

Avslutspromemoria: 2014-års undersökning av försäkringsförmedlares information till konsumenter

1 Inledning och bakgrund

Konsumentverkets utgångspunkt är att konsumenter befinner sig i ett underläge på försäkringsförmedlingsmarknaden. Informationsasymmetrier, dvs. olika styrkeförhållanden beroende på informationstillgång, finns mellan konsumenter och förmedlare. Konsumenter har också i allmänhet låg kunskap och lågt intresse för försäkringsfrågor. Det sagda gäller särskilt för komplexare försäkringsprodukter som löper under lång tid såsom livförsäkringar med ett sparandemoment.

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 kunna fatta ett välgrundat affärsbeslut i linje med sina preferenser krävs att informationen är tillräckligt innehållsrik och att den är klart och begripligt presenterad för konsumenten.

Den undersökning som Konsumentverket nu har genomfört har syftat till att ta reda på hur informationsgivningen från förmedlare till konsument förhåller sig till de krav som ställs på informationen i lag 2005:405 om försäkringsförmedling, LFF.¹ Viktiga frågor har varit: Innehåller informationen de upplysningar som krävs i 6 kap. 1 § LFF? Ges den i rätt tid? Vilket produktutbud ligger till grund för förmedlarens rekommendationer? Är informationen till sin utformning och innehåll klar och begriplig för konsumenten?

1.1 Närmare om undersökningen

Undersökningen är den tredje i ordningen som Konsumentverket genomfört sedan 2011.² Den omfattar i princip uteslutande 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. 20 stycken försäkringsförmedlare har ingått i undersökningen.

Urvalet av förmedlare har skett efter samråd med Finansinspektionen, Konsumenternas Försäkringsbyrå samt Konsumenternas Bank- och finansbyrå. Genom samråd har undvikits dels att Konsumentverket och Finansinspektionen granskar samma förmedlare, dels att undersökningen tar sikte på förmedlare som konsumenter har haft frågor om eller klagomål emot. Till detta har också ett

¹ I avsnitt 2 nedan redogörs kortfattat för Konsumentverkets tillsynsansvar över försäkringsförmedlare och hur de centrala lagreglerna är uppbyggda.

² För de äldre undersökningarna, se Dnr 2011/693 resp. 2012/1058.

par förmedlare utvalts mer slumpmässigt. Gemensamma urvalskriterier har varit att de förmedlare som ingår ska erbjuda sina tjänster helt eller delvis åt konsumenter. I annat fall saknas ett konsumentintresse. Förmedlarna ska också vara geografiskt spridda och erbjuda försäkringar avsedda för sparande, varför skadeförsäkringar inte har ingått i denna granskning.

Konsumentverket har efterfrågat vilken information som lämnas om försäkringsförmedlingen till konsumenter och i vilken form. Förmedlarna har, förutom att skicka in denna information, också fått beskriva hur förmedlingsprocessen går till från inledande kontakt till ingånget försäkringsavtal. Med denna information har det varit möjligt att granska om informationen innehåller de uppgifter som krävs samt om informationen är lämnad i rätt tid enligt LFF. Undersökningens närmare utformning framgår av bilaga till denna PM.

I undersökningen har underlag från förmedlarna inkommit under en spridd tidsperiod. De tidigaste svaren inom fr.o.m. slutet av mars och det senaste svaret i slutet av augusti. De resultat som redovisas nedan tar därmed sikte på hur informationen var utformad vid dessa tidpunkter, vilket innebär att förändringar kan ha skett senare och att informationen kan vara annorlunda utformad idag. Informationen har enbart bedömts rättsligt i förhållande till kraven på innehåll och utformning i 6 kap. 1-4 §§ LFF. Andra krav som kan ställas på informationen, såsom att relevant och rättvisande riskinformation ska finnas och att viktiga begränsningar i försäkringsskyddet tydligt ska framgå, har inte beaktats.

2. Något om Konsumentverkets tillsynsansvar enligt LFF

Konsumentverket har tillsyn över marknadsföringslagen (2008:486), MFL, vilket innebär att marknadsföring från försäkringsförmedlare faller under Konsumentverkets tillsynsansvar. Konsumentverket har också tillsyn över att förmedlare följer informationsbestämmelserna i 6 kap. 1-4 §§ LFF. Kopplingen mellan dessa och MFL finns i 8 § LFF. Denna utpekar att 10 § 3 st. MFL ska tillämpas om en förmedlare inte har lämnat korrekt information.³ I lagrummet sägs också att informationen ska anses vara väsentlig.

10 § 3 st. MFL handlar om s.k. vilseledande utelämnande och tillämpas inte bara i de fall informationen inte alls har lämnats, utan gäller även om informationen har lämnats på ett oklart eller olämpligt sätt. 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 väsentlig information utelämnas, eller lämnas på ett oklart sätt, ligger det i sakens natur att detta har en negativ påverkan på konsumenters förmåga till välgrundade affärsbeslut. I vart fall är en sådan negativ påverkan sannolik. 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.

³ Dock ska inte bestämmelserna i 29-36 §§ MFL om marknadsstörningsavgift tillämpas.

3. Övergripande resultat

En viktig skillnad i förhållande till föregående undersökning är att endast två av 20 försäkringsförmedlare (10 %) bortföll från denna undersökning.⁴ Därmed kunde 90 % av de tillfrågade förmedlarnas information granskas i sak. Skälen till bortfallet var gällande den ena förmedlaren att någon förmedling inte skedde till konsumenter, varför ett konsumentperspektiv - och därmed skäl för Konsumentverket att agera - saknades.⁵ I det andra fallet bedrevs inte längre någon försäkringsförmedlingsverksamhet. Konsumentverket fick dock inte denna del av denna information förrän efter att ha förelagt förmedlaren att vid vite enligt 45 § MFL inkomma med den efterfrågade informationen.

På ett övergripande plan är Konsumentverkets uppfattning att innehållskvaliteten på förmedlarnas information har förbättrats i förhållande till tidigare undersökningar. Färre förmedlare brister i att behandla alla de informationspunkter som tas upp i 6 kap. 1 och 2 §§ LFF. Undersökningen visar dock att informationen, enligt Konsumentverkets bedömning, kan förbättras i princip i samtliga fall genom kompletteringar av informationen och framförallt genom att informationen ökar i tydlighet. I de flesta fall rör det sig om mindre justeringar, men även i dessa fall kommer löpande tillsynsärenden att inledas. Kommunikationen kommer i dessa fall att ske med den enskilda förmedlaren och peka på i vilka konkreta avseenden som informationen kan förbättras. Förmedlaren kommer också att ges tillfälle att yttra sig över Konsumentverkets skrivelser och redogöra för hur vederbörande kommer att agera.⁶

De vanligast förekommande bristerna berör information om konsumenters möjlighet till tvistelösning utanför domstol samt att få del av vägledning, vad urvalet av produkter baseras på, priset för förmedlingen och vilka ersättningar som förmedlaren får från tredje man. Den sistnämnda informationen är ofta övergripande redovisad och tekniskt beskriven. Flera modeller kan finnas och som regel krävs antaganden för att kunna räkna ut vad ersättningen blir. Svåra begrepp används, ibland utan att definieras och används inte heller på ett enhetligt sätt av olika förmedlare. Konsumentverkets bedömning är därmed att det är svårt för en genomsnittlig konsument att förstå både vad förmedlingen kostar, i synnerhet över tid, och hur förmedlaren får betalt och med hur mycket. Det kan därför ifrågasättas om en konsument med hjälp av informationen förstår vilka incitament som förmedlaren har för att 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 stegvis efter att konsumenten träffar förmedlaren vid uppföljningsmöten och gör val. Så länge den kompletterande informationen ges "i rimlig tid innan" försäkringsavtalet ingås och är klart och begripligt presenterad för konsumenten, är informationen i sin ordning.⁷ Konsumentverket konstaterar dock att i dessa fall, när informationsgivningen sker stegvis, blir det svårt för konsumenter att få en samlad bild av informationen och risken finns att väsentlig information inte beskrivs på ett klart sätt samt att den ges för nära inpå avtalslutet. I dessa fall hinner inte konsumenten att beakta den skriftliga informationen utan fäster störst avseende vid den information som lämnas muntligen av förmedlaren.

⁴ Jfr. Dnr 2012/1058. Där var motsvarande siffra hela 40 % (16/40 st.).

⁵ I ett par fall har förmedlare som har ingått i undersökningen uppgett att förmedlingen endast till en liten del är riktad mot konsumenter. I dessa fall har dock Konsumentverket bedömt att ett konsumentperspektiv finns. Förmedlarens information har därmed granskats.

⁶ Se avsnitt 4 nedan.

⁷ I 6 kap. 3 § 1 st. anges även att informationen ska lämnas i en handling eller i någon annan läsbar och varaktig form som är tillgänglig för kunden (konsumenten). Informationen ska därmed inte finnas enbart på en webbplats vilken kan bli föremål för förändringar.

4 Ärendets fortsatta handläggning

Mot bakgrund av att undersökningen är genomförd är ärendet färdigbehandlat och kommer att avslutas. I 17 fall kommer tillsynsärenden att inledas med syfte att förbättra den information som förmedlarna lämnar till konsumenter. I två fall har Konsumentverket funnit att ett konsumentintresse saknas varför dessa förmedlare har bortfallit från undersökningen och i ett fall har Konsumentverket inte kunnat konstatera några brister i informationsgivningen.⁸



Joel Westerlund
Jurist



William Berle
Jurist

⁸ Jämför första stycket i avsnitt 3 ovan.