

Handläggare  
Frändén KristinaDatum  
2013-10-23Diarienummer  
UAN-2013-0472

Utbildnings- och arbetsmarknadsnämnden

## Utvärdering Konsument Uppsalas gymnasiesatsning

### Förslag till beslut

Utbildnings- och arbetsmarknadsnämnden föreslås besluta

**att** lägga informationen till handlingarna.

### Sammanfattning

Syftet med denna rapport är att utvärdera Konsument Uppsalas gymnasiesatsning, utifrån ett lärarperspektiv, elevperspektiv och Konsument Uppsalas synvinkel. Rapporten innehåller också en jämförelse med andra kommuners arbete mot gymnasieelever. Datamaterialet är i huvudsak insamlat via intervjuer och enkäter.

Vad som går att konstatera utifrån intervjuer med lärare och elevernas enkätsvar är att Konsument Uppsalas föreläsningar är ett populärt inslag i gymnasieskolorna. De samhällskunskapslärarna som har blivit intervjuade är eniga om att det är bättre att Konsument Uppsala håller en föreläsning än att de som lärare förmedlar samma information, då Konsument Uppsala är experter på området.

Det främsta problemet som har uppstått med gymnasiesatsningen är att det har varit svårt att sprida informationen till samtliga gymnasieskolor och tre skolor har inte alls träffat Konsument Uppsala. Målsättningen var att samtliga gymnasieelever skulle få träffa Konsument Uppsala minst en gång under studietiden, men det målet är inte uppnått. Dock har runt 2000 elever fått lyssna på en av Konsument Uppsalas föreläsningar under läsåren 2011/2012 och 2012/2013.

Kontoret för barn, ungdom och arbetsmarknad

Carola Helenius Nilsson  
Direktör

Handläggare  
Frändén Kristina

Datum  
2013-10-23

Diarienummer  
UAN-2013-0472

# Utvärdering av Konsument Uppsalas gymnasiesatsning

**Innehåll**

1. Inledning .....	3
2. Bakgrund .....	4
3. Metod .....	6
4. Intervju med Konsument Uppsalas skolinformatör .....	6
5. Intervjuer med samhällskunskapslärare .....	8
6. Elevperspektiv .....	11
7. Andra aktörer .....	15
8. Andra kommuners arbete mot gymnasieskolan .....	16
9. Diskussion .....	18
10. Slutsatser .....	20
Referenser.....	22

## 1. Inledning

Unga konsumenter är en utsatt grupp då utbudet av varor är större än någonsin samtidigt som det blir allt mer lättillgängligt att handla både via internet och med mobiltelefon. Även möjligheterna att handla på kredit ökar, och så kallade sms-lån med små belopp men höga räntor lockar allt fler konsumenter. Unga människor står för en hög andel av Kronofogdemyndighetens betalningsförelägganden, men med en ökad kunskap minskar riskerna att hamna i olika typer av skuldfällor. Det är därför viktigt att redan i skolan ge elever grundläggande kunskaper om privatekonomi. (Motion 2012/13:UB273)

Sedan 2011 har Konsument Uppsala i uppdrag att hålla föreläsningar i gymnasieskolorna om privatekonomi och konsumenträtt för att eleverna ska bli bättre rustade för vuxenlivet. Målet är att alla elever ska få träffa Konsument Uppsala en gång under studietiden, och fram till juni 2013 har drygt 2000 elever fått lyssna på minst en föreläsning. Eleverna får i slutet av föreläsningarna lämna respons, och drygt 90 procent av eleverna är mycket positiva till föreläsningarna.

En typisk föreläsning är mellan 45 och 90 min och behandlar både konsumenträtt och privatekonomi, men det förekommer också mer tematiska lektioner med inriktning på exempelvis skuldfällor eller att flytta hemifrån. Skillnaden när Konsument Uppsala håller i dessa föreläsningar gentemot den ordinarie läraren är att de kan bidra med erfarenheter från verkligheten och eleverna blir ofta mer intresserade när det kommer en utomstående föreläsare. Lärarna får också en ingång att vidare fördjupa dessa viktiga ämnen i klasserna.

Under 2011 skedde även en förändring i kursplanen för flera ämnen inklusive samhällskunskap och samhällskunskap A bytte namn till samhällskunskap 1a/b. Det som har tillkommit i kursplanen är framförallt några ämnesområden, och däribland privatekonomi. I kursplanen skrivs följande om ämnesområdet:

*Privatekonomi. Hushållets inkomster, utgifter, tillgångar och skulder. Konsumenträtt samt konsumtion i förhållande till behov och resurser. Hur privatekonomin påverkas av samhällsekonomiska förändringar. (Skolverket, 2011)*

Syftet med denna rapport är att utvärdera Konsument Uppsalas gymnasiesatsning, utifrån ett lärarperspektiv, elevperspektiv och Konsument Uppsalas synvinkel. Rapporten innehåller också en jämförelse med andra kommuners arbete mot gymnasieelever. Datamaterialet är i huvudsak insamlat via intervjuer och enkäter.

## 2. Bakgrund

### *Konsument Uppsalas uppdrag*

Sedan 2011 har Konsument Uppsala i uppdrag av Utbildnings- och arbetsmarknadsnämnden att utföra riktade insatser mot gymnasieelever. Syftet med detta är att ge alla ungdomar i Uppsala ökade kunskaper om privatekonomi inför ett självständigt liv som vuxna. I uppdragsbeskrivningen finns också uttryckt att Konsument Uppsala ska utveckla metoder för att nå ut till så många gymnasieelever som möjligt.

### *Information till gymnasieskolor*

För att nå ut till gymnasieskolorna vid början av denna gymnasiesatsning informerade Konsument Uppsala alla rektorer vid deras rektorsmöten. De nåddes av ett mycket positivt mottagande, och efter detta gjordes ett utskick per post till alla samhällskunskapsansvariga lärare med ett erbjudande om Konsument Uppsalas tjänster. Under hösten 2011 gjordes återigen ett utskick till de lärare som var samhällskunskapsansvariga, men denna gång med e-post. I januari 2012 uppdaterade Konsument Uppsala adresslistan till samhällskunskapsansvariga lärare, för att inte missa någon ny lärare. Efter det skickades information ytterligare en gång via e-post till de lärare som inte svarat. Två veckor efter e-postutskicket gjorde Konsument Uppsala en rundringning till de lärare som fortfarande inte svarat, men i flera fall gick det inte att komma längre än till en telefonväxel. Med andra ord fanns vissa svårigheter med att nå ut till samtliga skolor. Vid efterföljande terminer har utskick gjorts till samtliga gymnasieskolor och samhällskunskapsansvariga lärare, och medverkan har skett vid studiedagar och liknande för att sprida informationen om Konsument Uppsalas erbjudande.

### *Upplägg på föreläsningar*

En vanlig föreläsning som Konsument Uppsala håller i en gymnasieskola är uppdelad i två block där privatekonomi behandlas i ena blocket och konsumenträtt i det andra blocket. Dessa ämnesområden är också Konsument Uppsalas huvudsakliga arbetsområden. På konsumenträtten behandlas hur eleverna ska kunna bli bättre konsumenter och undvika att bli lurade, kombinerat med exempel från verkligheten. I blocket med privatekonomi fokuseras det på hur eleverna ska kunna få en bra kontroll över sin ekonomi och bland annat pratas det om vad som händer med en räkning som förfaller, ränta-på-ränta-effekten och hur vägen till kronofogden ser ut. Det förekommer också att kortare videoklipp visas under föreläsningen, exempelvis från SVT:s program "Plus". Tiden som finns till förfogande för Konsument Uppsalas föreläsning varierar mellan 45 till 90 minuter beroende på hur mycket tid den aktuella skolan har avsett. Oavsett tid på föreläsningen behandlas både privatekonomi och konsumenträtt, men det blir betydligt färre exempel och mindre tid för diskussion när det är en kortare föreläsning.

För att få ett aktivt deltagande bland eleverna delas lappar ut där ena sidan är röd och andra sidan är grön. Eleverna får sedan använda dessa kort för att göra vissa ställningstagande under föreläsningens gång, där grönt innebär att man håller med i påståendet och rött att man inte håller med. Det är inte några rena kunskapsfrågor som eleverna får ta ställning till, utan påståenden som sedan går att diskutera i klassen om någon av eleverna vill utveckla sitt svar.

Majoriteten av Konsument Uppsalas föreläsningar följer ovanstående upplägg, men det förekommer också mer tematiska lektioner. Vissa ekonomiklasser har fått lyssna på en fördjupad föreläsning om skuldfällor, och Rosendalsgymnasiet har så kallade ”vuxendagar” där Konsument Uppsala har ett seminarium med fokus på bra saker att veta när man ska flytta hemifrån.

### *Statistik över antal skolbesök*

I tabell 1 nedan presenteras statistik över hur Konsument Uppsalas föreläsningar har fördelat sig mellan olika skolor och antal elever per skola som har fått lyssna på minst en föreläsning.

**Tabell 1. Antal besök och antal träffade elever per skola.**

Skola:	Antal grupper/antal elever:					
	2011/2012		2012/2013		Totalt	
Katedralskolan	9	231	7	162	16	393
Rosendalsgymnasiet	7	170	6	186	13	356
IT-gymnasiet	5	77	5	114	10	191
Lundellska skolan	5	142	1	20	6	162
Cultus gymnasieskola	6	137	0	0	6	137
John Bauer-gymnasiet	5	100	1	20	6	120
Internationella gymnasiet	0	0	4	96	4	96
Fyrisskolan	3	75	1	20	4	95
Grafiskt utbildningscentrum	3	93	0	0	3	93
Ekebygymnasiet	3	46	2	45	5	91
Jällaskolan	2	22	2	44	4	66
Bolandgymnasiet	3	50	0	0	3	50
Yrkesplugget	0	0	2	40	2	40
Uppsala praktiska gymnasium	1	15	1	16	2	31
Kunskapsskolan	1	30	0	0	1	30
Realgymnasiet	0	0	2	26	2	26
Uppsala Waldorfskola	0	0	1	15	1	15
Andra chansen Uvengymnasiet	1	11	0	0	1	11
Uvengymnasiet	1	9	0	0	1	9

Ekeby verkstad	0	0	1	6	1	6
Celsiuskolan	0	0	0	0	0	0
Jensen gymnasium	0	0	0	0	0	0
Thoren Business School	0	0	0	0	0	0

### 3. Metod

Utvärderingen är baserad på kvalitativa metoder, där den huvudsakliga materialinsamlingen är gjord via intervjuer och telefonintervjuer. Intervjuer har genomförts med Konsument Uppsalas skolinformatör, en samhällskunskapslärare på Katedralskolan och en samhällskunskapslärare på Rosendalsgymnasiet. Även en samordnare för skolfrågor på Konsumentverket har blivit telefonintervjuad, liksom skolinformatören på Konsument Uddevalla och en konsumentvägledare på Konsument Linköping. Två elevgrupper har fått svara på en enkät i samband med Konsument Uppsalas föreläsning. Ena gruppen läste på samhällsvetenskapsprogrammet vid Katedralskolan och den andra gruppen studerade på teknikprogrammet vid IT-gymnasiet. Försök har även gjorts att komma i kontakt med lärare på de skolor som inte har tagit emot Konsument Uppsala för en föreläsning i konsumenträtt och privatekonomi, men tyvärr utan större framgång. Medverkan har också skett vid två av Konsument Uppsalas föreläsningar i gymnasieskolor; en ordinär föreläsning på Katedralskolan, samt ett seminarium vid Rosendalsgymnasiets ”vuxendagar”. Detta för att få en bra bild av hur upplägget på Konsument Uppsalas föreläsningar ser ut.

### 4. Intervju med Konsument Uppsalas skolinformatör

För att få veta mer om upplägg på föreläsningar och intresse bland skolor har en intervju genomförts med Konsument Uppsalas skolinformatör. Skolinformatören anställdes särskilt i samband med Utbildnings- och arbetsmarknadsnämndens satsning på att ge alla ungdomar i Uppsala kunskaper om privatekonomi, där det i ”Uppdrag om konsumentrådgivning och budget- och skuldrådgivning” anges att samarbete ska byggas upp med samtliga gymnasieskolor i Uppsala. Resurser för en heltidstjänst är avsatta för att Konsument Uppsala ska arbeta mot gymnasieskolan, men arbetet med gymnasiesatsningen upptar inte en heltidstjänst. Skolinformatören har även arbetat med budget- och skuldrådgivning där det har varit en pressad arbetssituation med långa köer.

På frågan om vad som har fungerat bra med gymnasiesatsningen svarar Konsument Uppsalas skolinformatör att när Konsument Uppsala väl har fått komma ut till skolor har det mesta fungerat väldigt väl. Det har varit roligt att komma ut och föreläsa och både elever och lärare

har varit tacksamma och tycker att det är roligt och intressant. Eleverna har också visat sig positiva till föreläsningarna. Dock kommer det ju aldrig gå att roa samtliga elever, och det finns också en gräns för hur roligt ämnet kan bli, anser skolinformatören. Det är ju viktiga frågor, och det går inte att tramsa bort dem för att det ska vara tempo och hända grejer för att roa eleverna.

Det som Konsument Uppsalas skolinformatör uppger har fungerat mindre bra är att komma i kontakt med skolorna och etablera en relation. Skolorna får många erbjudanden och förslag från företag och organisationer som vill ha skolorna som informationsarenor, och vid sidan av detta har skolorna en egen massiv plan med vad som ska hinnas med vilket gör att tiden är knapp. Ett generellt problem verkar vara att få informationen att sprida sig mellan lärare och skolor. Ofta är det en lärare på en skola som skolinformatören får kontakt med och träffar samtliga klasser som den läraren har, men informationen sprider sig inte till andra lärare som undervisar i samma ämnen. Vanligt är också att skolinformatören kommer i kontakt med rektor eller ämnesansvariga lärare som uppger att de inte är intresserade i nuläget, men vill höra av sig längre fram och boka in en föreläsning, men att de sedan aldrig hör av sig. Det är en svår balans gällande hur mycket Konsument Uppsala ska "tjata" på skolorna, för meningen ska ju inte vara att skolorna ska behöva jagas, men samtidigt behöver det påminnas om Konsument Uppsalas existens för att inte glömma bort att möjligheten finns. De lärare som har träffat Konsument Uppsala är väl medvetna om att det kommer nya elever och att det är kul att variera ämnesområdet med en utomstående föreläsare. Konsument Uppsala erbjuder en första föreläsning om det viktigaste inom området, sedan får lärarna använda materialet för att fördjupa kunskaperna.

På frågan om det skiljer sig åt i engagemang mellan skolor svarar Konsument Uppsalas skolinformatör att det är viss skillnad mellan de kommunala skolorna och det fristående skolorna, då friskolorna tenderar att vara mer entusiastiska. Dock är det genomgående så att de skolor som hittar Konsument Uppsala hänger kvar i lite större utsträckning, oavsett om det är en kommunal eller fristående skola. Skolorna arbetar alla efter samma kursplan, men vissa väljer att fördjupa mer i privatekonomi än andra. Det skiftar lite mellan skolor hur de väljer att arbeta vidare med ämnesområdet. Vissa skolor med mer yrkesinriktade program har haft besök av Kronofogden och Skatteverket för att få information om konsumenträtt, men det blir från ett annat perspektiv inriktat på vad som förväntas av en egen företagare. Att andra aktörer är ute och föreläser kan bidra till ett minskat intresse av Konsument Uppsalas föreläsningar, kanske framförallt på grund av tidsbrist. Konsument Uppsalas skolinformatör tycker dock inte att dessa föreläsningar bör utesluta varandra; även en egenföretagare har en privatekonomi.

Responserna som Konsument Uppsalas skolinformatör har fått från eleverna har varit positiv till allra största del. I slutet av föreläsningen har eleverna fått en liten lapp där de får lämna kort



respons om de önskar, och runt 92 procent har lämnat positiv respons. Det har också hänt att elever dröjer sig kvar efter föreläsningen för att ställa frågor, ofta om kronofogden och om att ärva skulder. Skolinformatören tror att föreläsningen kan väcka tankar och funderingar om det exempelvis är dålig ekonomi hemma. Eleverna brukar därför uppmanas att maila om de vill ha ytterligare kontakt för frågor eller att gå via läraren.

På frågan om Konsument Uppsalas skolinformatör tror att det skulle finnas något sätt för att nå fler elever, som att exempelvis vidareutbilda lärare, är svaret att det finns diskussioner om att vidareförmedla kunskaperna, men kanske inte till lärare först och främst. Utbildning och vidareförmedling är mer aktuellt till exempelvis gode män som har hand om personer med dålig ekonomi, eller i vissa projekt och exempelvis i SFI-klasser. Lärarna skulle idag kunna hålla dessa föreläsningar själva, men det finns en poäng med att komma utifrån och berätta, för inspirationen och för att kunna använda sig av exempel från verkligheten. Det är dock viktigt att lärarna känner sig hemma på området och kan vidareutveckla ämnet, men huvudsaken är ändå att eleverna ska få undervisning i konsumenträtt och privatekonomi oavsett vem som ger informationen.

## 5. Intervjuer med samhällskunskapslärare

### *Intervju med samhällskunskapslärare på Rosendalsgymnasiet*

En intervju har genomförts med en lärare som arbetar på Rosendalsgymnasiet och undervisar i samhällskunskap och psykologi och som är en av de lärare som har valt att använda sig av möjligheten att få föreläsningar av Konsument Uppsala. På frågan om varför svarar samhällskunskapsläraren att det är ju Konsument Uppsala som är bäst på dessa områden, och de kan mycket mer om specialfall och liknande. De vet ju också vad som är vanliga problemområden och vilka de stora stötestenarna är. Läraren ser det också som fördelaktigt att det kommer en utomstående person och föreläser, då det skänker en ordentlig trovärdighet eftersom de är experter på området. Det ger mycket mer tyngd till innehållet om det är någon som jobbar med det som föreläser, och även kan ge exempel från verkligheten.

Det är många av samhällskunskapslärarens klasser som har fått ta del av Konsument Uppsalas föreläsning, och vid vissa av tillfällena har det varit upp till fyra klasser samtidigt på en föreläsning. Rosendalsgymnasiet har även så kallade "vuxendagar" där eleverna i årskurs tre får välja att gå på olika seminarier som bland annat fokuserar på sådant som är viktigt att veta vid en flytt hemifrån. Konsument Uppsala, olika banker, facket och liknande aktörer håller då i seminarium och Konsument Uppsalas seminarium brukar vara mycket populärt. Responsen från eleverna har varit genomgående positiv, några elever har dock uttryckt att de har känt igen vissa bitar från undervisningen i hemkunskap på högstadiet.

Det som samhällskunskapsläraren tycker är särskilt bra med Konsument Uppsalas föreläsningar är framförallt upplägget på föreläsningarna. Föreläsningarna är upplagda för att skapa aktivitet bland eleverna, där de bland annat får ta ställning till olika påståenden med hjälp av rödgröna lappar som ska representera om eleverna håller med eller ej. Ibland har det också visats korta avsnitt från lyxfällan eller liknande, och det är ett varierande och trevligt upplägg anser läraren. Det är också anpassat till ett ungdomsperspektiv med bland annat exempel kring mobiltelefonabonnemang och att flytta hemifrån. Samhällskunskapsläraren berättar också att de andra lärarna har tagit del av Konsument Uppsalas powerpointpresentationer efteråt och har använt dessa som stöd till undervisning och examination.

Innan föreläsningen som Konsument Uppsala håller brukar samhällskunskapsläraren förbereda sina elever med ett par föreläsningar där de pratar lite om kostnader och budget och liknande. Det blir mest prat om privatekonomi innan, men väldigt lite eller inget om konsumenträtt. Läraren upplever att det finns ett relativt stort intresse bland eleverna kring dessa frågor. När frågor ställs om vad eleverna vill veta om ekonomi så kommer det såklart frågor om världsekonomin och liknande, men många frågor handlar faktiskt om privatekonomi. En viss skillnad märks mellan åldersgrupperna anser samhällskunskapsläraren. Att ta upp ämnena konsumenträtt och privatekonomi ingår ju i kursplanen för årskurs 1, men de eleverna är ofta lite längre ifrån att flytta hemifrån och ta eget ansvar för sin ekonomi jämfört med eleverna i årskurs 3. I de äldre klasserna är eleverna mer aktiva, men det är lätt att engagera eleverna när de exempelvis får börja räkna på hur mycket pengar som försinner på fika varje månad.

På Rosendalsgymnasiet är det fem lärare som undervisar i samhällskunskap och samtliga har använt sig av möjligheten att Konsument Uppsala kommer och föreläser för deras klasser. Samhällskunskapsläraren berättar under intervjun att samma positiva inställning har hörts från alla lärare, och att de andra lärarna också använder Konsument Uppsalas material till undervisning och examinationer. Rosendalsgymnasiet hade en kontakt med Konsument Uppsala även innan reformen där kursplanen för samhällskunskap ändrades, då de undersökte vad som fanns för möjligheter till vuxendagarna. Därefter fastnade lärarna på Rosendalsgymnasiet för denna möjlighet.

På frågan om samhällskunskapsläraren har något övrigt att tillägga blir svaret:

*Jag hoppas verkligen att gymnasiesatsningen fortsätter, annars tänker jag: hjälp, vad ska vi göra sen?!*

### ***Intervju med samhällskunskapslärare på Katedralskolan***

En lärare som arbetar på Katedralskolan och undervisar i samhällskunskap, historia och företagsekonomi har också blivit intervjuad. Efter förändringen av kursplanen i

samhällskunskap 1a/b låter samhällskunskapsläraren alla sina klasser som läser detta ämne träffa Konsument Uppsala. Läraren tycker att det är bra med någon som kommer utifrån, har erfarenhet och ett dokumenterat kunnande. Det blir på ett annat sätt än om än om den egna samhällskunskapsläraren ska prata kring privatekonomi utifrån egen erfarenhet. Med Konsument Uppsala blir det en annan sorts verklighetsanknytning.

Samhällskunskapsläraren har sett en stor skillnad på eleverna under Konsument Uppsalas föreläsningar; att de är mer aktiva och engagerade och har applåderat efter föreläsningarna. Eleverna har lämnat väldigt positiv respons, och även tagit upp det på klassrådet. Det har också förekommit att eleverna har vänt sig till läraren efter Konsument Uppsalas föreläsningar och ställt frågor av mer privat karaktär; kanske för att föreläsningarna väcker tankar och funderingar hos eleverna. Läraren har inte märkt någon skillnad i engagemang mellan olika klasser eller program, utan att det finns ett genomgående intresse bland de flesta eleverna.

Innan föreläsningen med Konsument Uppsala har samhällskunskapsläraren förberett eleverna genom att prata lite om privatekonomi och konsumenträtt. Efter föreläsningen återknyts sedan till det Konsument Uppsala berättade om. Med klasser som läser företagsekonomi brukar läraren trycka på den effektiva räntan, och få eleverna att fundera över vad de egentligen betalar för. När Konsument Uppsalas skolinformatör har träffat samhällskunskapslärarens klasser på Katedralskolan har det framförallt varit en vanlig föreläsning, men läraren vill försöka anlita Konsument Uppsala igen till samma klasser för att även ha tematiska lektioner eller kanske en hel temadag.

På Katedralskolan har samtliga lärare som undervisar i Samhällskunskap 1a/b eller företagsekonomi använt sig av möjligheten att få en föreläsning av Konsument Uppsala. Även innan Konsument Uppsala började med uppsökande verksamhet gentemot gymnasieskolorna vände sig lärare från Katedralskolan till Konsument Uppsala för att de ville ha föreläsningar. Anledningen till att vissa skolor visar större intresse än andra för Konsument Uppsalas gymnasiesatsning tror samhällskunskapsläraren beror på hur bra verksamheten fungerar. Om det finns ett bra flyt i verksamheten orkar lärarna ta emot utomstående föreläsare och de utomstående aktörerna har även lätt att komma i kontakt med rätt personer på skolorna. Om det är sämre flyt i verksamheten kan det vara svårt för Konsument Uppsala att exempelvis nå rätt person, om det nu är ämnesföreträdare eller rektor. På vissa skolor kanske det inte ens finns ämnesföreträdare för att ingen vill vara det, tror samhällskunskapsläraren. Läraren tror att det är viktigt att försöka lösa problemen med skolorna som inte har tagit emot Konsument Uppsala, då det säkerligen går elever där som behöver den här informationen.

### ***Gymnasieskolor som inte har träffat Konsument Uppsala***

Försök har gjorts för att få kontakt med de skolor som har valt att inte ta hjälp av Konsument Uppsala vid föreläsningar om privatekonomi och konsumenträtt, men utan större framgång. Utskick har gjorts till samtliga de lärare som undervisar i samhällskunskap på de berörda skolorna. Från Celsiusskolan kom ett svar från en nyanställd lärare som tidigare arbetat på Jällagymnasiet och där använt sig av Konsument Uppsala. Denna lärare berättade att avsikten var att boka in Konsument Uppsala för föreläsningar inom snar framtid. Läraren har varit väldigt nöjd med de föreläsningar som Konsument Uppsala höll på Jällagymnasiet. Från de andra lärarna har inget svar getts, och Konsument Uppsalas skolinformatör har liknande upplevelser från kontaktförsök med dessa skolor och lärare för att erbjuda föreläsningar. När skolinformatören har fått kontakt med någon av lärarna på dessa skolor är oftast svaret att de tycker att de låter jätteintressant och ber att få återkomma, men inte återkommer. Alternativt uppges också att de inte har tid just nu, men vill boka in föreläsningar längre fram, men sedan inte återkommer.

## **6. Elevperspektiv**

För att få ett elevperspektiv har tre klasser vid två olika skolor besvarat en enkät vid föreläsningens slut. På grund av tidsbrist då eleverna ofta hade bråttom till exempelvis en efterföljande lektion kunde endast en kort enkät som gick snabbt att besvara delas ut. I en optimal situation hade en längre enkät med mer omfattande frågor hade varit att föredra, men en fingervisning om elevernas uppfattning om föreläsningen är möjliga att utläsa även från en kortare enkät.

Urvalsgruppen består av en klass på 27 elever som läste på samhällsvetenskapsprogrammet vid Katedralskolan, med 67 procent kvinnor och 33 procent män. De andra två klasserna studerade teknikprogrammet vid IT-gymnasiet och består av totalt 32 elever, där 94 procent är män och 6 procent kvinnor. Dessa två klasser lyssnade tillsammans på en föreläsning av Konsument Uppsala.

För att få en uppfattning om hur eleverna värderar kunskaper i konsumenträtt och privatekonomi ställdes en fråga om huruvida eleverna tycker att det är viktiga ämnen att lära sig mer om. Svaren presenteras i tabell 2 nedan.

**Tabell 2. Enkätsvar på frågan: ”Tycker du att konsumentkunskap och privatekonomi är viktiga ämnen att lära sig mer om?”**

	<b>Antal svarande</b>	<b>Andel svarande</b>
Ja	52	88,1 %
Nej	3	5,1 %
Vet ej	4	6,8 %
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0%</b>

Som framgår i tabellen ovan anger drygt 88 procent av eleverna att det är viktiga ämnen att lära sig mer om, medan enbart drygt 5 procent inte tycker att det är viktiga ämnen. Samtliga elever som svarat ”nej” på ovanstående fråga läser på teknikprogrammet. På samhällsvetenskapsprogrammet svarade samtliga elever ”ja”, utom en elev som svarade ”vet ej”. Från detta framgår att eleverna på det samhällsvetenskapliga programmet värderar kunskap i dessa ämnen högre.

För att få en uppfattning om hur mycket kunskaper eleverna har i privatekonomi och konsumentkunskap fick de i enkäten ta ställning till hur mycket de ansåg att de visste om ett visst begrepp relaterat till dessa ämnen och som behandlas under föreläsningen. Dessa uppskattningar bör dock tolkas med försiktighet, då det är relativt få begrepp och en subjektiv uppskattning från eleven.

**Tabell 3. Genomsnittligt svar på följande påståenden: ”På skala 1 till 5, hur mycket visste du sedan innan om följande begrepp? (1 = kände inte till någonting, 5 = kände till mycket)”**

<b>Begrepp</b>	<b>Snittpoäng totalt</b>	<b>Snittpoäng samhällsprogram</b>	<b>Snittpoäng teknikprogram</b>	<b>Max-poäng</b>
Konsumentköplagen	2,95	2,93	2,97	5
Reklamation	3,36	3,33	3,38	5
Skuldfällor	3,42	3,11	3,72	5
SMS-lån	4,10	3,78	4,41	5

Snittpoängen för hela gruppen, och för de båda programmen separat, är högre än snittpoängen 2,5 för samtliga begrepp. Detta påvisar att eleverna upplever sig ha en relativt hög kännedom om dessa begrepp. Baserat på snittpoängen anser sig samtliga elever ha lägst kännedom om konsumentköplagen, medan SMS-lån är det begreppet flest anser sig ha en hög kunskap om. Elever vid samhällsvetenskapsprogrammet anser sig ha högre kunskap om reklamation än skuldfällor, medan det motsatta förhållandet råder för elever vid teknikprogrammet.

Eleverna fick också svara på om de hade lärt sig något nytt under föreläsningen, vilket redovisas i tabell 4 nedan.

**Tabell 4. Enkät svar på frågan: ”Fick du lära dig något du inte visste sedan tidigare på föreläsningen om konsumentkunskap och privatekonomi?”**

	<b>Antal svarande</b>	<b>Andel svarande</b>
Ja	43	72,88 %
Nej	8	13,56 %
Vet ej	8	13,56 %
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0%</b>

På frågan om eleverna lärde sig något nytt under föreläsningen uppger nästan 73 procent att de gjorde det, medan runt 27 procent inte vet eller inte lärde sig något nytt. I klassen med elever som studerar samhällsvetenskapliga programmet uppgav nästan 82 procent att de hade lärt sig något nytt, medan motsvarande siffra för eleverna som studerar teknikprogrammet är 65 procent.

De elever som svarade ”ja” på ovanstående fråga ombads i en följdfråga att exemplifiera vad de lärde sig under föreläsningen. Flera elever uppgav att de lärt sig mer om reklamation och att det är reklamationsrätt i tre år. Ett annat vanligt förekommande svar var att eleven har lärt sig hur processen går till om en räkning inte betalas, och hur vägen till kronofogden ser ut. En elev kommenterade att denne inte visste sedan tidigare att vägen till kronofogden var så enkel. Flera elever har också uppgett att de har lärt sig mer om försäkringar och vad en hemförsäkring egentligen täcker. Några elever berättar också om att de har insett riskerna med ett SMS-lån och vikten av att inte handla på kredit.

För att få veta ifall elever uppskattar när det kommer utomstående föreläsare fick eleverna besvara en fråga ifall det är mer intressant att få denna information från Konsument Uppsala gentemot om deras ordinarie lärare hade förmedlat samma information. Resultatet återfinns i tabell 5 nedan.

**Tabell 5. Enkät svar på frågan: ”Är det mer intressant att det kommer en person från Konsument Uppsala och föreläser än att få samma information från en lärare som jobbar på skolan?”**

	<b>Antal svarande</b>	<b>Andel svarande</b>
Ja	37	62,71 %
Nej	7	11,86 %
Vet ej	15	25,42 %
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0%</b>

Runt 63 procent av den totala gruppen svarar att det är mer intressant när informationen om konsumenträtt och privatekonomi kommer från en föreläsare från Konsument Uppsala jämfört med den ordinarie läraren. Vad som dock utmärker sig är när svaren mellan de två grupperna jämförs. För elever vid det samhällsvetenskapliga programmet uppger drygt 96 procent att det är mer intressant med en utomstående föreläsare, medan samma siffra för eleverna som läser vid teknikprogrammet är så låg som 34 procent.

Om eleverna svarade alternativet ”ja” på ovanstående fråga ombads de att exemplifiera varför i en följdfråga. Den vanligaste förekommande motiveringen är att en person från Konsument Uppsala är kunnig och mer insatt, samt kan ge exempel från verkligheten vilket är intressant att få lyssna på. En del elever uppger att de tycker att det känns mer seriöst och lyssna på någon som faktiskt jobbar med konsumenträtt och privatekonomi och som är utbildad inom dessa ämnen. Ett antal elever uppger också att de blir mer uppmärksamma när det är variation och att det bryter av från det vanliga samt att det alltid är roligt att lyssna på olika föreläsare.

Sista frågan i enkäten löd: ”Har du några övriga synpunkter om föreläsningen du just lyssnat på?” I gruppen som läser vid det samhällsvetenskapliga programmet har drygt 55 procent av eleverna skrivit en kommentar på frågan. Samtliga kommentar ger positiv respons på föreläsningen och det skrivs bland annat att det var en jättebra föreläsning och att alla borde få lyssna på en sådan. Det är även kommentarer om att föreläsningen var bra genomförd och att eleverna komma ha nytta av informationen. Bland eleverna som läser vid teknikprogrammet lämnade knappt 16 procent synpunkter med blandade åsikter. En elev uppger att det var en bra och informativ föreläsning, medan en annan elev tyckte att det var en tråkig föreläsning. Andra åsikter är att det är kul när inte bara ens egen lärare pratar samt en önskan om fler frågor till publiken.

Vad som går att utläsa baserat på elevernas svar på enkätfrågorna är att de elever som läser det samhällsvetenskapliga programmet generellt är mer positiva till ämnet och föreläsningen de har fått lyssna på. Dessa elever uppger också i större utsträckning att de har lärt sig något nytt under föreläsningen. En bidragande orsak kan vara att eleverna vid det

samhällsvetenskapliga programmet också skattar en lägre snittpoäng på vad de kan om begrepp relaterade till konsumenträtt och privatekonomi, och således fann föreläsningen till högre grad informativ än eleverna vid teknikprogrammet. En annan potentiellt bidragande orsak är tidpunkten som föreläsningarna hölls för respektive grupp. För eleverna vid det samhällsvetenskapliga programmet hölls föreläsningen under en fredag förmiddag, medan eleverna vid teknikprogrammet fick lyssna på föreläsningen en fredag eftermiddag. En möjlighet är att eleverna är tröttare och därmed blir mindre engagerade en fredageftermiddag gentemot en tidpunkt under förmiddagen, och därmed uppfattar ämnet och föreläsningen som mindre intressant.

## **7. Andra aktörer**

Under denna rubrik presenteras några andra aktörer som också arbetar förebyggande mot gymnasieskolan.

### ***Konsumentverket***

En telefonintervju har genomförts med en samordnare för skolfrågor på Konsumentverket, för att få inblick i hur Konsumentverket arbetar mot gymnasieskolan. Konsumentverket är inte ute i gymnasieskolor och föreläser, framförallt på grund av tidsbrist. I mån av tid skall föreläsningar hållas, men det har inte förekommit under de åren som samordnaren har arbetat på Konsumentverket, trots ett antal förfrågningar från skolor. Istället tillhandahåller Konsumentverket material som exempelvis lokala konsumentvägledare och lärare kan använda sig av vid sina föreläsningar. Det är vanligt förekommande att lärare hör av sig innan de ska börja behandla ämnena konsumenträtt och privatekonomi för att kunna ta del av befintligt material.

### ***Kronofogden***

Ytterligare en myndighet som arbetar förebyggande mot gymnasie- och högstadieskolor är Kronofogden, med syfte att försöka minska risken för överskuldsättning i framtiden. Bland det förebyggande arbetet har det förekommit föreläsningar i gymnasieskolor. I Uppsala har föreläsningarna framförallt varit för elever på mer yrkesinriktade utbildningar som exempelvis bygg- och anläggningsprogrammet och frisörprogrammet. Fokusområdet på föreläsningarna har dock snarare varit ett näringsidkarperspektiv än inriktat på privatekonomi. (Kronofogden, 2012)

### ***Swedbank***

Swedbank erbjuder också föreläsningar till gymnasieskolor, då främst inom området privatekonomi. Ämnen som brukar ingå i föreläsningarna är bland annat sparande, att ta lån, att flytta hemifrån, samboskap och vardagsekonomi. (Swedbank, 2013)



## 8. Andra kommuners arbete mot gymnasieskolan

För att få en inblick i hur andra kommuner jobbar mot gymnasieskolor har telefonintervjuer gjorts med den anställde som arbetar mot gymnasieskolan vid Konsument Uddevalla och Konsument Linköping. Uddevalla kommun är vald eftersom det är den kommun med högst antal besök i gymnasieskolor både under 2012 och 2013 och Linköpings kommun är vald för att kunna få perspektiv från en kommun med färre antal besök. I tabellerna 6 och 7 nedan redovisas statistik över utåtriktad verksamhet där gymnasieskolor varit målgrupp, baserat på Konsumentverkets databas Konstat. För 2013 har dock siffrorna från Konstat kompletterats med uppgifter från Konsument Uppsala och Konsument Uddevalla.

**Tabell 6**

Kommun	Placering	Antal besök 2012	Antal elever
Uddevalla kommun	1	45	1083
Uppsala kommun	2	41	1016
Linköpings kommun	29	4	50

Källa: Konstat

Under år 2012 placeras Uddevalla kommun högst både gällande antal besök och antalet träffade elever, medan Uppsala kommun placerar sig på en andraplats. Linköpings kommun återfinns på en 29:e plats med 41 färre besök än Uddevalla kommun.

**Tabell 7**

Kommun	Placering	Antal besök 2013 (januari-juni)	Antal elever
Uddevalla kommun	1	49	852
Uppsala kommun	2	38	850
Linköpings kommun	14	5	127

Källa: Konstat, Konsument Uppsala, Konsument Uddevalla

För år 2013, perioden mellan januari och juni, har Uddevalla kommun återigen flest antal besök och antal träffade elever och Uppsala kommun har nivåer strax där under. Linköpings kommun återfinns på en högre placering jämfört med år 2012 med mer än dubbelt så många träffade elever än föregående år.

### *Uddevalla kommun*

En telefonintervju har genomförts med Konsument Uddevallas skolinformatör som är anställd för att arbeta förebyggande mot gymnasieskolor. Konsument Uddevallas skolinformatör blev anställd då budget- och skuldrådgivarna märkte en ökad arbetsbelastning till följd av så kallade ”onödiga skulder” som beror på okunskap. Det kunde exempelvis vara att personer

struntat i att bestrida en faktura för att de inte visste hur man gjorde, eller ens att det gick. Även SMS-lån har ökat och blivit allt vanligare. Därför ansågs det viktigt att arbeta förebyggande mot ungdomar, och åldersgruppen 16-24 år är särskilt prioriterad. Konsument Uddevallas skolinformatör uttryckte följande:

*Om man lär ungdomar hur man undviker att skuldsätta sig så är det en investering i samhället och för individen.*

De insatser som Konsument Uddevalla erbjuder är föreläsningar ute i gymnasieskolorna, under hela studietiden. Föreläsningarna brukar vara runt 90 minuter där cirka 60 minuter är konsumenträtt och runt 30-45 minuter är privatekonomi. På konsumenträtten pratas mycket om rättigheter och skyldigheter som konsument, exempelvis reklamation. Delen om privatekonomi innehåller information som exempelvis när en faktura förfaller, hur man ska agera om man vill bestrida en faktura och skillnaden mellan att ta ett SMS-lån gentemot ett lån på en storbank. Det erbjuds också tematiska lektioner. Det händer att Konsument Uddevalla träffar en grupp flera gånger, och då kan det exempelvis läggas in föreläsningar om att flytta hemifrån, eller en föreläsning utformad från speciella önskemål. För vissa klasser anpassas föreläsningarna efter inriktningen på programmet, som exempelvis bygg- och anläggningsprogrammet. Där kan föreläsningen anpassas efter byggfrågor och typiska hantverkarproblem som kan uppstå. Det ges också föreläsningar från ett näringsidkarperspektiv då vissa gymnasieprogram befinner sig på den sidan, som exempelvis frisörprogrammet.

Konsument Uddevalla har upplevt ett mycket stort intresse från gymnasieskolorna och framförallt under de första 14 dagarna under terminerna har de tagit emot ett stort antal samtal om bokningar under terminen. När insatsen först skulle marknadsföras lades det en broschyr i lärarfacken på de skolor där det var möjligt, och det gick även ut mailutskick. Nu är möjligheten att få en föreläsning av Konsument Uddevalla så pass etablerad att de inte behöver marknadsföra sig i lika stor utsträckning, utan enbart ett mail går ut vid terminsstart. Konsument Uddevallas iakttagelse är att de kommunala skolorna har ett större intresse i att boka in föreläsningar, men det kan vara korrelerat med att de har upplevt det svårare att ta sig in på friskolor då det exempelvis har saknats lärarfack i vissa skolor.

Responsen från elever och lärare har varit genomgående positiv. Efter första terminen gjordes en utvärdering där betyget blev mycket bra och landade på 4,7 av 5. Konsument Uddevalla har även en Facebook-sida där runt 450 personer har tryckt på "gilla-knappen". Konsument Uddevallas skolinformatör berättar också att det händer att det ringer föräldrar efter föreläsningar då barnen har berättat om vilken hjälp och stöd det går att få. Detta är positivt då det indikerar att eleverna har tagit till sig informationen och att den även spridits vidare.

### ***Konsument Linköping***

En telefonintervju är genomförd med en konsumentvägledare på Konsument Linköping. På Konsument Linköping finns ingen särskild tjänst som skolinformatör, utan det är konsumentvägledare och budget- och skuldrådgivare som håller föreläsningar ute i gymnasieskolor. Från nämnd finns sagt att unga vuxna och personer med utländsk bakgrund ska prioriteras i det förebyggande arbetet, dock finns inga extra resurser avsatta för att kunna hålla föreläsningar i skolor utan det sker enbart i mån av tid. På grund av detta saluförs inte insatser, utan det har enbart gått från ”mun till mun” mellan lärare att Konsument Linköping kan föreläsa i skolorna. Efter att läroplanen ändrades för samhällskunskap 1a/b ökade antalet förfrågningar från skolorna, och Konsument Linköping blev fullbokade redan i januari. I nuläget genomförs ungefär två föreläsningar varje månad, men efterfrågan har vida överstigit möjligheterna. Detta har framförts till politikerna anger konsumentvägledaren och berättar att de har framhållit Uppsala kommuns arbete mot gymnasieskolan.

I de fall föreläsningar genomförs i gymnasieskolan är det en konsumentvägledare och en budget- och skuldrådgivare som håller i varsitt pass. Normalkonceptet är två timmars föreläsning där en timme ägnas åt konsumenträtt och en timme åt privatekonomi. Konsument Linköping har som en positiv effekt av föreläsningarna märkt att ungdomarna sprider vidare informationen till släktingar och kompisgäng. Föreläsningarna medvetandegör en viktig samhällsfråga vilket kan bidra till en ökad samhällsnytta om informationen sprids vidare till fler grupper än gymnasieeleverna.

## **9. Diskussion**

Vad som går att konstatera utifrån intervjuer med lärare och elevernas enkätsvar är att Konsument Uppsalas föreläsningar är ett populärt inslag i gymnasieskolorna. De två lärarna som har blivit intervjuade är eniga om att det är bättre att Konsument Uppsala håller en föreläsning än att de som lärare hade undervisat om samma saker. Detta eftersom Konsument Uppsala är experter på området och det ger mer tyngd till innehållet med exempel från verkligheten. De tycker också att upplägget på föreläsningarna är bra, då eleverna får ett aktivt deltagande genom att exempelvis ta ställning till olika påståenden. Från elevenkäterna framgår att nästan nittio procent av eleverna tycker att konsumenträtt och privatekonomi är viktiga ämnen att lära sig mer om. Drygt sjuttio procent av eleverna uppger att de lärde sig någonting nytt under föreläsningen. Majoriteten av eleverna svarar också att det är mer intressant när det kommer en utomstående föreläsare från Konsument Uppsala än om deras egen lärare förmedlat samma information. Eleverna betonar också att de tycker att det känns mer seriöst att få lyssna på någon som faktiskt arbetar med konsumenträtt och privatekonomi, och som är utbildad inom dessa områden. Även att få höra exempel från verkligheten gör

föreläsningen mer intressant. Konsument Uppsalas skolinformatör uppger också att föreläsningarna har fungerat bra och att lärare och elever har varit genomgående positiva.

Målsättningen var ursprungligen att samtliga elever skulle få träffa Konsument Uppsala minst en gång under studietiden. Denna målsättning har inte blivit uppnådd, men det kan diskuteras vad det beror på. Det generella problem som går att utläsa är att det är svårt att få informationen att nå ut till alla gymnasieskolor, och vissa skolor uppvisar inget större intresse att ta emot Konsument Uppsala och låta eleverna ta del av en föreläsning. För att göra en jämförelse med Konsument Uddevalla verkar de inte haft samma problem, då de har fått väldigt bra gensvar från gymnasieskolorna i Uddevalla. En potentiell skillnad på varför intresset i Uddevalla är så stort kan bero på hur informationen har spridits. I Uppsala har Konsument Uppsala huvudsakligen kontaktat samhällskunskapsansvariga lärare, medan Konsument Uddevalla har vänt sig till samtliga lärare. Möjligen skulle det kunna vara för smalt att enbart hålla dessa föreläsningar inom ramen av samhällskunskap 1a/b, och ett alternativ skulle kunna vara att samtliga lärare skulle ha möjlighet att lyfta in den här typen av föreläsning från Konsument Uppsala. Det är viktig information som förmedlas, och trots att det blir ett mer naturligt inslag i samband med att privatekonomi behandlas i samhällskunskap 1a/b så borde det vara bättre att eleverna får ta del av informationen i en annan kurs än inte alls. Det kan också vara så att lärare i andra ämnen hade haft ett större intresse att ta in Konsument Uppsala på de skolor där de samhällskunskapsansvariga lärarna inte har gett någon respons på Konsument Uppsalas erbjudande eller tagit emot dem. Samhällskunskapsläraren på Katedralskolan tror att intresset från skolan kan hänga samman med vilken ordning och struktur skolan har. I de fall det finns ett flyt i verksamheten finns ork och utrymme att ta emot externa föreläsare, medan det blir svårt när verksamheten har ett sämre flyt. Läraren tror också att i de fall Konsument Uppsala inte släpps in, så är det inte heller några andra utomstående aktörer som kommer dit. Detta skulle i sådana fall innebära att vissa elever får betydligt mindre undervisning i ämnena privatekonomi och konsumenträtt än andra elever.

För att genomföra denna riktade satsning mot gymnasieelever avsattes resurser för att en person skulle arbeta på heltid som skolinformatör. Under större delen av den pågående satsningen har inte en heltidstjänst varit fylld med enbart arbete mot gymnasieskolan, utan Konsument Uppsalas skolinformatör har även förstärkt budget- och skuldrådgivarna där det har varit en mycket pressad situation med långa kötider. Anledningen att en heltidstjänst inte har fyllts kan bero på att gymnasiesatsningen inte har fått så stort genomslag bland Uppsalas gymnasieskolor. Konsument Uddevalla vittnar dock om samma sak, trots att Uddevallas gymnasieskolor har visat ett stort intresse och många föreläsningar genomförts. Konsument Uddevallas skolinformatör berättar om liknande förhållanden som på Konsument Uppsala; att inledningsvis när skolor ska kontaktas och material skapas behövs mycket tid, men efter ett

tag är det i princip bara föreläsningarna som tar tid, vilket inte fyller en heltidstjänst. Något att notera dock är att Konsument Uddevalla håller fler tematiska lektioner än vad Konsument Uppsala gör. Ett sätt att öka omfattningen av arbetet med gymnasiesatsningen i Uppsala skulle kunna vara att erbjuda fler typer av föreläsningar. Konsument Uddevalla erbjuder bland annat föreläsningar ur ett näringsidkaperspektiv för de mer yrkesinriktade utbildningarna, och detta görs i nuläget inte av Konsument Uppsala. Ytterligare ett sätt för att få tjänsten att uppta heltid skulle kunna vara att bredda resursen genom att träffa fler grupper än enbart gymnasieskolan. Ett exempel skulle kunna vara ett samarbete med Barn- och ungdomsnämnden för att även hålla liknande föreläsningar för högstadieelever. Samordnaren för skolfrågor på Konsumentverket berättar att de har flyttat fokus nedåt i åldrarna, framförallt till högstadieelever men även till viss del mellanstadieelever, då konsumtionen kryper allt längre ned i åldrarna med exempelvis inköp av mobiltelefoner och liknande. Kanske skulle det vara nyttigt för ungdomarna att få höra om konsumenträtt och privatekonomi redan under grundskolan, för att sedan upprepa och fördjupa det ytterligare i gymnasiet. Det finns även grupper i olika projekt och liknande, som Konsument Uppsala i nuläget träffar i mån av tid, där det eventuellt skulle kunna fungera med ett tätare samarbete. Under hösten har Konsument Uppsala fått prioritera bort all samverkan utom med gymnasieskolorna, vilket innebär att det kan finnas människor i olika insatser och projekt som hade behövt informationen från Konsument Uppsala men som inte kan ta del av den.

En positiv extern effekt av föreläsningarna som både skolinformatörer och lärare vittnar om är att eleverna sprider vidare informationen till släkt och vänner. Ungdomar får vetskap om att konsumentvägledning och budget- och skuldrådgivning faktiskt finns, och att det går att få hjälp om den enskilda individen eller familjen får bekymmer med ekonomin. Som exempel berättar Konsument Uddevallas skolinformatör att det förekommer att föräldrar ringer som anger att deras barn har berättat om vilken hjälp och stöd det går att få.

På en längre sikt borde ytterligare positiva effekter uppnås ifall ungdomar lär sig hur de kan undvika att skuldsätta sig, då skuldsättning i sig kan skapa utanförskap och andra problem. Konsument Uddevallas skolinformatör uttrycker att det är en investering i samhället och för individen att ha dessa satsningar mot gymnasieskolan.

## **10.Slutsatser**

Utifrån de olika delarna i utvärderingen framgår att de som har tagit del av Konsument Uppsalas föreläsningar är mycket nöjda, såväl lärare som elever. Konsumentverket har också denna ålderkategori som extra prioriterad, och samma gäller för de kommuner som är

kontaktade. Att förebygga skuldsättning bör vara en investering både i samhället och för de enskilda individerna.

Det problem som har funnits med Konsument Uppsalas gymnasiesatsning är att vissa gymnasieskolor inte alls har tagit emot Konsument Uppsalas erbjudande, eller träffat dem enbart vid ett fåtal tillfällen. Konsument Uppsalas skolinformatör uppger också att det har varit svårt att få informationen att nå ut de samhällkunskapsansvariga lärarna. En lösning till detta problem skulle kunna vara att informera samtliga lärare på gymnasieskolorna, då Konsument Uddevalla har använt sig av detta koncept med framgång.

Ett annat problem är att arbetet med gymnasiesatsningen inte tidsmässigt fyller ut en heltidstjänst som var tänkt. Konsument Uddevalla som har haft en liknande satsning mot gymnasieskolan uppger att inte heller deras arbete mot gymnasiet upptar en heltidstjänst. En potentiell lösning till detta skulle kunna vara att rikta det förebyggande arbetet mot fler grupper, exempelvis att börja ta upp dessa ämnen redan i grundskolan för att sedan fördjupa det under gymnasiet.

## Referenser

Kronofogden. 2012. *Årsredovisning 2012*.

[http://kronofogden.se/download/18.6f6dad1813c5c1430f6800017479/1361526403517/KFM+964\\_utg+5\\_%C3%85rsredov+2012.pdf](http://kronofogden.se/download/18.6f6dad1813c5c1430f6800017479/1361526403517/KFM+964_utg+5_%C3%85rsredov+2012.pdf)

Motion 2012/13:UB273. *Privatekonomi och entreprenörskap i skolan*.

Skolverket. 2011. *Ämne – Samhällskunskap*. <http://www.skolverket.se/laroplaner-amnen-och-kurser/gymnasieutbildning/gymnasieskola/sam>

Swedbank. 2013. *Ung ekonomi*. <https://www.swedbank.se/om-swedbank/swedbank-i-samhallet/ung-ekonomi/>

Uppdragsbeskrivning och åtagande om Konsumentrådgivning och Budget- och skuldrådgivning, 2012.

Uppdragsbeskrivning och åtagande om Konsumentrådgivning och Budget- och skuldrådgivning, 2013.