



KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER

Bruxelles, den 28.1.2009
KOM(2009) 25 endelig

**MEDDELELSE FRA KOMMISSIONEN TIL EUROPA-PARLAMENTET, RÅDET,
DET EUROPÆISKE ØKONOMISKE OG SOCIALE UDVALG OG
REGIONSUDVALGET**

**Overvågning af det indre markeds konsekvenser for forbrugerne
Anden udgave af resultattavlen for forbrugermarkederne**

{SEK(2009) 76}

**MEDDELELSE FRA KOMMISSIONEN TIL EUROPA-PARLAMENTET, RÅDET,
DET EUROPÆISKE ØKONOMISKE OG SOCIALE UDVALG OG
REGIONSUDVALGET**

**Overvågning af det indre markeds konsekvenser for forbrugerne
Anden udgave af resultattavlen for forbrugermarkederne**

Resumé

I nærværende meddelelse gøres der rede for resultaterne af anden udgave af resultattavlen for forbrugermarkederne, ligesom Kommissionens mere omfattende markeds-
overvågningsindsats¹ følges op med fremlæggelse af yderligere oplysninger om markedssvigt
set fra forbrugernes synspunkt. Det vigtigste mål med resultattavlen er at udpege de dele af
det indre marked, som ikke fungerer tilfredsstillende for forbrugerne. De vigtigste resultater i
resultattavlen er:

- Forbrugerne er mindre tilfredse og har større problemer med tjenesteydelser end med varemærkerne. De mest problematiske sektorer blandt de overvågede er energi, transport (bus og tog)² og banker. Energiområdet fremviser særligt dårlige resultater med hensyn til skift af leverandør og hører til sektorerne med dårlige resultater hvad angår tilfredshed og klager. Kun 7 % af forbrugerne har skiftet energileverandør inden for de seneste 2 år, mens mindre end 2/3 af forbrugerne er tilfredse med deres leverandør. Bus- og jernbanetransport hører til de sektorer, som forbrugerne er mindst tilfredse med, og hvor der er mange klager. Forbrugerne skifter sjældent bank, og bankernes tilbud er vanskelige at sammenligne. De meget store udsving i bankgebyrer mellem medlemsstaterne kan ikke forklares med forskelle i omkostningsniveauet. Af de tre udpegede sektorer er energisektoren den, hvor forbrugerne brugte flest penge (5,7 % af husholdningsbudgettet), og inden for energi udgør el den største del af forbrugernes udgifter (2,1 %). Derfor er **forbrugermarkedet for el** udpeget som en sektor for en opfølgende markedsanalyse, hvor man skal vurdere forbrugernes problemer mere detaljeret.
- På markeder, hvor der forekommer hyppigere leverandørskift, f.eks. inden for bilforsikring, internet og mobiltelefoni, synes forbrugerne mindre tilbøjelige til at anmelde prisstigninger. Det bør være et politisk prioriteret område at gøre det lettere for forbrugeren at skifte leverandør inden for de vigtigste tjenester i detailledet.
- Køb på nettet bliver stadig mere almindeligt, men e-handel på tværs af grænserne udvikler sig ikke så hurtigt som handelen på hjemmemarkedet som følge af tværnationale hindringer for onlinehandel. Rapporten om e-handel, som er offentliggjort sammen med nærværende resultattavle, giver et detaljeret billede af den nuværende situation for

¹ SEK(2008) 3074 – Market Monitoring: State of Play and Envisaged Follow-Up.

² Kommissionen har allerede gennemført foranstaltninger inden for disse to problematiske transportområder. Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 1371/2007 af 23. oktober 2007 om jernbanepassagerers rettigheder og forpligtelser vil træde i kraft i december 2009. Kommissionen har også for nylig vedtaget forslaget til en forordning om buspassagerers rettigheder og om ændring af forordning (EF) nr. 2006/2004 om samarbejde mellem nationale myndigheder med ansvar for håndhævelse af lovgivning om forbrugerbeskyttelse (KOM(2008) 817).

e-handelen i EU. Rapporten om detailmarkedet i 2009 vil omfatte et kapitel om nethandel inden for detailhandlen og gøre status over forskellige initiativer, der omhandler den geografiske opdeling af markedet for nethandel, og som beskriver de hindringer, forbrugerne støder på, når de køber noget på tværs af grænserne, og de tiltag, der er på vej for at løse disse problemer.

- Effektive håndhævelsesmekanismer og klagemuligheder er af afgørende betydning, for at markederne kan fungere tilfredsstillende: Der er dokumentation for, at der er store forskelle mellem medlemsstaterne, og at der er brug for en forbedring af håndhævelses- og klagemekanismerne. Kommissionen vil tage disse spørgsmål op i en meddelelse om håndhævelse og en opfølgning af grønbogen om kollektive klageordninger.
- Det er nødvendigt med flere kvalitative data for at kunne udarbejde et solidt dokumentationsgrundlag vedrørende forbrugere. Kommissionen vil arbejde videre på en metode til indsamling af gennemsnitlige priser for sammenlignelige og repræsentative varer og tjenesteydelser. Kommissionen vil også arbejde på en harmoniseret metode til klassificering af klager fra forbrugere.

Den aktuelle dokumentation vedrørende *forbrugerklager, -priser, -tilfredshed, -skift samt -sikkerhed* er fortsat ikke omfattende nok til, at man kan drage endelige konklusioner, men der kan gøres følgende iagttagelser:

Det fremgår af dataene vedrørende *tilfredshed*, at der er mindre tilfredshed med tjenesteydelser end med varemarkeder. Tjenesteydelser involverer mere komplekse kontrakter og kunderelationer, og når markederne liberaliseres, indebærer det forandringer for forbrugeren. Forbrugere, der gør brug af **bus- og togtransport**, er de mindst tilfredse og har de fleste problemer. Mindre end halvdelen af forbrugerne er tilfredse med disse tjenesteydelser, og ca. én ud af fire har haft problemer. Den generelle tilfredshed er ligeledes lav for **fastnettelefoni, posttjenester** og **energi (el og gas)**. Den vigtigste grund til utilfredshed på disse markeder er prisniveauet, manglende fordele ved markedstilbud, problemer ved køb samt serviceniveauet.

De foreliggende data over *klager* viser på trods af problemer med sammenligneligheden et stort antal klager på markedet for tjenesteydelser, især **transport, kommunikation (telekommunikation og posttjenester)**, og inden for **banktjenester og forsikring**.

Dokumentationen vedrørende *leverandørskift* viser, at **banktjenester (bankkonti)** og **energi (el og gasforsyning)** er særlig problematiske med hensyn til muligheden for at sammenligne tilbud, hvor let det er at skifte leverandør samt de faktiske skift. Kun 9 % af forbrugerne med anfordringskonti skiftede bank, 7 % af forbrugerne skiftede gasleverandør og 8 % elleverandør. Disse tal er lave sammenlignet med de 25 %, som skiftede bilforsikring.

De foreliggende *prisdata* er ikke tilstrækkelige til en reel overvågning af det indre marked. En stor del af de i øjeblikket foreliggende data er af eksperimental karakter, men et forsøg på en analyse af de foreliggende priser viser ikke desto mindre uforklarlige forskelle på tværs af grænserne for en række varer og tjenesteydelser: bankgebyrer, en række højteknologiske produkter (dvd-spillere og blanke cd'er), en række fødevarer (kaffe, yoghurt, olivenolie, spiseis, appelsinjuice, sort te, marmelade, tun i dåse), vaskepulver og bredbånd.

Detailhandlen på tværs af grænserne udvikler sig ikke. Andelen af forbrugere, som handler på tværs af grænserne, er ikke øget siden 2006, mens andelen af detailhandlere, som sælger på

tværs af grænserne, er faldet. Ikke desto mindre har 25 % af forbrugerne handlet på tværs af grænserne inden for de seneste 12 måneder, og 33 % overvejer at gøre det næste år. Hvis der blev fastlagt harmoniserede forbrugerbestemmelser i hele EU, ville 49 % af detailhandlerne være interesseret i at sælge på tværs af grænserne. Dette ville være en markant forbedring sammenlignet med de 20 %, som i øjeblikket sælger på tværs af grænserne. Internethandel bliver stadig mere udbredt, men e-handel på tværs af grænserne udvikler sig ikke så hurtigt som internethandel på hjemmemarkedet.

Den procentuelle andel forbrugere, som følger sig utilstrækkelig **beskyttet** af de eksisterende foranstaltninger, varierer betragteligt mellem **medlemsstaterne**. I 2008 var kun halvdelen af europæerne sikre på, at de eksisterende foranstaltninger beskytter forbrugerne tilstrækkeligt. Endvidere synes forbrugerne at have problemer, når de forsøger at løse et problem eller ønsker at **klage**. Ca. halvdelen af de europæiske forbrugere, som indgav en klage, var ikke tilfredse med den måde, deres klage blev behandlet på. Kun 4 ud af 10 forbrugere synes, at det er let at løse konflikter med sælgere og leverandører gennem alternative ordninger for bilæggelse af tvister, og kun 3 ud af 10 synes, at det er let at gå rettens vej. Disse tal lægger lidt lavere end tallene for 2006.

1. INDLEDNING

1. Den 29. januar 2008 vedtog Kommissionen meddelelsen "Overvågning af det indre markeds konsekvenser for forbrugerne: Scoreboard for forbrugermarkederne"³ og det tilhørende arbejdsdokument fra Kommissionens tjenestegrene⁴, den første udgave af resultattavlen. Initiativet til overvågning af, hvilke resultater det indre marked giver forbrugerne, stammer fra undersøgelsen af det indre marked⁵, hvor man efterlyste et samarbejde med EU-borgere, at der i politikkerne tages større hensyn til borgernes problemer, og at politikudformningen skal ske mere dokumenteret og styres af en bedre forståelse for de reelle resultater for forbrugerne.
2. I konklusionerne af 25. februar 2008 vedrørende undersøgelsen af det indre marked, som Det Europæiske Råd gav sin tilslutning til i konklusionerne af 13./14. marts 2008 udtalte Rådet (konkurrenceevne) "*at de hilser Kommissionens planer om sammen med medlemsstaterne at udvikle en resultattavle for forbrugermarkedet og nye forbrugerprisdata ... velkommen*".
3. Den 18. november 2008 vedtog Europa-Parlamentet en betænkning, der godkendte metoden og indikatorerne og efterlyste yderligere dokumentation om forbrugernes stilling, bl.a. med hensyn til viden og oplysningsniveau. I rapporten understreges også betydningen af et tæt samarbejde med medlemsstaterne og en viderebringelse af resultaterne til et større publikum.

2. OVERVÅGNING AF DET INDRE MARKEDS KONSEKVENSER FOR FORBRUGERNE

4. I forbindelse med undersøgelsen af det indre marked lancerede Kommissionen en mere bred markedsovervågning, der sigtede på en systematisk overvågning af

³ KOM(2008) 31.

⁴ SEK(2008) 87.

⁵ KOM(2007) 724.

markederne i to faser. Som følge af manglen på data kan forbrugeraspektet kun delvist afdækkes. Resultattavlen for forbrugermarkederne kan bidrage til en bedre inddragelse af forbrugeraspektet i markedsovervågningen ved at give mere egnede data. Hidtil har Kommissionen iværksat dybtgående analyser inden for fire sektorer: fødevarerkæden, detailhandelen, elartikler og medicinalindustrien.

5. Resultattavlen blev udarbejdet for i to faser at overvåge markederne fra et forbrugersynspunkt: en screening- og en analysefase. Resultattavlen er også udarbejdet for, at man kan få en omfattende samling af sammenlignelige data til brug for de nationale politikaktører inden for områderne konkurrence, forbrugere og andre områder, således at de lettere kan udpege markedssvigt på et nationalt grundlag.
6. I første del af resultattavlen overvåges resultatet af markeds kræfterne i hele økonomien ud fra fem nøgleindikatorer. På denne måde vil man kunne udpege de sektorer, hvor der er størst risiko for svigt med hensyn til de økonomiske og sociale konsekvenser for forbrugerne. I andet afsnit gøres der rede for de indikatorer, der viser fremskridtene i integrationen af detailmarkedet. I tredje del af resultattavlen gøres der rede for dataene til benchmarking af det nationale forbrugermiljø.
7. Markederne overvåges også nationalt fra et forbrugerperspektiv. I Danmark offentliggøres et årligt "forbrugerforholdsindeks" for 57 markeder, der vurderes i relation til hinanden. I indekset ser man på tillid, gennemsigtighed og klageforhold. Norge har udviklet et lignende "indeks for forbrugertilfredshed" med udgangspunkt i denne metode, og Det Forenede Kongerige har udarbejdet en undersøgelse af forbrugernes situation ("Consumer Conditions Survey"). Frankrig, Det Forenede Kongerige og Portugal har udarbejdet omfattende systemer til registrering af klager med henblik på udformning af politikker, og en række medlemsstater (f.eks. Italien og Belgien) har oprettet prisobservatorier.
8. Den første udgave af resultattavlen omfattede det begrænsede antal data, som fandtes på daværende tidspunkt, men de var kun et billede på det, som resultattavlen skulle udvikle sig til. De vigtigste resultater af denne første øvelse var, at de relevante sammenlignelige EU-dækkende data, som var nødvendige for at vurdere, om det indre marked fungerer for forbrugerne, oftest manglede.
9. I en rapport om **internethandel**, som offentliggøres sammen med denne resultattavle, er anført foreløbige resultater af udviklingen for internethandelen på tværs af grænserne. Kommissionen vil i første halvdel af 2009 evaluere de problemer, som forbrugerne står over for som følge af en manglende åbenhed i de finansielle **tjenesteydelser i detailledet**.
10. I 2008 startede Kommissionen for alvor på udarbejdelsen og indsamlingen af forbrugerdata og -dokumentation gennem undersøgelser og i samarbejde med aktører i medlemsstaterne - de nationale statistiske kontorer, politikere inden for forbrugerområdet, håndhævelsesmyndigheder og forbrugerorganisationer. Der er især lagt stor vægt på at sikre kvaliteten af dataene. I den anden udgave af resultattavlen fremlægges der flere data om indikatorer, men indsatsen er på mange områder (f.eks. priser, klager, håndhævelse) fortsat mangelfuld: der foreligger endnu ikke data for alle forbrugermarkederne, og nogle gange indsamles de med anvendelse af forskellige markedsdefinitioner, og der skal ske en yderligere udvikling af indikatorerne, ligesom indsamlingen skal ske under hensyntagen til forskellene

mellem de nationale systemer. I øjeblikket anvender nogle medlemsstater ikke data til at overvåge forbrugermarkederne og har problemer med indsamling af dataene. På trods af disse vanskeligheder har indsatsen i 2008 givet et godt grundlag for yderligere fremskridt.

3. ANDEN UDGAVE AF RESULTATTAVLEN FOR FORBRUGERMARKEDERNE

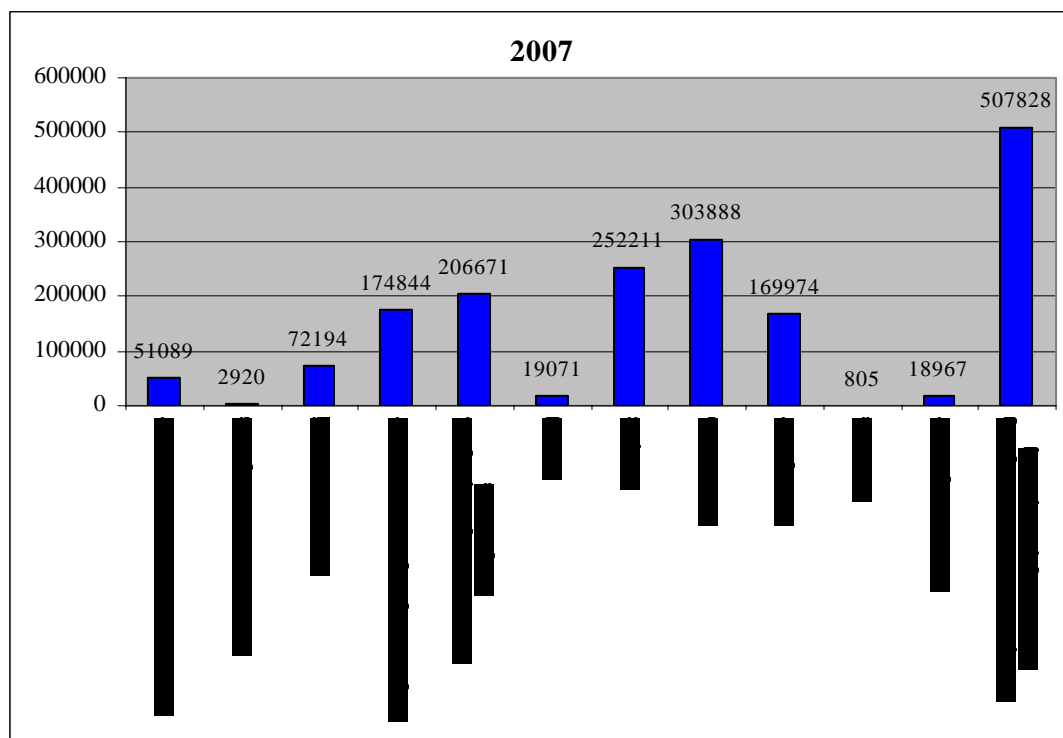
11. I anden udgave af resultattavlen fremhæves værdien af en dokumentationsbaseret fremgangsmåde, når man skal finde frem til, hvilke markeder der ikke fungerer tilfredsstillende for forbrugerne. Resultattavlen viser også, at det er nødvendigt med mere omfattende dokumentation for at kunne evaluere alle vigtige forbrugermarkeder.

Del 1 — Screening af forbrugermarkeder

12. Ved hjælp af fem indikatorer – klager, priser, tilfredshed, skift af leverandør og sikkerhed – udpeges de forbrugermarkeder, hvor der er risiko for markedssvigt. Det er ikke tilstrækkeligt med én enkelt indikator – kun ved at se på flere indikatorer kan man drage konklusioner om, hvorvidt det er nødvendigt med en yderligere analyse. Endvidere indebærer udpegning af én sektor til en yderligere analyse ikke, at der foreligger markedssvigt. Screeningen af forbrugermarkederne er et supplement til screeningen i forbindelse med markedsovervågningen.
13. Forbrugerklager udgør en vigtig indikator for markedssvigt, som i vid udstrækning anvendes af nationale politikaktører for hurtigt at fastslå problemer. Klagerne indsamles af de nationale myndigheder i alle medlemsstater, men i øjeblikket harmoniseres data om forbrugerklager ikke, og de giver ikke mulighed for en reel sammenligning mellem markeder eller lande. Kommissionen har afholdt en offentlig høring om udarbejdelse af en harmoniseret metode til klassificering af forbrugerklager⁶. Aktørerne støttede en frivillig metode til klassificering og indberetning af klager rettet til tredjemand (dvs. at klager sendt til virksomheder udelukkes). Kommissionen arbejder sammen med alle involverede aktører for at sikre den bredest mulige vedtagelse af metoden.
14. Myndighederne fra 23 medlemsstater, Norge og Island har leveret data om forbrugerklager. Trods forskelle i indsamling og klassificering kan de aggregerede data sammenlignes. Dataene i figur 1 har klart begrænsninger – svarene varierer betragteligt med hensyn til fuldstændighed, og aggregeringsniveauet er for højt til, at man kan skelne mellem de enkelte forbrugermarkeder. Men figur 1 viser et gennemgående fælles mønster, nemlig at forbrugerne anmelder flere problemer inden for markederne for tjenesteydelser.

⁶ Alle de individuelle svar er offentliggjort på GD SANCO's websted sammen med et sammenfattende dokument - http://ec.europa.eu/consumers/consultations/consultations_en.htm.

Figur 1: Forbrugerklager rettet til tredjemand — COICOP⁷

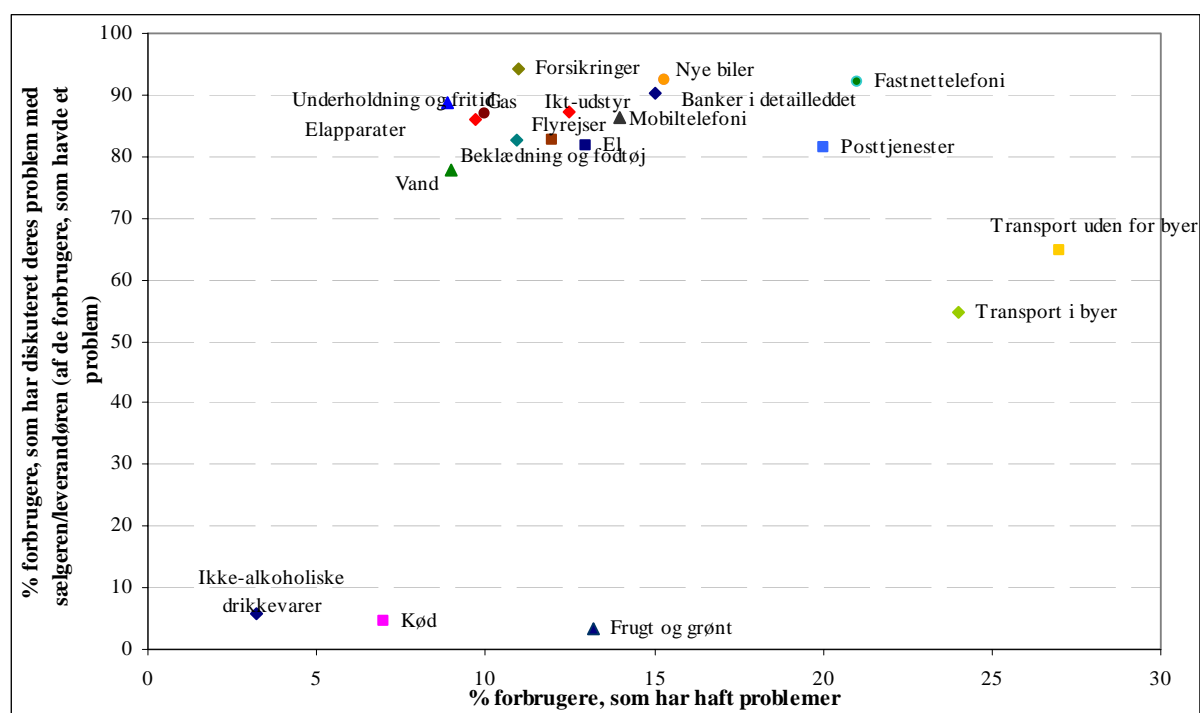


Kilde: Medlemsstaterne og EØS-myndigheder

15. Data vedrørende klager har stor betydning ved udpegning af markedssvigt, men at der ikke foreligger klager, betyder ikke altid, at der ikke er nogen problemer. Figur 2 viser, at på nogle markeder synes forbrugerne i mindre grad at klage, selv om de udsættes for problemer, f.eks. i forbindelse med busser og tog og på markedet for frugt og grønt.

⁷ Klassifikation af individuelt forbrug efter formål.

Figur 2: Forbrugere, der har anført, at de har haft problemer og indgivet forespørgsler eller klager, 19 markeder for varer og tjenesteydelser



Kilde: IPSOS-undersøgelser af forbrugernes tilfredshed 2006 og 2008

16. Prisen er en af de vigtigste faktorer for forbrugerne og er afgørende for deres tilfredshed. Urimelige prisforskelle kan være et tegn på markedssvigt og opsplnitning af markedet. Prisforskelle kan afspejle forskelle i omkostningerne eller levestandarden, forbrugervalg, afgifter, produkters omsættelighed eller mangel på samme, men de kan også være et tegn på en opsplnitning af det indre marked eller markedssvigt.
17. Der foreligger kun prisdata for et begrænset antal varer og tjenesteydelser⁸. De konstaterede prisforskelle mellem landene hænger ofte sammen med forskelle i omkostningsniveauet⁹. Men der er nogle produkter, hvor de konstaterede prisforskelle ikke hang sammen med omkostningsniveauet. Disse produkter omfatter: en række højteknologiske produkter (dvd-spillere og blanke cd'er), en række fødevarer (kaffe, yoghurt, olivenolie, spiseis, appelsinjuice, sort te, marmelade, tun i dåse), vaskepulver, bankgebyrer og bredbånd. Det skal imidlertid bemærkes, at nogle af prisdataene er forskningsdata, som Eurostat har indsamlet, og som på dette trin må anses for at være eksperimentelle .

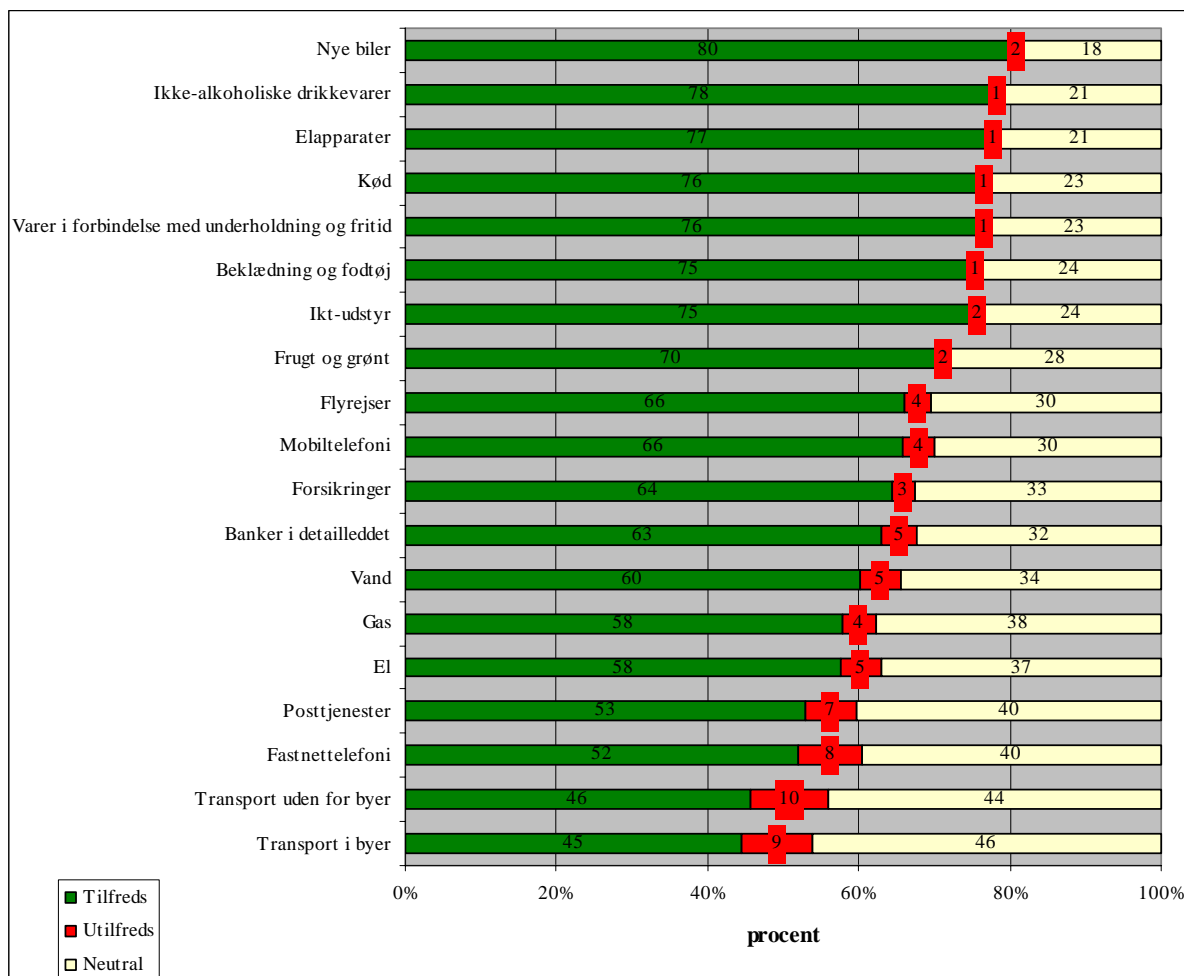
⁸ I et eksperimentelt forskningsprojekt, som Eurostat og de nationale statistiske kontorer i 23 medlemsstater, Schweiz, Island og Norge har gennemført, indsamlede man vejledende priser for 66 produkter og tjenesteydelser. Endvidere foreligger der priser på biler, telekommunikation, energi og bankkonti, som stammer fra forskellige kilder.

⁹ Omkostningsniveauet anvendes her som en afspejling af det aktuelle individuelle forbrug, som er husholdningernes samlede forbrug af de enkelte varer og tjenesteydelser og finansieret både af offentlige og private kilder. Resultaterne af prisberegningen er anført i afsnit 1, pkt. 2, i arbejdsdokumentet fra Kommissionens tjenestegrene, som ledsager nærværende meddelelse.

18. Der foreligger endnu ikke tilstrækkelig mange data til, at man kan overvåge det indre marked effektivt; det er nødvendigt at øge antallet af priser på produkter og tjenesteydelser, som overvåges, og at forbedre dataenes kvalitet, især sammenligneligheden og prisdataenes repræsentative værdi for markedet. Der findes f.eks. næsten ingen data om tjenesteydelser i liberale erhverv, selv om den undersøgelse¹⁰, som Kommissionen har gennemført, viser markante prisforskelle mellem landene. Åbenhed omkring prisdata viser også, at man tager sig af borgernes hverdagsproblemer. Kommissionen vil arbejde sammen med de statistiske kontorer for at indsamle og offentliggøre priser for et stort antal produkter i alle medlemsstaterne fremover.
19. Niveaut for forbrugernes tilfredshed gengiver forbrugernes opfattelse af udvalg, sammenlignelighed mellem priser og kvalitet, åbenhed, tillid og loyalitet. Figur 3 viser den generelle tilfredshed med 19 markeder på grundlag af de data, som er indsamlet i 2006 for tjenesteydelser og i 2008 for varer. Figuren viser, at forbrugerne konsekvent er mindre tilfredse med markederne for tjenesteydelser end med markederne for varer. Måske afspejler dette fænomen, at kontraktforholdene og leveringen af tjenesteydelser er mere kompliceret sammenholdt med varer, hvor værdien kan vurderes, inden beslutningen om køb tages. Den generelt lave tilfredshed med bus- og togtransport hænger sammen med, at forbrugerne oplever mange problemer, og at de ikke er tilfredse med priser, besværet med køb af billetter og serviceniveauet. Forskellene mellem medlemsstaterne er betydeligt større end forskellene mellem markederne.

¹⁰ COMP/2006/D3/003 – Conveyancing Services Markets, december 2007.

Figur 3: Generel tilfredshed/utilfredshed med 19 markeder for tjenesteydelser og varer



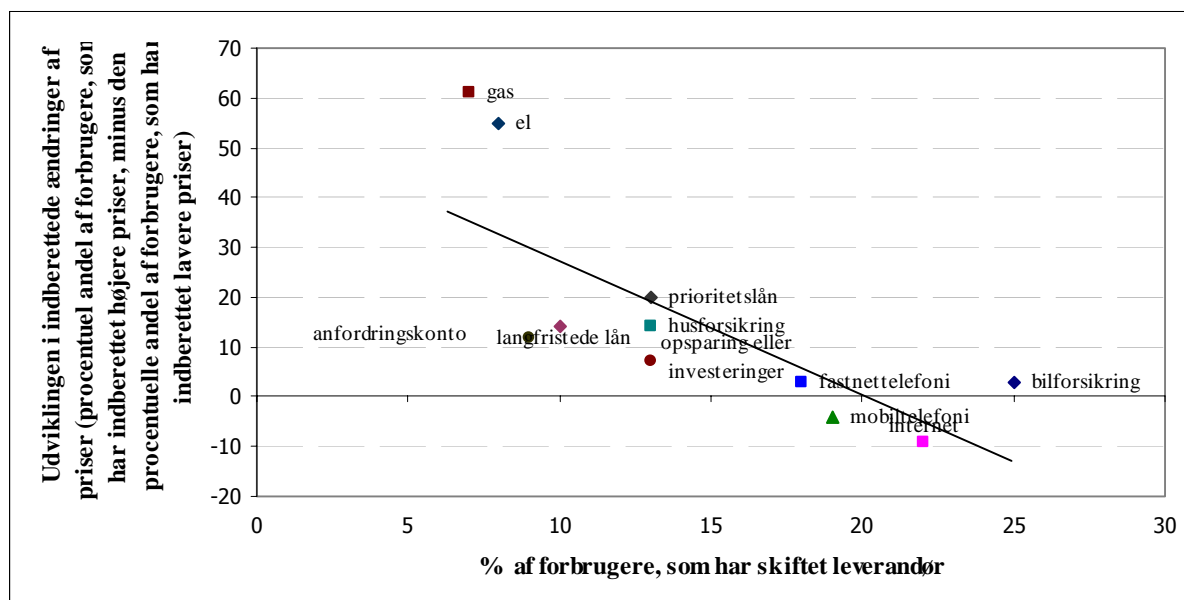
Kilde: IPSOS-undersøgelser af forbrugernes tilfredshed, 2006 og 2008.

20. I fremtidige resultattavler vil undersøgelsen af tilfredsheden blive udvidet, så den dækker alle de vigtigste forbrugermarkeder, og således at man kan få en sammenlignelig evaluering (fra samme år).
21. Muligheden for at skifte leverandør udgør et vigtigt aspekt af konkurrencen i en markedsøkonomi. Skift af leverandør har kun en positiv virkning, når omkostningerne herved med hensyn til penge, tid og besvær er tilstrækkeligt lave sammenlignet med prisen for tjenesteydelsen. Forbrugerne har kun mulighed for at vælge det bedste tilbud, hvis de er i stand til at forstå og sammenligne tilbuddene.
22. Figur 4 viser andelen af leverandørskift og de indberettede nettoprisændringer på udvalgte markeder¹¹. *Ansvarsforsikringer for biler* var den tjenesteydelse, hvor de fleste forbrugere skiftede leverandør: Ved en fjerdedel af alle policer havde forbrugerne skiftet tjenesteyder inden for de seneste to år. Herefter kom tjenesteydelser vedrørende telekommunikation: internet (22 %), mobiltelefoni (19 %) og fastnettelefoni (18 %). Gennemsnitligt havde kun 11 % af bankkunderne skiftet

¹¹ Flash Eurobarometer 243 — Consumers' views on switching providers (forbrugernes synspunkter vedrørende skift af leverandør).

leverandør eller produkt inden for de seneste to år; de, der oftest skiftede, havde prioritetslån og investeringsprodukter (begge grupper 13 %), mens kun 9 % skiftede deres eksisterende konti og 10 % deres langfristede lån. Energi var den sektor, hvor det var mindst sandsynligt, at man skiftede leverandør: 7 % skiftede gasleverandør, og 8 % elleverandør.

Figur 4: Markedsmobilitet og prisudvikling opdelt efter tjenesteydelse



Kilde: Flash Eurobarometer 243 — Forbrugernes synspunkter vedrørende skift af tjenesteydere

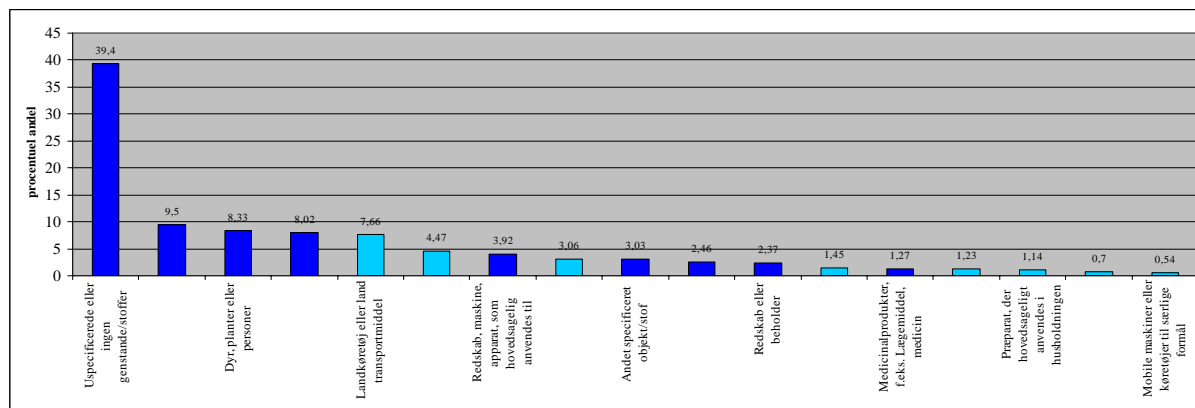
23. Flertallet af de forbrugere, som har skiftet leverandør, har anført, at de fik finansielle fordele ved det. Men det er af større betydning, at forbrugerne som helhed i mindre grad synes at indberette prisstigninger på markeder, hvor der er et stort skift af leverandør (figur 4). Forbrugere med mulighed for at skifte leverandør medvirker til, at alle forbrugere får bedre vilkår.
24. Sikkerheden ved forbrugeres varer og tjenesteydelser er et prioriteret område i forbrugerpolitikken. En undersøgelse¹² har vist, at forbrugernes tillid til produksikkerhed generelt er høj. Næsten halvdelen af alle forbrugere mener, at det kun er et lille antal produkter, som ikke er sikre, og yderligere 17 % mener, at alle produkter i det store og hele er sikre. På den anden side mener 18 % af forbrugerne, at et stort antal produkter ikke er sikre. I medlemsstater, hvor forbrugernes opfattelse af sikkerhed er positiv, synes detailhandelens repræsentanter også at have denne opfattelse¹³. Forskellene mellem medlemsstaterne er dog markante.
25. Seksten medlemsstater indsamler i øjeblikket data vedrørende personskader og ulykker ved hjælp af et fælles system, databasen over personskader (IDB). Figur 5 viser, i hvilken udstrækning forskellige produktkategorier er indblandet i ulykker i ti medlemsstater (produktkategorier, som står for mindre end 0,5 % anføres ikke).

¹² Special Eurobarometer 298 — Consumer protection in the internal market, 2008 (forbrugerbeskyttelse på det indre marked, 2008).

¹³ Flash Eurobarometer 224 — Business attitudes towards cross-border sales and consumer protection, 2008 (forretningers holdning til salg på tværs af grænser og forbrugerbeskyttelse, 2008).

Blandt forbrugerprodukterne ligger kategorierne "landkøretøj eller landtransportmiddel" og "udstyr, der hovedsageligt anvendes inden for sport/fritidsaktiviteter" højest. De konkrete procenttal er imidlertid temmelig små (7,7 % og 4,5 %, fordi der er en stor andel af uspecificerede produkter).

Figur 5: Personskader opdelt efter produkt, som er involveret i ulykken – samlet gennemsnit for 10 medlemsstater



Kilde: Database over personskader (IBD) – Alle personskader i Europa

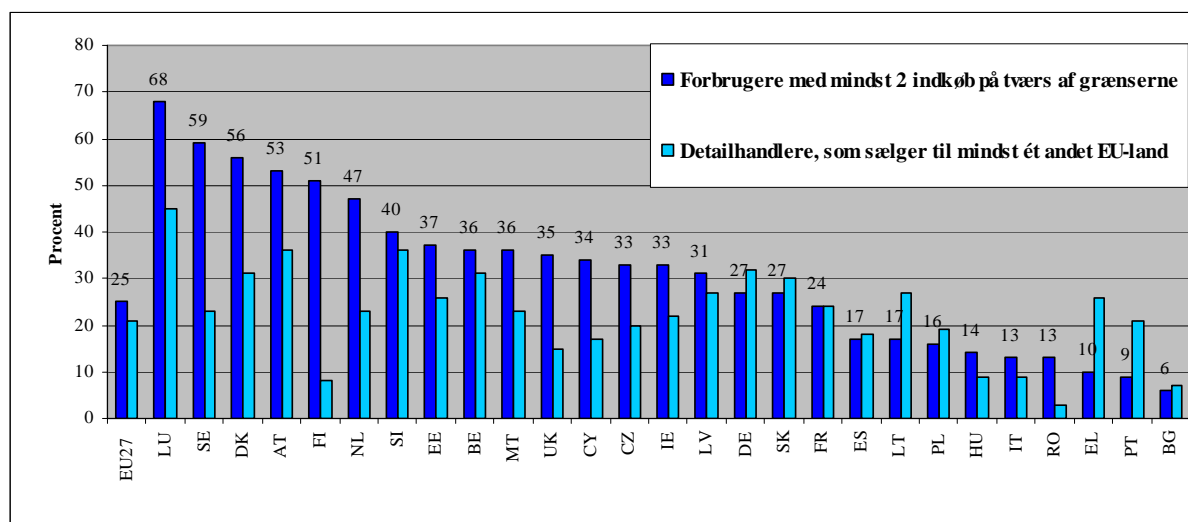
Del 2 — Overvågning af udviklingen i integrationen af detailmarkedet

26. Gennemførelsen af det indre marked for detailhandel udgør et væsentligt element, hvis Europas økonomiske udfordringer skal tages op, og hvis Europa skal give borgerne håndgribelige fordele. Et velfungerende indre marked bør tilbyde forbrugerne et mere bredt udvalg af produkter, de bedst mulige priser og samtidig et højt niveau for forbrugerbeskyttelse.
27. Billedet af detailhandelen på tværs af grænserne er ikke entydigt. En fjerdedel af Europas forbrugere har købt noget inden for det seneste år på tværs af grænserne (ca. samme andel som i 2006). 75 %¹⁴ af detailhandlerne sælger kun til forbrugere i deres eget land (en anelse mere end i 2006). Selv om andelen af forbrugere, der køber på tværs af grænserne ikke er steget, føler et stigende antal forbrugere sig trygge ved at købe på tværs af grænserne. Det gennemsnitlige forbrug ved køb på tværs af grænserne er stort (737 EUR pr. person pr. år). Andelen af detailhandlernes indtægter ved salg på tværs af grænserne udgør 10 til 17 %, afhængigt af salgskanal, hvilket er nogenlunde det samme som i 2006. En harmoniseret ordning for hele EU kunne være én måde til at opmuntre detailhandlerne til at sælge på tværs af grænserne. Næsten en ud af to anfører, at de med en sådan ordning vil være villige til at sælge på tværs af grænserne sammenlignet med de 20 %, som i øjeblikket sælger på tværs af grænserne. Der er et klart potentiale for at øge niveauet for handel på tværs af grænserne i den nærmeste fremtid, hvis man kan fastslå, hvilke hindringer der findes, og få dem fjernet.
28. Figur 6 viser, at udbredelsen af aktiviteter på tværs af grænserne fortsat varierer markant i EU. I de fleste lande, hvor mange forbrugere køber ind på tværs af grænserne, er der også mange detailhandlere, som sælger på tværs af grænserne, og

¹⁴ Med undtagelse af salg på tværs af grænserne i forretninger.

omvendt. At de fleste detailhandlere kun sælger til forbrugere i deres eget land, og at kun 7 % sælger til seks eller flere europæiske lande, giver sig udslag i, at 8 % af de forbrugere, som har handlet på tværs af grænserne, i en vis grad har problemer, når de har forsøgt at købe varer eller tjenesteydelser i et andet EU-land, fordi de ikke boede i dette land. Gennemsnitligt sælger detailhandlerne kun på tværs af grænserne til 1,3 EU-land.

Figur 6: Forbrugere, som handler på tværs af grænserne, og detailhandlere, som sælger på tværs af grænserne



Kilder: Special Eurobarometer 298, Consumer protection in the Internal Market, June 2008 og Special Eurobarometer 205, Consumer protection in the internal market, March 2006 (Special Eurobarometer 298, Forbrugerbeskyttelse i det indre marked, juni 2008 og Special Eurobarometer 205, Forbrugerbeskyttelse i det indre marked, marts 2006).

29. E-handel bliver stadig mere almindelig, men e-handel på tværs af grænserne udvikler sig ikke så hurtigt som den tilsvarende indenlandske handel. 33 % af forbrugerne har handlet online inden for det seneste år, sammenlignet med 27 % i 2006. Denne vækst viser sig ikke i tallet for handel over internettet på tværs af grænserne, som er uforandret (6 % i 2006 og 7 % i 2008). I en særskilt rapport om e-handel gøres der mere detaljeret rede for den aktuelle situation for handel online i detailledet i EU.

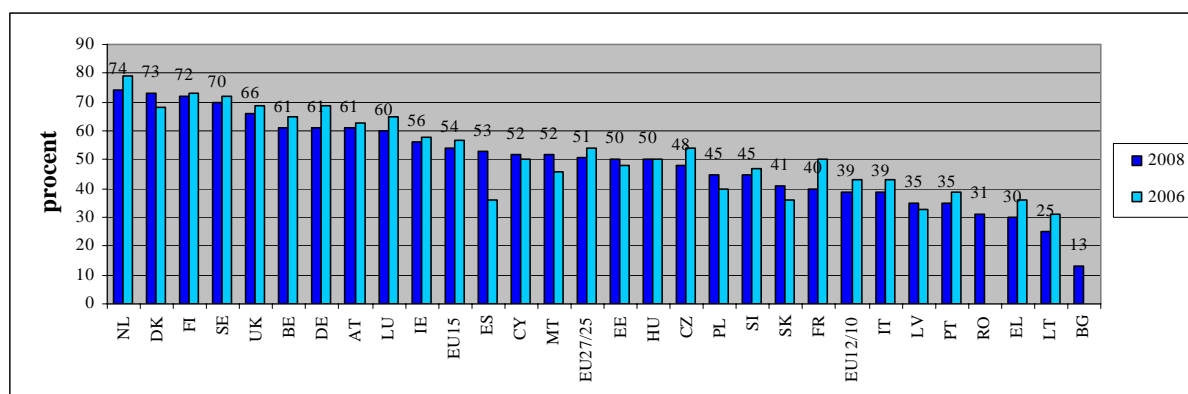
Del 3 — Benchmarking af de nationale forbrugerpolitikker

30. Effektive nationale forbrugerpolitikker og –institutioner er af afgørende betydning, hvis det indre marked skal fungere. Benchmarkingresultater for hele EU bidrager til udpegning af bedste praksis og skaber større tillid og tiltro hos erhvervsdrivende, forbrugere og myndigheder til, at der er lige vilkår for alle. Fri omsætning af sikre produkter og beskyttelse af forbrugerne mod smarte handlende afhænger både af en effektiv håndhævelse og en effektiv markedsovervågning i alle medlemsstater. Stærke forbrugere er af afgørende betydning, hvis markederne skal fungere effektivt, eftersom forbrugerne belønner leverandører, som arbejder ærligt og opfylder forbrugernes behov bedst muligt.

31. Den procentuelle andel af forbrugere, som føler sig tilstrækkeligt beskyttet af de eksisterende foranstaltninger, varierer betragteligt mellem medlemsstaterne og var i de fleste lande lavere i 2008 end i 2006. Ca. halvdelen af europæerne har tillid til, at

de eksisterende foranstaltninger yder forbrugerne en god beskyttelse. I øjeblikket synes forbrugerne at have vanskeligheder, når de forsøger at løse et problem, eller når de vil **klage**. Ca. halvdelen af de europæiske forbrugere, som har klaget, var ikke tilfredse med den måde, deres klage blev behandlet på. Kun fire ud af ti forbrugere synes, at det er let at afgøre tvister med sælgere og leverandører gennem en alternativ konfliktløsning, og kun tre ud af ti synes, at det er let at afgøre tvister ved hjælp af rettens hjælp.

Figur 7: Procentuel andel af forbrugere, som følger sig utilstrækkelig beskyttet af de eksisterende foranstaltninger



Kilder: Special Eurobarometer 298, Consumer Protection in the Internal Market, June 2008 og Special Eurobarometer 205, Consumer Protection in the Internal Market, March 2006 (Special Eurobarometer 298, Forbrugerbeskyttelse i det indre marked, juni 2008 og Special Eurobarometer 205, Forbrugerbeskyttelse i det indre marked, marts 2006)

32. Den indsamlede dokumentation viser, at håndhævmekanismerne og myndiggørelsen af forbrugerne i EU langt fra er ensartet, og at de fleste lande har stærke og svage sider. Det er imidlertid nødvendigt at være forsigtig på dette stadium, når man fortolker tallene. For bedre at kunne forstå disse data agter Kommissionen at udføre en større undersøgelse af myndiggørelsen af forbrugerne i 2010.

4. FREMTIDIGE TILTAG

33. Redskaber til overvågning af markedet som resultattavlen for forbrugermarkederne, hjælper Kommissionen med at fastslå, hvor markederne svigter forbrugerne, og supplerer den bredt anlagte overvågning af markedet. I anden udgave af resultattavlen udpeges nogle svagheder i det indre marked, men man understreger også behovet for en yderligere indsats for at fremskaffe solide data, således at Kommissionen har aktuelle og præcise informationer om markedet, som den kan reagere på.

34. Samarbejdet med medlemsstaterne vil være afgørende for at kunne videreudvikle det nødvendige dokumentationsgrundlag. En sammenligning af det indre markeds konsekvenser for forbrugerne mellem landene og benchmarkingen af forbrugerforhold på nationalt niveau indgår som et vigtigt element, når man skal sikre et indre marked, der arbejder for forbrugerne. National dokumentation om klager, priser og håndhævelse vil give større åbenhed og klarhed i debatten om, hvorledes det indre marked fungerer, og give eksempler på bedste praksis.

Kommissionen vil arbejde sammen med de nationale eksperter i udvalg og arbejdsgrupper i medlemsstaterne og med nationale statistiske kontorer og forbrugerorganisationer.

35. Aktionerne i 2009 omfatter følgende punkter:

- En markedsundersøgelse af el-markedet i detailledet.
- Et kapitel om den geografiske opsplitning af onlinemarkedet i forbindelse med markedsundersøgelsen af detailmarkedet, hvor man vil analysere de problemer, forbrugere har, når de handler online på tværs af grænserne.
- En meddelelse om håndhævelse, hvor man vil fastlægge en samlet strategi for at sikre en effektiv håndhævelse af forbrugerlovgivningen.
- Udarbejdelse af en regelmæssig indsamling af gennemsnitlige priser for sammenlignelige forbrugerprodukter og tjenesteydelser gennem Eurostat og de nationale statistiske kontorer.
- Udarbejdelse af en frivillig harmoniseret metode til klassificering af forbrugerklager.

En indsats sammen med nationale aktører for at udarbejde effektive indikatorer til måling af håndhævelsesmekanismerne og myndiggørelsen af forbrugerne.