

## Försäkringsförmedlares information till konsumenter – 2015-års granskning

### 1 Bakgrund

Konsumentverkets utgångspunkt är att konsumenter möter svårigheter på försäkringsmarknaden. Särskilt svårt är det för konsumenter att förstå försäkringar som är avsedda för sparande, ofta över lång tid.<sup>1</sup> Att konsumenter i denna situation kan få hjälp av en försäkringsförmedlare att välja lämpliga försäkringsprodukter är i grunden positivt. Men, för att konsumenter ska kunna förhålla sig till den information som förmedlaren lämnar, och ges förutsättningar att kunna fatta ett välgrundat affärsbeslut, krävs att informationen är tillräckligt innehållsrik och att den är klart och begripligt presenterad för konsumenten. Därutöver behöver informationen ges i rätt tid så att konsumenten har faktisk möjlighet att ta den till sig.

Den undersökning<sup>2</sup> som Konsumentverket har genomfört har syftat till att ta reda på hur informationsgivningen från förmedlare till konsument om försäkringsförmedlingen förhåller sig till de krav som ställs på informationen i lag (2005:405) om försäkringsförmedling, LFF. Viktiga frågor har varit: Innehåller informationen de upplysningar som krävs? Ges den i rätt tid? Är informationen klar och begriplig för konsumenten?

Syftet med undersökningen har förstås varit att bidra till att konsumenter skyddas, men också att ge återkoppling till förmedlarna så att dessa självmant kan förbättra (komplettera och förtydliga) sin information.

Regelinriktad granskning, dvs. att se till att informationen uppfyller de legala krav som ställs på den, är viktig för konsumentskyddet men kan inte ensam nå fram till att konsumenter ges förutsättningar att fatta välgrundade beslut. Ett intresse från konsumentens sida och en omsorg om konsumentens intressen från förmedlarens sida är också nödvändiga. Det rör sig således om en ömsesidig pedagogisk utmaning; av förmedlaren att förklara och förankra och av konsumenten att läsa i sin takt och våga ställa frågor när han/hon inte förstår.

---

<sup>1</sup> Konsumenters problem vid köp av försäkringar har uppmärksammats bland annat i de konsumentrapporter som Konsumentverket har publicerat sedan 2013. I dessa utpekades inte bara försäkringar för sparande, utan även skadeförsäkringar, som problematiska för konsumenter.

<sup>2</sup> I texten används både begreppet "undersökning" och "granskning" i synonyma betydelser för den insats som har genomförts.

## 1.1 Kort om undersökningen

Denna undersökning är den fjärde i ordningen som Konsumentverket genomför sedan 2011 och ingår i myndighetens kontinuerliga arbete för att förbättra informationen som försäkringsförmedlare lämnar till konsumenter.<sup>3</sup>

Undersökningen omfattar i huvudsak mindre försäkringsförmedlare med en eller ett par anställda. Förmedlarna har antingen haft egna tillstånd att förmedla livförsäkringar, eventuellt med ytterligare sidotillstånd, eller varit anknutna förmedlare. Totalt har 30 stycken försäkringsförmedlare ingått i undersökningen.

Urvalet har gjorts efter samråd med Finansinspektionen och Konsumenternas försäkringsbyrå. Till detta har också ett par förmedlare utvalts mer slumpmässigt. Vägledande urvalskriterier har varit att förmedlarna ska erbjuda sina tjänster åt konsumenter, att förmedlarna ska vara geografiskt spridda över landet och att de produkter som erbjuds ska vara försäkringar avsedda för sparande. Skadeförsäkringar (sakförsäkringar) har därmed inte ingått i denna granskning.

De förmedlare som har ingått i granskningen har fått skicka in den information som lämnas till konsumenter om försäkringsförmedlingen. Förmedlarna har även fått beskriva hur förmedlingsprocessen går till från inledande kontakt till ingånget försäkringsavtal. Med tillgång till dessa uppgifter har det varit möjligt att granska om informationen innehåller de uppgifter som krävs samt om informationen är lämnad i rätt tid.

## 1.2 Tillsynsansvar och tillämpliga regler

En relativt vanlig fråga är varför Konsumentverket granskar informationen från försäkringsförmedlare, när det är Finansinspektionen som ger tillstånd för försäkringsförmedling och har tillsyn över LFF. Svaret på frågan är att tillsynsansvaret enligt LFF är delat mellan Finansinspektionen och Konsumentverket. Konsumentverket har tillsyn över marknadsföringslagen (2008:486), MFL, samt informationsbestämmelser i andra lagar, exempelvis LFF. Lagtekniskt finns kopplingen mellan MFL och LFF i 6 kap. 8 § LFF. Denna utpekar att 10 § 3 st. MFL ska tillämpas om en förmedlare inte har lämnat korrekt information.<sup>4</sup> I lagrummet sägs också att informationen ska anses vara väsentlig.

10 § 3 st. MFL handlar om så kallade vilseledande utelämnanden och tillämpas inte bara i de fall informationen inte alls har lämnats, utan gäller även om informationen har lämnats på ett oklart eller annat olämpligt sätt.

---

<sup>3</sup> För de tre tidigare undersökningarna, se diarienummer (Dnr) 2011/693, 2012/1058 samt 2014/257.

<sup>4</sup> Dock ska inte bestämmelserna i 29-36 §§ MFL om marknadsstörningsavgift tillämpas.

För att vilseledande marknadsföring också ska vara att anse som otillbörlig enligt 8 § MFL krävs att den har påverkat, eller sannolikt påverkat, konsumentens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

Konsumentverkets uppfattning är att om information som i lagtext har utpekats som väsentlig information inte ges eller ges på ett oklart sätt, får det sägas ligga i sakens natur att konsumentens förmåga till ett välgrundat affärsbeslut påverkas negativt. Sådan påverkan är i vart fall sannolik, vilket är tillräckligt enligt 8 § MFL. Det rör sig alltså i dessa fall om otillbörlig marknadsföring.

För att marknadsföringen, det vill i detta fall säga informationen om försäkringsförmedlingen, ska upphöra att vara vilseledande och otillbörlig kan förmedlaren åläggas att lämna den väsentliga informationen enligt 24 § MFL. Åläggandet ska, enligt 26 § MFL, förenas med vite om det inte finns särskilda skäl som gör detta obehövligt.

## 2 Övergripande resultat

Nedan redovisas på ett övergripande plan de generella iakttagelser som Konsumentverket har gjort i undersökningen. Vad som sägs nedan tar således sikte på återkommande mönster som återfinns i informationen hos flera förmedlare. Enskilda förmedlare omnämns inte.

I likhet med den senaste undersökningen från 2014<sup>5</sup>, men till skillnad 2012-års undersökning, bortföll ganska få förmedlare från årets granskning, cirka 13 %.<sup>6</sup> Majoriteten av förmedlarnas information kunde därmed granskas i sak.

Ytterligare en likhet med tidigare granskningar, vilket dock är besvärande, är svårigheten i vissa fall att få in efterfrågad information. Flera förmedlare fick påminnas om att svara och de som inkom med sena svar tog inte själva kontakt för att få anstånd med svaret. Att svar kan dröja kan naturligtvis ha flera förklaringar och godtagbara skäl kan finnas. Inte desto mindre är Konsumentverkets erfarenhet att försäkringsförmedlare oftare än andra finansiella företag är svårare att få in efterfrågad information ifrån i rätt tid.

Reaktionerna bland förmedlarna på undersökningen har varit blandade; vissa har varit mycket frågande till varför granskningen görs och vad den syftar till<sup>7</sup>, medan andra (de flesta) antingen inte har reagerat på något särskilt sätt eller ansett granskningen som positiv och en möjlighet att förbättra informationen till kund.

På ett övergripande plan är Konsumentverkets uppfattning att de flesta förmedlare i stort sett lämnar information om de punkter som följer av LFF

---

<sup>5</sup> Dnr 2014/257.

<sup>6</sup> Jämför Dnr 2012/1058. Där var motsvarande siffra hela 40 % (16/40 st.). Vad bortfallen beror på kommenteras kortfattat i avsnitt 3 nedan.

<sup>7</sup> Se avsnitt 1 ovan.

(6 kap. 1 och 2 §§). Att de punkter som ska vara med också är med visar att informationens omfattning har förbättrats i förhållande till de tidigaste granskningarna som Konsumentverket gjorde. Det rör sig dock om många informationspunkter varför det emellertid fortfarande är vanligt att någon punkt är förbisedd i informationen. En viktigare fråga är att den information som är tillräckligt utförlig och – framförallt – att den är klar och begriplig för konsumenten. Det kan även konstateras att vissa informationspunkter är av större betydelse för konsumentens affärsbeslut än andra, men att konsumenter troligen har svårt att skilja ut viktig från mindre viktig information.

De vanligast förekommande bristerna handlar om vilket urval av försäkringsavtal (produkter) som förmedlarens förslag baseras på (6 kap. 2 §), om kvalificerande innehav finns (6 kap. 1 § 4 p.), förmedlarens ersättningar och priset för förmedlingen (6 kap. 1 § 5 p.) samt information om konsumenters möjligheter att få del av vägledning och få tvister prövade utanför domstol (6 kap. 1 § 8 p.).

Priset och ersättningar till förmedlaren är en särskilt viktig fråga och dessa redovisas enligt Konsumentverkets bedömning ofta på ett övergripande och ”tekniskt” sätt i förköpsinformationen. Flera modeller används och intervaller anges ofta. Som regel behövs därför att antaganden (val) görs innan det är möjligt att räkna ut kostnader och ersättningar. Konsumentverkets slutsats är därmed att det är svårt för en genomsnittlig konsument att förstå om kostnaderna är höga eller låga samt att konsumenter har svårt att uppfatta ens höga ersättningar till förmedlarna. En viss obalans kan också finnas i att ersättningarna beskrivs svepande medan det så kallade annullationsansvaret (när ersättningarna behöver betalas tillbaka helt eller delvis) lyfts fram mycket tydligt. Det kan därför ifrågasättas om en konsument med hjälp av informationen förstår vilka incitament som förmedlaren kan ha för att alls föreslå en försäkring och mer specifikt varför en viss produkt föreslås framför en annan.

Informationsgivningen är ofta stegvist uppbyggd med inledande information som är mycket allmän. Informationen konkretiseras sedan efter att konsumenten träffar förmedlaren vid uppföljningsmöten och gör val. Av den information som har inkommit är det mycket tydligt att formulär – ofta benämnda rådgivningsdokumentation – har en särställning. I de flesta fall har dock denna inte varit ens delvis ifylld, varför det är svårt att bedöma den mycket viktiga frågan vilken konkret information som ges när informationen anpassas i mötet med konsumenten. Formuläret kan förebygga att informationspunkter missas, men kan inte säkerställa att kvalitativ information, anpassad till den konsument som förmedlaren möter, ges. Skrivytorna i formulären är begränsade. Separata dokument där texten kan läggas ut är därför att rekommendera.

Så länge den kompletterande, anpassade, informationen ges ”i rimlig tid innan” försäkringsavtalet ingås och är klart och begripligt presenterad för

konsumenten, är informationen i sin ordning. Konsumentverket konstaterar dock att i dessa fall, när informationsgivningen sker stegvis, blir det svårt för konsumenter att få en samlad bild av informationen. En viktig risk är att väsentlig information inte beskrivs i tillräcklig tid utan ges för nära inpå avtalsslutet. I dessa fall hinner inte konsumenten beakta den skriftliga informationen utan fäster störst avseende vid den information som lämnas muntligen av förmedlaren.

### 3 Den fortsatta handläggningen

Hos 21 av de 30 försäkringsförmedlare som Konsumentverket har granskat information ifrån, bedömer Konsumentverket att informationen kan förbättras om åtgärder vidtas. I dessa fall kommer löpande tillsynsinsatser att inledas och bolagen kommer att få del av i vilka konkreta avseenden som informationen kan förbättras samt ges möjlighet att yttra sig över Konsumentverkets påpekanden.

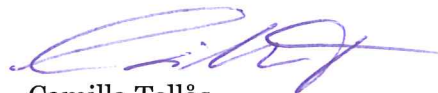
Fyra förmedlare har bortfallit från granskningen, främst på grund av att verksamheten inte visade sig vara riktad till konsumenter eller att förmedlaren inte längre bedriver försäkringsförmedlingsverksamhet.<sup>8</sup>

I fem fall har Konsumentverket inte kunnat konstatera några brister i informationsgivningen.

Individuellt utformad återkoppling sker till samtliga förmedlare som har ingått i undersökningen. I anslutning till återkopplingen får förmedlarna även del av denna avslutsPM.



Elin Steno  
Jurist



Camilla Tellås  
Jurist



Joel Westerlund  
Jurist

För mer information om Konsumentverket, se vår webbplats,  
[www.konsumentverket.se](http://www.konsumentverket.se)

---

<sup>8</sup> I de fall försäkringsförmedlingen endast i liten utsträckning riktade sig mot konsumenter (privatpersoner) bedömde Konsumentverket att ett visst konsumentintresse fanns, varför dessa förmedlares information granskades i sak. Vilka skäl som kan finnas till att behålla tillståndet för försäkringsförmedling när ingen sådan verksamhet bedrivs saknar Konsumentverket kännedom om. Att sådana exempel finns visar dock både denna och tidigare undersökningar.