



SAMMANFATTNING AV RAPPORTEN OM KONSUMENTTRENDER FÖR 2021

<https://www.eiopa.europa.eu>

#INSURANCE #PENSIONS #CONSUMERS #COVID19



eiopa

European Insurance and
Occupational Pensions Authority

SAMMANFATTNING

Försäkringsbranschen har visat motståndskraft genom att fortsatt, på ett smidigt sätt, ge service till konsumenterna under de chocker som den ihållande globala pandemin inneburit. Behovet av att fortsätta ge service till konsumenterna under pandemin har påskyndat digitaliseringen och visat på möjligheter, men också på möjliga problem.

› Fortsatta problem med fondförsäkringsprodukter (hybridprodukter)

Minskningen (-10 procent) av bruttopremieinkomsten för traditionella livförsäkringar med garantier eller överskottsandelar ledde till en generell minskning av bruttopremieinkomsten för samtliga typer av livförsäkringar. Detta beror på att räntorna är fortsatt låga och som därmed ytterligare medverkar till övergången från traditionella produkter med garantier till fondförsäkringar (+2 procent).

Denna övergång gör det möjligt för konsumenterna att få högre avkastning, men det finns fortfarande problem på marknaden. Framför allt är konsumenternas kunskap om produkterna fortfarande begränsad och vissa produkter är mycket svåra att förstå. Vidare framgår att flera fondförsäkringsprodukter har höga kostnader med komplexa strukturer och därmed även höga avgifter som ytterligare förstärker risken för felförsäljning och oron över om produkterna verkligen ger valuta för pengarna.

› Snabb digitalisering skapar möjligheter men också utmaningar

Den allt snabbare digitaliseringen som observerades i början av pandemin har fortsatt. De nationella behöriga myndigheterna uppger att innovationerna under produkternas livscykel har ökat, där försäljning och distribution fortfarande utgör de mest digitaliserade faserna.

- › Försäljningen via e-kanaler är fortsatt betydande inom skadeförsäkringsbranschen och har ökat väsentligt inom livförsäkringsbranschen. Tretton medlemsstater uppger att försäljningen via e-kanaler ökat eller ökat avsevärt under de senaste tre åren.
- › Den digitala omvandlingen har också påverkat prissättningen och tecknandet av försäkringar med företag som gör det möjligt för konsumenter att använda digitala plattformar för att individanpassa sina produkter, samtidigt som användningen av prisoptimeringsmetoder ökar.
- › Även om risken för digitalt utanförskap inte bör underskattas uppgav de flesta konsumenter i sina svar på genomförda konsumentenkäter av Eiopa att de föredrar och uppskattar digitala verktyg som gör att de kan interagera med förmedlare och försäkringsgivare när de så önskar.
- › Problem som rör intressekonflikter och begränsade urval av produkter på digitala plattformar kräver ytterligare kartläggning.
- › Vidare uppger de nationella behöriga myndigheterna att det finns en ökning av bedrägerier som riktar sig mot såväl konsumenter som försäkringsföretag.

➤ **Konsumenterna påverkas negativt av bristfällig skadereglering, även om en positiv utveckling ses tack vare digitaliseringen**

Förbättringar av processen för skadereglering har observerats. Den viktigaste faktorn verkar vara teknisk innovation, som leder till att vissa delar av skaderegleringen automatiseras och förenklas, särskilt när det gäller ofta förekommande ersättningsanspråk rörande produkter med lågt värde.

Vissa problem finns fortfarande och nio nationella behöriga myndigheter har särskilt pekat ut skadereglering som ett område som förtjänar särskild uppmärksamhet. De utmaningar som myndigheterna uppgett handlar om problem i samband med lägre ersättning än förväntat, utdragna och komplicerade likvidationsförfaranden och bristen på tillräcklig motivering när en skada inte ersätts. Detta gäller främst motorfordonsförsäkringar, reseförsäkringar och hemförsäkringar.

➤ **Framväxande risker som visar på befintliga strukturella problem med undantag och luckor i försäkringsskyddet**

På grund av den pågående pandemin och en ökad risk för naturkatastrofer upptäcktes problem med komplexa försäkringsvillkor för vissa produkter, men innebar också nya utmaningar för branschen och konsumenterna. Till följd av att både skadekvoter och kostnadskvoter för avbrottsförsäkringar och reseförsäkringar ökat markant har många försäkringsgivare infört ytterligare undantag i försäkringsvillkoren för vissa produkter eller dragit tillbaka sådana produkter från marknaden, vilket ökar luckorna i försäkringsskyddet. Detta uppvägs av att konsumenterna i efterdyningarna av pandemin efterfrågat fler reseförsäkringsprodukter och att nya produkter tillkommit som enligt marknadsföringen erbjuder covid-19-relaterat försäkringsskydd.

Ökningen av systemriskar visar att problem med bristande tydlighet när det gäller undantag, begränsad kännedom om undantagen bland konsumenterna och förekomst av ensidiga ändringar av försäkringsvillkor kvarstår och inte bara gäller rese – eller avbrottsförsäkringar. De nationella behöriga myndigheterna uppgav även problem med hem- och sjukförsäkringar. Särskilt stora ökningar har skett av nekad ersättning för sjukförsäkringskostnader (över 25 procentenheter) och brand och andra skador på egendom (nästan 30 procentenheter).

➤ **Ökad användning av prisoptimeringsmetoder**

Även om denna trend ännu inte är så utbredd i Europa konstaterade över 50 procent av de nationella behöriga myndigheterna att allt fler utvecklare av försäkringsprodukter anpassar premierna med hjälp av ett antal olika tekniker som till stor del är oberoende av konsumenternas riskprofil. Dessa kallas prisoptimeringsmetoder och avser främst motorfordonsförsäkringar (59 procent av de rapporterade fallen) och hemförsäkringar (29 procent av de rapporterade fallen).

Dessa metoder är främst ett resultat av en hög grad av marknadskonkurrens i kombination med framväxten av ny teknik som möjliggörs av modern databehandling och dataanalys.

Prisoptimeringsmetoderna leder framför allt till att premierna för gamla/lojala och sårbara kunder ökar. Olaglig indirekt diskriminering har också observerats och kan på längre sikt leda till att det ekonomiska utanförskapet ökar.

› De privata pensionerna ökar

Att de tre pensionspelarna fungerar på ett välbalanserat sätt är en viktig förutsättning för att de europeiska pensionärerna ska kunna erbjudas adekvata och hållbara villkor. Inte alla medlemsstater i EU kan dock dra fördel av välutvecklade och balanserade pensionssektorer som kombinerar statliga pensioner (första pelaren), tjänstepensioner (andra pelaren) och privata pensionsprodukter (tredje pelaren) för att säkra ett tillräckligt sparande för framtida pension. Förändringar sker dock inom alla pensionssektorer, vilket kan och bör användas för att gynna konsumenterna, stödja en aktiv pensionsplanering och utforma pensionslösningar för de europeiska medborgarnas behov.

På grund det ekonomiska läget och vilken policy respektive medlemsstat har valt går det att observera hur fokus förskjutits från statliga pensioner till privata pensionsgivare, som därför ofta spelar en viktigare roll när det gäller att tillhandahålla tillräckliga pensioner för de europeiska medborgarna.

- › När det gäller tjänstepensioner har det totala antalet medlemmar och förmånstagare inom EES ökat i enlighet med en redan etablerad trend. Övergången från förmånsbestämda till avgiftsbestämda system, som redan konstaterats under tidigare år, är fortfarande anmärkningsvärd.
- › Likaså ökade de privata pensionsprodukterna i de flesta jurisdiktioner. Tyskland, Italien och Spanien är de största marknaderna i EU.
- › Då den enda standardiserade paneuropeiska produkten (PEPP-produkten) ännu inte har börjat marknadsföras varierar marknadstrenderna för privata pensioner kraftigt eftersom produkterna skiljer sig åt mellan medlemsstaterna.

› Trender i fråga om miljö, samhällsansvar och bolagsstyrning inom pensionssektorn

Långsiktigt pensionssparande kan finansiera realekonomin och göra det möjligt för pensionssparare att ta del av en hållbar, långsiktig ekonomisk tillväxt. Dessutom kan pensionssparande vara en viktig källa till hållbara finanser och på grund av det långsiktiga investeringsperspektivet kräva att hänsyn tas till miljörisker och miljö-, samhällsansvars- och bolagsstyrningsfaktorer (ESG-faktorer).

Mot bakgrund av EU:s förordning om hållbarhetsupplysningar som ska lämnas inom den finansiella tjänstesektorn, vilken trädde i kraft i maj 2021, anpassar marknadsaktörerna för närvarande sina interna investeringspolicyer och informationsdokument. Vidare ser de över sitt produktutbud för att tillmötesgå det växande intresset för hållbara tillgångar. I de flesta fall har genomförandet av förordningen om hållbarhetsupplysningar inletts som planerat, även om det är för tidigt att göra en heltäckande bedömning av dess effekter, bland annat när det gäller så kallad grön målning (greenwashing).

› Blicka framåt

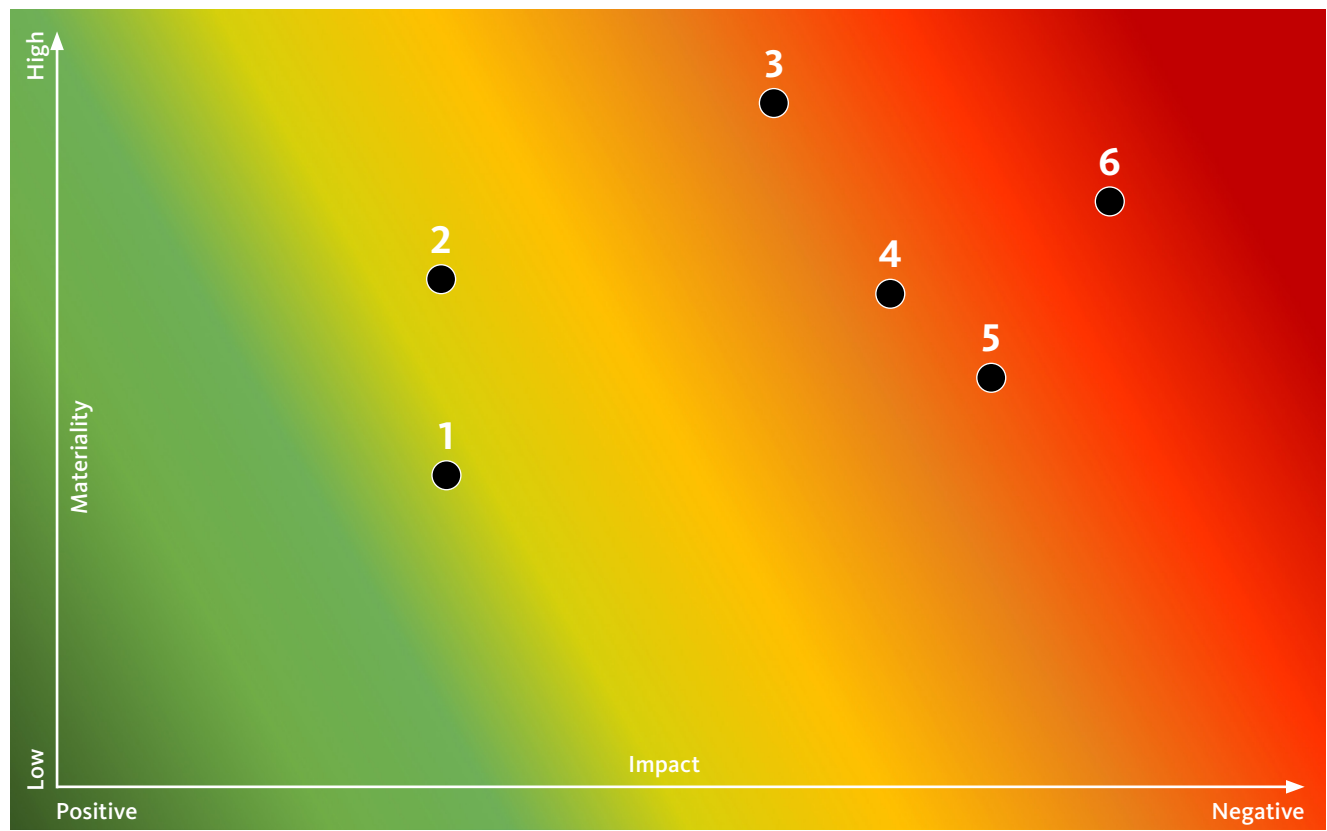
Eiopa kommer att fortsätta med sin marknadsövervakning och främja tillämpningen av konsekvent tillsynspraxis för att se till att de möjligheter och risker som lyfts fram i denna rapport hanteras på lämpligt sätt. Detta innebär analysarbete rörande grön målning, prisoptimering och undantag för systemrisker. Dessutom kommer Eiopas tillsynsverk-samhet även i fortsättningen att vara inriktad på att övervaka tillämpningen av tillsyns-utlåtet på den tematiska översynen av valuta för pengarna och bankassurans mot bakgrund av de kvarstående problemen med fondförsäkringar respektive kreditriskförsäkringar.



UTKAST TILL FÄRGGDIAGRAM ÖVER KONSUMENTTRENDER
2021

#INSURANCE #PENSIONS #CONSUMERS #COVID19

SAMMANFATTANDE PRESENTATION AV DE VIKTIGASTE RESULTATEN I 2021 ÅRS RAPPORT OM KONSUMENTTRENDER



EFFEKT
Positiv effekt: resultaten har en positiv effekt för konsumenterna
Mild effekt: resultatet kommer att följas upp och har för närvarande en mild effekt för konsumenterna
Negativ effekt: resultatet har en negativ effekt för konsumenterna, som kan drabbas av stor skada

BETYDELSE
Liten betydelse: resultatet påverkar relativt få konsumenter
Medelstor betydelse: resultatet påverkar relativt många konsumenter
Stor betydelse: resultatet påverkar ett stort antal många konsumenter

TENDENS
Ökande tendens (↗): resultatet har observerats tidigare men förekomsten/beläggen ökade under 2020
Stabil tendens (→): resultatet har observerats tidigare och situationen har inte förändrats under 2020
Minskande tendens (↘): även om förekomsten/beläggen för resultatet har minskat är detta fortfarande en trend/ett resultat av stor betydelse för 2020

Färgdiagrammet, som tar hänsyn till data som inhämtats för rapporten och relevanta tillsynsbedömningar, visar de faktiska resultat som har identifierats på europeisk nivå. Det kan hända att det inte exakt återspeglar de specifika riskerna i olika medlemsstater.

1

KVARSTÅENDE PROBLEM MED FONDFÖRSÄKRINGSPRODUKTER

- a. Det framgår än en gång att fondförsäkringsprodukter är den produkt som ger upphov till flest problem på grund av sin komplexitet och oklarheten i fråga om kostnader/nytta.
- b. Även om de problem som identifierats inte rör alla fondförsäkringsprodukter kan dåligt utformade fondförsäkringsprodukter få en tydligt negativ effekt för konsumenterna.

Tendens: Stabil, eftersom detta problem har rapporterats under flera år.

2

SNABB DIGITALISERING

- a. Covid-19-krisen har påskyndat digitaliseringen i försäkringsbranschen, vilket lett till vissa möjligheter såsom effektiviserade processer under produktens livscykel, eventuella lägre kostnader på lång sikt vilket leder till större ekonomisk inkludering, bredare utbud, individanpassning av produkterna och hävstångspotential för artificiell intelligens.
- b. Trots detta kan effekterna för konsumenterna vara både positiva och negativa. Vissa utmaningar som rör etisk användning av teknik, cyber- och it-resiliens, bedrägerier riktade mot konsumenter och företag samt möjlig utestängning av mindre digitalt kunniga personer kan påverka konsumenterna negativt.

Tendens: Ökande, eftersom denna trend har förstärkts till följd av covid-19-krisen.

3

HANTERING AV ERSÄTTNINGANSPRÅK

- a. Det finns fortfarande problem som rör förseningar av handläggning av ersättningsanspråk, betalningar till lågt värde, komplicerade likvidationsförfaranden, undantag och insyn.
- b. Viss positiv utveckling som mildrar de övergripande negativa effekterna för konsumenterna har dock observerats, särskilt digital innovation som förbättrar processen för ersättningsanspråk (genom att den blivit effektivare och användarvänligare och kontakterna mellan försäkringsgivare och konsumenter underlättas).

Tendens: Minskande, eftersom rutinerna för handläggning av ersättningsanspråk långsamt håller på att förbättras inom EU.

4

FRAMVÄXANDE RISKER GER UPPHOV TILL NYA PROBLEM SOM RÖR UNDANTAG OCH LUCKOR I FÖRSÄKRINGSSKYDDET

- a. Covid-19 och klimatförändringsriskerna har satt ljuset på problem som rör undantag, såsom bristande tydlighet och ensidiga ändringar i avtalsvillkoren och begränsad kännedom bland konsumenterna. De icke försäkringsbara riskerna ökar också, vilket leder till större luckor i försäkringsskyddet.
- b. Överlag kan bristen på tydlighet i undantagsklausulerna påverka konsumenterna negativt. Dess betydelse är dock fortfarande begränsad eftersom den inte rör alla affärsområden eller alla produkter.

Tendens: Ökande, eftersom försäkringsgivarna ser över sina produkter efter betydelsefulla händelser och antalet naturkatastrofer förväntas öka.

5

PRISOPTIMERING

- a. Prisoptimering har rapporterats på vissa marknader under ett antal år och ökar, men är fortfarande av begränsad betydelse. Vissa företag optimerar premien med hjälp av ett antal tekniker som ofta bygger på artificiell intelligens och i hög grad är oberoende av konsumentens riskprofil.
- b. Denna metod är till nackdel för konsumenterna eftersom den höjer premien för gamla/lojala kunder eller ökar risken för indirekt diskriminering.

Tendens: Ökande, eftersom försäkringsgivarna även i fortsättningen förväntas förlita sig på denna teknik, däribland genom att de samarbetar med innehavare av stora datamängder eller genom att innehavare av stora datamängder själva blir försäkringsgivare.

6

TRENDER I FRÅGA OM MILJÖ-, SAMHÄLLSANSVAR- OCH BOLAGSSTYRNINGSFAKTORER (ESG-FAKTORER) SAMT HÅLLBARHET SOM INTE OMFATTAR UNDANTAGSASPEKTER

- a. Särskilt när det gäller fondförsäkringsprodukter kommer företagen med nya erbjudanden om "hållbara" produkter, vilket leder till ökad marknadsföringskommunikation.
- b. Även om detta är en positiv utveckling kvarstår vissa problemområden kopplade till så kallad grönmalning (greenwashing), nämligen vilsedande kommunikation, problem med bedömningen av hållbarhetsgraden för produkter som säljs med tanke på de många olika ESG-märkningar som finns och kundernas preferenser för hållbara investeringar.

Tendens: Ökande, eftersom denna trend förväntas förstärkas till följd av att försäkringsbranschen i allt högre grad riktar in sig på miljö-, samhällsansvars- och bolagsstyrningsfaktorer.

LEARN MORE

Visit the dedicated webpage:

https://www.eiopa.europa.eu/content/consumer-trends-report-2021_en

© EIOPA, 2022; Image copyright: Adobe Stock
Luxemburg: Europeiska unionens publikationsbyrå, 2022

PDF ISBN 978-92-9473-390-0 doi:10.2854/63931 EI-01-22-150-SV-N

CONTACT US

Westhafen Tower, Westhafenplatz 1
60327 Frankfurt – Germany
Tel. + 49 69-95119-20
info@eiopa.europa.eu
<https://www.eiopa.europa.eu>