

# Forbrugerrådet **Tænk**

## Årsberetning 2016

Forbrugerrådet Tænk  
Fiolstræde 17B  
Postboks 2188  
1017 København

## Indholdsfortegnelse

Forord.....	5
Forbrugerpolitiske events og kampagner i 2016.....	8
”Det holder ikke” - Kampagne om produkters holdbarhed.....	8
”Ærlig snak eller ren salgsgas?” - Kampagne om vildledende markedsføring af fødevarer.....	8
Folkemødet og Ungdommens Folkemøde.....	9
Vigtigste forbrugerpolitiske sager i 2016.....	10
Regeringens Implementeringsråd.....	10
CETA og TTIP.....	10
Digital tryghed.....	11
Sessionslogning.....	12
Betalingslovens forbud mod adgang til vores betalingsdata.....	12
Selvregistrering i CPR-registret af ofre for identitetstyveri.....	13
Revision af markedsføringsloven.....	13
Revision af ordningen ”Reklamer Nej Tak”.....	14
Dom over Apple.....	14
E-handel og returnering af let brugte varer i fortrydelsesperioden.....	15
Boxer klar med frit tv-kanalvalg.....	15
Billigere roaming.....	16
Nye el-regninger.....	16
Modernisering af gasreguleringen i Danmark.....	17
Dom i sag om kopivarer.....	17
Gebyrer på bankkonti.....	18
Realkreditens bidragssatser.....	18
Formidlingsprovision i investeringsforeninger.....	19
Forsikringselskabers anvendelse af familiehistorik.....	19
Husejernes Forsikring.....	20
Implementering af nyt pakkerejsedirektiv.....	21
Taxiliberalisering.....	21
Målopfyldelsesrådet og protest mod regeringens landbrugspakke.....	22
Nye fødevareremærker for økologi og dyrevelfærd.....	22
Falsk honning fra Scan Food.....	23

Inhabilitediskussion om landbrugets afgiftsfonde .....	23
E-cigaretter .....	24
Selvvalg af håndkøbsmedicin .....	24
Konkurrenceforhold i apotekersektoren.....	25
Projekter med ekstern finansiering i 2016.....	26
EU-oplysning: Fremme af debat og oplysning i Danmark om Europa .....	26
MarketWatch.....	27
Forbrugerrådet Tænks Gældsrådgivning.....	27
Styr din gæld - gældsrådgivning for unge .....	28
Samarbejdsprojekt med TrygFonden ”På Rette Spor” .....	28
Forbrugerrådet Tænk Kemi.....	29
Test .....	29
Digitale kanaler .....	29
Appen Kemiluppen .....	29
Kendskabsmåling.....	30
Ny bevilling.....	30
Forbrugerrådet Tænk Passagerpuls .....	30
Tyg på det - (Grib din grøntsag) .....	31
Kvantitativ analyse.....	31
Workshop.....	32
Madlavningsvideoer og opskriftshæfter.....	32
Facebooksiden: Tyg på det .....	32
Blindsmagningskonkurrencer.....	32
Uddeling af smagsprøver på SOPU København.....	32
For resten .....	32
Arbejdet i klagenævnene .....	34
Det internationale arbejde .....	34
Høringssvar.....	35
Test i 2016.....	36
Henvendelser om test i 2016 .....	37
Analyser i 2016 .....	37
Rådgivning i 2016 .....	38

Egne medier og presse 2016.....	39
Medlemsbladet og Forbrugerrådet Tænk Penge.....	39
Hjemmeside og sociale medier .....	39
Presse i 2016.....	39
Omtale i onlinemedier .....	39
Rådsmedlemmer i 2016 .....	41
Forbrugerrådet Tænks medlemsorganisationer i 2016.....	41
Repræsentanter for de personlige medlemmer .....	42
Æresmedlemmer af rådet .....	42
Rådsmøder i 2016.....	42
Emner drøftet på rådsmøderne .....	42
Betalingsområdet.....	42
Deleøkonomi .....	43
Forbrugerpolitik i et europæisk perspektiv .....	43
EU's digitale indre marked .....	44
Strategi 2017-20 .....	44
Bestyrelsen i 2016.....	46
Personlige medlemmer af Forbrugerrådet Tænk .....	46
Nye medlemsfordele i 2016 .....	47
Test og Forbrugertilv.....	47
Visning af priser på taenk.dk .....	47
Dækning af klagegebyr på 100 kr. ....	47
Sletteguide.....	47
Prøveadgang til Jyllands-Posten .....	47
Liste over detailbutikker med undersøgelsesgebyr .....	47
Strategi 2017-2020: Tættere på forbrugerne.....	48
Forbrugerrådet Tænks sekretariat.....	49

## Forord

I 2016 har Forbrugerrådet Tænk for første gang i mange år haft en væsentlig medlemsfremgang fra cirka 70.000 personlige medlemmer ved årets begyndelse til godt 75.800 ved årets udgang. Hermed har vi endelig fået et synligt resultat af de senere års hårde arbejde med at byde nye medlemmer velkommen og fastholde dem, vi har. Medlemstallet er vigtigt for os, fordi det giver os flere muskler i vores arbejde for at varetage de almene forbrugerinteresser, både i form af bedre økonomi, en større kontaktflade og legitimitet.

Balancen mellem at være noget for alle forbrugere og noget særligt for vores medlemmer står som et af de centrale elementer i vores nye strategi for 2017-20, som Rådsforsamlingen vedtog endeligt i oktober. Strategien udtrykker ikke et større nybrud, men udkrystalliserer nogle af de indsigter vi har fået i arbejdet de sidste 3 år. Det bliver i strategien slået tydeligt fast, at vi er en medlemsbaseret interesseorganisation, hvis DNA er forbrugerpolitik, og hvis kerneforretning er forbrugeroplysning og rådgivning, ikke mindst grundige og uvildige test.

Som en del af udmøntningen af strategiarbejdet i 2016 har Forbrugerrådet Tænk vedtaget et forbrugerpolitisk program, der beskriver vores 30 mærkesager, så vi har et prioriteret politisk fundament for arbejdet, der kan være styrende for hele organisationens arbejde med at skabe forbrugerpolitiske forbedringer i den nye strategiperiode.

Forbrugerpolitiske forbedringer skabes ikke kun gennem vores arbejde i mere end 300 råd, nævn og udvalg, hvor vi repræsenterer forbrugerne og arbejder for en god forbrugerbeskyttelse i lovgivningen og udmøntningen af samme. Den skabes også, når vores produkttest for eksempel fører til, at produkter med uønsket kemi eller dårlig sikkerhed bliver fjernet fra markedet. Eller når vores rådgivning styrker en forbruger i dennes disput med en virksomhed. Og det skabes, når vores kampagne for eksempel får store virksomheder til at stoppe med at kræve undersøgelsesgebyrer, når vi henvender os med et produkt, der ikke virker.

Kampagner er nu blevet en rodfæstet del af vores forbrugerpolitiske arbejde. Vi har i 2016 gennemført to store forbrugerpolitiske kampagner - en, der fokuserer på, at produkter skal være mere holdbare og være lettere at få repareret, og en med fokus på den megen vildledende markedsføring af fødevarer, der foregår rundt omkring i de butikker, hvor vi handler.

Vi kan se, at vores kampagner påvirker virksomhedernes og branchens adfærd og dermed får en effekt, uanset om lovgivningen er uændret. I 2016 fik vi således startet dialog med hvidevarebranchen om at oplyse forventet holdbarhed, og flere anmeldte fødevarerprodukter fik skubbet til en mere forbrugervenlig fortolkning af markedsføringsreglerne.

Men også på den traditionelle lovgivningsbane har vores forbrugerpolitiske arbejde givet gevinst.

Lad mig her blot nævne to love, som regeringen vedtog i 2016:

For det første en lov om, at det skal være muligt frit at vælge distributør af tv-kanaler, som uden tvivl kan tilskrives vores kampagne i 2015 for et frit tv-kanalvalg.

Og for det andet en lov om 24 timers betænkningstid, før man kan optage et forbrugslån, hvilket skønnes at ville begrænse mængden af kviklån. Hermed indfris et mangeårigt ønske fra Forbrugerrådet Tænk - selvom vi gerne havde set, at der også kom loft over prisen på lånet.

Vi har i 2016 gennemført 81 test og analyser af produkter. Test giver ikke kun konkret værdi til vores medlemmer, når de for eksempel skal købe en ny fladskærm eller støvsuger, men påvirker også branchen og markedet, så produkter udvikler sig i den rigtige retning.

Det sker for eksempel når vi påviser udfordringer eller ulovligheder med sikkerhed, sundhed, miljø eller funktion. Det vakte blandt andet opsigt, da vi i foråret 2016 kunne dokumentere, at en stor del af de smartphones, der sælges i dag, ikke har adgang til software-opdateringer.

2016 var også året, hvor vi fik forlænget de statslige bevillinger til to af vores store projekter: Forbrugerrådet Tænk Kemi og vores gældsrådgivning.

Ikke mindst Forbrugerrådet Tænk Kemi har været ude i stærkt blæsevejr, da dele af erhvervslivet ikke billiger, at forbrugerne i appen Kemiluppen kan få tydelig og uvildig information om indholdet af problemkemi i kosmetik og plejeprodukter.

Til gengæld er forbrugerne begejstrede for appen, der i løbet af 2016 har været brugt over 1,3 mio. gange og været downloadet mere end 180.000 gange på danskernes smartphones. Det var derfor glædeligt, at regeringen og Dansk Folkeparti i sidste ende fandt pengene til at få projektet tilbage på Finansloven - desværre med en mindre bevilling end tidligere.

På gældsområdet har vi i 2016, takket være et samarbejde med TrygFonden, kunnet udvide rådgivningsindsatsen med det nye projekt "På Rette Spor". Her vil vi gennem en forebyggende indsats arbejde for, at forhindre unge i at blive overgældsatte. Samtidig bevilgede partierne bag satspuljen midler til, at vi kan fortsætte gældsrådgivningen til udsatte borgere rundt omkring i Danmark.

Forbrugerrådet Tænk er begunstiget af stor mediebevågenhed. På en typisk dag ringer 15-20 journalister til vores presseenhed og spørger om vores mening om alt fra realkreditprisernes himmelflugt til lovligheden af at kalde en fødevarer for grøntsagspasta, selv om der ikke er grøntsager i.

Vi har derfor registreret over 4.600 medieomtaler i digitale medier i 2016 og over 150 TV-optrædener, hvilket i gennemsnit svarer til, at vi er på skærmen stort set hver anden dag. Hertil

kommer diverse radio-interviews. Det forpligter at tale på forbrugernes vegne om så mange forbrugersager, og vi gør os stor umage for at levere troværdige indlæg baseret på dokumentation.

Hertil kommer vores egen kommunikation, hvor vi i 2016 udgav nyhedsbreve indenfor vores seks prioriterede indsatsområder: Fødevarer, privatøkonomi, hjemmets produkter, det digitale liv, passagerforhold og problemkemi. Og vores velbesøgte hjemmeside taenk.dk. der i 2016 har fået et tiltrængt løft med nyt indhold. Endelig spiller de sociale medier Facebook og Twitter for os som for andre, en stadig større rolle i kommunikationen, ikke mindst i kampagnearbejdet. 120.000 fulgte os på vores forskellige Facebook sider i det forgangne år.

Basen for det hele var uændret sidste år:

Et godt medlemsblad og et godt magasin - Forbrugerrådet Tænk og Forbrugerrådet Tænk Penge - der sammen med [www.taenk.dk](http://www.taenk.dk) udkom måned efter måned med solid kvalitetsjournalistik om forbrugerspørgsmål og masser af test af høj kvalitet; det viser vej i forbrugerjunglen, hånd i hånd med en stor politisk indsats i forbrugernes tjeneste.

Det sikrer en høj grad af faglighed og troværdighed blandt forbrugerne og vores mange interessenter. Den hæger vi om og gør os umage for at leve op til - hver eneste dag - således også i det forgangne 2016.

Anja Philip

Formand i Forbrugerrådet Tænk

## Forbrugerpoltiske events og kampagner i 2016

Forbrugerrådet Tænk gennemførte i 2006 to større kampagner. Læs mere om dem her.

### ”Det holder ikke” - Kampagne om produkters holdbarhed

Forbrugerrådet Tænk gennemførte i foråret 2016 en kampagne under sloganet ”Det holder ikke”. Kampagnen satte fokus på problemerne i, at vores produkter holder for dårligt og er for svære at få repareret.

Kampagnen stillede 3 krav:

1. Producenter skal oplyse produktets forventede levetid. Reservedele og opdateringer skal være tilgængelige i hele den forventede levetid
2. Alle væsentlige dele på produktet skal kunne repareres eller udskiftes
3. Undersøgelgesgebyrer i reklamationsperioden skal fjernes

Kampagnen fokuserede især på vaskemaskiner og smartphones, hvor vi offentliggjorde en guide, som forbrugerne kan bruge, når mobilen går i stykker. Vi offentliggjorde også en test, der viste, at mange mobiler sælges uden tilgængelige opdateringsmuligheder.

Et andet konkret værktøj i kampagnen var en rød/grøn liste over større butikkers politik om undersøgelsesgebyr, som blev offentliggjort på [www.taenk.dk](http://www.taenk.dk)

Blandt de konkrete resultater af kampagnen kan nævnes, at COOP indskærpede over for en af sine kæder, at de ikke skal tage undersøgelsesgebyrer. Og med 251 presseklip i kampagneperioden må det siges at være lykkedes at sætte problemet på dagsordenen.

Kampagnen blev afsluttet med afsyngelse af ”Forbrugernes Klagekor” på Hovedbanegården med hjælp fra et kor. Sangen, der baserede sig på de mange oplevelser med dårlige produkter som forbrugerne havde sendt ind til os, havde omkvædet ”Gør nu noget - det holder ikke”. Du kan se en video af eventen på [www.taenk.dk/klagekor](http://www.taenk.dk/klagekor)

### ”Ærlig snak eller ren salgsgas?” - Kampagne om vildledende markedsføring af fødevarer

Forbrugerrådet Tænk gennemførte i efteråret 2016 kampagnen ”Ærlig snak eller ren salgsgas?” vendt mod vildledende markedsføring på fødevareemballage - for eksempel marcipan uden mandler og grøntsagspasta uden grøntsager, roastbeef, der ikke er stegt, men kogt og smurt med karamel, rødvinssauce uden rødvin samt et selvopfundet fuldkornsmærke på morgenmadsprodukter fyldt med sukker.

Forbrugerrådet Tænk indledte dialog med virksomhederne bag flere end 50 produkter. Dialogen blev enten taget direkte eller via Fødevarestyrelsen, der fik 21 klagesager at behandle over



vildledende markedsføring. Det er store fødevarereproducenter, der står bag nogle af de produkter, som vi fik anmeldt. Virksomhederne er for eksempel Nestlé, Kellogg's, Coop, Tulip, Aldi og Orkla Foods.

Vi fik medhold i nogle af klagerne, men ikke alle. Det viser behovet for også at rykke myndighedernes fortolkning af lovgivningen, så den i højere grad kommer til at svare til almindelige forbrugeres oplevelse af markedsføringen.

Kampagnen viste sig at appellere stærkt til mange forbrugeres forargelse over vildledning. Den affødte over 150.000 handlinger fra forbrugerne på de sociale medier. Kampagnen vurderes at have medvirket til, at Fødevarestyrelsen har opprioriteret markedsføring af fødevarer som indsatsområde.

### **Folkemødet og Ungdommens Folkemøde**

I 2016 deltog Forbrugerrådet Tænk i Folkemødet, der finder sted på Bornholm i juni måned. Vi deltog som oplægsholdere i over 30 debatarrangementer. Desuden arrangerede vi en event om uønsket kemi i plejeprodukter. Her tilbød en gruppe medarbejdere deltagerne i folkemødet valget mellem to slags solcremer - med og uden problemkemi. Eventen blev omtalt i vejrudsigten på DR 1.

Forbrugerrådet Tænk deltog også i den nye begivenhed 'Ungdommens Folkemøde' i efteråret 2016. Her arrangerede vi en workshop i forbindelse med projektet "På Rette Spor", der sigter mod at forebygge overgældsætning hos unge. Vi benyttede desuden vores stand til aktiviteter i forbindelse med projektet "Grib din Grøntsag", der handler om at få unge til at spise flere grøntsager.

Vi tilbød "kyllingekastning" - en event, der satte fokus på TTIP-forhandlingerne om frihandel mellem EU og USA. Konkret satte spillet fokus på ønsket om at undgå en lempelse af reglerne mod kemikaliebehandling af slagtede kyllinger. Vores deltagelse gav anledning til mange gode samtaler med de unge om vores basale forbrugerrettigheder i et demokratisk samfund.

## Vigtigste forbrugerpolitiske sager i 2016

### Regeringens Implementeringsråd

Som led i regeringens ønske om at undgå såkaldt overimplementering af EU-regler har regeringen nedsat et implementeringsråd. Rådet skal rådgive regeringen dels om implementering af EU-regler, dels om "tidlig interessevaretagelse" ved planer om nye EU-regler. Rådet skal også gennemføre såkaldte "nabotjek" af, hvordan reglerne er i andre lande på udvalgte områder - alt sammen med det formål at lette virksomhederne for administrative byrder.

Rådets altovervejende flertal består af erhvervsrepræsentanter, men Forbrugerrådet Tænk er også repræsenteret. Her har vi argumenteret for størst mulig åbenhed i arbejdet, men har desværre stået ret alene med dette ønske.

Vi har blandt andet fremført, at Forbrugerrådet Tænk støtter regeringens intention om, at det skal være en politisk - og ikke administrativ - beslutning, hvilket beskyttelsesniveau der skal anlægges i implementeringen af EU-regulering samt at vi ikke er enige med regeringens udgangspunkt om, at Danmark skal gå efter implementering på lavest mulige niveau - og senest muligt, idet minimumsharmonisering i EU jo netop er udtryk for, at landene ikke kunne blive enige om noget bedre. Vi har fremført at et højt beskyttelsesniveau gavner det danske erhvervsliv i form af tilskyndelse til innovation og udvikling og hæftet os ved, at regeringen lægger vægt på, at der på en række områder kan tages "særlige hensyn", dvs. at fokus på at lette administrative byrder ikke er det eneste mål for arbejdet. Vi har også fremført, at vi savner den grønne stemme. Vi oplever imidlertid, at det overvældende flertal af rådet med sin tunge erhvervsrepræsentation ser rådet som en mulighed for at komme af med regler, som virksomhederne oplever som bebyrdende, uanset om reglerne oprindeligt udspringer af ønsket om en høj grad af forbruger- eller for eksempel miljøbeskyttelse.

### CETA og TTIP

Handelsaftalen mellem EU og Canada, CETA (Comprehensive Economic and Trade Agreement) har været forhandlet i lang tid, men meget mere i stilhed end TTIP, Transatlantic Trade and Investment Partnership - dvs. den tilsvarende aftale med USA. Regeringen har heller ikke bedt Europaudvalget om at give et forhandlingsmandat.

Både sammenslutningen af de europæiske forbrugerorganisationer, BEUC, og af de europæiske fagforbund, ETUC, har frarådet at vedtage CETA, blandt andet fordi den indeholder den kritiserede investeringsdomstol, ICS, hvor store selskaber kan anlægge sag mod et land, hvis de mener nationale regler hæmmer fri konkurrence. Selvom ICS i CETA-aftalen er en forbedret udgave af det oprindelige voldgiftssystem er det fortsat kritisabelt at for eksempel en

tobaksvirksomhed kan anlægge sag mod et land, hvis man her har krav om at tobakspakker skal mærkes som sundhedsskadelig. Kritikerne holder fortsat blandt andet på, at man mellem Canada og EU bør kunne anvende de nationale domstole til den slags sager, at det nye system fortsat ikke sikrer, at dommerne er uafhængige, og at systemet forskelsbehandler indenlandske investorer. Mest problematisk er det, at den konkrete udformning af reglerne - hvis vedtaget i CETA - frygtes automatisk at blive indsat i TTIP, når/hvis forhandlingerne kommer i gang igen.

Derfor henvendte Forbrugerrådet Tænk sig blandt andet til udenrigsministeren og frarådede aftalens indgåelse, ligesom vi har deltaget i flere konferencer og mediedebatter.

Kritikere - også BEUC og Forbrugerrådet Tænk - bliver normalt beskyldt for at være imod handelsaftaler, fordi de ikke forstår fordelene ved frihandel, uanset hvor ofte vi fremfører, at det ikke er frihandel, vi er imod, men at det er indholdet i aftalen og den dermed sænkede forbrugerbeskyttelse, vi kritiserer.

CETA skal godkendes af alle lande, og uanset at aftalen (uden ICS) blev underskrevet af begge parter den 30. oktober 2016, har Belgien lovet at indbringe spørgsmålet om ICS/ISDS for Europadomstolen, og den endelige godkendelse af CETA vil afhænge af udfaldet.

Forhandlingerne om TTIP har siden sommeren 2016 ligget stille på grund af det amerikanske præsidentvalg, og det er usikkert, hvornår eller hvordan de vil fortsætte.

## Digital tryghed

Forbrugerrådet Tænk udgav i februar 2016 rapporten "Digital tryghed", der præsenterede resultaterne af et større analysearbejde finansieret af TrygFonden.

Ifølge rapporten føler 18 procent af befolkningen sig generelt utrygge, når de færdes på nettet. Men så snart danskerne bliver spurgt om konkrete digitale hverdagsspørgsmål, stiger utrygheden. Det gælder især, når der bliver spurgt til emner som betalingsoplysninger og personlige oplysninger: 78 procent er utrygge ved, om deres betalingsoplysninger bliver stjålet. 74 procent er bekymrede for, om deres cpr-numre bliver opsnappet, og 70 procent føler sig utrygge ved, om deres personlige data kan blive lækket fra myndighederne.

Rapporten viser, at viden giver tryghed. De danskere, der oplever, at de har mest viden om sikkerhed på internettet, er nemlig også dem, der beskytter sig mest og føler sig mest trygge, når de færdes digitalt.

I rapporten fortæller en række eksperter om de problemer, de ser i forhold til forbrugernes færden i den digitale verden. En af hovedpointerne er, at mange forbrugere mangler den konkrete, tekniske viden, som kan klæde dem på til at undgå de fælder, der er på nettet. Samtidig har forbrugerne vænnet sig til at afgive oplysninger for at få adgang til tjenester.

På baggrund af rapporten har Forbrugerrådet Tænk peget på en række løsningsforslag, som kan højne forbrugertilliden og øge it-sikkerheden i Danmark. Derved får den enkelte såvel som samfundet som helhed størst mulig gavn af digitaliseringens potentiale.

Vi har i denne sammenhæng peget på behovet for, at regeringen formulerer en national digital strategi, der med forbrugeren i centrum fastsætter mål, vision og handlingsplan for at fremme digital tryghed i Danmark. Strategien skal sikre tidssvarende lovgivning og øget it-sikkerhed, så de juridiske og tekniske rammer matcher den digitale udvikling. Samtidig skal strategien sikre fundamentet for øget samarbejde, deling af viden og forbrugerrettede aktiviteter i fremtiden.

## **Sessionslogging**

For et par år siden afskaffede Folketinget den såkaldte sessionslogging, dvs. teleselskabernes pligt til at registrere og opbevare informationer om al datatrafik fra telefoner og computere til anvendelse i terror- og kriminalitetsbekæmpelse. Baggrunden var en dom fra EU, der havde kendt en tilsvarende ordning i Sverige i strid med EU-retten, da den var et for vidtgående indgreb i privatlivets fred. Samt nok også det forhold, at der var meget få, hvis nogen, eksempler på, at de registrerede oplysninger havde været anvendelige i praktisk politiarbejde.

Regeringen besluttede imidlertid i begyndelsen af 2016 at genindføre sessionsloggingen. I den anledning skrev over tyve organisationer, herunder Forbrugerrådet Tænk, i februar 2016 under på et brev til justitsministeren og protesterede mod planerne.

## **Betalingstjenestelovens forbud mod adgang til vores betalingsdata**

Når forbrugerne betaler med kort, efterlades et digitalt spor, der gør det muligt at se, hvad der er købt, hvor det er købt, og hvor meget der er betalt for den enkelte vare. Det er således muligt at følge den enkelte forbrugers forbrugsadfærd og udarbejde personprofiler på den baggrund.

Hidtil har det ikke været tilladt for banker eller detailhandel at tilgå den enkelte forbrugers betalingsoplysninger direkte, hverken med eller uden samtykke. Det skyldes en privatlivsregel, som blev indført, da bankerne lancerede Dankortsystemet i begyndelsen af 1980'erne.

Både banker og detailhandel har siden foråret 2016 presset på for at få fjernet privatlivsreglen. Detailhandelen mener, at det er i forbrugernes interesse at få loyalitetskort bygget ind i for eksempel Dankortet, så det ikke længere er nødvendigt at bruge flere kort, når der skal betales. Bankerne siger, at de gerne vil udvikle nye services, der gør det lettere for forbrugerne at holde styr på deres forbrug.

Det er Forbrugerrådet Tænks vedtagne politik, at privatlivsreglen i betalingstjenesteloven skal beholdes, så forbrugerne kan bevare kontrollen med, hvem der får hvilke oplysninger og hvornår. Hvis privatlivsreglen ophæves, vil det være muligt at tilgå betalingsoplysningerne direkte med forbrugernes samtykke.

Vi frygter, at et samtykke kan blive en betingelse for at betale med kort i en bestemt supermarkeds-kæde eller en betingelse for at bruge for eksempel Dankort eller Betalings-service. Da der kun er få betalingssystemer og supermarkeds-kæder i Danmark, vil samtykket ikke være nogen garanti for frivillighed. Samtidigt kan det være meget svært at gennemskue konsekvenserne af et samtykke. Brug af personprofiler gør det nemt at opkræve forskellige priser fra forskellige forbrugere for det samme produkt (såkaldt prisdiskriminering), hvilket potentielt kan medføre et meget stort samfundsøkonomisk tab i form af for høje forbrugerpriser.

I foråret 2016 anbefalede et flertal i Implementeringsrådet (uden om Forbrugerrådet Tænk) at afskaffe privatlivsreglen. Efterfølgende har Forbrugerrådet Tænk sat problemstillingen på mediedagsordenen. Spørgsmålet kommer til diskussion i forbindelse med den revision af betalingstjenesteloven, der er planlagt i foråret 2017.

### Selvregistrering i CPR-registret af ofre for identitetstyveri

Regeringen vedtog i december 2016 en ændring af CPR-loven, der indebar, at forbrugere, der har fået stjålet deres Pas eller andet ID, kan lade sig registrere i CPR-registeret - samme sted, hvor man anmoder om markedsføringsbeskyttelse eller adressebeskyttelse. Herefter er det op til virksomhederne at tjekke listen, inden de indgår forpligtende aftaler med kunder, typisk online. Forbrugerrådet Tænk finder, at der er øget behov for at styrke indsatsen imod identitetstyveri. Derfor syntes vi grundlæggende, at sigtet med lovforslaget var rigtigt.

Som forslaget så ud, kunne vi ikke imidlertid støtte det. Dels vil det ikke komme til at fremgå, om forbrugerens registrering skyldes frygt for identitetstyveri for eksempel på grund af indbrud, eller om det skyldes negative gældsforhold/dårlig økonomi. Dette vil få negative konsekvenser for almindelige forbrugere, som vil få svært ved at optage lån, foretage køb eller indgå aftaler, hvis de står i registeret sammen med dårlige betalere. Dels lægges der op til, at oplysningerne om registreringen ikke slettes, når forbrugeren (efter eget ønske) bliver slettet fra registeret. Vi ønskede, at den enkeltes ret til privatliv og kontrol over egne oplysninger skulle vægtes højere, så sletning af data sker reelt.

I forhold til forslaget om, at personer kan lade sig registrere for at undgå yderligere gæld, pegede vi blandt andet på, at andre løsninger, såsom indførelse af et loft for ÅOP (årlig omkostning i procent) og konkret gældsrådgivning, formentligt er langt mere effektive.

### Revision af markedsføringsloven

Et udvalg bestående af en række interessenter, herunder en repræsentant fra Forbrugerrådet Tænk, afleverede i juni 2016 en rapport med forslag til en ny markedsføringslov. Rapporten var resultat af halvandet års arbejde og resulterede i et lovforslag fra regeringen, der fulgte rapportens forslag, i efteråret 2016. Loven forventes vedtaget i foråret 2017.

Desværre bar udvalgsarbejdet i høj grad præget af et stort fokus på at "lette byrder for erhvervslivet" og undgå såkaldt "overimplementering" (eksempelvis regler, der går videre end EU forpligter os til) frem for at tage afsæt i de problemer, som forbrugerne oplever anno 2016. Det var efter vores opfattelse en forfejlet tilgang, som vi dog måtte acceptere som præmis for arbejdet.

Lovudkastet lægger hovedsageligt op til en ny struktur og en række nye begreber i selve loven, men omvendt en høj grad af "status quo" rent indholdsmæssigt. Overordnet støtter vi en vedtagelse af den nye lov, da den trods alt medfører en række fornuftige præciseringer m.v., som blandt andet har til formål at kunne gøre det lettere for Forbrugerombudsmanden at håndhæve markedsførings-reglerne. Vi kan dog kun bakke fuldt op under forudsætning af, at en række anbefalinger/forslag ikke gennemføres. På visse punkter bliver der nemlig lagt op til forringet forbrugerbeskyttelse. Det drejer sig blandt andet om lempelse af reglerne for skiltning med pris- og kreditoplysninger på lån og lempelse af kravene til at skilte med organiseret rabat, der for eksempel kan være særtilbud til medlemmer af en bestemt fagforening. Et yderligere problempunkt var udvidede muligheder for at markedsføre sig overfor forbrugere uden et klart forudgående samtykke, hvor erhvervs- og vækstministeren dog i lovgivningsprocessen har været lydhør over for kritikken.

### Revision af ordningen "Reklamer Nej Tak"

Forbrugerombudsmandens retningslinjer om forsendelser uden påført navn (ordningen "Reklamer Nej Tak") er pt. under revision. Forbrugerrådet Tænk har gennem årene arbejdet for, at ordningen skulle vendes om til en "Ja tak-ordning" så man i udgangspunkt ikke får tilsendt reklamer medmindre man aktivt beder herom. Det har der imidlertid ikke været opbakning til blandt de øvrige interessenter. Derfor har vi i forhandlingskredsen i 2016 arbejdet for en mere differentieret Nej tak-ordning, hvor forbrugerne foruden muligheden for at vælge alle reklamer samt evt. gratisaviser fra også bør have mulighed for at vælge de enkelte reklamer til, som de måtte ønske. Heller ikke hvad det angår, har det imidlertid været muligt at opnå enighed.

I Forbrugerrådet Tænk arbejder vi derudover for, at forbrugerens tilmelding til ordningen ikke længere skal opdateres løbende, samt for at sikre, at forbrugernes tilvalg af reklamer fra enkelte annoncører ikke skal kunne bruges til at opnå samtykker til anden form for markedsføring fra den pågældende annoncør.

### Dom over Apple

Apple har i december 2016 tabt en retssag mod en forbruger, der havde fået medhold i Forbrugerklagenævnet. Sagen handlede om, at Apple mente, de var berettiget til at ombytte en fabriksny iPhone med en iPhone, der bestod af genanvendte komponenter, i forbindelse med, at forbrugeren reklamerede over mangler ved den oprindelige telefon, som ikke kunne repareres.

Et enstemmigt Forbrugerklagenævn havde afgjort, at forbrugeren efter Købeloven var berettiget til at kræve en fabriksny telefon i forbindelse med ombygningen, da den oprindelige telefon, som der blev reklameret over, netop også var fabriksny. Apple valgte dog at føre sagen videre til byretten i Glostrup, hvor de altså ligeledes tabte sagen. Apple har efterfølgende meddelt, at de ikke vil anke dommen.

Sagen er meget enkel, men samtidig vigtig, da der er tale om en praksis, som i Apple er vidt udbredt globalt. Forbrugerrådet Tænk har derfor brugt en del kræfter på at deltage i den offentlige debat om retssagen og dens rækkevidde for at sikre, at dens konsekvenser ikke indskrænkede sig til den konkrete sag.

### **E-handel og returnering af let brugte varer i fortrydelsesperioden**

Dansk Erhverv har i en længere periode givet udtryk for en stærk kritik af de regler, der blev indført i 2015 om fortrydelsesret i e-handelen, og som indebærer, at et køb også kan fortrydes inden for 14 dage, selv om varen bærer præg af brug. I så fald skal der ske et fradrag for værditabet. Efter Dansk Erhvervs opfattelse påfører det de e-handlende en urimelig udgift i form af reelt usælgelige returvarer - en udgift, der kun kan hentes hjem gennem højere varepriser. Dansk Erhverv har i den forbindelse ikke mindst kraftigt kritiseret Forbrugerrådet Tænks holdning i sagen.

Der er tale om EU-regler, som skal evalueres af EU-Kommissionen i 2017. Selv om lige præcis denne regel ikke er indført efter ønske fra forbrugerorganisationerne, har Forbrugerrådet Tænk ikke tilsluttet sig Dansk Erhvervs ønske om at få fjernet reglen. Dels har det ikke rigtig været sager i Forbrugerklagenævnet om forholdet, hvorfor vi har svært ved at tro, at reglen i praksis er så stort et problem. Dels er vi nervøse ved at åbne op for en genforhandling af det samlede EU-regelsæt om forbrugerbeskyttelsen i e-handel, da det mest sandsynlige udkomme af dette i det nuværende politiske klima ville være en lempelse af forbrugerbeskyttelsen på andre punkter.

### **Boxer klar med frit tv-kanalvalg**

Med Boxers og Stofas lancering i foråret 2016 af produkter, der indeholdt frit valg af kommercielle tv-kanaler på toppen af en ikke-kommerciel pakke, er et af hovedmålene fra 2015 i kampagnen for frit tv-kanalvalg opnået. Det nye produkt opfylder de krav til frit valg, som blev stillet i kampagnen. Prisniveauet er konkurrencedygtigt, og vi håber, at det på sigt vil kunne tvinge den største distributør, YouSee, til at reagere med et eget udspil.

Foreløbig har YouSee udmeldt, at selskabet over de næste to år vil tilbyde 400.000 husstande en boks, der giver mulighed for et mere differentieret valg af tjenester. Vedtagelsen i foråret 2016 af en ny lov fra regeringen til fjernelse af distributør-binding for lejere, andelshavere og medlemmer af beboerforeninger har medført, at ca. 600.000 forbrugere i løbet af en kort overgangsperiode frit vil kunne vælge tv-distributør. Også dette var et mål i kampagnen.

## Billigere roaming

EU-Kommissionen fremsatte i september 2016 forslag til, hvordan prisreguleringen af roamingtakster (betalingen for at bruge mobiltelefon i udlandet) kunne sikre gennemførelsen af det digitale indre marked. Forslaget er stærkt præget af BEUCs påvirkning (den europæiske forbrugerorganisation). Faktisk måtte EU-Kommissionen trække sit første forslag tilbage på grund af kraftige protester fra blandt andet forbrugerorganisationer, herunder BEUC og Forbrugerrådet Tænk.

Målet med forslaget var konkret, at merprisen for at bruge sin smartphone i andre europæiske lande skal fjernes den 15. juni 2017 - det, der kaldes "roam like at home". Udfordringen var at sikre, at det ikke skete på en måde, så vores mobilabonnenter blev dyrere, eller at der udbydes særlige abonnenter, som man kun kan bruge i hjemlandet. Det krævede, at vi fik sænket de engrospriser, som danske teleselskaber (og derigennem danske forbrugere) skal betale til udenlandske teleselskaber, når mobiltelefonen bruges i udlandet. Her har vi været helt på linje med den danske regering og de danske teleselskaber.

Til gengæld var den danske regerings holdning til, hvordan selskaberne beskyttes mod såkaldt "unfair use" (misbrug) af roaming, mindre forbrugervenlig. Forbrugerrådet Tænks synspunkt var, at alle skulle kunne roame uden bekymring, så det er op til selskaberne at spotte misbrug og ved godkendte tiltag forhindre, at det sker. Selskaberne ønsker strikse grænser for, hvor meget hver enkelt forbruger kan roame, uden at der kommer tillægstakst på.

Forbrugerrådet Tænk har fulgt sagen nøje - herunder gennem bidrag til BEUCs position - og har gennem høringsvar og personlig kommunikation forsøgt at bidrage til den danske stillingtagen. Sagen blev afgjort i begyndelsen af 2016 med et resultat, som vi fandt tilfredsstillende.

## Nye el-regninger

Med indførelsen af den såkaldte "engrosmodel" fra april 2016 vil forbrugerne kun modtage én regning på deres el og skal dermed kun skulle forholde sig til ét selskab, nemlig deres el-leverandør. Samtidig bortfalder forsyningspligtordningen og erstattes af en leveringspligt. Forbrugerbeskyttelsen lægges dermed i højere grad ud til markedet. Forbrugerne vil nu skulle vælge deres egen el-leverandør, der ikke vil kunne afvise at indgå en aftale med den forbruger, der kan betale.

Reformen er et resultat af arbejdet i elreguleringsudvalget, som Forbrugerrådet Tænk var repræsenteret i, og engrosmodellen er en imødekommelse af vores ønsker i den forbindelse, der udsprang af vores rapport om "Forbrugertillid på elmarkedet" fra 2012. Vi følger udviklingen nøje for i tide at kunne påvirke, hvis reformen ikke virker efter hensigten. Det er tanken i efteråret 2017 at tjekke el-selskabernes regning for at se, om de lever op til hensigten om at gøre regningerne lettere at forstå.



## Modernisering af gasreguleringen i Danmark

Det er længe siden, at der sidst er blevet kigget på gas-markedet, og gasbranchen henvendte sig derfor i efteråret 2016 til Sikkerhedsstyrelsen med et ønske om en modernisering og forenkling af lovgivningen.

Forbrugerrådet Tænk meldte ud, at man burde holde fast i den anmeldelses- og færdigmeldingspligt af nye installationer, der ligger i den nuværende lovgivning, så man fortsat har et overblik over alle gasinstallationer i Danmark. Derudover er det vigtigt fortsat at fokusere på overvågning af sikkerheden på både nye og eksisterende installationer.

Endelig er der i den gældende lovgivning en national mærkning for gasapparater, der ikke er EU-reguleret, som er til diskussion. Blandt andet inden for flaskegasområdet ser man en del ulykker, så derfor er det et vigtigt fokusområde.

Forbrugerrådet Tænk har fremført, at det skal være nemt og uproblematisk for forbrugerne at købe gasapparater, som må installeres lovligt. Det vil være vanskeligt for forbrugerne at skelne mellem de forskellige standarder, og vi har bedt om, at der ses nærmere på, hvad det betyder for forbrugerne, hvis der ikke er overensstemmelse mellem, hvad der må markedsføres, og hvad der må anvendes.

Forbrugerrådet Tænk er repræsenteret i Rådet for El- og Gasteknisk sikkerhed under Sikkerhedsstyrelsen, hvor diskussionerne om den nye lovgivning pågår, og arbejdet følges tæt.

## Dom i sag om kopivarer

Forbrugerombudsmanden har i december 2016 tabt en retssag mod Nordea, der tidligere havde fået medhold i Pengeinstitutankenævnet. Sagen drejede sig om, hvorvidt forbrugeren havde krav på at få Nordea til at tilbageføre betalingen, da en forbruger i en webshop havde købt angiveligt ægte Nike sko med Visa/Dankort, men i stedet modtaget en varemærkeforfalskning.

I Pengeinstitutankenævnet havde et flertal afgjort, at Nordea ikke var forpligtet til at tilbageføre betalingen i henhold til Betalingstjenestelovens indsigelsesregler. Forbrugerrådet Tænks repræsentanter i nævnet var uenige i afgørelsen og argumenterede for, at forbrugeren havde krav på en tilbageførsel. Forbrugerombudsmanden var enig med Forbrugerrådet Tænks repræsentanter i nævnet og tog derfor efter dialog med os sagen videre til Sø- og Handelsretten. Sø- og Handelsretten nåede frem til, at Nordea ikke var forpligtet til at tilbageføre betalingen i henhold til lovens indsigelsesregler. En dommer udpeget af Forbrugerrådet Tænk afgav dissens.

Sagen er meget principiel, men har ikke stor praktisk betydning, da bankerne efter sagen i Pengeinstitutankenævnet har besluttet, at forbrugere - som følge af kortets egne aftalevilkår - har krav på at få tilbageført betaling for varemærkeforfalskede varer, når de betaler med Visa-kort. Betalinger med Visa/Dankort i udenlandske netbutikker bliver normalt automatisk

gennemført som Visabetalinger. Dommen har dermed kun betydning, når netbutikker, der modtager Dankortbetalinger, fremsender varemærkeforfalskede varer i stedet for ægte. Forbrugerrådet Tænk kender ikke til eksempler på dette.

## **Gebyrer på bankkonti**

Regeringen vedtog i foråret 2016 en ny lov om betalingskonti. Loven gennemførte EU's betalingskontodirektiv. Direktivet giver alle forbrugere ret til en basal betalingskonto, som består af en konto, et betalingskort, betalingsservice og netbank. Derudover kræver direktivet, at medlemsstaterne sikrer, at alle forbrugere har adgang til denne pakke af basale betalingstjenester vederlagsfrit eller for et rimeligt gebyr. Formålet med gebyrreguleringen er dels at sikre, at gebyrets størrelse ikke bliver en barriere for forbrugere med en svag økonomi, dels at sikre at forbrugere med en svag økonomi ikke diskrimineres på den måde, at de bliver afkrævet højere gebyrer for de samme services end øvrige kunder i samme bank.

I den danske lov blev det imidlertid bestemt, at det skal være den enkelte bank, der vurderer, hvad der er et rimeligt gebyr, og at banken ved denne vurdering har ret til at få dækket alle omkostninger samt en rimelig fortjeneste. En sådan gennemførelse strider imod hensigten om, at gebyret størrelse ikke må blive en hindring for økonomisk svagtstillede forbrugere, Forslaget medfører stor uklarhed om, hvad der kan siges at være et lovligt gebyr og er derfor en uacceptabel retsstilling for forbrugerne.

I vores høringssvar til lovudkastet kritiserede Forbrugerrådet Tænk disse forhold, og under Folketingets førstebehandling af lovforslaget var der bred opbakning til Forbrugerrådet Tænks synspunkter. Selvom blandt andet Dansk Folkeparti refererede direkte til vores høringssvar og stemte mod lovforslaget, blev det vedtaget af regeringen sammen med Socialdemokratiet.

## **Realkreditens bidragssatser**

I kølvandet på den omfattende offentlige debat om Nykredits prisstigninger i januar 2016 nedsatte Erhvervs- og Vækstministeren et ekspertudvalg vedrørende realkreditmarkedet i foråret 2016. Ekspertudvalget skulle belyse gennemsigtighed og mobilitet på realkreditmarkedet og komme med forslag til forbedringer på disse områder. Forbrugerrådet Tænk var repræsenteret med 2 medlemmer i ekspertudvalget.

Ekspertudvalget afleverede sin rapport i september 2016 med 8 anbefalinger, der skulle øge gennemsigtigheden og fremme mobiliteten. Anbefalingerne var udtryk for et kompromis, som efter Forbrugerrådet Tænks opfattelse vil give forbedringer til forbrugeren, hvis den samlede pakke af forbedringer gennemføres.

Der var flertal i ekspertudvalget for alle anbefalinger, men finanssektoren afgav en mindretalsudtalelse, idet de ikke kunne støtte én af anbefalingerne, nemlig at det bør være gratis for en forbruger at komme ud af et realkreditlån i den situation, hvor instituttet hæver prisen.

Forbrugerrådet Tænk havde som udgangspunkt gerne set mere markante forbedringer for forbrugerne, men vurderede, at det var bedre at indgå et kompromis frem for mindretalsudtalelser, der ville kunne resultere i, at der ikke ville komme relevante forbedringer for forbrugeren.

De politiske forhandlinger om rapportens anbefalinger resulterede i begyndelsen af 2017 i en aftale om en løsning, der i det store og hele fulgte rapportens anbefalinger, dog i let reduceret form.

### **Formidlingsprovision i investeringsforeninger**

Folketinget vedtog i foråret 2016 en lov, som indfører et delvist forbud mod, at banker må modtage provision fra producenter af investeringsbeviser. Forbuddet kommer fra et EU-direktiv og gælder for såkaldte porteføljeplejeaftaler, hvor forbrugeren har givet banken fuldmagt til at købe og sælge værdipapirer på forbrugers vegne.

Efter pres fra Forbrugerrådet Tænk blev forbuddet udvidet til også at gælde for bankernes puljeordningsaftaler, som på mange måder svarer til porteføljeplejeaftaler. Forbrugerrådet Tænk havde arbejdet for, at forbuddet også skulle gælde, når forbrugere får rådgivning om valg af værdipapirer, hvilket dog ikke kom igennem. Omkring 400.000 forbrugere får investeringsrådgivning i banken, og undersøgelser viser, at bankerne konsekvent anbefaler dyre investeringsbeviser med høj provision.

### **Forsikringssselskabers anvendelse af familiehistorik**

Forsikringsbranchen har i mange år arbejdet for at få lempet forbuddet i Forsikringsaftalelovens § 3a, så forsikringssselskaberne også kan få adgang til gentest. Dette har Forbrugerrådet Tænk arbejdet målrettet på at forhindre, blandt andet fordi gentest slet ikke er på et niveau, hvor det er sagligt at lægge vægt på indholdet af sådanne tests.

I foråret 2016 gennemførte regeringen en revision af forbuddet i Forsikringsaftaleloven. Forbrugerrådet Tænk skrev sammen med Lægeforeningen og Danske Patienter et brev til justitsministeren, hvor vi gjorde opmærksom på vores store bekymringer over udsigten til et lempet forbud og opfordrede til i stedet at skærpe forbuddet, så forsikringssselskaber og pensionskasser heller ikke på tegningstidspunkter må indhente og anvende helbredsoplysninger for forsikringstagers familiemedlemmer med det formål at fastlægge, hvorvidt forsikringstager er arveligt disponeret for visse sygdomme. Justitsministeren valgte at følge vores anbefalinger i sit lovforslag, der blev vedtaget inden sommerferien.

## Husejernes Forsikring

Husejernes Forsikring er ikke et forsikringsselskab, men et dansk salgsagentur for det liechtensteinske forsikringsselskab Gable Insurance AG. På kort tid har det lykkedes Husejernes Forsikring at få en meget stor andel (over halvdelen) af markedet for ejerskifteforsikringer i Danmark.

Den 19. november 2016 blev Gable Insurance AG erklæret konkurs, og efterfølgende blev Husejernes Forsikring også erklæret konkurs.

Da Gable Insurance er et udenlandsk forsikringsselskab, var selskabets kunder ikke dækket af Garantifonden for skadesforsikringsselskaber, der normalt dækker forbrugernes tab som følge af forsikringsselskabers konkurs. Det betød, at over 25.000 forsikringspolicer havde mistet deres værdi. Det er særligt et stort problem for de kunder, der har tegnet ejerskifteforsikringer, da denne forsikring kun kan tegnes i forbindelse med køb af bolig, og da der her kan være meget store tab for den enkelte forsikringstager, hvis der opdages alvorlige skader i huset.

Forbrugerrådet Tænk arbejdede politisk for, at Garantifonden (i hvis bestyrelse vi har en post) i denne særlige krisesituation alligevel skulle dække disse kunder. Forbrugerne har ikke haft en chance for at vide, hvilken konsekvens det potentielt kunne have for dem, at de tegnede ejerskifteforsikring hos netop det danskklingende Husejernes Forsikring.

Der blev i starten af december 2016 indgået en politisk aftale mellem brancheforeningen Forsikring & Pension og et bredt flertal i Folketinget om, at Forsikring & Pension (hvis medlemmer betaler for Garantifondens eksistens) skulle åbne pengeskassen i denne særlige akutte situation og dække forbrugernes anmeldte skader frem t.o.m. 31. marts 2017. Endvidere er der blevet åbnet for, at forbrugere frem t.o.m. 31. marts 2017 kan få særskilt tilladelse til at nytegne en ejerskifteforsikring. Endelig skal reglerne omkring Garantifonden ændres, så udenlandske selskaber også kan blive omfattet. En lovændring med dette indhold blev efter hastebehandling vedtaget af Folketinget i december 2016.

Forbrugerrådet Tænk udtrykte generel tilfredshed med løsningen, men var kritisk over for en række detaljer. Blandt andet ville Garantifonden efter aftalen ikke behandle sager, hvor forbrugere havde fået afvist en skade af Husejernes Forsikring, hvis forbrugeren ikke senest på konkurstidspunktet havde indbragt sagen for Ankenævnet for Forsikring. Da der har været en del sager med Husejernes Forsikring i Ankenævnet for Forsikring, hvor selskabets afgørelser er blevet fuldstændig omgjort, var vi bekymrede for dette. Kritikken blev heldigvis hørt, og det vedtagne lovforslag indeholdt nogle forlængede frister i den henseende.

## Implementering af nyt pakkerejsedirektiv

Et nyt pakkerejsedirektiv skal være implementeret i dansk lovgivning senest i januar 2018. Det nuværende direktiv er gennemført i form af Lov om pakkerejser og Lov om en rejsegarantifond. Forbrugerrådet Tænk deltager i en følgegruppe, som Justitsministeriet og Erhvervs- og Vækstministeriet indkaldte til i efteråret 2016, og som skal færdiggøre sit arbejde i foråret 2017. På linje med de øvrige organisationer, der indgår i Rejsegarantifondens bestyrelse, havde Forbrugerrådet Tænk hellere set en traditionel arbejdsgruppe, der kunne komme med et forslag, men det var ministeriet ikke lydhør over for.

I arbejdet med implementering af direktivet lægger vi vægt på, at der, så vidt muligt, ikke sker forringelser for forbrugerne ift. gældende lovgivning. Ligeledes lægger vi vægt på, at den gældende praksis i hhv. Pakkerejseankenævnet og Rejsegarantifonden også indgår i arbejdet med loven, herunder særligt, at både formidler og selskab er ansvarlige for pakkerejsen.

## Taxiliberalisering

Regeringen fremlagde i december 2016 et politisk udspil som grundlag for kommende forhandlinger om en ny taxilov. Udgangspunktet for udspillet er den aktuelle tilbagegang for branchen: Antallet af taxier er faldende, der er dårlig eller ingen dækning i landdistrikter, priserne er høje, og nye digitale tjenester opstår, herunder Uber, hvor der er tilknyttet en række særlige problemstillinger.

Regeringen har i udspillet lagt vægt på at gennemføre en liberalisering på en sådan måde, at der sker betaling af skat, at forbrugerbeskyttelsen sikres, og at der ikke sker forringelser af trafiksikkerheden. I starten af 2017 forventes transportministeren at indkalde de politiske partier til forhandlinger om et nyt lovforslag.

Forbrugerrådet Tænk har i en årrække arbejdet for øget konkurrence på taximarkedet. I 2012 nedsatte den daværende regering "Udvalg om erhvervsmæssig befordring i personbiler." Udvalget skulle gennemgå og analysere hele området for erhvervsmæssig personbefordring. Ønsket var at skabe grundlag for et mere dynamisk marked til gavn for forbrugeren og med gode muligheder for at udvikle branchen. Forbrugerrådet Tænk deltog i udvalgsarbejdet. I 2014 indgik en revision af taxiområdet i regeringens "Vækstpakke". Der blev dog ikke gennemført nogen af de foreslåede ændringer.

I regeringens aktuelle udspil indgår blandt andet, at begrænsninger i geografi og antal licenser ophæves. Det vil også blive muligt for både personer og selskaber at etablere sig, hvis de lever op til de fastsatte krav - i modsætning til i dag, hvor de kommunale hyrevognsnavn tager stilling til, om de mener, der er brug for flere taxier. Forbrugerrådet Tænk har i medierne taget positivt imod udspillet og blandt andet rost, at udspillet indeholder et forslag om, at der skal etableres et uafhængigt ankenævn på området.

I det politiske arbejde og i forbindelse med et evt. konkret lovforslag vil Forbrugerrådet Tænk vægte på den ene side, at forbrugerbeskyttelsen er i orden, og på den anden side at konkurrencen reelt bliver styrket, dvs. at kravene til markedsadgang ikke bliver så omfattende, at man reelt udelukker nye initiativer og nye virksomheder. Det er således væsentligt, at et lovforslag både adresserer den gråzone, der i dag er mellem diverse delebilsløsninger og egentlig taxikørsel, og at det øger konkurrencen på taxaområdet.

Regeringsudspillet adresserede ikke problemstillingen vedr. udbud af taxier/transport og priser i yderområder, ligesom forsikringsforpligtelse, miljøkrav og håndhævelse heller ikke indgik. Disse spørgsmål og emner kom til gengæld til indgå i den senere politiske aftale fra februar 2017 og vil også indgå i Forbrugerrådet Tænks kommende arbejde med taxiområdet i forlængelse af det konkrete udspil.

### **Målopfyldelsesrådet og protest mod regeringens landbrugspakke**

Forbrugerrådet Tænk deltager som observatør i et nyt råd kaldet Målopfyldelsesrådet, som flere grønne NGO'er har nedsat. Rådets mål er at bidrage med en alternativ stemme til regeringens mål om, at Danmark skal nå EU's minimum i forhold til implementering af europæiske regler på miljø- og naturområdet. Forbrugerrådet Tænk deltager blandt andet i Målopfyldelsesrådet pga. Forbrugerrådet Tænks plads i Implementeringsrådet, hvor vi i enkeltsager kan opfordre til at inddrage andre organisationer i Implementeringsrådet.

Målopfyldelsesrådet sendte i februar 2016 et brev til EU-kommissionen med bekymring om, hvorvidt vi kan overholde blandt andet nitratdirektivet, når virkemidlet (kravet om randzoner) er blevet fjernet. Det er ikke klassisk forbrugerpolitik, men med brevet var Forbrugerrådet Tænk med til at markere, at vi arbejder med det strategiske mål "Et forbrug i balance", ligesom vi støttede de øvrige parter, herunder en af vores medlemsorganisationer. Forurening af drikkevand er endvidere den miljøbelastning, som forbrugere bekymrer sig mest om.

### **Nye fødevaremærker for økologi og dyrevelfærd**

I 2016 er der blevet lanceret flere mærker inden for økologi og dyrevelfærd. Efter en årelang diskussion lancerede miljø- og fødevareministeren i oktober 2016 det nye, tredelte mærke for dyrevelfærd, hvor svinekød kan tildeles 1 til 3 hjerter for forbedret dyrevelfærd. Næsten samtidig lancerede COOP deres eget dyrevelfærdsmærke til æg, svinekød, mælk og kylling. Her tildeles produkterne 1 til 4 hjerter for forbedret dyrevelfærd.

Forbrugerrådet Tænk kritiserede det statslige mærke for at være for uambitiøst. COOPs mærke er mere ambitiøst, men vi mener, at det er en dårlig løsning, hvis hver producent og detailhandelskæde skal have sit eget mærke - og grundlæggende mener vi slet ikke, at der er brug for de nye mærker, fordi de nuværende er dækkende.

I november 2016 meldte Økologisk Landsforening ud, at de ville lancere et nyt mærke, Dansk Økologi Plus, som blandt andet dækker over ekstra krav til gennemført økologi, klima, naturbeskyttelse, samfundsansvar og dyrevelfærd. Forbrugerrådet Tænk har forholdt sig ”kritisk forstående”: Vi forstår behovet for at udvikle økologien, hvor reglerne reelt ikke har ændret sig siden 1990’erne, men vi havde hellere set, at det var kriterierne for det eksisterende økologimærke, det røde Ø, der blev strammet, da vi generelt er imod den nuværende udvikling af en ’mærkningsjungle’ på madområdet.

Det er positivt, at det kommende mærke ’Dansk Økologi’ bygger oven på de eksisterende økologiregler, og hvis kriterierne bliver så skrappe, at det reelt adskiller sig fra ’normaløkologiniveauet’, kan det bruges til at drive udviklingen. Men det er et opmærksomhedspunkt, at mærket ikke kommer til at skade udbredelse af ’normaløkologi’, eller fører til prisstigninger på danske økologiske varer, der gør økologiske varer mere ’elitære’, ligesom det er vigtigt, at der ikke lægges vægt på det danske element, da dette virker protektionistisk og ikke nødvendigvis er en forbrugerfordel.

### **Falsk honning fra Scan Food**

Ekstrabladet kunne i februar 2016 afsløre, at Fødevarestyrelsen i over en måned havde forhalet offentliggørelsen af en kontrolrapport, der viste, at et produkt med honning fra virksomheden Scandic Food ikke var ren honning, men var tilsat sukker. Forhalingen skyldtes især pres fra miljø- og fødevareministeren som følge af henvendelser fra Dansk Industri, der på vegne af virksomheden satte spørgsmålstegn ved de anvendte analysemetoder.

Vi valgte i pressen at kritisere ministeren direkte med henvisning til det problematiske i at sætte hensynet til virksomheden over hensynet til, at forbrugerne får korrekt information om produkterne. Vi kædede desuden Dansk Industris fremgangsmåde sammen med den måde, Dansk Industri har mistænkeliggjort Forbrugerrådet Tænks test og analyser, når de har vist resultater, som Dansk Industris medlemsvirksomheder ikke bryder sig om.

Sagen kom i pressen nogenlunde samtidig med, at ministeren var under hård kritik vedr. landbrugspakken, og den fik derfor ikke den store opmærksomhed.

### **Inhabilitetsdiskussion om landbrugets afgiftsfonde**

I forlængelse af en rapport fra Rigsrevisionen fra foråret 2016 har der været en offentlig debat om inhabilitetsproblemerne i landbrugets afgiftsfonde, herunder ikke mindst Promilleafgiftsfonden for Landbrug. Debatten har blandt andet fokuseret på situationen omkring Flemming Fuglede, der er formand for Bæredygtigt Landbrug, og som deltog i behandlingen i Promilleafgiftsfondens bestyrelse om at imødekomme en ansøgning, han selv havde skrevet under.

Der var imidlertid ikke tale om overtrædelse af de gældende regler, og de fleste øvrige bestyrelsesmedlemmer har på tilsvarende vis deltaget i behandling af ansøgninger fra deres egne organisationer, herunder Forbrugerrådet Tænks repræsentant. Selv om vi har været kritiske over for de gældende inhabilitetsregler, har det nemlig været bestyrelsen som helhed, der har afgjort, hvem der har været inhabil. Dette har også været nævnt i Dagbladet Information.

Naturerhvervsstyrelsen udsendte derfor i efteråret 2016 et udkast til nye inhabilitetsregler, der strammer en smule op på fortolkningen, men efter Forbrugerrådet Tænks opfattelse er opstrammingerne helt utilstrækkeligt. Samtidig har Landbrug & Fødevarer samt Økologisk Landsforening i forbindelse med den aktuelle nybeskikkelse til bestyrelserne for de kommende 4 år valgt at udpege bestyrelsesmedlemmer, der ikke aktuelt har tillidsposter i organisationerne.

Det opfatter vi som små fremskridt, men har dog samtidig peget på, at det mest grundlæggende inhabilitetsforhold endnu ikke er løst, nemlig at selve administrationen af afgiftsfondene varetages af Landbrug & Fødevarer, der samtidig selv er en af de største tilskudsmodtagere.

## E-cigaretter

Folketinget vedtog i 2016 en ny omfattende lov om e-cigaretter. Loven er primært implementering af EU's tobaksdirektiv.

Forbrugerrådet Tænk støttede loven, men dog med nogle yderligere ønsker, som vi delte med en række andre organisationer på sundhedsområdet (blandt andet Astma Allergi Danmark, Hjerteforeningen, Lægeforeningen, Lungeforeningen, Jordemoderforeningen og Kræftens Bekæmpelse). Vi afgav derfor blandt andet fælles høringssvar med følgende hovedpointer:

- Børn og unge bør beskyttes ved at forbyde markedsføring af e-cigaretter med smag af slik eller frugt.
- E-cigaretter med eller uden nikotin bør reguleres på samme måde.
- E-cigaretter bør omfattes af rygeloven, dvs. reguleres på samme måde som tobak.

Da regeringen lægger vægt på at undgå overimplementering, blev disse ønsker ikke fulgt.

## Selvvalg af håndkøbsmedicin

Regeringen vedtog i slutningen af 2016 en lovændring, der gør det muligt for detailhandelen og apotekerne at placere håndkøbsmedicin ude i butikken, så forbrugerne selv kan tage det ned fra hylderne.

Forbrugerrådet Tænk var imod ændringen og deltog i en høring i Folketingets sundhedsudvalg om forslaget. Baggrunden for modstanden var, at når lægemidlerne står frit på hylderne i apoteket/detailhandel, for eksempel lige ved siden af reklamerne, og man ikke samtidig



strammer reglerne om reklamer for håndkøbslægemidler, vil der være en risiko for, at det vil føre til et mersalg, som ikke bunder i egentlige sundhedsbehov.

Både i Norge og Sverige har selvvalg af håndkøbsmedicin været en realitet i mange år, uden at der er rapporteret de store problemer med forholdet. Men i lyset af, at det ikke er et ønske, som kommer fra forbrugerne, men fra butikkerne, har Forbrugerrådet Tænk udtrykt betænkelighed ved forslaget.

### **Konkurrenceforhold i apotekersektoren**

Konkurrencerådet offentliggjorde i oktober 2016 analysen ”Konkurrence om distribution af medicin”. Deres analyse viser, at danskerne betaler for meget for medicinen, og at det først og fremmest skyldes dårlig konkurrence i grossistledet. Selv om kopimedicin – som ofte fremhævet af apoteker- og lægemiddelsektoren – er billig i Danmark, udgør den kun en tredjedel af den samlede medicinomsætning, og ser vi på patentmedicin, som tegner sig for den største del, er vi ikke specielt billige sammenlignet med andre europæiske lande.

Konkurrencerådet fremlagde 11 anbefalinger, som kan styrke konkurrencen om distribution af medicin. Distribution af medicin til alle landets apoteker varetages næsten udelukkende af de to grossister, Nomeco og Tjellesen Max Jenne. Reguleringen af området betyder, at apotekernes indkøbspris på medicin er den samme, uanset hvilken af de to eksisterende engrosforhandlere, de køber medicin igennem. Anbefalingerne kan samles under tre hovedoverskrifter:

- De væsentlige barrierer for nye medicingrossister skal reduceres.
- Medicingrossister skal have bedre muligheder for at konkurrere på pris og større incitament til at konkurrere på leveringsevne.
- Apotekerne skal have større incitament til at afsøge markedet og finde alternative grossister.

Forbrugerrådet Tænkt har påpeget, at Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har udarbejdet en grundig rapport og netop fokuseret på problemerne i grossistledet. De har flere relevante løsninger, som formentlig kan forbedre systemet og prisdannelsen, og som vi støtter, at der arbejdes videre med.

## Projekter med ekstern finansiering i 2016

Forbrugerrådet Tænk arbejder for at give forbrugerne øget handlekraft og har i den forbindelse i 2016 konkret rejst midler til flere projekter, herunder:

- Gældsrådgivningen 2016-2018
- Tæm dine indkøb - et fødevareprojekt 2017
- For resten Danmark - relancering af madspildsapp 2016
- Forbrugerrådet Tænk Kemi 2014 - 2016
- Forbrugerrådet Tænk Passagerpuls 2014 - 2018

Derudover har vi i løbet af 2016 arbejdet på en række flerårige projekter. Du kan læse mere om vores projekter med ekstern finansiering herunder.

## EU-oplysning: Fremme af debat og oplysning i Danmark om Europa

Støttet af Europa-Nævnet med 1.055.000 kroner i alt for perioden 2015-2017.

Forbrugerrådet Tænk har fået bevilling til dette projekt over tre år, hvor vi gennem oplysning, debat og deltagelse i europæiske samarbejdsprojekter bidrager til den folkelige oplysning og debat om EU.

Projektet har fokus på frihandelsaftalen (TTIP) mellem EU og USA. Formålet er at fokusere på delelementer i aftalen og skabe debat om aftalen - en debat, som er fraværende i Danmark.

I 2016 har vi fokuseret på uønskede kemikalier i vores køkkener via to forbrugerevents samt et onlinespil:

- Inden sommerferien 2016 afholdte vi en event på Israels Plads i København. Her kunne forbipasserende deltage i et mini-tivoli, hvor de havde mulighed for at tage sjove billeder med vores cut-outs, samt kastning med gummikyllinger efter uønskede kemikalier i køkkenet.
- Samme event gentog vi på Ungdommens Folkemøde i efteråret, hvor vi delte informations-materiale ud til deltagerne. Vi fik også deres opmærksomhed med vores cut-outs samt kastning med gummikyllinger efter uønskede kemikalier.
- Konceptet med at kaste med kyllinger efter uønskede kemikalier i køkkenet udviklede sig til et onlinespil, hvor deltagerne kunne kaste køkkenting efter kemikalier på deres elektroniske devices.

## MarketWatch

Støttet af Intelligent Energy Europe med ca. 785.000 kroner i alt for perioden 2013-2016.

MarketWatch er et europæisk projekt, der har til formål at undersøge markedet for produkter og forhandlere, der øger forbrugernes energiregning, og som dermed underminerer de europæiske mål om at spare på energien. I tæt samarbejde med myndigheder og kampagnegrupper vil MarketWatch lægge et solidt pres for overholdelse af reglerne.

Myndighedernes officielle markedsovervågning hjælper med at sikre lige konkurrencevilkår for producenter og forhandlere. Men aktiviteterne varierer meget fra land til land. MarketWatch vil supplere de nationale myndigheders arbejde med at pege på uheldige udviklinger og mistænkelige produkter. Dermed bidrager projektet til at øge civilsamfundets opmærksomhed.

Forbrugerrådet Tænk har i 2016 lavet undersøgelser ude i forskellige butikker for at holde fokus på manglende korrekt energimærkning. Vi lavede en undersøgelse, der viste, at ca. hvert fjerde husholdningsprodukt i butikkerne ikke var korrekt energimærket. Sagen vakte en del omtale blandt andet i forbrugerprogrammet ”Spiegelhauger i Forbrugernes tjeneste”. Vi vil i 2017 sammen med Energistyrelsen fortsat presse på for at nå det mål, som vi satte os for i 2016, nemlig at nedbringe fejlprocenten til under 10 procent.

## Forbrugerrådet Tænks Gældsrådgivning

Støttet af Socialministeriets satspuljemidler med 4.913.068 kroner i alt for perioden 2016-2018.

Formålet med gældsrådgivningen er at rådgive og hjælpe overgældsatte socialt udsatte borgere med at få styr på deres privatøkonomi. Vi rådgiver dem fortroligt, uvildigt og gratis.

Forbrugerrådet Tænk har i syv år organiseret ca. 110 frivillige, der i København, Odense, Aalborg, Esbjerg, Nykøbing Falster og Ringsted tilbyder gældsrådgivning til socialt udsatte med gældsproblemer. I 2016 har vi haft 2.162 rådgivningsforløb i den personlige og telefoniske rådgivning samt via mail. I løbet af de syv år, projektet har kørt, har vi i alt rådgivet 13.007 borgere.

Borgernes vurdering af rådgivningen er meget positiv. 98 procent angiver, at de er tilfredse med rådgivningen. Det ses samtidig, at borgerne ikke kun på det økonomiske, men også på det personlige plan, har fået et stort udbytte af den rådgivning, de har modtaget.

2016 har blandt andet budt på en ny bevilling fra Socialministeriet, så gældsrådgivningen fortsat er sikret de kommende år. Ydermere har fokus været på at sikre en helhedsorienteret gældsrådgivning, hvorfor vi har indgået en række samarbejdsaftaler på både nationalt og lokalt plan. Af samarbejdsaftaler kan for eksempel nævnes boligorganisationerne Domea og AAB, samt OPUS og Headspace, alt imens stadig flere er på vej.

## Styr din gæld - gældsrådgivning for unge

Projektet var bevilget af Social- og Indenrigsministeriets satspuljemidler med 636.460 kroner i alt for perioden 2013-2016

Projektet omfattede foredrag for unge om økonomi og gæld samt en chatrådgivning. Projektet blev gennemført i samarbejde med Danske Studerendes Fællesråd. Socialministeriet forlængede desværre ikke bevillingen ved projektets udløb den 30. juni 2016.

## Samarbejdsprojekt med TrygFonden "På Rette Spor"

Bevilget af TrygFonden med i alt 21.400.000 kroner for perioden 2016-2019.

Forbrugerrådet Tænk indgik i 2013 et partnerskab med TrygFonden om at udvikle en ambitiøs, langtrækkende og effektiv forebyggelsesindsats rettet mod gældsproblemer blandt unge mellem 18 og 30 år i Danmark.

Projektet består af tre faser, hvor TrygFonden i første omgang bevilgede 5 mio. kr. til gennemførelse af fase 1 i 2014-2015. Målet med denne fase var at skabe et solidt grundlag for indsatsen, herunder at indsamle viden fra ind- og udland samt at dokumentere omfanget af og årsagerne til danske unges gældsproblemer. Det blev blandt andet påvist, at godt 13 procent af de 18-30-årige har gældsproblemer, hvilket er væsentligt flere end hidtil antaget.

Partnerskabet mellem TrygFonden og Forbrugerrådet Tænk er fortsat i 2016, da TrygFonden har bevilget midler til gennemførelse af projektets fase 2, som løber i perioden 2016-2019. Her skal en række forebyggelsesindsatser udvikles, afprøves og evalueres på baggrund af anbefalingerne fra fase 1. Perspektivet er, at de mest effektive indsatser siden kan rulles ud i større skala i en efterfølgende fase 3.

I 2016 har der i særlig grad været fokus på at udvikle rammer for og indhold til forsøgsarbejdet. Omdrejningspunkterne har været:

1. Kommunikation, hvilket vil sige nye veje til at sætte gældstemaet på den offentlige dagsorden og engagere unge i problemstillingen.
2. Redskaber, hvilket vil sige udvikling af værktøjer, der konkret hjælper unge til at navigere i et komplekst forbrugersamfund.
3. Netværk, hvilket vil sige involvering af interessenter med henblik på at finde løsninger sammen med andre aktører og herigennem påvirke strukturelle vilkår for unges økonomi.

TrygFonden støttede i 2016 projektet med 4.800.000 kroner.

Læs mere om projekt 'På Rette Spor' og hent rapporten 'Ungdomsliv på kredit' på

[www.gaeld.taenk.dk](http://www.gaeld.taenk.dk)

## Forbrugerrådet Tænk Kemi

Finanslovsbevilling på 15,9 mio. kroner i alt for perioden 2014 - 2016

Forbrugerrådet Tænk Kemi skal indsamle og opbygge viden samt levere økonomisk uafhængig, faglig solid og målrettet information om kemikalier i produkter. Forbrugerrådet Tænk Kemi skal samtidig aktivt bidrage til, at borgerne tilskyndes at fravælge produkter, der indeholder skadelig kemi.

Herudover skal Forbrugerrådet Tænk Kemi blandt andet samarbejde med andre danske og EU-landes NGO'er, så myndighedernes indsatser i EU suppleres af en stærk og fælles Ngo-stemme i EU.

### Test

I 2016 er der gennemført 29 test af kemi i produkter, hvor hovedvægten var på uønskede stoffer i fødevareremballage, for eksempel dåser (kokosmælk, makrel, tomater og tun), papir og pap (kager, gryd og ris), glas og låg (pesto og marmelade). Der var også en del deklARATIONSTEST, blandt andet kosmetik og tyggegummi.

Alle relevante testresultater er delt med myndighederne, alle test udgives som resume på engelsk, og testene deles i netværket af internationale forbrugerorganisationer og grønne NGO'er.

Ligeledes gennemførtes 24 deklARATIONSTEST, der primært er formidlet gennem appen Kemiluppen (se nedenfor)

### Digitale kanaler

Vores website [www.kemi.taenk.dk](http://www.kemi.taenk.dk) er populært, og vores sider med test og gode råd har haft besøg af over henholdsvis 500.000 og 215.000 unikke brugere.

Forbrugerrådet Tænk Kemis Facebookside er Forbrugerrådet Tænks største af vores Facebook sider, og vi nåede lige knapt 40.000 følgere ved udgangen af 2016. I alt havde vi en rækkevidde på mere end 150.000 per uge.

### Appen Kemiluppen

I december 2015 lancerede vi appen Kemiluppen. Her kan brugerne, via scan af strekkoden på et produkt, få svar på, om produktet indeholder uønsket kemi. 80 procent får svar med det samme. Kemiluppen sætter fokus på uønsket kemi (hormonforstyrrende, allergifremkaldende eller miljøproblematisk stoffer) i kosmetik og plejeprodukter.

Appen blev hurtigt meget populær. Det blev bemærket af andre aktører, og i foråret blev appen nomineret til Nordisk Råds Miljøpris 2016. Desværre gik prisen til anden side.

I 2016 rundede vi 3 millioner scanninger, hvilket er et snit på mere end 8.000 om dagen siden starten i december 2015. Over 180.000 forbrugere har downloadet appen.

### Kendskabsmåling

Vores kendskabsmåling viser, at 26 procent af befolkningen kender til Forbrugerrådet Tænk Kemi. Kendskabet i målgruppen (18-45 år) er på 32 procent, og det er endnu bedre i gruppen 29-45 år, nemlig 38 procent. Vi har fortsat stor mediebevågenhed på kemikalieområdet og er ugentligt i forskellige medier som DR, TV2, landsdækkende aviser, lokalaviser og ugeblade.

### Ny bevilling

I 2016 arbejdede vi også på at få forlænget bevillingen til Forbrugerrådet Tænk Kemi, og den 18. november 2016 fik vi besked om, at vi via en ny finanslovsbevilling ville modtage en ny bevilling på 3 mio. kroner årligt i perioden 2017 - 2019. Bevillingen for 3 år blev således beskåret med 6,3 mio. kroner, hvilket desværre vil resultere i færre aktiviteter til gavn for forbrugerne, herunder færre test.

### Forbrugerrådet Tænk Passagerpuls

Støttet via bevilling på Finansloven med 30 mio. kroner i alt for perioden 2014 - 2018.

Formålet med Forbrugerrådet Tænk Passagerpuls er at give passagererne i den kollektive transport en stærk og samlet stemme overfor trafikkselskaber og myndigheder.

Passagerpuls arbejder sammen med passagerer, politikere og selskaber for at finde og udvikle løsninger, som kan forbedre oplevelsen og skabe større tilfredshed hos passagerer i tog, bus og metro.

Arbejdet sker i en dialog baseret på fakta om udfordringer og muligheder med relevante organisationer, pendlerforeninger, trafikkselskaber og myndigheder rundt om i landet.

2016 har for Passagerpuls været året, hvor de 2 første Nationale Passagertilfredshedsundersøgelser blev offentliggjort. Godt 40.000 togpassagerer på tværs af trafikkselskaber har deltaget i undersøgelsen, som viser, hvor tilfredse passagererne er med en lang række områder på deres samlede togrejse. Der er generelt en positiv interesse fra selskaberne, som bruger undersøgelsens resultater til at forstå passagererne bedre og løfte kundetilfredsheden.

De Nationale Passagertilfredshedsundersøgelser er et afgørende fundament for Passagerpulsens arbejde fremover, og har allerede nu været grundlaget for en række undersøgelser og analyser, som kan findes på [passagerpuls.tenk.dk](http://passagerpuls.tenk.dk).

I oktober blev der også afholdt en konference om De Nationale Passagertilfredshedsundersøgelser, hvor både politikere, togselskaber, passagerer og interesse- og medlemsorganisationer deltog. Konferencen var en god måde til at sætte fokus på passagertilfredshed og udbrede kendskabet inden den 2. Nationale Passagertilfredshedsundersøgelse blev offentliggjort i december.

Sociale medier har også været et fokusområde for Passagerpulsens. I august 2016 godkendte Trafik- og Byggestyrelsen, at Passagerpulsens nu også bliver målt på antal følgere på Facebook frem for kun nyhedsbrev. Årsagen til ændringen er, at Facebook er den næststørste kilde til trafik på hjemmesiden, og derfor overgår den trafik, der kommer fra nyhedsbrevet alene. Dertil er Facebook også en god platform til at komme i dialog med passagererne og inddrage dem i debatten samt til at formidle aktuelle emner, rapporter og guides til passagererne.

Passagerpulsens har i 2016 skabt opmærksomhed på en række konkrete temaer og i den forbindelse blandt andet været med til at sætte fokus på fejl i priser på rejsekort, bus- og togselskabernes rejsetidsgarantier og selskabernes information herom. Kundeservice, cykelparkering og togselskabernes evne til at hjælpe passagererne og informere, når der opstår forsinkelser, har været andre emner, som Passagerpulsens har sat fokus på og drøftet med de relevante selskaber.

### Tyg på det - (Grib din grøntsag)

Støttet af Promilleafgiftsfonden for Landbrug med 1.966.383 kroner i alt for året 2016.

Formålet med projektet var at:

- På en ny og engagerende måde nå en målgruppe, der ikke i forvejen spiser meget frugt og grønt.
- Øge målgruppens viden om og glæde ved frugt og grønt.
- Få målgruppen til at spise mere frugt og grønt.
- Aflive myter om mere alternative kostråd.

### Kvantitativ analyse

Vi startede 2016 med en kvantitativ analyse af unge mellem 17 og 25 års madvaner med særligt fokus på deres viden om og indtag af frugt og grøntsager. Analysen viste, at mange unge ikke kender anbefalingerne for frugt- og grøntindtag, og at de ikke ved, hvad der tæller med i de anbefalede 6 stykker om dagen.

## Workshop

Som opstart på projektet afholdte vi en workshop med udvikling af idéer, hvor 16 unge i målgruppen deltog. Her blev deltagerne faciliteret til at komme med input til form og indhold på projektets udadvendte kampagnedel, så den bedst kunne ramme målgruppen. Resultaterne fra workshoppen gav os brugbare data til det videre arbejde med kampagnen.

## Madlavningsvideoer og opskriftshæfter

I samarbejde med Hotel- og Restaurantskolen udviklede et hold kokkeelever en række opskrifter, som blev optaget på video, så de kunne deles på projektets Facebookside. Opskrifterne og madlavningsvideoerne var en guide til unge til, hvordan de let og hurtigt kan lave grøn og billig mad. Vi fik også udarbejdet opskriftshæfter med de 6 udvalgte opskrifter.

## Facebooksiden: Tyg på det

Via Facebooksiden ”Tyg på det” nåede vi bredt ud til målgruppen med vores indhold, som bestod af madlavningsvideoer, konkurrencer, blindsmagninger og videoer skabt af unge deltagere fra workshoppen, hvor de viser eksperimenter med grøntsager. Desuden anvendte vi sjove fakta som en måde at formidle resultaterne fra vores analyse.

Vi opnåede 1.251 følgere på Facebook og en samlet rækkevidde på over 800.000.

## Blindsmagningskonkurrencer

Til Aarhus Festuge og på Ungdommens Folkemøde i København deltog vi med en stand, hvor forbipasserende kunne blindsmage på forskellige frugter og grøntsager. Mange fik smagt på noget - for dem - nyt, som for eksempel fennikel, gulbede og lilla blomkål. Med afsæt i de smagsoplevelser fik vi mulighed for at snakke med de unge om deres frugt- og grøntvaner og viden.

## Uddeling af smagsprøver på SOPU København

Kokkeelever fra Hotel- og Restaurantskolen tilberedte to af de opskrifter, de selv havde udviklet, og tog med os til SOPU København (Social- og Sundhedsskole) i en frokostpause for at uddele smagsprøver til social- og sundhedseleverne. Vi uddelte samtidig indkøbsnet med ingredienser til 1 af retterne inkl. opskriftshæfte, så eleverne kunne gå hjem og tilberede retten selv.

## For resten

Støttet af Miljøstyrelsens tilskudsordning Puljen til mindre madspild 2016 med 350.000 kroner ud af samlede projektudgifter på 500.000 kroner (resterende beløb egenfinansieret) i perioden 2. november 2016 - 30. november 2017.

Formålet med projektet er at relancere og videreudvikle Forbrugerrådet Tænks eksisterende app "For Resten". Den første version af For Resten appen blev udviklet i 2012 i et samarbejde med Stop Spild Af Mad og Landbrug & Fødevarer. Den oprindelige app er forældet teknisk og



indholdsmæssigt og er derfor reelt ubrugelig. Ikke desto mindre oplever vi stadig stor efterspørgsel fra forbrugere, medier og andre efter en sådan app. Stop Spild af Mad og Landbrug & Fødevarer deltager igen i projektet.

Appen skal hjælpe forbrugerne, hvis de er i tvivl om, hvordan de skal bruge deres rester, hvordan fødevarer bedst opbevares, eller hvordan holdbarheden bedst forlænges. Forbrugerne står med et konkret problem, som de nemt, via appen, kan finde en løsning på og få et svar, der kan anvendes med det samme.

Via appen er vi med til at reducere madspild, fordi vi gør det nemt for forbrugerne at anvende mad, de ellers ville have smidt ud, samt får deres madvarer til at holde længere. Spørgsmål og svar relateret til madrester, opbevaring, holdbarhed med mere bliver samlet i et simpelt værktøj, der er hurtigt at anvende, og som forbrugerne altid kan have lige ved hånden.

## Arbejdet i klagenævne

Forbrugerrådet Tænk er medstifter af 17 private godkendte klagenævn og sidder desuden i Forbrugerklagenævnet og en række andre lovregulerede klagenævn, ikke mindst på sundhedsområdet. Det er med andre ord en arbejdsopgave, der fylder meget i Forbrugerrådet Tænks hverdag. Men den er også vigtig.

Vi opfatter adgangen til at klage som en vigtig forbrugerbeskyttelse, ligesom vores repræsentanter i klagenævne er med til at sikre, at der også er nogen med til at behandle sagen, der kan se sagen fra forbrugernes synsvinkel. Og samtidig er arbejdet i klagenævne en vigtig kilde til viden om, hvor skoen trykker for forbrugerne, og den viden bruger vi i vores forbrugerpolitiske arbejde.

I 2016 har de fleste af de private godkendte klagenævn fået godkendt nye vedtægter, der er tilpasset efter de nye forbrugerklage regler, som fulgte et EU-direktiv om forbrugerklager. Det er blandt andet nye krav til sagsbehandlingstider. Vi har i Forbrugerrådet Tænk lagt vægt på, at ændringerne ikke har medført forringelser eller højere klagegebyrer i de private klagenævn, og det er lykkedes.

Opgaven med at repræsentere Forbrugerrådet Tænk i de mange nævn er så omfattende, at den ikke kan løses af sekretariatsansatte alene. Både derfor, og fordi det giver mulighed for at trække på kompetencer, som sekretariatet ikke har i tilstrækkelig grad, er en del af pladserne besat af repræsentanter fra Forbrugerrådet Tænks medlemsorganisationer. Det frivillige arbejde, der her lægges, har meget stor værdi for alle danske forbrugere.

Vi lægger vægt på, at de eksterne repræsentanter er i tæt samspil med Forbrugerrådet Tænk, og blandt andet derfor afholder vi en gang om året - i 2016 var det i juni - et seminar for alle vores repræsentanter i klagenævne. På årets seminar var der oplæg dels om erfaringerne med den nye Mediationsenhed tilknyttet Forbrugerklagenævnet, dels om det nye system for europæisk online klageadgang, der skal gøre det lettere for forbrugerne at klage ved internethandel i et andet europæisk land.

## Det internationale arbejde

Forbrugerrådet Tænk deltager i en række internationale organisationer, hvoraf de vigtigste er den europæiske forbrugerorganisation BEUC, den globale forbrugerorganisation Consumers International, den europæiske forbrugerorganisation for standardisering ANEC, det internationale testsamarbejde i ICRT samt det transatlantiske dialogforum om frihandelsaftaler TACD.

I BEUC er vi repræsenteret i bestyrelsen. BEUC har i 2016 vedtaget en ny strategi og fastlagt de politiske emneområder, som skal prioriteres. Strategien indebærer et øget fokus på formidling af viden mellem de nationale forbrugerorganisationer samt på samarbejde om håndhævelseskampagner. Forbrugerrådet Tænk har en tradition for at prioritere samarbejdet i BEUC højt og er blandt de medlemsorganisationer i BEUC, der er flittigst til at give input til fastlæggelse af den politiske linje i nye EU-udspil.

I Consumers International (CI) er vi også repræsenteret i bestyrelsen. CI har et ønske om at arbejde mere kampagneorienteret, og vi har hen over 2016 været i løbende dialog med CI om hvilke emner, der er mest velegnede til at samarbejde om i globale kampagner. Der har her blandt andet været fokus på antibiotikaresistens, krav om mindre salt og fedt i fastfoodkædernes madtilbud samt databeskyttelse.

BEUC, CI, ICRT og ANEC blev i sommeren 2016 enige om et Memorandum of Understanding, der udtrykte et ønske om tættere samarbejde mellem de fire organisationer. I forlængelse heraf deltog direktørerne fra de tre øvrige organisationer i et fælles møde med BEUCs bestyrelse i efteråret.

## Høringssvar

I 2016 har Forbrugerrådet Tænk i alt udarbejdet 118 høringssvar til udkast til ny lovgivning med videre. Det spænder vidt og har blandt andet handlet om privatlivets fred og elektronisk kommunikation, selvkørende køretøjer, uønsket kemi, ophavsret på det digitale indre marked, frivillig dyrevelfærdsmærkningsordning for svinekød, markedsføringsloven og meget mere.

Se alle høringssvar på [dokumentation.taenk.dk/](http://dokumentation.taenk.dk/)

## Test i 2016

I 2016 udførte Forbrugerrådet Tænk 81 test og undersøgelser af mere end 2.000 produkter. De blev publiceret i medlemsbladet Forbrugerrådet Tænk og magasinet Forbrugerrådet Tænk Penge samt på hjemmesiden [www.taenk.dk](http://www.taenk.dk) Hertil kommer 24 test udført i projektet Forbrugerrådet Tænk Kemi.

I maj 2016 blev vores nye hjemmeside lanceret med et nyt testunivers, hvor præsentation af test har fået optimeret brugervenligheden, overskueligheden og fleksibiliteten. For at tilgodese, at vores medlemmer har forskellige behov, har vi suppleret vores testunivers med en række funktioner, der giver mulighed for at dykke ned og engagere sig i specifikke produkter eller test for eksempel ved filtrering og sammenligning samt visning af dagsaktuelle priser fra PriceRunner, når det er relevant. Desuden har medlemmerne nu mulighed for at give deres bedømmelse og kommentar til et testet produkt og gå i dialog med andre medlemmer.

Produktionen af test bestod primært af test af produkter, men indeholdt også oversigter, guides og undersøgelser.

Alle produktioner har i 2016 været målrettet disse kategorier:

- IT og Elektronik
- Hus & Have (hvidevarer og køkkenudstyr)
- Ferie og fritid
- Mad & indkøb
- Personlig pleje
- Børn
- Bæredygtigt forbrug og CSR (samfundsforhold)
- Privatøkonomi (forbeholdt til publicering i Forbrugerrådet Tænk Penge)

På [www.taenk.dk/test](http://www.taenk.dk/test) findes alle de publicerede test for 2016 såvel som tidligere publicerede test. I alt havde medlemmerne ved udgangen af 2016 adgang til i alt 98 test på [www.taenk.dk](http://www.taenk.dk) med mere end 2.000 testede produkter.

Forbrugerrådets Tænks personlige medlemmer finansierer via deres medlemsbidrag vores grundige og uvildige test. Vores test er med til at højne den generelle standard af produkter i Danmark. Det sker ved, at vores test påvirker producenterne til at gøre produkterne mere sikre, funktionelle, sunde og ikke mindst lovlige.

Vores test målrettes forbrugerne, så de er relevante, interessante og tidssvarende og dermed hjælper til med at træffe det rigtige valg ved indkøb af produkter i forskellige livsfaser. Inspiration til valg af vores test kommer for eksempel via ideer og ønsker fra læsere og brugere

af hjemmesiden. Vi følger med i andre forbrugerblade fra hele verden, og vi er i dialog med producenter og leverandører om nye produkttyper og trends på markederne.

Vi er også i dialog med mange forbrugere, herunder også medlemmer. De deltager i afstemninger om valg af test, smagstest og andre brugertest.

### **Henvendelser om test i 2016**

Vi har i 2016 besvaret cirka 300 henvendelser om test, brug af produkter, indhold og indkøb af forbrugerprodukter. Vi har desuden besvaret 32 henvendelser om vores test i Forbrugerrådet Tænk Penge.

I maj 2016 blev alle test overflyttet til vores hjemmeside med et relanceret testunivers, hvor målet er at forbedre brugeroplevelsen på testene

### **Analyser i 2016**

Analyser i Forbrugerrådet Tænk udarbejdes primært ved anvendelse af læserpaneler og vores forbrugerpanel. Læserpanelet består af medlemmer, og vores forbrugerpanel består af tilfældigt udvalgte forbrugere som til sammen søges at dække et repræsentativt udsnit af den danske befolkning.

Forbrugerrådet Tænk har i 2016 udført 36 analyser fordelt på varierende analyser, 10 læseranalyser i medlemsbladet Forbrugerrådet Tænk og 2 i magasinet Forbrugerrådet Tænk Penge. Der er udført analyser om blandt andet holdbarhed og ansvarlig produktion, vildledning mærkning af fødevarer, kalorier i fødevarer, bæredygtigt tøj, geoblocking, forståelige regninger, energimærkning og ny markedsføringslov. Desuden er der gennemført og igangsat analyser i forbindelse med et pilotprojekt om genetablering af Mærkebanken som medlemsaktivitet for vaskemaskiner, opvaskemaskiner, bærbare PC'er og mobiltelefoner.

Endelig er der gennemført en række kendskabsanalyser som en del af vores strategiske mål.

Alle undersøgelserne understøtter generelt Forbrugerrådet Tænks arbejde for at forbedre forbrugernes vilkår, for eksempel ved at afdække forbrugernes brug af og kendskab/holdning til forskellige produkter/ydelser eller for at kortlægge adfærds- og holdningsmønstre blandt forbrugere i forbindelse med lovarbejde.

## Rådgivning i 2016

Forbrugerrådet Tænk giver gratis rådgivning om købeloven og markedsføring til alle. For medlemmer er der udvidet telefontid, og medlemmer kan også få rådgivning på e-mail.

Der var i 2016 13.750 henvendelser i Forbrugerrådet Tænks rådgivning. En stigning i forhold til 2015 på 2090 henvendelser. 6.140 henvendelser kom fra medlemmer, 7.610 kom fra ikke-medlemmer.

10.805 henvendelser kom via telefonen, og rådgivningen svarede på 2.945 mails. I alt kom 44,7 procent af henvendelserne fra medlemmer af Forbrugerrådet Tænk.

Der er mange indgange til Forbrugerrådet Tænk, og udover kontakten til vores rådgivning på telefon og e-mail benyttes kontaktformularerne via hjemmesiden og direkte mailadresser eksempelvis Facebook og andre sociale medier i stigende grad.

## Egne medier og presse 2016

Læs mere om Forbrugerrådet Tænks egne medier samt omtale i pressen.

## Medlemsbladet og Forbrugerrådet Tænk Penge

I 2016 er der udkommet ti numre af medlemsbladet Forbrugerrådet Tænk og seks numre af magasinet Forbrugerrådet Tænk Penge, alle med uddybende artikler og test om forbrugerrelevante forhold samt generelt medlemsstof.

Læs mere om indholdet i medlemsbladet og magasinet på [www.taenk.dk/blad](http://www.taenk.dk/blad)

## Hjemmeside og sociale medier

På den digitale front skete der i 2016 store ting. Vores website [www.taenk.dk](http://www.taenk.dk) blev relanceret med helt nyt design og koncept for visning af vores produkttest. Brugerne har taget overordnet godt i mod det nye website, der fremover vil spille en endnu større rolle for forbrugerne og ikke mindst vores medlemmer.

I 2016 havde [www.taenk.dk](http://www.taenk.dk) over 3 millioner besøgende og 14 millioner sidevisninger. Især vores test er populært indhold, men også vores kampagner og artikler med gode råd om rettigheder som forbruger blev ofte besøgt. Vi er i 2016 blevet stadig mere tilstedeværende på Facebook. Med udgangen af 2016 havde over 120.000 fans fordelt på 10 aktive Facebooksider.

## Presse i 2016

Forbrugerrådet Tænk lægger stor vægt på at være åbne, tilgængelige og servicemindede over for pressen. Vores pressetelefon er bemandet i alle døgnets vågne timer, og vi leverer så vidt muligt altid en hurtig sagsbehandling, ligesom vi på daglig basis stiller vores eksperter, formand og direktør til rådighed i alle de forbrugerpolitiske sager, hvor vi har viden og faktagrundlag til at stille op. Vi bestræber os altid på at have et godt og konstruktivt samarbejde med pressen.

Udover at besvare de gennemsnitligt 20 pressehenvendelser per dag vil vi naturligvis også gerne selv sætte dagsordenen i eksterne medier med vores forbrugerpolitiske mærkesager. Det gør vi for eksempel i forbindelse med vores ti årlige numre af vores medlemsblad, Forbrugerrådet Tænk, med vores seks numre af vores privatøkonomiske magasin, Forbrugerrådet Tænk Penge, samt med vores kampagner.

## Omtale i onlinemedier

I 2016 var Forbrugerrådet Tænk citeret 4.660 gange i webbaserede medier, hvilket svarer til ca. 13 artikler om dagen hele året rundt.

Blandt mærkesager var topscorerne i mediedækningen vores to kampagner: 'Det holder ikke!' om vaskemaskiner, elektronik og andre forbrugsgoder, som går i stykker og ikke kan repareres

(335 artikler) og 'Ærlig snak eller ren salgsgas' om fødevareemballage, der ikke holder, hvad den lover (259 artikler), ligesom vores strategisk prioriterede projekter som Forbrugerrådet Tænk Kemi (364 artikler), Passagerpuls (171 artikler) og Gældsrådgivningen (35 artikler) også scorede højt.



## Rådsmedlemmer i 2016

Forbrugerrådet Tænk er også en paraplyorganisation, der optager landsdækkende organisationer og lokale forbrugergrupper.

## Forbrugerrådet Tænks medlemsorganisationer i 2016

- Aktive Forbrugere
- Alkohol & Samfund
- AOF Danmark
- Astma-Allergi Danmark
- Bibliotekarforbundet
- Cyklistforbundet
- Dansk Aktionærforening
- DANSK IT
- Danske Gymnasieelevers Sammenslutning
- Danske Seniorer
- Danske Studerendes Fællesråd
- Danske Ølentusiaster
- Den Danske Dyrlegeforening, Sektion for fødevarer og miljø
- Det Økologiske Råd
- DL-Patient/Administration/Kommunikation
- DM - Dansk Magisterforening
- Dyrenes Beskyttelse
- Fairtrade Mærket Danmark
- Familieudvalget - Landbrug & Fødevarer
- Finansforbundet
- Forbrugsforeningen
- Foreningen for madkundskab
- Fritidshusejernes Landsforening
- FTF
- Jordbrugsakademikerne
- Kost & Ernæringsforbundet
- Kvinderådet
- Lejernes Landsorganisation
- Patientforeningen Danmark
- Serviceforbundet
- Forbrugergruppen Vest

Læs mere om vores medlemsorganisationer på [www.taenk.dk/medlemsorganisationer](http://www.taenk.dk/medlemsorganisationer)

## Repræsentanter for de personlige medlemmer

Repræsentanterne for de personlige medlemmer er valgt for en toårig periode. Seneste valg blev afholdt oktober 2016. Herunder ses de valgte repræsentanter og suppleanter.

### Personlige medlemmer af Rådsforsamlingen

- Anita Barbesgaard
- Britt Vangsted

### Suppleanter til Rådsforsamlingen

- Berit Asmussen
- Benny Elmann-Larsen

## Æresmedlemmer af rådet

Der er pt. ét æresmedlem i rådsforsamlingen:

- Kirsten Nielsen - Formand for Forbrugerrådet Tænk i perioden 1979-2002.

Æresmedlemmer har i rådsforsamlingen taleret, men ikke stemmeret.

## Rådsmøder i 2016

Rådsforsamlingen er Forbrugerrådet Tænks øverste myndighed. Rådsforsamlingen fastlægger blandt andet de forbrugerpolitiske retningslinjer. I rådsforsamlingen sidder op til to repræsentanter fra hver medlemsorganisation, en repræsentant fra en forbrugergruppe, to repræsentanter for de personlige medlemmer samt et æresmedlem.

## Emner drøftet på rådsmøderne

Der har i 2016 været afholdt tre rådsmøder. Følgende emner blev blandt andet drøftet:

### Betalingsområdet

På rådsmødet i juni 2015 blev der nedsat en arbejdsgruppe, der havde til formål at formulere et udkast til Forbrugerrådet Tænks politik på betalingsområdet.

På rådsmødet i april 2016 vedtog rådet politikpapiret for betalingsområdet.

Alle forbruger køb involverer en betaling. Det er derfor afgørende, at betalingssystemerne på markedet tilgodeser forbrugernes interesser. Det skal være nemt, hurtigt og sikkert at betale. Alle skal have adgang til at betale. Og prisen for selve betalingen må ikke blive for høj. Politikpapiret indeholder 6 forbrugerpolitiske sigtelinjer:

1. At det fortsat er muligt at betale kontant i alle bemandede butikker i hele åbningstiden.

2. At banker fortsat ikke må udstede betalingskort til børn under 13 år.
3. At loftet for kortprovision til banken sænkes til niveauet i dankortsystemet.
4. At de danske regler for beskyttelse af betalingsoplysninger bevares.
5. At økonomisk svage forbrugere ikke skal betale mere for pakken af basale betalingstjenester, herunder netbank, indbetalingskort og betalingservice, end andre kunder i samme bank.
6. At sikre en høj grad af forbrugerbeskyttelse for de mange nye betalingsformer, både i forhold til lovgivning og klageadgang.

### Deleøkonomi

På rådsmødet i oktober 2015 blev der nedsat en arbejdsgruppe, der havde til formål at formulere et udkast til politik om deleøkonomi. Der er behov for større klarhed om - og i et vist omfang en revision af - de nuværende regler, som gælder, når forbrugerne anvender deleøkonomiske tjenester.

På rådsmødet i april 2016 vedtog rådet politikpapiret om deleøkonomi med 6 forbrugerpolitiske sigtelinjer:

1. At den nuværende lovgivning revideres, og der indføres krav til forbrugerbeskyttelse.
2. At professionelle mellemlid gøres ansvarlige, når de spiller en aktiv rolle og/eller har økonomisk interesse. Dette afhængigt af den konkrete forretningsmodel.
3. At forbrugeren og den forbruger der tilbyder en tjeneste/produkt (prosumeren) skal have klageadgang.
4. At der skal være klare regler og rettigheder på det deleøkonomiske område og let adgang til information (oplysning om regler, rettigheder m.v.).
5. At det bør være et lovkrav, at både forbrugeren og prosumeren er dækket af forsikring, garantier og sikkerhed samt til let at kunne få forståelig information.
6. At forbrugere ikke vildledes om miljøgevinster, der ikke er belæg for, eller utilsigtet bringes til at støtte op om deleøkonomiske forretningsmodeller, som de af etiske årsager ikke ønsker.

### Forbrugerpolitik i et europæisk perspektiv

På rådsmødet i juni 2016 var der debat om Forbrugerrådet Tænks tætte samarbejde med BEUC (den europæiske forbrugerorganisation) om alle spørgsmål af betydning for europæisk forbrugerpolitik. Da en meget stor del af al forbrugerlovgivning besluttet i EU snarere end nationalt, er dette af meget stor betydning for Forbrugerrådet Tænks forbrugerpolitiske arbejde for de danske forbrugere.

Direktøren i BEUC holdt et oplæg om, hvordan de europæiske reguleringstrends kommer til at sætte rammerne for forbrugerpolitikken i Danmark i de kommende år - og dermed indirekte

også for Forbrugerrådet Tænks Strategi 2017-20. Forbrugerorganisationerne rundt om i Europa har en helt unik viden om de særlige nationale forhold og kan dermed formidle denne viden videre til BEUC til brug for lobbyarbejdet. Forbrugerrådet Tænk er en utrolig vigtig aktør i samarbejdet - en frontløber, som er dagsordensættende på flere forskellige områder for eksempel på bæredygtighed og produktsikkerhed - og er dermed for eksempel med til at udvikle BEUCs politik i forhold til nye forslag fra EU-kommissionen. Forbrugerrådet Tænk deltager meget aktivt i hhv. bestyrelsen, arbejdsgrupper og kampagner etc. Det fortsatte samarbejde og synergi mellem BEUC og Forbrugerrådet Tænk er afgørende for BEUCs troværdighed og legitimitet og de resultater, der i fællesskab kan opnås på europæisk plan.

### EU's digitale indre marked

På rådsmødet i oktober 2016 blev der nedsat en rådsarbejdsgruppe, der skal formulere et udkast til politik for EU's digitale indre marked.

Henrik Udsen, professor ved Københavns Universitet, holdt et oplæg om de kommende ændringer af EU-lovgivningen på det digitale område, dvs. indholdet af udkast til 3 direktiver og 2 forordninger. Det drejer sig om hhv. onlinesalg af varer, aftaler om levering af digitalt indhold, geoblokering, portabilitet og ophavsret. Der i dag er nogle særlige udfordringer i forhold til den grænseoverskridende e-handel, som direktiverne og forordningerne skal forsøge at tage højde for, så der kommer ordentlige regler på området.

Oplægget samt den efterfølgende debat vil nu danne grundlag for rådsarbejdsgruppens arbejde med at formulere et politikpapir.

### Strategi 2017-20

På rådsmødet i oktober 2016 vedtog rådet Strategi 2017-2020 for Forbrugerrådet Tænk, som også omfatter 6 indikator mål på områderne økonomi, medlemstal, indflydelse, kendskab, anbefaling og engagement.

På alle rådsmøder i 2016 har strategien været drøftet på forskellig vis. Særlig opmærksomhed er givet til den rolle, medlemsorganisationerne spiller ift. at styrke det forbrugerpolitiske arbejde, øge forbrugernes engagement, formidle forbrugerpolitiske budskaber samt tiltrække medlemmer til Forbrugerrådet Tænk. Med udgangspunkt i en undersøgelse af medlemsorganisationernes syn på deres medlemskab, der blev udarbejdet i 2015, har der været gennemført en temadrøftelse i Rådet omkring medlemsorganisationernes rolle i den kommende strategiperiode.

Medlemsorganisationerne ønsker således at spille en aktiv rolle særligt ift. at deltage i kampagner, formidle medlemskab af Forbrugerrådet Tænk til medlemsorganisationens egne medlemmer samt udøve interessevaretagelse i fællesskab.

Der er i forlængelse af arbejdet med den nye strategi en erkendelse blandt medlemsorganisationerne af, at de er meget forskellige i størrelse, type organisation mv., og at denne forskellighed skal udnyttes positivt, så alle kan bidrage på det niveau de ønsker. Forventningsafstemningen arbejdes der med gennem en øget dialog mellem Forbrugerrådet Tænk og medlemsorganisation.

Se endvidere afsnittet om arbejdet med Forbrugerrådet Tænk nye strategi på side 48.

## Bestyrelsen i 2016

Bestyrelsen vælges af Forbrugerrådet Tænks rådsforsamling. Bestyrelsen har ansvaret for de politiske beslutninger mellem rådsmøderne samt for udarbejdelse af budgetforslag, regnskab, forretningsmæssige beslutninger, sekretariatets drift mv.

Der var valg til bestyrelsen på rådsmødet i april 2016, hvorefter bestyrelsens sammensætning så ud på følgende måde:

- Formand i Forbrugerrådet Tænk: Anja Philip
- Næstformand: Susanne Engstrøm (FTF)
- Jeppe Juul (Aktive Forbrugere)
- Jonas Giersing (Fairtrade Mærket Danmark)
- Anita Barbesgaard (Repræsentant for de personlige medlemmer)
- Finn Borgquist (Forbrugsforeningen)
- Knud Reckweg (Dansk Aktionærforening)
- Lani Bannach (Kvinderådet)
- Rosa Lüders Lindhardt (Danske Gymnasieelevers Sammenslutning)

### Suppleanter:

- Kern Lærkholm Petersen (Jordbrugsakademikerne)
- Per Jensen (Dyrenes Beskyttelse)
- Anne Lise Knørr (Danske Ølentusiaster)

## Personlige medlemmer af Forbrugerrådet Tænk

2016 blev et år præget af en meget positiv udvikling i medlemstallet, idet vi gik ind i året med 70.510 medlemmer og ud af året med 75.835. Medlemsfremgangen blev dermed det højeste i flere år med en nettovækst på 5.325 medlemmer.

Igennem 2016 har der været arbejdet med strategien for rekruttering og fastholdelse. Et af de væsentlige elementer i strategien er at etablere en bedre dialog med både de potentielle medlemmer og de eksisterende medlemmer. Dette er især iværksat via målrettet, relevant og nærværende kommunikation. Udover dette er der etableret muligheder for, at potentielle medlemmer kan få en "smagsprøve" på f.eks. en test, således at der er bedre kendskab til organisationen, inden man bliver medlem.

Der er fortsat stort fokus på at øge engagementet med både ikke-medlemmer og medlemmer i det forbrugerpolitiske arbejde både via deltagelse i kampagner, via de sociale medier og via underskriftsindsamlinger.

## Nye medlemsfordele i 2016

Forbrugerrådet Tænks medlemmer fik i løbet af 2016 endnu flere medlemsfordele. Blandt de nye er:

### Test og Forbrugerliv

I 2016 blev [www.taenk.dk](http://www.taenk.dk) opdateret, så medlemmer i større grad kan orientere sig i de aktuelle test. Her blev blandt andet indført mulighed for direkte sammenligning mellem produkter. Men opdateringen handler i høj grad om, at der er sket en udvidelse af indholdet omkring test, således at medlemmet kan få gode råd til for eksempel hvad der skal overvejes før, under og efter et køb.

Yderligere er der skabt mulighed for, at medlemmer kan være med til at vurdere, hvor langtidsholdbare forskellige mærker er indenfor en række produktområder.

### Visning af priser på taenk.dk

Der er i 2016 indledt et samarbejde med prisportalen PriceRunner, hvor dagsaktuelle priser stilles til rådighed for brugere af taenk.dk. Her kan der klikkes videre, så man kan orientere sig om, hvor varen kan købes billigst blandt forhandlere tilknyttet PriceRunner.

### Dækning af klagegebyr på 100 kr.

Klager du til Forbrugerklagenævnet, skal du først gennem en mægling, der koster 100 kr., før du kan gå videre til Forbrugerklagenævnet, hvilket koster 400 kr. mere. Forbrugerrådet Tænk mener ikke, at de 100 kr. for mægling er rimeligt, og vi dækker udgiften for vores medlemmer.

### Sletteguide

Sletteguiden er en hjælp til at slette sin profil på diverse sociale medier samt eksempelvis datingprofiler.

### Prøveadgang til Jyllands-Posten

Som medlem af Forbrugerrådet Tænk kan man få digital adgang til Jyllands-Posten i 2 måneder.

### Liste over detailbutikker med undersøgelsesgebyr

Her kan medlemmer orientere sig om, hvilke detailbutikker der tager undersøgelsesgebyr for at fejlsøge på for eksempel elektroniske produkter som mobiltelefoner.

## Strategi 2017-2020: Tættere på forbrugerne

Vi er på rette kurs I 2016 har Forbrugerrådet Tænk udviklet en ny strategi for perioden 2017-2020. Derfor har der i løbet af 2016 været skærpet fokus på, hvordan vi kan komme videre ad den kurs, Forbrugerrådet Tænk slog ind på i 2014, hvor vores mission er ”at styrke forbrugernes handlekraft” og vores vision er ”et Danmark, hvor alle forbrugere kan foretage et trygt valg”.

Tre strategiske målsætninger styrer vores arbejde: Vi vil være relevante og vedkommende, gøre det let for den enkelte forbruger at træffe et godt valg og skabe et forbrug i balance både hvad angår miljø, økonomi og sundhed.

Vi fortsætter med denne strategiske ramme, da den har anvist en god kurs med gode resultater over den forgangne 3-årige periode:

- Konsolidering og vækst: Forbrugerrådet Tænk er blevet konsolideret efter en længere årrække med negative udsigter for blandt andet egenkapital og medlemstal. Konsolideringen viser sig blandt andet ved en markant styrket egenkapital, vækst i omsætningen (herunder udvidelse af medarbejderstaben) og en medlemsvækst på ca. 10 procent.
- Brand, synlighed og kendskab: Sammenlægningen af vores to tidligere brands (’Forbrugerrådet’ og ’Tænk’) til et samlet brand, inkl. ny visuel identitet, er lykkedes: Flere danskere kender os i dag som en uvildig medlems- og interesseorganisation. Og den omlægning fra abonnenter til medlemmer, der blev igangsat i 2007, er ført ud i livet.
- Indflydelse: Forbrugerrådet Tænk er fortsat en af landets mest indflydelsesrige NGO’er. Udvikling og nytænkning: Organisationen har udviklet sig på en række områder, for eksempel: styrket fokus på kerneforretningen i form af test og rådgivning, og et systematisk arbejde med forbrugerpolitiske kampagner, som både engagerer og skaber forbrugerpolitiske forbedringer.

Vi har investeret markant i systemer - først og fremmest website og nyt medlemssystem. Vi har indgået nye partnerskaber.

I processen mod udvikling af en ny strategi frem mod 2020 har vi derfor stillet os selv opgaven at blive endnu mere fokuserede på det, der virker, og det, vi tror på, kan virke fremadrettet. Vi har valgt at udvikle os i en omfattende dialog med medlemsorganisationer, de politiske niveauer og medarbejdere, ligesom der er gennemført surveys blandt forbrugere og medlemmer.

Vi slår følgende fast i vores nye strategi:

- Vi vil fastholde vores position som en af Danmarks mest indflydelsesrige organisationer. Vi vil fokusere vores indsats på 6 områder:
  - Produkter/tjenester til hjemmet



- Fødevarer
- det digitale liv
- privatøkonomi
- problemkemi
- passagerforhold.

Inden for de prioriterede områder arbejder vi fortsat med markedsføring, forbrugerrettigheder, konkurrence og bæredygtighed.

- Vi vil sammen med vores medlemsorganisationer engagere danskerne i forbrugerpolitiske sager og sammen skabe forbrugerpolitiske forbedringer. Vi vil være mere synlige med kampagner på de sociale medier, i pressen og gennem relevant kommunikation med vores medlemmer.
- Vi vil vokse i medlemstal og i højere grad tage afsæt i digital rekruttering og markedsføring. Vi ønsker at favne en bredere skare end i dag, så vi vil arbejde på, at det bliver muligt at tilknytte sig til Forbrugerrådet Tænk på forskellige måder.
- Vi vil konsolidere vores udvikling som en robust organisation, der har forskellige indtægtskilder og herunder også rejse offentlige og private midler for at skabe forbrugerpolitiske forbedringer.

[Vi har udgivet hovedtrækkene i Strategi 2017-2020 i en pjece](#)

## **Forbrugerrådet Tænks sekretariat**

Du finder en komplet oversigt over ansatte i Forbrugerrådet Tænk på vores hjemmeside [www.taenk.dk/sekretariat](http://www.taenk.dk/sekretariat)