

Arbetsmarknadsnämnden  
**Tjänsteskrivelse till Arbetsmarknadsnämnden**

Datum:  
2020-04-01

Diarienummer:  
AMN-2020-00136

Handläggare:  
Kjell-Åke Gårdh

## Verksamhetsuppföljning 2019 Konsument Uppsala

### Förslag till beslut

Arbetsmarknadsnämnden föreslås besluta  
att lägga informationen till handlingarna.

### Sammanfattning

Förvaltningen följer årligen upp Konsument Uppsala avseende resultat och verksamhetsberättelse. I enlighet med verksamhetsplan för Arbetsmarknadsnämnden presenteras uppföljningen i nämnden i april varje år.

### Ärendet

Av verksamhetsuppföljningen (bilaga 1) framgår att antalet kontakter/ärenden inom konsumentvägledningen minskar. Karaktären på ärenden tenderar att bli mer komplexa och tidskrävande.

Konsumentrådgivarna är från och med 2019 även behjälpliga med att fylla i ansökningar till Allmänna Reklamationsnämnden.

Under 2019 har konsumentvägledarna sparat minst 510 605 kr åt konsumenter i Uppsala kommun. Beloppet är troligen större då endast återkopplade slutresultat är redovisade.

Konsument Uppsala var i media vid 54 tillfällen under 2019. *Veckans konsumentfråga* har sänts i P4 Uppland vid 28 tillfällen. Dessutom har ett stort antal informationstillfällen getts på skolor. Konsumentvägledningen har även erbjudit rådgivning på plats i Gottsunda varje fredag jämna veckor

Budget- och skuldrådgivningen (BUS) visar på ett ökat antal ärenden. För att klara kötiden på max fyra veckor har BUS minskat det förebyggande arbetet. Av genomförda besök resulterade 38% i en skuldsaneringsansökan.

Sammanställningen av måluppfyllelse (bilaga 2) visar på att Konsument Uppsala har uppfyllt de allra flesta verksamhetshetsmål för 2019.

### **Ekonomiska konsekvenser**

Inte aktuellt i detta ärende

### **Konsekvenser för barn/elever**

Inte aktuellt i detta ärende

### **Konsekvenser för näringslivet**

Inte aktuellt i detta ärende

### **Beslutsunderlag**

Tjänsteskrivelse daterad 2020-04-01

Verksamhetsuppföljning Konsument Uppsala, bilaga 1

Konsument Uppsala – sammanställning måluppfyllelse, bilaga 2

Arbetsmarknadsförvaltningen

Lena Winterbom  
Förvaltningsdirektör

## Bilaga 1. Verksamhetsuppföljning Konsument Uppsala

### Uppföljning Konsument Uppsala 2019

#### **Vision**

Samtliga kommuninvånare känner till Konsument Uppsala och upplever att deras service gör skillnad i kommuninvånarnas vardag.

#### **Målsättning**

Att arbeta med hållbar utveckling; socialt, ekonomiskt och miljömässigt.

**Konsumentrådgivningen** syftar till att främja hållbar konsumtion. Vi stärker konsumenternas ställning på marknaden genom att tydliggöra vilka rättigheter och skyldigheter som konsumenter har.

**Budget- och skuldrådgivningen** syftar till att skapa en hållbar ekonomi. Vi stärker de rådsökande genom ekonomisk rådgivning. Vi hjälper till att skapa kontroll över den rådsökandes löpande ekonomi och skulder. Det innebär också att vara ett stöd före, under och efter en skuldsanering. Budget- och skuldrådgivningen strävar efter att följa Konsumentverkets rekommendationer.

**Informationsträffar** ges om hållbar konsumtion samt för att förebygga att människor hamnar i privatekonomiska eller konsumenträttsliga bekymmer.

Konsument Uppsalas arbete bedrivs med utgångspunkt ”mål och budget”, arbetsmarknadsnämndens verksamhetsplan samt de policyer som kommunfullmäktige i Uppsala kommun har beslutat.

#### **Värdegrund**

Konsument Uppsala

- sätter den rådsökande i centrum och behandlar hen med respekt.
- är lyhörda och analyserar den rådsökandes ärende och behov av stöd.
- ger opartisk rådgivning.
- behandlar alla lika utifrån de rådsökandes olika förutsättningar och behov.
- bidrar till verksamhetens utveckling genom kontinuerlig omvärldsbevakning.
- utvecklar våra kunskaper kring bemötande för att möta våra kunder på ett professionellt sätt.

### Konsumentrådgivningen

#### **Förstakontakter och totala antalet kontakter**

Under 2019 har det varit 2137 *förstakontakter*, vilket är en minskning med 14 procent jämfört med 2018. Totala antalet kontakter under 2019 uppgår till 3226 stycken vilket är en minskning med åtta procent gentemot 2018.

Under 2019 ägde det rum 467 *personliga besök*, vilket är en minskning med 9,5 procent.

Telefonsamtalen uppgick till 1390 stycken, vilket innebär en minskning med 14 procent jämfört med föregående år då siffran var 1618. Konsumentrådgivningen har under 2019 mottagit 278 epostmeddelande, vilket är en minskning med 22 procent jämfört med föregående år.

### *Kontaktsätt – procentuell fördelning*

<i>Kontaktsätt</i>	<i>Uppsala kommun</i>	<i>Nationellt</i>
<i>Kontakt via telefon</i>	<i>65</i>	<i>73</i>
<i>Personliga besök</i>	<i>22</i>	<i>14</i>
<i>E-post</i>	<i>13</i>	<i>13</i>

Ur ett nationellt perspektiv står besöken för en större andel och det framgår även att kontakterna har minskat med 13 procent. Under 2019 har flera kommuner lagt ned sin konsumentrådgivning vilket ger en naturlig minskning av kontakter.

### **Tid**

Konsument Uppsalas medarbetare har använt 856 timmar av sin arbetstid till konsumentrådgivning, vilket innebär en ökning på nio procent i jämförelse med 2018. Trots att förstakontakter och totala kontakter minskar kan man dra slutsatsen att de som kontaktar konsumentrådgivningen behöver mer tid, vilket kan bero på ökad komplexitet i ärendena.

### **Klagomål**

Under 2019 mottogs totalt 1720 klagomål, vilket utgör 80 procent av totala antalet kontakter. Andelen klagomål har ökat i jämförelse med 2018 då motsvarande andel uppgick till 70 procent.

Frågor rörande klagomål är ofta komplexa och kräver många kontakter. Resterande 20 procent av kontakterna rör frågor av enklare art som exempelvis förköpsråd eller fakturafrågor.

### **Klagomål topp 5**

Oavsett om klagomålet rör vara eller tjänst ser topplistan över flest klagomål ut enligt följande:

1. Hantverkstjänster – 140 klagomål, 8,1%
2. Begagnad bil – 126 klagomål, 7,3%
3. Internet/fiber – 97 klagomål, 5,6%
4. Mobiltelefoni – 85 klagomål, 4,9%
5. Möbler/husgeråd/inredning – 80 klagomål, 4,7%

Topp tre på listan är oförändrat jämfört med föregående år. Största skillnad gentemot föregående år är att mobiltelefoni etablerat sig på listan.

Ur ett nationellt perspektiv är skillnaden att dator/telefon/spelkonsol finns på ”topplistan” istället för internet/fiber. Som helhet är den procentuella andelen klagomål lägre i Uppsala på *Begagnad bil* och *hantverkstjänster*. När det kommer till internet/fiber så klagas det i större utsträckning på det i Uppsala jämfört med resten av landet.

### **Företag topp 10**

Följande företag toppar inkomna klagomål under 2019. Inom parentes anges fjolårets klagomål.

1. Elgiganten	40	(15)
2. IP Only	39	(20)
3. Telia	29	(25)
4. Telenor	27	(14)
5. Viasat	21	(19)
6. Com Hem	20	(18)
7. Tre	18	(8)
8. Media Markt	10	(10)
9. Norwegian	10	(7)
10. Vitality Club	10	(15)

På listan återfinns flera stora företag inom telekombranschen. Elgiganten och IP Only har nästan fördubblat sina klagomål jämfört med föregående år.

### **Jämförelse kvinnor/män**

Könsfördelningen mellan de som kontaktar oss är förhållandevis jämn då kvinnor står för 52,4 procent av kontakterna medan männen står för 45,1 procent.

Utifrån de olika försäljningsmetoderna (butik, e-handel, postorder/telefonorder) är det jämnt fördelat mellan könen. Kvinnor överstiger män i andel kontakter när det gäller butik, e-handel, postorder/telefonorder och avtal utanför fast affärslokal. Kategorin telefonförsäljning är den försäljningsmetod där andelen kontakter skiljer minst mellan könen.

I årskommentarerna för 2018 noteras att i och med kravet att skriftligt bekräfta ett avtal som initierats via telefonkontakt. Under 2019 var kontakterna 135 stycken där försäljningsmetoden var telefonförsäljning, vilket innebär en minskning jämfört med 2018 då de uppgick till 166 stycken. Skriftlighetskravet har förbättrat konsumenternas skydd när en telefonförsäljare ringer.

En del företag får konsumenter att signera avtal under samtalet, vilket inte var tanken med skriftlighetskravet. Frågan uppstår därför om skriftlighetskravet förklarar ett minskat antal klagomål efter telefonförsäljning

Under 2018 noteras 997 ärenden under försäljningsmetoden annan/okänd. Under 2019 registreras 380 ärendet. Förbättringen behöver vidmakthållas för att framöver få användbar statistik.

### **Sparade konsumentpengar**

Ett sparande uppstår då konsumenter kommer ur avtal eller när en reparation i stället bekostas av företaget. För att pengarna ska ses som sparade anges endast de ärenden där konsumenten eller företaget återkopplar och berättar utfallet. Summorna som anges nedan ska därför betraktas vad som konsumenterna minst sparas.

2019	510 605 kronor
2018	230 133 kronor

Tabellen visar således på ett ökat ”sparande” då fler konsumenter kommit ur ett avtal eller att reparationer i stället bekostas av företaget.

### **Sammanfattning**

Lokalt som nationellt har kontakterna minskat.

Trots att både första kontakter och totala kontakter minskat under det gångna året har konsumenternas frågor tagit mer tid i anspråk då antal nedlagda timmar ökat med åtta procent.

En anledning till att timmarna ökat kan bero på att vi i större utsträckning än tidigare år varit behjälpliga med att göra anmälan till Allmänna reklamationsnämnden. Att göra en anmälan dit tillsammans med konsument tar ofta runt en timme, sällan mindre tid.

En förklaring till att vi lagt ned fler timmar på rådgivning trots minskade kontakter kan också bero på att klagomålslistan toppas av hantverkstjänster. Frågor som berör hantverkstjänster är ofta mycket komplicerade och tar mycket tid i anspråk.

### Budget- och skuldrådgivning

Följande redovisning visar på ett ökat inflöde i samtliga fall (kontakter, besök, rådgivning etc.). Allra först redovisas på vilket sätt budget- och skuldrådgivarna kontaktas.

#### Kontakter

År	Telefon	E-post	Totalt
2019	848	208	1056
2018	796	173	969
2017	860	168	1028
2016	770	114	884

Antalet kontakter har ökat något. Andelen som kontaktar budget- och skuldrådgivarna via telefon har legat på ungefär samma nivå sedan 2016 medan e-posten har ökat. Andelen telefonkontakter kommer på sikt att minska då det under hösten 2019 blivit möjligt med onlinebokning av besök.

#### Besök

År	Besök	Procentuell utveckling
2019	1522	+ 5 %
2018	1453	+ 1 %
2017	1442	+ 6 %
2016	1357	Jämförelseresultat saknas.

Antalet besök har ökat från 1453 (2018) till 1522 (2019). Det motsvarar en ökning på 5 procent. I jämförelse med 2016 har de personliga besöken ökat med 12 procent (från 1357 till 1522 besök)

#### Inbokade besök:

Ärendeströmning har ökat konstant över åren. I jämförelse med föregående år har antalet personer som bokat tid ökat med 19%. Jämför vi årets siffror med siffror för 2016 så var motsvarande ökning 47%.

År	Inkomna	Kom ej	Kom ej (%)
2019	921	187	20
2018	776	156	20
2017	743	129	17
2016	625	127	20

Ökat antalet ärenden har inneburit att befintlig personalstyrka arbetat hårt för att inte kötiden skall överstiga 4 veckor, vilket är den tid Konsumentverket anger som maxtid i sina rekommendationer. Samverkan och förebyggande arbete (se bilaga 2) har därför nedprioriterats.

Andelen personer som uteblir (kom ej) är hög. Budget- och skuldrådgivarna har inte vidtagit några extra åtgärder (smspåminnelser etc.) för att minska den andelen. Med möjlighet till online bokningar (Bookings) kommer klienter automatiskt att få mailpåminnelser inför besök vilket kan bidra till att andelen uteblivna besök minskar i framtiden.

Samtidigt har Kronofogden för avsikt att kontakta 72 000 personer i landet som de identifierat skulle ha möjlighet att ansöka om skuldsanering vilket i sin tur kan medföra ytterligare ökning av inflödet av ärenden till budget- och skuldrådgivningen.

### Nybesök

År	Nybesök	Procentuell utveckling
2019	704	+ 8 %
2018	653	+ 10 %
2017	589	+ 8 %
2016	544	Jämförelseresultat saknas

Andelen nybesök har ökat från 653 (2018) till 704 (2019), vilket motsvarar en ökning på cirka 8 procent. I jämförelse med 2016 är ökningen nästan 30 procent.

År	Nybesök	Nybesök → ansökan om skuldsanering	Andel
2019	704	35 procent	246
2018	653	40 procent	261
2017	589	43 procent	253
2016	544	36 procent	195

*Nybesök* leder som regel (mellan 30-45 procent) till en inskickad ansökan om skuldsanering. Antalet ansökningar om skuldsanering har minskat med 8 procent mellan 2018 och 2019.

Totalt inkom 248 ansökningar under 2019, vilket skall jämföras med 2018 då det inkom 269 stycken. På det hela taget har dock antalet ansökningar ökat med 26 procent sedan 2016 då det inkom 197 stycken.



### Antalet beslut om och beviljande av skuldsanering

År	Beslut	Beviljade	Procentuell andel
2019	322	186	57
2018	194	127	66
2017	202	139	68
2016	Uppgift saknas	Uppgift saknas	62

I varje ansökningsärende om skuldsanering fattas det beslut och beviljandegraden var 57 procent 2019. Det skall jämföras med tidigare år beviljandegraden var 66 procent (2018), 68 procent (2017) respektive 62 procent (2016).

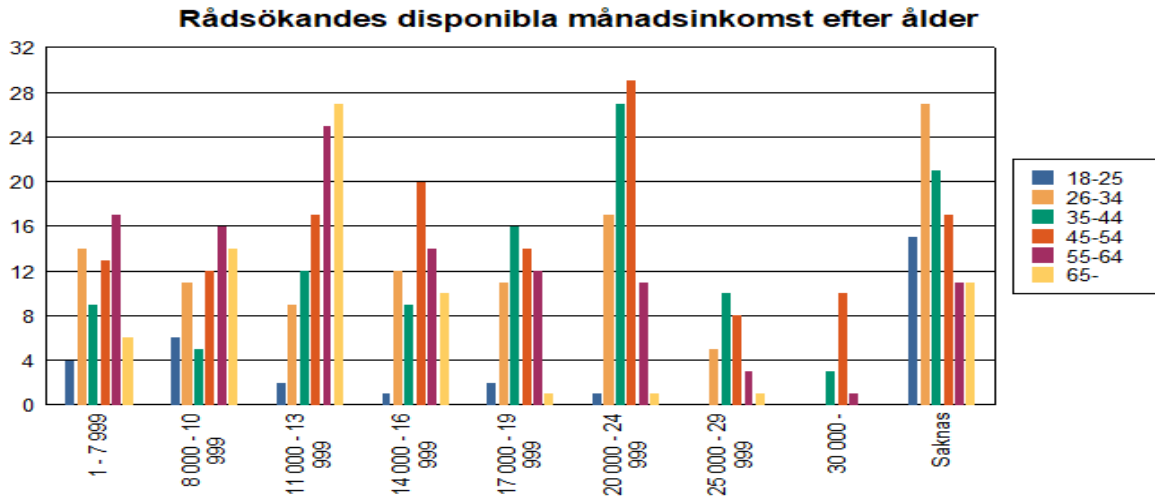
### Rådsökande 2019

Baserat på avslutade ärenden under 2019, både Knivsta och Uppsala  
Totalt 641 ärenden (varav 27 från Knivsta)

#### Antal rådsökande efter åldersintervall och kön

	Kvinnor	Män	Antal
18-25	14	20	34
26-34	60	67	127
35-44	50	81	131
45-54	80	81	161
55-64	53	61	114
65-	34	40	74
<b>Antal</b>	<b>291</b>	<b>350</b>	<b>641</b>

Andelen kvinnor och män av våra besökare är relativt jämt fördelad, 45% kvinnor jämfört med 55% män. Av 641 ärenden är 291 kvinnor och 350 män. Fördelning av män och kvinnor över åren följs åt med undantag för intervall 35-44 år då det är betydligt fler män. Oklart varför det skiljer sig åt i jämförelse med övriga åldersintervall.



## Inkomstkälla och könsperspektiv

### Försörjning

- 40% av de rådsökande har ersättning i form av lön.  
12% har ekonomiskt bistånd.  
12% har pension.  
12% har sjuk- eller aktivitetsersättning.

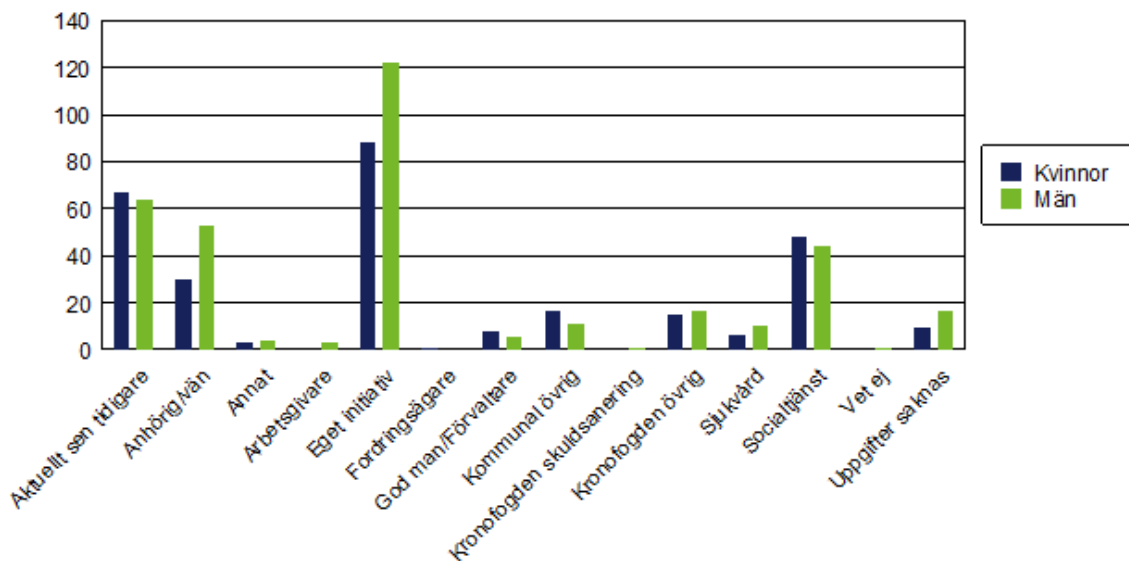
### Könsperspektiv och försörjning

- 34% av kvinnorna respektive 41% av männen har inkomst av lön.  
14% av kvinnorna respektive 10% av männen har aktivitets- eller sjukersättning.  
10% av kvinnorna respektive 13% av männen har försörjningsstöd.  
11% av kvinnorna respektive 13% av männen har pension.

Ca 46 % saknar betalningsutrymme, vilket motsvarar 265 rådsökande av 570. Av dem är 118 kvinnor (45%) och 147 män (55%).

I 18% saknar de rådsökande disponibel inkomst. Det innebär att de har försörjningsstöd eller att andra parten i hushållet försörjer familjen. Majoriteten av de rådsökande har låg disponibel inkomst.

### Antal rådsökande efter kontaktsätt och kön



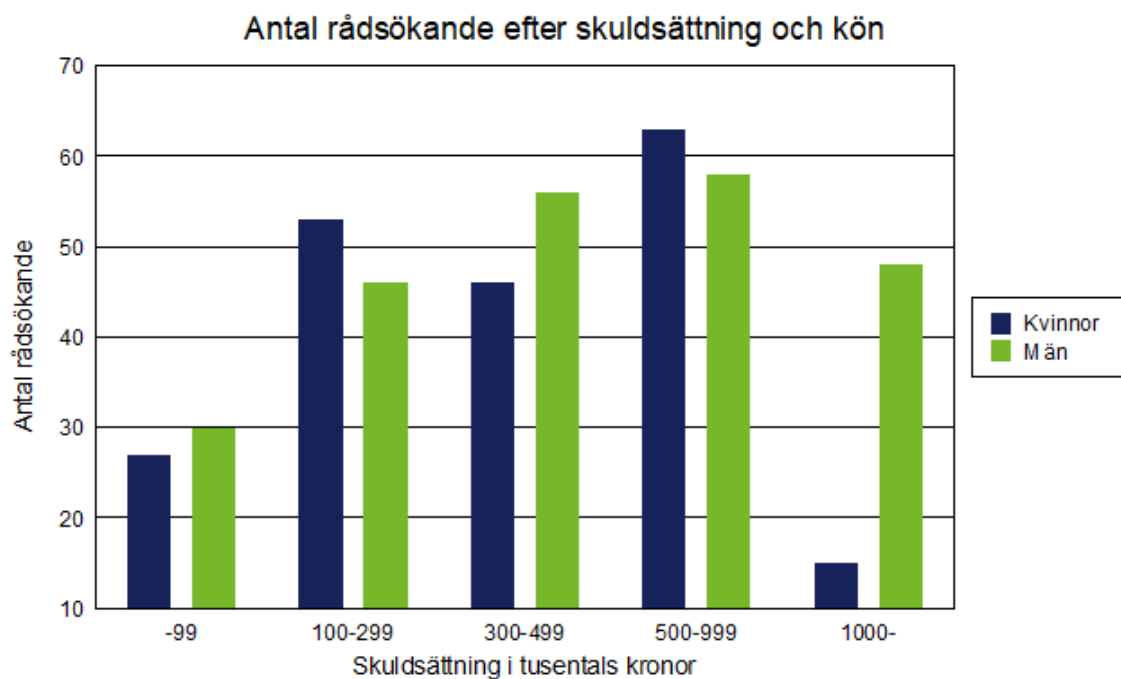
De flesta tar kontakt med budget- och skuldrådgivningen på eget initiativ, 32%. Socialtjänst hänvisar 14% till budget- och skuldrådgivningen medan endast 5% anger att kronofogden hänvisat dem.

### Rådsökande efter familjetyp och kön

		Med hemmavarande barn	Utan hemmavarande barn	Totalt
Ensamstående	Kvinnor	73	161	234
	Män	24	227	251
	Delsumma	97	388	485
Sambo/Gifta	Kvinnor	31	26	57
	Män	65	34	99
	Delsumma	96	60	156
<b>Antal</b>		<b>193</b>	<b>448</b>	<b>641</b>

Majoriteten av våra rådsökande lever i singelhushåll, 76%. Vanligast är man utan hemmavarande barn, 35%.

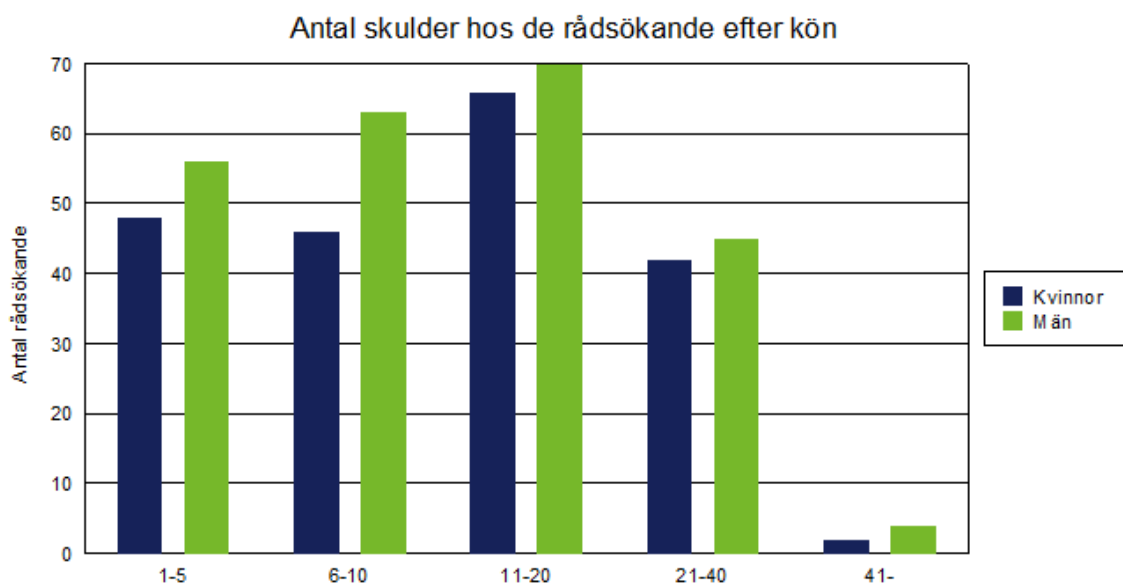
### Skuldsättning hos de rådsökande



Av ovanstående diagram framgår att det är betydligt fler män än kvinnor som har höga skuldbelopp; d.v.s mer än 1 000 000 kronor.

Beträffande antalet skulder framgår det av nedanstående diagram att dessa fördelas jämnt mellan könen.

### Antal skulder hos de rådsökande



## Bilaga 2: Konsument Uppsala - sammanställning måluppfyllelse

### Konsument Uppsala

#### Mål

- Att öka antalet förstakontakter för Konsumentrådgivningen med ca 5% till 2 611 (2 488 år 2018).
  - ⇒ **Ej uppnått**  
Minskning av antalet ärenden med 14% från 2 488 till 2133. På nationell nivå minskade antalet konsumentrådgivningsärenden med 13%
- Att ta emot lika många klienter, nybesök, på budget- och skuldrådgivning som föregående år, d. v. s. 650 nya klienter.
  - ⇒ **Uppnått**  
704 klienter har fått tid och genomfört första besöket
- Att göra konsumentrådgivningen mer kända genom att upprätthålla goda mediakontakter och aktivt arbeta med kommunikation
  - ⇒ **Uppnått och pågående**  
Kommunikationsplan för konsumentrådgivningen upprättad med hjälp av kommunikationsenheten. Enheten har ökat antalet mediakontakter från 38 tillfällen 2018 till 54 tillfällen 2019.
- De rådsökande ska få svar eller återkoppling samma dag eller senast nästkommande arbetsdag.
  - ⇒ **Uppnått**
- Den längsta väntetiden för budget- och skuldrådgivning ska vara 4 veckor.
  - ⇒ **Uppnått**
- Information ska ges till relevanta grupper utifrån uppdraget
  - ⇒ **Uppnått**  
Enheten har informerat olika grupper vid 95 tillfällen (70 under 2018).

#### Planerade aktiviteter Konsument Uppsala

##### **Kommunikation**

Totalt har Konsument Uppsala under 2019 haft 54 mediatillfällen.

- Radio
  - ⇒ **Uppnått**  
Konsument Uppsala har medverkat vid 28 tillfällen i radio
- Facebookfilmer
  - ⇒ **Uppnått**  
Producerat två nya filmer, Tre tips vid köp av begagnad bil och Reklamera second hand  
Reklamera second hand utlagd två tillfällen under hösten  
Filmen tre tips inför julhandeln publicerad även detta år.
- Media allmänt
  - Svarar när media kontaktar oss i olika frågor. Kontaktar media när vi ser olika fenomen/trender
  - ⇒ **Uppnått**

### Gottsunda

- Konsumentrådgivning på plats, fredag eftermiddag jämna veckor  
⇒ Uppnått

### Förebyggande arbete

- Information ska ges till ungdomar i gymnasiet  
⇒ Uppnått
- Information ges till deltagare i spelberoendebehandling  
⇒ OK. Kommunen bytt leverantör under året vilket inneburit ny kontakt att upparbeta.
- Information ges till deltagare på SFI  
⇒ Uppnått  
Vi har varit ute vid 36 tillfällen till SFI grupper.
- Information ges till deltagare på KrAmi  
Uppnått  
Vi informerar KRAMI 2 ggr per termin, alltså totalt 4 tillfällen per år.
- Information ges till öppna förskolor  
⇒ Uppnått  
Vi har varit ute på Öppna förskolor vid 10 tillfällen under året.
- Ett utbildningstillfälle för vidareförmedlare (andra professionella) under hösten 2019  
⇒ Uppnått  
41 deltagare

### Konsumentrådgivningen

- Marknadsbevakning  
⇒ Uppnått  
Marknadsbevakning på varudeklaration på begagnade bilar genomförd i juni
- Företag  
⇒ Uppnått  
Erbjudit företagsbesök där vi upptäcker att vi har klagomål. Informationsbrev till nyetablerade företag.
- Seniorer  
⇒ Uppnått  
Upparbetat kontaktnät till olika seniorgrupper. Genomfört 3 föreläsningar.
- Hållbar konsumtion  
⇒ Uppnått  
Kartlagt övriga aktörer inom området i Uppsala kommun och skapat ett eget budskap i frågorna. Tillfrågad som expert i paneldebatt 20 januari 2020.

### Budget- och skuldrådgivningen – måluppfyllelse

- Medverka i projektet Fokus familjen, 50% tjänst  
⇒ Uppnått
- Utveckla möjlighet till digitalt bokningssystem  
⇒ Uppnått  
Från och med januari 2020 sker bokningen fullt ut genom onlinebokning
- Utveckla samverkan med boendestöd  
⇒ Ej uppnått  
Ej möjligt på grund av ökat inflöde av ärende och därmed resursbrist.

### Övriga engagemang

- Administrerar det Lokala konsumentrådet, KVL
- Samverka (dokument) med socialtjänst, försörjningsstöd och boendeenheten, BUS
- Erika Viklund är utbildare i Konsumentverkets grundkurs för budget- och skuldrådgivare, BUS
- Helena Torstensson medverkar i Forum för spelberoende, BUS
- Sammankallande för ärendedragningar i länet, BUS

### Övrigt

- Säljer Konsumentrådgivning till Östhammar
- Säljer Budget- och skuldrådgivning till Knivsta