



TRYGGE FORBRUKERE

VIRKSOMHETSSTRATEGI 2026-2030

Innhold

Innledning	3
Samfunnsoppdraget	5
Vår visjon	5
Veivalg og prioriteringer	6
Forbrukervern 2030	8
Ambisjoner	9
Strategiske mål	10
Trygge forbrukere:	10
1. <i>Trygge markeder:</i> Forbrukeren er beskyttet mot urettferdige betingelser og handelspraksis	10
2. <i>Trygge produkter:</i> Forbrukeren har tilgang til trygge varer og tjenester – også i krisetid	14
3. <i>Trygge valg:</i> Forbrukeren kan ta trygge og bærekraftige valg	17
Slik jobber vi	20

Innledning

Dagens forbrukere har det både lettere og mer krevende enn tidligere. De har enkel tilgang på varer og tjenester i den fysiske og digitale verden, gode reklamasjons- og garantiordninger, og lover og regler som langt på vei beskytter og gir vern.

Samtidig er det krevende å være forbruker i en stadig mer kompleks verden. Manipulerende markedsføring og kompliserte markeder gjør det lett å gå seg vill og bli lurt. Det er vanskelig å ta miljøvennlige valg i hverdagen, produkter har kort levetid og vi utsettes for helseskadelige kjemikalier.

*Når regelverket ikke håndheves
er det vanskelig for forbrukeren
å få rett når hen har rett.*

Klimaendringer, tap av natur og miljøforurensing bidrar til en mer utrygg verden der nødvendighetsgoder som mat og medisiner kan bli vanskelig tilgjengelig, i tillegg til at ekstremvær forårsaker skader både på folks boliger og nødvendig infrastruktur. Kjøpepress og muligheten til å “kjøpe nå og betale senere” bidrar til overforbruk, og usikret kreditt øker, særlig blant unge. Dyrtid og høy rente gir utfordringer for mange.



Globale teknologigiganter har stor makt. Data om oss selv er en handelsvare, og det er nærmest umulig å ha kontroll på egne personopplysninger. Misbruk av slike opplysninger muliggjør manipulasjon, svindel og overvåkning i stor skala. Algoritmestyrt prising, personaliserte tilbud og ulik tilgang til informasjon gjør det vanskelig å være forbruker. Forbrukerne må forholde seg til digitale løsninger og manglende kundeservice. Digitaliseringen skaper utenforskap. Når regelverket ikke håndheves er det vanskelig for forbrukeren å få rett når hen har rett.

Det er fortsatt en grunnleggende ubalanse i maktforholdet mellom forbrukerne og næringsaktører.

Det er fortsatt en grunnleggende ubalanse i maktforholdet mellom forbrukerne og næringsaktører. Næringsaktørene har mer informasjon, større ressurser og er godt organisert. Dette resulterer ofte i svakt forbrukervern. Selve grunnlaget for at Forbrukerrådet ble opprettet var som en støtte for forbrukerne – den svakeste parten i maktubalansen. I tillegg er noen forbrukere særlig sårbare og alle forbrukere kan havne i utsatte situasjoner.



I urolige tider, med kriger, konflikter og klimaendringer, er det særlig viktig å sikre tilgang til nødvendighetsvarer og robuste betalingsløsninger ved strømbrydd og bortfall av nett. Beredskap er også et forbrukerpolitisk område, og solid forbrukervern bidrar til økt sikkerhet og bedre beredskap.

Samfunnsoppdraget

Forbrukerrådet er en relevant og handlekraftig interesseorganisasjon som kjemper for forbrukernes rettigheter og styrker forbrukermakten.

Våre hovedoppgaver er å hjelpe forbrukerne og styrke forbrukervernet i samfunnet. Vi bistår og dyktiggjør forbrukerne gjennom informasjon, veiledning og digitale tjenester. Vi setter den forbrukerpolitiske agendaen i Norge og påvirker samfunnet i en forbrukervennlig og bærekraftig retning.

2030

Vår visjon

*Trygge og informerte forbrukere
i rettferdige og velfungerende markeder.*

Veivalg og prioriteringer

«Trygge forbrukere» er kompasset som viser hvor vi skal prioritere vår innsats for å oppfylle samfunnsoppdraget. Den bygger på strategien for 2021-2025, og viderefører de tre satsingsområdene bærekraft, digital utvikling og økonomisk sårbarhet.

Disse tre pilarene er grunnmuren i Forbrukerrådets arbeid



Bærekraftig forbruk:
Vi sikrer forbrukernes plass i en sirkulær økonomi og gir forbrukerne bedre verktøy til å leve mer miljøvennlig.



Digitalisering av samfunnet:
Vi sikrer forbrukerrettighetene i den digitale verden, reduserer utenforskap og sørger for en trygg digital hverdag for alle.



Økonomisk trygghet:
Vi avdekker økonomiske fallgruver, reduserer sårbarhet hos forbrukerne og bidrar til at det blir enkelt å ta gode valg.

Plattformen for Forbrukerrådets arbeid er FNs 11 forbrukerbud:

Retten til...



1. tilgang til viktige varer og tjenester



2. beskyttelse og inkludering som forbruker



3. trygge varer og tjenester



4. verdi for pengene



5. å kunne ta informerte valg



6. forbruker-kunnskap



7. klage og oppreisning



8. forbrukerorganisering og forbrukerinnflytelse



9. et bærekraftig forbruk



10. like gode forbruker-regler både digitalt og fysisk



11. privatliv og beskyttelse av personopplysninger

Forbrukervern 2030

I 2030 er forbrukerrettighetene forsvart, bevart og forbedret.

Forbrukerne møter markeder som bygger på åpenhet, rettferdighet og respekt for forbrukerens rettigheter. Næringslivet følger spillereglene og ser på forbrukerrettigheter som et konkurransefortrinn.

Det er enkelt, trygt og økonomisk gunstig å ta miljøvennlige valg for alle forbrukere, uavhengig av livssituasjon og kunnskapsnivå. Produkter og tjenester skal ha tydelig merking, etterprøvbare miljøpåstander og lang levetid.

I 2030 er forbrukerrettighetene forsvart, bevart og forbedret.

Digitale tjenester er utformet med brukernes rettigheter i sentrum. Forbrukerne er godt beskyttet mot gjeldsfeller, manipulering og urimelige avtaler og vilkår.

Forbrukerne har enkel tilgang til rådgivning, og effektive og kostnadsfrie klageordninger. Lovverk og håndheving er oppdatert og effektivt, også overfor globale aktører og algoritmestyrte plattformer.

Forbrukerpolitikken i Norge er helhetlig og sammenhengende på tvers av politikkområder, og påvirker forbrukeragendaen i Europa. Forbrukerorganisasjoner og tilsyn samarbeider tett nasjonalt og internasjonalt for å sikre at markedene fungerer – for alle.

Ambisjoner

Forbrukerrådets ambisjon for strategiperioden er «Trygge forbrukere».

En trygg forbruker er godt beskyttet av lover og regler, har effektive klagemuligheter, møter sikre produkter i rettferdige markeder, er godt informert om sine rettigheter og plikter og kan ta opplyste valg. Trygge forbrukere vet hvor de skal finne informasjon, verktøy og digitale tjenester, og hvor de skal henvende seg for hjelp og veiledning.

Trygge forbrukere vet hvor de skal finne informasjon, verktøy og digitale tjenester, og hvor de skal henvende seg for hjelp og veiledning.

Forbrukerne skal oppleve beskyttelse og trygghet uavhengig av hvilke varer og tjenester de benytter og hvilke markeder de opererer i.

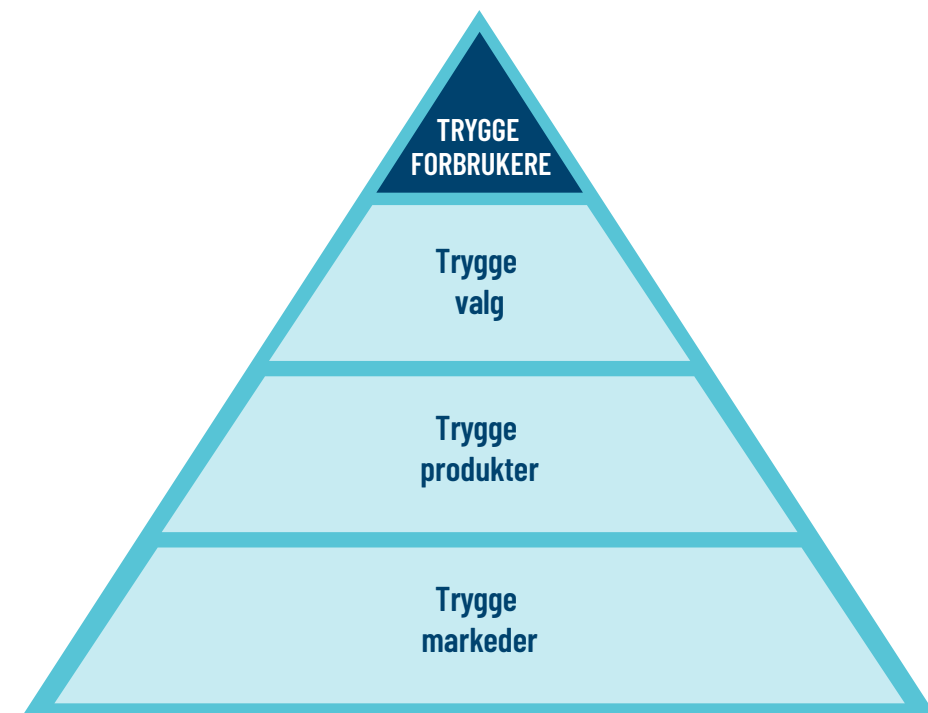
Forbrukerne skal kunne ta trygge valg – uavhengig av alder, økonomiske forutsetninger og kunnskapsnivå. Forbrukerne skal være sikre på at produktene som er tilgjengelige i det norske markedet er trygge, og riktig og forståelig merket. Sunne produkter, miljøvennlige alternativer og betalingsløsninger som ikke fører til økonomiske problemer, er lett tilgjengelig.

Tilgang til robuste betalingsløsninger og nødvendighetsvarer som mat, vann, medisiner, bolig og energi mv. er viktig for alle forbrukere. Slik tilgang må sikres både i kriser og i en normalsituasjon.

Strategiske mål

Trygge forbrukere trenger trygge markeder, produkter og valg.

Dette er Forbrukerrådets strategiske mål for 2026-2030.



Trygge markeder

Forbrukerne er beskyttet mot urettferdige betingelser og handelspraksis

Trygghet i forbrukermarkedet handler om mer enn bare sikkerhet mot svindel og farlige produkter. Det omfatter også vern mot urimelige vilkår, skjulte kostnader, manipulerende forretningsmodeller og massiv markedsføring. I en tid preget av raske teknologiske endringer, økt økonomisk sårbarhet og økende krav til bærekraftig forbruk, er det avgjørende at forbrukerne kan ha tillit til markedene.

Forbrukerrådet skal bidra til at norske forbrukere kan navigere trygt i stadig mer komplekse markeder. Trygghet innebærer å være beskyttet mot urettferdig behandling og å ha klare rettigheter når noe går galt.

Forbrukervernet styrkes ved at klageprosessene og tvisteløsning er tilgjengelig, rettferdig og effektiv. At forbrukere som har rett også skal få rett, er ett av de viktigste målene ved utformingen av det utenrettslige klagesystemet for løsning av tvister mellom forbrukere og næringsdrivende. Klagesystemet er nødvendig for å ha velfungerende markeder, men det er en forutsetning at systemet faktisk fungerer.

At forbrukere som har rett også skal få rett, er ett av de viktigste målene ved utformingen av det utenrettslige klagesystemet.

Useriøse aktører skal ilegges avskrekkende sanksjoner i møte med tilsynsmyndigheter og det er tett samarbeid mellom tilsynsmyndighetene. Dette fører til færre konflikter og klagesaker, og legger press på næringslivet til å følge spillereglene. Gjennom styrket forbrukervern skal vi gjøre markedene mer rettferdige – og forbrukerne tryggere.



Dette vil vi kjempe for:

Rimelige vilkår, tilgjengelig tvisteløsning og effektiv håndheving

Forbrukerne skal møte rettferdige og forståelige avtaler uten skjulte kostnader eller uoversiktlige betingelser. Priser skal være tydelige, og ingen skal bli fanget i uønskede abonnementer eller gjeldsfeller. Når noe går galt, skal det være enkelt å klage og få en rask og rettfer-

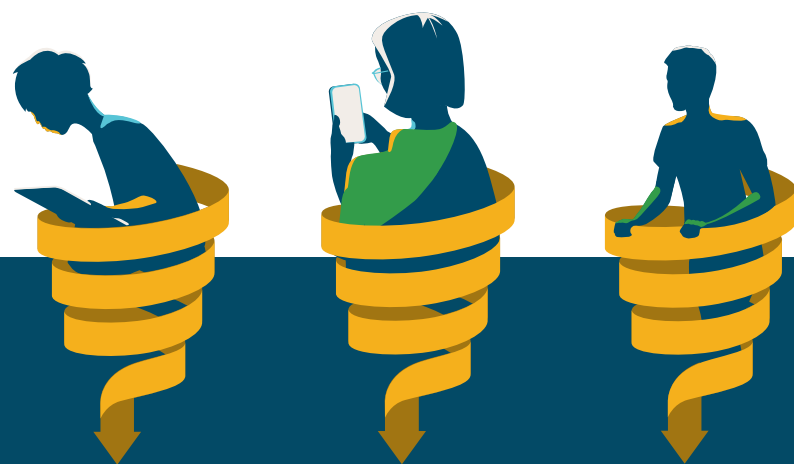
dig behandling. Offentlige myndigheter skal sikre at reglene følges, og at brudd får tydelige konsekvenser. Det er nødvendig å sikre at tilsynsmyndigheter kan pålegge selskaper som bryter loven å gi erstatning eller tilbakebetaling til forbrukeren. Rettslig skal forbrukerne kunne stå samlet mot aktører som systematisk bryter loven.

Useriøse aktører klages inn og møter sanksjoner fra tilsynsmyndigheter og det er tett samarbeid mellom ulike tilsyn.

*Forbrukerrådet vil bekjempe
forretningsmodeller som bygger på
å utnytte forbrukernes sårbarhet.*

Rettferdighet i digitale markeder

Det skal være enkelt å manøvrere som forbruker innenfor digitale tjenester og plattformer, for å forhindre at forbrukeren gjør valg henegentlig ikke ønsker. Forbrukerrådet vil bekjempe forretningsmodeller som bygger på å utnytte forbrukernes sårbarhet. Forbrukere blir særlig sårbare i møte med næringslivsaktører som vet «alt» om hver enkelt av oss. Forbrukerrådet skal styrke kravet om åpenhet og forklarbarhet i digitale tjenester og plattformer. Vi vil ha forbud mot



manipulerende design som presser forbrukere. Vi vil følge utviklingen og jobbe for at teknologien formes til fordel for forbrukere. Vi vil fremme rettferdig konkurranse og motvirke plattformdominans som svekker forbrukernes valgfrihet. Personvernvennlige løsninger skal være standard, og digitale avtaler skal ikke bare være GDPR-kompatible, men også forståelige og rettferdige.

Mer bærekraftig forbruk

Kjøpepress og manipulerende markedsføring fører til uønsket overforbruk og økte avfallsmengder. Mer kunnskap om produktenes levetid og retten til reparasjoner vil gjøre det lettere for forbrukere å velge miljøvennlige produkter.

*Kjøpepress og manipulerende markedsføring
fører til uønsket overforbruk og økte
avfallsmengder.*

Forbrukerrådet vil påvirke lover og reguleringer slik at en sirkulær økonomi blir forbrukervennlig. Dette betyr gode forbrukerrettigheter, produkter med god kvalitet og strenge markedsføringsregelverk som hindrer manipulerende salgsteknikker og grønnvasking. Vi vil støtte standardisering og regulering av miljømerkingsordninger, slik at forbrukerne ikke blir møtt med en uoversiktlig jungel av merker og symboler.



Trygge produkter

Forbrukerne har tilgang til trygge varer og tjenester – også i krisetid

I samfunnet er mye av det vi kjøper godt regulert og for det meste trygt. Vi har tilsyn og direktorater på mange områder, og Norge er preget av høy tillit. Det er lett å tro at alt er kontrollert og trygt – at noen passer på for oss. Men utviklingen av tjenester og produkter går fortene enn vi klarer å kontrollere og regulere. Mye av ansvaret for trygge produkter og tjenester blir derfor overlatt til produsenter, importører, salgsledd og oss forbrukere.

Om produkter og tjenester er skadelige eller farlige er ikke kunnskap vi kan forvente at forbrukerne har. Digitale produkter og tjenester medfører nye typer sårbarhet, for eksempel ved at de kan skruses av eller endres når som helst, eller ved at uvedkommende kan få tilgang.

På matvarer, kosmetikk og legemidler er det utstrakt merking, men det er ofte ikke mulig for en vanlig forbruker å forstå merkingen, hvilke virkninger innholdet har og hvordan kjemikalier virker sammen.

Det er ofte umulig for forbrukere å vite om noe er galt med en digital tjeneste eller produkt, for eksempel om en algoritme ikke fungerer som den skal eller et tilkoblet produkt brukes til overvåkning. Produsenter og forhandlere vet mye mer om det de tilbyr enn forbrukerne. Derfor må de ta ansvaret for at det de selger er trygt å bruke, spise eller ha. På matvarer, kosmetikk og legemidler er det utstrakt merking,

men det er ofte ikke mulig for en vanlig forbruker å forstå merkingen, hvilke virkninger innholdet har og hvordan kjemikalier virker sammen.

I en krisesituasjon kan tilgangen til produkter, og ikke minst trygge produkter, bli vanskeligere. Vi opphører ikke å være forbrukere i en krisesituasjon. God beredskap er nødvendig for forbrukerne. Selv om folk må prøve å klare seg selv, er ikke beredskapen den enkelte forbrukers ansvar. Det handler om tilgang til helsetjenester, strøm og rent vann, sikre betalingsløsninger, tilgang til nødvendighetsgoder som mat, medisiner og energi.



Dette vil vi kjempe for:

Fjerne farlige produkter

Varer som vi spiser, drikker, bruker på kroppen eller omgir oss med skal ikke inneholde stoffer som kan være til skade for helse eller miljø, eller på annen måte være utrygge. Det samme gjelder finansielle og digitale tjenester. Forbrukere skal kunne være trygge på at tjenester ikke misbruker personopplysninger, manipulerer brukerne eller leder inn i gjeldsfeller. Forbrukerne skal ikke ved et uhell, gjennom tilfeldigheter, eller kunnskapsmangel kunne utsettes for skadelige



produkter. Det som selges skal være trygt. Det gjelder spesielt produkter ment for barn. Bransjer må være redelige i sin informasjon og formidle den kunnskapen som trengs for å unngå farlige konsekvenser og bruk.

Enkelt for alle

Vi forventer at de som selger varer og tjenester har nødvendig kunnskap og uoppfordret gir den til forbrukeren. Om forbrukerne trenger å vite noe om produkter som kan være skadelige, skal det være enkelt å få informasjonen, og den skal være lett å forstå. Produkter og tjenester med risiko må være velregulert og reglene må håndheves effektivt. Forbrukerne skal være trygge uavhengig av kunnskapsnivå og forutsetninger

Solid beredskap i tilfelle krisetid

De som styrer vareflyten og infrastrukturen – altså myndigheter og næringslivet – må ha god beredskap. Det handler om tilgang til helsetjenester, strøm og rent vann, sikre betalingsløsninger, tilgang til nødvendighetsgoder som mat, medisiner, bolig og energi. Selv i krisetider kan vi ikke gå på akkord med forbrukerrettighetene.



Trygge valg

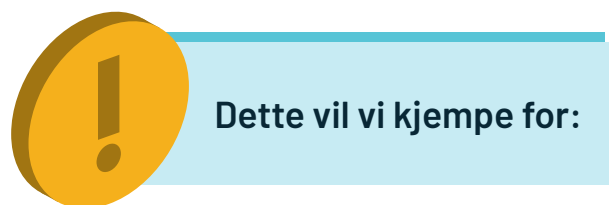
Forbrukerne kan ta trygge og bærekraftige valg

“Trygge valg” er ønsket om et rettferdig, tilgjengelig og ansvarlig marked der forbrukeren har reell mulighet til å ta valg basert på egne behov, verdier og rettigheter. Det innebærer også at sunne og miljøvennlige valg må bli mer tilgjengelig for alle. Alle forbrukere har muligheter, uavhengig av alder eller kompetanse, til å ta trygge kjøpsbeslutninger. Det skal aldri lønne seg å bryte forbrukernes rettigheter eller tilby varer eller tjenester som ikke er trygge.

Det skal aldri lønne seg å bryte forbrukernes rettigheter eller tilby varer og tjenester som ikke er trygge.

De aktørene som forstår at gode forbrukerrettigheter er et konkurransefortrinn, vil få økt kundetilfredshet og lojalitet. Over tid vil en slik innsats for bevaring og forbedring av forbrukerrettigheter ikke bare gi tryggere enkeltkjøp, men også fremme sunn konkurranse, stimulere til innovasjon og bidra til bærekraftig vekst.

Tjenester som for eksempel reiser, strøm og finansielle tjenester skal selges med redelige metoder. Tilbyderne kan konkurrere på pris og kvalitet, men de må ikke tilsløre hva vi betaler for. Over tid vil en slik innsats for bevaring og forbedring av forbrukerrettigheter ikke bare gi tryggere enkeltkjøp, men også fremme sunn konkurranse, stimulere til innovasjon og bidra til bærekraftig vekst. De aktørene som forstår at gode forbrukerrettigheter er et konkurransefortrinn, vil få økt kundetilfredshet og lojalitet.



Trygge valg i velfungerende markeder

Valgene forbrukerne står ovenfor skal være tilpasset forbrukernes beste, ikke aktørenes egeninteresse. Bærekraftige og sunne valg er naturlige og intuitive gjennom at det er lett å finne informasjon om et produkts levetid, retten til å reparere, materialbruk og bærekraftsrating. Forbrukere må også beskyttes mot finansielle tjenester og betalingsløsninger som er til forbrukers ugunst. Økonomisk situasjon og kunnskapsnivå skal ikke være avgjørende for å kunne ta sunne, miljøvennlige og personvernvennlige valg. Offentlige myndigheter må slå ned på villedende markedsføring.

Trygge valg i rettferdige markeder

Det må legges til rette for at forbrukerne kan ta trygge og gode valg i møte med markedsforhold som gjør det vanskelig å orientere seg. Håndheving av regelverk mot urimelige standardvilkår må skjerpes. Forbrukerrådet vil arbeide for å motvirke mekanismer som presser eller manipulerer forbrukerne til å ta valg de ellers ikke villet tatt.

Trygge valg i digitale markeder

Teknologiselskapene må respektere forbrukernes rettigheter. For å få til dette må teknologiselskapene gjennom streng regulering og effektiv håndheving, tvinges til å respektere forbrukernes rettigheter.

Det offentlige må stimulere til gode konkurransevilkår, muligheten til å flytte seg mellom tjenester og redusert utenforskap ved å kreve løsninger som fungerer for alle, uavhengig av digital erfaring eller kapasitet.



Slik jobber vi

For at Forbrukerrådet skal realisere strategien jobber vi innsiktsbasert og effektivt, bygger et attraktivt arbeidsmiljø og utvikler en slitesterk organisasjon. Vi er kompetente, konstruktive og krevende i møte med næringslivet og andre aktører.

Forbrukerorientert. Vi er alltid på lag med forbrukerne.

Verdibasert. Verdien åpen, handlekraftig og tydelig preger medarbeiderne og vårt daglige arbeid.

Kunnskapsbasert. Vi kjenner forbrukerne og jobber innsiktsbasert og innovativt for å utvikle politikk og tjenester. Vi har solid dokumentasjon når vi setter dagsorden.

Alliansebyggende. Vi utforsker nye samarbeidsmuligheter og allianser for å styrke forbrukervernet i framtidens Norge.

Medarbeiderorientert. Vi satser på innsikt og kunnskap og utvikler egen kompetanse for å møte forbrukerutfordringene fremover. Vi er en attraktiv arbeidsplass.



2030