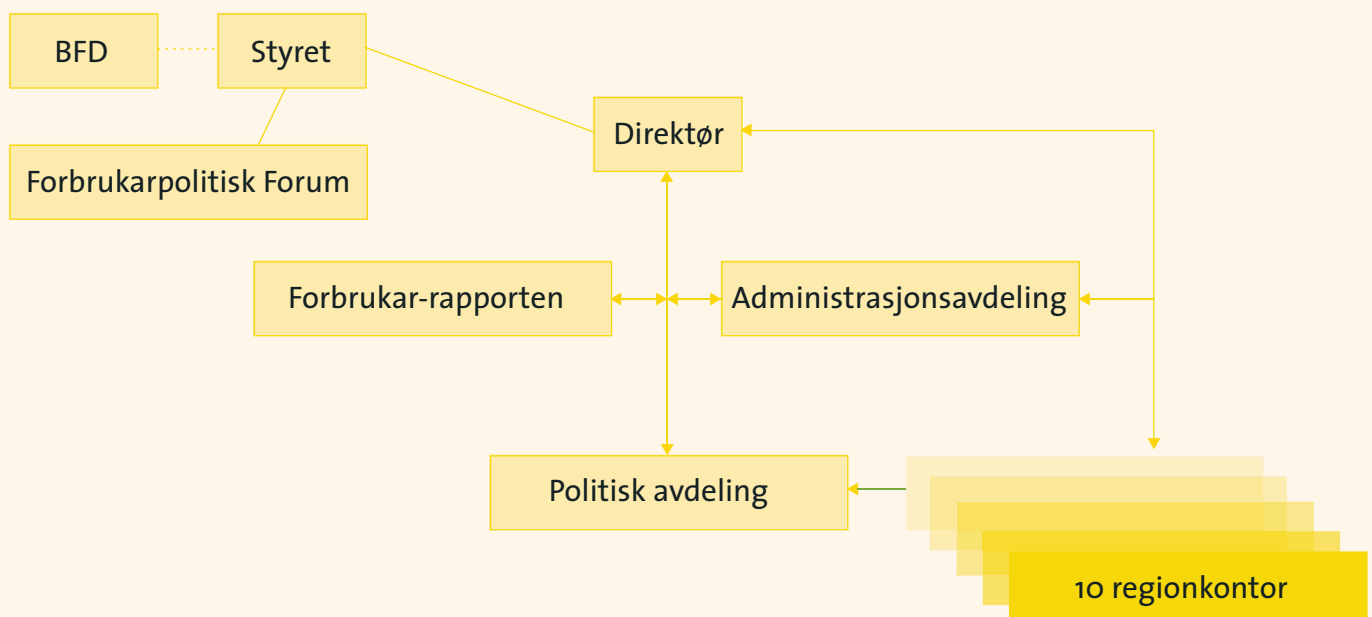
instansar ein vil invitere, og det er presisert at det er ønskeleg med ein viss balanse mellom ulike interesser.

I § 7 i Forbrukarrådets vedtekter står det:

«Forumet skal vere rådgjevande overfor styret i Forbrukarrådet i forbrukarpolitiske spørsmål. Forumet skal uttale seg om strategi og planar til Forbrukarrådet før desse blir vedtatt av styret. Forumet sender forslag på kandidatar til 4 medlemmer (med personlege varamedlemmer) i Forbrukarrådets styre til departementet. Styret i Forbrukarrådet kan be forumet om å uttale seg om forbrukarpolitiske spørsmål. Forumet kan også sjølv ta opp saker og gje utsegner på eige initiativ. Forumet kan vidare ta initiativ til forbrukarpolitiske konferansar eller høyringar, og vere med på å arrangere desse i samarbeid med Forbrukarrådet».

Desse organisasjonane deltek i Forbrukarpolitisk forum:

YS, Husbanken, Sparebankforeininga, Kredittilsynet, NAF, Noregs Eigedomsmeklarforbund, Transport Økonomisk Institutt, Akademikarane, LO, Coop, Noregs Leigebyarforbund, Landslaget for norske ungdomsorganisasjonar, Bedriftsforbundet, Noregs Kvinne- og Familieforbund, Naturvernforbundet, Konkurransetilsynet, Finansnærings Hovudorganisasjon, Statens Næringsmiddeltilsyn, Senter mot etnisk diskriminering, Forbrukarutvalet i Hedmark, Forbrukarutvalet i Nord-Trøndelag, Kristent nettverk for miljø og rettferd, Forbrukarombodet, Statens institutt for forbruksforskning og Kommunanes Sentralforbund.



rekneskap 2004

DRIFTSINNETEKTER OG DRIFTSKOSTNADER	REKNESKAP
Grunnbevilling fra BFD	-77 423 000
Sal av Forbrukar-rapporten	-7 335 763
Andre inntekter	-3 616 877
Refusjonar	-2 523 922
DRIFTSINNETEKTER	-90 899 562
LØN OG PERSONALKOSTNADER	55 301 844
DRIFT AV BYGNINGAR	10 986 233
Produksjonskostnader	5 661 053
Kontorhaldskostnader	6 886 142
Reiser og møter	1 907 966
Medlemskap/kontingentar	1 037 314
Andre kostnader	981 741
ANDRE KOSTNADER	16 474 214
DRIFTSKOSTNADER	82 762 291
DRIFTSRESULTAT	-8 137 271
Interne prosjekt	3 463 478
Finansielle postar	101 286
Ekstra ordinære postar	381 494
RESULTAT EKSTRAORDINÆRE POSTAR	482 780
Overført resultat fra forrige år	472 708
ÅRSRESULTAT	-3 718 305

REKNESKAPSPRINSIPPET

Forbrukarrådet er eit Forvaltningsorgan med særskilte fullmakter og fører rekneskapet etter rekneskapsprinsippet og ikkje kontantprinsippet, med unntak av investeringar og føring av abonnementsinntektene frå Forbrukar-rapporten. 2004 vart og prega av omstilling og endring og ein del fagleg aktivitet blei forsinka. Adminsitrativt vart året prega av at ein ikkje erstatta sjuke personar med vikarar.

Interne prosjekt er både adminsitrative og faglege prosjekt.

Forbrukarrådet har ei rekke aktiviteter som ikkje er inkludert i rekneskapet – prosjektmidler.

Dette er faglege prosjekt, finansiert av blant annet Barne- og familiedepartementet (skolesektoren), Landsbruksdepartementet (mat og miljø og forbrukerpaneler), Nordisk Ministerråd, UD og EU (Clearing House). Desse prosjekta blir gjennomført utan direkte

kostnader for Forbrukarrådet. Forbrukarrådet sin andel av aktivitetane vil ofte vere personellressursar. Den totale aktiviteten for dei eksternt finansierte prosjekta utgjorde i overkant av 6. mill. kroner i 2004. Eigne rekneskap vert utarbeida for desse prosjekta, og det vert rapportert både på økonomi og fag til oppdragsgjevarar/ samarbeidspartnarar.



FORBRUKERRÅDET

Postboks 4594 Nydalen
0404 Oslo
Telefon 23 40 05 00
www.forbrukerportalen.no

Forbrukerrådets publikumstelefon: 815 58 200

adresser

FORBRUKERRÅDET	BESØKSADRESSE	TLF./E-POST	LEDER
Sekretariat Postboks 4594 Nydalen, 0404 Oslo	Rolf Wickstrøms vei 15	23 40 05 00 post@forbrukerradet.no	Direktør Erik Lund-Isaksen
Finnmark, Troms Postboks 1068, 9261 Tromsø	Sjøgata 2	tromso@forbrukerradet.no	Regionsjef Helene Falch
Nordland Moloveien 10, 8002 Bodø	Moloveien 12	bodo@forbrukerradet.no	Regionsjef Magne Berntsen
Møre og Romsdal, Nord-Trøndelag, Sør-Trøndelag Postboks 671 Sentrum, 7407 Trondheim	Dronningens gate 10	trondheim@forbrukerradet.no	Regionsjef Roger Helde
Hordaland, Sogn og Fjordane Østre Murallmenning 7, 5012 Bergen	Østre Murallmenning 7	bergen@forbrukerradet.no	Regionsjef Anne Råheim
Rogaland Klubbgte. 1, 4013 Stavanger	Klubbgte. 1	stavanger@forbrukerradet.no	Regionsjef Inger Johanne Raugstad
Aust-Agder, Vest-Agder Serviceboks 505, 4605 Kristiansand	Tordenskjoldsgte. 65 (Fylkeshuset)	kristiansand@forbrukerradet.no	Regionsjef Ole Asbjørn Lie
Hedmark, Oppland, Romerike Postboks 1140, 2806 Gjøvik	Storgt. 8	gjovik@forbrukerradet.no	Regionsjef Undis Scheslien
Asker og Bærum, Follo, Østfold Postboks 317, 1702 Sarpsborg	Sørlietorget	sarpsborg@forbrukerradet.no	Regionsjef Olav Nyhus
Buskerud, Telemark, Vestfold Gjerpens gt. 20, 3708 Skien	Statens Hus	skien@forbrukerradet.no	Regionsjef Terje Kili
Oslo Postboks 4595 Nydalen, 0404 Oslo	Rolf Wickstrøms vei 15	oslo@forbrukerradet.no	Regionsjef Christina Moestue

