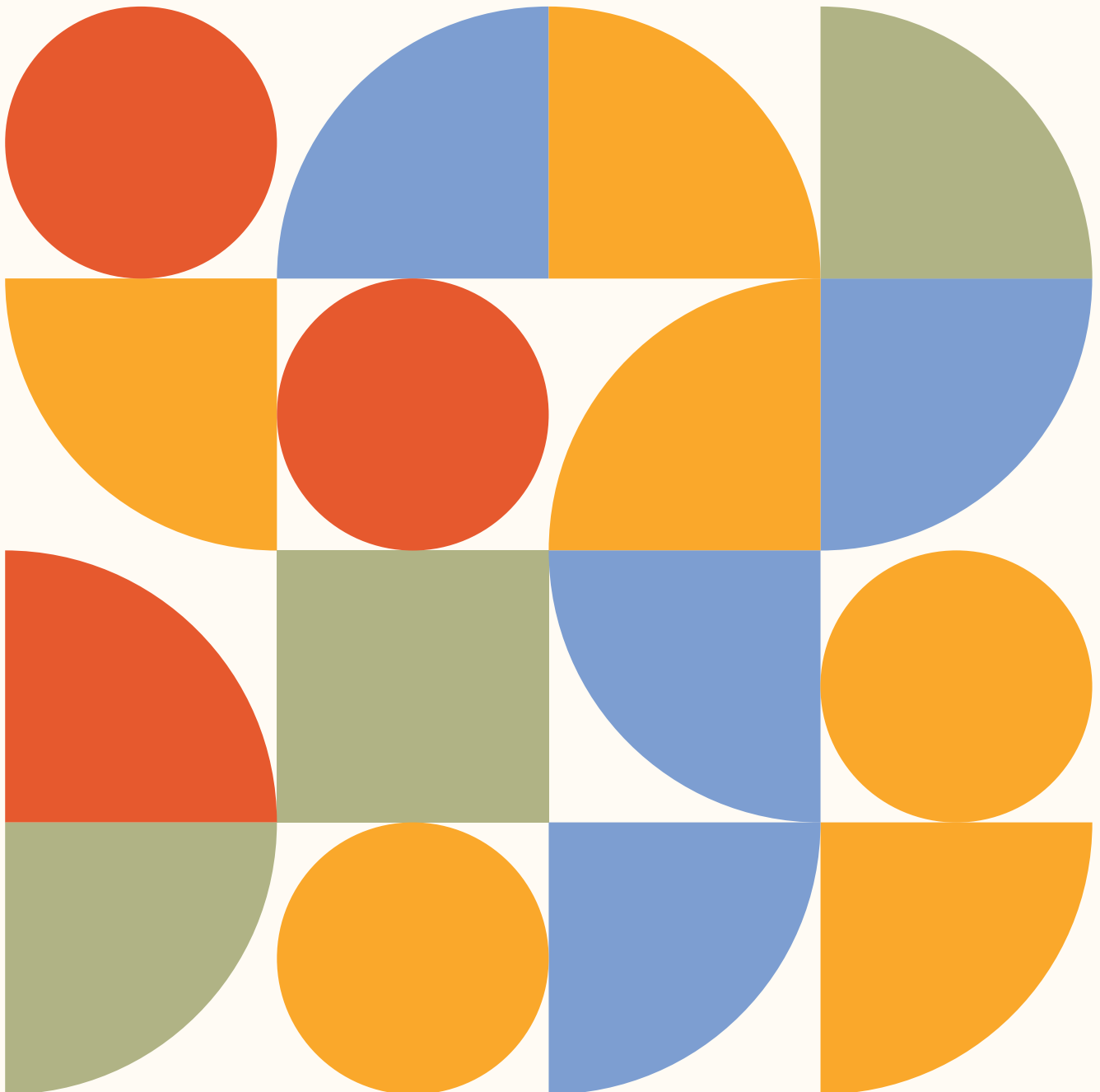


SFM Vägledning

Vägledning Sakförsäkring



Innehåll

Förord	2
Innehåll God försäkringsdistributionssed och omsorgsplikt:.....	4
SFM vägledning för försäkringsförmedlare.....	4
Inledning	4
Proportionalitetsprincipen	4
Försäkringsförmedling till företagskunder inom sakskadeförsäkring	5
A. Krav och behov.....	7
B. Råd och rådgivning	10
C. Information	13
D. Dokumentation	14
Bilaga 1 avsnitt D.....	18
Uppgifter om kunden	18
2. Uppgifter om försäkringsdistributionen	20
E - Vissa ersättningsfrågor.....	21
Referenser	25
Vägledning vad gäller försäkringsförmedlares roll som utvecklare av försäkringsprodukter (SFM 2020-04)	27
Illustration 11	28
Kontaktuppgifter.....	29

Förord

Försäkringsförmedlare har en nyckelroll på försäkringsmarknaden och bidrar i hög grad till en ökad konkurrens på försäkringsområdet. Försäkringsförmedlarnas kunder ska känna sig trygga, vara nöjda och de ska få tillgång till försäkringar som erbjuds i konkurrens och därför till pressade priser. På så sätt tillför försäkringsförmedling ett stort värde till kunder och samhällsekonomin.

Svenska försäkringsförmedlares föreningen (SFM) är branschorganisationen för försäkringsförmedlare i Sverige. SFM representerar försäkringsförmedlares intressen inom såväl sak- som livförsäkring. SFM har ca 1 900 förmedlare respektive ca 150 bolag som medlemmar varav 1/3 sakförsäkringsförmedlare och 2/3 livförsäkringsförmedlare. Som branschorganisation verkar därför SFM för ett stort förtroende och en enklare vardag för försäkringsförmedlare samt för en kvalitativ plattform för lärande.

Försäkringsförmedling förutsätter högt förtroende från marknaden och genom vägledning till branschen skapas förutsättningar för ett starkare och mer enhetligt skydd för kunderna. Genom samarbete mellan representanter från medlemmarna har SFM arbetat fram denna vägledning som beretts via Forum för Sakförsäkring och varit föremål för remiss till samtliga medlemmar. Vägledningen förvaltas av förmedlarbranschen via SFM och förhoppningen är att den är till praktisk nytta och att alla som tillämpar den är med och bidrar till utvecklingen genom att kontakta SFM:s kansli om det finns förslag på förbättringar.

SFM rekommenderar medlemmar att tillämpa vägledningarna men det hindrar inte andra aktörer på marknaden att tillämpa den om de så önskar och finner det lämpligt i sin verksamhet.

Vägledning för god försäkringsdistributionssed och omsorgsplikt – företag/sak

Innehåll God försäkringsdistributionssed och omsorgsplikt:

SFM vägledning för försäkringsförmedlare

Vägledning för god försäkringsdistributionssed och omsorgsplikt – företag/sak (SFM 2020–03)

Inledning

Denna vägledning är framtagen för att återge hur branschen arbetar praktiskt i enlighet med god försäkringsdistributionssed och för att uppfylla omsorgsplikten i enlighet med lag (2018:1219) om försäkringsdistribution (LFD). Denna vägledning förvaltas av branschen via Svenska försäkringsförmedlarnas förening (SFM) och är föremål för löpande översyn inom ramen för Forum för Sakförsäkring.

En försäkringsförmedlare är en försäkringsdistributör och ska som sådan bedriva sin verksamhet enligt god försäkringsdistributionssed och med tillbörlig omsorg ta till vara kundens intressen. Försäkringsförmedlaren ska handla hederligt, rättvist och professionellt.

Försäkringsförmedlaren ska anpassa sin rådgivning efter kundens önskemål och behov samt endast rekommendera lösningar som är lämpliga för kunden. Vägledningen syftar sammantaget till att beskriva en nivå som bör tillämpas av försäkringsförmedlare för att anses vara inom ramen för god försäkringsdistributionssed.

Vägledningen hindrar inte att försäkringsförmedlare tillämpar mer långtgående åtgärder där detta är lämpligt. Avvikelser från vägledningen kan förekomma i den praktiska tillämpningen med hänsyn till det tolkningsutrymme regelverket ger och omständigheter i enskilda fall. Avvikelser bör alltid vara medvetna och försäkringsförmedlare bör alltid uppnå ändamålen med lag och föreskrift.

Vägledningen är endast återgivande av branschpraxis och kompletterar bestämmelser i lag och föreskrift, den är därför inte uttömmande och förbättringsförslag på vägledningen kan skickas till SFM:s kansli. För distributionsåtgärder vid återförsäkring och försäkring mot stora risker kan försäkringsförmedlaren särskilt avtala bort omsorgsplikten och efterföljande skadeståndsansvar.

Proportionalitetsprincipen

Det är angeläget att lagar och föreskrifter inte ställer hårdare krav än nödvändigt. Av skäl (72) i IDD¹ framgår att direktivet inte bör vara alltför betungande för små och medelstora försäkrings- och återförsäkringsdistributörer. Ett av sätten att uppnå detta mål är en korrekt tillämpning av proportionalitetsprincipen. Den principen bör tillämpas på kraven på försäkrings- och återförsäkringsdistributörer såväl som på tillsynsutövningen.

Lagar och föreskrifter om försäkringsdistribution omfattar ett stort antal aktörer på försäkringsmarknaden och det finns därför ett behov av flexibilitet i regelverket, både mellan olika aktörer och över tid.² Därför finns god sed som utgör en funktion för att låta utvecklingen av densamma spegla synen i bland annat branschen och från branschorganisationer.

Denna vägledning är framtagen för att kunna tillämpas vid försäkringsdistribution av försäkringsförmedlare i Sverige oavsett storlek.

Försäkringsförmedling till företagskunder inom sakskadeförsäkring

Begreppen kund och potentiell kund är av central betydelse i regelverket och beroende av kundens individuella kunskap och erfarenhet kan kraven på försäkringsdistributionen se olika ut.³ Dessutom är bestämmelser i lag och föreskrift formulerade på sådant sätt att de medger att kunder eller situationer behandlas på olika sätt beroende på kundens kunskap och erfarenhet samt andra omständigheter. Exempelvis ska förköpsinformation och ersättningsinformation lämnas till kund på nytt vid förnyelse, *om det behövs*. Om det behövs eller inte beror på om det skett väsentliga förändringar som påverkar informationen, exempelvis viktigare förändringar i ägarförhållandena eller om en försäkringsförmedlare har bytt försäkringsgivare för sin ansvarsförsäkring.

Försäkringsförmedlaren ska innan (försäkrings)avtal ingås, och oberoende av om rådgivning ges eller inte, specificera kundens krav och behov och anpassa den efterföljande distributionen och eventuella rådgivningen efter den enskilde kunden (se avsnitt A).

Omfattningen av krav- och behovsprövningen skiljer sig därför åt från fall till fall. Med hänsyn till den variation av kunder och försäkringsprodukter som krav- och behovsprövningen ska tillämpas på är det emellertid inte möjligt att i detalj ange i lag och föreskrift exakt vilken information som en försäkringsdistributör bör hämta in från kunden i varje enskilt fall.⁴ En viktig del i analysen av kundens krav och behov är under alla omständigheter och av naturliga skäl, kunden själv.

Eftersom denna vägledning avser kunder som är juridiska personer, företagskunder, kan försäkringsförmedlare anpassa sitt agerande utifrån ett antal kundfaktorer hänförliga till den individuella *kunskap och erfarenhet hos företagskunden*, såsom:

- Även om ett företags risker som regel är mer komplexa än för en konsument känner företagskunder som utgångspunkt till riskerna i den verksamhet som ska försäkras.
- Företagskunder med dedikerad personal i försäkringsfrågor (t.ex. risk manager) kan antas ha mer relevanta kunskap och erfarenhet än ett mindre företag som saknar sådan ansvarig person. De senare kan behöva mer stöd för förståelse av exempelvis riskernas storlek och djupgående rådgivning.
- Företagskunderna har som regel främsta fokus på den bedrivna verksamheten. Inför förnyelse eller exempelvis utökning av maskinpark, kan det finnas behov av för försäkringsförmedlare att uppmärksamma vissa faktorer. Därför finns det ett behov av årliga kontrollfrågor med anledning av försäkringsbehovet, exempelvis om omsättningen i bolaget ökat eller minskat.
- Försäkringen och närliggande informationshandlingar får som regel antas vara lättare för bolag med dedikerad personal att ta till sig medan t.ex. egenföretagare inom praktiska verksamheter inte besitter samma vana och kan ha större behov av genomgång av information.
- Med hänsyn till riskernas omfattning behöver förmedlaren oavsett företagskund vara tydlig i sin informationsgivning om försäkringens omfattning.
- Information om andra delar än försäkringens omfattning ska lämnas enligt regelverket men är typiskt sett inte lika central för företagskunder, som för konsumenter.

A. Krav och behov

Krav och behov generellt

Enligt LFD⁵ gäller följande för en försäkringsförmedlare avseende kundens krav och behov:

1. Kundens krav och behov i fråga om försäkringsskydd ska klargöras innan försäkringsavtalet ingås.
2. Kundens krav och behov i fråga om försäkringsskydd ska klargöras oavsett om rådgivning lämnas eller inte.
3. Kundens krav och behov i fråga om försäkringsskydd ska klargöras oavsett om mötet sker på distans eller inte.⁶
4. Kundens krav och behov i fråga om försäkringsskydd ska klargöras grundat på de uppgifter som kunden har lämnat.
5. Kundens krav och behov i fråga om försäkringsskydd ska bedömas i någon form även vid automatisk förnyelse vid försäkringstidens utgång.
6. Kundens klargjorda krav och behov ska ligga till grund för distributionen och/eller rådgivningen som försäkringsdistributören ger till kunden (se vidare spår B).
7. Kundens klargjorda krav och behov ska dokumenteras i förmedlingsdokumentationen (se vidare avsnitt D).⁷

Kundens krav och behov utgörs⁸ av:

1. Kundens egna önskemål
2. Behov av försäkringsskydd
3. I förekommande fall ekonomiska förhållanden och
4. I förekommande fall andra förhållanden gällande kundens krav och behov i fråga om försäkringsskydd ska klargöras grundat på de uppgifter som kunden har lämnat.

Omfattningen⁹ av utredningen av kundens krav och behov beror bland annat av:

1. Hur komplex försäkringsprodukten är och
2. Typ av kund samt
3. Om distributionen sker via distanskommunikation

För dokumentation av kundens krav och behov gäller: ¹⁰

1. Dokumentation ska ske innan ett försäkringsavtal ingås.
2. Dokumentation ska ske även vid förnyelse eller ändring av befintligt avtal.
3. Dokumentationens omfattning beror på hur komplicerad den aktuella försäkringsprodukten är. Vid distribution av en produkt som är komplicerad finns det anledning att dokumentationen av kundens önskemål, syfte och uppgifter om dennes ekonomiska ställning vid tillfället för distributionen etc. är utförligare än vid distribution av en enkel produkt.

För kundens uppgifter om krav och behov gäller: ¹¹

1. Det är uppgifterna vid distributionstillfället som gäller för kundens krav och behov.
2. Försäkringsförmedlaren ska alltid klargöra om det föreligger ett försäkringsbehov och vilken eller vilka försäkringsprodukter som i så fall är förenliga med kundens krav och behov.
3. Försäkringsförmedlaren bör minst kontrollera om kunden ingår i den målgrupp som anges enligt processen för produktgodkännande.
4. Med hänsyn till den variation av produkter och kunder som finns, saknas någon mer vägledning i regelverket kring exakt vilken information som en försäkringsförmedlare bör inhämta från kunden.
5. Om försäkringsförmedlaren har uppgifter om kunden sedan tidigare får dessa användas under förutsättning att försäkringsförmedlaren har säkerställt att uppgifter som ekonomiska förhållanden, behov av försäkringsskydd och liknande fortfarande stämmer vid distributionstillfället. Som huvudregel brukar inte krav på aktiv bekräftelse förutsättas.

Vid förnyelse av försäkringsavtal är det lämpligt att skicka information till kunden om befintliga uppgifter och fråga kunden om förändringar skett, med uppmaning att kunden ska återkomma till försäkringsförmedlaren om så är fallet.

Relevanta uppgifter för bedömning av krav och behov

En försäkringsförmedlare bör skilja mellan kunden och produkten. Det är två separata områden där respektive grad av komplexitet avgör hur omfattande krav- och behovsutredningen behöver vara.

Försäkringsförmedlaren ska därför skilja mellan kundens egna uttalade **krav** och kundens **behov** som är resultatet av den utredning som försäkringsförmedlaren gör mot bakgrund av sin kompetens kring de försäkringsområden som omfattas av fullmakt och eventuella avtal med kunden.

I bedömningen av kundens krav och behov är följande **exempel** på omständigheter som typiskt sett är relevanta för försäkringsförmedlare att ta hänsyn till:

Faktorer i krav och behovsanalysen vad gäller kunden

1. Kundens egna uttalade önskemål och krav
 - a. På försäkringsgivare, omfattning, självrisker, beslut om att inte transferera viss risk
 - b. Målpremie
2. Kundens verksamhet
 - a. Finns lagstadgade krav på viss försäkring? (t.ex. ansvarsförsäkring)
 - b. Driver kunden tillståndspliktig verksamhet som påverkar försäkringsbehov?
 - c. Är kundens verksamhet särskilt riskfylld?
 - d. Har kunden verksamhet i flera länder?
 - e. Tillhör eller kontrolleras kunden av offentlig sektor och ev. särskilda regler som följd därav?
3. Relevanta försäkringsbelopp
4. Exempel på andra förutsättningar som är av betydelse:
 - a. Kundens legala struktur och medförsäkrade/förmånstagare/försäkrade
 - b. Egendomsvärden
 - c. Ekonomiska förutsättningar som argument för eller emot vissa försäkringsbelopp/självrisknivåer etc.
 - d. Antal anställda
 - e. Skadehistorik
5. Övriga faktorer som bedöms relevanta av försäkringsförmedlaren vad gäller kunden som kan vara viktiga i krav- och behovsanalysen.

Faktorer i krav och behovsanalysen vad gäller produkten

1. Är det en nyteckning eller en förnyelse?
 - a. Identifiera kundens befintliga försäkringsskydd
2. Ska upphandling (val mellan flera försäkringsgivare) ske?
 - a. Rådgivning på oberoende grund/andra urvalskriterier har betydelse för vilket produktutbud som kan vara relevant
3. Mer eller mindre komplex produkt?
 - a. En viss försäkringslösning kan vara komplex både mot bakgrund av att det visar sig vara svårt att hitta kapacitet lokalt i Sverige eller att försäkringsprodukten i sig har ett visst mått av komplexitet. Exempel på det senare kan vara en styrelseansvarsförsäkring eller en cyberförsäkring. Det är även skillnad i komplexitet vad gäller en standardlösning (t.ex. en KOFF) och en försäkring där villkoren förhandlas specifikt för den enskilde kunden.
4. Täcks försäkringsområden/produkter av fullmakt och ev. avtal med kunden?
 - a. Det bör inte finnas något krav att utreda andra krav och behov än som täcks av det uppdrag försäkringsförmedlaren har
 - b. Desto fler villkor som kan justeras/förhandlas desto mer komplex blir produkten och en större utredning om kundens behov behövs.
 - c. Standardiserad produkt? Skiljer sig inte mycket mellan olika försäkringsgivare och därmed mindre komplex.
5. Övriga faktorer som bedöms relevanta av försäkringsförmedlaren vad gäller produkten som kan vara viktiga i krav- och behovsanalysen.

B. Råd och rådgivning

Rådgivning generellt

Rådgivningen är själva hantverket för en försäkringsförmedlare som bland annat bygger på den kunskap och erfarenhet försäkringsförmedlaren har om risker och affär i den verksamhet som ska försäkras, de regler som är relevanta för rådgivningen och förmågan att erbjuda ett kvalitativt skydd till ett pris som är satt i konkurrens bland försäkringsgivare. Med det sagt är det högst individuellt hur rådgivning bedrivs av försäkringsförmedlare men nedan framgår vägledning kring de delar som anknyter till rådgivningen i sig.

Enligt LFD¹² gäller följande för en försäkringsförmedlare avseende rådgivning:

1. Försäkringsdistributören ska anpassa sin rådgivning efter kundens önskemål och behov samt endast rekommendera försäkringslösningar som är lämpliga för kunden.
2. Särskilda krav ställs på försäkringsförmedlare som anger att de lämnar rådgivning som grundar sig på en opartisk och personlig analys.
3. All rådgivning som lämnas ska innehålla en personlig rekommendation med en förklaring av varför en viss produkt bäst motsvarar kundens krav och behov.

4. Rådgivningen ska anpassas efter typen av kund och produktens komplexitet.
5. Rådgivningssituation ska sammantaget anpassas till den enskilde kundens kunskapsnivå och möjlighet att tillgodogöra sig rådgivarens resonemang.
6. Försäkringsförmedlarens rådgivning ska dokumenteras och denna dokumentation ska överlämnas till kunden (se Spår D).
7. Försäkringsförmedlare har inte en skyldighet att ge rådgivning.

Vad som gäller för försäkringsförmedlares distribution utan rådgivning framgår i avsnitten A, C och D.

Detta dokument innehåller inte praktisk vägledning avseende regelverket för opartisk och personlig analys eller möjligheten för en försäkringsförmedlare att marknadsföra sig med begrepp som opartisk eller liknande. Enligt LFD¹³ gäller övergripande följande för en försäkringsförmedlare som ger opartisk och personlig analys:

1. Rådgivning ska lämnas efter en analys av ett tillräckligt stort antal försäkringsavtal på marknaden. En sådan analys får inte innehålla försäkringsprodukter som försäkringsförmedlaren helt eller delvis själv har utvecklat.
2. En försäkringsförmedlare som lämnar rådgivning som grundar sig på en opartisk och personlig analys får inte ta emot och behålla ersättning från annan än kunden (förbud mot tredjepartsersättning).
3. Försäkringsförmedlaren får inte beskriva rådgivningen som "fristående" eller liknande i förhållande till annan än kund (tredjepart), eller i anslutning till rådgivningen beskriva sig själv eller sin verksamhet som fristående, oberoende eller opartisk eller på annat sätt uttrycka sig så att kunden kan få uppfattningen att rådgivningen kommer att lämnas eller har lämnats grundad på en opartisk och personlig analys.

Vägledning vid rådgivning, anpassad efter typ av kund och produktens komplexitet

1. I rådgivningen är det lämpligt att försäkringsförmedlaren utgår från den information som dokumenterats vid genomgång av kundens krav och behov och även lämnar råd baserat på den analysen (se Inledning och avsnitt A med exempel på faktorer). På så vis kan försäkringsförmedlaren ta hänsyn till typ av kund (företagskund) och produktens komplexitet.
2. Försäkringsförmedlare ska kunna förklara hur rådgivningen överensstämmer med dessa krav och behov. Rådgivning avser enkelt uttryckt det förslag till försäkringsskydd/lösning som förmedlaren anser passar kunden bäst.
3. Ett råd kan lämpligen formuleras på sådant sätt att det riktas till kunden och visar på försäkringsförmedlarens råd, exempelvis "...därför ger jag [Företagskunden] rådet att...".
4. En försäkringsförmedlare som ger rådgivning ska dels ge en personlig rekommendation, dels en förklaring varför en viss försäkringsprodukt bäst motsvarar kundens krav och behov.
5. Vad gäller mer komplexa försäkringslösningar är det lämpligt att försäkringsförmedlaren ger en närmare förklaring om innehållet i försäkringen och hur lösningen ser ut. Vid rådgivning av en komplicerad försäkringslösning är det lämpligt att en specialist på just den försäkringslösningen lämnar rådgivning till kunden.
6. Rådgivning sker när försäkringsförmedlare lämnar ett specifikt råd om ett visst eller flera försäkringsskydd/försäkringsavtal. Rådgivningen kan vara avgränsad och/eller bygga på olika underliggande rekommendationer som leder fram till ett visst råd, beroende på försäkringsförmedlarens uppdrag, typ av kund och hur komplicerad produkten är, exempelvis:
 - a. Rådgivning om omfattning, begränsningar och lämplig premienivå utan begränsningar avseende produkt eller försäkringsgivare.
 - b. Rådgivning om omfattning, begränsningar och lämplig premienivå för en viss typ av försäkringsprodukter.
 - c. Rekommendation om metod för anskaffning av försäkring, exempelvis upphandling eller inte.
 - d. Rådgivning med avgränsning till av kunden angivna försäkringsgivare.
 - e. Rekommendation av vilka försäkringsgivare kunden bör välja.
 - f. Rådgivning om att en viss försäkringslösning inte passar kunden mot bakgrund av t.ex. omfattning, premienivå och försäkringsskydd.
 - g. Rådgivning vid förnyelse av en försäkring där själva rådgivningen kan gälla huruvida förnyelse av befintligt skydd ska ske eller inte.
 - h. Rådgivning om ett visst försäkringsvillkor med den omfattning som motsvarar kundens fastställda krav och behov.

- i. Rådgivning om kunden vid utgången av en försäkringsperiod ska förnya befintliga villkor eller om det finns anledning att undersöka andra alternativ på marknaden – det vill säga en ren förnyelse (med eventuella justeringar) eller en ny upphandling av försäkring på försäkringsmarknaden.
- j. Försäkringsförmedlaren och kunden kan även inledningsvis i uppdraget komma överens om en strategi där t.ex. en mer omfattande upphandling av försäkring sker var tredje år.
 - Denna strategi får baseras på kundens individuella förhållanden, såsom att verksamheten är i en tillväxtfas eller inte, har stora bolagshändelser planerade och så vidare.

C. Information

Information generellt

Försäkringsförmedlare har en allmän skyldighet att lämna kunden objektiv information om den relevanta försäkringsprodukten på grundval av de uppgifter som lämnats av kunden, oavsett om försäkringsförmedlaren lämnar råd eller rådgivning till en kund.¹⁴ Detta kan vara fallet vid t.ex. distribution av försäkring från någon annan än av en försäkringsförmedlare, t.ex. ett försäkringsbolag.

Enligt LFD¹⁵ ska viss information lämnas i god tid innan ett försäkringsavtal ingås, bland annat om försäkringsförmedlaren lämnar rådgivning som grundar sig på en opartisk och personlig analys eller inte, och sedan även vid förnyelse eller vid ändring av försäkringsavtalet, *om det behövs*.

Vägledning om ”i god tid”

Som utgångspunkt bör information vid förnyelse lämnas i samband med att förnyelsehandlingar tillhandahålls kunden.

Vägledning om kundens val av format för information

1. Informationen ska skickas till kunden i pappersformat om inte kunden uttryckligen ber om att få informationen på ett annat medium än papper.
 - a. Detta innebär att kunden, i vart fall i samband med att kundrelationen inleds, tillfrågas om denne vill ha information på papper eller annat varaktigt medium.
 - b. Det innebär att det inte får anses tillräckligt att utgå från att kunden vill ha informationen på ett annat medium än papper eller att kräva att kunden ska invända mot förmedlarens hantering, för att få informationen i pappersformat.
 - c. Kundens godkännande av allmänna villkor av vilka det framgår att annat varaktigt medium än papper efterfrågas, är inte branschpraxis. Försäkringsförmedlaren ska på ett dokumenterat sätt kunna visa att kunden uttryckligen valt ett annat varaktigt medium än papper.
 - d. Åtskillnad bör inte göras mellan ny kund eller återbesök hos en befintlig kund.
2. Har kunden vid ett tillfälle givit uttryck för hur denne vill ta emot informationen så gäller det fram till dess kunden uppger något annat.

Vägledning om information vid förnyelse

1. Information om ersättning¹⁶ lämnas alltid till kund i samband med ändring av försäkring om ändringen innebär en faktiskt ändrad ersättning för försäkringsförmedlaren. Antingen genom att förmedlaren ändrat grunderna för sin ersättning (procent på premien) eller genom att ändringen i försäkringsavtalet föranleder en annan ersättning (i kronor).
2. Den information som avser fakta om försäkringsförmedlaren och försäkringsförmedlingen¹⁷ (vanligen kallad förköpsinformationen) ska lämnas vid förnyelse eller ändring av försäkringsavtal om den information som lämnats vid tidigare tillfälle inte längre är aktuell.
 - a. Information bör inte betraktas som aktuell om försäkringsförmedlaren gjort förändringar inom sin organisation, exempelvis byter ansvarsförsäkringsgivare, klagomålsansvarig eller utökar/ändrar sina försäkringsdistributionstillstånd. Ett annat exempel är att ansvarsförsäkringsbeloppet förändrats eller andra omständigheter.
 - b. Information bör inte betraktas som aktuell om ändringar gjorts i den för informationen relevanta författningar/regler eller att exempelvis myndigheternas uppgifter förändrats.
3. I övrigt är viss information mer central än annan att lämna om denna ändrats vid förnyelse. Med hänsyn till att det uppstår en bedömningsproblematik i en sådan ansats är det dock lämpligt att alltid skicka ut ändrad information i samband med förnyelse eller ändring – utan att bedöma relevansen in ändringarna.

D - Dokumentation

Dokumentation generellt

Enligt LFD¹⁸ föreligger en dokumentationsskyldighet som innebär att försäkringsförmedlare ska dokumentera vad som förekommit vid distributionstillfället och lämna dokumentationen till kunden. Dokumentationsskyldigheten delas upp¹⁹ i följande två delar:

1. Uppgifter om kunden
2. Uppgifter om försäkringsdistributionen

Dokumentationsskyldigheten är betydelsefull för kundskyddet, men även för försäkringsförmedlarna då dokumentationen utgör ett väsentligt bevismaterial i de fall en tvist skulle uppstå mellan försäkringsförmedlare och kund om vad som sagts eller diskuterats vid distributionstillfället.²⁰

Vägledning om uppgifter om kunden

Den första delen av dokumentationsskyldigheten omfattar uppgifter om kunden.²¹ Uppgifter om kunden som ska dokumenteras vid distributionstillfället är:

1. Uppgifter om kundens företagsnamn
2. Uppgifter om för- och efternamn på den person som företräder kunden
3. Uppgifter om kundens önskemål eller behov av försäkringsskydd
 - a. Med detta avses främst försäkringsförmedlarens syn på kundens behov och den uppgiften bör alltid ingå i dokumentationen (Se avsnitt A om krav och behov).
4. Uppgifter om, i förekommande fall, ekonomiska och andra förhållanden.
5. Det är viktigt att försäkringsförmedlaren är tydlig mot kund att den behovsanalys som försäkringsförmedlaren utför avgränsas till uppdraget och den fullmakt som kunden utfärdat. Detta kan lämpligen dokumenteras

För dokumentationen²² av uppgifterna i sig är det viktigt att tänka på:

6. Omfattningen av dokumentationen ska anpassas efter hur komplicerad försäkringsprodukten är (se avsnitt A med vägledning om komplicerade produkter).
7. Omfattningen av dokumentationen påverkas även av kundtypen (se inledning och avsnitt A).
8. Uppgifterna om kunden kan antingen dokumenteras före distributionstillfället eller i samband med distributionstillfället.
9. Uppgifter som försäkringsförmedlaren har sedan tidigare om kunden behöver inte inhämtas på nytt, under förutsättning att försäkringsförmedlaren vid distributionstillfället säkerställer att uppgifterna om kunden fortfarande är aktuella.
 - a. Vid förnyelse, utvidgning av försäkringsskydd eller tecknade av ytterligare försäkring tar försäkringsförmedlaren som regel därför inte in dessa uppgifter på nytt.
 - b. Det är däremot viktigt att försäkringsförmedlaren säkerställer att uppgifterna om kunden fortfarande är korrekta genom att exempelvis skicka den tidigare dokumentationen till kunden och informera kunden om att kunden ska återkomma i de fall uppgifterna har förändrats.
10. Vid förändringar av uppgifterna kan försäkringsförmedlaren utgå från befintlig dokumentation och uppdatera den i stället för att upprätta en helt ny dokumentation.
11. Vid mindre förändringar som sker löpande under året kan bekräftelse via e-post av förändringarna vara tillräckligt som dokumentation, så länge försäkringsförmedlaren varje år inför förnyelse gör en mer grundlig genomgång av dokumentationen.
 - a. Mindre förändringar kan exempelvis vara registrering av ytterligare ett fordon eller annan egendom som läggs till i försäkringen.

Vägledning om uppgifter om försäkringsdistributionen

Den andra delen av dokumentationsskyldigheten²³ är uppgifter om försäkringsdistributionen, som ska innehålla följande information:

1. tidpunkten för försäkringsdistributionen,
2. övergripande information om vad försäkringsdistributören och kunden har diskuterat,
3. vilka produkter eller tjänster som försäkringsdistributören har redogjort för,
4. varje råd som har lämnats till kunden och skälen till detta,
 - a. vilket ska anpassas efter *hur komplicerat det aktuella försäkringsavtalet är* och även *kundtypen* (se inledning och avsnitt A).
5. information om huruvida kunden har avråtts från att vidta en åtgärd och skälen till detta.
 - a. Vilket ska anpassas efter *hur komplicerat det aktuella försäkringsavtalet är* och även *kundtypen* (se inledning och avsnitt A).

Vägledning om ansvaret för dokumentationen och tidpunkten

Uppgifterna ska dokumenteras vid distributionstillfället och av försäkringsförmedlaren som distribuerar försäkringen, det vill säga den person som träffar kunden.

Distributionstillfälle avgör tidpunkten för dokumentationen, vilket innebär:

1. Att distributionstillfälle i praktiken är ett brett begrepp och omfattar exempelvis alla de situationer som innebär att kunden tecknar avtal om försäkringsskydd.
2. Det torde vara vid varje tillfälle som försäkringsdistributören ger kunden råd som har betydelse för kundens försäkringsskydd.
3. Om kunden exempelvis ringer in och önskar göra ett mindre tillägg i sin försäkring, är det rimligen ett distributionstillfälle men som ändamålsenligt kräver mindre dokumentation.
 - a. Det kan exempelvis vara registrering av ytterligare ett fordon eller annan egendom som läggs till i försäkringen.
 - b. Ändringar av denna karaktär bör lämpligen dokumenteras och bekräftas till kund genom att kunden exempelvis bekräftar via e-post till försäkringsförmedlaren som arkiverar så att det är enkelt att söka rätt på.
4. I de fall distributionsprocessen utgörs av diskussioner som pågår under en längre tidsperiod är det lämpligt att försäkringsförmedlaren sammanställer ett samlat dokument där det övergripande framgår:
 - a. vad försäkringsförmedlaren och kunden har diskuterat gemensamt
 - b. vilka produkter eller tjänster som försäkringsförmedlaren redogjort för,
 - c. varje råd som har lämnats och skälen till detta och
 - d. information om kunden har avråtts från att vidta en viss åtgärd och skälen till detta.

Vägledning om dokumentation av rådgivning

Försäkringsförmedlarens rådgivning/personliga rekommendation tillsammans med varför försäkringsförmedlaren lämnat råd om viss försäkringsprodukt samt hur denna försäkringsprodukt bäst motsvarar kundens krav och behov ska dokumenteras och denna dokumentation ska överlämnas till kunden.²⁴

Uppgifter som typiskt sett dokumenteras är:

1. Vad som sagts vid rådgivningstillfället (gäller både vid nyteckning av försäkring samt vid förnyelse av befintlig försäkring).
2. De överväganden försäkringsförmedlaren har gjort, det förslag som lämnas tillsammans med en närmare förklaring till varför det lämnade förslaget passar kundens krav och behov.
3. Vid nyteckning är det lämpligt, beroende på kundtypen, att ta fram ett dokument där försäkringsförmedlaren jämför de olika alternativ som finns på försäkringsmarknaden på ett sådant sätt att kunden förstår relevanta skillnader och kan fatta ett välgrundat beslut om vilket alternativ som ska väljas.

4. Även om det inte är ett regelverkskrav, bör information finnas om huruvida kunden har avrått från att vidta viss åtgärd och skälen till denna avrådan.
5. Dokumentationen av rådgivningen anpassas till kunden efter hur komplicerat det aktuella försäkringsavtalet är.
6. Dokumentationen bör även innehålla de eventuella strategibeslut som diskuteras och fattats, t.ex. huruvida en viss försäkring ska förnyas vid utgången av en försäkringsperiod eller om försäkringsförmedlaren ska göra en ny upphandling av försäkringsskyddet på marknaden.
7. Det är lämpligt att löpande bekräfta till kunden via t.ex. e-post vad som har diskuterats samt att mötesanteckningar/mötes-PM som gjorts sedan skickas till kunden (se vidare nedan om dokumentationens form).

Vägledning om dokumentationens form

Uppgifterna får dokumenteras på valfritt medium under förutsättning att uppgifterna för varje distributionstillfälle:

1. är lätta att ta fram och identifiera och
2. att de kan lämnas till kund enligt vad som framgår nedan.²⁵

Vad som avses med valfritt medium torde innebära liknande definition som framgår av MiFID II, dvs. brev, fax, e-post eller dokumentation av order som läggs vid mötet.²⁶

Vidare bör dokumentationen vara strukturerad och uppdaterad för att försäkringsförmedlaren enkelt ska kunna gå tillbaka till vad som diskuterats vid distributionstillfället. Det är därför lämpligt och en fördel för försäkringsförmedlaren om denna samlarkundkommunikation i ett gemensamt dokument där såväl uppgifter om kunden som uppgifter om försäkringsdistributionen framgår. För att underlätta detta arbete kan en malldokumentation upprättas och användas för att säkerställa att dokumentationen innehåller samtliga obligatoriska uppgifter. Se [Bilaga 1](#) för exempel på rubriker och innehåll i en sådan mall.

Vägledning om utlämnande av dokumentationen

Uppgifterna enligt ovan beskrivet ska lämnas till kund vid distributionstillfället eller snarast möjligt därefter. Uppgifterna ska lämnas på papper *om kunden begär det*, eller i någon annan läsbar och varaktig form som är tillgänglig för kunden.²⁷ Det är alltså inte samma krav som information i övrigt, jämför avsnitt C. Det är därför tillräckligt att lämna ut informationen via e-post till kund, om kunden inte begär att få det på papper. Det är vanligt att ett dokument upprättas för aktuell placering/förnyelse, som bifogas i ett e-postmeddelande till kunden. Dokumentationen bör lämnas till kund i god tid innan ett försäkringsavtal ingås/förnyas, senast i samband med försäkringshandlingarna.

Försäkringsförmedlaren bör vid utlämnandet i såväl e-postmeddelande som i dokumentet, vara tydlig med att kunden så fort som möjligt ska återkomma till försäkringsförmedlaren i händelse av att informationen som framgår av dokumentationen har ändrats då detta kan påverka kundens försäkringsskydd.

Bilaga 1 avsnitt D

Exempelmall dokumentation av kunden och distributionstillfället

Uppgifter om kunden

Kund	Datum
Företrädare för kunden	Ansvarig försäkringsförmedlare
Firma	Organisationsnummer
Adress (gata, box eller dylikt)	Postnummer och ort
Kontaktperson	E-postadress
Telefonnummer	Mobilnummer

[Exempel på omständigheter som kan vara relevanta att ta hänsyn till och som påverkar hur omfattande information- och dokumentationsåtgärder som bör vidtas:

- Även om ett företags risker som regel är mer komplexa än för en konsument känner företagskunder som utgångspunkt till riskerna i den verksamhet som ska försäkras.
- Företagskunder med dedikerad personal i försäkringsfrågor (t.ex. risk manager) kan antas ha mer relevanta kunskap och erfarenhet än ett mindre företag som saknar sådan ansvarig person. De senare kan behöva mer stöd för förståelse av exempelvis riskernas storlek och djupgående rådgivning.
- Företagskunderna har som regel främsta fokus på den bedrivna verksamheten. Inför förnyelse eller exempelvis utökning av maskinpark, kan det finnas behov av för försäkringsförmedlare att uppmärksamma vissa faktorer. Därför finns det ett behov av årliga kontrollfrågor med anledning av försäkringsbehovet, exempelvis om omsättningen i bolaget ökat eller minskat.
- Försäkringen och närliggande informationshandlingar får som regel antas vara lättare för bolag med dedikerad personal att ta till sig medan t.ex. egenföretagare inom praktiska verksamheter inte besitter samma vana och kan ha större behov av genomgång av information.
- Med hänsyn till riskernas omfattning behöver förmedlaren oavsett företagskund vara tydlig i sin informationsgivning om försäkringens omfattning.
- Information om andra delar än försäkringens omfattning ska lämnas enligt regelverket men är typiskt sett inte lika central för företagskunder, som för konsumenter.]

Kundens önskemål (se avsnitt A)

1. Kundens egna uttalade önskemål och krav
 - a. På försäkringsgivare, omfattning, självrisker, beslut om att inte transferera viss risk
 - b. Målpremie

Behovsanalys utifrån kundens verksamhet (se avsnitt A)

Kundens verksamhet

- a. Finns lagstadgade krav på viss försäkring? (t.ex. ansvarsförsäkring)
- b. Driver kunden tillståndspliktig verksamhet som påverkar försäkringsbehov?
- c. Är kundens verksamhet särskilt riskfylld?
- d. Har kunden verksamhet i flera länder?
- e. Tillhör eller kontrolleras kunden av offentlig sektor och ev. särskilda regler som följd därav?

Faktorer för produkten

6. Är det en nyteckning eller en förnyelse?
 - a. Identifiera kundens befintliga försäkringsskydd
7. Ska upphandling (val mellan flera försäkringsgivare) ske?
 - a. Rådgivning på oberoende grund/andra urvalskriterier har betydelse för vilket produktutbud som kan vara relevant
8. Mer eller mindre komplex produkt?
 - a. En viss försäkringslösning kan vara komplex både mot bakgrund av att det visar sig vara svårt att hitta kapacitet lokalt i Sverige eller att försäkringsprodukten i sig har ett visst mått av komplexitet. Exempel på det senare kan vara en styrelseansvarsförsäkring eller en cyberförsäkring. Det är även skillnad i komplexitet vad gäller en standardlösning (t.ex. en KOFF) och en försäkring där villkoren förhandlas specifikt för den enskilde kunden.
9. Täcks försäkringsområden/produkter av fullmakt och ev. avtal med kunden?
 - a. Det bör inte finnas något krav att utreda andra krav och behov än som täcks av det uppdrag försäkringsförmedlaren har
 - b. Desto fler villkor som kan justeras/förhandlas desto mer komplex blir produkten och en större utredning om kundens behov behövs.
 - c. Standardiserad produkt? Skiljer sig inte mycket mellan olika försäkringsgivare och därmed mindre komplex.
10. Andra relevanta faktorer

2. Uppgifter om försäkringsdistributionen

Sammanställning av diskussioner som förts med kunden
Produkter som distributören redogjort för
Försäkringsdistributörens rekommendationer där det konkret anges vilken eller vilka försäkringsprodukt(er) som distributören rekommenderar baserat på uppgifter om kunden och diskussioner som förts: <ol style="list-style-type: none"><i>1. Vad som sagts vid rådgivningstillfället (gäller både vid nyteckning av försäkring samt vid förnyelse av befintlig försäkring).</i><i>2. De överväganden som försäkringsförmedlaren har gjort, det förslag som lämnas tillsammans med en närmare förklaring varför det lämnade förslaget passar kundens krav och behov.</i><i>3. Vid nyteckning är det lämpligt, beroende på typ av kund, att ta fram ett dokument där förmedlaren jämför de olika alternativ som finns på marknaden på ett sådant sätt att kunden förstår relevanta skillnader och kan göra ett välgrundat beslut om vilket alternativ som ska väljas.</i><i>4. Information bör, av flera olika skäl, finnas om huruvida kunden har avråtts från att vidta viss åtgärd och skälen till denna avrådan, även om det inte är ett regelverkskrav.</i><i>5. Vid rådgivning ska dokumentationen anpassas till kunden efter hur komplicerat det aktuella försäkringsavtalet är.</i><i>6. Dokumentationen bör även innehålla de eventuella strategibeslut som diskuteras och fattats, t.ex. huruvida en viss försäkring ska förnyas vid utgången av en försäkringsperiod eller om försäkringsförmedlaren ska göra en ny upphandling av försäkringsskyddet på marknaden.]</i>
Eventuella avrådanden (avsnitt B)

E - Vissa ersättningsfrågor

Hur betraktar och hanterar branschen samfakturering av försäkringspremie och Försäkringsförmedlarens ersättning?

Inom branschen finns det en etablerad praxis av att försäkringsbolagen, vid fakturering av premien för skadeförsäkringar, även fakturerar den ersättning kunden betalar för distributionen. Detta sker oavsett om distributionen går via försäkringsbolaget eller en försäkringsförmedlare. För det fall att distribution sker via en försäkringsförmedlare, vidareförmedlar försäkringsbolagen den del av premien som avser den avtalsenliga ersättningen mellan kunden och försäkringsförmedlaren.

Informationen om vidareförmedlat arvode till förmedlaren framgår som regel på premiefakturan.

Följande bestämmelser får anses ha relevans för denna typ av ersättning:

Villkor för försäkringsförmedlares rådgivning grundad på en opartisk och personlig analys

4 kap 2 § Om en försäkringsförmedlare har informerat kunden enligt 5 kap. 6 § första stycket 1 om att den tillhandahåller rådgivning grundad på en opartisk och personlig analys, ska förmedlaren lämna rådgivningen efter en analys av ett tillräckligt stort antal försäkringsavtal på marknaden, vilka ska vara tillräckligt diversifierade med avseende på typ och produktleverantörer för att säkerställa att kundens mål på lämpligt sätt kan tillgodoses.

En analys enligt första stycket får inte omfatta försäkringsprodukter som helt eller delvis utvecklats av försäkringsförmedlaren själv, av företag som försäkringsförmedlaren har nära förbindelser med eller av andra företag som förmedlaren har ett sådant rättsligt eller ekonomiskt förhållande till att det finns risk för att rådgivningen inte grundar sig på en opartisk och personlig analys.

Ersättningar från någon annan än kunden

3 § En försäkringsdistributör får inte ta emot ersättning i samband med försäkringsdistributionen från någon annan än kunden, om ersättningen kan motverka att distributören uppfyller kraven i 1 §.

För en försäkringsförmedlare som lämnar rådgivning om försäkring grundad på en opartisk och personlig analys enligt 2 § gäller utöver första stycket även att förmedlaren inte får ta emot och behålla ersättning i samband med försäkringsdistributionen från någon annan än kunden.

Andra stycket gäller inte mindre icke-monetära förmåner som försäkringsförmedlaren har informerat kunden om och som kan höja kvaliteten på tjänsten till kunden och som är av en sådan omfattning och art att de inte kan anses hindra förmedlaren från att uppfylla sina skyldigheter enligt 1 §.

Informationskrav och prövning av kundens krav och behov

5 kap. 6 § En försäkringsförmedlare ska i god tid innan ett försäkringsavtal ingås lämna information till kunden om huruvida förmedlaren

1. lämnar rådgivning som grundar sig på en opartisk och personlig analys,
2. genom avtal är förpliktad att distribuera försäkringar uteslutande för ett eller flera försäkringsföretags räkning, och

3. distribuerar försäkringar från ett eller flera försäkringsföretag i annat fall än som avses i 1 och 2.
4. Försäkringsförmedlaren ska, i de fall som avses i första stycket 2 och 3, även ange namnet på försäkringsföretaget eller försäkringsföretagen.
5. 5 kap. 7 § En försäkringsförmedlare ska i god tid innan ett försäkringsavtal ingås lämna information till kunden om vilken form av ersättning som förmedlaren får för försäkringsavtalet, vem som betalar ersättningen och storleken på ersättningen eller, om detta inte är möjligt, grunderna för hur ersättningen bestäms.
6. 5 kap. 9 § Ett försäkringsföretag ska i god tid innan ett försäkringsavtal ingås lämna information till kunden om vilken form av ersättning som företagets anställda får för försäkringsavtalet.
7. 5 kap. 10 § Information som avses i 1–9 §§ ska lämnas till kunden även vid förnyelse eller ändring av försäkringsavtalet, om det behövs.

SFM:s vägledning:

Med hänsyn till lagen (2018:1219) om försäkringsdistribution bör utgångspunkten för denna form av hantering av kundens arvode vara att:

- Det framgår av uppdraget mellan kund och försäkringsförmedlaren att arvodet ska samfaktureras med premien av försäkringsbolaget.
- Oavsett om fakturan skickas direkt från försäkringsbolaget eller förmedlas via försäkringsförmedlaren till kunden, bör det finnas en tydlig överenskommelse att försäkringsbolaget ska fakturera arvodet för försäkringsförmedlarens räkning och sedan betala ut det till försäkringsförmedlaren. Detta följer av att förmedlaren har informationsansvaret enligt 5 kap. 7 §.
- Särskild hänsyn tas till intressekonfliktshantering ifall arvodet skiljer sig väsentligt åt mellan olika försäkringsbolag. En relevant faktor i sammanhanget är om kunden själv tydligt föredrar produkten från ett visst bolag. I så fall är det då viktigt att informera kunden och dokumentera vilka konsekvenser som kundens önskemål får för kunden. Exempel på situation som bör hanteras är om **premie och arvode** är högre för försäkringsprodukt A medan försäkringsprodukt B ger **samma kvalitet i försäkringsskyddet** till lägre premie och arvode. Det är viktigt att kunden får tydlig information om detta förhållande. Ett exempel på lämplig hantering i sådana fall är i allmänhet att distribuera produkt B. Förmedlaren kan även exempelvis justera ersättningen mellan produkterna som ett led i hanteringen. Det är naturligtvis flera kvalitativa faktorer som bör ingå i avvägningen i mer komplicerade lösningar såsom; försäkringsbolagets finansiella ställning, skadehistorik, försäkringsbolagets servicenivå med mera.
- Information om ersättning ges till kund senast innan denna betalar premiefakturan. Vid förnyelse gäller alltså den underliggande överenskommelsen enligt uppdragsavtalet med kund. Lämnas information på fakturan eller separat i samband med fakturan, bör utskick ske i god tid innan förfallodatum. Försäkringsavtalet blir gällande i och med att informationen går ut tillsammans med en bekräftelse till kunden att försäkringsgivaren har accepterat att stå, vilket då utgör riktmärket för "i god tid innan ett försäkringsavtal ingås".
- Informationen från förmedlaren om ersättningen, oavsett hur den kommuniceras, ska innehålla vilken form av ersättning som förmedlaren får för försäkringsavtalet (arvode), vem som betalar ersättningen (kunden) och storleken på ersättningen (antal kronor).

- Det är lämpligt att information om ersättningen framgår även vid förnyelse och ändring men informationsgivning är huvudsak relevant om ersättningen förändrats från tidigare uppgifter eller om det förflutit lång tid. Vad som är lång tid kan bedömas utifrån hur ofta en upphandling bör ske och tre år kan vara ett riktmärke. Vad som är lång tid får bedömas från fall till fall.
- 4 kap. 2 § tar sikte på tredjepartsersättning och förhindrar inte marknadens hantering av arvode som betalas från kund vid distribution av skadeförsäkringsprodukter. Arvode kan däremot både vara ett fast belopp som framgår utifrån en beräkning baserad på premie eller andra faktorer. Om försäkringsförmedlaren tillhandahåller rådgivning grundad på en opartisk och personlig analys är det dock av ännu större vikt att det finns spårbarhet av punkterna ovan.

Referenser

- ¹ EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS DIREKTIV (EU) 2016/97 av den 20 januari 2016 om försäkringsdistribution (omarbetning).
- ² Jfr. Proposition om en ny lag för försäkringsdistribution 2017/18:216, digital upplaga, s. 232.
- ³ Jfr. prop. 2017/18:216 s. 144.
- ⁴ Jfr. prop. 2017/18:216 s. 284.
- ⁵ 5 kap 11–12 §§ lag (2018:1219) om försäkringsdistribution (LFD) och prop. 2017/18:216 s. 284–285.
- ⁶ Jfr. Prop. 2017/18:216 s. 284–285.
- ⁷ Jfr. 5 kap. 21 § LFD och 12 kap. 2 § Finansinspektionens föreskrifter om försäkringsdistribution, FFFS 2018:10.
- ⁸ Jfr. 12 kap 2 § FFFS 2018:10.
- ⁹ Jfr. 12 kap 2 § FFFS 2018:10 och prop. 2017/18:216 s. 73, 283–285.
- ¹⁰ Jfr. Avsnitt 2.13.1 Finansinspektionens besluts-PM till FFFS 2018:10, FI Dnr 16-17599.
- ¹¹ Jfr. Prop. 2017/18:216 s. 284.
- ¹² Jfr. 4 kap. 1–3 §§, 5 kap. 6, 12, 21 § LFD och prop. 2017/18:216 s. 283, 290–291.
- ¹³ Jfr. 4 kap. 2–3 §§, 5 kap. 6 § p.1, 12, 21 § LFD och prop. 2017/18:216 s. 487.
- ¹⁴ Jfr. prop. 2017/18: 216 s 283.
- ¹⁵ Jfr. 5 kap. LFD och särskilt 5 kap. 10 § LFD avseende förnyelse och ändring.
- ¹⁶ Jfr. 5 kap. 7 § LFD.
- ¹⁷ Jfr 5 kap. 1 – 6 §§ LFD.
- ¹⁸ Jfr 5 kap. 21 § LFD.
- ¹⁹ FFFS 2018:10.
- ²⁰ Jfr. prop. 2017/18:216 s. 311.
- ²¹ Jfr 12 kap. 2 § FFFS 2018:10.
- ²² Jfr. prop. 2017/18:216 s. 283.
- ²³ Jfr. 12 kap. 3 § FFFS 2018:10.
- ²⁴ Jfr. 5 kap 21§ LFD och 12 kap 3§ FFFS 2018:10.
- ²⁵ Jfr. 12 kap. 4 § FFFS 2018:10.
- ²⁶ Jfr. generaladvokatens bedömning i Mål C-375/15 BAWAG PSK Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse AG mot Verein für Konsumenteninformation.
- ²⁷ Jfr. 12 kap. 5 § FFFS 2018:10.

Vägledning vad gäller försäkringsförmedlares roll som utvecklare av försäkringsprodukter

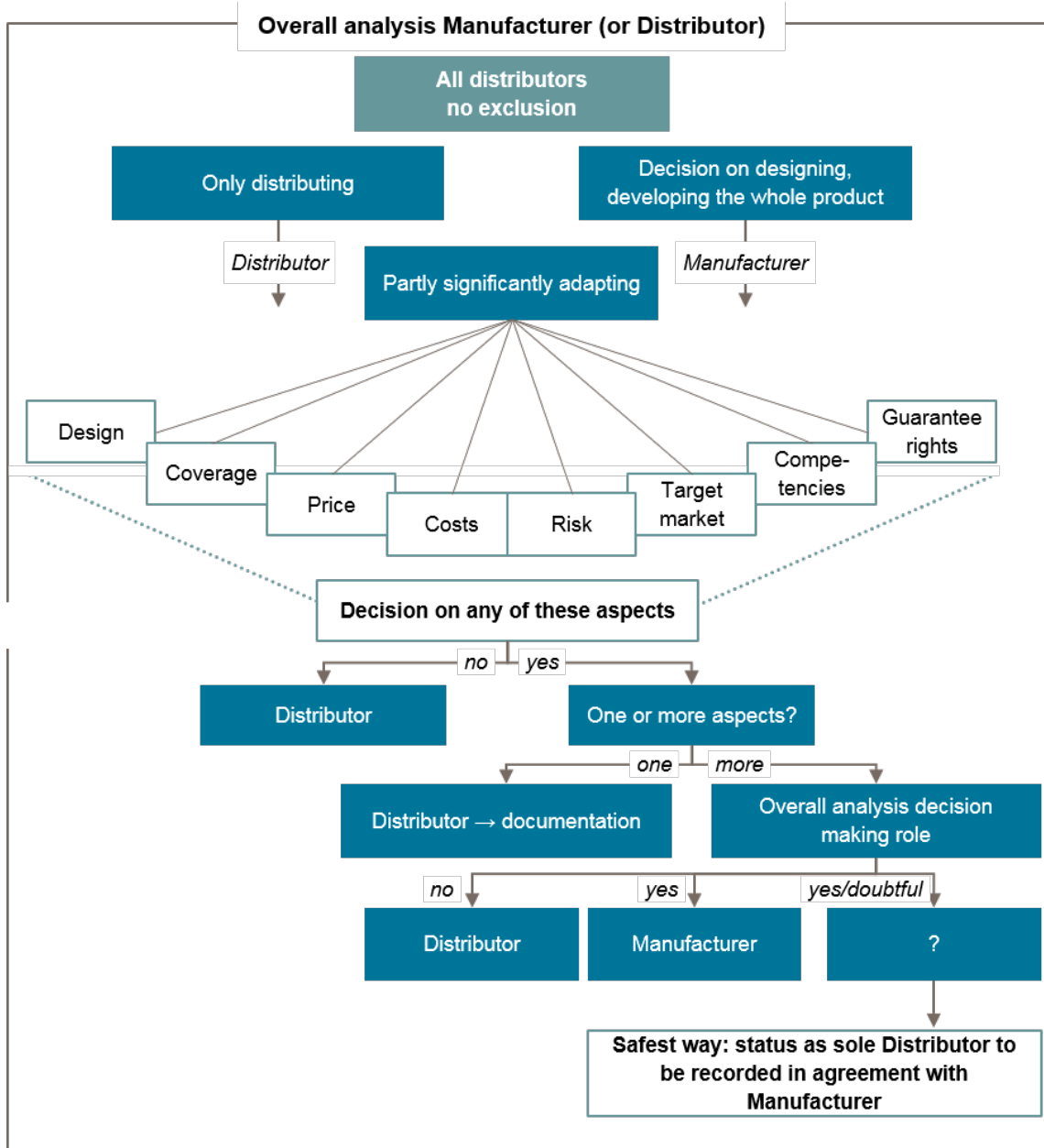
Vägledning vad gäller försäkringsförmedlares roll som utvecklare av försäkringsprodukter (SFM 2020-04)

*För att bedöma om en försäkringsförmedlare är utvecklare eller medutvecklare av försäkringen som distribueras kan vägledning tas i följande beslutsträd (**se illustration 1**). Det avgörande är vilket beslutsmandat en försäkringsförmedlare har avseende försäkringsproduktens utformning. Det är i praktiken endast i undantagsfall som en försäkringsförmedlare på den svenska marknaden har möjlighet att ta en sådan roll i produktutvecklingen. På den europeiska marknaden kan det finnas exempel där en agent, exempelvis managing generalagent (MGA) och managing general underwriter (MGU), där distributören har långtgående befogenheter att skriva risker och utforma villkoren för ett försäkringsbolags räkning. På den svenska marknaden förekommer sådana agentförhållanden i väldigt liten omfattning.*

Som huvudregel är det alltså som regel försäkringsbolaget som ytterst beslutar om att ställa ut ett visst försäkringsskydd. Varje situation får bedömas utifrån de enskilda förutsättningar som rådet och det är lämpligt att tydliggöra försäkringsförmedlarens roll i relation till försäkringsbolagen i relevanta överenskommelser mellan parterna så att detta faktum är tydligt.

För det fall att sådant mandat föreligger bör även skyldigheter vad gäller utläggning av verksamhet i Solvens 2-regelverket tas hänsyn till.

Illustration 11



¹ Briefing Note for BIPAR National Member Associations, IDD Delegated Regulations, Product Oversight and Governance Requirements, Version November 2017

Kontaktuppgifter

Svenska försäkringsförmedlares förening

Birger Jarlsgatan 55

111 45 Stockholm

Tel: 08-545 215 40

Hemsida: www.sfm.se

