



Finansinspektionens

konsumentskyddsarbete

14 oktober 2024



Innehåll

Sammanfattning	3
Varför behövs konsumentskydd?	5
Informationsunderläge och svårt för konsumenten att utvärdera sina finansiella beslut	6
Bristande finansiell förmåga och intresse	6
Digitaliseringen ställer nya krav på konsumentskyddet	7
Viktigt med ett starkt konsumentskydd på finansmarknaden	7
Innebörden av ett starkt konsumentskydd	8
Tre övergripande villkor för ett starkt konsumentskydd.....	8
Konsumenters tillgångar hos finansiella företag är säkra, företagen följer ingångna avtal och deras tjänster är säkra och tillgängliga.....	9
Konsumenter får relevant och tydlig information.....	10
Finansiella företag visar omsorg om konsumenterna och utgår från deras behov och förutsättningar.....	10
Så arbetar FI för ett starkt konsumentskydd	13
Andra aktörer och gränser för FI:s mandat.....	15
Konsumentskyddande regler på finansmarknaden.....	17
Konsumenternas tillgångar är säkra.....	17
Krav på information till konsumenterna	17
Företag ska ta hänsyn till konsumenternas förutsättningar.....	18
Kontraheringsplikt, pristak och bankbyte	19
Viktigt att klagomål tas om hand av företagen	19

Sammanfattning

Finansinspektionen (FI) har i uppdrag att verka för ett starkt skydd för konsumenter på finansmarknaden. Enligt FI:s strategi för 2024–2028 ska vi förbättra konsumentskyddsarbetet och stå på konsumentens sida. Ett starkt konsumentskydd innebär att finansiella företag erbjuder konsumenter ändamålsenliga och kostnadseffektiva tjänster och produkter. Konsumenter ska kunna lita på att företagen inte utnyttjar det informations- och kunskapsunderläge som de generellt befinner sig i. De ska kunna lita på att produkterna utgår från deras behov, önskemål och förutsättningar. Företagen har en omsorgsplikt.

Undersökningar visar att förhållandevis många konsumenter saknar de grundläggande kunskaper och färdigheter som de behöver för att förstå finansiell information och för att ta väl underbyggda privatekonomiska beslut. Dessutom kan finansiella produkter vara svåra att utvärdera. Exempelvis kan konsumenten upptäcka hur bra eller dålig en produkt faktiskt är först en lång tid efter köpet. Ofta handlar det också om finansiella beslut som konsumenten tar sällan och som därför kan ha stor påverkan på hans ekonomi. Därtill har digitaliseringen lett till ökad snabbhet och alltmer riktad marknadsföring till konsumenter. Det ökar i sin tur risken för att de tar oöverlagda beslut och riskerar att bli utsatta för olika former av bedrägerier. Därför är det viktigt att det finns skydd för konsumenterna på finansmarknaden. Förutom att skydda enskilda konsumenter från skada syftar konsumentskyddet också till att undvika negativa effekter för resten av samhället, och att säkerställa ett grundläggande förtroende för det finansiella systemet.

FI har i uppdrag att arbeta för ett starkt konsumentskydd på finansmarknaden. FI slår också fast i sin strategi för 2024–2028 att konsumentskydd är ett fokusområde. Vi ska förbättra konsumentskyddsarbetet och stå på konsumentens sida. I detta dokument beskriver vi vad ett starkt konsumentskydd innebär och hur vi ser på vårt konsumentskyddsuppdrag.

För att uppnå ett starkt konsumentskydd ska tre övergripande villkor vara uppfyllda:

- Konsumenternas tillgångar hos företag på finansmarknaden är säkra och företagen följer ingångna avtal. Företagens tjänster är säkra och tillgängliga.
- Konsumenterna får relevant och tydlig information.
- De finansiella företagen visar omsorg om konsumenterna och utgår från deras behov och förutsättningar.

Ett starkt konsumentskydd handlar följaktligen om att konsumenterna ska kunna känna sig trygga i att de finansiella företagen i sin verksamhet tar ansvar och utgår från konsumenternas behov, önskemål och förutsättningar, och att företagen är medvetna om vilka intressekonflikter som kan uppstå i verksamheten. Det gäller till exempel när företagen utformar och säljer finansiella produkter och tjänster. Då ska kostnaderna stå i proportion till värdet för konsumenterna. Företagen måste också beakta att produkterna och tjänsterna kan användas av konsumenter som har olika förmåga och att en del konsumenter kan ha svårt att använda digitala tjänster.

FI:s verktyg för att verka för ett starkt konsumentskydd är att ge tillstånd till företag, utöva tillsyn, utfärda förelägganden och sanktioner, besluta om regler, ge vägledning genom allmänna råd och rättsliga ställningstaganden samt ha en dialog med branschen.

I vårt konsumentskyddsarbete spelar även kommunikation en särskilt viktig roll. Arbetet handlar dels om att kommunicera vad vi förväntar oss av de företag som har tillstånd att driva finansiell verksamhet och påverka dem att visa omsorg om konsumenterna. Dels handlar det om att nå konsumenter för att stärka deras ställning på finansmarknaden och göra dem vaksamma mot exempelvis bedrägerier. Vi strävar efter att ha konsumenternas förtroende och vara en naturlig aktör i den offentliga diskussionen om privatekonomiska frågor.

Varför behövs konsumentskydd?

Som konsument behöver man för att fungera i samhället använda finansiella tjänster och fatta finansiella beslut. Beslut som kan ha långtgående ekonomiska konsekvenser. Konsumenterna befinner sig i ett informationsunderläge gentemot de finansiella företagen. Bristande kunskaper om matematik och finansiella begrepp, ibland tillsammans med avsaknad av intresse, påverkar konsumenternas val och förstärker underläget.

I vår digitala värld går det ofta snabbt, vilket kan leda till oöverlagda beslut. Finansiella produkter köper man dessutom i regel sällan och det kan dröja länge innan konsumenten använder produkten och utvärderar resultatet. Därför behövs det ett starkt konsumentskydd som skyddar enskilda konsumenter från skada, bidrar till att undvika negativa effekter för resten av samhället och upprätthåller konsumenternas förtroende för det finansiella systemet.

Alla konsumenter behöver på något sätt använda sig av finansiella tjänster, för att kunna fungera i samhället. Det handlar om att ha tillgång till ett bankkonto för att ta emot sin lön, pension eller sina studiemedel och att betala olika utgifter från. Det kan också vara fråga om att betala varor och tjänster i handeln till exempel med kort eller sin telefon. Därutöver kan det handla om att spara på konto eller i olika slags investerings- och försäkringsprodukter, eller att försäkra sig mot till exempel personskador, inkomstbortfall eller skador på tillhörigheter.

Många beslut om finansiella produkter har en avgörande betydelse för konsumentens ekonomi. Konsekvenserna om något går fel kan därför bli stora. Dessutom rör det sig ibland om beslut som är svåra att avstå från. Ett exempel på det är att det i många fall är upp till den anställde att välja förvaltning av kollektivavtalad tjänstepension. Även om förvaltningen av sådan pension ofta har låga avgifter, har konsumentens beslut en avgörande betydelse för storleken på den framtida pensionen, och innefattar svåra bedömningar och avvägningar mellan kostnad och risk. Ett annat exempel är att allt fler hushåll äger sin bostad, vilket i de allra flesta fall innebär att de behöver ett bolån. I ett sådant fall kan storleken på lånet ha avgörande betydelse för konsumentens ekonomiska framtid. Särskilt i tider med ett högt ränteläge blir det också viktigt att konsumenten är aktiv och omförhandlar sina räntor vilket kräver både kunskap och engagemang.

Det finns flera skäl till att det finns behov av konsumentskyddsegler för att skydda enskilda konsumenter.

Informationsunderläge och svårt för konsumenten att utvärdera sina finansiella beslut

Konsumenter befinner sig generellt sett i ett informationsunderläge gentemot finansiella företag. Finansiella beslut skiljer sig på olika sätt från beslut om andra konsumentprodukter. Flera olika faktorer kan påverka hur en finansiell produkt fungerar och utvecklas och vissa produkter är komplexa till sin konstruktion. Många finansiella produkter har också egenskaper som gör dem svåra att utvärdera och där effekterna på konsumentens ekonomi kan bli stora. I vissa fall går det lång tid mellan det att en konsument fattar ett finansiellt beslut och att resultatet av beslutet framgår. Till exempel är det först efter många år som utfallet av ett pensionssparande blir tydligt, det vill säga om pensionen blir stor eller liten. I vissa fall är det svårt att ens då avgöra om en finansiell produkt har varit bra eller dålig – och i vilken mån det har varit bolagets förtjänst eller fel. Ibland, till exempel för pensionssparande och bolån, handlar det dessutom om val som konsumenten gör sällan, kanske bara en eller ett par gånger under en livstid. Det innebär i sin tur att möjligheten att lära sig av tidigare erfarenheter är begränsad.

Bristande finansiell förmåga och intresse

FI genomför regelbundet undersökningar om hur hushållen förstår finansiell information, det vill säga hushållens finansiella förmåga och individers räknefärdighet. Frågorna som konsumenterna besvarar handlar bland annat om ränta, inflation och finansiell risk. Undersökningarna visar att förhållandevis många konsumenter saknar de grundläggande kunskaper och färdigheter som behövs för att förstå finansiell information och för att ta underbyggda privatekonomiska beslut.¹ Och medan en del konsumenter är oroliga och har bristande självförtroende när det handlar om privatekonomi, överskattar andra sin förmåga och tar större risker än de borde.

En närliggande faktor är att konsumenter kan ha begränsat med tid och intresse att sätta sig in i finansiella frågor. Det finns en gräns för hur mycket information konsumenter i allmänhet kan och vill ta in vad gäller finansiella beslut. Exempelvis kan konsumenter som vill göra hållbara val i sitt sparande riskera att utsättas för så kallad grönmålning om det ställs alltför stora krav på dem att ta till sig information och förstå innebörden av begrepp och olika märkningar.

Dessutom påverkar vissa grundläggande psykologiska egenskaper människors beteende och val. Det finns till exempel belägg inom den så kallade beteendekonomin för att de flesta människor föredrar val som ger belöningar i dag framför sådana som ger belöningar i framtiden, men som innebär en ansträngning eller kostnad i dagsläget. Dessutom påverkas människor i sina val av hur ett erbjudande som de möter i en beslutssituation är utformat. Det kan handla om att

¹ Hushållens ekonomi och finansiella förmåga, FI Dnr 23–36, 2023.

ett alternativ är förvalt i en blankett som en konsument ska fylla i. Ett annat exempel är i vilken ordning informationen presenteras, till exempel om ett kreditalternativ placeras före eller efter direktbetalning i e-handlarnas kassalösningar.

Digitaliseringen ställer nya krav på konsumentskyddet

Digitaliseringen har ändrat förutsättningarna på finansmarknaden. Det är på många sätt positivt och har gett konsumenterna ökade möjligheter att jämföra och söka information om finansiella produkter, att köpa produkter och tjänster snabbt och enkelt och att genomföra transaktioner vid alla tider på dygnet. Samtidigt ställer utvecklingen ökade krav på konsumentskyddet. Ökad snabbhet och riktad marknadsföring ökar risken för att konsumenter tar oöverlagda beslut som till exempel leder till att de som e-handlar tar krediter utan att överväga konsekvenserna eller ens förstå att de tar en kredit. Likaså har risken för olika typer av bedrägerier ökat och konsumenter kan med några knapptryck baserat på felaktig information eller under press av bedragare förlora stora summor pengar.

Viktigt med ett starkt konsumentskydd på finansmarknaden

I en miljö där konsumenten, många gånger med bristande finansiell förmåga och intresse, är tvungen att fatta beslut om finansiella produkter är det viktigt med regler som värnar ett starkt konsumentskydd. Det är viktigt eftersom besluten som ibland behöver tas under tidspress, innebär långtgående konsekvenser för den egna ekonomin, både på kort och lång sikt. Det är nödvändigt att ställa krav på de företag som erbjuder finansiella produkter att de lever upp till en viss nivå av konsumentskydd. Och konsumentskyddet ska omfatta alla konsumenter, det vill säga även dem som inte alls eller inte fullt ut kan använda sig av digitala tjänster. Förutom att skydda enskilda konsumenter från skada syftar konsumentskyddet också till att undvika negativa effekter för resten av samhället. Ett sådant exempel är de sociala kostnader som överskuldssättning kan innebära.

Slutligen är ett gott konsumentskydd en förutsättning för att konsumenter ska ha förtroende för det finansiella systemet som helhet. Konsumenter på finansmarknaden kommer som regel alltid att ha ett visst informationsunderläge gentemot företagen. Därför måste det finnas förtroende för det finansiella systemet för att konsumenter ska vara beredda att använda sig av det. Ett grundläggande konsumentskydd som skapar förtroende hänger samman med målet om väl fungerande marknader som tillgodoser behovet av finansiella tjänster.

Innebörden av ett starkt konsumentskydd

FI har i uppdrag att verka för ett starkt konsumentskydd på finansmarknaden. I myndighetens strategi för 2024–2028 slås fast att konsumentskydd är ett fokusområde. FI ska förbättra konsumentskyddsarbetet och stå på konsumentens sida. I det här dokumentet tydliggör vi hur vi ser på målen för konsumentskyddet och vilka krav som måste uppfyllas för att uppnå ett starkt konsumentskydd.

Ett starkt skydd för konsumenter ingår i de mål som riksdagen har fastställt för finansmarknadsområdet.² Målet återspeglas i FI:s instruktion.³ Myndigheten ska arbeta för att det finansiella systemet är stabilt, präglas av ett högt förtroende och har förmåga att säkerställa viktiga samhällsfunktioner, att de finansiella företagen tillgodoser hushållens och företagens behov av finansiella tjänster och medverkar till en hållbar utveckling, samt att de finansiella marknaderna är väl fungerande med konkurrens och ett starkt skydd för konsumenter.

I FI:s strategi för 2024–2028 är konsumentskydd ett fokusområde. FI ska förbättra konsumentskyddsarbetet och stå på konsumentens sida. Ett antal mål har satts upp inom ramen för fokusområdet:

- Vi har en finansiell marknad där företagen erbjuder konsumenter tjänster och produkter som passar deras behov.
- Vi har utvecklat tillsynen så att företagen vet vad vi förväntar oss av dem när det gäller konsumentskydd.
- Vi har konsumenternas förtroende och är en naturlig aktör i den offentliga diskussionen om privatekonomiska frågor.

Tre övergripande villkor för ett starkt konsumentskydd

Konsumentskyddet syftar till att marknaden ska erbjuda konsumenter ändamålsenliga och kostnadseffektiva finansiella produkter.

Att produkterna ska vara ändamålsenliga uttrycks i FI:s strategi. Syftet är att företagen ska erbjuda konsumenter tjänster och produkter som är lämpliga och anpassade för en enskild konsumentens behov och förutsättningar.

² Målen beslutades efter förslag i budgetpropositionen för 2024, prop. 2023/24:1, utgiftsområde 2.

³ 2 § förordningen (2009:93) med instruktion för Finansinspektionen.

Kostnadseffektiv innebär att kostnaden för en produkt står i proportion till värdet för konsumenten. För vissa konsumenter kan behoven vara komplexa, men för de allra flesta handlar det om att tillgodose de grundläggande behoven – att betala, spara, låna och försäkra sig mot risk – på ett så enkelt och billigt sätt som möjligt. I det här sammanhanget brukar man tala om värde för pengarna (value for money).

Konsumenter ska också kunna vara trygga i att företagen utgår från deras behov och förutsättningar, och att företagen är medvetna om de intressekonflikter som kan uppstå.

För att nå målet med ett starkt konsumentskydd på finansmarknaden anser FI att följande tre övergripande villkor ska vara uppfyllda. Detta är grunden för vårt arbete med konsumentskydd:

- Konsumenternas tillgångar hos företag på finansmarknaden är säkra och företagen följer ingångna avtal. Företagens tjänster är säkra och tillgängliga.
- Konsumenterna får relevant och tydlig information.
- De finansiella företagen visar omsorg om konsumenterna och utgår från deras behov och förutsättningar.

Konsumenters tillgångar hos finansiella företag är säkra, företagen följer ingångna avtal och deras tjänster är säkra och tillgängliga

En grundläggande förutsättning för att skydda konsumenter på finansmarknaden är att konsumenternas fordringar hos företag på finansmarknaden är trygga. Det betyder att konsumentens tillgångar är säkra även om ett bolag fallerar. Här finns en koppling till målet om finansiell stabilitet. Detta eftersom det är nödvändigt att konsumenter kan lita på företagen på finansmarknaden för att de ska ha förtroende för det finansiella systemets centrala funktioner.

Konsumenterna ska också känna sig trygga med att företagen följer ingångna avtal. Det är grundläggande att den finansiella produkt konsumenten köper också är den som hen får och att överenskommelser hålls. När konsumenten har ingått ett avtal med ett företag ska det sedan vara lätt att kommunicera med företaget, det ska inte finnas orimliga hinder för att byta från en leverantör till en annan, och det ska gå att framföra klagomål liksom att reklamera en vara eller tjänst.

Att tjänster, till exempel betalningar, är säkra innebär att företagen måste ha en hög digital operativ motståndskraft för att skydda såväl egna system som kunders information. Företagen har också ett stort ansvar att deras produkter och tjänster är säkra för att motverka att konsumenterna förlorar pengar i olika typer av bedrägerier. De behöver utveckla sina produkter och tjänster för att öka

kundskyddet, till exempel kan det handla om att utveckla systemen för övervakning av transaktioner och göra Anpassningar av produktutbudet.

Att tjänster ska vara tillgängliga handlar om att konsumenterna ska kunna använda de tjänster som de har ingått avtal om utan att de hindras av driftsstörningar. Men även att de exempelvis ska kunna sätta in eller ta ut pengar på ett konto enligt ingångna avtal. Det kan också handla om att tjänsterna finns tillgängliga att teckna, exempelvis är det viktigt att konsumenter har tillgång till grundläggande försäkringar som täcker deras behov. Ett annat exempel är att det är viktigt att konsumenter kan öppna ett betalkonto med grundläggande funktioner. Om det i ett sådant fall uppstår en situation där betaltjänstleverantören på grund av andra regelverk måste begränsa konsumentens tillgång till sådana grundläggande funktioner, ska begränsningen inte vara mer långtgående än vad som är nödvändigt.

Konsumenter får relevant och tydlig information

För att konsumenter ska kunna fatta medvetna beslut och göra trygga val måste de få tillräcklig och relevant information om vilka egenskaper produkterna har. Det handlar om vilka avtalsvillkor som gäller, vilka risker som är förknippade med en investering eller om investerings- och försäkringsprodukter är hållbara och i så fall på vilket sätt. Informationen är nödvändig både innan konsumenten köper en produkt och under produktens livstid. Informationen ska vara tillgänglig för konsumenten när den behövs och formulerad så att hen kan ta den till sig.

Därutöver måste informationen vara anpassad till konsumenters olika förutsättningar och lämnas på ett sätt som underlättar för konsumenten att förstå den. Informationen ska inte medvetet utformas eller placeras så att konsumenten lockas att ta oöverlagda beslut. Kvaliteten på informationen är på så sätt viktigare än kvantiteten. Detta är en förutsättning för att konsumenter ska kunna utvärdera olika produkter och fatta välavvägda beslut.

För konsumenterna är det också viktigt att kunna grunda sina beslut i oberoende information och vägledning samt att kunna göra jämförelser mellan produkter på marknaden.

Finansiella företag visar omsorg om konsumenterna och utgår från deras behov och förutsättningar

Även med aldrig så mycket information tillgänglig kommer konsumenter generellt att befinna sig i ett underläge gentemot finansiella företag. Ett starkt konsumentskydd kräver därför också att de finansiella företagen inte utnyttjar detta underläge till skada för konsumenterna.

Företagen ska till exempel inte sälja mer komplexa eller riskfyllda sparprodukter, erbjuda större lån med högre ränta eller teckna dyrare och mer omfattande försäkringar än vad som är motiverat utifrån konsumenternas behov. Man kan säga att företagen har en omsorgsplikt, vilket innebär att företagen med tillbörlig omsorg ska ta tillvara kundens intresse. Detta uttrycks på olika sätt i lagstiftningen, men betyder i praktiken att de finansiella företagen inte ska låta kortsiktiga egenintressen påverka hur de agerar gentemot sina kunder. Intressekonflikter måste identifieras och hanteras och olika grupper av konsumenter ska behandlas likvärdigt.

När ett företag på finansmarknaden utvecklar och säljer produkter ska det ta hänsyn till enskilda konsumenters förutsättningar och utifrån det anpassa faktorer som komplexitet, kostnad och risk. Därutöver ska företaget se till att dess säljare och externa distributörer har incitament och förutsättningar att sätta kundens intresse först och vidta alla rimliga åtgärder för att produkten distribueras till den fastställda målgruppen. En konsument ska inte beviljas ett för stort lån eller rekommenderas en olämplig spar- eller försäkringsprodukt för att det gynnar företaget eller medarbetarna.

Företaget behöver också anpassa sina produkter och tjänster så att de kan användas av konsumenter med olika förmågor. En del klarar inte att använda digitala tjänster eller bara till viss del. Ett företag som av lönsamhetsskäl överväger att sluta erbjuda icke-digitala tjänster hamnar i ett läge där man med omsorg om sina kunder måste ta hänsyn till vad det finns för alternativ för olika kundgrupper och hur det kan erbjuda alternativ till dem som inte klarar digitala tjänster. Vidare bör produkter och tjänster om möjligt utformas så att konsumenten själv kan välja olika skyddsnivåer för att minska risken att utsättas för bedrägerier.

Ett finansiellt företag ska även följa upp att dess produkter når fram till rätt målgrupp. Översynen ska innehålla en bedömning av om produkten fortfarande motsvarar målgruppens behov och om den avsedda distributionsstrategin fortfarande är lämplig. Om översynen visar att produkterna inte möter målgruppens behov ska företagen omedelbart vidta åtgärder.

Det är tillåtet för ett företag att sälja komplexa och riskfyllda produkter, men om företaget säljer sådana produkter måste det tydligt kunna förklara på vilket sätt produkterna är i konsumentens intresse, med hänsyn till både produkttegenskaper och prisvärdhet. Företagen måste också beakta att vissa produkter kan vara så svåra eller omöjliga att värdera på ett tillförlitligt sätt, och risken att förlora investerade pengar så stor, att de sällan är lämpliga att erbjuda en konsument.

Det är samtidigt viktigt att konsumenter så långt som möjligt tillgodogör sig information och kritiskt granskar erbjudanden de får från finansiella företag. Konsumenter behöver vara medvetna om att de har ett eget ansvar för hur de agerar

på finansmarknaden. Utgångspunkten måste emellertid vara att företagen utformar och distribuerar produkter på ett lämpligt sätt och att konsumenten får information på ett sätt som hen kan ta till sig. Företagen måste visa omsorg gentemot konsumenterna i sin informationsgivning och anpassa sig till konsumenternas förmåga att ta till sig budskap. I vissa regelverk, exempelvis konsumentkreditlagen, finns det inte bara en informationsskyldighet utan även en förklaringskyldighet.

Så arbetar FI för ett starkt konsumentskydd

De verktyg FI har till sitt förfogande i arbetet med att värna ett starkt konsumentskydd på finansmarknaden är tillståndsgivning, tillsyn, regelgivning, ingripande, analyser och att ha en dialog med branschen för att tydliggöra vad myndigheten förväntar sig av företagen. Genom kommunikation kan vi dels tydliggöra våra förväntningar på företagen att visa omsorg om konsumenterna, dels nå och påverka konsumenter för att stärka deras ställning.

FI har olika verktyg för att uppfylla sitt uppdrag, varav de allra flesta riktar sig till de finansiella företagen. För det första ställs det höga krav på aktörer som vill driva finansiell verksamhet. Vi säkerställer detta genom att i samband med tillståndsgivningen pröva om företagen uppfyller de krav som ställs. I det ingår att bedöma hur företagen enligt sin tillståndsansökan avser att leva upp till olika konsumentskyddande regelverk.

Efter att ett företag har fått tillstånd att driva finansiell verksamhet står det under FI:s tillsyn. Tillsynen handlar ibland om att hantera incidenter och akuta problem, men framför allt syftar den till att förebygga problem. För att det ska kunna uppnås måste tillsynen vara riskbaserad. Det innebär bland annat att FI varje år genomför en riskidentifiering som resulterar i ett antal prioriterade risker som vi ska fokusera på under det kommande året. På konsumentskyddsområdet utgår prioriteringen av risker framför allt från hur konsumenter kan komma att drabbas av en identifierad risk. Dessutom följer FI löpande konsumenters förutsättningar med hjälp av kartläggningar och analyser.

När FI ser brister hos ett företag ska vi som utgångspunkt ingripa. FI kan besluta om anmärkningar och förelägganden att vidta rättelse. Om bristerna är allvarliga ska FI återkalla företagets tillstånd eller – om det anses tillräckligt i det enskilda fallet – ge företaget en varning. Beslut om anmärkning eller varning får förenas med en sanktionsavgift. FI kan även ingripa mot produkter som är ett allvarligt problem för investerarskyddet (produktingripande).

Om FI ser att samma brister återkommer systematiskt i till exempel en hel bransch räcker det inte att genomföra granskningar av enskilda företag. Det kan till exempel handla om att information kring en produkt generellt är otillräcklig eller att konsumenter i stor utsträckning rekommenderas produkter som är mer komplexa eller har högre avgift än vad som kan anses vara motiverat. FI kan då vidta andra åtgärder, till exempel vägleda genom att utfärda allmänna råd eller publicera rättsliga ställningstaganden på vår webbplats.

Om den befintliga lagstiftningen visar sig otillräcklig ingår det i FI:s uppdrag att påtala behovet av regeländringar för regeringen. De åtgärder som vidtas eller föreslås av FI måste baseras på en noggrann analys av vad problemet beror på, det vill säga vad åtgärderna har som syfte att påverka, liksom vilka andra effekter som åtgärderna kan få. Exempel på avvägningar som bör göras när en reglering föreslås är vilka företag och konsumenter som berörs av de föreslagna reglerna, effekter på konkurrensen och hur nya innovationer på marknaden påverkas.

I FI:s konsumentskyddsarbete spelar kommunikation en särskilt viktig roll. Vi kommunicerar därför våra förväntningar på de finansiella företagen att visa omsorg om konsumenterna och följa gällande regler. Ett exempel är att företagen ska ta hänsyn till konsumenters förutsättningar när de utvecklar och säljer produkter och utifrån det ska anpassa information, avgift, risknivå och komplexitet. Vi kommunicerar exempelvis vid större sammankomster med företagen, i kontakter med branschorganisationer, genom rättsliga ställningstaganden, i allmänna råd, i rapporter och genom budskap som vi framför i media. Detta är ett område som FI vill utveckla. Ett mål i FI:s strategi 2024–2028 är att företagen vet vad vi förväntar oss av dem när det gäller konsumentskydd. Vi arbetar därför aktivt med att öka företagets insikt om vilka krav som ställs på dem kopplat till konsumentskydd.

FI har under senare år sett ett behov att öka konsumenternas tillgång till oberoende information, vägledning och jämförelser. Vi vill synliggöra problem på finansmarknaden som konsumenter bör känna till, på ett sätt som konsumenter förstår, och ge konsumenter praktiska tips och vägledning i svåra frågor utifrån våra erfarenheter från tillsynen. Vi vill också motverka och försvåra bedrägerier genom att varna konsumenterna och uppmana dem att vara uppmärksamma. I FI:s strategi för 2024–2028 är ett mål att vi har konsumenternas förtroende och är en naturlig aktör i den offentliga diskussionen om privatekonomiska frågor. För att bidra med oberoende vägledning utan koppling till kommersiella intressen har FI numera en konsumentskyddsekonom. På så sätt kan vi bidra med information till konsumenter om risker med olika finansiella produkter och med vägledning om vad som är viktigt att tänka på i särskilda situationer. Detta för att fler konsumenter ska hitta rätt produkter och undvika fällor på finansmarknaden. Vi vill också ge konsumenter verktyg för att de ska kunna bli aktiva på finansmarknaden. Som ett led i detta publicerar FI bankernas bruttomarginal på bolån varje kvartal och förbättrar därmed konsumenternas förhandlingsläge mot bankerna när de skaffar eller lägger om sina bolån. Likaså publicerar FI varje kvartal medianavgiften för ett antal populära fondkategorier i syfte att stärka prismedvetenheten och varje kvartal redovisas statistik över antalet publicerade varningar för investeringsbedrägerier.

FI är också en av huvudmännen i Konsumenternas Bank- och finansbyrå och Konsumenternas Försäkringsbyrå. Byråerna är viktiga aktörer för att ge konsumenter stöd och vägledning i beslutsprocesser och i deras relationer med företagen på finansmarknaden. Konsumentbyråerna har också tagit fram flera

oberoende jämförelser som gör det möjligt för konsumenter att jämföra produkter och tjänster i olika företag.

Utöver detta arbetar FI med att stärka konsumenternas ställning på finansmarknaden genom finansiell folkbildning. Det är viktigt med kunniga konsumenter som kritiskt granskar erbjudanden och tar till sig information om finansiella produkter.

Andra aktörer och gränser för FI:s mandat

Många av de delar som här har identifierats som viktiga för att säkerställa ett starkt konsumentskydd kan FI vara med och påverka: En stabil finansmarknad, säker hantering av kunders medel, information till konsumenter, hantering av intressekonflikter, produktstyrning, likabehandling, klagomålshantering – och att överlag ta tillvara konsumenters intresse.

Andra delar kan FI inte påverka. Möjligheten att byta från en leverantör till en annan kan till exempel påverkas av skatteregler eller andra begränsningar som myndigheten inte kan göra något åt. FI får inte heller ta ställning i enskilda tvister mellan konsumenter och näringsidkare.

Vad gäller konsumentskyddet på finansmarknaden har Konsumentverket en central roll, bland annat med tillsyn över att företagen följer marknadsföringsregleringen och att avtalsvillkor inte är oskäligen.⁴ FI:s och Konsumentverkets tillsynsarbete kompletterar varandra.

Det finns också andra myndigheter med viktiga uppdrag som på olika sätt påverkar konsumenterna på finansmarknaden. Här kan nämnas Pensionsmyndigheten och Fondtorgsnämnden. Pensionsmyndigheten har i uppdrag att ge såväl generell som individuell information om pensionen och Fondtorgsnämnden upphandlar, granskar och kvalitetssäkrar fonderna i det svenska premiepensionssystemet. Riksgälden ansvarar för information och för att hantera insättningsgarantin. I Kronofogdens uppdrag ingår det att motverka överskuldssättning. Spelinspektionen verkar för en sund och säker spelmarknad och medverkar till att minska riskerna för de sociala skadeverkningar som spelande kan medföra. Däri ligger att motverka spel på kredit. Post- och telestyrelsen (PTS) samverkar med bland annat Länsstyrelsen i Dalarnas län och Tillväxtverket, för att säkerställa att det finns tillgång till grundläggande betaltjänster i de tätorter och den landsbygd där behovet inte tillgodoses av marknaden. PTS har också tillsyn över att det finns kontantjänster i betryggande utsträckning i Sverige. Integritetskyddsmyndigheten har tillsyn över

⁴ Till exempel marknadsföringslagen (2008:486) och lagen (1994:1512) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden. Medan FI:s tillsyn framför allt utgår från specifika rörelseregler har Konsumentverket tillsyn över företagen ur ett marknadsrättsligt perspektiv.

kreditupplysningsverksamhet och Konkurrensverket har som uppgift att arbeta för en effektiv konkurrens till nytta för konsumenterna.

FI kan alltså inte på egen hand säkerställa ett starkt konsumentskydd på finansmarknaden. Den övergripande målsättningen för FI, såväl som för de andra aktörerna som har omnämnts, är dock till stora delar gemensam och kan uttryckas i termer av nytta för samhället och för konsumenterna. Att FI har ett väl fungerande samarbete med andra myndigheter och aktörer är därför en förutsättning för att säkerställa ett starkt konsumentskydd på finansmarknaden.

Konsumentskyddande regler på finansmarknaden

Målet för konsumentskyddet som presenteras i det här dokumentet är formulerat utifrån FI:s uppdrag. Vi har tagit hänsyn till erfarenheter från vårt tillsynsarbete, men utgår först och främst från de specifika regler som gäller för olika typer av finansiell verksamhet. En stor mängd lagstiftning innehåller konsumentskyddande bestämmelser av olika slag och här nämns några.

Konsumenternas tillgångar är säkra

Tack vare insättningsgarantin är konsumenternas sparande säkert om ett finansiellt företag går i konkurs. Skyddet gäller upp till 1 050 000 kronor per person och institut.⁵ Om ett institut som hanterar värdepapper går i konkurs ska konsumenten få ut sina värdepapper eller pengar eftersom institutet inte får blanda ihop sina egna tillgångar och kundernas. Skulle likväl en konsument inte få ut sina tillgångar finns ett investerarskydd på upp till 250 000 kronor.⁶

Banker och andra betaltjänstleverantörer har också skyldigheter att motverka bedrägerier. En utgångspunkt i betaltjänstlagen är att betaltjänster ska vara säkra så att bedrägerier inte kan genomföras och att konsumenter, om bedrägerier ändå utförs, skyddas mot följdverkningarna av dessa. Det kommer till uttryck genom bestämmelserna om stark kundautentisering, obehöriga transaktioner och begränsning av betalningsinstruments användning.⁷

Krav på information till konsumenterna

Regler om att företag ska lämna information till konsumenter är ett vanligt inslag i konsumentskyddande lagstiftning på finansmarknaden. Med tydlig information som går att ta till sig minskar konsumenternas informations- och kunskapsunderläge. Återkommande är krav på att informationen ska vara klar och begriplig, uttryckt på olika sätt. Det handlar både om information som ska lämnas innan avtal ingås eller i samband med att tjänster och produkter marknadsförs och om sådan som ska lämnas under avtalets löptid. I exempelvis marknadsföring för krediter ska i vissa fall varningar göras att det är dyrt att låna och representativa exempel ska visa vad kostnaden för en kredit blir. Ett annat exempel är att konsumenter som har ett betalkonto ska få årlig avgiftsinformation för att få en överblick vad deras konto och tjänster kostar vilket kan ge dem incitament att se över sina tjänster och vilket

⁵ Lag (1995:1571) om insättningsgaranti

⁶ Lagen (1999:158) om investerarskydd gäller för ersättning för förlust av investerares finansiella instrument och medel hos ett värdepappersinstitut, ett fondbolag, ett förvaltningsbolag eller en AIF-förvaltare.

⁷ 5 b kap. 4 §, 5 a kap. resp. 5 kap.4 § lagen (2010:751) om betaltjänster.

företag de är kunder hos. I den europeiska regelutvecklingen har det under senare tid blivit ett allt större fokus på standardiserad information för att konsumenterna lättare ska kunna jämföra olika företags produkter och få central information samlad på ett överskådligt sätt, exempelvis genom faktablad för paketerade och försäkringsbaserade investeringsprodukter⁸.

Företag ska ta hänsyn till konsumenternas förutsättningar

Det finns en rad bestämmelser som utgår från det faktum att konsumenter inte nödvändigtvis fattar bra finansiella beslut bara för att de ges tillgång till nödvändig information. I många regelverk finns särskilda regler om hur finansiella företag ska hantera intressekonflikter, för att exempelvis se till att inte provisioner blir styrande för vilka produkter som rekommenderas, säkerställa likabehandling av kunder och se till att produkterna passar kundens behov och önskemål.

De tydligaste exemplen på att lagstiftaren har identifierat att ett starkt konsumentskydd kräver att finansiella företag inte utnyttjar sitt informationsövertag till skada för konsumenter kan dock sägas vara sådana portalparagrafer som kräver att företagen ska ta tillvara konsumentens intresse.⁹ Ibland uttrycks sådana krav i samband med regler om god sed.¹⁰ I vissa fall ställs också krav på att företag ska avråda eller inte tillåta en konsument att göra ett val som inte är lämpligt utifrån hens situation.¹¹

På EU-nivå finns det politisk samstämmighet om att ett starkt konsumentskydd kräver att finansiella företag visar omsorg om konsumenterna. I det nya konsumentkreditdirektivet som träder i kraft i november 2026 fastslås till exempel att kreditgivare i sin verksamhet ska handla hederligt, rättvist, transparent och professionellt och ta hänsyn till konsumenters rättigheter och intressen.¹² I EU-regelverken ställs också krav på att företagen tar ansvar för vilka produkter de utvecklar och säljer till konsumenter. Detta tydliggörs till exempel i de regler om

⁸ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1286/2014 av den 26 november 2014 om faktablad för paketerade och försäkringsbaserade investeringsprodukter för icke-professionella investerare (Priip-produkter).

⁹ Till exempel 4 kap. 1 § lagen (2018:1219) om försäkringsdistribution, 9 kap. 1 § lagen (2007:528) om värdepappersmarknaden, 6 § konsumentkreditlagen (2010:1846) och 5 § lagen (2003:862) om finansiell rådgivning till konsumenter.

¹⁰ Till exempel ”god försäkringsdistributionssed” och ”god kreditgivningssed”.

¹¹ Ett exempel är avrådan vid finansiell rådgivning, se 5 § i lagen (2003:862) om finansiell rådgivning till konsumenter och 8 kap. 24 § i lagen (2007:528) om värdepappersmarknaden. Ett annat exempel är bedömning av återbetalningsförmåga vid kreditgivning till konsumenter, se 12 § i konsumentkreditlagen (2010:1846): ”Krediten får beviljas endast om konsumenten har ekonomiska förutsättningar att fullgöra sitt åtagande.”

¹² Artikel 32, Uppföranderegler vid tillhandahållandet av konsumentkrediter, Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2023/2225 av den 18 oktober 2023 om konsumentkreditavtal och om upphävande av direktiv 2008/48/EG.

godkännande, översyn och styrning av produkter som införts för i princip alla finansiella produkter som säljs till konsumenter.¹³ Företagen ska definiera vilka produkter som passar för olika grupper av konsumenter och följa upp att produkterna hamnar hos rätt målgrupp. Det finns också regler som tillåter nationella tillsynsmyndigheter att varna för, begränsa eller förbjuda försäljning av enskilda produkter om de anses äventyra konsumentskyddet.¹⁴

Kontraheringsplikt, pristak och bankbyte

Vissa finansiella tjänster är så centrala för att man ska kunna klara sig i samhället att det finns en kontraheringsplikt, det vill säga huvudregeln är att företagen är skyldiga att teckna tjänsten om en konsument efterfrågar den. Ett försäkringsbolag får inte neka en konsument att teckna en personförsäkring om det inte finns särskilda skäl och en betaltjänstleverantör kan inte neka en konsument ett betalkonto med grundläggande tjänster utom i vissa fall.¹⁵

För krediter finns särskilda bestämmelser om räntetak och kostnadstak, så att företag inte ska kunna dra nytta av konsumenter i en pressad situation genom att ta ut alltför höga räntor. Den så kallade ränteskillnadsersättningen fastställer vad en konsument måste betala om hen vill avsluta ett bundet bolån. Den som pensionssparar ska exempelvis kunna byta bolag utan att kostnaden överstiger vissa fastställda belopp.

I betaltjänstlagen finns bestämmelser om att bankerna ska ha en rutin för bankbyte. Den innebär att det ska vara möjligt för en konsument att på kort tid få hjälp med ett bankbyte av den nya banken, som på konsumentens uppdrag har alla kontakter med konsumentens befintliga bank.

Viktigt att klagomål tas om hand av företagen

Det är viktigt att konsumenter som är missnöjda med ett beslut av ett finansiellt företag smidigt och enkelt kan få sin fråga bedömd och prövad. I flera regelverk finns krav på att det ska finnas en klagomålsansvarig i företaget som kan titta om

¹³ Se till exempel artikel 16 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2014/65/EU om marknader för finansiella instrument (Mifid 2), artikel 25 i Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2016/97 om försäkringsdistribution (IDD) och Europeiska bankmyndighetens (EBA) riktlinjer (EBA/GL/2015/18) om processer för produktgodkännande i fråga om bankprodukter för konsumenter.

¹⁴ Dessa regler gäller för finansiella instrument och strukturerade insättningar genom förordning (EU) nr 600/2014 om marknader för finansiella instrument ("Mifir") och för vissa sparandeförsäkringar genom förordning (EU) nr 1286/2014 om faktablad för paketerade och försäkringsbaserade investeringsprodukter (Priip-produkter). Liknande regler finns även för kryptotillgångar genom förordning (EU) 2023/1114 om marknader för kryptotillgångar (MiCAR).

¹⁵ Enligt 4 a kap. 1 § 2 lagen (2010:751) om betaltjänster gäller inte det, om det skulle strida mot lagen (2017:630) om åtgärder mot penningtvätt och finansiering av terrorism eller om det finns särskilda skäl mot att tillhandahålla konsumenten ett betalkonto.

företagets första bedömning av en fråga är riktig eller kan behöva ses över. Dessa lagkrav har kompletterats i FI:s föreskrifter och allmänna råd. En konsument som efter att ha kontaktat en klagomålsansvarig likväl inte är nöjd med företagets beslut, har möjlighet att använda sig av en alternativ tvistlösning – Allmänna reklamationsnämnden i de flesta fall¹⁶.

Att klagomål hanteras är inte bara viktigt för den konsument som är missnöjd utan också för företaget. Genom att ha en ordning för att följa upp klagomål och se vilka produkter och vilken verksamhet klagomålet handlar om, kan produkter utvecklas och förköpsinformation och marknadsföring förbättras. På så sätt får konsumenten rätt förväntningar och företaget blir mer konkurrenskraftigt.

¹⁶ Det finns även andra tvistlösningsorgan, såsom Personförsäkringsnämnden och Nämnden för rättsskyddsfrågor.