

Arbetsmarknadsförvaltningen  
**Tjänsteskrivelse till Arbetsmarknadsnämnden**

Datum:  
2021-04-09

Diarienummer:  
AMN-2021-00079

Handläggare:  
Kjell-åke Gårdh

## Verksamhetsuppföljning 2020 Konsument Uppsala

### Förslag till beslut

Arbetsmarknadsnämnden beslutar

1. **att** lägga informationen till handlingarna

### Ärendet

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

### 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 förstakontakter med konsumentrådgivarna har ökat i jämförelse med 2019. Totala antalet kontakter har ökat med mer än 50 procent.

Totala kontakter (e-post/telefonsamtal/personliga besök) har följaktligen ökat på lokal nivå. I ett nationellt perspektiv är det vanligare att våra kommuninvånare tar kontakt med konsumentrådgivningen antingen via e-post eller personliga besök.

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" 893 058 kronor åt kommunens invånare, vilket ska jämföras med 2019 då motsvarande summa var 510 605 kronor.

Antalet inkomna ärenden fortsätter att öka och andelen personer som uteblivit från möten har minskat. Kötiden har under 2020 varierat mellan 3 och 7 veckor. Orsaken till att kötiden enligt Konsumentverkets rekommendation om maximalt fyra veckor inte hölls under en period var minskad personalstyrka och övergång till nytt ärendeprogram. Det förebyggande arbetet och samverkan har nedprioriterats för att ha möjlighet att prioritera arbetet med att minska kötiden.

### **Pandemins konsekvenser**

Konsumentrådgivningens karaktär förändrades (se bilaga 2) under 2020. I början av året skedde rådgivning på frågor om vad man ska göra när en resa alternativt ett evenemang har ställts in. I slutet av året handlade rådgivningen i stället om vad man som konsument ska göra om man inte får pengar återbetalda för inställda resor och evenemang.

Pandemin resulterade i att både konsumentrådgivningen och budget- och skuldrådgivningen stängde för personliga besök. Det har även resulterat i att antalet fysiska besök under 2020 har minskat.

Trots pandemin visar sammanställningen måluppfyllelse (bilaga 2) att Konsument Uppsala har uppnått de flesta målen. I de fall målen inte har uppnåtts beror det på att möten och evenemang har ställts in på grund av pandemin.

### **Ekonomiska konsekvenser**

Inte aktuellt i detta ärende

### **Beslutsunderlag**

Tjänsteskrivelse daterad 2021-04-06

Bilaga 1: Verksamhetsuppföljning 2020 Konsument Uppsala

Bilaga 2: Konsument Uppsala – sammanställning måluppfyllelse

Arbetsmarknadsförvaltningen

Lena Winterbom  
Förvaltningsdirektör

## Bilaga 1. Verksamhetsuppföljning Konsument Uppsala

### Uppföljning Konsument Uppsala 2020

#### **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 2020 har Konsument Uppsala haft 2 508 förstakontakter, vilket är en ökning med 17,3 procent i jämförelse med 2019. De totala kontakterna uppgår till 4 934, vilket är en ökning med 52,9 procent jämfört med 2019.

Under 2020 tog Konsument Uppsala emot 411 besök, vilket innebär minskat antal besök i jämförelse med 2019 då 467 besök ägde rum. Anledningen till att besöken minskade beror på att rådgivningen stängde för besök från och med den 26:e oktober och hölls stängd året ut. Rådgivningen stängde som ett led i att minska smittspridningen. På nationell nivå minskade besöken med 43,2 procent.

#### Jämförelse olika kontaktsätt

Kontaktsätt	2019	2020	Förändring (%)
Telefon	1390	1720	+23,70
E-post	373	278	+34,20

Under 2020 skapade coronaviruset stora problem för många konsumenter vilket ledde till en större efterfrågan på konsumentrådgivning.

Att antalet telefonsamtal och e-post har ökat följer naturligt av att det inte längre gick att komma på besök.

Vid jämförelse olika kontaktsätt framgår att *kontakt via telefon* utgör 68,6 procent av kontaktsätten, besök för 16,4 procent och e-post för 14,9 procent.

På nationell nivå ser fördelningen mellan de olika kontaktsätten ut på så vis att telefon står för 77 procent, besök för 7,3 procent och e-post för 15,4 procent.

I Uppsala står besök och e-post för en större andel av kontaktsätten medan telefonsamtalen har en lägre andel, jämfört med nationell nivå.

Huruvida konsumentrådgivningen tagit emot besök under pandemin är ett beslut som varje kommun som erbjuder konsumentrådgivning fattat självständigt. Detta har påverkat kontaktsättet och styrt om kontakterna till telefonsamtal och e-post. Detta år är det därför mycket svårt att jämföra besöksstatistiken.

#### Tid

Under 2020 lades 1185 timmar på rådgivning, vilket är en ökning med 38,4 procent jämfört med föregående år. Ökningen förklaras av att både förstakontakter och totala kontakter ökat.

#### Klagomål

Under 2020 mottogs 1905 klagomål av totalt 2508 förstakontakter. Andelen klagomål utgör därför 75,9 procent av förstakontakterna. Jämfört med föregående år har andelen klagomål minskat. Föregående år var andelen klagomål 80 procent. Resterande frågor är av enklare karaktär och sällan lika komplexa som frågorna i kategorin klagomål.

Att klagomålen minskar bör inte tolkas som att 2020 har varit ett bättre år för konsumenterna. Istället ökade andelen förfrågningar jämfört med föregående år vilket är en följd av alla frågor som inkom med koppling till coronaviruset. Ofta ringde konsumenter för att ta reda på sina rättigheter vid till exempel inställt flyg innan man tog kontakt med företaget och utan att ha reklamerat.

## Klagomål topp 5

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

1. Hantverkstjänster – 166 klagomål, 8,7%
2. Flygresor – 131 klagomål, 6,9%
3. Begagnad bil – 124 klagomål, 6,5%
4. Internet/fiber – 99 klagomål, 5,2%
5. Möbler/husgeråd/inredning – 78 klagomål, 4,1

Ny på topplistan för 2020 är flyg. Försvann från listan gjorde mobiltelefoni. I övrigt innehåller topplistan samma kategorier som 2019.

Hantverkstjänster hamnar åter i topp på klagomålslistan med 166 klagomål. Klagomålen på hantverkstjänster motsvarar 8,7 procent av kontakterna.

När det gäller resor skiljer *Konstat* på flyg- och paketresa. Sammanlagt uppgår de totala klagomålen till 192 stycken, varav 131 klagomål har handlat om *flygresor* och 61 klagomål har berört *paketresor*. Det innebär att klagomålen på resor (flyg- och paketresor) är således de tjänster som konsumenterna haft mest klagomål på.

I Uppsala har man klagat mer på flyg och internet/fiber än vad man gjort på nationell nivå. Däremot har man klagat mindre på begagnad bil, hantverkstjänst och möbler/husgeråd/inredning.

## Företag topp 10

Följande företag har fått mest klagomål under 2020. Inom parentes anges fjolårets klagomål.

<b>1</b>	Telia	37 (29)
<b>2</b>	SAS	36 (8)
<b>3</b>	IP Only	35 (39)
<b>4</b>	Com Hem	24 (20)
<b>5</b>	Elgiganten	19 (40)
	UL	19 (5)
<b>6</b>	Norwegian	18 (10)
<b>7</b>	Viasat	17 (21)
<b>8</b>	Rikshem	15 (2)
	Telenor	15 (27)
<b>9</b>	Media Markt	12 (10)
	Vattenfall	12 (7)
	Vitaliv	12 (1)
<b>10</b>	Bauhaus	11 (8)
	IKEA	11 (9)
	Open Infra	11 (0)

Vid jämförelse med 2019 är SAS, UL, Rikshem, Bauhaus, IKEA och Open Infra nya på "listan". Noterbart är att antalet klagomål på Rikshem ökat från 2 till 15 under 2020. De flesta av klagomålen rörande Rikshem handlar om onormalt slitage och påstådda skador som leder till stora kostnader för konsumenterna. Även om hyresfrågorna inte har sin grund i den konsumenträttsliga lagstiftningen uppfattar konsumenter att konsumentrådgivarna kan bidra i dessa frågor. Det finns därför behov av att fortsätta bevaka hyresfrågorna.

Det är även tydligt att inställda resor och eventuell återbetalning har påverkat att antalet klagomål på SAS och Norwegian har ökat från 18 (2019) till 54.

### **Könsperspektiv**

Kvinnor står för 52,2 procent av kontakterna medan männen står för 46,7 procent.

Utifrån de olika försäljningsmetoderna kan man se att det är relativt jämnt fördelat mellan könen. Kvinnor dominerar däremot kontakter där avtal har ingåtts genom e-handel, postorder/telefonorder och telefonförsäljning.

### **Sparade konsumentpengar**

Sedan 2018 noterar Konsument Uppsala hur mycket pengar som rådgivningen "räddar" åt konsumenter. Under 2020 "räddades" **893 058 kronor**, vilket är en ökning i jämförelse med 2019 då motsvarande summa uppgick till **510 605 kronor**.

Exempel på när pengar anses räddade när konsumenter kommer ur avtal eller det sker en reparation som konsumenten annars hade fått bekosta själv om hen inte vänt sig till Konsument Uppsala. För att pengarna ska ses som räddade anges endast de ärenden där konsumenten eller företaget återkopplar och berättar utfallet.

### Budget- och skuldrådgivning (BUS)

Under 2020 ersattes tidigare ärendeprogram. Statistik kommer att kunna tas fram ur det nya programmet men har inte fungerat för 2020. Därför är ej statistiken så fullständig som tidigare år. Statistik saknas för: totalt antal besök, uppgifter om rådsökande (kön, skulder storlek m. m.) samt all statistik gällande skuldsaneringar (antal inskickade, beviljandegrad m.m.).

#### **Kontakter (ej ärenden)**

År	Telefon	E-post	Totalt
2020	781	121	902
2019	848	208	1056
2018	796	173	969

Tillgängligheten har ökat under 2020 genom att erbjuda bokning av tid online via Bookings. Det har inneburit en minskning i övriga kontakter (telefon och mejl) och på så sätt frigjort tid att arbeta med pågående ärenden.

#### **Ärendeinströmning**

##### Inkomna ärenden (antal som bokat tid) och kom ej

År	Inkomna	Kom ej	Kom ej (%)
2020	914	140	15
2019	899	188	21
2018	776	156	20

Det är svårt att dra några slutsatser utifrån antal inkomna ärenden då det finns viss osäkerhet i siffrorna. Andelen person som uteblir (kom ej) har minskat. Klienter bokar tid via Bookings får automatiskt en mejlpåminnelse vilket kan bidra till att antalet bomärenden minskat.

Under hösten har även alla besök skett via telefon vilket även det bidragit till minskning av kom ej. I det nya ärendeprogrammet finns även möjlighet att få smspåminnelse.

##### Nybesök (Antal genomförda nybesök)

År	Nybesök	Procentuell utveckling
2020	700	- 1%
2019	706	+ 8 %
2018	656	+ 10 %

Ärendeinströmning är fortsatt hög. I jämförelse med föregående år har antalet personer som bokat tid varit i stort sett oförändrad. Jämför vi årets siffror med siffror för 2016 så var motsvarande ökning 38%.

### Kötid

År	Kötid (antal veckor)	Månad 2020	Kötid (antal veckor)
2020	3	April	3
2019	3	Augusti	7
2018	3	December	3

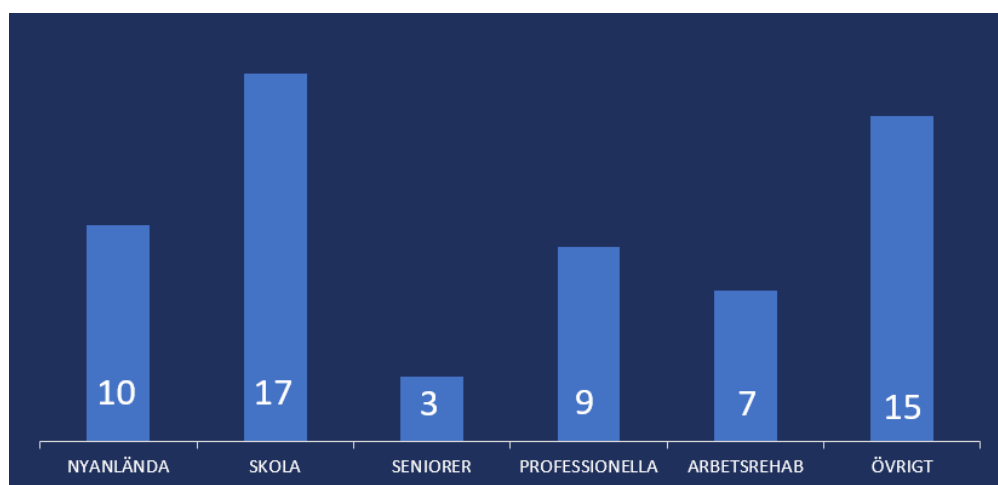
Kötiden har under året varierat mellan 3 och 7 veckor. Konsumentverket anger som maxtid 4 veckor i sina rekommendationer. Anledning till ökad kötid under en period är delvis minskad personalstyrka under en period och delvis övergång till nytt ärendehanteringsprogram som krävde manuell överföring av ärenden. BUS har genom prioriterat kötid och nedprioriterat förebyggande arbete och samverkan. Konsumentrådgivningen har utfört stor del av enhetens förebyggande arbete och då även förmedlat grundläggande BUS information.

### Förebyggande insatser

År	Grupper	Media
2020	61	79
2019	95	54
2018	70	38

Medverkan i media har ökat med 40% i jämförelse med 40%. Pandemins restriktioner medförde att 32 föreläsningar samt medverkan vid tre större aktiviteter (*Money from Sweden, 60+ mässa och vidareförmedlarutbildning*) ställdes in under våren 2020. De inställda aktiviteterna har medfört att antalet informationstillfällen har minskat med 36% jämfört med 2019. Digitala föreläsningar har erbjudits sedan slutet på april men efterfrågan har minskat. Medverkan i media har ökat och då framförallt medverkan i P4 Uppland som sänder veckans konsumentfråga var 14:e dag.

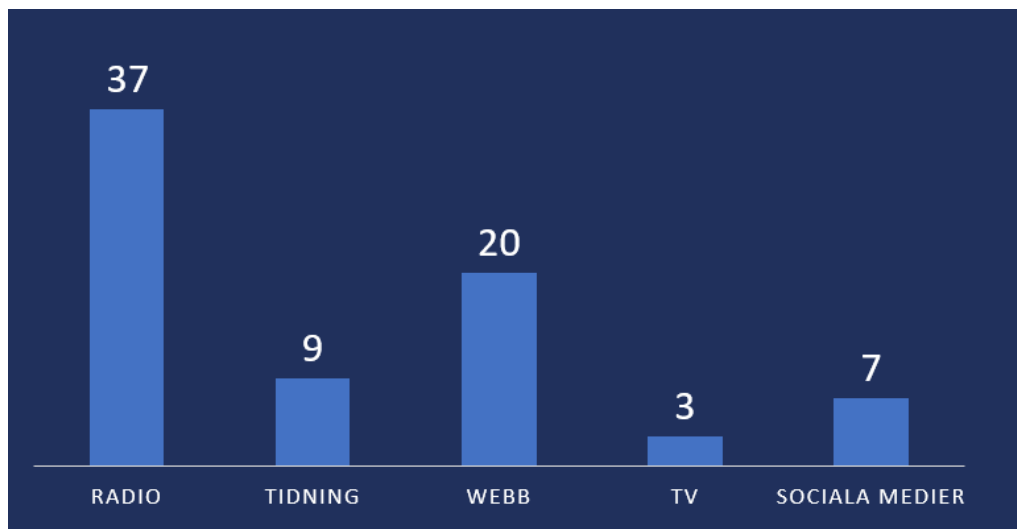
### Grupper



Grupper är fördelade enligt ovan.



## Media



Mediakontakter är fördelade enligt ovan.

## Verksamhetsuppföljning – några sammanfattande kommentarer

Sammanfattningsvis har antalet kontakter med konsumentrådgivarna lokalt som nationellt ökat under 2020. På grund av pandemin har efterfrågan på konsumentrådgivning varit stor. Frågor som på olika sätt handlar om resor har varit dominerande sedan pandemins början. Med tiden utvecklades kunskapsläget för hur frågor gällande inställda flyg, paketresor och evenemang skulle tolkas genom flera avgöranden från Allmänna reklamationsnämnden.

Pandemin har även medfört stora förändringar i sättet att ta kontakt med konsumentrådgivarna. Rådgivningen stängde för besök vilket gjorde att besöken minskade och kontakt via e-post och telefon ökade. Fram till dess att rådgivningen stängde fanns det tendenser till att besöken under 2020 skulle öka jämfört med under 2019. Under året ändrades öppettiderna för konsumentrådgivningen. Istället för att ha öppet på förmiddagar måndag till torsdag byttes torsdag förmiddag till torsdag eftermiddag, vilket skedde i syfte för att öka tillgängligheten för de som vill komma på besök.

Listan över vilka typer av företag konsumenter klagat mest på är mycket lik listan för 2019. Vad som sticker ut på listan är klagomålen mot hyresvärden Rikshem samt flygbolagen (SAS och Norwegian).

Beträffande budget- och skuldrådgivningen är det svårt att dra några direkta slutsatser då ett nytt ärendehanteringsprogram har trätt ikraft under 2020. Tendensen är dock att antalet ärenden har ökat under 2020, vilket har medfört ökad arbetsbelastning för budget- och skuldrådgivarna. Det har i sin tur medfört svårigheter i att hålla den rekommenderade kötiden för (4 veckor) för att kommuninvånare ska komma i kontakt med budget- och skuldrådgivarna.

Pandemins konsekvenser har även påverkat det förebyggande arbete då framförallt antalet informationstillfällen har minskat med 36 procent i jämförelse med 2019.

## Bilaga 2: Konsument Uppsala - sammanställning måluppfyllelse

### Konsument Uppsala

#### Mål

**"Utveckla arbetet med budget- och skuldrådgivning och konsumentrådgivning för att bidra till att fler Uppsalabor har en hållbar privatekonomi".**

- Att göra Konsument Uppsala i allmänhet och konsumentrådgivningen i synnerhet mer kända genom att upprätthålla goda mediakontakter och aktivt arbeta med kommunikation
  - ⇒ **Uppnått**  
Kommunikationsplan för konsumentrådgivningen upprättad med hjälp av kommunikationsenheten. Enheten har ökat antalet mediakontakter från 54 tillfällen 2019 till 76 tillfällen 2020.
- Att öka antalet förstakontakter för Konsumentrådgivningen med ca 5% till 2 340 (2 133 år 2019).
  - ⇒ **Uppnått**  
Ökning av antalet ärenden med 17% från 2 133 till 2 508 ärenden. På nationell nivå ökade antalet konsumentrådgivningsärenden med 4%.
- Att ta emot lika många klienter, nybesök, på budget- och skuldrådgivning som föregående år, d. v. s. 706 nya klienter.
  - ⇒ **Uppnått**  
700 klienter har fått tid och genomfört minst ett första besök.
- 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**  
Kötiden har under året varierat mellan 3 till 7 veckor beroende på olika orsaker, bland annat personalomsättning och byte av ärendehanteringsprogram.  
Vid årsskiftet 2020/2021 var kötiden 3 veckor.
- Information ska ges till relevanta grupper utifrån uppdraget
  - ⇒ **Uppnått delvis**  
Enheten har informerat olika grupper vid 61 tillfällen (95 under 2019).  
Covid-19 har påverkat efterfrågan på föreläsningar. Alla grupper är inte mottagliga för digitala föreläsningar.
- Utveckla arbetet med hållbar konsumtion
  - ⇒ **Uppnått och pågående**
  - ⇒ Konsument Uppsala upparbetat en kontakt och har ett samarbete med kommunens Hållbarhetsavdelning.
  - ⇒ Deltagit i paneldebatt om Hållbar konsumtion tillsammans med andra aktörer, både kommunala och externa. Arrangör var Naturskyddsföreningen. Tema: Prylgalen eller prylsmart.
  - ⇒ Temaföreläsning inplanerad med Sesam – inställd på grund av Corona

## Planerade aktiviteter Konsument Uppsala

### **Kommunikation**

Totalt har Konsument Uppsala under 2020 haft 76 mediatillfällen.

Kommunikationsplaner upprättade, en för våren och en för hösten, i samverkan med förvaltningens kommunikatörer.

- Radio
  - ⇒ **Uppnått**  
Konsument Uppsala har medverkat vid 37 tillfällen i radio.  
Veckans konsumentfråga sänts varannan vecka under året  
Totalt 25 tillfällen  
Dessutom har medverkan skett 8 gånger efter förfrågan
- Facebookfilmer
  - ⇒ **Uppnått**  
Två nya filmer har producerats:  
Hjälp vid ekonomisk kris och Framflyttat studentfirande.  
Båda ovanstående filmer har publicerats under våren.  
Filmerna Tre tips vid köp av begagnad bil och Reklamera second hand har publicerats under hösten.
- Ergo
  - ⇒ **Uppnått**  
Medverkat vid 14 tillfällen i den digitala studenttidningen Ergo under rubriken Konsumentkollen.
- Media allmänt
  - ⇒ **Uppnått**  
Medverkat i UNT vid 6 tillfällen under året.  
Medverkat vid tre tillfällen i SVT, två gånger i Lokala Nyheter och en gång i riksnyhetererna.  
Medverkat i artikel i Aftonbladet vid ett tillfälle.

### **Förebyggande arbete**

Information i grupper har på grund av Covid-19 inte efterfrågats i samma utsträckning som tidigare.

- Information ska ges till ungdomar i gymnasiet
  - ⇒ **Uppnått**  
Vi har varit ute på skolor vid 16 tillfällen.
- Information ges till deltagare i spelberoendebehandling
  - ⇒ **Uppnått**  
Information har getts vid två tillfällen
- Information ges till deltagare på SFI
  - ⇒ **Uppnått**  
Vi har varit ute vid 10 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 4 tillfällen under året.
- Ett utbildningstillfälle för vidareförmedlare (andra professionella) under hösten 2020  
⇒ Ej Uppnått  
Corona gjort att den typen av informationstillfälle ej varit möjligt.
- Seniorer  
⇒ Information har getts vid tre tillfällen.
- Följa med bokbussen under en tur  
⇒ Uppnått  
Genomfört under våren vid ett tillfälle på ett Corona anpassat sätt.

### Konsumentrådgivningen

- Marknadsbevakning  
Under året åtminstone genomföra en marknadsbevakning förslagsvis varudeklaration på bilar  
⇒ Ej Uppnått  
Inga marknadsbevakningar genomförs pga Corona.
- Företag  
Erbjuda företagsbesök där vi upptäcker att vi har klagomål  
Erbjuda nyetablerade företag besök av Konsument Uppsala  
⇒ Uppnått delvis  
Kontaktat fem olika företag med många klagomål och erbjudit informationstillfälle.  
Utskick med erbjudande om besök av Konsument Uppsala har ej varit möjligt p. g. a. covid-19.
- Mässor  
⇒ Ej uppnått  
Planerad medverkan på 60+ mässa. Inställd pga Corona
- Arrangera föreläsning för allmänhet  
⇒ Uppnått  
Tema: Fattiga januari  
Föreläsning för allmänheten genomförd i januari i samarbete med Sesam.
- Nyhetsbrev  
Undersöka målgrupp och form för att eventuellt ge ut nyhetsbrev  
⇒ Uppnått  
3 antal notiser publicerade på Uppsala.se under året.

### Budget- och skuldrådgivningen

- Informera enheter inom ekonomiskt bistånd om vår samverkan
  - ⇒ **Uppnått**  
Sju av åtta enheter har fått information.
- 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 hög arbetsbelastning.
- Implementerat ett nytt ärendehanteringsprogram som inte stött konvertering av ärenden. Alla ärenden har vi överfört manuellt in i det nya programmet.
  - ⇒ **Genomfört**

### Övriga aktiviteter

- Pilotprojekt nyblivna föräldrar, BSII  
Ett forskningsprojekt där Uppsala Universitet har ställt frågor på barnavårdscentraler och kommit fram till att många familjer upplever oro för sin ekonomi.  
Elin har kontaktat dem och Erika och Elin har deltagit på ett möte och informerat om vår verksamhet. Erika med i referensgrupp.
- Erika spelat in en digital föreläsning om förebyggande arbete åt Konsumentverket.
- Elin medverkat i en film om skuldsanering framtagen av Kronofogden. Elin är där budget- och skuldrådgivarnas röst i landet.
- Besök av Civilutskottet  
Civilutskottets S-grupp besökt konsumentrådgivningen 17 september.  
Sju personer från Civilutskottets S-grupp besökte Uppsala för att få en lokal förankring utifrån aktuella konsumentfrågor tillika en inblick i den vardag lokal konsumentrådgivning möter.
- Information till kommunens servicepunkter  
Kommunen har upprättat servicepunkter på landsbygden. Vi finns där med informationsmaterial om vår verksamhet.

### Övriga engagemang

- Administrerar det Lokala konsumentrådet (KVL)
- Samverkan med socialtjänst, försörjningsstöd och boendeenheten (BUS)  
Vi finns på plats på Salagatan varje torsdag eftermiddag då socialsekreterare har möjlighet att boka in besök på tre tider.
- Erika Viklund är utbildare i Konsumentverkets introduktionskurs för budget- och skuldrådgivare i landet. (BUS)
- Helena Torstensson medverkar i Forum för spelberoende (BUS)
- Sammankallande för ärendedragningar i länet (BUS)

### Övrigt

- Sålgt konsumentrådgivning till Östhammar. (Avtalet uppsagt från och med årsskifte 2020/2021.)
- Säljer Budget- och skuldrådgivning till Knivsta.

## Coronas påverkan på verksamheten

### **Förebyggande arbetet**

Det utåtriktade arbetet stannade helt i början av våren. 32 föreläsningar ställdes in/flyttades fram. Medverkan vid tre större aktiviteter ställdes in (Mässa för 60+, Money from Sweden i Gottsunda och vidareförmedlar kurs).

Föreläsningar ställdes om till digitala forum under april/maj.

### **KVL**

Konsumentrådgivningen anpassades redan i mars så att endast en medarbetare tog emot drop in besök vid rådgivningsdisken. Vi satte upp plexiglas och hade markeringar på golvet i enlighet med de skyddsåtgärder biblioteket i övrigt vidtog. Handsprit och desinficeringsprit köptes in. Rutiner för tvätt av dörrhandtag och tangentbord upprättades. Från och med 26 oktober då striktare allmänna råd för Uppsala infördes stängdes drop in verksamheten och rådgivning gavs enbart via telefon och mejl. Personalen uppmanades att arbeta hemifrån.

Tidigt ökade inflödet av frågor gällande inställda resor och evenemang, framtidsfullmakt och framflyttad student för konsumentrådgivningen. Längre fram ändrade frågorna karaktär och kom att handla mer om vad göra när jag inte får pengar återbetalda för inställda resor och evenemang.

Corona specifik statistik började föras från mars månad.

### **BUS**

BUS fortsatte att ta emot besök under våren. Stort rum användes vid fler än en besökare. Tidigt i höstas började BUS arbeta mer med telefon och arbete hemifrån rekommenderades. BUS tog emot bokade besök under Corona anpassade former. Efter 26 oktober var grunden att alla arbetade hemifrån. En person fanns på plats för att ta hand om post. När man var på arbetsplatsen fanns möjlighet att ta emot nödvändiga besök. Mötet skedde då i rådgivningshallen med plexiglas och två skärmar med duplicerad bild. Efter 18 december har allt arbete skett hemifrån. Inga fysiska möten har varit möjliga. En person har fortfarande varit på arbetsplatsen för att ta hand om post.