2021-01-27

Till

Skolverket

[registrator@skolverket.se](mailto:registrator@skolverket.se).

Diarienummer 6.1.1-2020:495

**Förslag till ändrade timplaner för grundskolan m m – om Hem & konsumentkunskap**

Vi Konsumenter har alltid sett en förstärkt konsumentutbildning i grund- och gymnasieskolan som en konsumentpolitiskt avgörande åtgärd. VK har tillsammans med medlemsorganisationer i Sveriges Konsumenter 2018 i *”En stark och hållbar konsumentpolitik”* formulerat ett krav om kraftigt ökat antal timmar för ämnet i läroplanen.

Detta är också vår ståndpunkt och kommentar till det förslag från Skolverket om ändrade timplaner som nu föreligger. Vi fokuserar i detta remissvar på grundskolan.

Hem- och konsumentkunskap omfattar där idag 118 timmar av ca 6900 timmar. I förslaget föreslås 4 (fyra) ytterligare timmar under de nio åren. Det är i praktiken ingen förändring. Timantalet motsvarar cirka tre veckors studier under grundskolan eller 1,7 procent av lektionstiden. Den tiden räcker inte på långa vägar till för att lära och träna sig i att bli en medveten konsument. Inget ämne har tillnärmelsevis så lite tid. Andra – också viktiga ämnen - som kommer närmast ifråga om andel av kursplanen har dubbelt så många lektionstimmar eller mer. Det är helt oproportionellt och obegripligt med tanke på de utmaningar som finns vad gäller folkhälsa, en hållbar konsumtion, en hållbar privatekonomi och risken för ökade klyftor mellan olika grupper av konsumenter.

Hem- och konsumentkunskap är grundskolans enda ämne som ger en samlad kunskap om inköp och hantering av livsmedel, mat och hygien, hushållets skötsel och vård av inventarier och kläder samt hur hemarbetet fördelas jämställt. Detta är resurshushållning och grunden för såväl en cirkulär ekonomi som en sund privatekonomi.

Konsumenter i dag är utsatta och kraven på framtidens konsumenter kommer att vara ännu större. Marknaden är global och komplex, utbudet av varor och tjänster enormt. Näthandeln ökar och affärsmodellerna på internet är allt mer svåra att förstå, avtalsvillkoren vi godkänner på nätet blir fler och krångligare. Erbjudanden om delbetalningar och snabba lån utan kreditprövning riskerar att kullkasta privat-ekonomin.

Det kommersiella trycket är stort. Reklamen ser allt mer sällan ut som traditionell reklam utan kommer från influencers eller förklätt till redaktionellt innehåll. Reklamen sätter i mycket normerna för hur vi lever – inklusive hur vi äter. Kunskaperna behöver förbättras för att både stimulera till ett intresse för livsmedel, en sundare kosthållning och en kritisk inställning till det som påstås i reklamen.

Hållbar konsumtion blir allt viktigare för att främja hållbarhetsmålen i Agenda 2030. De 17 övergripande globala målen handlar bl.a. om en mer rättvis värld, god utbildning för alla och att värna våra ekosystem, minska vår klimatpåverkan, främja ökad biologisk mångfald samt att sträva efter hållbar produktion och konsumtion. Hemkunskap måste medföra ökad kunskap om hur exempelvis maten eller kläderna produceras och vilken effekt detta har från hållbarhetsynpunkt Medvetna konsumtionsval är en utmaning för alla. I Hem- och konsumentkunskap får ungdomar kunskap i hur allt hänger ihop och i de praktiska momenten får man öva och träna. Det ger ett helhetsperspektiv och insikt i hur allt samspelar.

Hem- och konsumentkunskap är också en fråga om rättvisa. Självfallet har föräldrarna också ett stort ansvar, men många föräldrar har idag inte de kunskaper som behövs om livsmedel, hållbar konsumtion, konsumenträtt, och privatekonomi. Ett litet antal timmar Hem- och konsumentkunskap riskerar därmed att vidga klyftorna mellan dem som har goda och dåliga förutsättningar att klara sig som konsument. Det handlar om att skapa lika förutsättningar att kunna vara en medveten och kritisk konsument, att kunna utöva sin konsumentmakt.

För de yngre eleverna kan man mycket väl utgå från hemmet och familjen. Men för de äldre är det viktigt att lyfta blicken uppåt och utåt. Vilken mat ska man välja för en hållbar konsumtion och hur ska den lagas? Vad är en energideklaration? Vilka tvätt- och rengöringsmedel är bra? Det är några exempel på frågor som är viktiga för framtidens konsumenter att behärska.

Konsumenträtt och privatekonomi bör vara grunden för ämnet för de äldre eleverna – kombinerat med kunskaper i matlagning, som vi vet brister hos många unga människor i dag. Viktiga frågeställningar är: Vad har jag för rättigheter och skyldigheter som konsument? Vad är ett avtal och när får jag ingå ett sådant? Hur påverkar olika val (t ex pensionsvalet) min framtida privatekonomi?

Vi Konsumenter menar att det är viktigt att det finns ett särskilt konsument-kunskapsämne, men lika viktigt är att konsumentkunskaperna kommer in i övriga ämnen; samhällskunskap, matematik, idrott och hälsa m fl.

Kraven är:

* att antalet timmar i hem- och konsumentkunskap tredubblas i den kommande timplanen, för att nå kursplanens intentioner och mål och sträva mot hållbarhetsmålen i Agenda 2030.
* att tillgodose ungdomars rätt att få kunskap i hantering och konsumtion av mat/varor/tjänster och hur detta påverkar hälsa, ekonomi och miljö.
* att praktiska moment ges längre arbetspass vid schemaläggning.
* att timmarna fördelas på grundskolans tre stadier med tyngd på högstadiet.
* Att konsumentrelaterade delar av samhällskunskapen kraftigt förstärks.

Med vänlig hälsning

Gunnela Ståhle  
Ordförande Vi Konsumenter