



Konsument
verket • KO

OM TV:N GÅR SÖNDER...

Produktförsäkring och skadereglering

MAJ 2010

INNEHÅLL

SAMMANFATTNING	3
INLEDNING	4
UNDERSÖKNING AV SKADEREGLERING VID PRODUKT- FÖRSÄKRING I HEMELEKTRONIKBRANSCHEN	5
Urval och avgränsningar	5
Ärendegång vid skada	5
Handläggningstider	5
Låneprodukter	6
Uppsägning av försäkring	6
Självrisk	6
Klagomål	7
Konsumentvägledare	7
Marknadsföringslagen och efterköpsituationen	9
TIDIGARE GENOMFÖRDA UNDERSÖKNINGAR	10
Rätt försäkring för tv:n 2008:21	10
Produktförsäkringar – en granskning av förköpsinformation och försäkringsvillkor, 2009:4	10
SAMMANTAGNA SLUTSATSER FRÅN DE TRE UNDERSÖKNINGARNA	12

Sammanfattning

Finansinspektionen och Konsumentverket har sedan hösten 2008 undersökt produktförsäkringarna i hemelektronikbranschen. Anledningen till undersökningarna är att många konsumenter har klagat på eller ställt frågor om dessa försäkringar.

I denna rapport redovisas den tredje och sista undersökningen. Det är en granskning av efterköpssituationen, dvs. hur skaderegleringen med anledning av produktförsäkringar bör hanteras. Dessutom redovisas de samlade slutsatserna av de olika delundersökningarna.

Den första undersökningen visar att produktförsäkringen innebär ett ökat skydd jämfört med hemförsäkring och garantier. Nyttan av produktförsäkringen är något som beror på konsumentens situation och kostnaden för produktförsäkringen bör ställas i relation till exempelvis kostnad för självrisk i hemförsäkringen.

Den andra undersökningen visar att det finns brister när det gäller produktförsäkringars överrensstämmelse med försäkringsavtalslagen (FAL) och lag om avtalsvillkor i konsumentförhållanden (AVLK). I vissa fall fanns det klara brister i informationen. Försäkringsbolagen har sedan de tidigare undersökningarna förbättrat informationen till konsumenterna. Vissa frågor relaterade till avtalsvillkoren är föremål för rättslig prövning.

Den tredje undersökningen visar att efterköpssituationen i allt väsentligt fungerar väl. Informationen behöver dock tydliggöras exempelvis när det gäller ersättningsprodukter.

Sammantaget anser vi att marknaden för produktförsäkringar numera i allt väsentligt fungerar bra.

Inledning

Finansinspektionen (FI) och Konsumentverket (KOV) har sedan hösten 2008 undersökt produktförsäkringarna i hemelektronikbranschen. Under 2008 kom det in många klagomål från konsumenter till konsumentvägledare, Konsumenternas försäkringsbyrå, KOV och FI. Vi ansåg därför att det var motiverat att kritiskt granska hur den här marknaden fungerar.

Den första undersökningen jämförde produktförsäkringarna med det övriga konsumentskyddet och slog fast att försäkringen ger ett utökat skydd jämfört med hemförsäkringar och garantier. Det är upp till konsumenten att väga nyttan av försäkringen och kostnaden för denna mot självriskan i hemförsäkringen.

Den andra undersökningen tittade på om villkoren är skäliga och följer de lagar som gäller. Undersökningen visade på brister i informationen till kunderna och i försäkringarnas överensstämmelse med marknadsföringslagen (MFL) och försäkringsavtalslagen (FAL). Sen rapporten publicerades har försäkringsbolagen åtgärdat några av problemen.

Den tredje och här presenterade rapporten granskar hur skaderegleringen hanteras. Den visar att efterköpssituationen i allt väsentligt fungerar väl men att informationen kring ersättningsbestämmelser behöver tydliggöras.

Den sammantagna slutsatsen av de tre undersökningarna är att marknaden fungerar väl. Produktförsäkringen ger ett ökat skydd jämfört med hemförsäkring och garantier. Informationen till kunderna har förbättrats och skaderegleringen fungerar. Försäkringen håller vad den lovar. Antalet klagomål ställt i relation till antalet tecknade försäkringar är idag väsentligt lägre än 2008.

Undersökning av skadereglering vid produktförsäkring i hemelektronikbranschen

URVAL OCH AVGRÄNSNINGAR

I två tidigare undersökningar har FI och KOV valt att begränsa undersökningarna till att omfatta området hemelektronik samt ytterligare begränsa området till att endast omfatta platt-tv. Samma avgränsning har gjorts även denna gång.

Vi har även gjort samma avgränsning som tidigare när det gäller urvalet av butikskedjor; Elgiganten, Expert Stormarknad, Onoff och Siba. Därigenom är det två försäkringsbolag som blir aktuella; Solid Försäkringsaktiebolag och Moderna Försäkringar Sak AB.

FI har skickat enkäten till försäkringsgivarna och KOV har skickat samma enkät till butikskedjorna. Dessutom har KOV skickat en enkät till Konsumentvägledarna för att få en kompletterande bild av efterköpsituationen.

ÄRENDEGÅNG VID SKADA

Ärendegången beskrivs enligt nedan:

1. Kund lämnar in defekt vara till butikskedja eller anmäler skada till försäkringsbolaget
2. Butikskedjan eller kunden lämnar varan till auktoriserad verkstad för bedömning
3. Försäkringsbolaget blandas in vid skadeanmälan och kontaktas av verkstad och/eller av kunden
4. Försäkringsbolaget gör bedömningen om skadan är en garantiskada, reklamationsförsäkring eller en skada som ska ersättas av produktförsäkringen
5. Konsumenten informeras i normalfallet via telefon. Vid avslag eller nedsättning av ersättning får kunden ett skriftligt besked.
6. Konsumenten kan överklaga beslutet direkt till försäkringsbolagets skadecenter, till försäkringsbolagets överprövningsnämnd, till Allmänna reklamationsnämnden (ARN) och/eller till allmän domstol.

HANDLÄGGNINGSTIDER

Försäkringsbolagen uppger att det inte finns några angivna handläggningstider enligt avtal, men att de följer FAL. Detta betyder att det inte finns några avtalade handläggningstider. Enligt FAL 7 kap 1 § ska försäkringsersättning som inte avser periodiska utbetalningar betalas senast en månad efter det att den ersättningsberättigade har anmält försäkringsfallet och lagt fram den utredning som skäligen kan begäras för att fastställa betalningsskyldigheten. Detta gäller dock inte i den mån rätten till ersättning är beroende av att egendom repareras eller återanskaffas.

De genomsnittliga handläggningstiderna för ett skadeärende varierar från en arbetsdag till tolv arbetsdagar enligt försäkringsbolagen och butikskedjorna.

Konsumenten informeras om handläggningstider vid skadeanmälnings-
tillfället, information om genomsnittliga handläggningstider saknas i
bolagens skriftliga material.

LÅNEPRODUKTER

De produktförsäkringar vi undersökt ger inte rätt till en låneprodukt och
i normalfallet erbjuds konsumenten inte någon sådan. I vissa fall där
reparationstiden innebär en stor olägenhet för kunden uppger dock för-
säkringsbolagen samt butikskedjorna att de kan lämna ut en lånepro-
dukt. I vilka fall en sådan låneprodukt lämnas ut, bedöms från fall till
fall och bedömningen görs av personalen i respektive butik.

Siba erbjuder alla kunder låneprodukt när varan varit inlämnad på repa-
ration i 20 kalenderdagar.

UPPSÄGNING AV FÖRSÄKRING

Samtliga bolag uppger att kunden kan säga upp försäkringen inom de
första 30 dagarna. Därefter är det möjligt att säga upp försäkringen vid
varje tolv månaders försäkringsperiod. Då får kunden tillbaka resterande
premie. Det är också möjligt att säga upp försäkringen när försäkrings-
behovet upphört, exempelvis då produkten har sålts. Resterande premie
återbetalas i dessa fall.

Sedan föregående undersökningar har försäkringsbolagen uppdaterat
sina villkor och det framgår numera av dessa hur uppsägning kan ske.

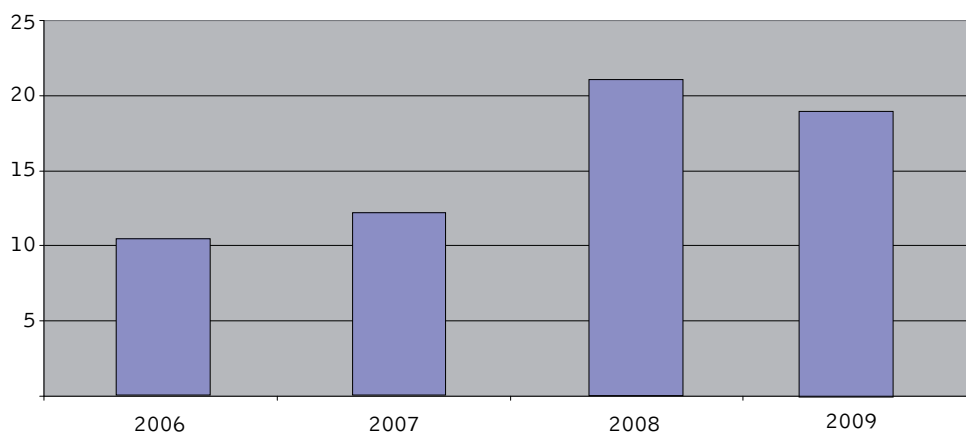
SJÄLVRISK

Självrisk för produktförsäkringar varierar mellan 0 kronor och 195
kronor, se tabell nedan.

Självrisk för tv-apparater

Moderna försäkringar	0 kr
Solid	0-195 kr, (se resp butikskedja)
Elgiganten	0 kr
Expert	100 kr
OnOff	195 kr
Siba	0 kr

*Klagomål hos Allmänna reklamationsnämnden, ARN:
Antal klagomål de senaste fyra åren.*



KLAGOMÅL

Det inkom 19 anmälningar på produktförsäkringar till Allmänna reklamationsnämnden (ARN) under 2009, se diagram ovan.

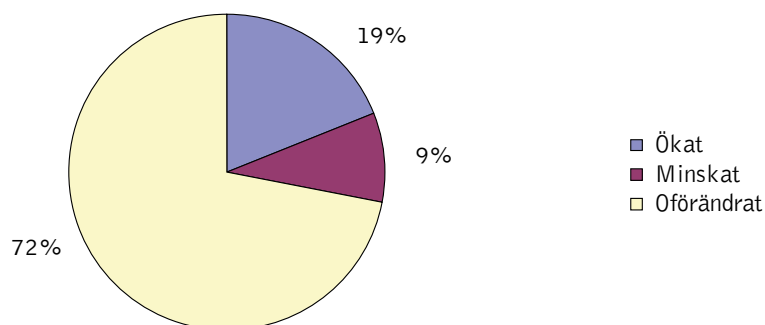
Antalet sålda försäkringar under perioden 2006—2009 har ökat enligt försäkringsbolagen.

Moderna Försäkringar uppger att antalet klagomål till bolagets överprövningsnämnd har ökat sedan de skriftligen börjat informera kunderna om hur de kan överklaga ett beslut.

Klagomålen hos ARN gäller främst två typer av ärenden; dels ärenden där konsumenten nekats rätt till ersättning på grund av att försäkringsbolaget inte ansett att någon ersättningsberättigad skadehändelse inträffat och dels fall där konsumenten är missnöjd med ersättningsprodukten. Ett exempel på ett fall där konsumenten nekats rätt till ersättning är då konsumenten först uppgett att skadan berodde på att tv:n hade monterats bristfälligt och sedan ändrat skadehändelsen till att de hade tappat tv:n.

Frågor till konsumentvägledare:

Har antalet frågor kring produktförsäkringar ökat eller minskat de senaste åren?



KONSUMENTVÄGLEDARE

Enkäten skickades ut till samtliga 246 Konsumentvägledare i Sverige. Av dessa har 67 procent svarat på enkäten. Den egentliga svarsfrekvensen är dock något högre eftersom fler konsumentvägledare inom samma kommun har lämnat gemensamma svar i stället för att svara på varsina enkäter.

64 procent av konsumentvägledarna som deltog i enkäten får frågor om behovet av att teckna produktförsäkring innan köp och 70 procent uppger att de får frågor om villkoren i försäkringen.

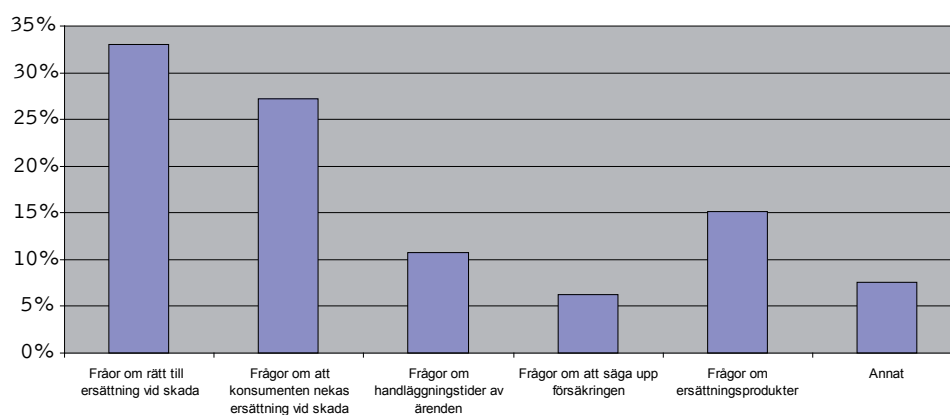
19 procent av konsumentvägledarna uppger att antalet frågor kring produktförsäkringar har ökat de senaste åren och 72 procent uppger att antalet frågor är oförändrade, se diagram ovan.

Vilka frågor ställer konsumenterna?

Frågorna från konsumenterna gäller främst frågor om rätt till ersättning vid skada samt frågor om att konsumenten nekas ersättning vid skada, se diagram nedan.

Frågor till konsumentvägledare:

Vid skadetillfället - vad frågar konsumenterna om?



Vidare uppger flera konsumentvägledare att konsumenterna säger att den muntliga informationen från säljarna brister. I flera fall har konsumenterna fått informationen om att försäkringen ”täcker allt”. När skada sedan inträffar och konsumenten gör skadeanmälan så har de uppmärksammats på att exempelvis stöld och vissa ”tappskador” (hänvisar till aktsamhetskraven) är undantagna i försäkringsvillkoren. Eftersom försäkringstiden i genomsnitt är tre år kan frågorna till konsumentvägledarna gälla försäkringar som har tecknats för två eller tre år sedan. Konsumentvägledarnas svar bör därför ställas mot det faktum att informationen från butikernas säljare har förbättrats sedan dess. Bland annat har de försäkringsbolag som omfattas av undersökningen utfört en certifiering av butikernas personal.

MARKNADSFÖRINGSLAGEN OCH EFTERKÖPSSITUATIONEN

I den andra rapporten skrev KOV och FI om den muntliga information som lämnas till konsumenter vid köp av produktförsäkring. Där framkom att några säljare informerade fel gällande reklamationsrätten och vad som gäller för produktförsäkringen. Bland annat fanns det säljare i undersökningen som sa att försäkringen täcker allt.

Enligt 10 § MFL får en näringsidkare inte använda sig av felaktiga påståenden eller andra framställningar som är vilseledande vid marknadsföring. Detta gäller både muntliga och skriftliga framställningar.

MFL är tillämplig även på efterköpssituationer¹ vilket innebär att den är tillämplig såväl på näringsidkares beteenden och åtgärder vid försäljningstillfället som vid skadeanmälan med anledning av produktförsäkringen och vid reklamationshantering.

¹ Prop. 2007/08:115 s. 63

Tidigare genomförda undersökningar

RÄTT FÖRSÄKRING FÖR TV:N 2008:21

Den första undersökningen publicerades i december 2008 i en rapport som rubricerades ”Rätt försäkring för tv:n” och behandlade skyddet som konsumenter får med produktförsäkringar för hemelektronik.² Den jämför produktförsäkringarna med det övriga konsumentskyddet som finns, såsom garantier, reklamationskydd, hemförsäkring och tilläggsförsäkringar till hemförsäkringen (s.k. drulletillägg).

Den rapporten togs fram av FI och KOV gemensamt. Rapportens slutsatser var att

- Konsumenten har skydd enligt lag om reklamation görs inom tre år. Produkten skyddas för tillverkningsfel under ett eller två år.
- Hemförsäkringen och tillägget till hemförsäkringen gäller för tillverkningsfel under tre år. Produktförsäkringen gäller endast en produkt och upphör att gälla den dag som produktförsäkringen utnyttjas till följd av en totalskada och en ersättningsprodukt lämnas ut.
- Produktförsäkringen gäller normalt under två eller tre år.
- Produktförsäkringen har ingen eller låg självrisk.
- Försäkringen tillämpar inte åldersavdrag.
- Försäkringsbolagen kräver aktsamhet från konsumenten. Aktsamhetskraven ska framgå av villkoren.

Faktorer som påverkar nyttan av produktförsäkringen är vilken hemförsäkring konsumenten har, risken för skador, produktens pris och behov av produkten.

PRODUKTFÖRSÄKRINGAR – EN GRANSKNING AV FÖRKÖPSINFORMATION OCH FÖRSÄKRINGSVILLKOR, 2009:4

Den andra undersökningen omfattade förköpsinformation och försäkringsvillkor, dvs. om försäkringsvillkoren håller sig inom de lagar som gäller samt om avtalsvillkoren är skäliga.

Undersökningen resulterade i en rapport 2009 som rubricerades ”Produktförsäkringar - en granskning av förköpsinformation och försäkringsvillkor”.³ Rapporten analyserar om konsumenter får tillräcklig och korrekt information för att kunna fatta sitt beslut att köpa försäkringen eller inte. Risken är att konsumenten köper ett skydd som denne redan har.

Granskningen omfattade den muntliga och skriftliga förköpsinformation som konsumenten får i samband med köpet, utifrån MFL och FAL. Dessutom analyseras om produktförsäkringars avtalsvillkor överensstämde med FAL och AVLK.

Den rapporten togs i allt väsentligt fram av KOV.

Undersökningen visade att det fanns brister när det gäller produktförsäkringars överensstämmelse med FAL och AVLK. Vidare visade

2 Rapport 2008:21, se www.fi.se och www.konsumentverket.se

3 Rapport 2009:4, se www.konsumentverket.se

undersökningen att informationen till konsumenterna behövde bli bättre. Det är viktigt att konsumenten får tillräcklig och korrekt information om villkoren i produktförsäkringarna. Butikspersonalens muntliga information till konsumenten behövde bli bättre. Den personliga kontakten med butikskedjornas personal är en faktor som har stor betydelse för konsumentens köpbeslut.

Sammantagna slutsatser från de tre undersökningarna

Sedan de två tidigare undersökningarna har de undersökta Försäkringsbolagen förbättrat den skriftliga förköpsinformationen till konsumenten. De har bland annat tydliggjort på vilket sätt konsumenten kan säga upp försäkringen. De har även infört en certifiering av butikernas personal.

Elektronikbranschen har tagit fram material för butik och annonser samt pins för butikernas personal för att förtydliga försäkringscertifieringen. Försäkringstiden för produktförsäkringar är omkring tre år och flertalet av dagens gällande försäkringar tecknades således innan certifiering av personal och förbättringar av informationsmaterial genomfördes. Resultatet av dessa åtgärder kan därför inte mätas förrän om cirka två år.

Den nu genomförda undersökningen av skaderegleringen visar att efterköpssituationen i allt väsentligt fungerar väl. Dock behöver informationen tydliggöras när det gäller ersättningsbestämmelser. Om produkten går sönder och inte går att laga ersätts den med likvärdig produkt. ”Likvärdig produkt” innebär en produkt med likvärdiga prestanda, vilket inte nödvändigtvis innebär en produkt för samma pris. I synnerhet när det gäller hemelektronik är teknikutvecklingen snabb, och för samma summa pengar får konsumenten ofta högre prestanda över tiden. Vid ersättningstillfället kan det med andra ord bli fråga om en billigare produkt än den som först inköptes. Det är därför viktigt att det tydligt framgår på vilka villkor en ersättningsprodukt erbjuds.

Det finns i praktiken ingen standard då det gäller vilken låneprodukt som erbjuds kunden, utan de enskilda ärendena bedöms från fall till fall. Rätt till låneprodukt avgörs av respektive butik och kan grundas på affärsmässiga överväganden (vård av kundrelationen, allmän goodwill etc.) utöver de strikt avtalsmässiga.

Frekvensen skadefall är mycket låg. Det finns därför ingen anledning för myndigheterna att utfärda anvisningar för skadeprocessen även om vi kan konstatera stora individuella avvikelser i hanteringen.

Den arbetsmodell i tre steg som FI och KOV använt har syftat till att få fram en sammanfattande bild av produktförsäkringar och deras villkor. Undersökningarna visade att det funnits brister i informationen till kunderna samt i försäkringarnas överensstämmelse med MFL och FAL.

Det har funnits brister i muntlig och skriftlig information när det gäller begränsningar i försäkringsskyddet.

Enligt gällande rätt får inte ett försäkringsbolag erbjuda skadeförsäkringar för längre tid än ett år, om det inte finns ”särskilda skäl” för en längre försäkringstid. När det gäller produktförsäkringar för tv tillämpar de två försäkringsbolagen längre tid, vanligtvis tre år. I och för sig erbjuder man kunderna rätt att säga upp försäkringen efter ett år, men sättet som kunderna informerats om detta har inte varit invändningsfritt när vi inledde undersökningarna.

Såsom försäkringarna är utformade upphör försäkringen att gälla vid en totalskada, dvs. om tv:n ersätts med en ny. Detta är en annorlunda kon-

struktion jämfört med flertalet andra skadeförsäkringar och kan skapa förvirring och missförstånd bland konsumenterna.

Efter våra synpunkter har försäkringsbolagen förbättrat den skriftliga förköpsinformationen till konsumenterna, tydliggjort uppsägningsvillkoren och infört en certifiering av butikernas personal. Dessutom har elektronikbranschen tagit fram material för butik och annonser för att förtydliga försäkringscertifieringen.

När det gäller den långa avtalstiden och det faktum att försäkringen upphör vid totalhaveri så är dessa frågor föremål för rättslig prövning.

Överlag fungerar marknaden numera bättre. Det som behöver bli tydligare är information om ersättningsbestämmelser vid skada.



Finansinspektionen
Box 7821, 103 97 Stockholm
Besöksadress Brunnsgatan 3
Telefon 08-787 80 00
Fax 08-24 13 35
finansinspektionen@fi.se

www.fi.se



Konsumentverket
Box 48, 651 02 Karlstad
Besöksadress Lagergrens gata 8
Telefon 0771-42 33 00
Fax 054-19 41 95
konsumentverket@konsumentverket.se

www.konsumentverket.se