

Arbetsmarknadsförvaltningen
Tjänsteskrivelse till arbetsmarknadsnämnden

Datum: 2023-05-25
Diarienummer: AMN-2023-00158

Handläggare:
Kjell-Åke Gårdh

Rev. 2023-08-28

Verksamhetsuppföljning 2022 Konsument Uppsala och status 2023

Förslag till beslut

Arbetsmarknadsnämnden beslutar

1. **att** lägga informationen till handlingarna.

Ärendet

Förvaltningen följer årligen upp Konsument Uppsala avseende resultat och verksamhetsberättelse.

Beredning

Ärendet har beretts inom arbetsmarknadsförvaltningen.

Ärendet har inga konsekvenser sett ur perspektiven för barn, jämställdhet och näringsliv.

Föredragning

Av bilaga 1 framgår att antalet ärenden till Konsumentrådgivningen har minskat med 9 procent under 2022 i jämförelse med 2021. Även om antalet ärenden minskat något har karaktären på ärenden förändrats till att bli mer komplexa och tidskrävande.

Av samtliga ärenden var 89 procent klagomål. Liksom tidigare år är det klagomål på utförande av hantverkstjänster som toppar listan för typ av klagomål. Även ur ett nationellt perspektiv dominerar klagomål på utförande av hantverkstjänster.

Sedan 2018 har Konsument Uppsala noterat hur mycket pengar som "räddas" för att kommuninvånaren får råd om hur de kan komma ur avtal alternativt att de inte behöver bekosta en reparation på egen hand.

Uppföljningen visar att Konsument Uppsala "sparade" 902 292 kronor åt kommunens invånare, vilket ska jämföras med 2021 då motsvarande summa var 1 338 568 kronor. Det innebär en minskning med cirka 33 procent, vilket kan förklaras av att det under 2022 blivit svårare att följa upp ärenden genom att begära ut beslut från Allmänna reklamationsnämnden.

Budget- och skuldrådgivningen har under 2022 haft ett fortsatt högt inflöde av ärende och i jämförelse med 2021 har dessa ärenden ökat med 17 procent. Under 2022 har den genomsnittliga kötiden för att få tid hos budget- och skuldrådgivare varit två veckor. Det ska jämföras med Konsumentverkets rekommendationer att kötiden inte skall överstiga fyra veckor.

Av verksamhetsuppföljningen framgår även att andelen nybesök som resulterar i en skuldsaneringsansökan är 25 procent, vilket är en minskning mot tidigare år. Ett skäl som anges är att den nuvarande ekonomiska situationen i landet gör att andra grupper söker budget- och skuldrådgivare än tidigare.

Konsument Uppsala har under 2022 informerat som sin verksamhet för 72 olika grupper samt medverkat i media vid 89 tillfällen. Det är förebyggande aktiviteter för att invånare inte ska hamna i ekonomiska problem, men aktiviteterna genomförs även i syfte att göra verksamheten mer känd.

I samband med nämndsammanträdet den 31 augusti presenteras även hur resultaten har utvecklats under 2023. Sammanfattningsvis framgår att antalet ärenden hos budget- och skuldrådgivningen fortsätter att öka. Det framgår även att kötiden för att komma i kontakt med budget- och skuldrådgivare överstiger den rekommenderade maxtiden på 4 veckor med några få dagar. Avslutningsvis visar uppföljningen att antalet ärenden hos konsumentrådgivningen under året har ökat med 16 procent i jämförelse med 2022.

Ekonomiska konsekvenser

Inte aktuellt i ärendet.

Beslutsunderlag

- Tjänsteskrivelse daterad 25 maj 2023
- Bilaga 1. Verksamhetsuppföljning 2022 Konsument Uppsala

Arbetsmarknadsförvaltningen

Lena Winterbom
Förvaltningsdirektör

Bilaga 1. Verksamhetsuppföljning 2022 Konsument Uppsala

Konsument Uppsalas vision och syfte

Vision

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

Uppdrag

Vårt mål är att arbeta med hållbar utveckling; socialt, ekonomiskt och miljömässigt.

Konsumentrådgivningen (KVL) syftar till att främja hållbar konsumtion. Vi stärker konsumenternas ställning på marknaden genom att tydliggöra vilka rättigheter och skyldigheter som konsumenterna har.

Budget- och skuldrådgivningen (BUS) 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.

Vid Konsument Uppsala utgår vi från kommunens "Mål och budget", arbetsmarknadsnämndens verksamhetsplan samt de policyer som kommunfullmäktige i Uppsala kommun har beslutat.

Vägledande förhållningssätt

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

Konsumentrådgivningen (KVL)

Ärendestatistik

År	Antal ärende	Telefon (%)	Besök (%)	E-post (%)	Andel Klagomål (%)
2022	1983	70	10	20	89
2021	2176	82	4	14	86
2020	2508	69	16	15	76
Förändring 2021 till 2022	-9 %				

Antal ärenden minskade med 9 procent i jämförelse med 2021. En nedgång i antal ärenden märktes inte bara i Uppsala utan även på nationell nivå. Minskningen var störst i början av året. Under hösten ökade inflödet av ärenden markant. En trolig förklaring till detta är den situation som råder med ökad inflation, ökade elpriser och en oro för ekonomisk kris.

Under 2020 var antalet förfrågningar angående inställda resor och flyg många. De fortsatte även under 2021. De problemen som var kopplade till pandemin kvarstod inte i samma utsträckning under 2022 vilket är en förklaring till minskningen av antalet ärenden.

Ärenden kan kategoriseras som förfrågning eller klagomål. Andelen klagomål ökar och är nu uppe i hela 89%. Klagomålsärenden är mer krävande och komplexa och ställer stora krav på medarbetarnas kompetens. Så även om antalet ärenden minskat är de ärenden som inkommer mer resurskrävande.

Kontakt via telefon står för hela 70 procent av kontaktsätten. Glädjande nog börjar ändå besökare att hitta tillbaka efter stängningen under pandemin. Antalet besök uppgick till 196 stycken under 2022 vilket motsvarar 10 procent av kontaktsätten. På nationell nivå ser fördelningen mellan de olika kontaktsätten ut på så vis att telefon står för 76 procent, besök för 6 procent och e-post för 18 procent.

Klagomål

Under 2022 mottogs 1 768 klagomål av totalt 1 983 förstakontakter vilket motsvarar 89 procent.

Klagomål topplista

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

1. Hantverkstjänster – 160 klagomål, 8,2 %
2. Begagnad bil – 120 klagomål, 6,1 %
3. Mobiltelefoni – 78 klagomål, 3,9 %
4. Möbler/Husgeråd/Inredning – 76 klagomål, 3,9 %
5. El – 60 klagomål 3,1 %

Första platsen intas 2022 återigen av hantverkstjänster som fått 160 klagomål. På nationell nivå motsvarar klagomål på hantverkstjänster 8,4 procent av klagomålen. Ny på topplistan för 2022 är el. Försvann från listan gjorde både Internet/fiber och Dator/telefon/spelkonsol. Uppsala avviker i år från den nationella fördelningen mellan klagomålen på varor och tjänster framför allt vad gäller el.

Företag topp 10

Följande företag har fått mest antal klagomål under 2022. Av tabellen framgår även hur många klagomål respektive företag fick under 2021.

Företag	2022	2021
1. Tele 2	34	20
2. Elgiganten	29	33
3. Telia	21	51
4. Vattenfall	18	6
5. Allente	16	9
6. IP Only	14	20
7. Express-bild	12	6
MediaMarkt	12	17
Rikshem	12	6
8. Hallon	11	4
Hedin Bil	11	12
IKEA	11	13
9. NetOnNet	10	12
Stander	10	0
Telenor	10	13
Tre	10	9
10. Uppsala hem	9	7

Precis som föregående år hamnar ett telekombolag i topp på listan över de företag konsumenterna klagat mest på. Konsumentverket har sedan tidigare märkt att det finns ett stort missnöje hos konsumenterna riktat mot telekombolagen. Klagomålen är ofta grundande i bristande rutiner och en ineffektiv och svårtillgänglig kundtjänst.

2022 finns inga flygbolag med på topplistan och endast en bilhandlare trots att begagnad bil alltjämt är den vara som har fått mest klagomål under året.

Nya företag på topplistan (markerade i grönt) är Vattenfall, Hallon, Stander, Express-bild, Rikshem och Uppsalahem. Under 2021 inkom inte något klagomål på Stander medan under 2022 inkom hela 10 klagomål. Klagomålen på Hallon, Rikshem, Express-bild och framför allt Vattenfall har också ökat mycket under 2022.

Även om många nya företag finns med på topplistan är det svårt att dra någon säker slutsats. Vad gäller Vattenfall vet vi att de under 2022 och kanske framför allt under senare delen av 2022 har haft problem med att kunna utfärda fakturor men även långa ledtider vad gäller anslutning av till exempel solcellsanläggningar. En trolig förklaring kan vara att efterfrågan på bland annat solcellsanläggningar och därmed anslutningar till elnätet har varit mycket stor samt att elpriserna för många har ökat under året.

Könsperspektiv

Könsfördelningen är mycket jämn då kvinnor står för 49 procent av kontakterna medan män står för 48 procent.

Räddade konsumentpengar

Sedan 2018 noterar Konsument Uppsala hur mycket pengar konsumentrådgivningen räddar åt invånare i Uppsala. I summan ingår enbart belopp där återkoppling skett, alltså belopp som är faktiskt sparade för konsumenten.

Räddade konsumentpengar uppgick under 2022 till 902 292 kronor. 2021 var motsvarande siffra 1 338 568 kronor. Detta innebär en minskning med 33% i jämfört med föregående år.

En del av förklaringen kan troligtvis förklaras av att det under 2022 blivit svårare att följa upp ärenden genom att begära ut beslut från ARN..

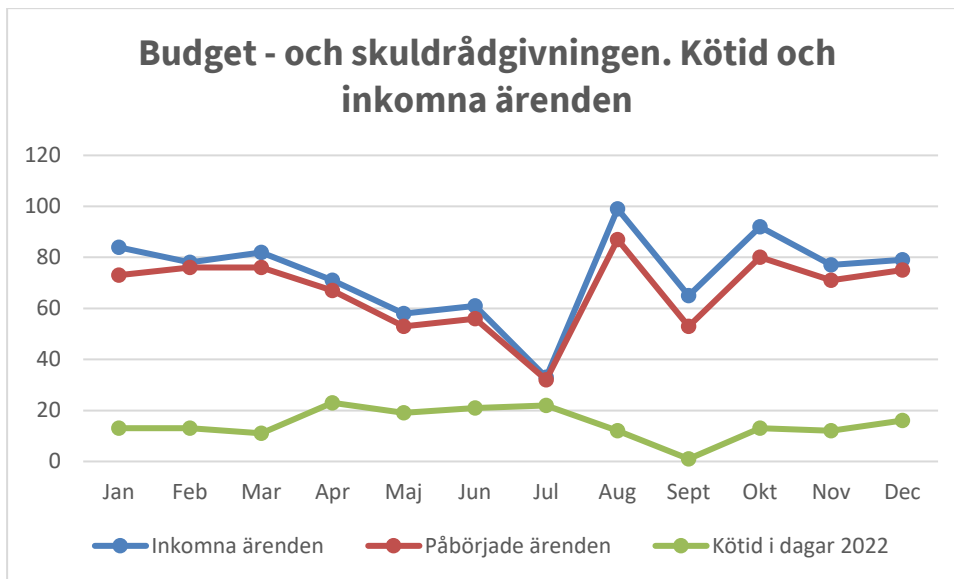
Budget- och skuldrådgivning (BUS)

Ärendestatistik

År	Bokade nybesök	Genomförda nybesök	Telefon/Mail	Kom ej
2022	879	796	870	53
2021	778	682	869	60
2020	914	700	902	140
Förändring 2021 till 2022	13 %	17%	-	-12%

Som framgår av tabellen ovan har budget- och skuldrådgivningen ett fortsatt högt inflöde av ärende. Andelen bokade nybesök har ökat med 13 procent och även antalet genomförda nybesök har ökat med 17 procent.

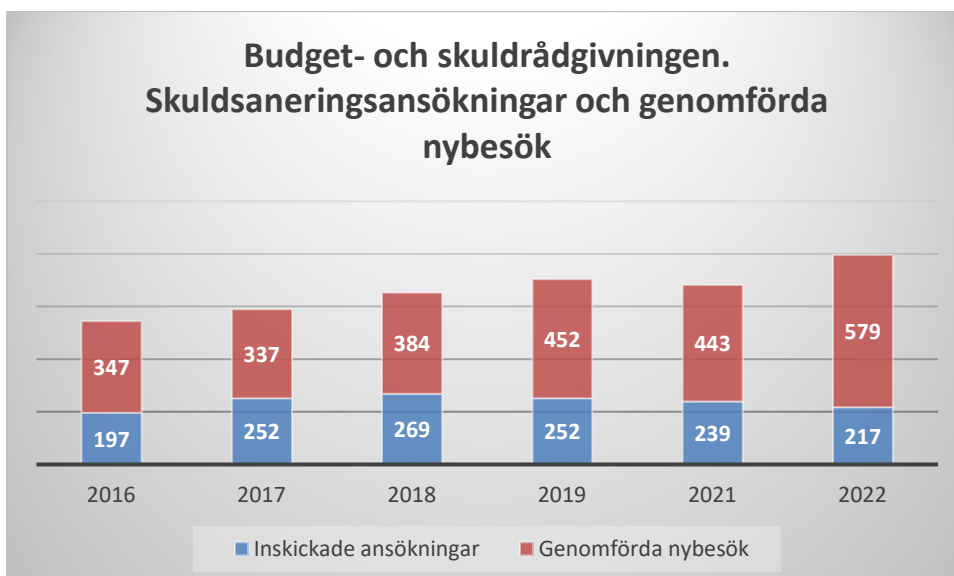
Under 2020 infördes ett nytt ärende- och statistiksystem. Principer för inmatning av uppgifter skiljer sig åt mellan gammalt och nytt system vilket gör att det svårt att jämföra med 2020. Siffror från 2020 bör visa ett högre antal utifrån hur inmatning skett. Ökningen i jämförelse med 2020 är därför större än vad siffrorna visar.



Konsumentverkets rekommendationer säger att kötiden för att få tid hos budget- och skuldrådgivare inte skall överstiga 4 veckor. Genomsnittlig kötid i Uppsala har under 2022 varit ca 2 veckor.

Semestermånaderna innebar en ökning av kötid men den blev inte bestående. Kötiden har ej heller påverkats speciellt av att det vissa månader har inkommit betydligt fler ärenden.

Antalet skuldsaneringsansökningar och genomförda nybesök



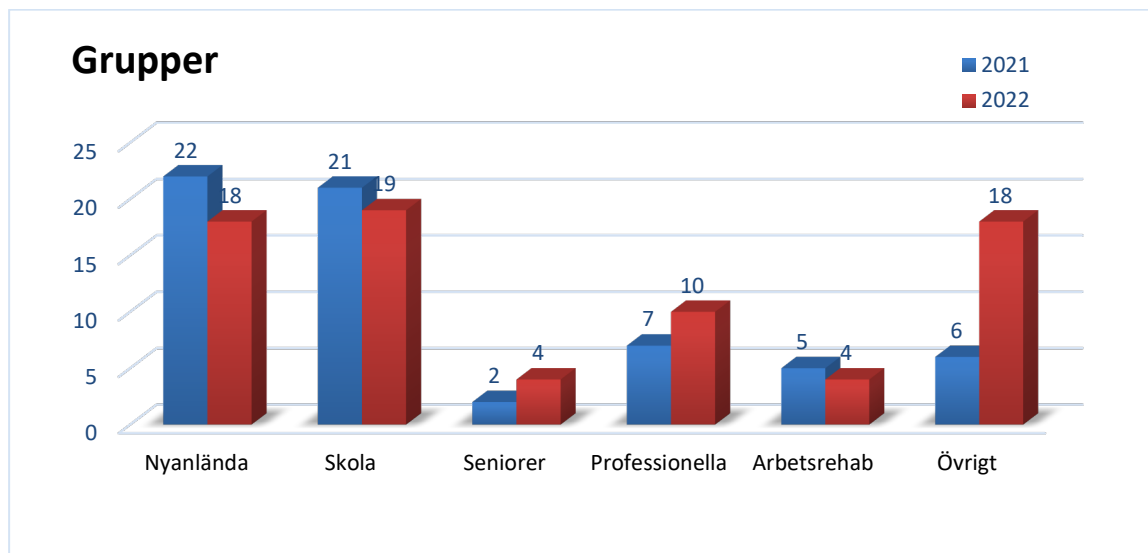
Andelen nybesök som resulterar i en skuldsaneringsansökan har minskat. Nytt ärendesystem infördes under 2020 och flytten av ärenden från det gamla systemet har gjort att det inte går att använda statistiken för beviljade skuldsanering under 2020 och 2021.

En förklaring till minskningen av andelen skuldsaneringar kan vara att karaktären på ärenden har delvis förändrats under 2022. Nya grupper söker råd och stöd på grund av rådande inflation, höjning av elpris och ränteökningar. De befinner sig inte i en situation där skuldsanering är lösningen utan önskar annan rådgivning.

Förebyggande insatser

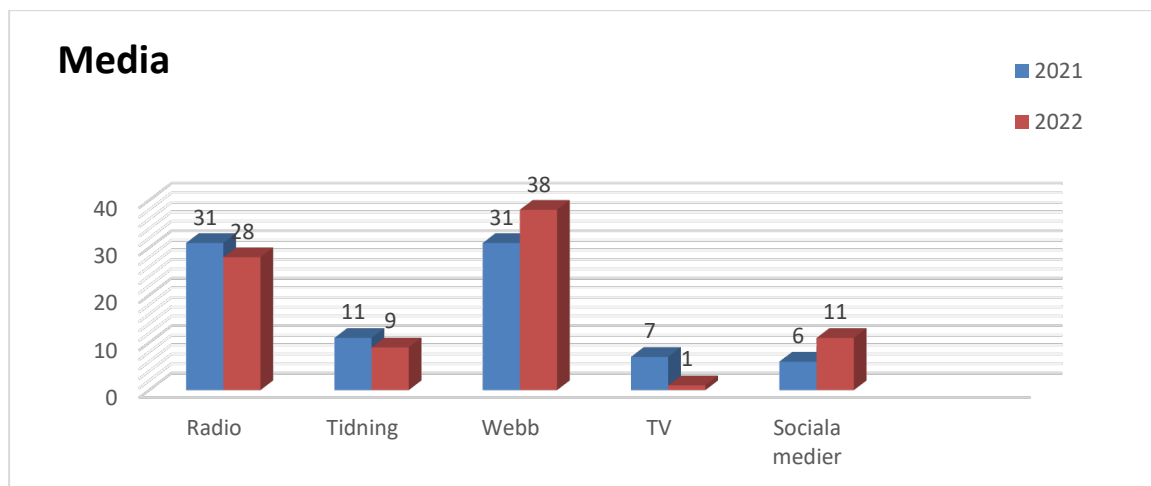
År	Grupper	Media	Totalt
2022	72	89	161
2021	63	81	142
2020	61	76	137
Förändring 2021 till 2022 (%)	+14	+10	

Av sammanställningen framgår att antalet förebyggande insatser har ökat i jämförelse med tidigare år. Det är framför allt förebyggande insatser via mediainslag som har ökat stadigt i jämförelse med 2020.



Föreläsningar har ökat med 14% i jämförelse med 2021. Föreläsningar är åter efterfrågade. Det kan vara ett inslag i en återkommande grupp eller engångsföreläsningar efter förfrågan.

Den grupp som framför allt ökat under 2022 är Öppna förskolor (övrigt). Det är en prioriterad grupp utifrån barnperspektivet.



Mediakontakter har ökat med 10 procent i jämförelse med 2022. Antalet mediakontakter var 89 stycken vilket är en mycket hög nivå för en liten enhet som Konsument Uppsala. Både P4Uppland och Ergo, veckans konsumentfråga respektive konsumentkollen, har stående inslag med Konsument Uppsala. Verksamheten har blivit en aktör som media gärna vänder sig till för att få reda på vad som gäller eller för att få ett uttalande utifrån en aktuell fråga. Inslagen bidrar både till kunskapshöjning hos kommunens invånare och till att göra verksamheten mer känd.

I jämförelse med 2021 är det liknande tendens, d.v.s det är radio- respektive webbinslag som dominerar i arbetet med att nå ut massmedialt med förebyggande insatser.