



Resultatkontrakt 2008

April 2008

Indledning.....	3
1. Præsentation af Forbrugerstyrelsen.....	3
2. Styringsgrundlag.....	3
3. Strategiske målsætninger, resultatmål og resultatkrav.....	6
4. Resultatmål.....	8
5. Budgetmæssige forudsætninger.....	11
6. Formalia og påtegning.....	12
7. Scorebog.....	13
Bilag 1 – Måling af de strategiske målsætninger.....	15

Indledning

Denne resultatkontrakt er en aftale mellem Økonomi- og Erhvervsministeriet og Forbrugerstyrelsen. Resultatkontrakten fastlægger de ønskede resultater af styrelsens virksomhed i kontraktperioden og de vilkår, der politisk gives herfor. Resultatkontrakten synliggør parternes krav og forventninger til Forbrugerstyrelsens resultater og udvikling, og den er udtryk for, at begge parter vil påtage sig et ansvar for, at styrelsen realiserer sine mål.

De indgåede resultatkrav for 2008 vil blive afrapporteret i styrelsens årsrapport for 2008. Der er i bilag til resultatkontrakten anført en scorebog over de enkelte resultatkrav, som i årsrapporten vil danne grundlag for en beregning af styrelsens samlede målopfyldelse i forhold til resultatkontrakten.

Resultatkontrakten er koncentreret omkring styrelsens eksternt rettede mål. Dette suppleres af en direktørkontrakt, som ud over de eksterne mål fra styrelsens resultatkontrakt også har fokus på udvalgte interne mål.

1. Præsentation af Forbrugerstyrelsen

Forbrugerstyrelsen blev i slutningen af 2007 overført til Økonomi- og Erhvervsministeriet. Som en del af Økonomi- og Erhvervsministeriet er Forbrugerstyrelsen forbrugernes og erhvervslivets fælles indgang til at opnå information om hele forbrugerområdet.

Forbrugerstyrelsen har til opgave at implementere regeringens forbrugerpolitik. Det vil sige:

- 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.

2. Styringsgrundlag

Forbrugerstyrelsens styringsgrundlag tager afsæt i Økonomi- og Erhvervsministeriets vision og mission, herunder at skabe fremtidsrettede vækstvilkår for borgere og virksomheder i en stadig mere global verden.

På baggrund af dette grundlag har Forbrugerstyrelsen udarbejdet et samlet idégrundlag¹ med følgende hovedformål:

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.

I praksis betyder det:

- Styrelsen skal være omdrejningspunktet for udviklingen af ny forbrugerpolitik.
- Styrelsen skal være en førende aktør i europæisk sammenhæng inden for forbrugerinformation og forbrugerbeskyttelse.

¹ Forbrugerstyrelsen har valgt at slå mission og vision sammen til ét samlet idégrundlag.

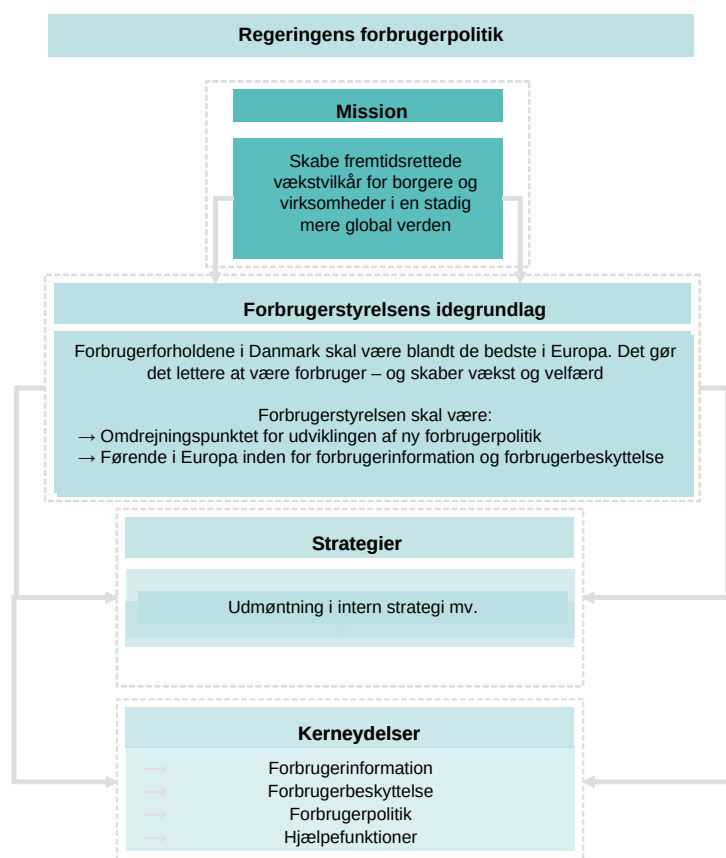
Økonomi- og Erhvervsministeriet har et fælles arbejdsprogram, som angiver de større strategiske mål, som koncernen samlet arbejder efter for at efterleve ministeriets mission samt indfri ministeriets vision. Arbejdsprogrammet angiver også årlige resultatmål for ministeriets indsats for at nå de langsigtede strategiske mål.

Forbrugerstyrelsen bidrager til at nå følgende strategiske mål i arbejdsprogrammet:

- Styrelsen skal medvirke til at nedbringe de administrative byrder for erhvervslivet.
- Alle lovforslag er uden væsentlige fejl indholdsmæssige eller processuelle problemer.

Forbrugerstyrelsen arbejder ud fra et opgavehierarki, hvorigennem der skabes sammenhæng mellem regeringens forbrugerpolitik, ministeriets mission og vision, styrelsens idégrundlag samt de kerneydelser, som Forbrugerstyrelsen leverer. I Forbrugerstyrelsens opgavehierarki er der direkte sammenhæng mellem kerneydelser og de opgaver, der er fastlagt i regi af finansloven, ligesom disse opgaver/kerneydelser svarer til styrelsens produktgrupper.

Opgavehierarki illustreres i figuren nedenfor:



Regeringens forbrugerpolitik har afgørende indflydelse på alle ledene i opgavehierarkiet.

Idégrundlaget fastlægger de overordnede rammer for styrelsens indsats og kan ses som en direkte udmøntning af regeringens forbrugerpolitik og ministerområdets mission og vision om at skabe fremtidsrettede vækstvilkår for borgere og virksomheder.

Idégrundlaget skal 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 den overordnede mission og idégrundlag tager styrelsen udgangspunkt i et værdigrundlag og nogle strategiske udfordringer.

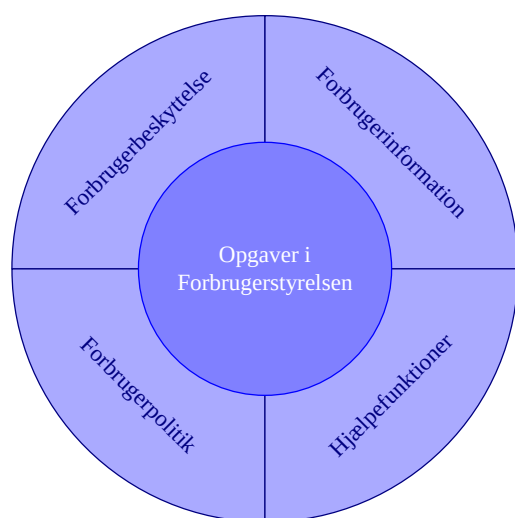
Forbrugerstyrelsens værdier betegner den måde, styrelsen lægger vægt på at udføre sit arbejde og inkluderer følgende:

- 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 strategier er knyttet til de kerneydelser/opgaver, der er defineret i finansloven, og de re-præsenterer hermed Forbrugerstyrelsens operationalisering af, hvilke strategiske udfordringer der skal fokuseres på for at sikre, at idégrundlaget i sidste ende realiseres. De strategiske udfordringer dækker følgende:

- Forbrugerstyrelsen skal arbejde med nye løsninger og metoder til at forebygge problemer hurtigt og effektivt.
- 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.
- Forbrugerstyrelsen skal levere en hurtig og effektiv service af god kvalitet overfor forbrugerne.

Styrelsens opgaver/produktgrupper og strategiske udfordringer kan hermed opsummeres som følger:



Inden for hver af opgaverne knytter sig følgende strategiske udfordringer:

Forbrugerinformation

- Strategisk udfordring:
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.

Forbrugerbeskyttelse

- Strategisk udfordring:
Forbrugerstyrelsen skal levere en hurtig og effektiv service af god kvalitet overfor forbrugerne.

Forbrugerpolitik

- Strategisk udfordring:
Forbrugerstyrelsen skal arbejde med nye løsninger og metoder til at forebygge problemer hurtigt og effektivt.

3. Strategiske målsætninger, resultatmål og resultatkraft

Inden for hver opgave/kerneydelse har Forbrugerstyrelsen opstillet en række resultatmål (produkter). Resultatmålene er herefter yderligere kvalificeret, således at disse knyttes til et eller flere resultatkraft (aktiviteter).

Resultatmålene indeholder i relevant omfang resultatkraft på dimensionen ”aktivitet”, ”kvalitet”, ”effekt” og ”produktivitet”.

Resultatmålene fremgår af nedenstående oversigt, hvoraf også disses interne vægtning samt budgetter fremgår.

Tabel 1: Skematisk oversigt over resultatmål

Forbrugerinformation			
Resultatmål	Vægt	Budget (-/+ overhead)	
1. Udvikling af "intelligent" chatrobot	2%	208.437	345.842
2. Udarbejdelse af kravspecifikation for nyt forbrug.dk	10%	807.461	1.036.468
3. Udsendelse af nyhedsbreve om forbrugerinnovation	5%	296.383	445.238
4. Der afholdes mindst 5 udviklingsmøder med konkrete virksomheder/ organisationer	5%	54.550	88.901
Sum over alle produkter		1.366.831	1.916.449
Samlet budget, inkl. fællesudgifter i alt		74.100.000	
Kontraktens dækningsgrad		1,8%	2,6%
Forbrugerbeskyttelse			
Resultatmål	Vægt	Budget (-/+ overhead)	
1. Forbruger Europa	8%	2.575.924	3.703.786
2. Sagsbehandling i Forbrugerklagenævnet	30%	11.590.681	17.888.392
Sum over alle produkter		14.166.604	21.592.179
Samlet budget, inkl. fællesudgifter i alt		74.100.000	
Kontraktens dækningsgrad		19,1%	29,1%
Forbrugerpolitik			
Resultatmål	Vægt	Budget (-/+ overhead)	
1. Markedsovervågning	20%	2.531.930	3.402.160
Sum over alle produkter		2.531.930	3.402.160
Samlet budget, inkl. fællesudgifter i alt		74.100.000	
Kontraktens dækningsgrad		3,4%	4,6%
Koncernfælles mål			
Resultatmål	Vægt	Budget (-/+ overhead)	
1. Administrative lettelse	15%	100.916	158.168
2. Lovprogram	5%	674.599	1.086.813
Sum over alle produkter		775.515	1.244.981
Samlet budget, inkl. fællesudgifter i alt		74.100.000	
Kontraktens dækningsgrad		1,0%	1,7%

Forbrugerstyrelsens omkostninger til overhead er baseret på budgettal for 2008, og de er fordelt på de enkelte produkter i forhold til budgetteret timeforbrug. Det betyder, at de enkelte produkter alene får fordelt en andel af overhead svarende til den andel, som det givne produkt timemæssigt har i forhold til det samlede antal timer i styrelsen.

4. Resultatmål

- Forbrugerinformation -		
Udvikling af "intelligent" chatrobot		
Resultatmål: Der udvikles en "intelligent" chatrobot, som kan svare på en lang række generelle forbrugerspørgsmål inden for udvalgte områder (fx e-handel, flyrejser, og reklamation/garanti), ligesom der opsamles viden til fremadrettet udvikling/innovation.	Aktivitet:	Markedsføring og lancering af 1. version af chatrobot.
	Kvalitet:	Chatroboten skal kunne besvare mindst 100 af de typisk stillede spørgsmål til Forbruger Europa.
	Effekt:	Ultimo 2008 skal brugerne helt eller delvist have svar på mindst 25 pct. af de generelle forbrugerspørgsmål (defineret som værende ikke individafhængig), der stilles inden for de dækkede områder.
Udarbejdelse af kravspecifikation for nyt forbrug.dk		
Resultatmål: Der udarbejdes kravspecifikation for nyt forbrug.dk. Implementering foregår 2009.	Aktivitet:	Udarbejdelse af kravspecifikation.
	Effekt:	- Der opstilles trafikmål for nyt forbrug.dk, således at nyt forbrug.dk i benchmark med sammenlignelige sites er i top 3. - En tilsigtet afledt effekt af udarbejdelsen af kravspecifikationen er, at forbrug.dk i 2008 skal opnå 5 netkroner i Bedst På Nettet.
Udsendelse af nyhedsbreve om forbrugerinnovation		
Resultatmål: På baggrund af Forbrugerstyrelsens forbedrede dataregistrering udsendes tre nyhedsbreve om forbrugerinnovation til abonnenter og nystartede virksomheder.	Effekt:	Antallet af virksomheder, som tilmelder sig mailinglisten til nyhedsbrevet, skal udvise en relativ stigning fra primo 2008 til ultimo 2008, afspejlende antallet af udsendelser til nye virksomheder i de to perioder.
Afholdelse af udviklingsmøder med erhvervsdrivene		
Resultatmål: Der afholdes minimum fem udviklingsmøder med konkrete virksomheder/organisationer om serviceforbedringer på baggrund af Forbrugerstyrelsens forbedrede dataregistrering.	Effekt:	På baggrund af hvert af de afholdte møder udvikles og iværksættes i gennemsnit 2 konkrete initiativer, der skal bidrage til at sikre forbedringer for virksomhederne, forbrugerne og/eller Forbrugerstyrelsen.

- Forbrugerbeskyttelse -		
Forbruger Europa		
Resultatmål: Det er en af Forbrugerstyrelsens EU-mærkesager, at der skal være effektive klagemuligheder i alle lande. Forbruger Europa bidrager til at sikre, at udenlandske forbrugere oplever, at der er effektive klagemuligheder i Danmark.	Effekt:	▪ Danmark skal være i top 5 blandt Forbruger Europa centrene i forhold til antal modtagne klager fra udenlandske forbrugere, der kan overføres til eksisterende klagenævn. ▪ Danmark skal være i den bedste halvdel for så vidt angår sager (afsluttede) i 2008 fra udenlandske forbrugere – forstået som løst til forbrugerens fordel eller overført til eksisterende klagenævn.
Sagsbehandling i Forbrugerklagenævnet		
Resultatmål: Sagsbehandlingstiden reduceres i Forbrugerklagenævnet, og der indføres maksimumsgrænse for, hvor mange sager der må være over 12 måneder.	Aktivitet:	▪ Plan for reduktion af liggetiden/optimering af sagsflow udvikles og implementeres.
	Effekt:	▪ Den gennemsnitlige sagsbehandlingstid i Forbrugerklagenævnet reduceres til maksimalt syv måneder pr. sag. ▪ Ved udgangen af 2008 udgør antallet af sager over 12 måneder maksimalt 50.

- Forbrugerpolitik -		
Markedsovervågning		
Resultatmål: Forbrugerstyrelsens markedsovervågning skal bidrage med viden og prioriteringsmuligheder til det forbrugerpolitiske arbejde hen mod at skabe mere velfungerende og gennemskelige markeder. Markedsovervågningen har form af markedstjek, test af produkter og tjenesteydelser samt markedsanalyser.	Aktivitet:	▪ Der foretages mindst fem test og tre markedstjek. ▪ Offentliggørelse af Forbrugerredegørelse 2008 nov. indeholdende markedsovervågning (Forbrugerforholdsindexet) samt tre markedsanalyser (temakapitler).
	Effekt:	▪ I forlængelse af de gennemførte målinger og analyser i 2008 udvælges tre initiativer, hvis realisering vil have en forventet positiv indflydelse på Forbrugerforholdsindexet i de kommende år. ▪ Forbrugerforholdsindexet skal i 2008 udvise en forbedring i forhold til gennemsnittet for 2005/2006.

- Koncernfælles mål -		
Administrative lettelser		
Resultatmål: Styrelsen skal medvirke til, at regeringens målsætning om at reducere de administrative byrder for erhvervslivet med op mod 25 pct. frem til 2010 realiseres. Styrelsen skal samtidig medvirke til, at Økonomi- og Erhvervsministeriet i hvert af årene frem mod 2010 kan vise en nedgang i virksomhedernes administrative byrder.	Effekt:	Styrelsen skal inden 1. oktober 2008 understøtte Økonomi- og Erhvervsministeriets overordnede mål om samlede nettolettelser på to pct. ved at nedbringe de administrative byrder med netto 438 mio. kr.
Lovprogram		
Resultatmål: Alle lovforslag er uden væsentlige tekniske fejl, indholdsmæssige eller processuelle problemer.	Kvalitet:	- I ingen lovforslag er der væsentlige processuelle problemer. Økonomi- og Erhvervsministeriets procedurer for høring over lovforslag og frister fastsat i ministerbetjeningsvejledningen og i Håndbog i Folketingsarbejdet skal være overholdt. Vurderes af de lov-ansvarlige i departementet. - I ingen lovforslag er der tekniske fejl, der overstiger bagatelgrænsen. Vurderet af departementets Juridiske Sekretariat.

5. Budgetmæssige forudsætninger

	<i>F</i> <i>2008</i>	<i>Budget</i>	<i>Difference</i>	<i>BO1</i> <i>2009</i>	<i>BO2</i> <i>2010</i>	<i>BO3</i> <i>2011</i>
Nettoudgiftsbevilling	70,5	70,5	-	70,6	69,1	67,7
Forbrug af reserveret bevilling	-	1,9	-1,9	0,0	0,0	0,0
Indtægt	1,7	1,7	0,0	1,7	1,7	1,7
Udgift (omkostninger)	72,2	74,1	-1,9	72,3	70,8	69,4
Forbrugerinformation	11,0	11,8	-0,8	18,4	18,0	17,7
Forbrugerbeskyttelse	29,7	30,0	-0,3	11,0	10,8	10,6
Forbrugerpolitik	13,1	13,1	0,0	29,8	29,2	28,6
Generel ledelse og adm.	18,4	19,3	-0,9	13,1	12,8	12,5
Årets resultat	0	0	-	0,0	0,0	0,0

Tal vises afrundet, men beregnes uden afrunding

Det skal bemærkes, at Forbrugerstyrelsen i 2007 med udmøntning i 2008 har foretaget reservation for i alt ca. 1,9 mio. kr. Disse midler vil blive indtægtsført i 2008, da de opgaver, hvortil der er foretaget reservation, forventes udført i 2008.

6. Formalia og påtegning

Resultatkontrakten indgås mellem Forbrugerstyrelsen og departementet. Resultatkontrakten træder i kraft den 1. januar 2008 og gælder for hele 2008. 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.

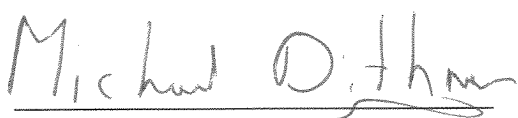
Resultatkontrakten ændrer ikke det almindelige over- og underordningsforhold mellem departement og styrelse.

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 23-4-2008



Departementschef Michael Dithmer

København den 30.4.08



Direktør Louise Holck

7. Scorebog

Nr.	Produkt og Mål	Vægt i pct.	Delvist opfyldt (50 point)	Opfyldt (100 point)
<i>Produktgruppe: Forbrugerinformation</i>				
1	Produkt: Udvikling af "intelligent" chatrobot Resultatmål: Der udvikles en "intelligent" chatrobot, som kan svare på en lang række generelle forbrugerspørgsmål inden for udvalgte områder (fx e-handel, flyrejser, og reklamation/garanti), ligesom der opsamles viden til fremadrettet udvikling/innovation.	2%	1 resultatkrav opfyldt	3 resultatkrav opfyldt
2	Produkt: Udarbejdelse af kravspecifikation for nyt forbrug.dk Resultatmål: Der udarbejdes kravspecifikation for nyt forbrug.dk. Implementering foregår 2009.	10%	1 resultatkrav opfyldt	3 resultatkrav opfyldt
3	Produkt: Udsendelse af nyhedsbreve om forbrugerinnovation Resultatmål: På baggrund af Forbrugerstyrelsens forbedrede dataregistrering udsendes tre nyhedsbreve om forbrugerinnovation til abonnenter og nystartede virksomheder.	5%	-	1 resultatkrav opfyldt
4	Produkt: Afholdelse af udviklingsmøder med erhvervsdrivene Resultatmål: Der afholdes minimum fem udviklingsmøder med konkrete virksomheder/organisationer om serviceforbedringer på baggrund af Forbrugerstyrelsens forbedrede dataregistrering.	5%	-	1 resultatkrav opfyldt
<i>Produktgruppe: Forbrugerbeskyttelse</i>				
1	Produkt: Forbruger Europa Resultatmål: Det er en af Forbrugerstyrelsens EU-mærkesager, at der skal være effektive klagemuligheder i alle lande. Forbruger Europa bidrager til at sikre, at udenlandske forbrugere oplever, at der er effektive klagemuligheder i Danmark.	8%	1 resultatkrav opfyldt	2 resultatkrav opfyldt
2	Produkt: Sagsbehandling i Forbrugerklagenævnet Resultatmål: Sagsbehandlingstiden reduceres i Forbrugerklagenævnet, og der indføres maksimumsgrænse for, hvor mange sager der må være over 12 måneder.	30%	1 resultatkrav opfyldt	3 resultatkrav opfyldt
<i>Produktgruppe: Forbrugerpolitik</i>				
1	Produkt: Markedsovervågning Resultatmål: Forbrugerstyrelsens markedsovervågning skal bidrage med viden og prioriteringsmuligheder til det forbrugerpolitiske arbejde hen mod at skabe mere velfungerende og gennemskuelige markeder. Markedsovervågningen har form af markedstjek, test af produkter og tjenesteydelser samt markedsanalyser.	20%	2 resultatkrav opfyldt	4 resultatkrav opfyldt

<i>Koncernfælles mål</i>			
1	Produkt: Administrative lettelser Resultatmål: Styrelsen skal medvirke til, at regeringens målsætning om at reducere de administrative byrder for erhvervslivet med op mod 25 pct. frem til 2010 realiseres. Styrelsen skal samtidig medvirke til, at Økonomi- og Erhvervsministeriet i hvert af årene frem mod 2010 kan vise en nedgang i virksomhedernes administrative byrder.	15%	- 1 resultatkrav opfyldt
2	Produkt: Lovprogram Resultatmål: Alle lovforslag er uden væsentlige tekniske fejl, indholdsmæssige eller processuelle problemer.	5%	1 resultatkrav opfyldt 2 resultatkrav opfyldt

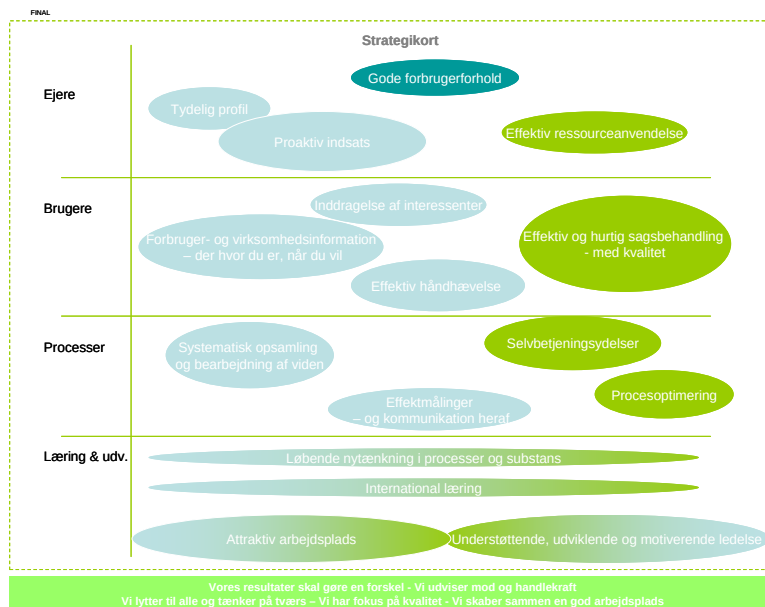
En budgetafvigelse inden for det enkelte resultatmål på mere end 20 pct. medfører en reducere af scoren med 25 point.

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:

1. Strategiske temaer. Helt afgørende temaer som en organisation må fokusere på for at nå sin vision/idegrundlag.
2. Strategiske perspektiver. Omfatter de relevante problemstillinger en organisation har inden for f.eks. kunder og medarbejdere. Disse perspektiver går på tværs af temaerne.
3. 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 relativ ny i Forbrugerstyrelsen, og det er først fra 2008, at konceptet bliver implementeret endeligt. 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.

Produktgruppe: Forbrugerinformation

<i>Strategisk målsætning</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>Løbende opfølgning</i>	Inden for rammerne af styrelsens strategikort vil der blive fulgt op på målsætningen. Som minimum vil der en gang årligt blive målt.
<i>Endelig opgørelse</i>	Den endelig opgørelse af den strategiske målsætning vil der blive redegjort for i årsrapporten for 2010.
<i>Data, der ligger grund for opgørelse</i>	til Følgende data vil indgå i forskelligt omfang: → Hits på forbrug.dk/trafik på forbrug.dk → Evaluering af Forbrug.dk → Opgørelser over brug af fx sms-tjenester. → Antal forhåndbeskeder. → Jævnlig interessentanalyser. → Benchmark med andre myndigheder om udbud af løsninger. → Udbredelsen/brugen af FS' løsninger.

Produktgruppe: Forbrugerbeskyttelse

<i>Strategisk målsætning</i>	Forbrugerstyrelsen skal levere en hurtig og effektiv service af god kvalitet overfor forbrugerne.
<i>Løbende opfølgning</i>	Inden for rammerne af styrelsens strategikort vil der blive fulgt op på målsætningen. Som minimum vil der en gang årligt blive målt. Hovedparten af målepunkterne vil der dog månedligt blive fulgt op på, idet flere af dem indgår som led i styrelsens styring og prioritering af styrelsens service.
<i>Endelig opgørelse</i>	Den endelig opgørelse af den strategiske målsætning vil der blive redegjort for i årsrapporten for 2010.
<i>Data, der ligger grund for opgørelse</i>	til Følgende data vil indgå i forskelligt omfang: → Ventetid i hotline. → Enhedsomk. for en Forbrugerklagesag/produktivitet. → Sagsbehandlingstid kombineret med maksimum grænser for, hvor mange sager, der må være over 12 måneder. → Tilfredshed med hotline. → Kvalitet for behandlingen af forbrugerklager.

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, at

- 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 Inden for rammerne af styrelsens strategikort vil der blive fulgt op på målsætningen. Som minimum vil der en gang årligt blive målt.

Forbrugerstyrelsen har i en periode arbejdet med effektmålinger af styrelsens samlede indsats. Dette er sket inden for rammerne af Forbrugerforholdsindekset. Det er Forbrugerstyrelsens målsætning, at indekset, der afspejler gode forbrugerforhold, skal forbedres med mindst ca. 10 pct. over en femårig periode. Det er særligt bevægelserne i Forbrugerforholdsindekset, der er afgørende for, om Forbrugerstyrelsen har haft succes med den strategiske målsætning.

Endelig opgørelse Den endelig opgørelse af den strategiske målsætning vil der blive redegjort for i årsrapporterne for 2010 og 2011.

Data, der ligger til grund for opgørelse Følgende data vil indgå i forskelligt omfang:

- Bevægelser i Forbrugerforholdsindekset.
- Bevægelser på de markeder, som den årlige Forbrugerredegørelse har handlet om.
- Europæiske benchmarks via Kommissionens målinger.