



Et trygt og bæredygtigt forbrug

Strategi 2021-25

Forbrugerrådet
Tænk

Vi tænker, før du handler

Introduktion

Denne strategi udgør fundamentet for Forbrugerrådet Tænks arbejde for danske forbrugere og for vores medlemmer frem til 2025. Strategien sætter den overordnede retning for den bevægelse, organisationen ønsker at foretage i perioden.

Strategien begynder med vores vision, mission, pejlemærker og kernefortælling, og zoomer derefter ind på vores almennyttige interessevaretagelse, kommunikation, medlemmer og organisation.

Til slut opstiller vi udvalgte kvantitative indikatorsmål for at kunne følge udviklingen gennem strategiperioden.



Vision

Forbrugerrådet Tænks vision er et Danmark, hvor alle forbrugere kan foretage et trygt valg. Vi har valgt netop den ledestjerne, fordi det er vigtigt, at alle kan træffe et valg, der er godt for dem selv, deres nære og for den verden, vi og vores efterkommere lever i.



Mission

Vores mission er, at vi styrker forbrugernes handlekraft. Det betyder, at vi i det daglige vil skabe rammer, værktøjer og viden, så den enkelte forbruger generelt - og medlemmerne i særdeleshed - kan træffe gode kvalificerede valg i den konkrete livssituation.



Strategiske pejlemærker

I forlængelse af vores vision og mission har vi fastsat tre strategiske pejlemærker, der sætter retningen for, hvordan vi vil arbejde med at styrke forbrugernes handlekraft frem mod 2025. Vi vil:

1. Være relevante og vedkommende for forbrugerne
2. Gøre det let for den enkelte at træffe et godt valg
3. Arbejde for et forbrug i balance.

De tre pejlemærker er det strategiske grundlag, denne strategi bygger på, og er afspejlet i vores kernefortælling.

En troværdig interesseorganisation med stor indflydelse

Vi vil skabe tryghed for den enkelte forbruger ved at værne om, og kæmpe for, forbrugerens rettigheder. Samtidig er vi en samarbejdende og ansvarlig samfundsaktør, der har et særligt fokus på den grønne omstilling, som en del af arbejdet for FNs verdensmål for bæredygtig udvikling.

Vores opgave er at sikre trygge og bæredygtige forhold, når forbrugeren køber varer og tjenesteydelser. Vi prioriterer indsatser med betydning for mange forbrugere, eller som er af principiel karakter, og hvor Forbrugerrådet Tænk opfattes som en naturlig aktør, og vi kan tilføje vinkler i arbejdet, der ellers ville mangle. Hvor det er muligt og relevant, skaber vi synergi mellem vores projektarbejde og vores generelle forbrugerpolitiske arbejde gennem programmer med fælles mål.

Trygge forbrugere, der let kan træffe gode valg

Vi er forbrugernes vagthund, der tager fat om dagliglivets forbrugerudfordringer med produkter og services. Vi engagerer os dér, hvor vi kan gøre den største forskel i hele forbrugscirklen – fra anskaffelse til bortskaffelse – og taler forbrugerens rettigheder og vilkår ind i den offentlige debat, i lovgivningsarbejdet og i håndhævelsen.

Vi arbejder for de bedste rammer og vilkår på markeder, der fungerer, fordi konkurrencen er god, produkterne holdbare, virksomhedernes tilbud gennemskuelige, markedsføringen troværdig og forbrugerne handlekraftige og med sikrede rettigheder. Det gælder både den fysiske verden, hvor vi betaler med penge, og i den digitale verden, hvor vi også betaler med data om os selv.

Det bæredygtige valg skal være det lette valg

Det er et af vores strategiske pejlemærker, at forbrugerne får et forbrug i balance, der er bæredygtigt særligt i forhold til klima, miljø, sundhed og økonomi. Det understøtter vi på tværs af indsatser og forbrugerpolitiske dagsordener. Vi vil bibringe alle forbrugere handlekraft og gøre det bæredygtige valg til det lette valg.

Den grønne omstilling er et fælles ansvar for politikere, brancher, virksomheder og forbrugere. Vi har derfor et dobbelt sigte: Vi arbejder på at påvirke de strukturelle rammer, så al produktion og forbrug trækkes i en mere bæredygtig retning. Og vi arbejder på at synliggøre de bæredygtige valgmuligheder for forbrugerne ved at informere, teste og rådgive, så flest mulig forbrugere kan engagere sig, få viden og kompetencer og kan foretage et trygt valg.

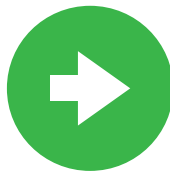
Forbrugerrådet Tænks værdier



Troværdighed



Engagement



Handlekraft



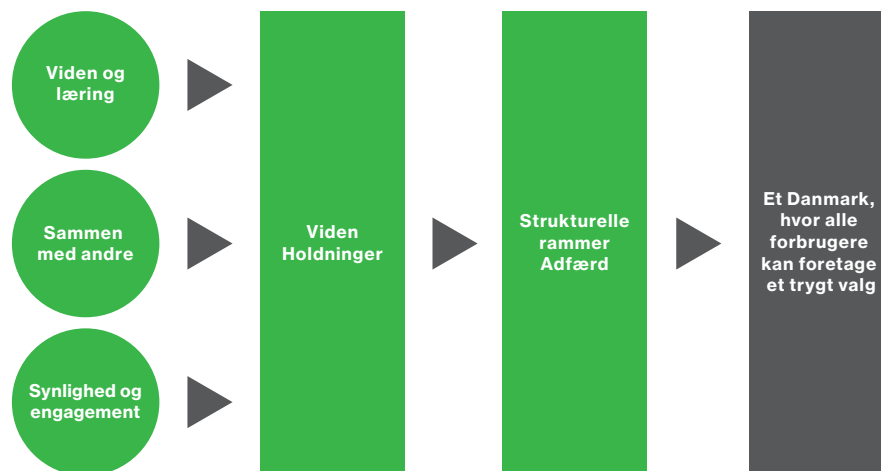
Dialog

Vi ændrer strukturelle rammer og påvirker adfærd – Forbrugerrådet Tænks strategimodel

Vores arbejde med at skabe forbrugerpolitiske forbedringer står først og fremmest på vores værdier, og er styret af tre principper:

- 1) Viden og læring skaber troværdighed
- 2) Vi skaber forbedringer for forbrugerne sammen med andre
- 3) Vi skaber synlighed og engagement.

Formålet er dels at påvirke strukturelle rammer og vilkår (dansk og europæisk regulering, brancheaftaler mv.), dels adfærd hos vores interessenter (forbrugere, brancher, konkrete virksomheder eller lovgivere) alt sammen for at række mod vores vision om et Danmark, hvor alle kan træffe et trygt valg.







Kommunikation i øjenhøjde

Kommunikation i Forbrugerrådet Tænk er formålsstyret og skal understøtte vores arbejde og strategiske prioriteringer.

Vores kommunikation tager udgangspunkt i vores strategiske pejlemærker og værdier. Vi kommunikerer i øjenhøjde, hvilket vil sige i et sprog og med et indhold, modtagerne forstår, og som er relevant for den situation, de er i.

Vores kommunikation skal kunne bibringe en målgruppe viden og påvirke dens adfærd. Den skal kunne give forbrugerne personlig handlekraft og samtidig kunne engagere og fremme deres samfundssengagement, så vi fortsat kan være en moderne, engagerende og involverende forbrugerbevægelse.

Vores kommunikation skal bidrage til at modne til medlemskab, rekruttere og fastholde medlemmer, skabe loyalitet og engagere, og således hjælpe med at realisere vores politiske ambitioner og understøtte almenyttige projektindsatser mv.

Vores kommunikation kan have mange formål og skal kunne tilpasse sig situationer og forhold, der ændrer sig hele tiden. Vi skal derfor kunne agere med kort aftræk på aktuelle medie- og folkesager.

Vi lægger vægt på, at vores kommunikation er modtagerorienteret. Derfor arbejder vi datadrevet og lærende med udgangspunkt i modtagernes behov. Vi arbejder hen i mod stadigt mere segmenteret og personaliseret kommunikation på digitale kanaler for at øge relevansen af vores kommunikation for den enkelte.

Forbrugerrådet Tænks medlemmer

Medlemmerne er et tydeligt udtryk for opbakning til organisationen og forbrugersagen. Derfor skal det være attraktivt at være medlem, og man har indflydelse - uanset om man er individuelt medlem eller medlemsorganisation. Vores medlemmer giver os legitimitet og handlekraft, og gør det muligt for os at opnå forbrugerpolitiske forbedringer for alle forbrugere i Danmark.

Vi skaber værdi for vores medlemmer

Vi vil skabe værdi for vores medlemmer ved at tilbyde medlemsfordele, der tager afsæt i Forbrugerrådet Tænks kerneprodukter (oplysning, test og rådgivning). Vi vil øge værdien af medlemskabet for den enkelte med et mere personligt og digitalt medlemstilbud. Medlemmet skal mødes med de medlemsfordele, der er mest relevante og anvendelige for vedkommende i den givne situation.

Vi vil øge antallet af medlemmer gennem en dynamisk, lærende og datadrevet tilgang. Og vi vil have særligt fokus på at fastholde og opbygge loyalitet hos vores medlemmer.

I udviklingen af vores medlemsfordele er det vores ambition at være relevante i hele forbrugscirklen - fra anskaffelse til bortskaffelse. Vi vil arbejde forsøgsorienteret som grundlæggende tilgang til udvikling af nye medlemsfordele. I det arbejde vil vi søge samarbejde med eksterne parter, når det er relevant.

Vores medlemsarbejde styrker medlemmernes bevidsthed, og det skal harmonere med vores forbrugerpolitiske målsætninger, vores værdier og høje etiske standarder. Vi udvikler ikke medlemsfordele, hvis andre aktører dækker området godt.

Vi løfter sammen med medlemsorganisationerne

Vi løfter forbrugerpolitiske dagsordener i fællesskab med vores medlemsorganisationer. Vi skaber værdi for medlemsorganisationerne ved at invitere dem ind i de dele af vores arbejde, hvor vi har fælles interesser, samt ved at sikre gode rammer for samarbejde og netværksdannelse. Vi vil have en bred og differentieret repræsentation af medlemsorganisationer, så vi organiserer og understøtter forbrugerinteresserne bedst og bredest - og så vi på moderne og engagerende vis sikrer, at forbrugersagen er i bevægelse.





En robust og moderne organisation

Forbrugerrådet Tænk arbejder for fortsat bæredygtig medlemsvækst og udvikling af organisationen for at kunne fastholde og styrke vores unikke og indflydelsesrige position, som forbrugernes stemme.

En forudsætning herfor, er en velfungerende organisation med en velkonsolideret økonomi og moderne systemunderstøttelse. Det er samtidig helt afgørende, at vi opleves som en attraktiv arbejdsplads, der kan fastholde og tiltrække kompetente medarbejdere.

Vi arbejder for at styrke vores udviklingsmuligheder gennem en flerstrengt indtægtsstruktur bestående af medlemsindtægter, finanslovsbevillinger, offentlige projekttilskud, licensindtægter samt privat fondsfinansiering. Vores økonomi skal kunne tåle de udsving, der ofte følger af tidsbegrænsede bevillinger og projekttilskud.



Vores kernefortælling

Vi tænker, før du handler

Det har aldrig været nemmere at forbruge. Alligevel har det aldrig været sværere at være forbruger.

Markedsføring og mærkningsordninger lover os guld og grønne skove, men det er nemt at fare vild og blive snydt. Indkøb sker med klikkets hast, men det tager timer at læse vilkår og betingelser. Techgiganter handler med vores private data, men vi kender ikke prisen. Det er dyrt at bruge banken, men umuligt at lade være.

Vores test og rådgivning hjælper forbrugeren med at navigere i hverdagen, derfor lyder vores slogan: "Vi tænker, før du handler". For det skal være trygt og nemt at træffe valg, der både passer den enkelte og passer på vores fælles fremtid.

Vi er noget særligt for vores medlemmer. Medlemmerne er vores mandat og vores motor, når vi kæmper for, at alle danske forbrugere får bedre muligheder og rettigheder. Uanset om man handler i den lokale butik eller på den globale handelsplads.

For tænk hvis det var så enkelt, at det bedste valg altid var ligetil.

Forbrugerrådet
Tænk

Vi tænker, før du handler