

Sara Ekstrand,
jurist
Tel 08-787 81 72

Jan Sjödin,
enhetschef
Tel 08-787 82 49
Mob 070-610 82 49

Hantering av klagomål i finanssektorn II

Slutsats

Av 150 tillfrågade företag uppger samtliga att de har rutiner för klagomåls-
hantering. Det är en betydande förbättring jämfört med den undersökning
som Finansinspektionen gjorde 2005.

Den övervägande delen av företagen har dock få eller inga klagomål regi-
strerade. Det kan vara ett tecken på att kunderna inte har några klagomål,
men i vissa fall mer sannolikt att företagen misstolkat lagens definition av
vad som är ett klagomål.

När det gäller klagomål skulle företagen i högre utsträckning kunna samar-
beta med Konsumenternas bank- och finansbyrå och Konsumenternas för-
säkringsbyrå. Företagen kan också göra dessa rådgivningsbyråer kända för
konsumenter. Byråerna tillhandahåller för kunden viktig förköpsinformation,
prisjämförelser och annan vägledning.

FI vidtar följande åtgärder

I Finansinspektionens föreskrift FFFS 2002:23 finns definitionen av vad som
ska räknas som klagomål. FI kommer att informera branschen om dess bety-
delse. FI arbetar även för att företagen i ökad omfattning ska informera om
konsumentbyråerna. FI kommer att diskutera frågan med de branschorgani-
sationer som ingår i byråernas styrelser.

Undersökningen

Motsvarande undersökning genomfördes 2005 (se rapporten 2005:9 "Hanter-
ing av klagomål i finanssektorn") och visade då bland annat att företag med
få anställda var sämre på att leva upp till FI:s riktlinjer för klagomålshanter-
ing och konsumentinformation.

I denna undersökning har frågor om klagomålshantering skickats till 150
slumpvis utvalda företag som har konsumenter som kunder. Företagen var
fördelade på banker, utländska bankers filialer, försäkringsbolag, försäk-
ringsförmedlare, kreditmarknadsbolag, värdepappersbolag och fondbolag.
Resultatet har följts upp med inspektioner på utvalda företag.

En särskild fråga i undersökningen har varit hur företagen informerar konsumenterna om Konsumenternas bank- och finansbyrå och Konsumenternas försäkringsbyrå eftersom FI i en tidigare rapport, 2007:20, konstaterat att konsumenternas kännedom om byråerna var dålig.

Klagomålshantering

Samtliga tillfrågande företag uppger att de numera har klagomålspolicy och klagomålsinstruktion och därmed har fastlagda rutiner för klagomålshantering.

Mer än hälften av företagen har inte några klagomål registrerade, trots att i stort sett alla uppger att de tillämpar definitionen i Finansinspektionens föreskrift, FFFS 2002:23. Det skulle kunna vara ett tecken på att företagen antingen inte följer sina egna rutiner eller att de tyder definitionen av klagomål så snävt att åtskilliga klagomål faller utanför. FI kommer därför att som komplement till föreskriften ge exempel på vad som är ett klagomål.

De flesta mindre företag har inte några klagomål registrerade alls. Exempelvis fanns endast totalt tre registrerade klagomål hos de 50 försäkringsförmedlare som ingick i undersökningen. De mindre företagen förklarar detta med att de ingriper innan situationen har utvecklats och konsumenten fått anledning att komma med ett formellt klagomål. Företagen har dock inga rutiner för att dokumentera och följa upp händelsen. De större företagen har däremot ofta, utöver den klagomålshantering som följer av regelverket, en parallell registrering och uppföljning av reklamationer och synpunkter från konsumenter som man anser inte omfattas av klagomålsdefinitionen.

De främsta skälen till att företagen ska registrera klagomål, reklamationer och andra missnöjesyttringar är att konsumenten ska få en korrekt hantering av sitt ärende och att de signaler som fångas upp återförs till organisation och bidrar till förbättrade produkter och service, som i slutänden leder till ett bättre konsumentskydd.

Informationsgivningen

Företagen informerar om rådgivningsbyråerna på sina hemsidor, men det sker ganska undanskymt och till största delen i samband med annan information om hur man klagar. Inget företag utnyttjar möjligheten att informera om byråerna i årsbesked, värdebesked, kontoutdrag, på bankomatkvitton eller via talsvar i telefonbank. Den omfattande informationen byråerna erbjuder är intressant för konsumenterna att ta del av långt innan det blir aktuellt med ett klagomål. Genom att informera om byråerna på fler ställen, kan företagen enkelt bidra till att sprida kunskap om byråernas existens, något som branschen har nytta av genom välinformerade och kunniga kunder.