



Resultatkontrakt 2009

December 2008

1. Forbrugerstyrelsen – præsentation

Forbrugerstyrelsen er én af i alt ni styrelser under Økonomi- og Erhvervsministeriet. De øvrige styrelser er Danmarks Statistik, Erhvervs- og Byggestyrelsen, Erhvervs- og Selskabsstyrelsen, Finanstilsynet, Konkurrencestyrelsen, Patent- og Varemærkestyrelsen, Sikkerhedsstyrelsen og Søfartsstyrelsen.

Styrelsen har til opgave at bidrage til udviklingen og sikre implementeringen af regeringens forbrugerpolitik, hvilket indbefatter, at:

- *Sikre et højt beskyttelsesniveau i forhold til grundlæggende juridiske rettigheder og sikkerhed*
- *Understøtte den enkeltes frihed til at vælge varer og ydelser på det private og offentlige marked*
- *Bygge bro mellem virksomheder og forbrugere.*

Som statslig myndighed på forbrugerområdet har Forbrugerstyrelsen en lang række opgaver forankret i forskellig lovgivning. De lovbundne opgaver udgør en ramme for opgavevaretagelsen og omfatter:

- *Lov om forbrugerklager*
- *Lov om forbrugerforum*
- *Lov om markedsføring*
- *Lov om rejsegarantifond*
- *Lov om visse betalingsmidler*
- *Lov om forbud til beskyttelse af forbrugernes interesser*
- *Lov om forbud mod tobaksreklame.*

Derudover deltager styrelsen i udarbejdelse af regler om god skik i henhold til lov om finansiell virksomhed og lov om værdipapirhandel.

Forbrugerstyrelsen fungerer desuden som sekretariat for Forbrugerombudsmanden, Forbrugerklagenævnet og Forbrugerforum. De tre instanser har bl.a. følgende opgaver:

Forbrugerombudsmanden fører bl.a. tilsyn med, at markedsføringsreglerne overholdes, og i den forbindelse udarbejder Forbrugerombudsmanden sammen med relevante brancher retningslinjer for, hvorledes markedsføring kan udformes, ligesom der informeres om regler mv.

Forbrugerklagenævnet er et offentligt klagenævn, som håndterer forbrugernes klager over køb af varer og ydelser fra erhvervsdrivende. Styrelsen fører videre et overordnet tilsyn med tilrettelæggelsen af sagsbehandlingen i de godkendte, private nævn med henblik på at vurdere, om betingelserne for godkendelse fortsat er til stede.

Forbrugerforums formål er at fremme dialogen mellem forbrugere, erhvervsliv og myndigheder om at skabe gode forbrugerforhold. Forbrugerforum har særligt til formål at rådgive ministeren og Forbrugerstyrelsen ved fastlæggelsen af rammerne for den statslige forbrugerinformation, så forbrugere og virksomheder sikres let adgang til objektiv og troværdig information. Forbrugerfo-

rum rådgiver endvidere økonomi- og erhvervsministeren og Forbrugerstyrelsen om overordnede forbrugerpolitiske spørgsmål.

1.1 Styringsgrundlag

Økonomi- og Erhvervsministeriets mission og vision sætter rammerne for Forbrugerstyrelsens idegrundlag. Ministeriets mission og vision er:

- Økonomi og Erhvervsministeriets mission -

At skabe fremtidsrettede vækstvilkår for borgere og virksomheder i en stadig mere global verden

- Økonomi og Erhvervsministeriets vision -

At opnå Europas bedste vækstvilkår, så det er attraktivt at bo, arbejde og drive virksomhed i Danmark

På baggrund af ministeriets mission og vision har Forbrugerstyrelsen udarbejdet et samlet idégrundlag, hvor mission og vision slås sammen. Forbrugerstyrelsens idégrundlag er:

- Forbrugerstyrelsens idégrundlag -

Forbrugerstyrelsen arbejder for at sikre, at forbrugerforholdene i Danmark er blandt de bedste i Europa. Det skal samtidig gøre det lettere at være forbruger – og skabe vækst og velfærd.

Til at understøtte virkeliggørelsen af det overordnede idégrundlag tager styrelsen udgangspunkt i et værdigrundlag og en række strategiske udfordringer/målsætninger.

Forbrugerstyrelsens værdier betegner den måde, som styrelsen arbejder på:

- *Vores resultater skal gøre en forskel*
- *Vi udviser mod og handlekraft*
- *Vi lytter til alle og tænker på tværs*
- *Vi har fokus på kvalitet*
- *Vi skaber sammen en god arbejdsplads.*

Styrelsens strategi er knyttet til styrelsens hovedopgaver. Strategien repræsenterer Forbrugerstyrelsens operationalisering af de strategiske målsætninger, der skal fokuseres på for at sikre, at idégrundlaget i sidste ende kan realiseres. Der henvises til bilag for en redegørelse for de strategiske målsætninger og deres forankring i strategien.

1.2 Fælles arbejdsprogram – årlige resultatmål 2008/2009

I Økonomi- og Erhvervsministeriets fælles arbejdsprogram fastsættes de større strategiske mål, som koncernen arbejder efter for at virkeliggøre ministeriets mission og vision. Forbrugerstyrel-

sen indgår med syv resultatmål fordelt på følgende tre strategiske mål: 1) ”De danske forbrugerforhold skal være blandt de bedste i Europa i 2010”, 2) ”ØEM’s kunder skal opleve et højt serviceniveau og et effektivt tilsyn” og 3) ”Overvågning af dansk økonomi og Danmarks konkurrenceevne skal være i top”. I oversigten nedenfor fremgår koblingen mellem de strategiske mål og de dertilhørende resultatmål.

Strategisk mål	Årlige resultatmål AP 08/09
”De danske forbrugerforhold skal være blandt de bedste i Europa i 2010”.	Der skal udarbejdes en forbrugerpolitisk handlingsplan, som skal fremme forbrugerforholdene ved at sikre tværgående integration af forbrugerhensynet, herunder styrke synergier mellem konkurrence- og forbrugerområdet og i forhold til den brugerdrivne innovation.
	Der findes en løsning i form af frivillige retningslinjer eller lovgivning, som sikrer, at forbrugere ikke i fremtiden modtager uønskede reklametryksager, ugeaviser m.v. ¹
	Der gennemføres lovgivning, som sikrer forbrugeren og den erhvervsdrivende et mere effektivt klagenævssystem. ² Der skal endvidere ses på en mulig ny rejsegarantiordning.
	Med henblik på at forbedre gennemsigtigheden omkring klagesagsbehandlingen indføres inden udgangen af 2009 et elektronisk ”Track and Trace” system, så forbrugeren over nettet kan følge forløbet af sin sag hos Forbrugerklagenævnet.
	Forbrugerinformationen skal styrkes ved at implementere Web 2.0 løsninger på regeringens forbrugerportal (forbrug.dk) med henblik på at opnå en mere borgernær og relevant forbrugerinformation.
Strategisk mål	Årlige resultatmål AP 08/09
”ØEM’s kunder skal opleve et højt serviceniveau og et effektivt tilsyn”.	Forbrugerklagenævnets gennemsnitlige sagsbehandlingstid for alle sager afgjort i perioden oktober 2008 til oktober 2009 må ikke overstige 7. mdr. ³
Strategisk mål	Årlige resultatmål AP 08/09
”Overvågning af dansk økonomi og Danmarks konkurrenceevne skal være i top”.	Den årlige Forbrugerredegørelse stiller skarpt på forbrugerforholdene i Danmark og skaber grundlag for en effektiv og vidensbaseret forbrugerpolitik i dialog med virksomheder, myndigheder og organisationer.

Note: Igennem resultatkontrakten vil det blive fremhævet, hvis der er tale om et resultatmål, som relaterer sig til Arbejdsprogrammet.

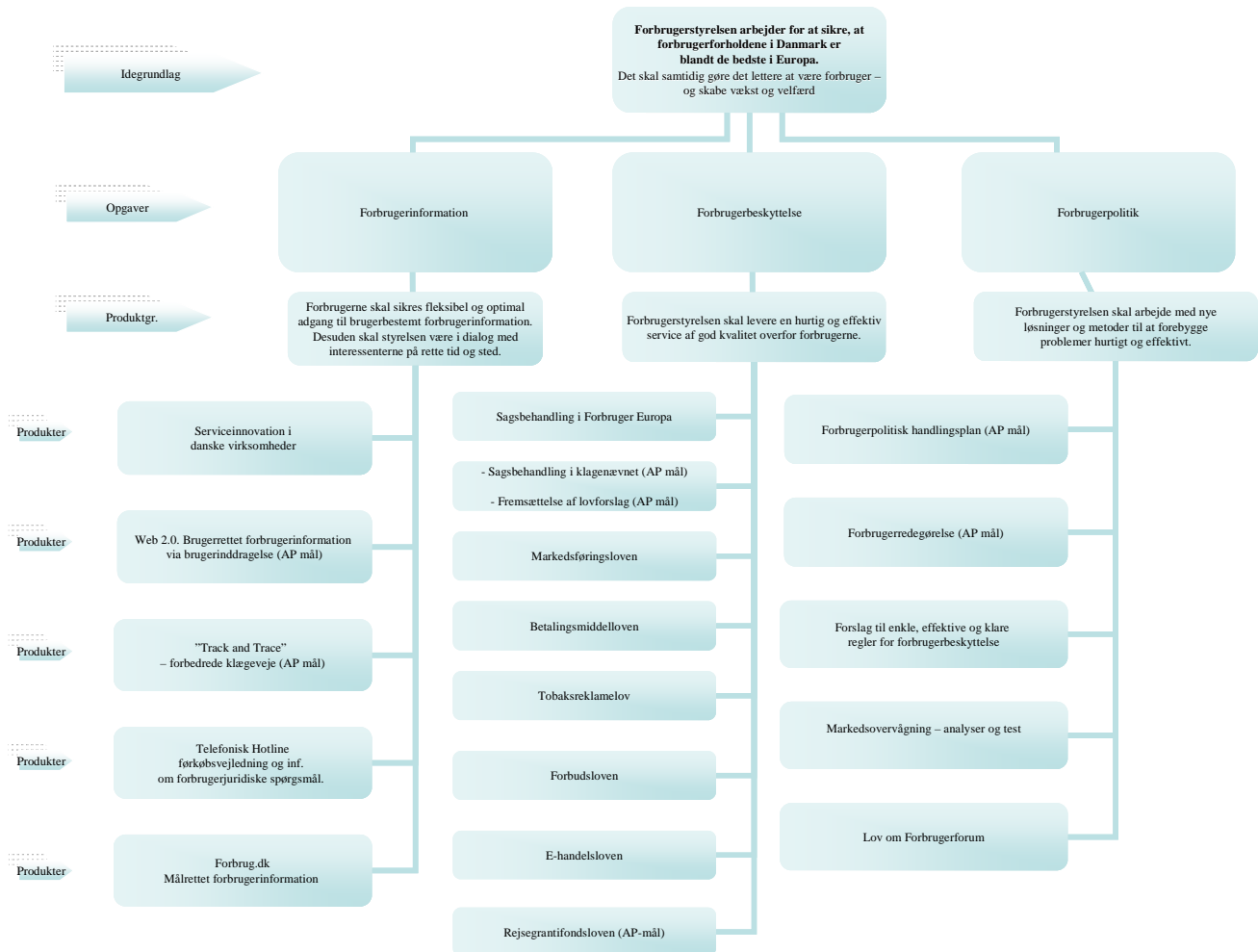
2. Forbrugerstyrelsens opgavehierarki

Forbrugerstyrelsens opgavehierarki er illustreret nedenfor. Af opgavehierarkiet fremgår sammenhængen mellem idegrundlag og styrelsens produkter. I opgavehierarkiet er videre styrelsens produkter kategoriseret efter produktgrupper, ligesom den strategiske målsætning fremgår for hver produktgruppe.

¹ Målet optræder i Arbejdsprogrammets mål for 2008/2009. Da målet er opfyldt inden kontraktperioden for Resultatkontrakt 2009, optræder målet ikke som et resultatmål i kontrakten for 2009.

² I resultatkontrakten fremgår arbejdsprogrammålet vedr. fremsættelse af lovforslag som en aktivitet under mål 8

³ Arbejdsprogrammålet vedr. gennemsnitlig sagsbehandlingstid indgår som et effektkrav under mål 7 ”Sagsbehandling i Forbrugerklagenævnet – kvalitet og effektivitet”.



Note: Opgavehierarkiet inkluderer ikke niveauet med aktiviteter. Aktiviteterne – eller de egentlige resultatkrav i kontrakten – fremlægges i det kommende afsnit 3 "Strategiske målsætninger, resultatmål og resultatkrav".

3. Strategiske målsætninger, resultatmål og resultatkrav

Det skitserede opgavehierarki samler op på hele Forbrugerstyrelsens virksomhedsområde. I resultatkontraktssammenhæng er det ikke samtlige produkter, som gøres til genstand for uddybning. Det er udelukkende udvalgte produkter, der opstilles resultatmål og resultatkrav for i kontraktperioden. Disse resultatmål er udtryk, hvilke kritiske succesfaktorer Forbrugerstyrelsen har valgt at fokusere på for at opnå de strategiske målsætninger. I tabellen nedenfor fremgår de udvalgte mål:

Table 1: Skematisk oversigt over produkt- og resultatmål

Forbrugerinformation			
Resultatmål	Vægt	Budget (-/+ overhead)	
1. Forbedret gennemsigtighed i klagesagsbehandlingen - "Track and Trace"	5%	1.132.740	1.503.452
2. Web 2.0 - Aktuel og relevant forbrugerinformation via brugerinddragelse	5%	668.149	883.679
Sum over alle produkter		1.800.890	2.387.131
Samlet budget, inkl. fællesudgifter i alt			80.300.000
Kontraktens dækningsgrad		2,2%	3,0%
Forbrugerpolitik			
Resultatmål	Vægt	Budget (-/+ overhead)	
3. Markedsovervågning - Forbrugeredegørelse, analyser og test	10%	2.244.042	2.692.345
4. Forbrugerpolitisk handlingsplan	20%	350.204	479.523
5. Evaluering af markedsføringsloven	5%	220.164	323.618
Sum over alle produkter		2.814.410	3.495.485
Samlet budget, inkl. fællesudgifter i alt			80.300.000
Kontraktens dækningsgrad		3,5%	4,4%
Forbrugerbeskyttelse			
Resultatmål	Vægt	Budget (-/+ overhead)	
6. Sagsbehandling i Forbruger Europa	5%	568.420	654.632
7. Sagsbehandling i Forbrugerklagenævnet	25%	13.519.069	19.406.454
8. Mere effektivt klagenævnsystem og mulig ny rejsegarantiordning	15%	341.685	514.109
Sum over alle produkter		14.429.174	20.575.195
Samlet budget, inkl. fællesudgifter i alt			80.300.000
Kontraktens dækningsgrad		18,0%	25,6%
Koncernfælles mål			
Resultatmål	Vægt	Budget (-/+ overhead)	
1. Administrative lettelser	5%	36.694	53.936
2. Virk.dk	5%	33.223	50.466
Sum over alle produkter		69.917	104.402
Samlet budget, inkl. fællesudgifter i alt			80.300.000
Kontraktens dækningsgrad		0,1%	0,1%

Det skal bemærkes, at omkostningerne i form af aktivinvesteringer ikke indgår.

Forbrugerinformation

Forbrugerinformation udgør et væsentligt element i at skabe gode forbrugerforhold. Forbrugerstyrelsen skal sikre, at forbrugerne sikres fleksibel og optimal adgang til brugerbestemt forbrugerinformation. Desuden skal styrelsen være i dialog med interessenterne på rette tid og sted.

Forbrugerinformationen skal give forbrugerne oplysninger og råd om køb af varer og tjenesteydelser både før, under og efter købet. Dette bidrager til gennemsigtighed på de markeder, som forbrugerne hver dag handler på, og forbrugerne får bedre mulighed for at kunne foretage informerede valg. Desuden bidrager informationen til at skabe særlig opmærksomhed på, hvilke rettigheder man har som forbruger, og hvad man som forbruger gør, hvis noget er gået galt.

Derudover skaber forbrugerinformationen mulighed for at kanalisere den viden, som løbende indsamles omkring forbrugernes oplevelser/problemer i Forbrugerstyrelsen, videre til brancher/virksomheder. En sådan form for brugergenereret information medvirker til, at danske virksomheder kan innovere produkter og/eller ydelser til gavn for både forbrugere og erhvervsliv.

For at sikre, at forbrugerne også fremover opnår fleksibel og optimal adgang til brugerbestemt forbrugerinformation, samt at der løbende vil være dialog med interessenterne på rette tid og sted, fokuseres i 2009 på at 1) skabe en forbedret gennemsigtighed i klagesagsbehandlingen via et elektronisk "Track and Trace" system, og 2) at sikre en aktuel og relevant information via brugerinddragelse igennem en "Web 2.0" løsning.

Mål 1. "Forbedret gennemsigtighed i klagesagsbehandling - "Track and Trace"."

Forbrugerstyrelsens interessenter inddrages i udviklingen og etableringen af en digital platform til at understøtte forbrugerne og virksomhederne i forbindelse med forbrugerklager. Løsningen skal dels fungere som et digitalt beslutningsstøtteværktøj til at generere en vurdering af, hvorvidt der kan klages (og i givet fald til hvem), dels lette både forbrugernes og virksomhedernes kontakt med Forbrugerstyrelsen fra indgivelse af selve klagen frem til afgørelsen. Det opnås ved at give mulighed for, at forbrugere og erhvervsdrivende kan følge deres klageforløb - "track and trace" for forbrugerklager.

Det overordnede fokus i 2009 er på udviklingen af IT-løsningen.

– Forbrugerinformation –		
<i>Forbrugerstyrelsen skal sikre, at forbrugerne sikres fleksibel og optimal adgang til brugerbestemt forbrugerinformation. Desuden skal styrelsen være i dialog med interessenterne på rette tid og sted</i>		
<i>1. Forbedret gennemsigtighed i klagesagsbehandling - "Track and Trace"</i>		
Resultatmål Med henblik på at forbedre gennemsigtigheden omkring klagesagsbehandlingen indføres inden udgangen af 2009 et elektronisk "Track and Trace" system, så forbrugeren over nettet kan følge forløbet af sin sag hos Forbrugerklage-	Aktivitet:	IT-løsningen igangsættes i 2009.

nævnet (<i>mål i Arbejdsprogram</i>).	Kvalitet:	Den nye løsning skal sikre forbrugerne og de erhvervsdrivende mulighed for, at 1) automatisk oprette en sag i styrelsen, 2) følge sagen digitalt, samt 3) afgive og modtage bemærkninger/svar digitalt.
---	-----------	---

Mål 2. ”Web 2.0 – Aktuel og relevant forbrugerinformation via brugerinddragelse”

Når den enkelte forbruger oplever problemer, han eller hun har svært ved at løse, søger mange svar på internettet. Forbrugerne engagerer sig i stigende grad i debatter og søger hjælp hos andre forbrugere eller autoriteter af forskellig karakter som f.eks. statslige styrelser.

Behovet for forbrugerinformationen begynder derfor at ændre karakter – fra den traditionelle information til en mere aktiv dialog. Denne udvikling ønsker Forbrugerstyrelsen at understøtte.

Dette vil fx ske gennem øget brugerinddragelse, blandt andet ved at skabe rum for, at forbrugere kan dele viden og erfaringer. Målet er, at deres konkrete viden om og oplevelse af forbrugersituationer i stigende omfang bliver udgangspunkt for en mere borgernær og relevant forbrugerinformation og i udviklingen af den fremtidige forbrugerpolitik.

– Forbrugerinformation –		
<i>Forbrugerstyrelsen skal sikre, at forbrugerne sikres fleksibel og optimal adgang til brugerbestemt forbrugerinformation. Desuden skal styrelsen være i dialog med interessenterne på rette tid og sted</i>		
<i>2. Web 2.0 – Aktuel og relevant forbrugerinformation via brugerinddragelse</i>		
Resultatmål Forbrugerinformationen skal styrkes ved at implementere Web 2.0 løsninger på regeringens forbrugerportal (forbrug.dk) med henblik på at opnå en mere borgernær og relevant forbrugerinformation (<i>mål i Arbejdsprogram</i>).	Aktivitet:	Udvikling af Web 2.0 initiativer i 2009 med henblik på at understøtte brugernes direkte kommunikation med hinanden, så de kan dele viden og erfaringer om forbrugerspørgsmål.
	Kvalitet:	Den gennemsnitlige tid brugt pr. brugerbesøg i Web 2.0 løsningen i 2009 skal minimum være 60 sek., svarende til en 30 pct. højere gennemsnitlig besøgstid end på forbrug.dk.
	Kvalitet:	70 pct. af de brugere, som svarer på spm. vedr. de nye Web 2.0 initiativer, skal i 2009 give til kende, at de er overvejende positive ift. indholdet.

Forbrugerpolitik

Velfungerende markeder fremmer vækst og velfærd. Effektiv konkurrence fører til nytænkning og effektiv udnyttelse af ressourcerne og sikrer fokus på forbrugernes ønsker og behov gennem bl.a. lavere priser, bedre udvalg og højere kvalitet. Gode forbrugerforhold medvirker til mere effektive konkurrenceprægede markeder.

Forbrugerforholdene er generelt gode i Danmark. I forhold til de øvrige EU-lande placerer danske forbrugerforhold sig overvejende i den bedste tredjedel⁴. Forbrugerstyrelsens forbrugerreddegørelse viser dog også, at der fortsat er mulighed for at skabe endnu bedre forbrugerforhold i Danmark. At arbejde for at forbrugerne kan agere på gennemsigtige markeder, som de har tillid til, og hvor klageforholdene er gode, er således stadig en vigtig opgave. Forbrugerstyrelsen vil derfor fortsætte arbejdet med at skabe nye løsninger og metoder til at forebygge problemer hurtigt og effektivt.

Forbrugerne står hver dag overfor en lang række forbrugsvalg, som dækker alt fra dagligdagens indkøb til mere langsigtede investeringer i familiens forbrugsgoder. Igennem viden om disse forbrugsvalg kan Forbrugerstyrelsen være med til at sikre, at den efterfølgende indsats målrettes mod netop de områder, hvor der er størst behov for en ekstra indsats.

Sammen med bl.a. styrelsens markedsovervågnings- og testvirksomhed bidrager den årlige Forbrugerreddegørelse således med viden og prioriteringsmuligheder til det forbrugerpolitiske arbejde med henblik på at skabe mere velfungerende og gennemskelige markeder.

Med baggrund i fakta og viden om forbrugerforhold vil Forbrugerstyrelsen også fremover bidrage til formulering af forbrugerpolitikken, så forbrugerne kan agere trygt i disse sammenhænge og træffe beslutninger på et informeret grundlag. Forbrugerstyrelsen har i 2009 valgt følgende fokusområder som bidrag til den fremtidige forbrugerpolitik: 1) Markedsovervågning – analyser og test, 2) Forbrugerpolitisk handlingsplan, og 3) Evaluering af markedsføringsloven.

Mål 3. ”Markedsovervågning – Forbrugerreddegørelse, analyser og test”

Forbrugerstyrelsens foretager årligt en række markedsundersøgelser. Markedsundersøgelserne indbefatter markedstjek/produkttest, panelundersøgelser, analyser og virksomhedsdialogmøder mv.

Markedsundersøgelserne har til formål at indsamle viden om forholdene på en række markeder og at formidle denne viden til forbrugerne på en handlingsorienteret måde, der gør det lettere for forbrugerne at agere. Objektiv og saglig forbrugerinformation af høj faglig kvalitet er afgørende for et velfungerende marked og en forudsætning for, at forbrugere kan træffe oplyste valg ved køb af varer og tjenesteydelser, herunder også valg af offentlige serviceydelser.

Udover at udgøre et vigtigt bidrag til Forbrugerstyrelsens forbrugerinformation bidrager markedsundersøgelserne samtidig med viden til virksomhederne og brancherne om på hvilke områder, det går godt, og på hvilke områder, der stadig findes udfordringer. Endelig bidrager markedsundersøgelserne med viden og prioriteringsmuligheder til det forbrugerpolitiske arbejde.

Forbrugerstyrelsen vil som integreret led i markedsovervågningen også fokusere på den offentlige sektors udbud af serviceydelser.

⁴ Baseret på analyse af data fra Europa Kommissionen, ”The Consumer Markets Scoreboard: Monitoring consumer outcomes in the single market” (Luxembourg: European Communities, 2008).

– Forbrugerpolitik –		
<i>Forbrugerstyrelsen skal arbejde med nye løsninger og metoder til at forebygge problemer hurtigt og effektivt</i>		
<i>3. Markedsovervågning – Forbrugerredegørelse, analyser og test</i>		
Resultatmål Forbrugerstyrelsens markedsovervågning skal bidrage med viden og prioriteringsmuligheder til det forbrugerpolitiske arbejde med henblik på at skabe mere velfungerende og gennemskuelige markeder. Markedsovervågningen består af undersøgelser i form af fx markedstjek, test af produkter og tjenesteydelser samt markedsanalyser mv.	Aktivitet:	I løbet af 2009 foretages 16 aktuelle markedsundersøgelser.
	Aktivitet:	Forbrugerredegørelse 2009 offentliggøres senest nov. Redegørelsen indeholder en markedsovervågning (Forbrugerforholdsindekset) samt to markedsanalyser (temakapitler).
	Aktivitet:	I 2009 foretages en evaluering af udvalgte initiativer, der hidtil er iværksat som et resultat af Forbrugerforholdsindekset (FFI). I evalueringen redegøres for koblingen mellem de udvalgte initiativer, og den efterfølgende udvikling på relevante FFI-områder.
	Kvalitet:	I forlængelse af de gennemførte målinger og analyser i 2009 udvælges og iværksættes 4 initiativer, hvis realisering vil have en forventet positiv indflydelse på Forbrugerforholdsindekset i de kommende år.
	Effekt:	Den gennemsnitlige vurdering i FFI for 2008/2009 skal udvise en forbedring i forhold til gennemsnittet for 2006/2007 ⁵ .

Mål 4. ”Forbrugerpolitisk handlingsplan”

I 2003 fremlagde regeringen sit oplæg til en ny forbrugerpolitik, der bl.a. indeholdt 50 konkrete initiativer, der skulle realisere regeringens politik på forbrugerområdet. Målsætningerne, som de er formuleret i ”Ny Forbrugerpolitik” indbefatter, at:

- *Styrke niveauet for forbrugerbeskyttelse i Danmark*
- *Sikre forbrugerne størst mulig valgfrihed*
- *Inddrage både forbrugere og virksomheder i forbrugerpolitikken.*

⁵ I forbrugerforholdsindekset (FFI) fokuseres på 3 overordnede parametre: 1) Forbrugertillid, 2) Gennemsigtighed og 3) Klageforhold. Hver af de 3 parametre måles på en skala på 0 til 10 og udgør tilsammen FFI. FFI-scoren var i 2006 6,61, mens den i 2007 var 6,75. Der henvises i øvrigt til følgende link for en yderligere uddybning af FFI: <http://www.forbrug.dk/fs/omfs/00/fr08/kapitler08/kap1-08/kapitel1.html>

Samtlige initiativer fra ”Ny forbrugerpolitik” er gennemført. Det betyder, at der er behov for en handlingsplan for regeringens fremtidige indsats. En sådan handlingsplan vil også omfatte udbuddet af offentlige serviceydelser.

I slutningen af 2007 blev Forbrugerstyrelsen igen en del af Økonomi- og Erhvervsministeriets ressort. Dermed er fokus bl.a. på, hvordan synergier mellem forbruger- og konkurrenceområdet kan styrkes, så det strategiske mål i Økonomi- og Erhvervsministeriets Arbejdsprogram om, at de danske forbrugerforhold skal være blandt de bedste i Europa i 2010, kan realiseres.

Den tværgående integration af forbrugerhensynet, herunder styrkelse af synergier mellem forbruger- og konkurrenceområdet, vil også indgå i handlingsplanen.

– Forbrugerpolitik – <i>Forbrugerstyrelsen skal arbejde med nye løsninger og metoder til at forebygge problemer hurtigt og effektivt</i>		
<i>4. Forbrugerpolitisk handlingsplan</i>		
Resultatmål Der skal udarbejdes en forbrugerpolitisk handlingsplan, som skal fremme forbrugerforholdene ved at sikre tværgående integration af forbrugerhensynet, herunder styrke synergier mellem konkurrence- og forbrugerområdet og i forhold til den brugerdrevne innovation (<i>mål i arbejdsprogram</i>).	Aktivitet:	Handlingsplanen foreligger senest 1. oktober 2009.
	Effekt:	På baggrund af den Forbrugerpolitiske handlingsplan skal Forbrugerstyrelsen i 2009 igangsætte mindst 3 initiativer.

Mål 5. ”Evaluerings af Markedsføringsloven”

I 2005 blev der indgået en politisk aftale om markedsføringsloven. Formålet med lovændringen var at gennemføre en gennemgribende revision af reglerne for markedsføring og prisoplysning med henblik på at skabe velfungerende markeder med klare rettigheder, effektiv information, sikring af forbrugernes frie valg og effektiv konkurrence.

Som led i den politiske aftale blev det besluttet, at der skulle foretages en evaluering af udvalgte bestemmelser i markedsføringsloven med henblik på at vurdere konsekvenserne af ændringerne. Ministeren forpligtede sig i den forbindelse til at fremlægge en evalueringsrapport for Folketingets Erhvervsudvalg senest den 1. juli 2009.

– Forbrugerpolitik – <i>Forbrugerstyrelsen skal arbejde med nye løsninger og metoder til at forebygge problemer hurtigt og effektivt</i>		
<i>5. Evaluering af Markedsføringsloven</i>		
Resultatmål Der foretages en evaluering af udvalgte bestemmelser i markedsføringsloven med henblik på at vurdere konsekvenserne af ændringsforslag til L 13 forslag til lov om markedsføring, jf. politisk aftale den 1.12.2005.	Aktivitet:	Evalueringsrapport er oversendt til Folketingets Erhvervsudvalg inden udgangen af juni 2009.

	Kvalitet:	Evalueringen skal indeholde en vurdering af følgende bestemmelser: § 8 om markedsføring rettet mod børn og unge, § 9 om salgsfremmende foranstaltninger, § 10 om rabatkuponer og -mærker, § 11 om lodtrækning og præmiekonkurrencer og § 13 om prisoplysninger. Endvidere skal evalueringen indeholde en vurdering af problemstillingen om annoncehajer.
	Kvalitet:	I tilknytning til evalueringen skal der udarbejdes en indstilling til ministeren vedrørende evt. nye initiativer mv. , som evalueringen måtte give anledning til.

Forbrugerbeskyttelse

Som forbruger i Danmark er man på mange måder godt beskyttet. Forbrugere i Danmark opfatter således i højere grad end gennemsnittet i det øvrige EU, at deres rettigheder er godt beskyttet. Ser man på det europæiske ”Consumer Markets Scoreboard”, fremgår det, at Danmark placerer sig på en 6. plads ud af i alt 25 europæiske lande mht. forbrugernes tiltro til, at det nationale beskyttelsessystem fungerer godt.⁶

Forbrugerstyrelsen er ansvarlig for det statslige forbrugerklageområde og skal herigennem sikre et højt beskyttelsesniveau i forhold til bl.a. grundlæggende juridiske rettigheder ved at forebygge og løse konflikter mellem forbrugere og virksomheder. Dette sker bl.a. gennem effektiv sagsbehandling af forbrugerklager. Derudover skal forbrugerstyrelsen fremme god markedsføring ved at påvirke og tilskynde virksomhederne til at markedsføre sig på en korrekt og troværdig måde. Styrelsen fører endvidere et overordnet tilsyn med tilrettelæggelsen af sagsbehandlingen i de godkendte, private nævn med henblik på at vurdere, om betingelserne for godkendelse fortsat er til stede.

Mål 6. ”Sagsbehandling i Forbruger Europa – kvalitet og effektivitet”

Et større antal forbrugere i Danmark vælger hvert år at købe varer eller tjenesteydelser inden for EU. Forbrugerstyrelsens ”Forbrugerredøgørelse 2006” viser bl.a., at der blandt de forbrugere, der har e-handlet i Europa uden for Danmark, kun er ganske få, der har oplevet problemer. Men selvom størstedelen af de danske forbrugskøb på tværs af grænserne går godt, oplever en række danskere hvert år også skuffelser i forbindelse med handlerne.

Forbruger Europa⁷ er det danske center i et europæisk netværk af forbrugercentre, der hjælper forbrugerne ved køb over grænserne i EU, så man som forbruger kan føle sig tryk ved at handle, uanset om dette foregår i Danmark eller i et andet EU-land. Hos Forbruger Europa er det

⁶ Kilde: ”The Consumer Markets Scoreboard: Monitoring consumer outcomes in the single market”, European Commission.

⁷ Forbruger Europa er finansieret af Forbrugerstyrelsen og EU-Kommissionen.

muligt at modtage gode råd *før køb* af varer eller tjenesteydelser, at få *vejledning* om rettigheder og pligter som forbruger, samt *hjælp* til en klage, hvis man som forbruger oplever problemer.

– Forbrugerbeskyttelse –		
<i>Forbrugerstyrelsen skal levere en hurtig og effektiv service af god kvalitet overfor forbrugerne</i>		
<i>6. Sagsbehandling i Forbruger Europa – kvalitet og effektivitet</i>		
Resultatmål Sagsbehandlingstiden for både henvendelser og egentlige klager reduceres i Forbruger Europa. Forbrugerne skal desuden opleve klageprocessen som værende mere smidig.	Kvalitet:	Egentlige klager: I 4. kvartal 2009 skal min. 60 pct. af de klager (defineret som klagesager, der kræver mere end en enkelt e-mail), som Forbruger Europa modtager, være indsendt via en elektronisk klageformular.
	Effekt:	Henvendelser: I 2009 besvarer Forbruger Europa min. 90 pct. af de e-mail henvendelser, som modtages fra danske forbrugere, inden for 5 hverdage.

Mål 7. Sagsbehandling i Forbrugerklagenævnet – kvalitet og effektivitet

Forbrugerstyrelsen er ansvarlig for det statslige forbrugerklageområde. Forbrugerklagenævnet er et uvildigt klagenævn, som årligt behandler ca. 3.000 klager fra forbrugere over varer eller tjenesteydelser fra erhvervsdrivende.

For at mindske generne for begge parter har styrelsen det som mål at levere en hurtig og effektiv sagsbehandling, hvor både forbruger og erhvervsdrivende er tilfredse med den service, som de får.

– Forbrugerbeskyttelse –		
<i>Forbrugerstyrelsen skal levere en hurtig og effektiv service af god kvalitet overfor forbrugerne</i>		
<i>7. Sagsbehandling i Forbrugerklagenævnet – kvalitet og effektivitet.</i>		
Resultatmål Sagsbehandlingstiden bibeholdes på et lavt niveau i 2009, mens det samtidig sikres, at der fortsat er fokus på antallet af sager, som er mere end 12 mdr.	Effekt:	Forbrugerklagenævnets gennemsnitlige sagsbehandlingstid for alle sager afgjort i perioden oktober 2008 til oktober 2009 må ikke overstige 7 mdr. (<i>mål i Arbejdsprogram</i>).
	Effekt:	Ved udgangen af 2009 udgør antallet af sager over 12 måneder maksimalt 50 sager.

Mål 8. Mere effektivt klagenævnsystem og mulig ny rejsegarantiordning

Med udgangspunkt i evalueringen af lov om forbrugerklager, der trådte i kraft den 1. januar 2004, skal der udarbejdes et forbedret grundlag for forbrugerklager i de kommende år, ligesom mulighederne for at designe en holdbar rejseløsning, der også kan dække andre former for rejser end de traditionelle pakkerejser, skal undersøges, for at sikre forbrugerne bedst muligt.

– Forbrugerbeskyttelse –		
<i>Forbrugerstyrelsen skal levere en hurtig og effektiv service af god kvalitet overfor forbrugerne</i>		
<i>8. Mere effektivt klagenævnsystem og mulig ny rejsegarantiordning</i>		
Resultatmål Der gennemføres lovgivning, som sikrer forbrugeren og den erhvervsdrivende et mere effektivt klagenævnsystem. Der skal endvidere ses på en mulig ny rejsegarantiordning (<i>mål i arbejdsprogram</i>).	Aktivitet:	Der fremsættes lovforslag vedrørende mere effektivt klagenævnsystem i første halvdel af 2009.
	Aktivitet:	Der skal udarbejdes lovforslag vedrørende en udvidet konkursbeskyttelse af rejsende, således at der kan fremsættes lovforslag i første halvdel af 2009.

Koncernfælles mål

Inden for ministerområdet indgår følgende som koncernfælles mål i 2009:

- Koncernfælles mål -		
<i>1. Administrative lettelser</i>		
Resultatmål Strategisk mål: Danmark skal have den mest effektive erhvervsregulering i EU. Danske virksomheders administrative byrder skal være blandt de laveste i EU. Byrderne skal reduceres med op til 25 pct. i 2010 i forhold til 2001. Resultatmål: Arbejdet med at reducere de administrative byrder skal intensiveres.	Effekt:	Forbrugerstyrelsen skal i 2009 nedbringe virksomhedernes administrative byrder i overensstemmelse med de reduktionsmål på styrelsens område, som for 2009 indgår i ministeriets samlede handlingsplan for administrative lettelser pr. november 2008.

2. Virk.dk		
Resultatmål Det fremgår af Økonomi- og Erhvervsministeriets Arbejdsprogram for 2009, at 50 pct. af virksomhedernes indberetninger til Økonomi- og Erhvervsministeriet skal foretages digitalt via Virk.dk. Det følger heraf, at 10 pct. af virksomhedernes indberetninger til Forbrugerstyrelsen skal foretages digitalt via Virk.dk.	Effekt:	10 pct. af virksomhedernes indberetninger til Forbrugerstyrelsen skal foretages digitalt via Virk.dk.en tværgående plan med initiativer fra min. fem ministerier.

4. Budgetmæssige forudsætninger

	<i>F</i> 2009	<i>Budget</i>	<i>Difference</i>	<i>BO1</i> 2010	<i>BO2</i> 2011	<i>BO3</i> 2012
Nettoudgiftsbevilling	75,0	75,0	-	73,0	71,4	67,9
Forbrug af reserveret bevilling	-	2,1	-2,1	0,0	0,0	0,0
Indtægt	1,5	1,5	0,0	1,5	1,5	1,5
Udgift (omkostninger)	76,5	80,3	-3,8	74,5	72,9	69,4
Forbrugerinformation	9,7	11,5	-1,8	9,4	9,2	8,8
Forbrugerbeskyttelse	39,8	39,8	0,0	38,7	38,0	36,2
Forbrugerpolitik	12,4	13,6	-1,2	12,1	11,8	11,3
Generel ledelse og adm.	14,6	15,5	-0,9	14,3	13,9	13,1
Årets resultat	0	-1,7	-1,7	0,0	0,0	0,0

Følgende skal bemærkes:

- 1) Der vil i 2009 være et forbrug af reserveret bevilling på ca. 2,1 mio. kr. i forbindelse med opgaveudførelse, der er overført fra 2008 til 2009.
- 2) Der vil for 2009 være et forventet negativt driftsresultat på ca. 1,7 mio. kr. Forbrugerstyrelsen vil finansiere dette ved at trække på overført overskud.

5. Formalia og påtegning

Resultatkontrakten indgås mellem Forbrugerstyrelsen og departementet. Resultatkontrakten træder i kræft den 1. januar 2009 og gælder for hele 2009. Resultatkontrakten er en del af ministeriets rullende kontraktstyring. De årlige bevillinger afhænger af årets finanslov.

Resultatkontrakten kan genforhandles i løbet af kontraktåret, hvis eksterne faktorer, som styrelsen ikke kunne eller burde have forudset, gør, at et eller flere resultatkrav ikke kan nås.

Resultatkontrakten er ikke retligt bindende og fjerner ikke ministerens beføjelser og ansvar. Ministeren har stadig det sædvanlige parlamentariske ansvar, og gældende lovgivning og hjemmelskrav, budget- og bevillingsregler, overenskomster osv. skal følges, medmindre der på sædvanlig måde er skaffet hjemmel til fravigelse.

Resultatkontrakten ændrer ikke det almindelige over- og underordningsforhold mellem departement og styrelse.

Resultatkontrakten er i overensstemmelse med Finansministeriets henstillinger for kontraktstyring.

Status på resultatopfyldelsen i resultatkontrakten skal rapporteres, når departementet beder herom og følge departementets instrukser. Den endelige resultatopfyldelse i resultatkontrakten skal rapporteres i styrelsens årsrapport i overensstemmelse med Økonomistyrelsen og departementets vejledninger.

Styrelsesdirektøren har ansvaret for overholdelse af og afrapportering på resultatkontrakten samt eventuel genforhandling.

København den

København den

Departementschef Michael Dithmer

Direktør Tanja Franck

6. Scorebog

Nr.	Produkt og Mål	Vægt i pct.	Delvist opfyldt (50 point)	Opfyldt (100 point)
<i>Produktgruppe: Forbrugerinformation</i>				
1	<p>Produkt: Forbedret gennemsigthed i klagesagsbehandling - "Track and Trace"</p> <p>Resultatmål: Med henblik på at forbedre gennemsigtheden omkring klagesagsbehandlingen indføres inden udgangen af 2009 et elektronisk "Track and Trace" system, så forbrugeren over nettet kan følge forløbet af sin sag hos Forbrugerklagenævnet (<i>mål i Arbejdsprogram</i>).</p>	5%	1 resultatkrav opfyldt	2 resultatkrav opfyldt
2	<p>Produkt: Web 2.0 – Aktuel og relevant forbrugerinformation via brugerinddragelse</p> <p>Resultatmål: Forbrugerinformationen skal styrkes ved at implementere Web 2.0 løsninger på regeringens forbrugerportal (forbrug.dk) med henblik på at opnå en mere borgernær og relevant forbrugerinformation (<i>mål i Arbejdsprogram</i>).</p>	5%	1 resultatkrav opfyldt	3 resultatkrav opfyldt
<i>Produktgruppe: Forbrugerpolitik</i>				
3	<p>Produkt: Markedsovervågning – Forbrugeredegørelse, analyser og test</p> <p>Resultatmål: Forbrugerstyrelsens markedsovervågning skal bidrage med viden og prioriteringsmuligheder til det forbrugerpolitiske arbejde med henblik på at skabe mere velfungerende og gennemskuelige markeder. Markedsovervågningen består af undersøgelser i form af fx markedstjek, test af produkter og tjenesteydelser samt markedsanalyser mv.</p>	10%	2 resultatkrav opfyldt	5 resultatkrav opfyldt
4	<p>Produkt: Forbrugerpolitisk handlingsplan</p> <p>Resultatmål: Der skal udarbejdes en forbrugerpolitisk handlingsplan, som skal fremme forbrugerforholdene ved at sikre tværgående integration af forbrugerhensynet, herunder styrke synergier mellem konkurrence- og forbrugerområdet og i forhold til den brugerdrevne innovation (<i>mål i arbejdsprogram</i>).</p>	20%	1 resultatkrav opfyldt	2 resultatkrav opfyldt
5	<p>Produkt: Evaluering af Markedsføringsloven</p> <p>Resultatmål: Der foretages en evaluering af udvalgte bestemmelser i markedsføringsloven med henblik på at vurdere konsekvenserne af ændringsforslag til L 13 forslag til lov om markedsføring, jf. politisk aftale den 1.12.2005.</p>	5%	1 resultatkrav opfyldt	3 resultatkrav opfyldt
<i>Produktgruppe: Forbrugerbeskyttelse</i>				
6	Produkt: Sagsbehandling i Forbruger Europa – kvalitet og		1	2

	<i>effektivitet</i>	5%	resultatkrav opfyldt	resultatkrav opfyldt
	Resultatmål: Sagsbehandlingstiden for både henvendelser og egentlige klager reduceres i Forbruger Europa. Forbrugerne skal desuden opleve klageprocessen som værende mere smidig.			
7	Produkt: Sagsbehandling i Forbrugerklagenævnet – kvalitet og effektivitet. Resultatmål: Sagsbehandlingstiden bibeholdes på et lavt niveau i 2009, mens det samtidig sikres, at der fortsat er fokus på antallet af sager, som er mere end 12 mdr. (<i>i resultatkrav indgår 1 mål fra AP</i>).	25%	1 resultatkrav opfyldt	2 resultatkrav opfyldt
8	Produkt: Mere effektivt klagenævssystem og mulig ny rejsegarantiordning Resultatmål: Der gennemføres lovgivning, som sikrer forbrugeren og den erhvervsdrivende et mere effektivt klagenævssystem. Der skal endvidere ses på en mulig ny rejsegarantiordning.	15%	1 resultatkrav opfyldt	2 resultatkrav opfyldt
Koncernfælles mål				
1	Produkt: Administrative lettelser Resultatmål: Strategisk mål: Danmark skal have den mest effektive erhvervsregulering i EU. Danske virksomheders administrative byrder skal være blandt de laveste i EU. Byrderne skal reduceres med op til 25 pct. i 2010 i forhold til 2001. Resultatmål: Arbejdet med at reducere de administrative byrder skal intensiveres.	5%	-	1 resultatkrav opfyldt
2	Produkt: Virk.dk Resultatmål: Det fremgår af Økonomi- og Erhvervsministeriets Arbejdsprogram for 2009, at 50 pct. af virksomhedernes indberetninger til Økonomi- og Erhvervsministeriet skal foretages digitalt via Virk.dk. Det følger heraf, at 10 pct. af virksomhedernes indberetninger til Forbrugerstyrelsen skal foretages digitalt via Virk.dk.	5%	-	1 resultatkrav opfyldt

En budgetafvigelse inden for det enkelte resultatmål på mere end 20 pct. medfører en reducere af scoren med 25 point.

Forbrugerstyrelsen har udvalgt følgende 3 mål som værende af særlig strategisk betydning:

- Mål 4 - forbrugerpolitisk handlingsplan
- Mål 7 - sagsbehandling i Forbrugerklagenævnet
- Mål 8 - effektivt klagenævnsystem og mulig ny rejsegarantiordning.

Bilag 1 – Måling af de strategiske målsætninger

I dette bilag redegøres nærmere for, hvordan de strategiske målsætninger skal nås. De strategiske målsætninger er knyttet til styrelsens produktgrupper.

Forbrugerstyrelsen arbejder med strategikort, som er en model forankret i balance scorecard tilgangen, for at sikre en mere systematisk synliggørelse af sammenhæng mellem input og effekt og dermed i højere grad forankre strategiarbejdet. Et strategikort bidrager dermed til at sammenkoble de mere overordnede strategiske mål med meget konkrete og operationaliserbare målsætninger.

Et strategikort viser med andre ord, hvilke strategiske valg en organisation vil tage for at nå sin vision eller idegrundlag.



Et strategikort består af følgende elementer:

- Strategiske temaer. Helt afgørende temaer som en organisation må fokusere på for at nå sin vision/idegrundlag.
- Strategiske perspektiver. Omfatter de relevante problemstillinger en organisation har inden for f.eks. kunder og medarbejdere. Disse perspektiver går på tværs af temaerne.
- Strategiske mål. Det strategiske tema omfatter et antal strategiske mål. De strategiske mål har en indbyrdes logisk kobling mellem årsag og virkning. Strategiske mål er korte og præcise formuleringer af, hvad der skal opnås, og de fungerer som ”milepæle” for realiseringen af

den samlede strategi. Der er som udgangspunkt koblet målepunkter (såkaldte KPI'er) til de strategiske mål.

Anvendelsen af strategikort er relativt nyt for Forbrugerstyrelsen, og det er først fra 2008, at konceptet er blevet implementeret. Der udestår fortsat visse implementeringsopgaver. Generelt betyder anvendelsen af strategikort, at det er inden for den ramme, at der vil blive fulgt op med målinger af, hvorledes – og i hvilket omfang – de strategiske målsætninger nås.

Nedenfor redegøres der dog mere detaljeret for de enkelte strategiske målsætninger. Det skal bemærkes, at de enkelte målepunkter er såkaldte "Key Performance Indicators" (KPI'ere), og at de alle indgår i styrelsens strategikort.

Produktgruppe: Forbrugerinformation

Strategisk målsætning Forbrugerstyrelsen skal sikre, at forbrugerne sikres fleksibel og optimal adgang til brugerbestemt forbrugerinformation. Desuden skal styrelsen være i dialog med interessenterne på rette tid og sted. Konkret er det målet at sikre:

- Tilfredshed med forbrug.dk og tilhørende sites.
- Forbrug.dk skal være i top 3 af sammenlignelige sites.
- Forbrugerstyrelsen skal opnå gode resultater i løbende interessentanalyser.

Løbende opfølgning Årligt.

Endelig opgørelse Der vil blive udarbejdet en endelig opgørelse for 2010.

Data, der ligger til grund for opgørelse

- Løbende målinger med forbrug.dk mv.
- Benchmarkanalyse af forbrug.dk med ca. 10 udvalgte sammenlignelige sites.
- Regelmæssige interessentanalyser.

Produktgruppe: Forbrugerbeskyttelse

Strategisk målsætning Forbrugerstyrelsen skal levere en hurtig og effektiv service af god kvalitet overfor forbrugerne. Konkret er det målet at sikre:

- Sagsbehandlingstiden skal fastholdes på et lavt niveau.
- Fortsat meget få sager, der er ældre end 1 år.
- Enhedsomkostningerne for behandlingen af en sag skal over en periode reduceres.

Løbende opfølgning Årligt.

Endelig opgørelse Der vil blive udarbejdet en endelig opgørelse for 2010.

Data, der ligger til grund for opgørelse

- Løbende produktionsrapporter vedrørende sagsbehandlingen.

- Analyseresultater vedrørende regelmæssig efterkalkulation af gebyr, der pålægges den erhvervsdrivende, hvis denne taber en sag i Forbrugerklagenævnet.

Produktgruppe: Forbrugerpolitik

Strategisk målsætning

Forbrugerstyrelsen skal arbejde med nye løsninger og metoder til at forebygge problemer hurtigt og effektivt. Konkret er det målet at sikre:

- Forbrugerforholdsindekset forbedres med mindst 10 pct. over en femårig periode svarende til en stigning fra 6,5 i 2005/2006 til ca. 7,1 for 2009/2010.

Løbende opfølgning

Årligt.

Endelig opgørelse

Der vil blive udarbejdet en endelig opgørelse for 2010.

Data, der ligger til grund for opgørelse

- Analyseresultater på baggrund af regelmæssige surveys og målinger.