

# Konsument i utanförskap

## Projektansökan SIOS – Sveriges Konsumenter

### 1. Information om SIOS och Sveriges Konsumenter

Denna projektansökan är sammanställd av SIOS och Sveriges Konsumenter, där SIOS är en av 28 medlemsorganisationer.

**SIOS** är ett partipolitiskt och religiöst obundet samarbetsorgan för erkända och ickeerkända etniska minoritetsorganisationer.

SIOS uppgift är att driva minoritetspolitiska frågor och att verka för en mångfaldspolitik som präglar hela samhället. Det gäller språklig och kulturell pluralism, frågor om jämlikhet och mångfald samt delaktighet och demokratisk utveckling. SIOS arbetar även för en förstärkning av medlemmarnas samarbete för sina gemensamma intressen. Det sker genom olika former av opinionsbildning, seminarier, uppvaktningar, remissyttranden, projektverksamhet m.m.

Samarbetet i SIOS sker genom en vald styrelse med representanter för medlemsförbunden och med hjälp av ett sekretariat med säte i Stockholm. SIOS har 15 medlemsförbund vilka omfattar ca 380 lokalföreningar och drygt 85 000 medlemmar runt om i Sverige.

#### **Medlemsförbund**

Assyriska riksförbundet, Chilenska riksförbundet, Eritreanska riksförbundet, Finlandssvenskarnas riksförbund, Grekiska riksförbundet, Iranska riksförbundet, Italienska riksförbundet, Kurdiska riksförbundet, Polska riksförbundet, Portugisiska riksförbundet, Riksförbundet Roma International, Serbernas riksförbund, Spanska riksförbundet, Syrianska riksförbundet och Turkiska riksförbundet.

#### **Sveriges Konsumenter**

Sveriges Konsumenter är en partipolitiskt obunden samarbetsorganisation som verkar för konsumenternas intressen.

Sveriges Konsumenter har till uppgift:

- att slå vakt om konsumenternas intressen vad gäller såväl offentligt som privat producerade varor och tjänster,
- att verka för att människor ges ökad möjlighet att använda sin konsumentmakt,
- att verka för varors och tjänsters tillgänglighet för alla,
- att främja ekologisk, ekonomisk, social och etisk hållbar utveckling
- att i samarbete med medlemsorganisationerna företräda Sveriges konsumenter i det europeiska och internationella samarbetet inom konsumentområdet.
- stimulera konsumenter att komma samman för att gemensamt använda sin konsumentmakt

Sveriges Konsumenter arbetar med övergripande konsumentpolitiska frågor som inte är en huvuduppgift för någon av medlemsorganisationerna och samordnar prioriterade områden.

Sveriges Konsumenter arbetar för att öka konsumenternas makt och inflytande. Det gör vi genom att representera konsumenterna i olika sammanhang, sprida kunskap, påverka beslutsfattare och väcka debatt i frågor som rör många konsumenter i deras dagliga liv.

Sveriges Konsumenters intressepolitiska arbete utgår från grundläggande demokratiska och medborgerliga rättigheter för alla. Allt arbete ska präglas av ett globalt, solidariskt, jämställt- och icke diskriminerande perspektiv.

Sveriges Konsumenter bildades 1992 och består idag av 28 medlemsorganisationer. Arbetet bedrivs med lobbying, opinionsbildning och folkbildning. Sveriges Konsumenter ger ut tidningarna Råd & Rön och KonsumentMakt.

### **Medlemsorganisationer**

ABF, Biodynamiska föreningen, Centerkvinnorna, Djurskyddet Sverige, Halmstads Konsumenter, Handikappförbunden, Hushållningssällskapens förbund, KILEN – Konsumentinstitutet Läkemedel och Hälsa, Konsumentföreningen Väst, Konsumentgillesförbundet, KonsumentGruppen i Nyköping, Konsumenter i Östersunds kommun, LO, PRO, Resenärsforum, Riksförbundet Goodgame, Riksförbundet Hem och Samhälle, SKTF:s senior- och pensionärsverksamhet, Sveriges Kommunalpensionärs förbund, SIOS, Studieförbundet Vuxenskolan, Sveriges Pensionärsförbund, Sveriges Pensionärs Riksförbund, Synskadades Riksförbund, TCO, Unga Örnar, Reumatikerförbundet, Vi Konsumenter

## **2. Bakgrund**

Klyftorna har ökat mellan olika grupper av konsumenter. Mycket av detta beror på brist på kunskap och hinder i förutsättningarna att välja.

Utvecklingen går mot allt mer komplexa varor och tjänster, allt fler val (inte minst inom området allmännyttiga tjänster) samt ökade krav på att kunna göra medvetna val utifrån miljö, etik och hälsa. Dessutom blir marknadsföringen allt mer sofistikerad och ser allt mindre ut som traditionell reklam. På en fri marknad kräver en sådan utveckling starka och kunniga konsumenter. Här finns stora risker att grupper hamnar utanför och inte kan tillgodogöra sig de möjligheter som marknad och regelverk ger möjlighet till. Detta gäller inte minst i så kallade utanförskapsområden.

Konsumentfrågor är ingen ”endimensionell” fråga utan spänner från ett ideologiskt perspektiv till handfast juridik kring exempelvis ängerrätten, med en direkt koppling till den enskildes matkasse eller plånbok. Denna mångfald av aspekter gör ibland frågorna svårhanterliga, men bildar också en grund för att skapa både medvetenhet och aktiva medborgare, inte bara på konsumentområdet. Här finns med andra ord en stark möjlighet att utifrån konkreta exempel i vardagen skapa ett medvetande om att ”det går att göra något”, att jag som medborgare kan påverka min situation och själv åstadkomma förbättringar.

Konsumentfrågor har under senare tid vuxit upp till ett aktuellt tema inom SIOS. Från gräsrotsnivå har en del föreningar tagit kontakt med deras respektive förbund och förbunden med SIOS för att diskutera frågor med koppling till främst konsumenträtten. Även andra teman som makt, rättvisa och rättigheter respektive skyldigheter har tagits upp.

Sveriges Konsumenter har i sina grundvärderingar lika möjligheter för alla och icke-diskriminering. Detta synsätt har präglat opinionsbildning och lobbying. Information har spritts, främst genom medlemsorganisationers lokalavdelningar, genom Råd & Rön och genom massmedia. Men behovet har ökat av kunskap om faktiska förhållanden. Att nå människor i utanförskapsområden handlar mycket om att finnas på plats och att identifiera tänkesätt, såväl som konkreta problem. SIOS och Sveriges Konsumenter har därför tillsammans beslutat att ansöka om medel för en kartläggning och pilotprojekt för ökat konsumentengagemang i ett antal utpekade utanförskapsområden.

### **3. Syfte**

Projektets syfte är att kanalisera det intresse och engagemang som visats för konsumentfrågor genom att aktivt lyfta upp frågorna och göra dem levande, undersöka specifika behov, samla in kunskap samt att undersöka behovet av specifika insatser på konsumentområdet för målgruppen.

SIOS och Sveriges Konsumenter har idag begränsad kunskap om SIOS-medlemmarnas behov, kunskap och medvetande grad när det gäller konsumentfrågor. För att bli en medveten konsument som gör aktiva val vid konsumtion krävs en grundläggande kunskap kring frågorna. Med det kräver också att man förstår rollen som konsument i ett modernt samhälle med en öppen och fri marknad och stort utbud av information. Ytterligare en dimension är vad som ingår i begreppet konsumentfrågor. Traditionellt uppfattas konsumentfrågor som av mat, kläder, banktjänster med mera. Vi vill uppmärksamma att val av skola, barnomsorg, pensionsförsäkringar också är konsumentfrågor och att det finns möjligheter att påverka.

Behovet av en undersökande och kunskapsinsamlade om uppfattningen av konsumentfrågorna och konsumentmakten är därför stort. En sådan "inventering" har aldrig tidigare genomförts och är därför av stor vikt, både ur SIOS och Sveriges Konsumenter perspektiv men också ur ett samhällsperspektiv.

### **4. Målgrupp**

Den främsta målgruppen för projektet är därför SIOS förbund och föreningsmedlemmar, som är bosatta i utanförskapsområden, det vill säga områden som tecknat lokalt utvecklingsavtal med staten.

SIOS medlemsförbund har föreningar utspridda över hela Sverige och i olika skikt i samhället. Föreningsmedlemmarna är ingen enhetlig grupp, medlemmarnas bakgrund, kompetens, erfarenheter och mångfald ger en bred bas. Förbunden, deras föreningar och medlemmarna finns dock oftast koncentrerade till större städer, och då i synnerhet Stockholm, Malmö och Göteborg, men även mellanstora städer har en solid förankring inom SIOS. Valet av utanförskapsområden sker i en inledande fas av projektet.

## 5. Metod

SIOS och Sveriges Konsumenter kommer tillsammans att utarbeta material, enkäter, underlag och skaffa föreläsare som skall ligga till grund för projektets arbete. Materialet utgör underlag för de lokala möten som kommer att hållas i utanförskapsområden.

Dessa möten, som kommer vara utformade som heldagsseminarier, har till uppgift att geografiskt samla intresserade medlemmar och representanter från olika föreningar och förbund. Seminarierna består av tre delar:

1. Föreläsningar av experter och representanter från bl a Sveriges Konsumenter om rollen som konsument och möjligheten att använda sin konsumentmakt.
2. Inventering av faktiska konsumentproblem i form av workshops. Uppgiften är att ta fram information och uppgifter från deltagarna som skall utgöra en grund för faktainsamlingen.
3. Etablerande av en kontaktperson alt ”ambassadör” för det fortsatta arbetet med att skapa ett större engagemang och planera kommande aktiviteter.

En avslutningskonferens kommer också att genomföras. Tanken är att samla ihop deltagarna från seminarierna och diskutera behov och intresse av fortsatta insatser och deras utformning.

Projektet ska utarbeta en rapport om konsumentfrågornas situation och status bland olika etniska minoritetsgrupper, en bedömning av vilka insatser kan behövas och ett förslag på uppläggning av dessa insatser.

Företrädare från olika organisationer, myndigheter, medier och andra institutioner med intresse projektet kommer utgöra föreläsare och seminarieledare.

## 6. Projektledning

Det övergripande ansvaret för projektet kommer att ligga på SIOS och Sveriges Konsumenter, som kommer att utgöra projektgruppen. En projektledare som ansvarar inför projektgruppen kommer ha det direkta ansvaret för administrationen av projektet, genomförandet av de olika seminarierna, finna föreläsare, arbeta fram adekvata enkäter och sammanfatta utvärderingarna och slutrapporten.

För genomförandet av projektet på det lokala planet kommer processledare att utsetts. Dessa kommer från SIOS medlemsförbund och har en god förankring inom föreningslivet. Dessa processledare ansvarar och står i kontakt med projektledaren.

Det är SIOS som är huvudman för projektet.

## 7. Riskanalys

Det finns en risk att vissa föreningar eller medlemmarna inte anser att konsumentfrågor är relevanta för den egna livssituationen och därför inte intresserar sig för projektet.

## **8. Effekter**

Målen är ett ökat engagemang för konsumentfrågorna lokalt, på sikt starkare och mer medvetna konsumenter i utanförskapsområden och en ökad debatt om såväl specifika konsumentfrågor som rollen som konsument. Effekten blir också en större kunskap centralt inom Sveriges Konsumenter och SIOS. \_och fungerar som en viktig källa i en omvärldsbevakning samt inför planeringen av fortsatt arbete. Vi anser att den samlade kunskapen ska utgöra grund för en vidareutveckling av en plattform för både SIOS och Sveriges Konsumenters arbete i konsumentfrågor som mångfaldsfrågor.

## **9. Samarbetspartners**

En förfrågan kommer att gå ut till övriga medlemsorganisationer i Sveriges Konsumenter med möjlighet att delta. Andra viktiga samarbetspartners är kommunala konsumentvägledare samt budget- och skuldrådgivare. Även andra myndigheter och rådgivningsbyråer kan bli engagerade i planeringen och som föreläsare i fakta delen av seminarierna.

## **10. Tidsplan 2008**

Mars: Informationsspridning, kontaktpersoner och processledare utses.

Maj: Genomförandet av det första seminariet.

Juni-Augusti: Sammanställning av erfarenheterna, fortsatt kontakt.

Sept: Genomförande av det andra seminariet.

Okt: Utvärdering, rapportskrivning, publicering av material, avslutningskonferens.

## **11. Dokumentation och spridning av information**

Projektledaren är ansvarig att dokumentera projektet med enkäter och intervjuer.

Projektledaren tillsammans med projektledningsgruppen ansvarar för att sammanställa rapporterna.

Efter den avslutande konferensen sammanställs en projektrapport som skall spridas till berörda parter, till Sveriges Konsumenter och deras medlemsorganisationer samt SIOS och deras medlemsförbund. Förbund som deltar i projektet skall också lägga ut information på sina hemsidor och i de fall där medlemstidningar eller andra skrifter finns skall även de införa information om projektet.

Projektrapporten kommer även att spridas till dagspress och annan relevant media.