



RAPPORT DEN 11 APRIL 2007

DNR 06-7426-306

2007:5

Rådgivningen, kunden och lagen

– en undersökning av
finansiell rådgivning

INNEHÅLL

SAMMANFATTNING	1
UTGÅNGSPUNKTER	2
FI prioriterar rådgivningen	2
Tidigare FI-rapporter – och denna	2
Kundperspektivet i fokus	3
Lagar och regler för rådgivning	4
DOKUMENTATION AV RÅDGIVNING	6
RÅDGIVNING ELLER FÖRSÄLJNING?	10
Intressekonflikt som måste hanteras	10
ÖVRIGA OBSERVATIONER OCH ÅTGÄRDER	13
Rådgivarnas kompetens	13
Alla företag bör ha riklinjer	15
Företagen bör förstärka informationen	15
Konsumenternas intryck av rådgivningen	15
BILAGA 1: ENKÄT TILL FÖRETAGEN	17
BILAGA 2: FRÅGEFORMULÄR KUNDBESÖK OCH TELEFON- INTERVJUER	21

Sammanfattning

I den här undersökningen har FI identifierat en rad områden där företagen sannolikt brister i samband med rådgivningen vilket kan få negativa konsekvenser för såväl kunden som företaget. De huvudsakliga problemområden som undersökningen pekar på är att:

- företagen i många fall tycks slarva med att ta in nödvändiga uppgifter om kunden för att kunna lämna råd, som exempelvis information om kundens ekonomiska situation, kunskap och erfarenheter.
- företagen i många fall inte tycks dokumentera rådgivningen på ett korrekt sätt,
- företagen i många fall inte tycks leva upp till kravet att lämna ut dokumentation till kunden
- gränsdragningen mellan rådgivning och försäljning i vissa fall är otydlig

Undersökningen har utgått från kundernas perspektiv. Ett tiotal medarbetare från FI har besökt totalt 40 bankkontor och utgett sig för att vara kunder i behov av rådgivning. FI har även intervjuat ett 60-tal riktiga kunder om den rådgivning de har fått. Resultaten från dessa undersökningar har jämförts med företagens egna uppgifter om hur de bedriver finansiell rådgivning. Medan företagen själva uppger sig se få problem med rådgivningen, visar undersökningen att bilden är en annan från kundernas perspektiv.

Trots de problem som den här undersökningen pekar på är flertalet av kunderna nöjda med rådgivningen. FI-kunderna, vars besök var ett led i en undersökning, var mer kritiska.

Nästa steg i tillsynen av rådgivningen blir:

- FI kommer att fördjupa granskningen inom de problemområden som undersökningen har identifierat
- FI inleder en diskussion med branschen att se över kompetenskravet för av finansiella rådgivare
- FI föreslår att Konsumenternas bank- och finansbyrå utformar och tillhandahåller information om rådgivningslagen

Utgångspunkter

SAMMANFATTNING

Konsumenten ställs inför allt fler finansiella beslut, som ofta kan vara såväl svåra som av stor ekonomisk betydelse för henne. Finansiell rådgivning är ett sätt för konsumenten att hantera dessa situationer. Ytterst är det dock alltid konsumenten själv som måste fatta besluten och stå för dem.

Om den finansiella rådgivningen fungerar väl, stärks konsumentens ställning på finansmarknaden i stort. Därför är det viktigt att konsumenten kan ha ett välgrundat förtroende för rådgivningen.

FI prioriterar rådgivningen

Genom den snabba utvecklingen på finansmarknaderna har finansiell rådgivning fått en allt större betydelse för konsumenterna. Bankboken var tidigare den helt dominerande sparformen, men idag erbjuds kunderna en rik och växande flora av placeringsalternativ, liksom av försäkringslösningar och kreditupplägg, och från en växande skara producenter. De finansiella produkter som erbjuds idag kan vara komplexa och svårbedömda. Konsumenten behöver kunskap och information för att kunna känna sig trygg i de beslut hon tar. En väg till detta är att använda finansiell rådgivning.

Därför prioriterar FI tillsynen av finansiell rådgivning.

Tidigare FI-rapporter – och denna

FI har tidigare undersökt och rapporterat kring olika aspekter på hur den finansiella rådgivningen fungerar på olika områden, bland annat publicerades 2005 en undersökning av hur finansföretagen implementerat den s.k. rådgivningslag som trädde i kraft 1 juli 2004¹.

FI drog slutsatsen att regelverket medfört att konsumenten fått en ökad säkerhet eftersom rådgivningen har strukturerats och dokumenterats. FI menade också att det borde övervägas om det finns delar i rådgivningslagen som skulle kunna utsträckas till andra skyddsvärda områden, exempelvis kreditområdet, i den mån det inte hanteras av annan konsumenträttslig lagstiftning.

Den här rapporten är en fortsättning på och en vidareutveckling av det arbete som gjordes med den tidigare rapporten. Då den rapporten tog sin startpunkt i det nya regelverket och hur detta genomförts ute i företagen, tar den här rapporten, och de undersökningar den grundas på, sin utgångspunkt i hur konsumenten bemöts och behandlas i en rådgivningssituation och hur hon uppfattar rådgivningen.

¹ "Konsumenten och rådgivningen" FI 2005:13

Målet med den här undersökningen har varit att hitta de problem som uppstår i den konkreta rådgivningssituationen där kunden befinner sig. Undersökningen har identifierat områden där viktiga brister tycks finnas, vilket möjliggör mer riktade tillsynsinsatser och på sikt eventuella sanktioner. Ett annat syfte med undersökningen är att bidra till en ökad medvetenhet hos konsumenterna, liksom att företagen själva i relevanta delar tydligare inser vad som kan göras bättre och själva genomför förändringar.

Kundperspektivet i fokus

FI har använt tre parallella ansatser för att få en bred belysning av de frågor och problem som aktualiseras i samband med finansiell rådgivning. De tre metoderna för informationsinsamling har också avsett delvis olika kategorier av finansiella företag. För det första har företag som bedriver finansiell rådgivning fått besvara en enkät med ett antal frågor kring hur de hanterar rådgivningen. För det andra har anställda på FI besökt ett antal finansiella företag i rollen som privatpersoner för att få en konkret bild av hur rådgivningen fungerar i praktiken. Sammanlagt har cirka 40 besök på de fyra storbankernas kontor genomförts. För det tredje har cirka 60 telefonintervjuer med kunder till olika finansiella företag genomförts.

Enkät till företagen

Enkäten grundar sig på svar från 163 finansiella företag, fördelat på 12 banker, 36 sparbanker, 25 värdepappersbolag, 12 livförsäkringsbolag och 78 försäkringsförmedlare. Företagen har fått besvara frågor som berör rutiner i samband med rådgivning, gränsdragning mellan rådgivning och försäljning, utbildning och kompetens hos rådgivare mm. De frågor som ställts i enkäten, liksom de sammantagna utfallen, återfinns i *Bilaga 1*.

Finansinspektionens kundbesök

Ett tiotal anställda på FI har i rollen som kunder tagit kontakt med och besökt kontor tillhörande de fyra storbankerna, i huvudsak i Stockholmsområdet. Cirka tio kundbesök per bank har genomförts. "FI-kunderna" har varit instruerade att vid eventuell förfrågan om yrke och arbetsgivare tala om att de arbetar på FI.

De gemensamma utgångspunkterna för den situation som FI-kunderna har önskat rådgivning kring är:

- Förväntas ärva 800 000 kr
- Vill placera långsiktigt (mer än 5 år)
- Efterfrågar placeringsråd

I övrigt har varje "FI-kund" utgått från sin egen ekonomiska situation och personliga förhållanden. Det ska betonas att syftet med metoden inte har varit att provocera företagen till olika slags dåliga beteenden, utan att studera bankens beteende i rådgivningssituationen.

Efter besöket svarade "FI-kunderna" på ett antal frågor samlade i ett frågeformulär.²

Telefonintervjuer med kunder

FI har genomfört telefonintervjuer med cirka 60 kunder som har fått finansiell rådgivning. Totalt tio företag har berörts; tre mindre banker, ett livbolag, två värdepappersbolag och fyra försäkringsförmedlare. FI har vid platsundersökningar hos dessa valt ut sex olika kunder per företag.

FI har ringt upp de berörda kunderna och bett att få ställa frågor kring rådgivningstillfället. Kunden har självklart haft rätten att avböja och avstå från att delta. En del kunder har utnyttjat den möjligheten. Frågorna har följt i stort samma formulär som vid kundbesöken och alltså även här syftat till att belysa kvaliteten på rådgivningen och om den är förenlig med vad lagen kräver. Cirka 60 rådgivningstillfällen har undersökts genom telefonintervjuerna.

Lagar och regler för rådgivning

Lagen om finansiell rådgivning till konsumenter omfattar alla näringsidkare som ger individuella råd till konsumenter om finansiella instrument (exempelvis aktier, fonder, försäkringar). Banker, fondkommissionärer, fondbolag, försäkringsbolag och försäkringsförmedlare omfattas av lagen. Det finns även företag som lämnar råd men som FI inte har tillsyn över. Dessa företag måste också följa lagen och Konsumentverket har tillsyn över dem.

Lagen innebär i korthet att:

- Finansiella rådgivare måste ha kompetens för sin uppgift.
- Rådgivningen ska dokumenteras och lämnas ut till konsumenten.
- Rådgivaren ska vara skyldig att följa god rådgivningssed och ska anpassa rådgivningen till den enskilda konsumentens förutsättningar och behov.
- Rådgivaren är skyldig att avråda konsumenten från att företa åtgärder som inte är lämpliga för konsumenten.
- Rådgivaren kan bli skadeståndsskyldig för vårdslös rådgivning.

² Det frågeformulär som använts framgår av *Bilaga 2*.

Regler från Finansinspektionen

Rådgivningslagen är av ramlagskaraktär och lämnar åt FI att utforma närmare detaljföreskrifter³ om hur kraven ska följas. I föreskrifterna finns närmare anvisningar till vilka *kompetenskrav* en rådgivare ska uppfylla. En rådgivare ska känna till, förstå och kunna tillämpa regelverk om etik, placeringar och finansiell ekonomi. Det krävs att alla som lämnar råd ska genomgå ett *kunskapstest* och det krävs att kunskapstestet ska godkännas av en *oberoende granskare* om det är företaget själv som tillhandahåller testet och utbildningen. Vidare anges vilka uppgifter om konsumenten, rådgivaren och själva rådgivningstillfället som ska finnas i *dokumentationen* och hur dokumentationen ska lämnas ut till konsumenten.

Slutligen anger reglerna att företaget bör ha *riktlinjer* för rådgivningsverksamheten och att rådgivaren bör lämna *information* till konsumenten om företagets produkter och tjänster. Föreskrifterna har tagits fram i samarbete med Konsumentverket som har gett ut i stort sett likalydande föreskrifter för de företag som inte står under FI:s tillsyn.

³ Finansinspektionens föreskrifter och allmänna råd om finansiell rådgivning till konsumenter (FFFS 2004:4).

Dokumentation av rådgivning

SAMMANFATTNING

Undersökningen indikerar brister när det gäller hur kravet på att upprätta och lämna ut dokumentation till konsumenten uppfylls i praktiken.

I många fall tycks företagen inte ta in uppgifter om kundens ekonomiska situation, erfarenhet och kunskap, vilket torde omöjliggöra en bra rådgivning.

Av de kunder som får dokumentation anser många att den innehåller brister eller felaktigheter.

FI anser att indikationerna på brister i dokumentation är allvarligt och avser att fördjupa granskningen.

Företagens bild

Av företagsenkäten framgår att i stort sett samtliga företag anser sig kunna ta fram och lämna ut en fullständig dokumentation om konsumenten, rådgivaren och om rådgivningstillfället.

Vidare framgår av enkäten att nästan alla företag hävdar att de dokumenterar rådgivarens namn och vilka produkter de lämnat råd om, vilka råd som lämnas och om vilka produkter.

Om och i vilken utsträckning rådgivaren avråder kunden från vissa produkter eller upplägg är en intressant aspekt. Flertalet företag säger sig under 2006 ha avrått vid upp till fem procent av antalet rådgivningskontakter. I 90 procent av fallen dokumenteras skälen till att man avråder, och företagen dokumenterar också i nästan lika hög grad om kunden ändå väljer att genomföra det han/hon tänkt sig, trots avrådan.

REGLER OM DOKUMENTATION

Företagen ska dokumentera vad som har sagts och gjorts vid rådgivningstillfället och lämna ut dokumentationen till konsumenten.⁴ Dokumentationen om konsumentens förhållanden och om rådgivaren ska lämnas till kunden vid eller i nära anslutning till det första rådgivningstillfället. Om kunden redan är väl känd behöver man inte ta in alla uppgifter om kunden, men detta förhållande ska i så fall dokumenteras. Mer detaljerad information återfinns i FFFS 2004:4.

Ett obligatoriskt krav i Finansinspektionens föreskrift är att dokumentationen ska innehålla företagets och rådgivarens namn. Därutöver har FI i ett allmänt råd sagt att de typer av produkter som rådgivaren lämnar råd om samt rådgivarens kompetens och befogenhet bör framgå. Uppgifter om konsumenten som enligt föreskriften ska ingå i dokumentationen är namn, erfarenhet av finansiella placeringar, ekonomiska förhållanden, syfte med placeringen, riskbenägenhet, placeringsstrategi. Uppgifter som enligt de allmänna råden bör vara med är familjesituation, placeringshorisont, förkunskaper om risk i förhållande till aktuell placering och inställning till olika grader av risk. Angående kundens ekonomiska förhållanden bör inkomst, förmögenhet, utgifter, skulder och försäkringssituation finnas med. Dock finns inget uttryckligt krav på att företagen ska kvantifiera riskerna, t.ex. uttryckt i kronor. Dokumentationen av rådgivningssituationen ska innehålla uppgifter om tidpunkt för rådgivningen samt vilken eller vilka råd som lämnades samt avrådan.

Konsumenternas bild

Finansinspektionens kundbesök på bankkontoren gav genomgående en mindre positiv bild av upprättande och utlämnande av dokumentation än den som bankerna och de andra företagen uppgett i företagsenkäten.

Underlag för upprättande av dokumentation

FI:s kundbesök visar att 17 procent av kunderna inte lämnat uppgifter till rådgivaren för att ge en bild av sin ekonomi. Rådgivaren frågade inte heller om kundernas kunskaper och erfarenheter när det gäller privatekonomi i 24 procent av fallen. Motsvarande siffra för telefonintervjuerna är 15 procent respektive 20 procent.

Dokumentation till kunden.

I drygt en tredjedel av fallen fick ”FI-kunden” *inte* någon dokumentation från rådgivaren om sig och sin ekonomiska situation. I de fall banken lämnade ut en sådan dokumentation bedömdes den i 78 procent av fallen som värdefull av FI kunderna. Bland de verkliga kunderna som telefonintervjuades var siffran lägre, men ändå påfallande hög, 22 procent uppgav sig inte ha fått någon dokumentation. Av de som fått dokumentation uppgav 84 procent att den var värdefull.

⁴ Det kan tilläggas att Finansinspektionen även efter införlivandet av det nya EU-direktivet om marknader för finansiella instrument (MiFID) kommer att behålla reglerna om utlämnande av dokumentation av rådgivningen. Finansinspektionen kommer också att ställa krav på att rådgivarens kompetens och befogenhet ska finnas med i dokumentationen som upprättas om rådgivaren i en rådgivningssituation.

Dokumentationens innehåll.

Kunderna har också tillfrågats om vilka komponenter som ingår i den dokumentationen som de har fått:

	<i>Företagsenkät</i>	<i>Telefonintervjuer riktiga kunder</i>	<i>FI-kundbesök storbanker</i>
Om rådgivaren:			
Företagsnamn obl.	97%	91%	92 %
Rådgivarens namn obl.	97%	89%	92 %
Beskrivning av produkter	94%	89%	92%
Om konsumenten:			
Egen riskbenägenhet obl.	96%	70%	85%
Placeringshorisont	96%	85%	88%
Målet obl	96%	80%	73%
Om rådgivningsuppdrag:			
Tidpunkt för rådg. Obl.	97%	83%	65%
Föreslagen placering obl.	96%	76%	77%
Övrigt:			
Risk angiven i kronor	51%	46%	46%

Vid FI:s kundbesök och telefonintervjuer kan man se tydliga tecken på brister i den av företagen upprättade dokumentationen: i nästan 10 procent av fallen saknades de obligatoriska uppgifterna om företagets och rådgivarens namn. På samma sätt är det med uppgifter om konsumentens riskbenägenhet som saknas i 30 procent av telefonintervjuerna respektive 15 procent av kundbesöken. När det gäller målet/syftet med föreslagen placering saknas det i 20 procent av telefonintervjuerna respektive 27 procent av kundbesöken. Resultatet är anmärkningsvärt mot bakgrund av att detta är obligatoriska krav. Resultatet står också i tydlig kontrast till företagens egna svar i företagsenkäten, där i princip alla företag uppger sig upprätta en dokumentation som innehåller samtliga uppgifter om rådgivaren, konsumenten och rådgivningsuppdraget.

På frågan om företagen visar risk uttryckt i kronor är överensstämmelsen mellan det företagen själva svarat och kundbesöken större. Riskbenägenheten hos konsumenten är en viktig faktor att beräkna och förklara, liksom att kunna gradera sina produkter utifrån risk så att rådgivaren kan välja en lämplig kombination. Undersökningsresultaten visar att företagen genomgående i dokumentationen inte gör några extra insatser för att tydliggöra dessa förhållanden för kunden.

När det gäller dokumentationens innehåll tyckte nästan hälften av FI-kunderna – 46 procent – att det fanns brister/felaktigheter i dokumentationen. För de telefonintervjuade kunderna var motsvarande siffra 11 procent.

Bedömning

Undersökningen visar att det sannolikt finns stora brister i hur företagen dokumenterar rådgivningen och att företagen i många fall inte lever upp till rådgivningslagens regler om att upprätta och lämna ut en dokumentation.

Genom att underlåta att lämna ut dokumentation till konsumenter befäster de finansiella företagen konsumentens informationsunderläge snarare än att minska det. I ett läge där konsumenten skulle hävda vårdslös rådgivning är det dessutom till företagets nackdel om dokumentationen inte har upprättats och lämnats ut, eftersom bevisbördan för vad som har sagts i rådgivningssituationen då ligger på företaget.

Rådgivning eller försäljning?

SAMMANFATTNING

Undersökningen tyder på att gränsdragningen mellan rådgivning och försäljning ofta är otydlig, både inom företaget och gentemot kunden. Såväl konsumenten som företaget kan förlora på det.

Konsekvensen kan bli allvarlig för en konsument som anser sig sitta i en rådgivningssituation, men som egentligen är föremål för försäljning av finansiella tjänster.

Även företagen själva kan drabbas hårt om de inte gjort klart för sig att det är en rådgivningssituation och att de därmed i så fall bryter mot rådgivningslagen.

FI anser att en rådgivningssituation föreligger när kunden har befogad anledning att tro att hon ska få råd, och då ska rådgivningslagens regler om dokumentation tillämpas. FI anser alltså att begreppet rådgivning har en vid innebörd, vidare än vad många företag tycks tillämpa idag

Intressekonflikt som måste hanteras

De övervägande flertalet av de finansiella företagen har både en roll som finansiell rådgivare och som producent och säljare av olika finansiella tjänster. Detta innebär en intressekonflikt som måste hanteras. På den professionella finansmarknaden sker detta exempelvis genom att affärsbanker drar en tydlig gräns (så kallade kinesiska murar) mellan de som sysslar med kapitalförvaltning och andra delar av företaget, inte minst de som sysslar med företagsfinansiering. Den typen av strikt åtskillnad mellan rollerna är inte lika vanligt inom andra verksamheter, till exempel inom finansiell rådgivning. Detta kan givetvis förklaras med praktiska och ekonomiska argument; även om det i princip skulle vara önskvärt med en långtgående åtskillnad skulle det i praktiken vara svårt om det på exempelvis ett mindre bankkontor skulle krävas att en rådgivare aldrig skulle få befatta sig med försäljningsverksamhet eller att en försäljare aldrig skulle få ge råd till kunder, och att dessa helst skulle arbeta utan något personligt samröre, sitta i olika lokaler etc.

Det finns ingen uttrycklig regel om att företaget ska ha en klar skiljelinje mellan rådgivning och försäljning. Det finns heller ingen formell regel att företaget ska identifiera på individnivå var i organisationen rådgivning förekommer. Men att ha en klar skiljelinje mellan rådgivning och försäljning och att företaget vet vem som ger råd är i praktiken en förutsättning för att företagen ska kunna implementera och tillämpa rådgivningslagens regler på ett riktigt sätt.

Det ska dock noteras att förarbetena till rådgivningslagen säger att i situationer där konsumenten har befogad anledning att tro att det handlar om rådgivning ska det också anses vara detta.

Företagens bild

En första förutsättning för att kunna upprätthålla en gräns mellan rådgivning och försäljning är att företaget vet var i organisationen rådgivning bedrivs och av vem. I företagsenkäten frågades därför om företaget tydligt identifierat vilka individer som arbetar med rådgivning och var i organisationen dessa finns. På den frågan svarade inget företag nej.

Nästa fråga blir då om företaget anser sig kunnat etablera en skiljelinje mellan rådgivar- respektive försäljarrollerna. Företagens svar i enkäten visar att de inte ser några större problem med detta och att skiljelinjen hålls klar. Ser man till delbranscherna framgår att alla banker och praktiskt taget alla sparbanker anser att de upprätthåller gränsdragningen på ett tillfredställande sätt. Detsamma gäller livbolagen.

Bland försäkringsförmedlarna och värdepappersbolagen är det dock ett ganska betydande antal företag som inte säger sig klara gränsdragningen. Bland försäkringsförmedlarna finns dessutom en relativt stor andel (17 procent) som inte kunnat svara på frågan. Det är viktigt att observera att om en försäkringsförmedlare i samband med ett uppdrag för ett företag också ger rådgivning till personer som arbetar i företaget, gäller givetvis rådgivningslagens regler.

Bilden enligt Finansinspektionens kundbesök och kundintervjuer

Redan resultatet under dokumentationsavsnittet tyder på brister i gränsdragningen.

Enligt FI:s uppfattning utgör de FI-anställdas kundbesök en rådgivningssituation; besöken är bokade i förväg i uttalat syfte att få råd och tips inför en placering. I en sådan situation anser Finansinspektionen att kunderna har befogad anledning att tro att bankerna lämnar råd, och då ska dokumentationskravet gälla. Detta synsätt ligger också i linje med vad som uttryckts i rådgivningslagens förarbeten. Vid 6 av de 41 kundbesöken handlade mötet uppenbarligen om försäljning och inte rådgivning; några omdömen om mötena som redovisats är: *”Inga frågor om min ekonomiska situation”*, *”snarare försäljning än rådgivning”*, *”Han tog inte reda på någonting om mig, ingen inkomst, inga tillgångar, ingen livssituation”*.

En tydlig indikation på att företagen i många fall inte uppfattar rådgivning som rådgivning är att det vid 17 procent av FI:s kundbesök och enligt 15 procent av de deltagande i telefonintervjuerna inte lämnades uppgifter till rådgivaren om konsumentens ekonomi. Att bedriva rådgivning värd namnet utan att i princip veta någonting om den som sitter på andra sidan skrivbordet är närmast per definition omöjligt. Detta kan därför knappast tolkas på något annat sätt än att rådgivaren inte betraktar sig som rådgivare och inte inser att det är rådgivning som han eller hon faktiskt sysslar med.

Bedömning

Anledningen till de brister i rådgivningen som undersökningen tyder på kan, som nämnts tidigare, bero på att företagen/rådgivaren inte har tolkat situationen som rådgivning.

Att kräva en konsekvent organisatorisk uppdelning mellan rådgivande och säljande funktioner inom företagen är enligt FI:s uppfattning inte realistiskt. Det hindrar naturligtvis inte att företagen ofta skulle kunna göra mer för att, internt och gentemot kunden, skapa tydligare gränser.

En annan, central fråga i sammanhanget är hur företagens incitaments- och belöningsystem ser ut och om och vad mån dessa försvårar att skiljelinjer upprätthålls och att intressekonflikter begränsas. En rådgivare där hans eller hennes resultat som försäljare är viktig för den inkomst han eller hon får, hamnar självklart lätt i en besvärlig situation med klara risker för att skiljelinjen medvetet eller omedvetet överskrids. Dessa aspekter har inte undersökts inom ramen för den här undersökningen, men FI kommer senare att kartlägga hur olika ersättningsmodeller kan påverka uppträdandet mot kunden.

Övriga observationer och åtgärder

SAMMANFATTNING

FI kommer att ta upp frågan om ett eventuellt behov av auktorisation av rådgivare med branschorganisationerna.

FI kommer även att med Konsumenternas bank- och försäkringsbyrå ta upp frågan om hur kunderna ska informeras om rådgivningslagen och det skydd och rättigheter som lagen ger dem.

Trots de problem som den här undersökningen pekar på, var merparten av de riktiga kunderna i telefonundersökningen nöjda med den rådgivning de får, och ingen var missnöjd.

Rådgivarnas kompetens

Företagens krav på rådgivarnas kompetens

Att döma av företagsenkäten utbildar företagen sina rådgivare för att säkerställa kompetensen. Samtidigt tyder undersökningen på att innehållet i utbildningen och kriterierna i övrigt för vem som ska vara och kallas "rådgivare" inte är entydigt och torde skilja sig en hel del mellan olika företag.

Företagen svarar i enkäten att de anpassat kunskapskraven på de anställda i förhållande till den finansiella rådgivningens inriktning, omfattning och svårighetsgrad. När det gäller kunskapstester använder i första hand bankerna och värdepappersbolagen Swedsecs licensieringsprogram⁵, medan livbolag och försäkringsmäklare säger sig använda "annat" kunskapstest. Livbolagen har även en rätt hög andel egenutvecklade kunskapstest, vilket inte är onaturligt med tanke på de speciella förhållanden och villkor som gäller för livförsäkringsområdet. Sparbankerna använder Swedsecs licensiering parallellt med ett i sparbanksvärlden utvecklat test.

Det finns alltså krav på att kompetensen verifieras på olika sätt, och det är också tydligt att företagen använder olika program och tester för detta. Där emot kan inte FI bedöma om alla rådgivare eller presumtiva rådgivare som bör delta också gör det. Ambitionsnivån i de olika programmen torde också skilja sig mellan delbrancherna och mellan enskilda företag. FI kommer att undersöka närmare och följa upp vilka olika typer av kunskapstest som används och i vilken utsträckning

⁵ SwedSec AB ansvarar för licensiering av anställda på den svenska värdepappersmarknaden. Syftet med programmet är att skapa och upprätthålla allmänhetens förtroende för branschen. SwedSec AB är ett av Svenska Fondhandlareföreningen helägt aktiebolag som bildades 2001. Till SwedSec har de flesta företag på värdepappersmarknaden anslutit sig och drygt 5500 personer är aktiva licensinnehavare

Beträffande mer praktisk erfarenhet, t.ex. i termer av tjänsteår och/eller av verksamhet inom vissa i rådgivningssammanhang viktiga produktområden, är det förhållandevis många av företagen som *inte* preciserat några sådana krav; 21 procent av företagen har inte formulerat några sådana krav. Det bör vara naturligt att, utöver utbildning och kunskapstester, också lägga vikt vid praktisk erfarenhet av produkter och av kundkontakt för att bättre förstå hur motparten kan uppfatta situationen och ha en förståelse för vad omsorgsplikt och befogad tillit innebär i praktiken. Detta är en typ av kompetens som följer med erfarenhet snarare än av utbildning.

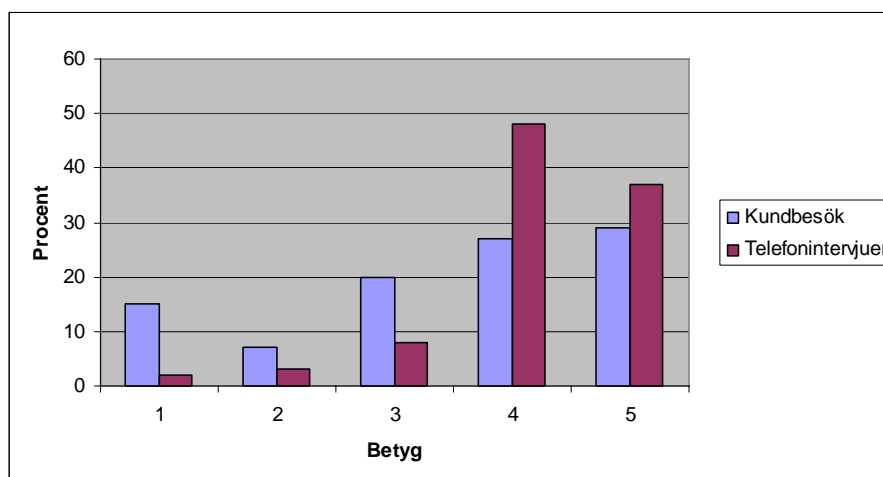
Bilden från undersökningen

Ett naturligt och grundläggande krav som det finns all anledning att ställa när det gäller kompetens är att känna till innehåll och syfte med de regler som finns när det gäller finansiell rådgivning. Att rådgivaren har kunskaper om vilka regler och normer som gäller vid rådgivning är självklart viktigt både för kunden och för företaget.

På frågan om hur kunden bedömde sina möjligheter att bedöma rådgivarnas kompetens, angav 37 procent av FI-kunderna och 23 procent av de riktiga kunderna att de *inte* kunde göra någon underbyggd bedömning av rådgivarens kompetens, alternativt har man inte svarat.

På frågan hur goda förutsättningar kunden ansåg att rådgivaren hade för att bedöma kundens situation, fördelade sig svaren enligt diagram 2.

Diagram 2. "Hur goda förutsättningar tycker Du rådgivaren har att bedöma din situation?"



Svårigheterna att bedöma om rådgivaren är kunnig eller inte, och därmed indirekt om denne är värd förtroende, understryker ytterligare behovet av att företagen har väl fungerande kunskapskrav och test av de personer som arbetar som rådgivare. Det finns inga objektiva kriterier på vad en rådgivare är för något, vad hon ska förväntas kunna och hur hon förväntas uppträda. Detta skiljer rådgivare från andra yrkesgrupper där ett stort förtroendekapital är nödvändigt, exempelvis läkare och advokater där det finns tydliga auktorisations-/legitimationskrav. Det kan vara värt att diskutera om inte begreppet

”rådgivare” bör kunna ges ett mer entydigt och enhetligt innehåll, exempelvis genom någon form av auktorisationsförfarande. FI avser att ta upp en diskussion kring detta med branschorganisationerna.

Alla företag bör ha riktlinjer

Företagen bör ha riktlinjer för hur rådgivningsverksamhet ska hanteras, och där bör identifieras var i organisationen rådgivning lämnas.

Av företagen i enkäten svarar 14 procent att de inte har några interna riktlinjer för finansiell rådgivning. Det finns inget krav på riktlinjer, utan endast rekommendationer från FI. Men med erfarenheterna från undersökningen kan vi se att rådgivaren behöver mer vägledning om tolkningen av vad olika situationer kräver. Den information som finns i dag om klarhet kring skiljelinjen har troligtvis inte anpassats till de enskilda verksamheterna.

Företagen bör förstärka informationen

Företaget bör också informera konsumenterna på en rad punkter. Förutom att tydligt skilja på vad som är råd för placeringar respektive marknadsföring eller information om produkter, bör företaget också informera konsumenten om dennes rättigheter enligt rådgivningslagen, även om formen för denna information inte är reglerad.

I företagsenkäten uppger 43 procent av företagen att de inte har något externt informationsmaterial. Följden kan bli att varken rådgivare eller konsument vet hur rådgivningsprocessen ska hanteras.

Överhuvudtaget är det viktigt att konsumenterna får tydlig information om rådgivningslagens innebörd och de rättigheter den ger konsumenten. Sådan information till konsumenten saknas ofta. I beaktande av att den informationen i alltför många fall inte heller tycks ha nått fram till rådgivarna själva är detta kanske inte så förvånande. Detta är dock inte en acceptabel standard med tanke på det informationsmässiga underläge som konsumenten oftast har.

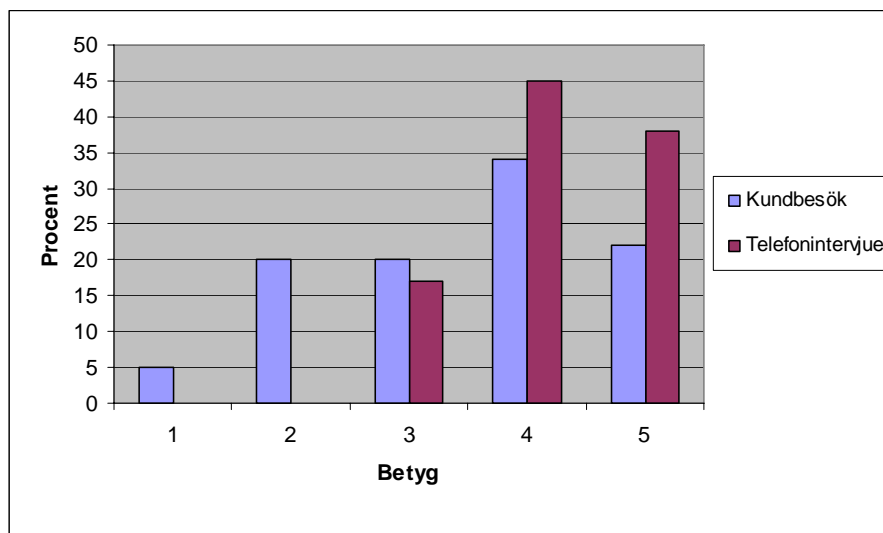
FI anser att lättillgänglig information om rådgivningslagen och om konsumentens rättigheter bör tillhandahållas av alla företag som bedriver finansiell rådgivning. En möjlighet att komma framåt i den här frågan är att Konsumenternas bank- och finansbyrå tar fram och på olika sätt för ut sådan information.

Konsumenternas intryck av rådgivningen

De verkliga kunderna som FI intervjuat per telefon är överlag nöjda med den rådgivning som de har fått. Man har satt betyg på en skala 1- 5 där 5 innebär mycket nöjd och betyget 1 mycket missnöjd.

Kundbesöken i de fyra storbankerna visar att 25 procent av FI-kunderna är mer kritiska till rådgivningen. Samtidigt visar telefonintervjuerna att kunderna hos övriga kategorier finansiella företag i stort sett är nöjda.

Diagram 1. "Hur nöjd är Du totalt sett med rådgivningstillfället och den rådgivning du fick?" Kundbesök respektive telefonintervjuer



Att de riktiga kunderna som intervjuats per telefon, anser sig förhållandevis nöjda innebär inte nödvändigtvis att företagen i alla delar lever upp till regelverkens krav.

Avslutningsvis finns anledning att kommentera det faktum att de kunder som telefonintervjuats genomgående är mer nöjda med rådgivningen och dess olika aspekter än de FI-medarbetare som själva gjort besök på företagen. Det ska dock påpekas att det inte går att göra riktigt rättvisa jämförelser eftersom FI-kunderna naturligen haft ett annat förhållningssätt än en vanlig kund genom att på ett medvetet och förberett sätt deltagit i en undersökning för att granska rådgivningen. Även företagen som besökts har skilts åt, FI-kunderna har enbart besökt kontor tillhörande de fyra storbankerna, de telefonintervjuade kunderna täcker en bredare grupp av företag – dock inga storbanker.

Bilaga 1: Enkät till företagen

Enkät om Finansiell rådgivning: Svar från samtliga institut



Ja Nej EA Antal Svar

GENERELLA FRÅGOR

1. Har företaget en klar skiljelinje mellan finansiell rådgivning och försäljning (inklusive marknadsföring och försäljning)?	86%	4%	10%	163
2. Har företaget identifierat på individnivå var i organisationen finansiell rådgivning förekommer?	97%	0%	3%	163
3. Genom vilka kanaler lämnar företaget finansiella råd?				
a) Telefon	64%	34%	2%	163
b) E-post/post	40%	58%	2%	163
c) Hemsidan	5%	93%	2%	163
d) Möte	95%	2%	2%	163
e) Annat	5%	93%	2%	163

KOMPETENSKRAV

4. Har företaget anpassat kunskapskraven på de anställda i förhållande till den finansiella rådgivningens inriktning, omfattning och svårighetsgrad?	96%	1%	3%	163
5. Använder företaget samma kunskapstest för samtliga finansiella rådgivare?	72%	23%	5%	163
6. Vilket/vilka kunskapstest använder företaget?				
a) Swedsec	50%	47%	3%	163
b) Eget utvecklat	7%	90%	3%	163
c) Annat	68%	29%	3%	163
d) Inget	2%	95%	3%	163
7. Om ett eget kunskapstest används, har testet i så fall godkänts av en oberoende granskare?	2%	95%	3%	163
8. Har företaget preciserat vilka krav som ställs för att uppnå en lämplig praktisk erfarenhet i den egna verksamheten (t.ex. trainee-skap, antal tjänsteår)?	72%	21%	7%	163

INTERN KONTROLL

9. Följer företaget löpande upp att den som lämnar råd har uppdaterade kunskaper?	95%	0%	5%	163
10. Följer företaget upp att rådgivarna har genomgått ett relevant kunskapstest?	95%	1%	4%	163
11. Följer företaget upp att rådgivande personal följer interna och externa regler för rådgivningsverksamheten?	93%	2%	5%	163
12. Har företaget utvecklat specifika kriterier för vad den interna kontrollen ska inriktas på för att säkerställa att gällande regelverk och god rådgivningssed efterlevs?	83%	11%	6%	163

DOKUMENTATION

13. Vilka av följande uppgifter om rådgivaren finns med i företagets dokumentation av ett rådgivningsuppdrag?				
a) Namn på företaget	97%	0%	3%	163

Enkät om Finansiell rådgivning: Svar från samtliga institut



	Ja	Nej	EA	Antal Svar
b) Vilka typer av produkter som företaget lämnar råd om	94%	3%	3%	163
c) Rådgivarens namn	97%	0%	3%	163
d) Rådgivarens kompetens och befogenhet	80%	17%	3%	163
14. Vilka av följande uppgifter om konsumenten finns med i företagets dokumentation av ett rådgivningsuppdrag?				
a) Namn	97%	0%	3%	163
b) Erfarenhet av finansiella placeringar	97%	0%	3%	163
c) Ekonomiska förhållanden	97%	0%	3%	163
d) Familjesituation	97%	0%	3%	163
e) Syfte med placeringen	96%	1%	3%	163
f) Placeringshorisont	96%	1%	3%	163
g) Riskbenägenhet	96%	1%	3%	163
h) Förkunskaper om risk i förhållande till aktuell placering	92%	5%	3%	163
i) Inställning till olika grader av risk	92%	5%	3%	163
j) Placeringsstrategi	84%	13%	3%	163
k) Annat	52%	45%	3%	163
15. Har företaget ett särskilt sätt att kvantifiera risk som gör det lätt för kunden att förstå, t.ex. risk uttryckt i kronor?	51%	44%	5%	163
16. Vilka av följande uppgifter dokumenteras om konsumentens ekonomiska förhållanden?				
a) Inkomst	96%	1%	3%	163
b) Förmögenhet	96%	1%	3%	163
c) Utgifter	90%	7%	3%	163
d) Skulder	94%	2%	3%	163
e) Försäkringssituation	83%	13%	3%	163
f) Skatter	66%	31%	3%	163
g) Annat	50%	47%	3%	163
17. Dokumenterar företaget skälen till att dokumentation inte inhämtas vid kundkontakt?	73%	10%	17%	163
18. Dokumenterar företaget det förhållande att kunden inte vill lämna uppgifter om sig själv?	96%	0%	4%	163
19. Vilka av följande uppgifter om rådgivningssituationen finns med i företagets dokumentation av ett rådgivningsuppdrag?				
a) Tidpunkt	97%	0%	3%	163
b) Vilket/vilka råd som lämnades	96%	1%	3%	163



Enkät om Finansiell rådgivning: Svar från samtliga institut

	Ja	Nej	EA	Antal Svar
c) Produkt	96%	1%	3%	163
d) Kvantitet	92%	5%	3%	163
e) Bakgrundsinformation som analyser och rekommendationer	77%	20%	3%	163
20. Uppskattningsvis hur många gånger har avrådan förekommit under 2006?				
a) Inte i något fall	11%	0%	0%	155
b) 0% till 5 % av fallen	66%	0%	0%	155
c) 5% till 10% av fallen	15%	0%	0%	155
d) I mer än 10% av fallen	6%	0%	0%	155
21. Vid avrådan dokumenteras skälen?	90%	3%	7%	163
22. Noterar företaget i dokumentationen de fall då kunden väljer att genomföra den avrådda placeringen?	87%	3%	10%	163
23. Har företaget metoder och rutiner för att fullgöra dokumentationsskyldigheten?	96%	0%	4%	163
24. Har företaget hjälpmedel (t.ex. mallar, formulär) som stöd i den kartläggning av konsumenten som ska göras?	96%	1%	3%	163
25. Klassificeras de finansiella produkter som erbjuds utifrån graden av risk i syfte att dokumentera vilken typ av finansiella instrument som företaget lämnar råd om?	71%	22%	7%	163
26. Har företaget processer som klarar att ta fram och lämna ut fullständig dokumentation om:				
a) Konsumenten	95%	1%	4%	163
b) Rådgivaren	94%	2%	4%	163
c) Rådgivningssituationen	94%	2%	4%	163
27. Kan företaget söka fram finansiell rådgivning till en viss kundgrupp t.ex. kunder över 70 år?	69%	20%	11%	163
28. Informerar företaget konsumenten om dennes möjlighet att på begäran få ut sådan dokumentation som endast behöver lämnas ut på konsumentens begäran?	78%	8%	14%	163
29. Om svaret är ja på föregående fråga lämnas information:				
a) Skriftligt?	86%	14%	0%	126
b) Muntligt?	37%	63%	0%	126
30. Arkiveras företagets dokumentation på ett säkert och varaktigt sätt?	98%	0%	2%	163
31. Är dokumentationen lätt sökbar även efter rådgivningstillfället?	98%	0%	2%	163
RIKTLINJER OCH INFORMATION				
32. Har företaget riktlinjer för rådgivningsverksamheten?	86%	10%	4%	163
33. Innehåller riktlinjerna handlingsregler som är avpassade till den företagsspecifika verksamheten i syfte att säkerställa att rådgivningen ryms inom ramen för gällande regelverk och god rådgivningssed?	83%	7%	9%	163

Enkät om Finansiell rådgivning: Svar från samtliga institut



	Ja	Nej	EA	Antal Svar
34. Innehåller riktlinjerna bestämmelser för hur kontroll och uppföljning sker av att rådgivande personal följer interna och externa regler för rådgivningsverksamheten?	76%	13%	11%	163
35. Framgår det av riktlinjerna var i organisationen finansiell rådgivning lämnas?	77%	12%	11%	163
36. Framgår det av riktlinjerna genom vilka media rådgivning lämnas?	71%	18%	11%	163
37. Innehåller riktlinjerna kompetenskrav på den personal som lämnar finansiella råd utifrån rådgivningens inriktning, omfattning och svårighetsgrad?	83%	7%	10%	163
38. Innehåller riktlinjerna regler om vilken personal som omfattas av kompetenskraven?	82%	8%	10%	163
39. Har bolaget tagit fram något särskilt externt informationsmaterial med anledning av reglerna om rådgivning?	57%	37%	6%	163

Bilaga 2: Frågeformulär kundbesök och telefonintervjuer

Finansinspektionen - Undersökning om Finansiell Rådgivning,
Besök, Jan-Feb 2007
Copyright (c) 2007 Demoskop AB

Fråga 1.

Hur nöjd är du totalt sett med rådgivningstillfället och den rådgivning du fick? Svara på en skala från 1 till 5 där 1 betyder mycket missnöjd och 5 helt nöjd.

Fråga 2.

OM 1 ELLER 2:

Vad är det främsta skälet till att du är missnöjd med rådgivningen?

Fråga 3.

På vems initiativ togs första kontakten för rådgivningen?

Fråga 4.

Träffades ni vid första rådgivningstillfället?

Fråga 5.

Har du lämnat några uppgifter till rådgivaren för att ge denne en bild över din ekonomi? OM JA Vilken typ av uppgifter?

Ja, deklARATION

Ja, konto/depåsammandrag

Ja, annat nämligen

Fråga 6.

Hur noggrann var rådgivaren med att ta reda på fakta om din ekonomiska situation? Svara på en skala från 1 till 5, där 1 betyder inte alls noggrann och 5 mycket noggrann.

Fråga 7.

Hur goda förutsättningar tycker du att rådgivaren har att bedöma din ekonomiska situation baserat på den information som inhämtades? Svara på en skala från 1 till 5, där 1 betyder mycket dåliga förutsättningar och 5 mycket goda förutsättningar.

Fråga 8.

Fick du själv någon dokumentation från rådgivaren om dig och din ekonomiska situation?

Fråga 9.

Frågade rådgivaren om dina kunskaper och erfarenheter när det gäller privatekonomi?

Fråga 10.

OM DU FÅTT DOKUMENTATION:

I vilken utsträckning tycker du att den dokumentation du fått ger dig värdefull information? Svara på en skala från 1 till 5, där 1 betyder inte alls och 5 i mycket stor utsträckning?

Fråga 11.

OM DU FÅTT DOKUMENTATION:

Vad av det följande anges eller beskrivs i den dokumentation du fått av rådgivaren?

- Namn på det rådgivande företaget
- Namn på rådgivaren
- Tidpunkt för rådgivningen
- Beskrivning av de produkter företaget lämnar råd om
- Föreslagen placering
- Avrådan mot placering i företagets produkter
- Den risk du tar vid olika placeringar angiven i kronor
- Beskrivning av din egen riskbenägenhet
- Din placeringshorisont, dvs med vilken långsiktighet du sparar
- Målet med föreslagen placering
- Inget av dem

Fråga 12.

OM DU FÅTT DOKUMENTATION OCH BESVARAT RESPEKTIVE DELFRÅGA:

Hur väl tycker du följande beskrevs i den dokumentation du fått? Svara på en skala från 1 till 5 där 1 betyder mycket dåligt och 5 mycket bra.

- Beskrivning av de produkter företaget lämnar råd om
- Föreslagen placering
- Den risk du tar vid olika placeringar angiven i kronor
- En beskrivning av din egen riskbenägenhet
- Din placeringshorisont, dvs med vilken långsiktighet du sparar
- Målet med föreslagen placering

Fråga 13.

OM DU FÅTT DOKUMENTATION:

Upplevde du att det fanns några brister eller felaktigheter i den dokumentation du fått?

Fråga 14.

Vilket omdöme skulle du ge var och en av följande aspekter när det gäller de placeringsråd du har fått? Svara på en skala från 1 till 5 där 1 betyder mycket dåligt och 5 mycket bra.

- Beskrivning av de produkter och tjänster som rådgivaren lämnar råd om
- Beskrivning av risken relaterat till föreslagen placering
- Rådgivarens kompetens och erfarenheter med avseende på de råd som gavs

Fråga 15.

Vilken eller vilka av följande produkter har du fått råd att placera i?

- Aktier
- Aktiefond
- Räntefond
- Aktieindexobligation
- Annat
- Vet ej/Ej svar

Finansinspektionens rapporter

finns på www.fi.se

- 2007:4 Kreditmarknadsbolagen och konsumentskyddet
- 2007:3 Ordning och reda ? II – en granskning av 678 försäkringsförmedlare
- 2007:2 Utvärdering av Stockholmsbörsen AB som central motpart, 2006
- 2007:1 Utvärdering av VPC:s clearingsystem, 2006
- 2006:18 Operativa risker – företagens hantering och FI:s rekommendationer
- 2006:17 Penningtvätt och terroristfinansiering
- 2006:16 Flytträtt för sparande i pensionsförsäkring – kartläggning och förslag
- 2006:15 Oreglerade erbjudanden på aktiemarknaden
- 2006:14 Finanssektorns stabilitet 2006
- 2006:13 Warrantmarknaden – en granskning av informationen till småsparare
- 2006:12 Blancokrediter till konsumenter II – uppföljning
- 2006:11 Skatte- och försäkringsrörelseregler för livförsäkring
- 2006:10 Pensionssparandet och värdebeskeden
- 2006:9 Utvecklingen på bolånemarknaden
- 2006:8 Ordning och reda – en granskning av 150 försäkringsförmedlare
- 2006:7 Livbolagens förlusttäckning – redovisning av olika metoder
- 2006:6 Bankernas kapitalkrav med Basel 2
- 2006:5 Avgift efter prestation – en granskning av avgifter i 37 fondbolag
- 2006:4 Marknadstillsyn 2006
- 2006:3 Handel med förfallna fordringar och inkasso
- 2006:2 Företagens tillämpning av internationella redovisningsregler
- 2006:1 Fondbolagens informationsgivning



Finansinspektionen
Box 6750, 113 85 Stockholm
Tel 08-787 80 00
Fax 08-24 13 35
finansinspektionen@fi.se