

# Pensionsmyndighetens roll för att stärka pensionsspararnas och pensionärernas ställning som konsumenter inom pensionsområdet

---

Datum 2012-11-28  
Dok.bet. PID123853  
Version 1.0  
Dnr/Ref. 2012-338

## Innehåll

<b>Sammanfattning</b> .....	<b>3</b>
<b>Uppdraget</b> .....	<b>5</b>
<b>Bakgrund</b> .....	<b>6</b>
Att välja eller inte välja – inte ett val.....	6
Svårt att ta finansiella beslut.....	7
Vad blir min pension?.....	7
Exempel på när pensionssparare och pensionärer upplever att de har svårt att vara bra konsumenter .....	9
Vad gör andra?.....	10
Varför ny roll? .....	11
<b>Pensionsmyndighetens roll för att stärka pensionsspararnas och pensionärernas ställning som konsumenter inom pensionsområdet....</b>	<b>13</b>
Exempel på vår nya roll .....	13
Vägledning och information till pensionssparare och pensionärer .....	16
Andra konsumentskyddande åtgärder .....	17
<b>Slutsatser</b> .....	<b>20</b>
<b>Bilaga - Andra organisationers uppdrag</b> .....	<b>22</b>
Konsumentverket .....	22
Finansinspektionen .....	24
Konsumentbyråerna .....	26
Konsumenternas Försäkringsbyrå .....	26
Konsumenternas Bank- och finansbyrå .....	27
Allmänna reklamationsnämnden .....	28

Figur 1 Anders Anderson och Fredric Korling Bättre reglering av konsumentinformation på området för finansiella tjänster , Finansmarknadskommitténs rapport nr 10 .....8

## Sammanfattning

Regeringen har i regleringsbrevsuppdraget 2012 uppdragit åt Pensionsmyndigheten att lämna förslag till hur Pensionsmyndigheten kan stärka pensionsspararnas och pensionärernas ställning som konsumenter inom pensionsområdet.

I dagens pensionssystem har pensionsspararna ett större krav på sig att efter egen förmåga fatta välgrundade finansiella beslut. Pensionen grundas i huvudsak på hur mycket man arbetar men den valfrihet som införts i det allmänna pensionssystemet och i tjänstepensionssystemen, till exempel val av placeringsinriktning i fonder eller val av efterlevandeskydd, kan ha stor betydelse för framtida pensionsutfall och kan vara komplicerad för den enskilde att hantera. Alla pensionssparare och pensionärer har inte samma möjligheter och intresse för att göra val eller fatta beslut inom pensionsområdet. Det ställer högre krav på information som direkt berör den enskilde och som ger svar på frågor om den egna pensionssituationen. Ett system med många valmöjligheter kräver också bra och tydliga förvalsalternativ. Pensionsspararna och pensionärerna behöver förstå konsekvenserna av att inte välja samt vilka effekter det kan förväntas ge. Förvalen är av sådan vikt för den grupp som inte vill välja, både inom premiepension och tjänstepension, att effekterna särskilt bör belysas för att ligga till grund för påverkan på bra förval. Utöver valproblematiken i de olika systemen finns andra problem för den enskilde som består i svårigheten att vara konsument av finansiella produkter och tjänster. Finansiella produkter och tjänster kan vara komplicerade att förstå och ger leverantörer av dessa ett kunskapsövertag som kan leda till att den enskilde konsumerar produkter eller tjänster i okunskap.

Stödet till pensionssparare och pensionärer bör därför vara aktivt och utåtriktat för att nå dem i en given söksituation. Det måste därför tillhandahållas i en mer renodlad och enkel struktur som underlättar för pensionssparare och pensionärer att komma igång och hitta fram till information och vägledning när behovet uppstår.

Pensionsinformation behöver anpassas efter pensionsspararens och pensionärens förmåga att ta till sig information. För de som inte gör val bör det finnas bra förval med bra förutsättningar. Bra förval kan även stimulera till att fler bra produkter och tjänster erbjuds på marknaden.

Pensionsmyndigheten ska därför stödja pensionssparare och pensionärer, som konsumenternas inom pensionsprodukter, genom att på ett ännu tydligare sätt vägleda och informera om hela pensionen. Informationen behöver individ och målgruppsanpassas utifrån ålder, livsfas, intresse och kunskap för pensionsfrågor. Individen behöver tillgång till både översiktlig och fördjupad information från en neutral och oberoende part för att känna trygghet i sina val. Informationen ska även svara på vilken effekt de olika förvalen ger samt hur olika parametrar, som år i arbetslivet och deltidsarbete, påverkar pensionen samt vilka alternativ som finns.

Pensionsmyndigheten behöver ytterligare kunskap om pensionsspararnas och pensionärernas val i olika livssituationer för att bättre kunna stödja dem som konsumenter av pensionsprodukter.

Det finns idag lagar som ska skydda pensionssparare från oseriös och vårdslös rådgivning. Men delar av branschen utnyttjar konsumenternas kunskapsbrist i vinstsyfte och det riskerar att på sikt äventyra förtroendet för pensionssystemet. Pensionssparare

och pensionärer ska kunna känna sig trygga i kontakten med finansiella företag när det gäller pension. Pensionsmyndigheten ska därför stärka samarbete med de myndigheter och organisationer som arbetar med tillsyn och konsumentfrågor inom pensionsområdet. Pensionsmyndigheten bör däremot inte bli en tillsynsmyndighet.

Pensionsmyndigheten har uppdraget att informera medborgarna om pensionsfrågor men utifrån pensionsspararnas och pensionärernas behov som konsumenter i förhållande till övriga organisationers ansvar är det önskvärt om vår roll blev tydligare. Pensionsmyndigheten ser även ett behov av någon som bevakar pensions-spararens och pensionärens intressen som konsumenter inom pension. Vi kommer därför att informera om och anmäla aktörer som betar sig icke konsumentvänligt (i form av mindre bra produkter/tjänster eller marknadsföring) till berörda myndigheter, ge förslag till ny lagstiftning där det behövs samt ge tydligare information och vägledning om hela pensionen. Pensionssparare och pensionärer kommer främst att märka detta genom att vi objektivt informerar och vägleder inom pensionsområdet, tar en plats i den allmänna debatten för att reda ut oklarheter kring pension samt anmäler och påtalar mindre bra upplägg och produkter.

Vi ska sammanfattningsvis stärka pensionsspararnas och pensionärernas ställning som konsumenter genom att:

- Följa pensionsprodukter och pensionsrelaterade produkter på marknaden så att vi kan bevakna pensionssparares och pensionärers intressen i pensionsfrågor och signalera konsekvenser för pensionsspararen eller pensionären.
- I samverkan med andra konsumentskyddande organisationer bidra till att varna för olämpliga produkter/tjänster och aktörer.
- Arbeta proaktivt med lagförslag eller andra förslag på åtgärder.
- Samverka med tillsynsinstanserna och andra konsumentskyddande organisationer och signalera när vi får information om negativa effekter för konsumenterna.
- Finnas nära pensionsspararna och pensionärerna och ge tydlig vägledning om hela pensionen
- Samverka med andra informationsgivare för att ta fram den informationen som pensionsspararna och pensionärerna behöver i sina beslut som konsumenter inom pensionsområdet.
- Arbeta aktivt med att beskriva risker och konsekvenser av förvalen inom pensionen ur ett konsumentperspektiv.

Pensionsmyndigheten anser att den föreslagna vägledande och informerande rollen tydligt är definierad i myndighetens nuvarande uppdrag. Däremot kan den nya föreslagna delen av rollen, att stärka pensionssparares och pensionärers ställning som konsumenter inte direkt tolkas in i det uppdrag som idag finns. Att samverka med de konsumentskyddande myndigheter och organisationer är inte heller direkt reglerat i det uppdrag som myndigheten har idag.

## Uppdraget

I Pensionsmyndighetens regleringsbrev för 2012 har Pensionsmyndigheten fått i uppdrag att lämna förslag på hur myndighetens ansvar, som opartisk aktör, kan se ut för frågor som rör pensionssparares och pensionärers behov av kunskap och information för att ta tillvara sina intressen inom pensionsområdet och att stärka sin ställning som konsument.

Pensionsmyndigheten ska samråda med Konsumentverket och Finansinspektionen samt med Utredningen Framtidens stöd till konsumenter (Ju 2011:06). Uppdraget ska redovisas till Regeringskansliet (Socialdepartementet) senast den 1 november 2012.

Samråd med Utredningen för bättre konsumentstöd har skett under maj 2012. Samråd med Finansinspektionen och Konsumentverket har skett med ett gemensamt möte i september samt synpunkter på rapporten i november 2012.

## Bakgrund

### Att välja eller inte välja – inte ett val

Utvecklingen av det allmänna pensionssystemet och tjänstepensionerna innebär ett ökat ansvar för pensionssparare och pensionärer. Ett av motiven för beslutet att förändra systemet var att ge den enskilde ökat inflytande över hur pensionen kan placeras. Under de senaste decennierna har flera av de största tjänstepensionsplanerna förändrats från förmånsbestämda till avgiftsbestämda system där nya möjligheter till val erbjuds den enskilde. Pensionen bestäms i huvudsak av hur mycket individen arbetar under livstiden men även utvecklingen på kapitalmarknaden spelar roll. Det innebär att värdeutvecklingen av framtidens pensioner kommer att variera mer än vad de gör idag. De som är pensionärer nu har till största del pensioner som räknas upp med inkomstindex eller prisbasbeloppet, endast en mindre del av pensionen kommer från pengar som placerats på kapitalmarknaden. Men för varje ny årgång pensionärer ökar betydelsen av premiepensionen och tjänstepension som placerats på värdepapper av olika slag.

I dagens pensionssystem har Pensionsspararna ett större krav på sig att efter egen förmåga fatta välgrundade finansiella beslut. Pensionen grundas i huvudsak på hur mycket man arbetar men den valfrihet som införts i det allmänna pensionssystemet och i tjänstepensionssystemen, till exempel val av placeringsinriktning i fonder eller val av efterlevandeskydd, kan ha stor betydelse för framtida pensionsutfall och kan vara komplicerad för den enskilde att hantera. Alla pensionssparare och pensionärer har inte samma möjligheter och intresse för att göra val eller fatta beslut inom pensionsområdet. Det ställer högre krav på information som direkt berör den enskilde och som ger svar på frågor om den egna pensionssituationen. Ett system med många valmöjligheter kräver också bra och tydliga förvalsalternativ. Pensionsspararna och pensionärerna behöver förstå konsekvenserna av att inte välja samt vilka effekter det kan förväntas ge. Förvalen är av sådan vikt för den grupp som inte vill välja, både inom premiepension och tjänstepension, att effekterna särskilt bör analyseras för att ligga till grund för påverkan på bra förval. Utöver valproblematiken i de olika systemen finns andra problem för den enskilde som består i svårigheten att vara konsument av finansiella produkter och tjänster. Finansiella produkter och tjänster kan vara komplicerade att förstå och ger leverantörer av dessa ett kunskapsövertag som kan leda till att den enskilde konsumerar produkter eller tjänster med ett kunskapsunderläge.

Inkomsterna som pensionär påverkas också av andra delar, till exempel skatter, andra ekonomiska stöd, bosättningsår i Sverige, tidpunkten för uttag, hushållets övriga inkomster, utgifter och tillgångar samt kopplingen till andra socialförsäkringar. Vissa grupper av pensionärer har redan idag lägre inkomst jämfört med andra, till exempel kvinnor, utrikes födda, egenföretagare och personer som haft låg anknytning till arbetsmarknaden<sup>1</sup>. Skillnaderna i inkomster riskerar att öka i framtiden framförallt beroende på skillnader av antal år i arbetslivet. Här kan det behöva särskilda insatser för att informera pension samt hur man eventuellt kan påverka sin situation.

---

<sup>1</sup> Finanspolitiskrådet Inkomstfördelningen bland pensionärer

## Svårt att ta finansiella beslut

Finansiella tjänster är ofta komplicerade och bolagen i branschen har generellt ett kunskapsövertag. Studier visar att många vuxna har svårt att göra enkla beräkningar och har bristande kunskaper om grundläggande finansiella begrepp.<sup>2</sup> Samtidigt ställs vi inför många val och forskningen visar att individer i allmänhet är mindre bra på att göra rationella val. Flera studier visar att vårt beslutsfattande kring sparande och pensioner ofta styrs av tumregler, hur informationen presenteras och hur system utformas. De flesta har dessutom en tendens att skjuta den här typen av beslut på framtiden. Detta, speciellt i kombination med en generellt låg finansiell kunskap, ställer stora krav på utformning av information om finansiella produkter och tjänster och hur system utformas.<sup>3</sup>

Ett exempel på svårigheter är avgifter som verkar små men som gröper ur sparkapitalet på ett sätt som många pensionssparare varken förväntar sig eller får något mervärde av. En förälder som ger sitt nyfödda barn ett fondsparande som växer med 6 procent årligen, och där fondförvaltaren tar ut en årlig avgift på 1,5 procent, går miste om mer än en tredjedel av värdeökningen till dess att barnet fyllt 18 år. Den som använder Pensionsmyndighetens kostnadsverktyg<sup>4</sup> för att genomföra ett genomtänkt fondval ser att det räcker med en avgift på 2,3 procent för att hälften av det sparade kapitalet ska försvinna i avgifter under en spartid på 30 år. Få inser detta, bland annat för att det är svårt att se avgifternas långsiktiga effekt uttryckt i kronor och ören.

## Vad blir min pension?

Pensionen kommer från flera källor och för att individen ska kunna fatta beslut om arbetsliv och sparande finns behovet av en samlad bild om helheten. Affärsintressen hos marknadsaktörerna att sälja produkter är starka och den enskilde upplever ofta ett kunskapsunderläge när det gäller företeelser och begrepp som placeringsformer, privat pensionssparande, avgifter, risk och avkastning.

Det finns mycket information om pension men trots det upplever många att de saknar den information, kunskap och tjänster som de behöver för att kunna fatta beslut kring pensionen. En möjlig tolkning är att insatsen för att ta till sig information överskrider den förmodade och upplevda nyttan och därför avstår många. Utöver problematiken av val och problemen för konsumenterna att hitta rätt information om pension förhåller det sig även så att vissa konsumenter söker information medan andra inte alls är intresserade av pensionsfrågor. Det behövs olika strategier för att nå ut med information till de två grupperna. Förutom bra individuell information som en pensionsprognos som bygger på en gemensam prognosstandard och information om helheten och de övergripande faktorer som påverkar hur stor pensionen blir, behövs också förståelse och tolkning av en mängd andra detaljer i den information som ges. Behovet av infor-

<sup>2</sup> Johan Almenberg, Räknefärdighet och finansiell förmåga.

<sup>3</sup> Anders Anderson och Fredric Korling Bättre reglering av konsumentinformation på området för finansiella tjänster, Finansmarknadskommitténs rapport nr 10

<sup>4</sup> <http://www.pensionsmyndigheten.se/kostnaden.html>

mation gäller inte enbart det fonderade sparandet på de finansiella marknaderna i pensionsystemet utan gäller alla vägval man kan göra i livet som påverkar pensionen.

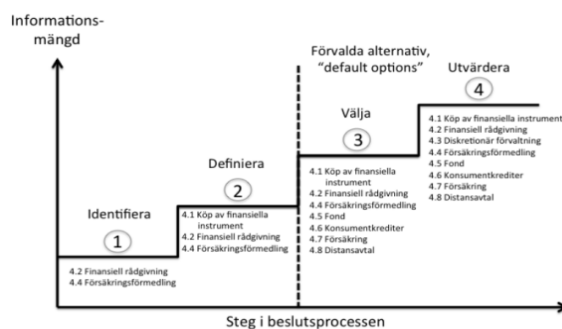
I regeringens proposition inför Pensionsmyndighetens bildande<sup>5</sup> pekas tydligt på behovet av bra och individualiserad pensionsinformation. Detta behov har ökat de senaste åren på grund av att såväl delar av den allmänna pensionen och de flesta tjänstepensionsavtalen numera är avgiftsbestämda och varje åtgärd och beslut av den enskilda som påverkar inkomsten kommer att få genomslag i den framtida pensionen. Men det ökande antalet val har också behovet av bra utformade förval ökat för den som inte vill välja.

Samhällsförändringen de senaste 20 åren har även förändrat förutsättningarna radikalt för konsumenter när det gäller att söka efter och dela med sig av information. Teknikutvecklingen har varit t ex inneburit att konsumenten har tillgång till en rad jämförelsesverktyg på nätet, men samma teknikutveckling har även lett till att konsumenter lättare nås av kommersiella marknadsföringsbudskap i allt fler kanaler.<sup>6</sup> Men trots teknikutvecklingen finns det individer som har svårt att ta till sig information via webben tex dyslektiker, invandrarbakgrund och ungdomar. För de grupperna krävs det att information om pension kan ges även via andra kanaler och med annat stöd.

När det gäller pension så handlar det också om att förstå att ett val man gör i ett helt annat sammanhang även påverkar pensionen, t ex att byta jobb, arbeta deltid och få barn. Stödet till pensionssparare och pensionärer bör därför vara aktivt och utåtriktat för att nå dem i en given söksituation. Informationen måste tillhandahållas i en mer renodlat och enkel struktur som underlättar för pensionssparare och pensionärer att komma igång och hitta fram till information och vägledning när behovet uppstår.

Pensionsinformationen behöver även anpassas efter pensionsspararens och pensionärens förmåga att ta till sig information. Anderson och Korling<sup>7</sup> har beskrivit den förmågan i form av nödvändiga steg kring köp av finansiella tjänster samt den reglering av information som finns i de olika stegen.

**Identifiera** I det första steget måste konsumenten bli varse sitt behov. Här gäller det att förstå sin egen situation (till exempel familjeförhållanden, tidshorisont, riskvilja) och vilket problem den finansiella tjänsten har att lösa.



Figur 1 Anders Anderson och Fredric Korling Bättre reglering av konsumentinformation på området för finansiella tjänster, Finansmarknadskommitténs rapport nr 10

**Definiera** När man identifierat behovet skall detta matchas med en lämplig finansiell produkt eller tjänst. Här gäller det för konsumenten att kvantifiera till exempel tids-

<sup>5</sup> Prop. 2008/09:202

<sup>6</sup> Konsumenten i centrum (SOU:2013:43)

<sup>7</sup> Anders Anderson och Fredric Korling Bättre reglering av konsumentinformation på området



horisont, risknivå, eller framtida amorteringsförmåga för att denne på bästa sätt ska kunna lösa sitt problem eller tillfredsställa sitt behov.

*Välja* På basis av analysen i de två första stegen skall man välja en specifik produkt. I detta steg finns oftast en stor mängd att välja bland, och om man inte klarat de första två stegen är det lätt att bli överväldigad av mängden alternativ ("information overload").

*Utvärdera* I det sista steget utvärderas produkten. Här har köpare och säljare redan matchats, så en stor del av informationen inhämtas direkt från säljaren. Viljan till utvärdering kräver dock engagemang, och det är därför viktigt att konsumenten har tillräckliga incitament att ändra eller byta för att en utvärdering skall komma till stånd

I rapporten beskriver Anderson och Korling att viljan och kunskapen att ta till sig information är lägst i de två inledande stegen i beslutstrappan. De finner behovet av riktad information större i de inledande stegen av beslutstrappan, där många konsumenter behöver mer hjälp med att planera sparande och förstå risker. I enlighet med ovanstående finns ett behov av att förenkla och skala bort information som inte är nödvändig för de grundläggande besluten. De finner att den information och verktyg som redan idag finns för att Välja och Utvärdera är väl utvecklade och bra, men att det finns ett stort behov av information som riktar sig till de som befinner sig i de inledande stegen av beslutstrappan (Identifiera och Definiera). För att vara trovärdig bör sådan information komma från en neutral part och presentationen vara mer framåt-blickande till sin karaktär i motsats till de informationskällor som idag främst till-handahålls av privata aktörer. För att underlätta val av produkter och tjänster kan man dessutom arbeta fram fler kategoriseringar och standarder för hur information ska presenteras.<sup>8</sup>

### **Exempel på när pensionssparare och pensionärer upplever att de har svårt att vara bra konsumenter**

Det finns idag lagar som ska skydda pensionssparare från oseriös och vårdslös rådgivning. Men enligt Konsumenternas försäkringsbyrå är det endast ett av tio fall som går anmälares väg av de ärenden som anmäls.<sup>9</sup> Både pensionssparare och pensionärer kan vara utsatta för oseriös rådgivning, tjänster och produkter. Marknadsföringen från vissa företag är aggressiv och i Konsumentverkets uppföljning framkommer att vissa företag använt marknadsföringsmetoder som strider mot marknadsföringslagen. Såväl Konsumentverket som Pensionsmyndigheten får i sin kontakt med pensionssparare signaler om att de som konsumenter inom rådgivningsbranschen har problem med faktureringen av tjänster, möjligheten att komma i kontakt med företagen och möjligheten att utnyttja sin ångerrätt. Delar av branschen utnyttjar konsumenternas underläge i vinstintresse, men riskerar att på sikt äventyra förtroendet för pensions-systemet. Konsumenten ska kunna känna sig trygg i kontakten med finansiella företag när det gäller att planera inför pensionen.

<sup>8</sup> Anders Anderson och Fredric Korling Bättre reglering av konsumentinformation på området för finansiella tjänster, Finansmarknadskommitténs rapport nr 10  
<sup>9</sup> Konsumenternas försäkringsbyrå, DN Ekonomi 2012-04-18

## Vad gör andra?

Det finns en efterfrågan från pensionsspararna och pensionärerna av stöd i olika former för att de bättre ska kunna ta tillvara sina intressens om konsumenter. Flera andra myndigheter och organisationer har i varierande grad till uppgift att ge konsumentstöd i pensionsfrågor till pensionssparare och pensionärer inom sina respektive verksamhetsområden, nedan ges en kortfattad beskrivning och en mer utförlig finns i bilaga 1.

Konsumentverket har ansvar för att konsumenter har tillgång till information som ger dem möjlighet att göra aktiva val om ingen annan myndighet har den uppgiften. Beträffande konsumentskyddsfrågorna har Konsumentverket ansvar för att de konsumentskyddande regler som ligger inom myndighetens tillsynsansvar efterlevs av marknadsaktörerna. Konsumentverkets uppdrag omfattar konsumentskydd i allmänhet men avser inte specifikt pensionsfrågor. Konsumentverket har heller inte i uppgift att vägleda enskilda konsumenter

I Finansinspektionens uppdrag ligger att ansvara för tillsynen, regelgivningen och tillståndsprovningen som rör finansiella marknader och finansiella företag. Myndigheten ska arbeta för ett stabilt och väl fungerande finansiellt system och verka för ett gott konsumentskydd inom det finansiella systemet. De åtgärder som vidtas i detta syfte ska vägas mot eventuella negativa effekter på det finansiella systemets effektivitet. I Finansinspektionens uppdrag ingår att stärka konsumenternas ställning på finansmarknaden. Detta sker på olika sätt, t.ex. genom myndighetens olika informationsinsatser. GillaDinEkonomi har under året vuxit fram till en bärande del av Finansinspektionens utbildningsstrategi. Inom nätverket samverkar medlemmar från myndigheter, organisationer och även privata företag för att driva bl.a. arbetsplatsutbildningar Dock sker inget stöd direkt till enskilda konsumenter.

Allmänna reklamationsnämnden (ARN) prövar tvister mellan konsumenter och företag om köp av varor och tjänster av olika slag. ARN har dessutom i uppgift att informera konsumenter och företag om nämndens praxis och stödja den kommunala konsumentverksamhetens hantering av konsumenttvister. Däremot tillämpar ARN beloppsgränser som gör att vissa tvister angående finansiella inte kan prövas i ARN.

Det finns fyra konsumentbyråer i Sverige. Det är främst två av dem som hanterar pensionsfrågor i sin verksamhet, Konsumenternas Försäkringsbyrå och Konsumenternas Bank- och finansbyrå. Båda byråerna är självständiga rådgivningsbyråer som ska erbjuda opartisk och självständig rådgivning. De drivs som stiftelser där Konsumentverket och Finansinspektionen sitter i styrelsen med majoritet. Konsumenternas Försäkringsbyrå ger opartisk information och vägledning till konsumenter i försäkringsfrågor. Ärendena ligger till grund för den identifiering och analys av konsumentproblem som utförs av byrån och som sedan återförs till huvudmännen för att på så sätt få till stånd ändringar och anpassningar av försäkringsbolagens produkter och rutiner. Konsumenternas Bank- och finansbyrå ger konsumenterna information och vägledning i frågor som rör banker eller andra kreditinstitut samt fond- och värdepappersbolag. Konsumenternas stöttar enskilda pensionssparare och

pensionärer men är tämligen okända. Dessutom kvarstår problematiken i enskilda ärenden som beskrivs i beloppsgränsen i ARN ovan.

Pensionsmyndigheten ser att utifrån nuvarande myndigheters och organisationers uppdrag finns det, för pensionssparare och pensionärer, ytterligare behov av stöd. Det bekräftas även av både Inspektionen för socialförsäkringen<sup>10</sup>, Finansmarknadskommitténs<sup>11</sup> som Riksrevisionens<sup>12</sup> utredningar. Pensionsspararna och pensionärerna upplever att de saknar neutral och oberoende vägledning om hela pensionen samlat. Information och tjänster behöver också individ- och gruppanpassas efter ålder, kunskap och intresse för att bättre motsvara pensionssparares och pensionärens behov. Vissa är inte intresserade av att göra olika val inom pensionsområdet, det finns därför ett behov av att beskriva konsekvenser av att inte välja liksom en part som verkar för bra förval ur pensionssparares och pensionärens perspektiv.

Pensionsmyndigheten har uppdraget att informera medborgarna om pensionsfrågor men utifrån pensionsspararnas och pensionärernas behov som konsumenter i förhållande till övriga organisationers ansvar är det önskvärt om vår roll blev tydligare. Pensionsmyndigheten ser även ett behov av någon som bevakar pensions-spararens och pensionärens intressen som konsumenter inom pension. Vi kommer därför att informera om och anmäla aktörer som betar sig icke konsumentvänligt (i form av mindre bra produkter/tjänster eller marknadsföring) till berörda myndigheter, ge förslag till ny lagstiftning där det behövs samt ge tydligare information och vägledning om hela pensionen. Pensionssparare och pensionärer kommer främst att märka detta genom att vi objektivt informerar och vägleder inom pensionsområdet, tar en plats i den allmänna debatten för att reda ut oklarheter kring pension samt anmäler och påtalar mindre bra upplägg och produkter.

## Varför ny roll?

Pensionsmyndighetens verksamhet regleras i förordning (2009:1173) med instruktion för Pensionsmyndigheten. Av 2 § instruktionen framgår att Pensionsmyndigheten ska ge allmänheten information om pensioner och andra förmåner samt se till att det ges utifrån den enskildes behov. Vidare ska myndigheten informera och ge pensionssparare och pensionärer en samlad bild av hela pensionen samt informera om vilka faktorer som påverkar pensionens storlek, hur stor pensionen kan antas bli och tydliggöra vilka konsekvenser olika val kan få för pensionen. Pensionsmyndigheten har även ett informationsuppdrag i nuvarande regleringsbrev som handlar om att arbeta för att pensionsprognosen ska ge pensionsspararen och pensionären en samlad bild av sin pension. Pensionsmyndigheten har uppdraget att informera medborgarna om

---

<sup>10</sup> Inspektionen för socialförsäkringen Enkel, detaljerad och samlad pensionsinformation, Är det möjligt?

<sup>11</sup> Anders Anderson och Fredric Korling Bättre reglering av konsumentinformation på området för finansiella tjänster, Finansmarknadskommitténs rapport nr 10

<sup>12</sup> Riksrevisionen Vem tar ansvar? – Statens tillsyn av information på tjänstepensionsmarknaden

pensionsfrågor men utifrån pensionspararnas och pensionärernas behov som konsumenter i förhållande till övriga organisationers ansvar är det önskvärt om vår roll blev tydligare. Pensionsmyndigheten ser även ett behov av någon som bevakar pensionspararens och pensionärens intressen som konsumenter inom pensionsområdet.

## Pensionsmyndighetens roll för att stärka pensionsspararnas och pensionärernas ställning som konsument inom pensionsområdet

I detta kapitel beskriver Pensionsmyndigheten hur vi ser vår roll för att tillgodose pensionssparares och pensionärers behov av kunskap och information och stärka deras ställning som konsument inom pensionsområdet.

Kapitlet inleds med en beskrivande del hur vi praktiskt ser att vi ska kunna agera för pensionsspararen och pensionären som konsument av produkter och tjänster inom pension. Därefter beskriver vi hur vi avser att förändra vår kommunikation och information för att bättre möta de behov som pensionssparare och pensionärer har. Avslutningsvis beskriver vi de stödjande aktiviteter som syftar till att bättre stödja de pensionssparare och pensionärer som är inte vill göra val eller inte aktivt söker information om pension.

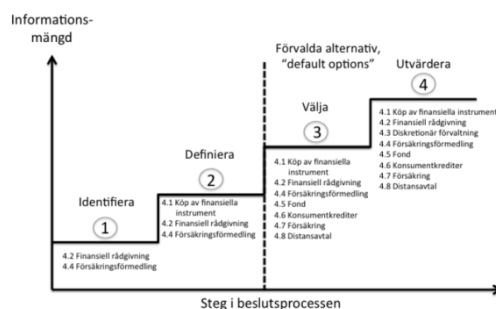
### Exempel på vår nya roll

För att konkretisera vår beskrivning ovan ger vi exempel på vår roll utifrån den beslutstrappan som presenteras i föregående kapitel.

#### Identifiera

I detta steg kommer troligtvis inte majoriteten av pensionssparare att kontakta oss så vi bör ge riktade, offensiva och oberoende informationsinsatser till olika målgrupper. Detta kan ske genom att vi fortsätter med generella kampanjer som via enkla budskap ger information om vad som bygger upp ett pensionskapital och där vi hänvisar till pensionsprognosen. Vi ger också anpassade budskap till olika målgrupper och i vissa livssituationer Detta kan ske i form av riktade utskick, orange kuvert, vidareinformatörer, sociala medier, telefoni, web, media, informationsträffar på föreningslokaler mm.

De som inte är intresserade och inte själva känner till sitt behov kommer att inte att söka upp Pensionsmyndigheten. Det krävs alltså omfattande informationsinsatser i externa kanaler (TV, radio, tidningar, internet) för att nå dessa grupper. Det kräver i sin tur uthållighet och pengar över tid. Ett lyckat exempel när det gäller att nå breda grupper och få till en aktivitet är det första premiepensionsvalet år 2000 då 67 procent av alla pensionssparare gjorde ett eget val. De dåvarande ansvariga myndigheterna spenderade då cirka 80 miljoner kronor på informationsaktiviteter, samtidigt som marknadsaktörer, som också hade ett stort intresse i att få folk att välja, uppskattningsvis satsade drygt det dubbla. Totalt satsades alltså omkring 250 miljoner kronor på marknadsföring vilket ledde till att 67 procent gjorde något. Ett mera blygsamt och näraliggande exempel är Pensionsmyndighetens kampanj 2012 för att få fler att göra en prognos för hela sin pension. Kampanjbudgeten var 8,5 miljoner kronor, och de samlade informationsinsatserna ledde till ett rekord för prognoser. Antalet gjorda prognoser på Pensionsmyndighetens webbplats ökade med 60 procent



perioden januari-april 2012. 754 000 prognoser gjordes under perioden, jämfört med 467 000 under samma period 2011. Siffrorna från Min Pension visar på 150 000 nya registrerade användare under kampanjperioden. Att nå pensionssparare och att lyckas påverka beteenden är alltså förknippat med relativt stora kostnader för informationsinsatser.

Budskapen måste vara enkla och behöver i vissa fall inte leda till en aktivitet, dvs att välja. Information om vilka konsekvenserna blir av att välja eller inte välja (förvalen) måste tydligt framgå i detta steg. Pensionsmyndigheten ska här även fokusera på att bidra till att förvalen är bra för de pensionssparare och pensionärer som inte väljer. Vi ska i debatten stödja pensionssparare och pensionärer genom att förmedla hur de kan få information om sin individuella pension, för att undvika att val görs som är icke konsumentvänliga.

För att finnas där pensionsspararna och pensionärerna är kan till exempel Försäkringskassan ge information om barnårskrätter och kopplingen mellan pension och arbetstid där föräldrar söker information om föräldraförsäkring. Den föreslagna konsumentportalen föreslås innehålla information om pension och kan fånga pensionsspararen och pensionären i olika livshändelser.<sup>13</sup> Vi kan via starta-företag informera om pension till blivande företagare.

Pensionsmyndigheten finns även med i Gilla Din Ekonomi, ett nätverk av myndigheter, rådgivnings-byråer, organisationer och företag som arbetar för att öka det privatekonomiska självförtroendet hos allmänheten. Nätverket ingår som en del i det uppdrag som Finansinspektionen fått av regeringen för att informera och initiera privatekonomisk utbildning.

### *Definiera*

I detta steg har pensionsspararen eller pensionären gått igenom steget *Identifiera* och valt att gå vidare för att definiera vilken aktivitet som ska göras. Här ska Pensionsmyndigheten erbjuda vägledning där pensionsspararen och pensionären ska kunna avgöra om hon/han vill/behöver agera samt på vilket sätt. För pensionsspararen kan det handla om val i olika livssituationer, att spara, jobba längre, förhandla fram tjänstepension, betydelse av flera år av deltidsarbete har för pensionen, vad avgiften för sparandet får för effekt i minskad pension, hur skatteeffekterna påverkar. Vägledning i dessa frågeställningar kan ske via simuleringstjänster där pensionsspararen och pensionären kan laborera med olika parametrar. Viktigt här är att resultatet presenteras i kronor i plånboken per månad.

Det ska inte krävas särskilda inloggningsuppgifter eller i förväg inlagda siffror för att kunna använda tjänsterna. Det ska gå att laborera helt på egen hand, vilket också underlättar för t ex anhöriga, konsumentvägledare, gode män eller andra att gå in och göra beräkningar. Det ska även gå att laborera med individuell information och uppgifter efter inloggning.

För att pensionärer och pensionssparare ska känna sig trygga med sina val har de ett behov av att kunna jämföra sin situation med andra, i form av exempelvis typfall.

---

<sup>13</sup> Konsumenten i centrum (SOU:2013:43)

Viktigt är också att svaren går att lägga samman och att enheten är densamma, förslagsvis kronor per månad i pension efter skatt. Det är ett mått som de flesta har lätt att relatera till och som inte kräver några spetskunskaper i matematik.

Pensionärerna efterfrågar tjänster så att de kan laborera med olika former av uttag av pension samt hur val att flytta, arbeta mm påverkar uttagen. Prognosen är ett grundverktyg men behöver i vissa fall kompletteras med pensionsrelaterade förmåner och i vissa fall skattekonsekvenser.

Simuleringarna behöver innehålla budskap och hjälp med att tolka resultatet för att inte hamna i en känsla av otrygghet.

Tjänsten simuleringar erbjuds inte bara digitalt utan sker även i andra kanaler. Det personliga mötet är viktigt och många pensionssparare och pensionärer behöver hjälp att tolka resultatet. Simuleringar är en interaktion mellan pensionsspararen/pensionären och systemet och/eller en person, resultatet är ett val att inte göra något eller att välja ett sätt att förändra sin pension.

### *Välja*

I det här steget har pensionsspararen och pensionären genom förra steget kommit fram till om de vill agera på något sätt samt på vilket. Till exempel välja fonder inom premiepensionen, förhandla tjänstepension eller högre lön som kompensation, göra val i tjänstepensionen, spara privat. Här behövs stödverktyg i valet i form av jämförelser av olika produkter och tjänster på marknaden. För att stödja pensionssparare och pensionärer att göra val inom pension kan vi göra jämförelseverktyg mellan produkter i likhet med Råd och Röns produkttester.

För att underlätta för pensionssparare och pensionärer behövs verktyg som tex fondvalsguiden, jämförelser sparaprodukter (amortera eller spara), jämförelser vilka kostnader jag beräknas ha, jämförelser tjänstepensioner, jämförelser privata pensionsprodukter eller lathundar som stödjer vad man ska tänka på i mötet med banken och rådgivare.

Vi erbjuder verktyg inom pension, tex vårt beslutsstöd vid val av fonder i premiepensionen som ger information kring vad man bör tänka på vid placeringar, risknivåer och exempel hur avgifter påverkar över tid. Andra aktörer erbjuder verktyg inom sina områden, eventuellt levererar vi uppgifter till deras verktyg. Många verktyg finns redan idag men pensionssparare och pensionärer har svårt att hitta dem och i rätt sammanhang, som exempel har Konsumentverket beräkningar på kostnadssidan och Konsumenternas har jämförelseverktyg på privat pension. Här kommer vi arbeta i stor utsträckning i samverkan med andra organisationer och myndigheter för att stödja pensionsspararen och pensionären till att hitta bra och relevant information och tjänster samlat som ger en helhetsbild.

I detta steg kan vi påverka vilka produkter på den finansiella marknaden som pensionssparare och pensionärer väljer genom olika informationsinsatser både i egna kanaler, köpt medier och i debatten.

### *Utvärdera*

I detta steg vill pensionsspararen och pensionären kunna analysera, dvs jämföra sitt val med andra. Listor med vilka produkter som gått bra/dåligt och vilka aktörer som finns presenteras. Vår roll är att samverka med instanser som stöttar när konsumenten inte är nöjd. Vi hänvisar pensionsspararen och pensionären till rätt instans och påvisar mindre bra produkter för Konsumentverket och Finansinspektionen så att de kan agera.

Vi analyserar produkter och tjänster på marknaden och rapporterar för vår uppdragsgivare hur pensionsspararna och pensionärerna kan ta tillvara sina intressen som konsumenter.

### **Vägledning och information till pensionssparare och pensionärer**

Informationen till pensionssparare och pensionärer behöver individ och målgruppsanpassas utifrån ålder, livshändelse, kunskap och intresse för pensionsfrågor. Individerna behöver tillgång till både översiktlig och fördjupad information från en neutral och oberoende part för att känna trygghet. Informationen ska ge svaret på betydelsen av att arbeta och betala skatt, vad individen eventuellt själv behöver spara, vilka sparalternativ som är de mest förmånliga, hur mycket det blir i pension eller vilken effekt de olika förvalen har. Det ska framgå att man inte behöver välja inom pension men då i kombination om vilka förutsättningar förvalen ger. Enligt en undersökning Inspektionen för socialförsäkringen har i genomfört lyfts Pensionsmyndigheten och Min Pension fram som trovärdiga informationsgivare, liksom myndigheter, fackförbund och arbetsgivare<sup>14</sup>.

De generella budskap som myndigheten har behöver målgruppsanpassas och ges där pensionären och pensionsspararen kan ha behov av information. Olika målgrupper i olika livshändelser eller med olika förutsättningar har varierande förmåga att ta till sig information. Budskapen behöver anpassas efter de som är intresserade i förhållande till de som inte är intresserade, för de som är mindre intresserade behöver vi ha en mer uppsökande informationsgivning som delvis kan ges via vidareinformatörer. Pensionsmyndigheten behöver arbeta mer i samverkan med andra dels för att paketera informationen men även att sprida den via andras informationsgivning för att fånga konsumenten i en valsituation och där den befinner sig. Generell information kan i beslutstrappan motsvaras av det första steget – identifiera.

För individuell information behöver vi ge bra information och vägledning till de som vill välja, men även till de som inte vill välja. Den individuella informationen kan baseras på pensionsprognosen men den enskilda efterfrågar i vissa fall hjälp med att analysera den information som finns. Här efterfrågas även bra verktyg och beslutsstöd för att kunna göra de val som finns i systemet samt information om förväntade effekter. Däremot är det inte förenligt med myndighetens roll och uppdrag att bedriva rådgivning kring exempelvis placeringar.

---

<sup>14</sup> Inspektionen för socialförsäkringen, Enkel, detaljerad och samlad pensionsinformation, Är det möjligt?



För de som inte använder den digitala kanalen behöver individuell information kunna ges även via andra kanaler. Pensionsmyndigheten erbjuder idag bra verktyg i premiepensionsvalet via fondvalsguiden men vi måste även verka för att bra verktyg och beslutsstöd finns inom tjänstepensionen och den eventuella privata pensionen. I samverkan ska vi klargöra vem som levererar vilka verktyg då vi inte ska bygga egna verktyg om de redan finns inom någon annans uppdrag.

För de som inte vill välja ska vi arbeta för att de förval som finns är bra ur ett konsumentperspektiv. Vi behöver uppmärksamma förvalen och dess konsekvenser tydligare och kommunicera det. Här ser vi också ett behov av att stötta konsumenten i de val som branschen erbjuder. Vi behöver tydligare visa på effekter av produkter och kommunicera dessa, här ser vi massmedia som en viktig kanal. Individuell information kan i analysmodellen motsvara steget definiera och steget välja.

### **Andra konsumentskyddande åtgärder**

Pensionsmyndigheten anser inte att Pensionsmyndigheten ska få en tillsynsroll, det finns en risk för att det blir ännu otydligare än idag var tillsynsansvaret egentligen ligger. De aktörer på marknaden som erbjuder tjänster och finansiella produkter styrs av näringsrättsliga, marknadsrättsliga och civilrättsliga regler som gäller generellt. Pensionssparare och pensionärer är inte konsumenter hos Pensionsmyndigheten, dvs vi betraktar dem inte i första hand som konsumenter utan som pensionssparare och pensionärer. Pensionsspararna och pensionärerna är konsumenter i förhållande till olika aktörer på t.ex. de finansiella marknaderna, där Finansinspektionen och Konsumentverket primärt ansvarar för konsumentskyddet och efterlevnaden av de regelverk som syftar till att stärka pensionsspararna och pensionärerna ställning som konsumenter. I Pensionsmyndighetens uppgifter ligger att hjälpa dem på olika sätt så att de kan undvika att hamna i situationer där de upplever att konsumentskyddet brustit. För det krävs att vi tydligare samverkar med de konsumentskyddande myndigheterna.

Pensionsmyndigheten ska stödja pensionärer och pensionssparare genom aktiviteter som syftar till att stärka deras ställning som konsumenter. Vi kommer även att behöva informera och varna för mindre bra upplägg och produkter, utvärdera vad som är sant och falskt i aktörernas marknadsföring, anmäla aktörer som betar sig icke konsumentvänligt till berörda myndigheter, ge förslag till ny lagstiftning där det behövs samt ge tydligare information och vägledning om hela pensionen.

#### *Samverkan med tillsynsinstanser*

Pensionsmyndigheten ser att tydligare former för samverkan med tillsynsinstanserna och andra konsumentskyddande organisationer behöver implementeras.

Redan idag har Pensionsmyndigheten etablerat ett samarbete med Konsumentverket där Pensionsmyndigheten löpande informerar om iakttagelser och händelser som observerats av myndigheten. Samtalsuppföljning från Pensionsmyndighetens kundservice enligt ovan lämnas också regelbundet. Konsumentverket ser även över de olika tjänstepaket som idag förekommer, till exempel avseende efterlevandeskydd, och som förs fram som motiv till de avgiftsuttag som förvaltnings-/rådgivningsföretagen gör.

Samverkan har också inletts mellan Pensionsmyndigheten och Finansinspektionen avseende under vilka förutsättningar som förvaltningsföretag ska få agera inom premiepensionssystemet.<sup>15</sup>

Dock ser vi att mer samverkan behöver fördjupas med både ovanstående myndigheter.

#### *Föreslå ändringar i lagar eller andra åtgärder*

Vi behöver fånga upp fenomen och beteenden som går emot pensionssparares och pensionärens intressen och föreslå regeländringar till regering och riksdag.

#### *Förval*

Vi ska aktivt utvärdera, beskriva och bidra till att det finns bra förval inom pensionsområdet. Vi ska även se över hur vi informerar om förval och hur vi ytterligare skulle kunna stödja kunder med information om risknivåer. Vi ska även påtala hur förvalen kan påverka konsumenten, tex att vissa tjänstepensioner har som förval att de betalas ut i fem år eller att de automatiskt börjar betalas ut vid 65 eller påtalar för arbetsmarknadens parter om det olämpliga med att de flesta tjänstepensionsavtal automatiskt börjar betala ut pension vid 65 år.

#### *Hårda kravställare*

Vi ska lämna konkreta förslag på konsumentvänliga produkter och information som marknaden borde erbjuda, och i samverkan med tillsynsinstanser diskutera dem med branschens aktörer. Vi visar på och varnar för hur tex olika livslängdsantaganden och delningstal bland bolagen påverkar storleken på pensionen.

Genom att lyfta fram rådgivarnas sätt att ta betalt för sina råd i syfte att redovisa vad råden faktiskt kostar, underlättar vi för konsumenterna att göra medvetna val och försvårar därmed dyra och icke konsumentvänliga upplägg.

Vi bidrar till att öka transparensen inom pensionsområdet genom att bidra till standardisering, som till exempel arbetet med pensionsorden och prognosstandard.

För att stödja konsumenter att välja sparande inför pension kan vi göra jämförelseverktyg mellan produkter. Vi kan även samverka med tillsynsinstanserna för att bidra till listor på företag som har fått klagomål.

Vi ska även arbeta med åtgärder som till exempel att försvåra för massfondbyten genom att inför krav på e-leg på fondbyten, beskriva på vår webb hur man betar sig när man köpt en tjänst man är missnöjd med, publicera lista på viktiga frågor att ställa på mötet med sin bank samt viktiga frågor att ställa när man blir uppringd av förvaltningsbolag mm.

#### *Uppmärksammar konsumentovänliga produkter och tjänster*

Vi uppmärksammar upplägg, erbjudanden och fenomen som vi bedömer är till nackdel för pensionssparare och pensionärer på pensionsområdet. Vi avråder inte från hela

---

15 Pensionsmyndigheten, Effekter av massfondbytestoppet

branschen, utan vissa företag eller vissa produkter/tjänster. Pensionsmyndigheten har redan startat detta arbete främst genom att uppmärksamma förvaltningsföretagens erbjudanden om förvaltningstjänster i premiepensionen samt efterlevandeskydd som mycket sällan är bra produkter på lång sikt för den enskilda pensions spararen. Myndigheten har också uppmärksammat Konsumentverket på företag som använt marknadsföringsmetoder som kan ifrågasättas. Dessa aktiviteter har även fått spridning till fler pensions sparare via massmedia. Pensionsmyndigheten avser att satsa mera resurser på arbetet med att uppmärksamma konsumentvänliga produkter och tjänster redan under 2013.

## Slutsatser

Pensionsmyndigheten ska stödja pensionssparare och pensionärer, som konsumenternas inom pensionsprodukter, genom att på ett ännu tydligare sätt vägleda och informera om hela pensionen. Informationen behöver individ och målgruppsanpassas utifrån ålder, livsfas och intresse och kunskap för pensionsfrågor. Individen behöver tillgång till både översiktlig och fördjupad information från en neutral och oberoende part för att känna trygghet i sina val. Informationen ska svara på vilka vilken effekt de olika förvalen ger, hur olika parametrar såsom år i arbetslivet och deltidsarbete påverkar pensionen samt vilka sparalternativ som finns. Vi behöver ytterligare kunskap om pensionsspararnas och pensionärernas val i olika livssituationer för att bättre kunna stödja dem som konsument av pensionsprodukter.

Det finns idag lagar som ska skydda pensionssparare från oseriös och vårdslös rådgivning. Men delar av branschen utnyttjar konsumenternas kunskapsbrist i vinstsyfte och det riskerar att på sikt äventyra förtroendet för pensionssystemet. Pensionssparare och pensionärer ska kunna känna sig trygga i kontakten med finansiella företag när det gäller att planera inför pensionen. Pensionsmyndigheten ska därför stärka samarbete med de myndigheter och organisationer som arbetar med tillsyn och konsumentfrågor inom pensionsområdet. Pensionsmyndigheten bör däremot inte bli en tillsynsmyndighet.

Pensionsmyndigheten har uppdraget att informera medborgarna om pensionsfrågor men utifrån pensionsspararnas och pensionärernas behov som konsument i förhållande till övriga organisationers ansvar är det önskvärt om vår roll blev tydligare. Pensionsmyndigheten ser även ett behov av någon som bevakar pensionsspararens och pensionärens intressen som konsument inom pension. Vi kommer därför att informera om och anmäla aktörer som betar sig icke konsumentvänligt (i form av mindre bra produkter/tjänster eller marknadsföring) till berörda myndigheter, ge förslag till ny lagstiftning där det behövs samt ge tydligare information och vägledning om hela pensionen. Pensionssparare och pensionärer kommer främst att märka detta genom att vi objektivt informerar och vägleder inom pensionsområdet, tar en plats i den allmänna debatten för att reda ut oklarheter kring pension samt anmäler och påtalar mindre bra upplägg och produkter.

Vi ska sammanfattningsvis stärka pensionsspararnas och pensionärernas ställning som konsument genom att:

- Följa pensionsprodukter och pensionsrelaterade produkter på marknaden så att vi kan bevakar pensionsspararens och pensionärens intressen i pensionsfrågor och signalera konsekvenser för pensionsspararen eller pensionären.
- I samverkan med andra konsumentskyddande organisationer bidra till att varna för olämpliga produkter/tjänster och aktörer.
- Arbeta proaktivt med lagförslag eller andra förslag på åtgärder.

- Samverka med tillsynsinstanserna och andra konsumentskyddande organisationer och signalera när vi får information om negativa effekter för konsumenterna.
- Finnas nära pensionsspararna och pensionärerna och ge tydlig vägledning om hela pensionen
- Samverka med andra informationsgivare för att ta fram den informationen som pensionsspararna och pensionärerna behöver i sina beslut som konsumenter inom pensionsområdet.
- Arbeta aktivt med att beskriva risker och konsekvenser av förvalen inom pensionen ur ett konsumentperspektiv.

För att kunna genomföra ovanstående inriktning behöver vi vara mer proaktiva och skaffa kunskap om pensionsspararnas och pensionärernas val de ställs inför i olika livssituationer för att bättre kunna stödja dem som konsumenter inom pensionsområdet. Vi behöver även följa våra pensionssparare och pensionärer och påtala beteenden och konsekvenser för hur dessa grupper agerar.

Pensionsmyndigheten anser att den föreslagna vägledande och informerande rollen tydligt är definierad i myndighetens nuvarande uppdrag. Däremot kan den nya föreslagna delen av rollen, att stärka pensionssparares och pensionärers ställning som konsumenter inte direkt tolkas in i det uppdrag som idag finns. Att samverka med de konsumentskyddande myndigheter och organisationer är inte heller direkt reglerat i det uppdrag som myndigheten har idag. Pensionsmyndigheten ser därför att ett sådant uppdrag behöver formuleras i instruktion eller regleringsbrev.

Rapporten visar att det är angeläget att stärka pensionsspararnas och pensionärernas ställning som konsumenter inom pensionsområdet. Pensionsmyndigheten ger i denna rapport förslag på hur detta kan ske. Till del kommer detta arbete att kunna finansieras inom Pensionsmyndighetens befintliga ekonomiska ramar. När det gäller den nya föreslagna rollen att stärka pensionssparares och pensionärers ställning återkommer Pensionsmyndigheten till regeringen i budgetunderlaget med vilka konsekvenser i form av eventuellt ytterligare behov av medel denna inriktning kan få.

## Bilaga - Andra organisationers uppdrag

För att avgöra vilken roll Pensionsmyndigheten fortsättningsvis kan spela för att stärka konsumenternas ställning på detta område, redovisas här övergripande vilket ansvar som Konsumentverket, Finansinspektionen, Allmänna reklamationsnämnden samt de olika konsumentbyråerna har idag för att vägleda och bistå konsumenterna i olika frågor som rör deras pensioner.

### Konsumentverket

Konsumentverket är en förvaltningsmyndighet för konsumentfrågor. När regeringen beslutade om en ny konsumentpolitisk strategi år 2006 kom Konsumentverkets uppgifter att renodlas, vilket innebar ökat fokus på tillsyn och marknadskontroll.

Beträffande konsumentskyddsfrågorna har Konsumentverket ansvar för att de konsumentskyddande regler som ligger inom myndighetens tillsynsansvar efterlevs av marknadsaktörerna. Konsumentverkets uppdrag omfattar konsumentskydd i allmänhet men avser inte specifikt pensionsfrågor. Finansiella tjänster är dock ett prioriterat område i Konsumentverkets verksamhet. Här hanteras pensionsrelaterade frågor genom insatser i form av bland annat tillsynsarbete och besvarande av remisser som rör pensioner.

Konsumentverket har enligt sin instruktion i uppdrag att löpande samråda med bland annat Finansinspektionen på de områden där myndigheterna har ett gemensamt tillsynsansvar. Utöver samrådsmöten håller verket också samrådsmöten med andra myndigheter gällande tillsynsarbete, till exempel Pensionsmyndigheten. Samarbetet rör myndighetsövergripande frågor för att kartlägga respektive myndighets ansvarsområde och för att effektivisera tillsynsarbetet. Den största delen av resurserna för Konsumentverkets tillsynsarbete läggs på den löpande tillsynen.

Konsumentverket ansvarar för att konsumenter har tillgång till information som ger dem möjlighet att göra aktiva val om ingen annan myndighet har den uppgiften samt att stärka konsumenternas ställning på marknaden genom kontakter med privata aktörer och i det arbetet genomföra branschöverenskommelser och insatser på standardiseringsområdet. På pensionsområdet är det primärt Pensionsmyndigheten som ansvarar för informationen till konsumenterna.

Konsumentverket ska vidare bevaka och analysera konsumenternas ställning på marknaderna, med utbildning och information stödjande kommunernas konsumentverksamhet i frågor som rör konsumentskydd och konsumentlagstiftning, vara kontaktmyndighet för bl.a. svenska myndigheters samarbete med myndigheter inom EES och med Europeiska kommissionen i vissa konsumentrelaterade frågor samt fullgöra de uppgifter som en behörig myndighet har i fråga om efterlevnaden av sådana regler som myndigheten har tillsyn över.

Konsumentverket ska också vara pådrivande i andra myndigheters arbete med integrering av konsumentaspekter i verksamheten och tillhandahållande av konsumentinformation. Konsumentverket har påbörjat ett arbete med att ta fram en strategi för hur verket ska kunna uppfylla det uppdraget.

Konsumentombudsmannen har möjlighet att göra anmälan om grupptalan till Allmänna reklamationsnämnden och väcka offentlig grupptalan enligt lagen (2002:599) om grupprättegång. Konsumentverket kan också företräda enskilda konsumenter i principiellt viktiga rättsfrågor som berör många konsumenter som KO-biträde enligt lag (2011:1211) om Konsumentombudsmannens medverkan i vissa tvister.

Konsumentverkets informationsinsatser är i första hand kopplade till Konsumentverkets och Konsument Europas webbplatser samt till mer målgruppsanpassade webbplatser, t.ex. omboende.se (som drivs i samarbete med Boverket) och ungtkonsument.se (som drivs i samarbete med Konkurrensverket). Konsumentverket finns numera även i sociala medier som Facebook, YouTube och Twitter; i huvudsak används de som rena sändarkanaler men även som observationskanal för agerande inom tillsynsområdet. Konsumentverket kan även vara aktiv i den meningen att verket interagerar med målgruppen och ger svar på frågor och agerar vägledande.

Konsumentverket ger ingen enskild rådgivning till konsumenter med undantag av den av EU-kommissionen samfinansierade verksamheten inom enheten Konsument Europa. Trots detta får Konsumentverket varje år motta en stor mängd frågor av sådan karaktär. Årligen slussas cirka 45 000 telefonsamtal vidare redan i Konsumentverkets växel. Frågor som inte ligger inom myndighetens ansvarsområde ska tas omhand inom ett dygn i funktionen Snabben, som slussar konsumenten vidare till rätt aktör. Konsumentverket kan ge generell information till en enskild konsument i specifika frågor, exempelvis redogöra för konsumentens rättigheter, men ger inte specifika svar på frågeställningar i enskilda ärenden.

Beträffande tillsynsansvaret, har PPM-rådgivning varit ett stort konsumentproblem som lett till många anmälningar från drabbade. Flera PPM-rådgivare/-förvaltare använder försäljningsmetoder som binder upp konsumenter i avtal de inte vill ha. Under 2011 har 14 bolag varit föremål för tillsyn. I nio fall har rättelse skett. Ett har avslutats då företaget upphörde med att tillhandahålla tjänsten. Fyra ärenden pågick vid årsskiftet.

Under hösten 2012 inleds en granskning av marknadsföring och avtalsvillkor för tjänstepension. Granskningen kommer ev. att resultera i tillsynsärenden om det anses nödvändigt.

Till följd av att Konsumentverket varje år får många anmälningar gällande PPM-rådgivning/-förvaltning som erbjuds via telefonförsäljning anser verket att det krävs en lagändring för att få stopp på oseriös telefonförsäljning. Konsumentverket har vid flera tillfällen framfört åsikten till regeringen att det skulle vara önskvärt med införande om krav på skriftlig bekräftelse (alternativt någon form av digitalt godkännande som till exempel e-legitimation eller elektronisk signatur) vid telefonförsäljning. Att införa regler om skriftlig bekräftelse av en beställning skulle eliminera alla tveksamheter om vilket avtal som slutits.

## Finansinspektionen

I Finansinspektionens uppdrag ligger att ansvara för tillsynen, regelgivningen och tillståndsprovningen som rör finansiella marknader och finansiella företag. Myndigheten ska arbeta för ett stabilt och väl fungerande finansiellt system och verka för ett gott konsumentskydd inom det finansiella systemet. De åtgärder som vidtas i detta syfte ska vägas mot eventuella negativa effekter på det finansiella systemets effektivitet.

I Finansinspektionens uppdrag ingår att stärka konsumenternas ställning på finansmarknaden. Detta sker på olika sätt, t.ex. genom myndighetens olika informationsinsatser. Finansinspektionen har under 2012 arrangerat ett stort antal seminarier och utbildningar för finansbranschen om kommande regelverk och förändringar. Myndigheten erbjuder vidare tillsammans med TCO och Folkuniversitetet utbildningar i privatekonomi med potential att nå hundratusentals svenskar med kunskap om lån, sparande och pensionssystemets valmöjligheter.

En del av Finansinspektionens strategi är att utbilda vidareinformatörer, såsom lärare och rådgivare, som i sin tur själva genomför utbildningsinsatser. Under 2011 har bland annat ett utbildningsprogram för fackliga ombud på Tjänstemännens Centralorganisation (TCO) inletts inom ramen för nätverket "GillaDinEkonomi". Finansinspektionen har även deltagit i ett pilotprojekt för att utbilda lärarlag i privatekonomi. Under 2012 har Finansinspektionen fortsatt att arbeta med att ta fram studiematerial och utbildningsunderlag, bland annat inom ramen för skolkampanjen "Koll på cashen".

Finansinspektionen har löpande kontakter med konsumenter som upplever problem med olika finansiella tjänster och med finansiella företag på marknaden. Under 2011 hanterade myndigheten 1 200 sådana ärenden och svarade på cirka 3 000 samtal. Att identifiera och genom tillsynsverksamheten åtgärda brister i den information och vägledning som finns att tillgå för konsumenter är en viktig uppgift för myndigheten.

Ofta har Finansinspektionen anledning att hänvisa konsumenter tillbaka till leverantören (dvs. det finansiella företaget) framförallt till klagomålansvarig personal, eller till oberoende och neutral vägledning från de båda konsumentbyråerna för bank och försäkring – Konsumenternas Bank- och finansbyrå och Konsumenternas Försäkringsbyrå. Privatekonomisk utbildning ingår också i arbetet med att stärka konsumentskyddet. För att öka kunskaperna om betalningar, lån, sparande och försäkringar driver Finansinspektionen sedan flera år en handfull projekt inriktade mot olika målgrupper under beteckningen "Finanskunskap". Utbildningsprojekten drivs i nära samverkan med andra myndigheter och med flera privata aktörer. Ett antal kartläggningar av kunskapsluckor och utbildningsbehov har bildat bakgrund till projekten. Behov och intressen hos utvalda målgrupper har utvärderats liksom valet av kanaler för att kunna nå ut. Målet med FI:s arbete inom området är ytterst att öka konsumenternas medvetenhet och finansiella självförtroende.

GillaDinEkonomi har under året vuxit fram till en bärande del av Finansinspektionens utbildningsstrategi. Inom nätverket samverkar medlemmar från myndigheter, organisationer och även privata företag för att driva bl.a. arbetsplatsutbildningar ([www.gilladinekonomi.se](http://www.gilladinekonomi.se)). Under 2011 inleddes ett utbildningsprogram för fackliga ombudsmän inom TCO, som i sin tur vidareutbildar sina medlemmar i frågor om privatekonomi – t.ex. sparande, lån och pensionssystemets valmöjligheter.



Under hösten startade de första tvådagarskurserna för TCO:s fackliga ombud ”Trygga din ekonomiska framtid – kunskap råd och tips för livets alla skeden”. Under kommande tre år ska GillaDinEkonomi genomföra åtta kurser per år för TCO:s 15 medlemsförbund där ett stort antal vidareinformatörer ska utbildas. Finansinspektionen och Pensionsmyndigheten ansvarar tillsammans med en rad av GillaDinEkonomis medlemmar för att utbildningarna håller hög kvalitet och att den information som förmedlas är opartisk och går att lita på.

Finansinspektionen och Pensionsmyndigheten har också öppnat ett parallellt spår i samverkan med Folkuniversitetet. Detta innebär att ett antal av Folkuniversitetets lärare ska få motsvarande utbildning som TCO:s ombud. Mot slutet av 2011 genomfördes de första tvådagarskurserna och modellen ska under 2012 leda till att företag i rollen som arbetsgivare/HR -ansvariga ska ha möjlighet att beställa utbildningsinsatser på arbetsplatserna för sina anställda.

Finansinspektionen har deltagit i reformarbetet för den nya gymnasieskolan för att få till stånd obligatorisk undervisning i privatekonomi, skolkampanjen ”Koll på cashen”. Under läsåret 2010/11 deltog 1 300 elever från ett trettiotal gymnasieskolor i en landsomfattande tävling. Spridningen över landet var god och många skolor satsade ett stort antal undervisningstimmar på sitt deltagande. Projektets kampanjwebbplats ([www.kollpacashen.se](http://www.kollpacashen.se)) redovisade 20 872 besök under 2011.

Finansinspektionen har även deltagit i ett pilotprojekt för att utbilda lärarlag i privatekonomi. Projektet är ett samarbete med stiftelsen Företagsam och economicocher inom Balansekonomi AB. Under 2011 utbildades lärare från 18 gymnasieskolor.

Redan 2010 lanserade Finansinspektionen ett material anpassat för invandrarundervisning på enkel svenska. Broschyren ”Dina pengar och din ekonomi” distribuerades första året i cirka 6 000 tryckta exemplar till ett åttiotal kommuner, samt i närmare 9 000 exemplar 2011. FI har även lanserat ett tiotal kortfilmer under temat ”Prata pengar” med övningar anpassade för svenskundervisningen, sfi (svenska för invandrare). Information om projektets material och handledningar för berörda sfi-lärare har samlats på en projektwebbplats ([www.sfiekonomi.se](http://www.sfiekonomi.se)). Under 2011 hade webbplatsen 13 330 besök.

Finansinspektionen deltar även i projektet ”Ekonomismart” i samverkan med Konsumentverket, Folkuniversitetet och Allmänna Arvsfonden ([www.ekonomismart.se](http://www.ekonomismart.se)).

Målgruppen är unga arbetslösa som bjuds in till en tvådagarskurs i vardagsekonomi och konsumenträtt. Projektet drivs i samarbete med ett antal kommuner i västra och södra Sverige. Under 2011 har drygt 50 kommuner deltagit och cirka 900 kursdeltagare har utbildats.

För att närmare belysa hur konsumenterna hanterar privatekonomiska frågor, och för att spåra eventuella hinder och problem hos konsumenterna, har Finansinspektionen vid några tillfällen gjort bredare enkätundersökningar. Under 2010 och 2011 har myndigheten lagt särskilt fokus på ett antal kunskapsfrågor, bl.a. för att undersöka samband

mellan grundläggande färdigheter i matematik och konsumenternas finansiella beteenden och beslutsförmåga.

Under 2011 genomförde Finansinspektionen även ett par specialenkäter för att närmare identifiera kunskapsluckor hos hushållen på det privatekonomiska området. Finansinspektionen och Konsumentverket lät budget- och skuldrådgivare från hela landet under våren redovisa sin bild av särskilt viktiga områden. Undersökningen visade att konsumenterna har stora kunskapsluckor när det gäller ränte- och kreditberäkningar, bedömningar av återbetalningsförmågan vid lån, samt frågor om buffertsparande och om pensionssystemet. Den andra enkäten gjorde Finansinspektionen tillsammans med Finansförbundet. Cirka 4 000 privatrådgivare inom Finansförbundet tillfrågades om kunskapsluckor hos de egna kunderna. Enkäten bekräftade bland annat att det finns problem med stor spridning när det gäller hushållens privatekonomiska planering, ränteberäkningar, avgifter, skatter och frågor om pensioner.

## Konsumentbyråerna

Det finns fyra konsumentbyråer i Sverige. Konsumenternas Försäkringsbyrå är äldst och bildades 1979. År 1994 bildades Konsumenternas Bank- och finansbyrå som ursprungligen hanterade enbart bankfrågor. År 2001 utökades byråns verksamhet till att även omfatta frågor gällande fondbolag och värdepappersbolag.

## Konsumenternas Försäkringsbyrå

Konsumenternas Försäkringsbyrå bedrivs som en stiftelse. Den finansieras av Svensk Försäkring, som också ingår i byråns styrelse. Förutom Svensk Försäkring finns Konsumentverket och Finansinspektionen representerade i styrelsen och myndigheterna är i majoritet i styrelsen, vilket garanterar byråns opartiskhet.

Konsumenternas Försäkringsbyrå är en självständig rådgivningsbyrå som kostnadsfritt ger opartisk information och vägledning till konsumenter i försäkringsfrågor. Ärendena ligger till grund för den identifiering och analys av konsumentproblem som utförs av byrån och som sedan återförs till huvudmännen för att på så sätt få till stånd ändringar och anpassningar av försäkringsbolagens produkter och rutiner.

Försäkringsbyrån har tagit fram jämförelseinriktad information för i stort sett de flesta konsumentförsäkringar såsom t.ex. hem- bil-, rese-, sjuk-och olycksfallsförsäkringar. Byrån har också tagit fram jämförelser och verktyg för vad man som konsument bör tänka på vid val av pensionsförsäkringar; alltifrån olika typer av avgifter, möjlighet att flytta sitt pensionssparande till livslängdsantaganden.

Byrån har tagit fram förenklade försäkringsjämförelser där konsumenten kan få ett ”betygsatt” försäkringsinnehåll och aktuellt pris på försäkringen. En sådan tjänst för bilförsäkringar har lanserats och arbete pågår med liknande jämförelser rörande barn-, hem- och villaförsäkringar. Någon liknande tjänst finns inte i dag på marknaden.

Konsumenternas Försäkringsbyrå har tillsammans med Konsumenternas Bank- och finansbyrå varit engagerad i att höja kunskapsnivån hos konsumenterna när det gäller privatekonomi.

Försäkringsbyråns målgrupper utgörs av konsumenterna, kommunala konsumentrådgivare och budget- och skuldrådgivare men också media som byrån har dagliga kontakter med. En stor del av konsumenternas kontakter med byrån sker via telefon och ofta följs telefonsamtalet av att konsumenten via e-post skickar in handlingar i ärendet. I juli 2010 lanserade byrån en gemensam webbplats och ett gemensamt telefonnummer tillsammans med Konsumenternas Bank- och finansbyrå. Dessa båda byråer har också tillsammans med Konsumenternas energimarknadsbyrå portalen konsumenternas.se.

### **Konsumenternas Bank- och finansbyrå**

Konsumenternas Bank- och finansbyrå är en stiftelse. Byråns ändamål är att driva en opartisk och självständig rådgivningsbyrå som ska erbjuda konsumenterna information och vägledning i frågor som rör banker eller andra kreditinstitut samt fond- och värdepappersbolag.

Stiftelsens huvudmän är Finansinspektionen, Konsumentverket, Svenska Bankföreningen, Fondbolagens förening och Sveriges Fondhandlareförening. De tre sistnämnda föreningarna är också byråns finansiärer. Finansinspektionen och Konsumentverket har ett avgörande inflytande i stiftelsen. Konsumentverket genomför regelbundna samrådsmöten med rådgivningsbyrån. Samrådsmötens är en viktig del av Konsumentverkets omvärldsbevakning och ger verket underlag som har stor betydelse för dess tillsynsarbete.

Konsumenternas Bank- och finansbyrå ger inom sitt verksamhetsområde information och vägledning åt konsumenter före och efter köp. Under 2011 hanterades 5 600 ärenden. Enligt byrån utgör cirka hälften av ärendena klagomål från konsumenten efter ett köp och resten av ärendena avser tillhandahållande av information före

köp. Det sker bl.a. genom att byrån erbjuder jämförelser av olika produkter (sparränta) och dess villkor samt genom att tillhandahålla verktyg (exempelvis bolånekalkyl).

Byrån har även tagit fram verktyg för vad man som konsument bör tänka på vid jämförelse och val av pension. Vidare har byrån varit med som huvudparters till läroboken Privatekonomi & Vardagsjuridik. En annan viktig uppgift som byrån har är att lokalisera och vidarebefordra konsumentsynpunkter till huvudmännen i de finansiellt verk samma företagen för att på så sätt initiera ändringar och anpassningar i företagets produkter. Vidare arbetar byrån mot de kommunala konsumentvägledarna och budget- och skuldrådgivarna när det gäller bank- och värdepappersfrågor. Byrån satsar en stor del av sina resurser på det förebyggande arbetet med att informera före köp, dock lämnar man inte investeringsrådgivning.

Konsumenternas Bank- och finansbyrå riktar sig till enskilda konsument, kommunala konsumentvägledare och budget- och skuldrådgivare. Kontakter med byrån kan ske via telefon, fax eller e-post. Vidare kan de kommunala vägledarna och rådgivarna få kontakt med byrån genom Konsumentverkets informationsdatabas

Portalen. Byråns webbplats är central när det gäller att nå ut med information till konsumenterna och övriga målgrupper, exempelvis media, som byrån har regelbundna kontakter med. Under sommaren 2010 lanserade byrån en gemensam webbplats och ett gemensamt telefonnummer tillsammans med Konsumenternas Försäkringsbyrå.

### **Allmänna reklamationsnämnden**

Allmänna reklamationsnämnden (ARN) prövar tvister mellan konsumenter och företag om köp av varor och tjänster av olika slag. Vi har dessutom i uppgift att informera konsumenter och företag om nämndens praxis och stödja den kommunala konsumentverksamhetens hantering av konsumenttvister.

Nämndens prövning av tvister är ett snabbt och enkelt men ändå rättssäkert alternativ till domstol. Tvistprövningen görs utifrån de uppgifter och den bevisning som parterna ger in. Nämnden gör alltså ingen egen utredning av vad som hänt utan det är upp till parterna att presentera det underlag nämnden ska ta ställning till. Vid bedömning av en tvist utgår nämnden från gällande rätt, dvs. lagstiftning och rättspraxis. Det kostar inget att få en tvist prövad av nämnden.

Eftersom ARN är en statlig myndighet styrs vår verksamhet i första hand av en förordning (2007:1041) med instruktion för Allmänna reklamationsnämnden. Det bör betonas att varken regeringen eller någon annan myndighet eller person kan påverka eller ändra de beslut nämnden fattar i en konsumenttvist.