

perspektiv

Ny lov om forsikringsformidling
og god skik bekendtgørelse



02

Lovens indhold
og de nye definitioner

04

God skik bekendtgørelse

INDHOLD

06

Krav til standarddokument

08

perspektiv

Ny lov om forsikringsformidling og god skik bekendtgørelse

De centrale bestemmelser i den nye lov om forsikringsformidling træder i kraft den 1. oktober 2018. Loven gennemfører dele af Forsikringsdistributionsdirektivet og introducerer en række nye begreber, herunder begreberne "forsikringsdistribution" og "forsikringsformidling".

Direktivet og dermed loven har til formål at øge forbrugerbeskyttelsen på forsikringsområdet. Således skal loven sikre forbrugerne den samme beskyttelse, uanset om de køber forsikringer direkte fra forsikrings-selskabet, fra en agent, eller fra en virksomhed, der formidler forsikringer.

Efter loven skal flere distributører af forsikringer have tilladelse og skal være underlagt tilsyn af Finanstilsynet, og alle led i distributionen af en forsikring skal efterleve de samme regler. Desuden skal alle forsikringsformidlere udarbejde en krav- og behovsanalyse af deres kunder, så kunderne kun får tilbudt produkter, der er i overensstemmelse med deres konkrete krav og behov.

Også de centrale bestemmelser i den nye bekendtgørelse om god skik for forsikringsdistributører træder i kraft den 1. oktober 2018. I modsætning til Lov om Forsikringsformidling gælder bekendtgørelsen for alle forsikringsdistributører. Det vil sige både forsikrings-selskaber, forsikringsformidlere og en række accesso- riske forsikringsformidlere.

I forrige udgave af *perspektiv* om forsikrings-selskabers rådgivning og ansvar beskrev vi, hvordan selska- bernes rådgivning har givet anledning til en del tvister med forsikringstagerne igennem tiden. Problemet har blandt andet været, at reglerne om selskabernes pligt til at rådgive og informere har været for gene- relle og uspecifikke.

Den nye lov og den nye bekendtgørelse opstiller således en række specifikke krav, som vil afhjælpe en række af de forhold, som hidtil har givet anledning til udfordringer og tvister. I øvrigt viderefører loven og bekendtgørelsen en lang række af de hidtil gældende regler.

I dette nummer af *perspektiv* kan du læse vores gennemgang og kommentar til den nye lov og bekendt- gørelse. Vi stiller skarpt på de centrale bestemmelser og bringer vores perspektiv på, hvordan den enkelte forbruger er stillet, når den nye lov og bekendtgørelse træder i kraft.

Gert Willerslev
Advokat og partner
Elmer Advokater



Christian Skovgaard
Advokat
Elmer Advokater



Ny lov om forsikringsformidling

- Lovens indhold

Den nye lov indeholder en række regler om *tilladelse* og *registrering*. Reglerne betyder, at virksomheder skal have tilladelse af Finanstilsynet til at udøve forsikringsdistribution og genforsikringsdistribution som forsikringsformidler og genforsikringsformidler. Endvidere indeholder loven en række *egnetheds-* og *hæderlighedskrav* til medlemmer af bestyrelsen og direktionen i en forsikringsmidler og til ansatte hos en accessorisk forsikringsformidler.

Interessant er også, at den nye forsikringsformidlingslov kræver, at forsikringsformidlere og genforsikringsformidlere skal sikre, at alle virksomhedens ansatte, som udøver forsikrings- eller genforsikringsdistributionsvirksomhed, har tilstrækkelige kompetencer. Også accessoriske forsikringsformidlere skal have passende viden om de produkter, som de distribuerer.

De nærmere regler herom er fastsat i bkg. om kompetencekrav og godt omdømme for ansatte i forsikringsselskaber mv. nr. 363 af 26. april 2018. Bekendtgørelsen opstiller i 11 bilag en række specifikke kompetencekrav, som de ansatte skal opfylde, inden arbejdet påbegyndes. Bekendtgørelsen trådte derfor allerede i kraft den 1. maj 2018.

Efter den nye lov skal forsikringsformidlere og accessoriske forsikringsformidlere yderligere følge en række bestemmelser om *god skik*, *aflønning*, *effektive procedurer* m.v. Reglerne betyder, at forsikringsformidlere og accessoriske forsikringsformidlere skal drive virksomhed i overensstemmelse med redegelig forretningsskik og god praksis for forsikringsområdet. Herunder skal de sikre, at formidlerens aflønningsstruktur ikke strider mod formidlerens forpligtelse til at handle i kundens bedste interesse.

Aflønningsordningen må f.eks. ikke tilskynde formidleren eller dennes ansatte til at anbefale et bestemt forsikringsprodukt til en kunde, hvis formidleren udbyder et andet produkt, som dækker kundens behov bedre.

Endvidere skal forsikringsformidlere, der udarbejder forsikringsprodukter, have effektive procedurer for godkendelse af nye produkter, væsentlige ændringer i eksisterende produkter og distribution af disse. Forsikringsformidlere og accessoriske forsikringsformidlere, der rådgiver om eller foreslår forsikringsprodukter, som de ikke selv har udarbejdet, skal have effektive procedurer for indhentelse af relevante oplysninger om produkterne.

Den nye lov introducerer også til betegnelsen "uafhængige forsikringsformidlere", som efter eksisterende lov svarer til forsikringsmæglere. For at betegne sig som uafhængig, må forsikringsformidleren alene repræsentere kunden og handle i den enkelte kundes interesse og hverken lade sig påvirke af egne eller tredjemands interesser. Den uafhængige forsikringsformidler må derfor ikke modtage provision eller anden aflønning fra en forsikringsdistributør i tilknytning til det konkrete kunde-forhold, medmindre den modtagne provision fuldt ud videresendes direkte til kunden.

Derudover skal den uafhængige forsikringsformidler yde rådgivning på baggrund af en analyse af et så stort antal forsikringsaftaler, der findes på markedet, at formidleren er i stand til at rådgive kunden om, hvilken forsikringsaftale, der opfylder kundens behov bedst.

Styr på definitionerne

Loven introducerer **begrebet forsikringsdistribution**. Herved forstås den virksomhed, som består i at rådgive om, foreslå eller udføre det indledende arbejde i forbindelse med indgåelse af forsikringsaftaler; som består i at indgå sådanne aftaler, eller som består i at medvirke til administrationen og opfyldelsen af sådanne aftaler.

Begrebet forsikringsdistribution omfatter derfor både den virksomhed, som forsikringsselskaberne udøver i dag samt den virksomhed, der kendes fra forsikringsmæglere- og agenter.

Ved forsikringsformidler forstås en fysisk eller juridisk person, som ikke er et forsikrings- eller genforsikringsselskab eller deres ansatte, og som ikke er en accessorisk forsikringsformidler, der mod aflønning indleder eller udøver forsikringsdistributionsvirksomhed. Begrebet forsikringsformidler vil derfor rumme de aktører, som efter gældende ret er defineret som forsikringsmæglere, forsikringsagenter og underagenter forudsat, at de ikke er omfattet af definitionen af accessoriske forsikringsformidlere.

Ved accessorisk forsikringsformidler forstås en fysisk eller juridisk person, der mod aflønning indleder eller udøver forsikringsdistributionsvirksomhed som en accessorisk virksomhed under visse betingelser. Det er for det første en betingelse, at den pågældende fysiske eller juridiske person ikke udøver forsikringsdistribution som hovederhverv. For det andet er det en betingelse, at den pågældende kun distribuerer visse forsikringsprodukter, der udgør et supplement til en vare eller tjenesteydelse, og for det tredje er det en betingelse, at forsikringsprodukterne ikke omfatter livs- eller ansvarsforsikringer, som formidleren tilbyder som sit hovederhverv. En accessorisk forsikringsformidler kan f.eks. være et rejseselskab, som også sælger rejseforsikringer.



"Ifølge bekendtgørelsen skal forsikringsdistributører handle redeligt og loyalt over for sine kunder og udvise god erhvervsskik i sin handelspraksis over for forbrugerne"

Ny bekendtgørelse om god skik for forsikringsdistributører

Mens den nye lov om forsikringsformidling ikke gælder for forsikringsselskaber, så gælder den nye bekendtgørelse om god skik for alle forsikringsdistributører. Det vil sige både forsikringsselskaber, forsikringsformidlere og en række accessoriske forsikringsformidlere.

Bekendtgørelsens bestemmelser er talrige, og i dette nummer af *perspektiv* vil vi fokusere på:

- God skik ved udøvelse af forsikringsdistribution
- Oplysningsforpligtelser
- Indgåelse og fornyelse af forsikringsaftaler
- Kundens krav og behov
- Reglerne i det løbende aftaleforhold
- Supplerende krav til uafhængige forsikringsformidlere

God skik ved udøvelse af forsikringsdistribution

Ifølge bekendtgørelsen skal en forsikringsdistributør handle redeligt og loyalt overfor sine kunder og udvise god erhvervsskik i sin handelspraksis over for forbrugerne. En forsikringsdistributørs handelspraksis må således ikke indeholde urigtige oplysninger eller på nogen måde vildlede gennemsnitsforbrugeren, uanset om oplysningerne er faktisk korrekte.

En forsikringsdistributørs handelspraksis må heller ikke vildlede ved at udlade eller skjule væsentlige oplysninger eller præsentere væsentlige oplysninger på en uklar, uforståelig, dobbeltydig eller uhensigtsmæssig måde. I tilslutning hertil indeholder [bilag 1](#) til bekendtgørelsen en fortegnelse over 31 specifikke former for handelspraksis, som altid

anses for vildledende eller aggressiv. Til eksempel må en rettighed, som forbrugeren har efter loven, ikke fremstilles som et særligt kendetegn ved den erhvervsdrivendes tilbud.

Oplysningsforpligtelser

Den nye bekendtgørelse indeholder også en række formkrav og oplysningsforpligtelser, som forsikringsdistributørerne skal følge.

Ønsker et forsikringsselskab at markedsføre en skadesforsikringsaftale til forbrugere, er selskabet forpligtet til at oplyse, om det er omfattet af en garantiordning, der dækker kundens krav i tilfælde af forsikringsselskabets konkurs samt navnet på forsikringsordningen.

Bestemmelsen er affødt af sagen om det nu konkursramte Husejernes Forsikring, der undlod at oplyse sine forsikringstagere om, at ejerskifteforsikringerne ikke var omfattet af den danske garantifond for skadesforsikringsselskaber. Forsikringerne blev nemlig tegnet i Gable Insurance, der var baseret i Lichtenstein.

Inden indgåelse af en forsikringsaftale skal forsikringsdistributøren fremover give kunden en lang række oplysninger, herunder om forsikringsdistributøren yder rådgivning om de solgte forsikringsprodukter, hvordan kunden kan klage, om forsikringsdistributøren yder rådgivning på basis af en objektiv og personlig analyse og om hvilken form for aflønning, der modtages i forbindelse med forsikringsaftalen.

Uanset om der ydes rådgivning, skal kunden kunne træffe en informeret beslutning. Derfor skal forsikringsdistributører inden aftalens indgåelse give kunden de relevante oplysninger om forsikringsproduktet i en form, som er forståelig og tilpasset forsikringsproduktets kompleksitet og den enkelte kundetype.

Ved distribution af skadesforsikringsprodukter medfører det konkret, at kunden fremover skal modtage de relevante oplysninger i et standarddokument med oplysninger om forsikringsproduktet.

Krav til oplysninger i standarddokumentet


Standarddokumentet skal udarbejdes af producenten af skadesforsikringsproduktet og skal opfylde en række krav.

Dokumentet skal:

- Være et kort og selvstændigt dokument
- Udformes og udstilles således, at det er klart og let læseligt, med brug af læsevenlig skriftstørrelse
- Være lige så forståeligt, når det udskrives eller fotokopieres i sort/hvid, som hvis det oprindeligt er affattet i farver.
- Være nøjagtigt og ikke vildledende
- Indeholde titlen "Dokument med oplysning om forsikringsproduktet"
- Indeholde meddelelse om, at fuldstændige prækontraktlige og kontraktlige oplysninger om produktet findes i andre dokumenter.

Derudover skal standarddokumentet indeholde følgende oplysninger om forsikringsproduktet.

- 1 Oplysninger om formen for forsikring.
- 2 En sammenfatning af forsikringsdækningen, herunder de vigtigste forsikrede risici, den forsikrede sum og hvor det er relevant, det geografiske anvendelsesområde samt en sammenfatning af de ikke-medtagne risici.
- 3 Betingelser for indbetaling af præmier, herunder over hvor lang tid indbetalingerne skal ske.
- 4 De vigtigste undtagelser, hvor der ikke kan indgives skadesanmeldelser.
- 5 Forpligtelser ved aftalens begyndelse.
- 6 Forpligtelser i løbet af aftalens varighed
- 7 Forpligtelser i tilfælde af, at der indgives en skadesanmeldelse
- 8 Aftalens varighed herunder datoerne for aftalens begyndelse og udløb
- 9 Betingelser for opsigelse af aftalen.



Oplysningerne skal som udgangspunkt gives på et varigt medium. En lang række af oplysningerne kan dog gives via en hjemmeside:

- Hvis leveringen af oplysningerne på denne måde er hensigtsmæssig
- Hvis kunden er indforstået med det
- Hvis kunden bliver informeret elektronisk om hjemmesidens adresse og hvor på hjemmesiden informationen findes, og
- Hvis oplysningerne er tilgængelige på hjemmesiden, så længe kunden med rimelighed kan forventes at have behov for det

Indgåelse og fornyelse af forsikringsaftaler

Ved indgåelse og fornyelse af forsikringsaftaler følger det endvidere af bekendtgørelsen, at en forsikringsdistributør skal indgå eller bekræfte alle væsentlige aftaler med sine kunder på papir eller på andet varigt medium.

Aftalerne skal indeholde en beskrivelse af parternes væsentlige rettigheder og pligter samt en beskrivelse af de finansielle ydelser, der er omfattet af denne.

Hvis der i forbindelse med aftalens indgåelse er ydet rådgivning, skal de væsentlige forudsætninger for rådgivningen skrives ind i aftalen eller fremgå af bilag til aftalen enten på papir eller på andet varigt medium.

Et forsikringselskab skal årligt oplyse kunden om de skadesforsikringer, som kunden har hos selskabet, og selskabet skal i oversigten på tydelig måde gøre opmærksom på, at der kan være behov for ændringer.

Bestemmelserne svarer til reglerne i den nu gældende bekendtgørelse.

Kundens krav og behov

Et væsentligt tiltag for at øge forbrugerbeskyttelsen er bekendtgørelsens krav om, at forsikringsdistributører skal fastlægge kundens krav og behov på baggrund af oplysninger fra kunden, inden en forsikringsaftale indgås. Alle forsikringsaftaler, der foreslås kunden, skal således være i overensstemmelse med kundens forsikringskrav og -behov.

Det betyder, at forsikringsdistributører skal give kunden objektive oplysninger om forsikringsproduktet på en forståelig måde, så kunden kan træffe en informeret beslutning.

Når en forsikringsdistributør yder rådgivning, inden forsikringsaftalen indgås, skal der yderligere gives en individuel anbefaling, der forklarer, hvorfor et bestemt produkt bedst opfylder kundens forsikringskrav og behov. Her skal oplysningerne tilpasses den enkelte kunde og kompleksiteten af det forsikringsprodukt, der foreslås.

Supplerende krav til uafhængige forsikringsformidlere

Når en uafhængig forsikringsformidler indhenter tilbud på forsikringsaftaler for kunden hos en eller flere forsikringsdistributører, skal den uafhængige forsikringsformidler samtidig give de informationer til forsikringsdistributøren, der er nødvendige for, at forsikringsdistributøren kan fastsætte prisen på forsikringen.

Og inden en konkret forsikringsaftale indgås, skal den uafhængige forsikringsformidler indgå en skriftlig samarbejdsaftale med kunden.

Samarbejdsaftalen skal indeholde en række minimumsoplysninger, herunder oplysning om hvilke ydelser den uafhængige forsikringsformidler skal levere. Derudover skal den indeholde oplysninger om størrelsen af det beløb, som kunden eller ejere af en forsikringsordning hos kunden skal betale for den uafhængige forsikringsformidlers ydelser, samt oplysning om samarbejdsaftalens løbetid, herunder fristen for parternes opsigelse af aftalen mv.



PERSPEKTIV

Forsikringer har stor samfundsmæssig betydning. De skaber tryghed og sammenhængskraft ved at sprede den økonomiske risiko i tilfælde af skade og tab.

Markedet for de private forsikringer er under løbende udvikling og det medfører nye produkter såvel som nye salgskanaler. Når der tegnes forsikringer i dag, er det således langt fra altid gennem selve forsikringsselskabet, men gennem mæglere, virksomheder eller andre distributører, der formidler produkterne.

Selvom man kunne ønske eller forestille sig, at de almindelige markedsmekanismer ville føre til, at der ikke var behov for regulering og forbrugerbeskyttelse, så har virkeligheden vist sig at være en anden.

Efter vores vurdering er den nye lov og bekendtgørelse et vigtigt bidrag til området og forbrugerbeskyttelsen. Både fordi man italesætter de udfordringer, der er på området, og fordi man signalerer, at man løbende følger udviklingen og søger en passende forbrugerbeskyttelse, som med al rimelighed dog stadig stiller krav til fornuftige og medvirkende forbrugere.

I forhold til reguleringens nærmere indhold bemærker vi, at en række distributører nu skal registreres og underlægges Finanstilsynets tilsyn. Ifølge lovens forarbejder vil Finanstilsynet skulle føre tilsyn med ca. 800 forsikringsformidlingsvirksomheder, hvoraf ca. 600 ikke tidligere var under tilsyn af Finanstilsynet.

Fremtiden må vise, hvilken betydning det vil få, men tiltaget vil efter vores opfattelse sætte fokus på, at der er en regulering og at den selvsagt skal efterleves.

Derudover bemærker vi, at loven og bekendtgørelsen har nogle vigtige tiltag i forhold til de grundlæggende udfordringer, der er ved kommunikation og rådgivning på området for private forsikringer.

I forrige udgave af perspektiv redegjorde vi eksempelvis for, at selskaberne efter den hidtil gældende god skik bekendtgørelse havde pligt til at yde rådgivning i en række forskellige situationer. Vores gennemgang af praksis viste, at der undertiden var stor forskel på, hvordan selskabet og forsikringstageren opfattede rådgivningspligten, og at tilsynsmyndighederne på visse områder fandt selskabernes praksis utilstrækkelig.

Vi finder navnlig lovens kompetencekrav og bekendtgørelsens krav om, at forsikringsdistributører skal fastlægge kundens krav og behov, kan danne grundlag for, at kunderne i højere grad får analyseret, synliggjort og dækket deres konkrete forsikringsbehov, inden forsikringen tegnes. Efter vores opfattelse kan dette bidrage til en bedre forventningsafstemning af, hvad en forsikring kan og skal dække.

Derudover vil bekendtgørelsens krav om, at forsikringsdistributører skal afgive specifikke oplysninger i et klart og let læseligt standarddokument, kunne hjælpe forsikringstagerne til at få bedre overblik og forståelse for produkterne samt mulighed for at sammenligne de enkelte selskabers produkter.

Selvom vi ikke kender reguleringens effekt, så er det efter vores opfattelse et skridt på vejen mod at give forbrugeren et bedre overblik over de ofte lange og uoverskuelige aftalegrundlag. Samtidig vil det (forhåbentlig) give forbrugeren indtryk af, at der kan være forskel på ellers sammenlignelige forsikringer, hvor der - ligesom på mange andre områder - kan være en årsag til, at den ene er dyrere end den anden. Derudover vil tiltaget kunne bidrage til at forsikringsmarkedet bliver mere transparent, og konkurrencen øges.

Endelig skaber kravet om, at forsikringsdistributører skal skrive væsentlige forudsætninger for den ydede rådgivning ind i aftalen, større bevismæssig sikkerhed for, hvad der er aftalt og under hvilke forudsætninger, som forhåbentlig kan være med til at mindske risikoen for misforståelser i forbindelse med indtegning.

Da Finanstilsynet fører tilsyn med, at loven og bekendtgørelsen overholdes, og da en række af lovens bestemmelser er straffebelagt, er der tilmed gode muligheder for, at loven og bekendtgørelsen vil blive efterlevet i praksis.

Til trods for de positive elementer i reguleringen, kan man dog undre sig over, hvorfor bestemmelser i den eksisterende god skik bekendtgørelse om krav til prisoplysninger, vejledning om afgivelse af helbredsoplysninger og rådgivning ved skift af forsikringsselskab ikke videreføres til også at gælde for forsikringsdistributørerne.

I et høringsvar begrundede ministeren det med, at det ville indebære en overimplementering. Efter vores opfattelse er det dog vigtige områder, som havde været ønskeligt at videreføre. Dette navnlig henset til, at Finanstilsynet tidligere [har beskrevet](#), at netop rådgivning ved skift af forsikringsselskab i mange tilfælde ikke var tilstrækkelig.

Uanset dette, er der foreløbigt god grund til at tro, at mange tvister kan undgås i fremtiden, og efter vores opfattelse er de nye regler derfor et stort skridt i den rigtige retning.

Gert Willerslev
Advokat og partner
Elmer Advokater



Christian Skovgaard
Advokat
Elmer Advokater

