

2024

# Undersøgelse af forsikringsdistributørers afdækning af kunders krav og behov ved salg af indboforsikringer

## **Indholdsfortegnelse**

1. Indledning.....	3
Resume af rapporten .....	4
2. Afdækning af kundens krav og behov .....	5
1. Salg pr. telefon eller ved fysiske møder .....	5
2. Online-salg .....	7
3. Indholdet i indboforsikringsprodukter.....	9
4. Rådgivning .....	11
Bilag 1: Retligt grundlag .....	12
1. IDD og bekendtgørelse om god skik for forsikringsdistributører .....	12
3. Product Oversight and Governance (POG).....	13

## 1. Indledning

Det er en afgørende del af kundebeskyttelsen ved salg af forsikringer, at forsikringsdistributøren har afdækket kundens krav og behov, inden distributøren indgår en salgsaftale med kunden om et forsikringsprodukt<sup>1</sup>. Det gælder også, når slaget sker online. En korrekt afdækning af kundens krav og behov på baggrund af kundens egne oplysninger reducerer risikoen for fejlsalg. Ved mangelfuld eller manglende afdækning risikerer kunden at tegne forsikringer, som vedkommende ikke har behov for, eller som ikke dækker som ønsket.

Kravet om afdækning af kundens krav og behov stammer fra artikel 20 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2016/97 af 20. januar 2016 om forsikringsdistribution (IDD).

For at undgå tilfælde af fejlsalg bør salg af forsikringsprodukter altid ledsages af en test af krav og behov på basis af oplysninger fra kunden. Ethvert forsikringsprodukt, som en distributør tilbyder en kunde, skal, udover at være i overensstemmelse med kundens krav og behov, præsenteres på en forståelig måde, så kunden kan træffe en informeret beslutning<sup>2</sup>.

Reglerne blev implementeret i dansk ret i oktober 2018 og følger i dag af §§ 20-22 i bekendtgørelse nr. 1779 af 6. september 2021 om god skik for forsikringsdistributører. Før IDD fandtes ingen regler om afdækning af kundens forsikringskrav og -behov.

Finanstilsynet har i 2024 gennemført en undersøgelse af, hvordan seks forsikringsdistributører (fire forsikringsselskaber og to forsikringsformidlere)<sup>3</sup> sikrer, at de overholder reglerne om afdækning af kundens krav og behov ved salg, herunder salg gennem online-kanaler, af indboforsikringer.

Denne rapport sammenfatter Finanstilsynets observationer i undersøgelsen og angiver forhold, som forsikringsdistributører generelt skal være opmærksomme på for at efterleve reglerne.

Finstilsynet har givet et påbud til et forsikringsselskab, der ikke efterlever reglerne om afdækning af kundens krav og behov ved online-salg af indboforsikringer.

Rapporten har været i høring hos de medvirkende forsikringsdistributører og brancheorganisationen for forsikrings- og pensionselskaber (F&P). F&P er kommet med bemærkninger til rapporten og har blandt andet bemærket, at det ikke altid er vanskeligere at foretage en afdækning af krav og behov ved online-salg end ved fysisk salg eller telefonsalg. En digital løsning med effektiv brug af tilgængelige data kan give en god afdækning af krav og behov. En tilstrækkelig og omhyggelig udviklet digital proces vil sandsynligvis kunne eliminere nogle af de sårbarheder, der kan være ved det fysiske analoge salg.

---

<sup>1</sup> En forsikringsdistributør er en forsikringsformidler, en accessorisk forsikringsformidler eller et forsikringsselskab, jf. § 2, stk. 1, nr. 2 i bekendtgørelse om god skik for forsikringsdistributører.

<sup>2</sup> IDD, Præambelbetragtning 44.

<sup>3</sup> De medvirkende virksomheder var Agency Group ApS, Codan Forsikring A/S (ophørt og blevet en del af Alm. Brand Forsikring A/S efter undersøgelsens igangsættelse), Købstædernes Forsikring gensidig, Lokal Forsikring G/S, M.M. Forsikrings-agentur, Topdanmark Forsikring A/S.

## **Resume af rapporten**

Forsikringsprodukternes kompleksitet varierer, og kunderne har individuelle krav og behov. Derfor vil en tilstrækkelig afdækning af en kundens krav og behov altid afhænge af den konkrete situation. Digitale systemer, tjeklister, produkthåndbøger og andre lignende dokumenter kan dog hjælpe medarbejderen med at få afdækket kundens krav og behov.

De undersøgte selskaber sælger primært indboforsikringer gennem fysiske møder og pr. telefon, hvor de afdækker kundens krav og behov gennem samtale, hvor medarbejderne stiller relevante spørgsmål til kunden og anvender forskellige hjælpemidler til at få stillet og besvaret spørgsmål om den konkrete kunde.

Ved online-sag af indboforsikringer hos de undersøgte selskaber indtaster kunden oplysninger, som systemet bruger til at beregne en pris på indboforsikringsproduktet. Produktet bliver præsenteret for kunden på skærmen. Det er forskelligt hos de undersøgte forsikringselskaber, hvor mange oplysninger kunden får om produktet i forbindelse med onlinekøbsprocessen.

Det følger af reglerne om krav og behov, at forsikringsdistributørerne både skal afdække kundens individuelle krav og behov på baggrund af oplysninger fra kunden, og skal give kunden generelle objektive oplysninger om forsikringsproduktet på en forståelig måde, så kunden kan træffe en informeret beslutning. Undersøgelsen har vist, at det kan være svært for distributøren at sikre sig, at de oplysninger, som kunden afgiver online, er tilstrækkelige til, at systemet foreslår et forsikringsprodukt, der er i overensstemmelse med kundens krav og behov. Samtidig skal købsprocesserne online være tilstrækkeligt brugervenlige til, at kunden oplever dem som forståelige og overskuelige.

De online-købsprocesser, der har været undersøgt, øger generelt risikoen for, at vurderingen af kundens krav og behov bliver skubbet fra forsikringselskabet over på kunden selv. Finanstilsynet har givet et selskab et påbud, fordi online-købsprocessen ikke afdækker kundens krav og behov. Desuden vil vi gå i dialog med branchen om, hvordan online-købsprocesserne ved salg af indboforsikringer bedre kan sikre, at kundens krav og behov bliver dækket.

Undersøgelsen har desuden vist, at forsikringselskaberne sammensætter deres indboforsikringsprodukter, så der er en grunddækning med dækninger, der ikke kan blive fravalgt. Det kan f.eks. være ansvarsforsikringer og retshjælpsforsikring. Det kan være en fordel, at indboforsikringsproduktet indeholder basale dækninger, så kunderne er dækket i situationer, som de ikke nødvendigvis selv har været opmærksomme på kunne opstå. Ligeledes inkluderer selskaberne dækninger, som de erfaringsmæssigt er blevet bekendt med, at kunderne forventer, er en del af deres indboforsikring. Det kan f.eks. være cykel- og bagageforsikring. Det er dog vigtigt, at forsikringsdistributørerne kan godtgøre, at dækninger i grunddækningen er i overensstemmelse med kundens krav og behov. Forsikringsdistributørerne skal være opmærksom på, at de indboforsikringsprodukter, som de foreslår kunden, skal være i overensstemmelse med kundens krav og behov. Distributørerne skal derfor være opmærksomme på, hvorvidt grunddækningen i det pågældende forsikringsprodukt er i overensstemmelse med kundens krav og behov.

I rapporten har Finanstilsynet desuden fundet grund til at præcisere at der er forskel på hvilke krav, der stilles til en forsikringsdistributør, der yder rådgivning inden aftaleindgåelse, i forhold til en distributør, der ikke yder rådgivning inden en aftale bliver indgået. En rådgivning skal udover en afdækning af en kundens krav om behov omfatte en individuel anbefaling, der forklarer, hvorfor et bestemt produkt bedst opfylder kundens forsikringskrav og -behov. Yder forsikringsdistributøren ikke rådgivning til kunden, inden forsikringsaftalen bliver indgået, skal distributøren ud fra afdækningen af kundens krav og behov alene sikre, at alle foreslåede forsikringsaftaler er i overensstemmelse med disse.

## **2. Afdækning af kundens krav og behov**

Inden en forsikringsdistributør indgår en forsikringsaftale med en kunde, skal distributøren på baggrund af oplysninger fra kunden fastlægge kundens forsikringskrav og -behov. Distributøren kan indhente oplysningerne fra kunden på flere måder, f.eks. gennem direkte spørgsmål til kunden eller via et spørgeskema. Det afgørende er, at oplysningerne er givet af kunden selv. Forsikringsdistributøren skal derefter give kunden objektive oplysninger om forsikringsproduktet på en forståelig måde, så kunden kan træffe en informeret beslutning. Oplysningerne fra og til kunden skal tilpasses kompleksiteten af det forsikringsprodukt, som distributøren foreslår, og typen af kunde.

The European Insurance and Occupational Pensions Authority (EIOPA) har belyst emnet om krav- og behovsafdækning i rapporten "Report on the application of the Insurance Distribution Directive (IDD)" fra 2022<sup>4</sup>. Det fremgår af rapporten, at drøftelser med National Competent Authorities (NCAs)<sup>5</sup> viser, at krav- og behovstesten i online-salgsprocesser har nogle mangler. I nogle tilfælde bliver forbrugere f.eks. ved afslutningen af processen bedt om at sætte et kryds i en boks, der bekræfter, at den valgte forsikringsaftale er i overensstemmelse med deres krav og behov. Dermed skubber forsikringsdistributøren ansvaret for at udføre krav- og behovsafdækningen fra sig selv til kunden<sup>6</sup>. Rapporten belyser dermed nogle af de udfordringer, som aktørerne har oplevet ved implementering af reglerne om krav- og behovsafdækning. EIOPA forholder sig dog ikke til de udfordringer, som rapporten præsenterer.

### **1. Salg pr. telefon eller ved fysiske møder**

Finanstilsynets undersøgelse viste, at de undersøgte forsikringsdistributører afdækker kundernes krav og behov gennem samtale, når de har kontakt med kunderne pr. telefon eller ved fysiske møder om salg af indboforsikringer. Medarbejderne stiller relevante spørgsmål til den konkrete kundes forsikringsbehov. Medarbejderne spørger f.eks. til kundens dyreste genstand, værdi af indbo og alder på elektronik, for at klarlægge, om det indboforsikringsprodukt, medarbejderen sælger, er i overensstemmelse med kundens forsikringskrav og -behov. Samtalen kan tage udgangspunkt i kundens nuværende dækning. Forsikringsdistributørerne er i den forbindelse opmærksomme på, at de skal afdække kundens krav og behov

<sup>4</sup> [Report on the application of the Insurance Distribution Directive \(IDD\) \(europa.eu\)](#), side 31 f.

<sup>5</sup> National Competent Authorities er de nationale tilsynsmyndigheder, der er ansvarlige for at overvåge og regulere finansielle og forsikringsrelaterede aktiviteter i deres respektive lande. Finanstilsynet udgør i denne sammenhæng den nationale tilsynsmyndighed i Danmark.

<sup>6</sup> [Report on the application of the Insurance Distribution Directive \(IDD\) \(europa.eu\)](#), side 32.

på ny, fordi de kan have ændret sig, eller fordi kunden med sin nuværende dækning kan være under- eller overforsikret.

For at efterleve reglerne om afdækning af kundens krav og behov har forsikringsdistributørerne fokus på at oplære deres medarbejdere i, hvordan de udfører afdækningen i en konkret situation. Medarbejderne kan f.eks. blive bedt om at gennemspille en fiktiv salgssituation. De kan også overvære mere erfarne kollegaers telefonsalg og have kollegaer som medlyttere ved eget telefonsalg. Nogle af forsikringsdistributørerne optager med kundens samtykke telefonsamtalerne til brug for oplæring af deres medarbejdere eller til dokumentation af samtalens indhold.

Flere af forsikringsdistributørerne har desuden udarbejdet tjeklister, produkthåndbøger, der beskriver de kundebehov, som distributørerne løbende bliver bekendt med, og andre lignende dokumenter, der kan hjælpe medarbejderne med at stille og svare på spørgsmål ved salg af indboforsikringer. Disse dokumenter indgår også i uddannelsen af medarbejderne.

Nogle forsikringsdistributører har valgt at bruge digitale systemer til at understøtte afdækningen af kundens krav og behov. Systemerne kan kræve, at medarbejderen udfylder en række oplysninger i relation til kundens krav og behov. Det kan f.eks. være summen af kundens indbo, guld og værdien af kundens dyreste genstand. Systemerne skal bl.a. sikre, at medarbejderen spørger ind til relevante forhold ved salg af en indboforsikring.

Når forsikringsdistributøren har klarlagt kundens krav og behov, kræver reglerne, at distributøren giver kunden objektive oplysninger om forsikringsproduktet på en forståelig måde, så kunden kan træffe en informeret beslutning. Alle forsikringsaftaler, som distributøren foreslår kunden, skal være i overensstemmelse med kundens krav og behov. Undersøgelsen viste, at forsikringsdistributørerne ved telefonsalg og fysiske møder gentager kundens krav og behov i samtalerne og bruger de tidligere omtalte tjeklister eller lignende dokumenter til at sikre sig, at indboforsikringen er i overensstemmelse med kundens krav og behov. Herefter får kunden ofte tilsendt tilbuddet om forsikring med opfordring til at læse det igennem. Forsikringsdistributørerne har også i den forbindelse fokus på, at deres medarbejdere får uddannelse og oplæring, der skal sikre, at kunden forstår medarbejderens oplysninger om produktet. Distributørerne henviser også til, at de udleverer det påkrævede standardiserede dokument med oplysninger om forsikringsproduktet (IPID) for indboforsikringsprodukterne til kunderne<sup>7</sup>.

### **Finanstilsynets observationer**

En indboforsikring er ofte et simpelt forsikringsprodukt. Der er derfor mindre risiko for, at kunden ikke forstår produktets sammensætning, end ved salg af mere komplicerede produkter. Distributørerne har derfor også gode forudsætninger for at kunne afdække kundens krav og behov ved salg af indboforsikringer pr. telefon og ved fysiske møder.

---

<sup>7</sup>Insurance Product Information Document (IPID) er reguleret i kommissionens gennemførelsesforordning (EU) 2017/1469 af 11. august 2017 om fastsættelse af et standardiseret presentationsformat for dokumentet med oplysninger om forsikringsproduktet (EØS-relevant tekst.), link: [Gennemførelsesforordning - 2017/1469 - EN - EUR-Lex \(europa.eu\)](#)

Digitale systemer, der kræver, at medarbejderen indsætter visse oplysninger om kundens krav og behov, udgør formentlig ikke i sig selv tilstrækkelig afdækning, men kan, ligesom tjeklister og lignende, hjælpe medarbejderen ved salg af indboforsikringer. Systemerne kan dermed være blandt de værktøjer, som medarbejderne bruger til at afdække kundens krav og behov.

Kompleksiteten af forsikringsprodukter varierer, og kunder har individuelle krav og behov. Det vil derfor altid afhænge af den konkrete situation, hvornår en afdækning er tilstrækkelig, og hvornår distributøren kan siges at have givet kunden produktoplysninger på en forståelig måde.

Der er ikke krav til, hvordan forsikringsdistributøren skal dokumentere afdækningen internt.

## **2. Online-salg**

Nogle forsikringselskaber sælger indboforsikringer online gennem deres hjemmesider. Undersøgelsen viste, at nogle af disse selskaber foresimpler deres indboforsikringsprodukt, bl.a. fordi selskabernes hjemmesider ikke kan understøtte en omfattende afdækning af kundens krav og behov.

I de online-købsprocesser, der indgik i undersøgelsen, indtaster kunden nogle oplysninger, som systemet bruger til at beregne en pris på indboforsikringen. Produktet bliver præsenteret for kunden i købsprocessen. Det er forskelligt, hvilke og hvor mange oplysninger om produktet selskaberne præsenterer, men fælles for processerne er, at de ikke kræver, at kunden orienterer sig om indholdet i indboforsikringsprodukterne. I nogle af købsprocesserne bliver yderligere oplysninger om produktet tilgængelige, når kunden interagerer med systemet. Det kan f.eks. være ved at trykke på ord, der aktiverer pop-up-vinduer med information om dækningerne, eller ved at trykke på links, der fører til sider med produktinformation (IPID) eller uddybning af f.eks. afgifter og gebyrer. I andre tilfælde skal kunden selv finde vilkårene for indboforsikringen et andet sted på selskabets hjemmeside for at få information om produktindholdet.

### **Finanstilsynets observationer**

Finanstilsynet vurderer, at de undersøgte selskaber har vanskeligere ved at afdække en kundes krav og behov ved salg af indboforsikringer online gennem deres hjemmeside end ved salg pr. telefon eller ved fysiske møder. Reglerne kræver, at oplysningerne til brug for afdækning af kundens krav og behov kommer fra kunden selv. Men det kan være svært for distributøren at sikre sig, at de oplysninger, som kunden afgiver online, er tilstrækkelige til, at systemet kan foreslå et forsikringsprodukt, der er i overensstemmelse med kundens krav og behov. Samtidig skal købsprocesserne online være tilstrækkeligt brugervenlige til, at kunden oplever dem som forståelige og overskuelige.

Der er begrænset vejledende information fra EIOPA vedrørende krav- og behovsafdækningen i lyset af digitaliseringen. Det gælder også i forbindelse med online-salg. Reglerne om krav- og behovsafdækning bør ikke stå i vejen for, at en kunde hurtigt og effektivt kan købe en simpel indboforsikring online, der sikrer en basal dækning. Desuden kan digitale løsninger være med til at minimere risikoen for f.eks. menneskelige fejl i en købsproces. Det er dog

omvendt også vigtigt, at købsprocesserne ved online-salg stadig sikrer, at kundens krav og behov bliver afdækket tilstrækkeligt til, at der ikke sker fejlsalg.

De købsprocesser, der indgik i undersøgelsen, kræver få oplysninger fra kunden, og det produkt, som kunden får præsenteret, er et standardprodukt med begrænsede muligheder for tilpasning. Købsprocesserne gør det muligt at gennemføre købet, uden kunden skal forholde sig til produktets indhold. Dermed kræver online-købsprocesserne i høj grad, at kunden selv opsøger og forholder sig til information om produktet for at sikre, at det er i overensstemmelse med den pågældendes krav og behov. Det øger generelt risikoen for, at vurderingen af kundens krav og behov bliver skubbet fra forsikringsselskabet over på kunden selv.

Det følger af reglerne om krav og behov, at forsikringsselskaber, både skal afdække kundens individuelle krav og behov, og skal give kunden generelle objektive oplysninger om forsikringsproduktet på en forståelig måde, så kunden kan træffe en informeret beslutning. Det understreger, at forsikringsdistributøren ikke kan foretage en individuel krav- og behovsafdækning alene ved at give kunderne objektive oplysninger om forsikringsproduktet.

Ved online-salg er det derfor vigtigt, at distributøren er opmærksom på, at pligten til at afdække kundens krav og behov fortsat påhviler distributøren, og at afdækningen skal ske på baggrund af oplysninger fra kunden. Det er ikke afgørende, hvordan oplysningerne bliver indhentet fra kunden, men det afgørende er, at oplysningerne er givet af kunden. I en online-købsproces kan distributøren f.eks. indhente oplysningerne ved indledningsvis at bede kunden besvare en række basale multiple-choice-spørgsmål og derved sikre, at de basale dækninger i forsikringsproduktet passer til kundens krav og behov.

Forsikringsdistributøren skal ved online-salg sørge for, at systemet sikrer en tilstrækkelig krav- og behovsafdækning, og at forsikringsproduktets kompleksitet ikke kræver oplysninger, der går ud over den afdækning, som systemerne i købsprocessen kan understøtte. En tilstrækkelig afdækning af krav og behov ved online-salg vil bl.a. afhænge af produktets kompleksitet, hvor mange og hvilke oplysninger kunden giver, hvilke oplysninger kunden får om produktet, og hvordan de oplysninger, kunden selv giver i købsprocessen, påvirker de oplysninger, som systemerne præsenterer for kunden i processen.

To af de tre online-købsprocesser, som var omfattet af undersøgelsen, skubber i større eller mindre grad vurderingen af kundens krav og behov fra selskabet over på kunden, fordi kunden selv skal søge information og herefter afgøre, om det præsenterede produkt passer til vedkommendes krav og behov. Dette er som udgangspunkt ikke foreneligt med reglerne om afdækning af kundens krav og behov – heller ikke selvom det tages i betragtning, at online-købsprocesserne præsenterer kunden for de væsentligste begrænsninger i produktet, og at kunden desuden kan finde yderligere information om begrænsningerne og øvrige oplysninger på en let og overskuelig måde. I nogle online-processer bliver kunden også opfordret til selv at kontakte eller lade sig kontakte af selskabet med henblik på at få en forsikring, der passer bedre til kundens krav og behov.

Som anført giver EU kun begrænsede retningslinjer for, hvordan kundens krav og behov skal afdækkes ved online-salg. Finanstilsynet har derfor ikke på nuværende tidspunkt fundet



grundlag for at give tilsynsreaktioner for to af de online-købsprocesser i undersøgelsen, hvor selskabets ansvar i en vis udstrækning lægges over på kunden. Finanstilsynet vil i stedet indlede en dialog med branchen om retningslinjer for, hvordan selskaberne bedst kan efterleve reglerne om afdækning af kundens krav og behov ved online-salg.

Den tredje online-købsproces i undersøgelsen kræver kun få oplysninger fra kunden, inden kunden får præsenteret og tilbudt forsikringsproduktet i online-købsprocessen. Kunden bliver ikke i processen oplyst om begrænsninger i forsikringen. Denne information skal vedkommende selv finde i forsikringsvilkårene, uden at der er linket direkte til disse i købsprocessen. Kunden skal selv finde dem nederst på hjemmesiden via overskriften "Vilkår" og herefter finde vilkårene for indboforsikringsproduktet på siden.

Købsprocessen kræver altså, at kunden selv er opmærksom på at søge information om produktet, inden kunden gennemfører købet. Dermed pålægges kunden selv at vurdere, om forsikringsproduktet er i overensstemmelse med vedkommendes krav og behov. Finanstilsynet vurderer, at selskabets online-købsproces skubber vurderingen af kundens krav og behov fra forsikrings-selskabet over på kunden i en sådan grad, at det ikke er foreneligt med reglerne om krav og behov. Selskabet har derfor fået et påbud om at ændre sit online-salg af indboforsikringer.

### **3. Indholdet i indboforsikringsprodukter**

Brancheorganisationen F&P anslog i 2023, at 94 pct. af den danske befolkning er dækket af en indboforsikring<sup>8</sup>. Selvom en indboforsikring, der som minimum dækker det mest basale indbo, er relevant for de fleste forbrugere, skal forsikringsdistributørerne stadig afdække den enkelte kundes krav og behov for at sikre, at det produkt, som distributøren sælger, er i overensstemmelse med kundens forsikringskrav og -behov.

Undersøgelsen viste, at forsikrings-selskabernes indboforsikringsprodukter indeholder en grunddækning, der består af en række dækninger, som kunderne ikke kan vælge fra. Indholdet af grunddækningen i indboforsikringsprodukterne varierer fra selskab til selskab. Nogle forsikrings-selskaber inkluderer f.eks. hjælp ved identitetstyveri eller psykologisk krisehjælp i deres grunddækning, mens f.eks. cykelforsikring er et tilvalg. Hos andre selskaber er bortkommet eller stjålet bagage ved rejser og tyveri af cykel omfattet af grunddækningen. Alle selskaberne inkluderer privat ansvarsforsikring og retshjælpsforsikring i grunddækningen.

Kunderne kan tilvælge yderligere dækninger i indboforsikringsprodukterne afhængig af deres behov. Tilvalgene varierer forsikrings-selskaberne imellem, men kan f.eks. omfatte glas- og sanitetsforsikring eller elektronikforsikring. Nogle af forsikrings-selskaberne giver også kunderne mulighed for at tilpasse forsikringen yderligere ved at justere en række summer og selvrisici.

Selskabernes begrundelse for de obligatoriske dækninger i indboforsikringsprodukterne er bl.a., at en indboforsikring skal dække det mest basale og være relevant for mange. De basale dækninger giver en grundlæggende sikring, uden at kunden behøver overveje en lang

---

<sup>8</sup> [Danskerne holder fast i deres forsikring trods inflationen \(fogg.dk\)](https://fogg.dk)

række tilvalg. For mange til- og fravalg vil ifølge selskaberne gøre forsikringen uoverskuelig for kunden og medføre en større risiko for, at kunden ikke er dækket i situationer, hvor vedkommende enten ikke selv havde forudset en risiko eller forventede at være dækket. Mange til- og fravalg vil desuden betyde, at kunden skal være endnu mere opmærksom på at tilpasse sine forsikringer løbende, når livet ændrer sig. Det kan desuden være forbundet med større omkostninger og ulemper for kunden, hvis hun ofte skal tilpasse sine forsikringer, end hvis indboforsikringen fra begyndelsen omfatter en dækning af f.eks. cykel, der som udgangspunkt er relevant for de fleste kunder. Det gælder også, selvom denne dækning måske ikke er relevant for kunden på det tidspunkt, hvor forsikringsaftalen bliver indgået. En indboforsikring, der dækker det mest basale, giver en grundlæggende tryghed. Muligheden for at tilvælge yderligere dækninger og ændre forsikringssummer eller selvrisici gør produktet fleksibelt for den enkelte kunde, samtidig med at produktet henvender sig til en bred målgruppe.

### **Finanstilsynets observationer**

Forsikringsdistributører, der sælger et indboforsikringsprodukt med grunddækning, skal være opmærksomme på, om produktet passer til den enkelte kundens forsikringskrav og -behov. En række dækninger, som f.eks. private ansvarsforsikringer og retshjælpsforsikringer, kan med fordel være inkluderet i en grunddækning. På den måde er kunderne dækket i situationer, de ikke nødvendigvis selv har været opmærksomme på kunne opstå.

De medvirkende selskaber selskaberne oplyst, at de kan konstatere, at kunderne generelt anser visse genstande for at være en del af deres sædvanlige indbo og derfor forventer dette vil være dækket af en indboforsikring. Sådanne dækninger vil derfor kunne være inkluderet i grunddækningen i et indboforsikringsprodukt uden mulighed for at fravælge. Det kan f.eks. være dækning af bagage og cykel.

En forsikringsdistributør, der foreslår en kunde et forsikringsprodukt med grunddækning, skal kunne godtgøre, at dækningen er i overensstemmelse med kundens krav og behov. Den afgrænsning af målgruppen for produktet og afdækning af målgruppens behov, som forsikringsprodukterne skal igennem under produktgodkendelsesprocessen i medfør af POG-forordningen<sup>9</sup> skal i øvrigt være med til at understøtte selskabets valg af dækninger (og prioritering af til- og fravalgsmuligheder) i indboforsikringsproduktet. Produktgodkendelsesprocessen skal desuden understøtte en hensigtsmæssig distributionsstrategi, som sikrer, at produkterne i sidste ende kun sælges til kunderne i målgruppen. Finanstilsynet har ikke i denne undersøgelse set nærmere på, om og i hvilken grad selskaberne kan understøtte, at de enkelte dækninger indgår i indboforsikringsprodukterne. Undersøgelsen omfattede heller ikke selskabernes forpligtelser i medfør af POG-forordningen.

Hvis et indboforsikringsprodukt indeholder dækninger uden mulighed for fravalg, skal distributøren være opmærksom på, om disse dækninger er i overensstemmelse med den enkelte kundens forsikringskrav og -behov.

---

<sup>9</sup> Kommissionens delegerede forordning (EU) 2017/2358 af 21. september 2017 om supplerende regler til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2016/97 for så vidt angår krav til produkttilsyn og styring for forsikringsselskaber og forsikringsdistributører (EØS-relevant tekst).

## 4. Rådgivning

Kravet om, at forsikringsdistributøren skal afdække kundens krav og behov, er uafhængigt af, om distributøren yder rådgivning inden indgåelse af en forsikringsaftale. Distributøren kan dog vælge at yde en sådan rådgivning. En rådgivning skal omfatte en individuel anbefaling, der forklarer, hvorfor et bestemt produkt bedst opfylder kundens forsikringskrav og -behov, jf. § 21, stk. 1, i bekendtgørelsen om god skik for forsikringsdistribution. Yder forsikringsdistributøren ikke rådgivning til kunden, inden forsikringsaftalen bliver indgået, skal distributøren alene sikre, at alle foreslåede forsikringsaftaler er i overensstemmelse med kundens krav og behov.

Nogle af forsikringsdistributørerne i undersøgelsen oplyste, at de yder rådgivning i medfør af § 21, stk. 1, i bekendtgørelsen om god skik for forsikringsdistribution.

### **Finanstilsynets observationer**

Nogle af forsikringsdistributørerne i undersøgelsen oplyste, at de yder rådgivning før indgåelse af en forsikringsaftale. Det betyder, at distributørerne bør give en individuel anbefaling, der forklarer, hvorfor et bestemt produkt bedst opfylder kundens krav og behov. De øvrige dele af virksomhedernes redegørelser tyder dog på, at de ikke foretager rådgivning før indgåelsen af en forsikringsaftale. Finanstilsynet vurderer derfor, at der blandt de undersøgte virksomheder er en vis usikkerhed om distributørens forpligtelser i forbindelse med rådgivning inden en forsikringsaftale bliver indgået. Da der er andre krav til en forsikringsdistributør, der yder rådgivning, end til én, der ikke gør, finder Finanstilsynet det nødvendigt at uddybe forskellen.

Uanset om forsikringsdistributøren yder rådgivning inden en aftale bliver indgået eller ej, skal distributøren afdække kundens krav og behov for at identificere de produkter, der egner sig til kunden. Hvis flere forskellige produkter er i overensstemmelse med kundens forsikringskrav og -behov, er det op til kunden at træffe en informeret beslutning på baggrund af objektive oplysninger fra distributøren om produkterne. En forsikringsdistributør, der yder rådgivning, skal derimod anbefale det produkt, der bedst opfylder kundens krav og behov. I de tilfælde, hvor kun et eller få egnede produkter, som stemmer overens med kundens forsikringskrav og -behov, vil forskellen på at foreslå egnede forsikringer og at give en individuel anbefaling i praksis være mindre.

## Bilag 1: Retligt grundlag

### 1. IDD<sup>10</sup> og bekendtgørelse om god skik for forsikringsdistributører<sup>11</sup>

Kravet om afdækning af kundens krav og behov stammer fra artikel 20 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2016/97 af 20. januar 2016 om forsikringsdistribution (IDD). Reglerne er indført for at undgå tilfælde, hvor en kunde bliver solgt et produkt, vedkommende reelt ikke har behov for, såkaldte fejlsalg<sup>12</sup>. Reglerne er implementeret i §§ 20-22 i bekendtgørelse nr. 1779 af 6. september 2021 om god skik for forsikringsdistributører.

En forsikringsdistributør skal, inden distributøren indgår en forsikringsaftale med en kunde, fastlægge kundens krav og behov på baggrund af oplysninger fra kunden. Forsikringsdistributøren skal give kunden objektive oplysninger om forsikringsproduktet på en forståelig måde, så kunden kan træffe en informeret beslutning. Det fremgår af § 20, stk. 1, i bekendtgørelse om god skik for forsikringsdistributører.

Alle forsikringsaftaler, som distributøren foreslår kunden, skal være i overensstemmelse med kundens forsikringskrav og -behov, i henhold til § 20, stk. 2, i bekendtgørelse om god skik for forsikringsdistributører.

Når en forsikringsdistributør yder rådgivning, inden en forsikringsaftale indgås, skal distributøren give en individuel anbefaling, der forklarer, hvorfor et bestemt produkt bedst opfylder den pågældende kundes forsikringskrav og -behov. Det fremgår af § 21, stk. 1, i bekendtgørelse om god skik for forsikringsdistributører.

De oplysninger, der er omhandlet i § 20, stk. 1 og 2, og § 21, stk. 1, skal tilpasses kompleksiteten af det forsikringsprodukt, som distributøren foreslår, og den enkelte kunde. Det fremgår af § 22 i bekendtgørelse om god skik for forsikringsdistributører.

IDD stiller desuden krav om, at forsikringsdistributøren giver kunden de relevante oplysninger om forsikringsproduktet i en form, som er forståelig, under hensyntagen til forsikringsproduktets kompleksitet og typen af kunde, så kunden kan træffe en informeret beslutning, jf. artikel 20, stk. 1 og 2. Ved distribution af skadeforsikringsprodukter skal distributøren give oplysningerne i form af et standardiseret dokument på papir eller andet varigt medium. Kommissionen har hertil vedtaget gennemførelsesforordning (EU) 2017/1469 af 11. august 2017 om fastsættelse af et standardiseret præsenteringsformat for dokumentet med oplysninger om forsikringsproduktet (EØS-relevant tekst)<sup>13</sup>. Dokumentet, som distributøren udleverer til kunderne, kaldes Insurance Product Information Document (IPID).

Ansatte hos forsikringsdistributører skal som udgangspunkt bestå en kompetencekravsprøve indenfor det arbejdsområde, hvor de sælger forsikringer. Reglerne om dette følger af

<sup>10</sup> [Direktiv - 2016/97 - EN - EUR-Lex \(europa.eu\)](#)

<sup>11</sup> [Bekendtgørelse om god skik for forsikringsdistributører \(retsinformation.dk\)](#)

<sup>12</sup> IDD, Præambelbetragtning 44.

<sup>13</sup> [Gennemførelsesforordning - 2017/1469 - EN - EUR-Lex \(europa.eu\)](#)

kompetencekravsbekendtgørelsen på forsikringsområdet<sup>14</sup>. I kompetencekravsprøven bliver de ansatte også prøvet i at afdække kundens krav og behov.

### 3. Product Oversight and Governance (POG)

Reglerne om krav og behov spiller sammen med reglerne om produkttilsyn og styringskrav i artikel 25 i IDD og i Kommissionens delegerede forordning (EU) 2017/2358 om krav til produkttilsyn og styring for forsikringselskaber og forsikringsdistributører med senere ændringer (POG-forordningen)<sup>15</sup>, som bl.a. stiller krav om, at producenterne af et forsikringsprodukt i produktudviklingsprocessen for skal afgrænse en målgruppe for produktet og fastsætte en passende distributionsstrategi.

Målgruppen for forsikringsproduktet skal afgrænses på et tilstrækkeligt detaljeret niveau, idet producenterne skal tage hensyn til forsikringsproduktets karakteristika, risikoprofil, kompleksitet og art. Når et forsikringsprodukt er udviklet i overensstemmelse med reglerne i POG-forordningen, skal det være klart, hvilken målgruppe det henvender sig til. Producenterne må kun udforme og markedsføre forsikringsprodukter, der er kompatible med behovene, karakteristikaene og målene hos de kunder, der tilhører målgruppen. Producenterne skal via testing og løbende overvågning af produkterne sikre sig, at produkterne lever op til målgruppens behov mv. i hele produktets levetid.

Forsikringsdistributøren skal dermed i forbindelse med en salgssituation både være opmærksom på, at kunden er en del af den tiltænkte målgruppe for produktet, og herefter afdække, at produktet også er i overensstemmelse med den konkrete kundes krav og behov.

POG-reglerne omfatter forsikringselskaber og forsikringsformidlere, som producerer forsikringsprodukter, der udbydes til salg til kunder, og forsikringsdistributører, der rådgiver om eller foreslår forsikringsprodukter, som de ikke selv producerer.

POG-forordningen stiller overordnet set krav om, at producenter af forsikringsprodukter:

- opretholder, anvender og reviderer en produktgodkendelsesproces (POG-proces) for alle nyudviklede produkter og væsentlige ændringer (art. 4)
- afgrænser målgrupperne for deres produkter (art. 5)
- tester produkterne på en hensigtsmæssig måde (art. 6)
- overvåger og regelmæssigt reviderer produkterne (art. 7)
- udvælger hensigtsmæssige distributionskanaler (art. 8)
- dokumenterer relevante dele af POG-proces (art. 9).

---

<sup>14</sup> Bekendtgørelse nr. 1113 af 2. juni 2021 om kompetencekrav og krav til godt omdømme for ansatte i forsikringselskaber, genforsikringselskaber og ansatte hos en forsikringsformidler og en genforsikringsformidler

<sup>15</sup> [Delegeret forordning - 2017/2358 - EN - EUR-Lex \(europa.eu\)](#)