

Projektevaluering og opfølgingsplan

Projekt ny EVM-strategi på forbrugerområdet

6. februar 2017

FORCE

/OSK

Indstilling	Projekt ”Ny EVM-strategi på forbrugerområdet” afsluttes og slettes fra porteføljen.
Erfaringer	<p>Projektet har draget fordel af følgende:</p> <ul style="list-style-type: none">• at der fra starten blev sat gang i alle de opgaver, som kunne igangsættes (frontloading)• at der tidligt blev afholdt møder med alle interessenter, herunder også internt i KFST og EM• at projektets fra starten havde interesse i dept., og at projektet havde fokus på at fremme projektets dagsorden i de øverste ledelseslag i dept.• at konsulentanalyserne er udfærdiget i tæt samarbejde – dvs., at KFST tæt og aktivt har sparret ifm. konsulenternes analyseudarbejdelse.• At projektet fortsatte på de opgaver, som autonomt kunne drives frem, selvom der var udfordringer ift. tilbagemeldinger, samt usikkerhed om fx proces og leverancekrav.• At projektdeltagerne i starten præferencetestet. Det havde været en endnu større fordel, hvis projektgruppen havde kunnet sammensættes ud fra præferencer. Projektgruppen har således været i underskud på én af de fire whole brain præferencer. <p>Projektets udfordringer:</p> <ul style="list-style-type: none">• Der har flere gange været politisk ønske om <i>konkrete</i> handlingstiltag på områder, som ikke er fagligt afklaret/modnet endnu eller på områder, hvor EU-lovgivningen fx var meget begrænsende. Dette kunne evt. være undgået med en tydeligere forventningsafstemning fra starten samt i projektbeskrivelsen.• Det har været en udfordring, at der i løbet af projektet er opstået krav om, at et forbrugerpolitisk udspil ligeledes skulle handle om at sænke byrder for virksomhederne. Det er uklart hvorledes denne sammenkobling er opstået, men - på trods af gentagne forsøg - har det ikke været muligt at få slået fast, at aktive forbrugere og nedsættelse af virksomhedernes byrder er to forskellige ting. Det vides ikke, hvordan en tilsvarende situation kan undgås.• Flere af de potentielle tiltag ligger indenfor andre ressortområder, hvilket har udgjort en barriere. Det har i denne sammenhæng været svært at få fastsat en ØU-forelæggelse. I projektbeskrivelsen var det meningen, at ØU forelæggelsen skulle ligge tidligt i processen og give mandat til at behandle og analysere tiltag indenfor andre ressorts. Denne forelæggelse blev udskudt flere gange, fordi der var et ønske om konkrete forslag og gennemanalyseret indhold, hvilket til sidst resulterede i et konkret

**KONKURRENCE- OG
FORBRUGERSTYRELSEN**

**ERHVERVS- OG
VÆKSTMINISTERIET**

udkast til et politisk udspil i september måned (som ikke var koordineret med andre ressorts). Igen er det her vigtigt at få klargjort processen og forventningerne til ØU-notat fra starten.

- Projektgruppen har været bred. Det har derfor været en udfordring at afholde projektmøder, som var relevante for alle. Erfaringen kan her være at opdele projektgruppen og møderne ift. projektfaser og/eller faglighed samt eventuelt at skære antal formelle projektdeltagere ned (fx til medarbejdere, som leverer mere end 100 timer). Ligeledes bør deltagelse fra Mindlab være afklaret ift. roller og leverancer, inden de skrives på projektet, så dette ikke skal defineres efter at projektet er gået i gang.
- Endelig er det vigtigt fra starten at have en forventningsafstemning i styregruppen ift. deltagere, antal møder, notaters udformning og karakter (fx beslutning vs orientering), pre-høring, udsendelsesfrister mv.

Evaluering	
Formål med projektet og ønsket effekt	<ul style="list-style-type: none"> • Formulere en ny forbrugerpolitisk vision, der både favner den teknologiske udvikling og forbrugeradfærdens betydning for forbrugervelfærd og vækst i samfundet. • Analysere den teknologiske udviklings betydning for forbrugerpolitik og aktive forbrugere. • Analysere mulighederne for at anvende adfærdsvidenskab mhp. at føre en mere effektiv og vækstfremmende forbrugerpolitik. • Klarlægge hvilke analyser og forsøg som kan igangsættes, for at skabe tilstrækkelig evidens og grundlag for større, markedsspecifikke tiltag, der skaber vækst gennem aktive forbrugere. • Klarlægge potentialet i en samlet og mere helhedsorienteret tilgang til forbrugerregulering på tværs af myndigheder. • Klarlægge hvilke forbrugerpolitiske initiativer, som umiddelbart kan igangsættes for at understøtte regeringens erhvervspolitiske sigtelinjer. • Udarbejdelse af plan for implementering samt EVM's strategiske mål på forbrugerområdet.
Succeskriterier og leverancer	<p>Projektet har leveret størstedelen af de mål, som blev opsat i projektbeskrivelsen. Det nye regeringsgrundlag og ministerskiftet har betydet, at et politisk udspil ikke har kunnet leveres (dog blev forelagt en detaljeret disposition). Projektets arbejde kan endvidere genkendes i det nye regeringsgrundlag og projektet vil danne grundlag for KFST fremadrettede arbejde med forbrugerområdet.</p>
Fremdrift	<p>Projektet har haft en god fremdrift til og med sommeren 2016. I efteråret 2016 har projektet været udfordret af en langsom politisk proces. Det har i denne periode ligeledes været en udfordring at "holde sammen" på projektgruppen. Det er dog lykkedes at arbejde sideløbende på projektet analyseopgaver og andre leverancer under denne proces.</p>

Ressourcer	<p>Projektet har generelt haft de nødvendige ressourcer.</p> <p>Der har været perioder, hvor projektet har haft brug for trække på alle projektdeltagere, hvor kontoret har været presset af vakancer samt andre vigtige opgaver, som skulle varetages. Bemandingen har derfor været skrøbelig på kritiske tidspunkter, men det er alligevel lykkedes at levere gennem ledelsesprioritering samt en ekstra indsats fra alle deltagere.</p> <p>Den store projektgruppe har til tider været en udfordring, da alle møder ikke har været lige relevante for alle. Ligeledes er en stor del af projektet blevet udført af en kernegruppe, og det har derfor nogen gange været mere en formalitet, når projektgruppemøderne skulle afholdes.</p> <p>Mindlab havde på forhånd skrevet sig selv på projektet med 500 timer. Det betød at Mindlabs rolle skulle defineres i starten af projektet, og det har nogen gange været en udfordring at finde ud af, hvor de kunne bruges bedst. Mindlab har dog bidraget med nogle gode leverancer til projektet, efter deres opgaver blev defineret.</p> <p>Samarbejdet mellem centre er forløbet godt. Det betød meget, at der i foråret blev givet klar besked fra direktionen til de deltagende centre, om at projektet skulle prioriteres.</p>
Erfaringer	Se ovenfor
Opfølgingsplan	
Opfølgning 1	Projektet følges op af et nyt koncernprojekt, som skal gennemgå forbrugerrettet lovgivning og munde ud i et forbrugerpolitisk udspil ultimo 2017. Der igangsættes endvidere et støtte eksperiment på velfærdsydelse i samarbejde med Slagelse kommune.
Opfølgning 2	Der skal i 2017 tages stilling til, hvilke af projektets forslag til eksperimenter, der skal gennemføres.
Opfølgning 3	Der skal i 2017 tages stilling til, om BMF-analysen skal udvides samt hvilke områder inden for forbrugeradfærd, som KFST vil fokusere på.
Status og evt. aktiviteter ved opfølgning	Da der er tale om FORCES kerneopgaver vil opfølgningen automatisk ske i dialogen ml. FLSN og NCB/JAH

