

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

Rapport

Datum 2013-11-30
Dok.bet. PID131275
Version 1.0
Dnr/Ref. 2013-337

Innehåll

1	Sammanfattning	3
2	Uppdrag.....	5
3	Vägledning till pensionssparare och pensionärer	6
3.1	Målgruppsanpassad information	6
3.1.1	Kampanjer.....	6
3.1.2	Distribuering av Orange kuvert	7
3.1.3	Informationsverksamhet.....	7
3.2	Individanpassad information	9
3.2.1	Prognos till alla.....	9
3.2.2	Simuleringar	10
3.2.3	Distribuerad web	11
3.2.4	Prognosstandard	11
3.2.5	Fullmaktsnod	12
3.2.6	Nationell ställföreträdartjänst.....	13
4	Övriga konsumentstärkande åtgärder	14
4.1	Samverkan med tillsynsinstanser.....	14
4.2	Åtgärder i anledning av att klagomål på rådgivnings- och förvaltningsföretagen	15
4.3	Säkerheten stärks för pensionssparare och pensionärer genom att införa krav på e-leg på fondbyten	17
4.4	Ny konsumentportal.....	17
4.5	Uppmärksammat konsumentvänliga produkter och tjänster	18
5	Mått och mätetal	19
5.1	Mer förutsebar ekonomisk situation för pensionssparare och pensionärer. Pensionssparare och pensionärer fattar (har möjlighet att fatta) medvetna beslut i pensionsfrågor	19
5.2	Bra pensionsprodukter och ett ökat konsumentskydd för pensionssparare och pensionärer inom pensionsområdet.....	20

1 Sammanfattning

Pensionsmyndigheten fick i regleringsbrev 2013 i uppdrag att redovisa hur arbetet med att stärka konsumenternas ställning på pensionsområdet fortskrider. I redovisningen ska ingå hur myndigheten arbetar med att ge vägledning till pensionssparare och pensionärer, hur myndigheten arbetar proaktivt för att förebygga problem för konsumenten och hur myndigheten samverkar med andra myndigheter, arbetsmarknadens parter och andra aktörer för att ta fram och tillgängliggöra information samt i övrigt främja konsumentstärkande åtgärder. Pensionsmyndigheten ska även ta fram relevanta mått för att följa effekterna av arbetet med att stärka konsumenternas ställning på pensionsområdet, samt påbörja redovisning av dessa.

Uppdraget ska redovisas till Regeringskansliet (Socialdepartementet) senast den 1 november 2013.

Under 2013 har myndigheten införlivat konsumentuppdraget i verksamheten genom att utveckla det nya uppdraget och driva det som en del av vårt linjearbete. Hittills har verksamheten prioriteras inom ramen för befintlig verksamhet. Från år 2014 har Pensionsmyndigheten fått tilldelade medel specifikt för konsumentuppdraget vilket möjliggör en ökad utvecklingstakt. Under året har vi prioriterat nedanstående aktiviteter.

Vägledning till pensionssparare och pensionärer

- Vi har tagit fram ett segmenteringsramverk vilket gett myndigheten en bra grund för att kunna målgruppsanpassa informationen på fler sätt än tidigare. Anpassade budskap till olika målgrupper och i vissa livssituationer kräver både mer utvecklingskostnader samt resurser som erbjuder informationen. Det innebär att i takt med att vi förflyttar vår informationsverksamhet från att vara reaktiv och generell till att bli mer målgruppsanpassad och uppsökande kommer också myndighetens kostnader öka.
- Vi har fortsatt arbetet med att målgruppsanpassa orange kuvert, andra utskick samt våra kampanjer men även börjat distribuera information hos andra informationsgivare i form av vidareinformatörer samt till andra webbplatser. Vi kommer att fortsätta det arbetet och den nya beslutade konsumentportalen kommer troligen innebära ökad resursåtgång kommande år. Vi har även förändrat delar av vår informationsverksamhet från att erbjuda generella informationer till att målgruppsanpassa dem och genomföra informationer på nya arenor.
- För att förbättra den individuellt anpassade informationen har vi under 2013 fortsatt arbeta med informationsuppdraget i kombination med förberedelser inför satsningen prognos till alla. Aktiviteterna i informationsuppdraget har handlat om att i samverkan med branschen arbeta med prognosstandard, fullmaktsnod, verktyg för att fler ska sprida prognosen via distribuerad webb samt att arbeta för att en ännu större andel av det totala kapitalet ska finnas med i prognosverktyget. Utöver det har vi förberett och utvecklat inför den kommande satsningen där vi även ska verka för att fler ska ta del av informationen om hela sin pension. Vi har också

behövt prioritera om utvecklingen inom befintlig verksamhet, bland annat för att klara myndighetens stora satsning Prognos till alla.

Proaktivt arbete för att förebygga problem för konsumenten

- Via media har vi främst fokuserat på att informera om förvaltningsbolag och deras tjänster.
- Under 2013 har Pensionsmyndigheten tagit emot ett flertal klagomål från pensionsparare och pensionärer som har handlat om rådgivnings- eller förvaltningsföretag. Kontakt har tagits med antingen företags ledning (VD) eller regelverksansvarige för att komma till rätta med problemet alt. överväga om kontakter ska tas mellan Pensionsmyndigheten och i första hand Konsumentverket. I ett av dessa fall har Pensionsmyndigheten varit i kontakt med Konsumentverket under 2013 och då gällde frågan otillåten marknadsföring genom att felaktigt beskriva historisk avkastning för en fond. Konsumentverket fattade i det fallet ett beslut med vitesföreläggande, varför företaget upphörde med marknadsföringen på det sättet.

Samverkan

- Enligt regleringsbrevsuppdrag har Pensionsmyndigheten, Finansinspektionen och Konsumentverket träffats och diskuterat framtida samverkan. Som ett steg i att få bättre kunskap om pensionsparares ställning som konsumenter inom pensionsområdet har myndigheten i samverkan med Finansinspektionen och Konsumentverket genomfört en undersökning angående marknadsföring av finansiella tjänster. Inför 2014 sker en analys av resultatet för eventuellt beslut om kommande konsumentstödande aktiviteter. Pensionsmyndigheten har inlett en dialog med Konsumenternas Bank- och Försäkringsbyrå i syfte att se över framtida samverkan samt hur vi gemensamt kan arbeta mot målet att pensionsparare och pensionärer ska bli bättre konsumenter inom pensionsområdet.
- Som en del av förankringen av satsningen prognos till alla träffar representanter från Pensionsmyndigheten och Min Pension olika branschaktörer.
- Inom ramen för prognosstandard samt i vår informationsverksamhet har myndigheten samverkat med branschen, arbetsmarkandens parter och andra aktörer.

Pensionsmyndigheten har valt ett antal mått och mätetal som syftar till att påvisa effekterna ”en mer förutsebar ekonomisk situation för pensionsparare och pensionärer, och att de därmed har möjlighet att fatta medvetna beslut i pensionsfrågor”. Vi avser att mäta kvalité och tillgänglighet på informationen, hur många som tagit till sig informationen, hur de uppfattar informationen samt om den gett dem det beslutsunderlag de anser sig behöva. Vi avser även att följa indikatorer som pekar mot att det ”erbjuds bra pensionsprodukter till pensionsparare och pensionärer och därmed uppnår vi ett ökat konsumentskydd”. Här kommer myndigheten att följa Konsumentverkets mått som är konsumenternas upplevelse av transparens i pensionstjänster. Vi kommer även följa klagomål på produkter som inkommer till oss eller övriga organisationer.

2 Uppdrag

När Pensionsmyndigheten bildades 2010 bestod uppdraget av två delar, att administrera den allmänna pensionen och att informera om hela pensionen. Uppdraget kompletterades dessutom 2010 med ett informationsuppdrag som övergripande innebär att myndigheten ska verka för att den pensionsspararens och pensionärens pensionskapital ska finnas samlat på Min Pension.

Myndigheten fick i 2012-års regleringsbrev ett uppdrag att utreda hur myndighetens ansvar, som opartisk aktör, kan se ut för frågor som rör pensionssparares och pensionärens behov av kunskap och information för att ta tillvara sina intressen inom pensionsområdet och att stärka sin ställning som konsument. Pensionsmyndigheten lämnade i november 2012 in en rapport med förslag på myndighetens ansvar och roll.

Regeringen har utifrån rapporten som lämnades in i november 2012 gett Pensionsmyndigheten ett uppdrag 2013-års regleringsbrev att stärka pensionsspararnas och pensionärernas ställning som konsumenternas inom pensionsområdet. Pensionsmyndigheten ska den första november redovisa hur det arbetet fortskrider. I redovisningen ska ingå hur myndigheten arbetar med att ge vägledning till pensionssparare och pensionärer, hur myndigheten arbetar proaktivt för att förebygga problem för konsumenten och hur myndigheten samverkar med andra myndigheter, arbetsmarknadens parter och andra aktörer för att ta fram och tillgängliggöra information samt i övrigt främja konsumentstärkande åtgärder. Pensionsmyndigheten ska även ta fram relevanta mått för att följa effekterna av arbetet med att stärka konsumenternas ställning på pensionsområdet, samt påbörja redovisning av dessa.

3 Vägledning till pensionssparare och pensionärer

För att åstadkomma bättre vägledning till pensionssparare och pensionärer har myndigheten delat upp arbetet i målgruppsanpassad information och individanpassad information. Den målgruppsanpassade informationen används i kommunikation med flera individer. Den individanpassade informationen ges i kontakt med enskild pensionssparare eller pensionär.

3.1 Målgruppsanpassad information

För att framgångsrikt nå ut med generell information behöver informationen till pensionssparare och pensionärer målgruppsanpassas. Anpassning kan till exempel ske genom att använda parametrar som ålder, livshändelser eller kunskap- och intresse för pensionsfrågor. Under 2013 har myndigheten i syfte att ytterligare förbättra träffsäkerheten i informationsinsatserna, arbetat med att ta fram ett segmenteringsramverk för pensionssparare. Detta ramverk delar in pensionsspararna baserat på ålder och intresse och kunskap för pension. Under 2013 har vi utvecklat ett motsvarande ramverk för pensionärer som ska implementeras under 2014. Genom att utforma information och tjänster efter segmentens olika behov och förhållningssätt till vår information räknar vi med att få fler pensionärer och pensionssparare att ta till sig informationen. Det sker 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. Under de kommande åren planerar vi att förflytta vår informationsverksamhet från att vara reaktiv och generell till att bli målgruppsanpassad och uppsökande. Vi ser också över möjligheterna till att nå ut med information via andra informationskanaler, så kallade vidareinformatörer. I takt med att vi blir mer uppsökande och vänder till de som vi antar är mindre intresserade blir utmaningarna större och det krävs högre insatser.

Under 2014 kommer myndigheten att genomföra en kartläggning av jämställdhet vilket kan komma att leda till förändringar i vår målgruppsanpassade verksamhet.

3.1.1 Kampanjer

Pensionsmyndigheten har genomfört ett antal målgruppsanpassade kampanjer med generella budskap i syfte att ge information om vad som bygger upp ett pensionskapital. Vi hänvisar alltid till pensionsprognosen i våra kampanjer. Vi ger även anpassade budskap till olika målgrupper och i vissa livssituationer.

Pensionsmyndigheten har sedan bildandets årligen genomfört en informationskampanj i samband med utskicket av det orange kuvertet som syftar till att skapa ett intresse för pension och som leder till prognos.

En speciell kampanj som Pensionsmyndigheten medverkade på var Almedalsveckan 2013 i Visby. Vi hade en källarlokal där besökarna enbart genom att legitimera sig kunde få en prognos vilket var uppskattat av besökarna.

Utöver detta anordnade myndigheten två seminarier samt deltog på flera andra.

3.1.2 Distribuering av Orange kuvert

Det orange kuvertet distribueras 2013 på två olika sätt med samma innehåll, via pappersutskick samt via PDF på webben. Under 2013 var innehållet målgruppsanpassat utifrån intjänat kapital samt ålder, samma parametrar kommer vara underlag i utskicket 2014. Under året har vi förfinat informationen och implementerat myndighetens segmenteringsramverk som grund för att i större omfattning ge en mer målgruppsanpassad information i 2014 års digitala orange kuvert. 2014 års digitala kuvert har även som syfte att i tydligare omfattning få pensionssparare att gå vidare till steg 2 i beslutstrappan, se kapitel om Prognos till alla. Det digitala orange kuvertet kommer i ännu större omfattning målgruppsanpassas och leda in mot prognos. Via det digitala orange kuvert kommer vi erbjuda simuleringstjänster som svarar på de övergripande budskapen om vad som påverkar pensionen., se kapitel om simulering.

3.1.3 Informationsverksamhet

Myndighetens fem informatörer når ca 26 000 personer i ca 600 föredrag per år. Dels bjuder vi via annonser i lokalpress in till föredrag för de som snart ska gå i pension, så kallade 60+ föredrag, dels åker vi ut på förfrågan och håller föredrag på arbetsplatser samt för föreningar och organisationer. Den största delen av verksamheten består av beställda föredrag.

Dessutom finns en annan del där vi erbjuder utbildning av andra organisationers försäkringsinformatörer, till exempel LO och PRO:s förtroendevalda, en så kallad vidareinformatörsutbildning.

Under 2012-2013 gjordes en större undersökning av våra informationsmöten av Sifo. En av slutsatserna var att vi har en mycket bra föredragsverksamhet, men att vi borde målgruppsanpassa våra föredrag för att nå ut bättre och mer effektivt. Strax före undersökningen kom Finansinspektionens utredning om riskgrupper för privatekonomiska frågor. Samtidigt gjordes vårt stora segmenteringsarbete. Finansinspektionen har i en tidigare rapport identifierat olika riskgrupper i samhället vad gäller finansiella kunskaper. Pensionsmyndigheten har utifrån denna rapport samt ur egna erfarenheter valt att prioritera några av dessa grupper.

Mot bakgrund av detta är de målgrupper vi nu prioriterar i vår uppsökande verksamhet i stort sett de riskgrupper som identifierats av Finansinspektionen. Anledningen till det är att just dessa grupper sällan söker upp Pensionsmyndigheten av egen kraft, dels föredrar muntlig information framför information på webb och i broschyrer.

De tre prioriterade målgrupperna för vår uppsökande föredragsverksamhet är således: individer med låg inkomst, andra språkgrupper och egenföretagare. Dessutom kommer vi göra speciella insatser för äldre pensionärer som har rätt till bostadstillägg men som inte sökt.

Låg inkomst

Myndigheten har arbetat fram ett specialanpassat föredrag för denna målgrupp. Vi arbetar också fram olika metoder för att fånga intresset i denna målgrupp samt utvärderar insatserna och förändrar inför kommande satsningar för att metodiskt lära oss hur vi når dessa grupper. Vi arbetar här tillsammans med olika organisationer för att hitta nya arenor, till exempel Fredrika Bremerförbundet och Södersjukhuset. Vi ser också över om vi ska delta på mässor som denna målgrupp besöker.

Andra språkgrupper

Sedan ett par år tillbaka har Pensionsmyndigheten en väl utvecklad vidareinformatörsverksamhet. Mot andra språkgrupper kommer denna typ av utbildning gå ut på att utbilda personalen vid medborgarkontoren i södra och norra Stockholms förorter. Eventuellt direkt även i Göteborg och Malmö samt längre fram på fler orter i landet. För att nå ut mer jämnt över landet behöver det tillsättas fler resurser samt hitta flera samarbetspartners.

Vi har även tagit kontakt med ett tjänstepensionsbolag som har ett bra utbud för denna målgrupp. Eventuellt kommer vi att bidra med att utbilda deras kundservice för andra språk.

Egenföretagare

En stor insats inom kort är att delta vid egenföretagarmässan i Älvsjö 3-5 oktober. Vi håller både föredrag om vad egenföretagare ska tänka på och möter deras frågor. Samtidigt förnyar vi våra webbsidor som är riktade till egenföretagare och kommer att lägga ut både information och länkar till vår webbplats på verksamt.se.

Vi utarbetar ett nytt föredrag för egenföretagare och för de som startar eget för denna mäsas, men är tänkt att kunna hållas vid specialföredrag, egeninitierade eller på mässor, tillsammans med Skatteverket med flera. Även här behöver vi fundera på hur vi når ut mer rikstäckande.

Pensionärer som har rätt till bostadstillägg

På samma sätt som vi utbildar informatörer vis medborgarkontoren kommer vi för de pensionärer som har rätt till bostadstillägg att vidareutbilda Svenska kyrkans personal, Gode män samt Budget-och skuldrådgivare under hösten 2013 och våren 2014.

För att nå denna grupp planerar vi även ett eller flera direktutskick med inbjudan till sammankomst med Bostadstilläggsinformation där våra kundvägledare och informatörer medverkar.

Vidareinformatörsverksamhet

För att ytterligare bredda vår informationsinsats har vårt arbete fortsatt med att utbilda vidareinformatörer under 2013. I samarbete med andra organisationer förstärker vi deras informatörer med fördjupade kunskaper om den allmänna pensionen. Vidareinformatörsutbildningarna har två huvudspår. Ett där vi har hand om hela utbildningen själva och där den är koncentrerad till den allmänna pensionen. Målet för verksamheten är att mellan 300-350 vidareinformatörer ska utbildas varje år. Utbildningarna har hittills varit inriktade på fackliga företrädare hos LO och kommunernas budget- och skuldrådgivare. Det andra spåret syftar till att utbilda vidareinformatörer för att

informera om pensionsrelaterade förmåner som bostadstillägg till pensionärer samt förändringar i systemet.

Vi finns även med i Gilla Din Ekonomi, ett nätverk av myndigheter, rådgivningsbyråer, 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.

3.2 Individanpassad information

Pensionsmyndigheten har som mål att erbjuda vägledning till pensionsspararen och pensionären så 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.

3.2.1 Prognos till alla

Av ca 5,5 miljoner pensionssparare är idag ca 1,7 miljoner registrerade på Min Pension. Resterande ca 3,8 miljoner saknar alltså information om hela sin pension. Av dessa beräknas, mycket överslagsmässigt, ca 1,5 miljoner överhuvudtaget inte ta del av information via webben utan måste nås genom andra kanaler. De ca 2,3 miljoner som återstår kan nås via webben med budskap och verktyg som ger vägledning - men det måste ske utifrån pensionsspararnas egna villkor och förutsättningar för att bli framgångsrikt.

Under 2014 ska Pensionsmyndigheten erbjuda pensionssparare helhetsinformation om sin pension samt möjlighet till prognos genom att pensionsspararen själv ska kunna välja informationskanal. I samband med orange kuvert erbjuder vi pensionsspararna möjligheten att få en helhetsinformation av sin pension med möjlighet att göra en prognos på flera olika sätt. I en s.k. fripassagerare i orange kuvert 2014 frågar vi pensionsspararen om hur han/hon vill ha sin pensionsinformation. Utöver möjligheten att själv gå in på den webbaserade tjänsten vidgar vi antalet kanaler och erbjuder två nya kanaler, telefon och personligt möte. Vi ser även över möjligheten att kunna få prognos på papper 2015. Genom att dessutom bifoga en pin-kod direkt i orange kuvert bedömer vi att en viktig ”tröskel” kan undanröjas och att fler registrerar sig på Min Pension och gör pensionsprognoser.

Målgruppen för denna satsning är i första hand pensionssparare över 28 år med intresse för sin pension men som ännu inte aktivt använder webbtjänsten minpension.se eller har valt att få orange kuvert digitalt. I samband med utskicket är planen att vi genomför en omfattande informationskampanj för att skapa intresse. Vägledning av helhetsinformationen och möjlighet till prognos innebär att vi vägleder i de delar som prognosen är uppbyggd kring samt hänvisar till rätt aktör vid djupare frågor om tjänstepension och privat pensionssparande. Den allmänna pensionens delar kan vi ge helhetsinformation på.

I samband med att många fler pensions sparare får tillgång till sin pensionsprognos under 2014 ställs fler följdfrågor från kunderna. Detta gäller speciellt vid muntlig kommunikation där kunden kan ha ett intresse av fördjupad information kring pensionsrelaterade frågeställningar. När Pensionsmyndigheten svarar på dessa frågor kommer man att tillämpa principerna för hur myndigheten ska kommunicera, dvs. vara objektiva och sakliga, konsumentstödjande och informera om helheten. Pensionsmyndigheten kommer inte att ge råd i individuella val kring olika pensionsprodukter. En rad frågor kommer vi att vidareförmedla till rätt instans, vilket kan vara t.ex. valcentral, enskilt pensionsbolag eller till Konsumenternas försäkringsbyrå. Konsumenternas försäkringsbyrå hänvisar vi bl.a. till då kunden söker produktjämförelser och utvärderingar. När det gäller frågor kring specifika produkter kommer vi att hänvisa dessa vidare in till pensionsbolagen eller deras företrädare med hänsyn tagen till hur pensionsbolagen själva vill styra kundflödet.

Myndighetens uppgift är att vägleda på ett sådant sätt att kunden blir varse hur hennes/hans pensionssituation ser ut och blir stärkt i sin beslutsförmåga på pensionsområdet. Uttryckt i en beslutstrappa för finansiella tjänster kommer Pensionsmyndigheten i första hand att möta kunden i trappans två första steg, *Identifiera* respektive *Definiera*, där kunden söker fakta och analyserar sin egen situation. Detta beskrivs av bilden nedan (not. bilden bygger på Anders Andersons och Fredric Korlings bild av individens beslutstrappa i rapporten *Bättre reglering av konsumentinformation på området för finansiella tjänster*, Finansmarknadskommitténs rapport nr 10) :

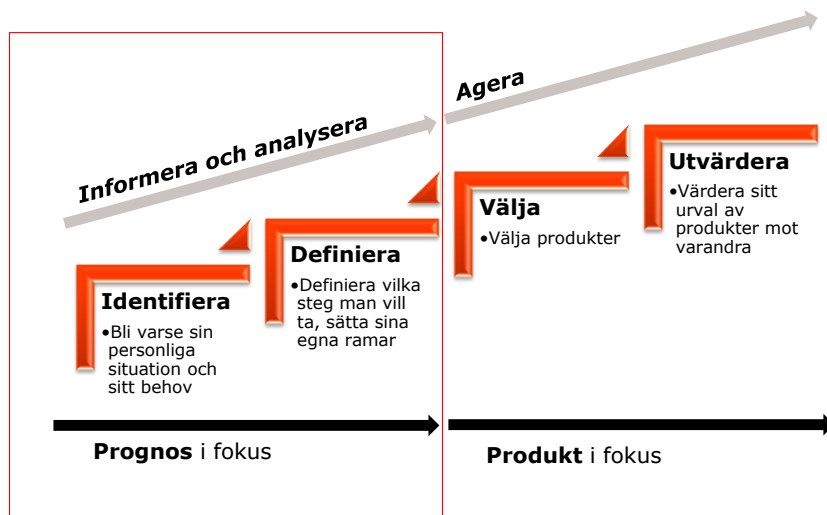


Bild 1 Pensionsmyndighetens roll i beslutstrappan

3.2.2 Simuleringar

Vi kommer även erbjuda de pensions sparare som går in via digitalt orange kuvert eller den särskilda kampanjsiten ett antal simuleringar som sammanfattas nedan.

- Jämför allmänna pensionen med andra genom att ge en förklaring till prognossiffran i årsbeskedet genom att jämföra mot genomsnittlig prognos i motsvarande inkomst- och åldersspann. Simuleringen baseras på ålder, månadslön och prognossiffran i årsbeskedet och svarar på om du ligger högre-, lägre eller enligt genomsnittet för andra i samma ålder och med samma inkomst.
- Se hur arbetslängd påverkar pensionsstorleken och visa hur val av olika åldersintervall påverkar pensionsstorleken. Simuleringen baseras på ålder när du börjar jobba och ålder när du planerar att gå i pension och svarar på om pensionen blir låg, medel eller hög.
- Visa hur mycket som sätts in i tjänstepension per månad vid olika inkomstintervall. Simuleringen baseras på månadslön och svarar på hur mycket som betalas in till din pension per månad.
- Se hur stor tjänstepensionen blir per månad baserat på månadsinkomst. Simuleringen baseras på månadslön och svarar på hur stor tjänstepensionen blir per månad om du väljer att ta ut tjänstepension hela livet, under 10 år eller under 5 år.
- Hjälpa användaren att förstå ifall de har tjänstepension eller inte. Simuleringen baseras på vart du jobbar och ifall kollektivavtal finns och svarar på ifall du har tjänstepension eller inte samt information om hur du går till väga för att ta reda på mer information från din arbetsgivare.
- Ger vägledning om ett eget pensionssparande och visar alternativ till sparande såsom högre amortering på bostadslån etc. Simuleringen ger vägledning om utfall att pensionsspara själv baserat på annat sparande, bostadssituation och inkomst.

Simuleringarna är baserade på de uppgifter som pensionsspararen själv anger och inte på faktiska underlag. För att simulera på tjänster inom tjänstepensionen eller den privat pensionssparande kommer vi hänvisa till Konsumenternas tjänster.

När det kommer till frågor om val inom premiepensionen erbjuder vi Fondvalsguiden.

3.2.3 Distribuerad web

Arbetet med distribuerad webb drivs av Min Pension inom ramen för ordinarie verksamhetsplan. På grund av den gemensamma satsningen Prognos till alla har vissa delar inom verksamhetsplanen fått prioriterats ner. En ny policy har tagits som innebär att andra aktörer än de som levererar information till Min Pension ska kunna distribuera sajten via t.ex. sitt Intranät mot en avgift. Det är en avvikelse från den policy som tidigare varit rådande då man enbart har haft möjlighet att distribuera Min Pension om man är informationslämnare. Intresset för detta kommer troligtvis inledningsvis att vara större företag. För pensionsspararen innebär distribuerad web att helhetsinformationen om pension finns tillgänglig på fler arenor där pensionsspararen kan fatta intresse för informationen.

3.2.4 Prognosstandard

En gemensam prognosstandard ger möjlighet att ge pensionsspararen svar på frågan vad de kan förvänta sig när de går i pension. Därför är prognosen ett månadsbelopp

som beräknats med utgångspunkt från hypotesen oförändrade inkomster, premieinbetalningar och oförändrade lagregler och andra regler. Dock räknas den om med grund i ökade livslängder enligt SCB:s prognos för huvudscenariot.

Det är en stor konsumentnytta då det motsvarar ett jämförpris i butiken eller i Taxifönstret. Nu finns standarden om man går in på Min Pension men i alla de utskick som respektive bolag gör tillämpar de sina egna antaganden.

3.2.5 Fullmaktsnod

E-delegationen har tidigare gett Pensionsmyndigheten i uppdrag att analysera förutsättningarna för att skapa en elektronisk fullmaktsnod inom försäkringsområdet. Olika lösningsalternativ för en elektronisk fullmaktsnod har identifierats i förstudien 2012 och analyserats och utvärderats i en fördjupad förstudie 2013.

Syftet med fullmaktstjänsten är att skapa ökad individnytta för privatpersoner, myndigheter och företagare på ett tryggt och säkert sätt samt genom att förenkla, effektivisera och öka rättssäkerheten i fullmaktshantering.

Projektet för försäkringsfullmakter presenterade i januari en fördjupad förstudierapport. Ett lösningsförslag till en elektronisk fullmaktsnod var klart i juni.

I arbetet med den elektroniska fullmaktsnoden står vi nu inför att branschen ska komma överens och besluta om ägande, styrning, organisation och affärsmodell. Parterna har inlett en dialog i positiv anda med ett gemensamt intresse att enas kring en elektronisk fullmaktsnod.

En överenskommelse förväntas ske mellan Svensk Försäkring, Svensk Försäkringsförmedlares förening och Pensionsmyndigheten under senhösten av 2013 för att komma till ett beslut om ett genomförande. Utvecklingen kan tidigast starta början av 2014 och ett införande kan eventuellt vara möjligt under 2014.

Pensionsmyndigheten kommer vara med och lånefinansiera en utveckling och tittar nu på hur det ska ske.

För att kunna gå in i ett genomförande krävs att ett aktiebolag bildas. Förslaget är att Svensk Försäkring och Svenska Försäkringsförmedlares förening (SFM) blir nodens ägare. Styrelsen ska dels bestå av ägarna och dels av Pensionsmyndigheten som blir ordförande. Till sin hjälp har styrelsen en samverkansgrupp med medlemmar från bl.a. valcentraler. Konsumentorganisationerna deltar via samverkansgruppen för att säkerställa konsumentnyttan. Aktiebolaget ska inte vara vinstdrivande och genom att samordna administrationen med andra bolag i "sfären" kan verksamheten bedrivas kostnadseffektivt. Bolaget tar betalt genom en kombination av fasta och rörliga avgifter för samtliga aktörer.

Ett av Pensionsmyndighetens viktigaste mål och uppdrag är att fler ska få ökad kunskap och förståelse för vilken total pension man kan förvänta sig, och på så vis bli bättre rustade som konsument. Konsumentundersökningen som utredningen om fullmaktsnoden genomfört visar att den lösning som föreslås kan ge en stor nytta för individen och har ett stort konsumentintresse. En elektronisk lösning ger medborgaren en mer sammanhållen hantering och kontroll över sina fullmakter på ett säkert och effektivt sätt. För Pensionsmyndigheten är konsumentnyttan det viktigaste skälet till

att medverka i projektet. Konsumentnyttan är att det ska bli enklare för pensions-spararna att få:

- En samlad överblick över sina fullmakter
- En ökad insyn och kontroll över sina fullmakter
- En större säkerhet som ger trygghet

3.2.6 Nationell ställföreträdartjänst

Det har pågått ett projekt avseende Nationell ställföreträdartjänst som innebär en effektivare hantering av ställföreträdarbeslut för gode män, överförmyndare och förvaltare. Pensionsmyndigheten har i samverkan med berörda myndigheter tagit fram underlag för att kunna fatta beslut om att starta utvecklingen av en nationell ställföreträdartjänst. Lagändringsförslag är skickat till justitiedepartementet och vi en inväntar lag-/förordningsändring. Det är ännu inte bestämt var en utveckling ska ske.

4 Övriga konsumentstärkande åtgärder

Den tredje och sista delen i inriktningen är den del som är ny för myndigheten. Här behöver vi starta förändringen genom att skapa processer, arbetssätt, kompetens med mera för att stärka pensionsspararnas och pensionärernas ställning som konsument. Detta innefattar både att arbeta aktivt och påverka förval och föreslå ändringar i regelverken men även att påverka de aktörer som finns inom pensionsområdet. Denna del stöder även de andra två inriktningarna eftersom vi där behöver kunna ta ställning till olika tjänster och produkter för att kunna ge bra vägledning och information. Denna del motsvarar till stor del steg 4 i beslutstrappan.

Inriktningen rymmer ett flertal aktiviteter som behöver organiseras, planeras och resurssättas på myndigheten. I någon omfattning bedrivs idag verksamhet på myndigheten som kan sägas ha ett konsumentstärkande syfte. Redan myndighetens informationsuppdrag syftar till att pensionssparare och pensionärer ska förstå helheten och vilka faktorer som påverkar den slutliga pensionen. Informationen ger på det sättet ett visst skydd mot att som konsument göra val på pensionsområdet som inte är medvetna, motiverade eller lämpliga. Här är samarbetet med Minpension centralt.

För att fullt ut arbeta proaktivt i konsumenternas intresse kommer myndigheten att behöva etablera och utveckla en rad verksamheter som inte finns idag. En sådan utveckling kommer att behöva ske etappvis och under en tidsrymd som sträcker sig längre bort än utgången av 2013.

I valet av konsumentstärkande åtgärder behöver viss samordning ske internt samtidigt som myndigheten bör ta vara på de möjligheter till samverkan med Finansinspektionen och Konsumentverket som bedöms nödvändiga för att åtgärderna ska få bästa möjliga genomslag på finansmarknaden. En utgångspunkt här är att de tjänster och produkter som marknadsförs och säljs inom pensionsområdet också är en del av det utbud som finns på finansmarknaden. Här är Konsumenternas Bank- och finansbyrå även en given samverkanspart.

För att myndigheterna tillsammans ska kunna åstadkomma ett ökat konsumentskydd här, finns starka skäl för att genomföra aktiviteter i ett samverkansarbete som har det tydliga syftet att vara en motvikt till de aktörer som finns på finansmarknaden och som med olika tjänster och produkter t.ex. vänder sig till pensionsspararna och pensionärerna. Det är ett faktum idag att dessa produkter ofta är komplicerade och därför kan vara svåra att förstå och värdera utifrån risk, nytta och kostnader, inte minst eftersom resultatet av sparandet i regel inte syns förrän långt fram i tiden. Till det kommer att konsumenten ofta befinner sig i ett kunskapsunderläge. Enkelt uttryckt finns en obalans mellan parterna på finansmarknaden som Pensionsmyndigheten tillsammans med Finansinspektionen och Konsumentverket har anledning att utjämna.

Pensionsmyndigheten har inte bedömt att den nya inriktningen föranleder något behov av större organisationsförändring utan snarare förändringar av ansvarsområden, processer och arbetssätt.

4.1 Samverkan med tillsynsinstanser

Pensionsmyndigheten har genomfört ett möte med Finansinspektionen och Konsumentverket inom ramen för våra konsumentuppdrag i regleringsbrevet där

formerna för kommande samverkan diskuterades. Ett första möte med Konsumenternas bank- och finansbyrå har genomförts där gemensamma beröringspunkter diskuterades och förslag på vidare samverkan.

4.2 Åtgärder i anledning av att klagomål på rådgivnings- och förvaltningsföretagen

Pensionsmyndighetens kundservice tar årligen emot ett stort antal samtal (även mail förekommer) från pensionssparare och pensionärer som framför klagomål på olika rådgivnings- och förvaltningsföretag. Ofta gäller klagomålen det sätt på vilket företagen marknadsför sina tjänster om förvaltning av premiepensionsmedel. En mindre del av dessa samtal leder till att kundservicehandläggaren, enligt den rutin som finns, underrättar juridikavdelningen (chefsjuristen) om klagomålet. Det gäller särskilt om samtalet är av mer allvarlig beskaffenhet och t.ex. handlar om metoder som innebär att företagen bryter på olika sätt mot bestämmelserna om god marknadsföring. Det förekommer också att samtalen föranleds av att kunden hamnat i en situation som den inte kan hantera och därför vill att myndigheten ska driva ett ärende hos en annan myndighet för dennes räkning. Det kan då vara så att kunden vill att Pensionsmyndigheten ska kontakta eller initiera ett ärende hos Konsumentverket eller Finansinspektionen, eller tillsammans med dessa myndigheter vidta åtgärder som gör att kunden kommer ur den uppkomna situationen (utan kostnader eller andra oönskade konsekvenser). Eftersom det inte ingår i Pensionsmyndighetens uppdrag att driva en sådan kunds ärende hos andra myndigheter eller domstolar, lämnar vi istället information om hur kunden själv kan ta tillvara sina rättigheter och hur det i så fall går till. I många fall bör kunden i första hand vända sig till det aktuella företaget och framföra sina klagomål där. I andra fall kan det vara aktuellt för kunden att initiera ett ärende hos Allmänna Reklamationsnämnden.

Under 2013 kan klagomålen delas in i sex olika kategorier och avse följande problem:

- Kunden (pensionsspararen eller pensionären) har problem att komma ur ett avtal som den inte anser sig ha ingått med företaget (ofta handlar det här om att hantera en faktura som kommit avseende den avtalade tjänsten).
- Företagets marknadsföring har varit påträngande eller obehaglig (sällan kvalificerar den sig till att anses vara aggressiv i meningen att hot förekommit).
- Företagets marknadsföring har varit sådan att felaktiga uppgifter har lämnats av telefonsäljaren om t.ex. Pensionsmyndighetens uppdrag, pensionssystemet utformning, konsekvenser av olika val inom premiepensionssystemet eller om konsekvenserna av att inte välja fonder aktivt utan istället låta premiepensionsmedlen förvaltas av Sjunde AP-fonden (Såfan).
- Företagets marknadsföring anger historisk avkastning på ett otillåtet sätt (ofta används grafer som på ett eller annat sätt ger intryck av att avkastningen varit stor eller i relation till andra alternativ bättre).
- Företagets säljare påstår att man erbjuder tjänsterna på uppdrag av Pensionsmyndigheten (eller mer vanligt PPM).

Fondbyte skett utan att företaget haft ett uppdrag från kunden.

Den här kategorin har inte förekommit tidigare utan är ett problem som uppkommit i samband med att ett förvaltningsföretag under sommaren 2013 förvärvat ett annat företags kundstock (och innehav av kundernas pinkoder) innan det senare företaget försattes i konkurs. Utöver Pensionsmyndigheten (angående misstanke om att massfondbyte skett samt att fonder bytts för kunders räkning trots att företaget inte säkerställt att det haft kundernas uppdrag) har såväl Finansinspektionen (angående frågan om grund för återkallelse av det förvärvande företags tillstånd att driva försäkringsförmedling och investeringsrådgivning) som Ekobrottsmyndigheten (angående frågan om brott begåtts i samband med att kundstocken överläts och fonder bytts) varit engagerade i det aktuella fallet varvid viss myndighetssamverkan förekommit.

Tidigare (under 2011 och 2012) har Pensionsmyndigheten överlämnat en sammanställning till Konsumentverket av olika klagomål som lämnats till vår kundservice angående företagets ageranden. Sammanställningen har inte haft karaktären av en formell anmälan utan har varit information som Konsumentverket självständigt hanterat och kunnat agera utifrån. Konsumentverket har med denna sammanställning prövat vilka tillsynsåtgärder som bör vidtas i de olika beskrivna fallen. I några fall har Konsumentverket fattat beslut med vitesföreläggande för det aktuella företaget att upphöra med det agerande som Konsumentverket ansett strida mot t.ex. marknadsföringslagens bestämmelser.

Under 2013 har Pensionsmyndigheten valt att i första hand ta kontakt med ledningen (styrelseordförande eller VD) för det företag som det riktats klagomål mot, eller den på företaget som är ansvarig för regelefterlevnaden. Endast i ett fall under 2013 har kontakter tagits mellan Pensionsmyndigheten och Konsumentverket. Detta beror på flera saker. De frågor som Pensionsmyndighetens chefsjurist underrättats om av vår kundservice har varit av den karaktären att det bedömts mer effektivt att vända sig direkt till företaget. I vissa fall har det varit oklart vad som hänt och sagts eller osäkert om det företaget påståtts gjort är av sådant slag att det finns anledning att rapportera det vidare till olika tillsynsmyndigheter. Osäkerheten kan bestå i att kunden missuppfattat saker som sagts eller av annan anledning varit missnöjd med den kontakt som företaget via sina säljare haft med kunden. I dessa fall har företaget genom sin klagomålshantering uppmärksammats på klagomålet och kunnat vidta rättelse eller korrigerat den säljare som begått fel. I de fall som förekommit och som varit av mer allvarligt slag, har kunden själv ofta redan anmält saken till t.ex. Konsumentverket eller Finansinspektionen innan kontakten tas med Pensionsmyndigheten.

I ett fall under 2013 har Pensionsmyndigheten varit i kontakt med Konsumentverket därför att fråga varit om otillåten marknadsföring av och information om avkastningen hos en av de fonder som är valbara inom premiepensionssystemet. I det fallet hade företaget använt en graf som på ett vilseledande sätt redovisade historisk avkastning, och Konsumentverket som fått en anmälan om det tog då kontakt med chefsjuristen på Pensionsmyndigheten för att diskutera ärendet.

Fortsättningsvis kommer en bedömning göras av i vilka fall som det är mest effektivt för Pensionsmyndigheten (och pensionsspararen) att vända sig till ett aktuellt företag för en diskussion, och när Pensionsmyndigheten istället bör vända sig till Konsumentverket för åtgärder som faller inom ramen för den myndighetens ansvarsområde. På samma sätt kan det bli aktuellt att överväga när kontakt ska tas med Finansinspektionen. En utgångspunkt här är att Pensionsmyndigheten alltid ska hänvisa en kund till den myndighet som har i uppdrag att ta hand om ett ärende eller en fråga. I det fall under sommaren 2013 när ett företag misstänks för att ha genomfört fondbyten för pensionssparare utan deras uppdrag, har som framkommer ovan.

Pensionsmyndigheten, Finansinspektionen samt Ekobrottsmyndigheten utifrån sina respektive ansvarsområden vidtagit åtgärder för att hävda pensionsspararnas intressen. För Pensionsmyndighetens del har det inneburit att misstanke om massfondbyten utretts och att det förvärvande företagetombetts styrka att man haft kundernas uppdrag att byta fonder för deras räkning.

4.3 Säkerheten stärks för pensionssparare och pensionärer genom att införa krav på e-leg på fondbyten

Från februari 2014 kommer myndigheten att stoppa att fondbyten kan ske med en pinkod som inloggning och istället kräva e-leg. Syftet med att ta bort inloggning med pinkod för fondbyten är att öka säkerheten för pensionssparare och pensionärer. Pensionsmyndigheten behåller möjligheten för inloggning med pinkod för andra tjänster, till exempel för att göra en prognos för sin pension. Genom att genomföra detta ökar vi säkerheten för pensionssparare och pensionärer när det gäller att genomföra transaktioner. Det ger även möjlighet att förhindra att hel- eller halvmaskinella massfondbyten sker, så kallade massfondbyten.

4.4 Ny konsumentportal

Regeringen har gett Konsumentverket i uppdrag att starta en nationell konsumentupplysning vilket kommer påverka Pensionsmyndigheten.

Uppdraget, som beskrivs som en ”lättillgänglig konsumentupplysning”, innebär att Konsumentverket ska bygga upp en nationell, webbaserad tjänst med samlad konsumentinformation från en rad myndigheter och konsumentbyråerna. Konsumentverket ska också bemanna en vägledningstjänst dit man ska kunna ringa eller maila för att få råd och stöd. Ett telefonnummer, en mejl- och webbadress ska göra det enklare för konsumenterna att hitta rätt.

Konsumenterna ska få svar på frågor om rättigheter och skyldigheter före och efter ett köp, men också hur man som konsument kan bidra till en mer hållbar konsumtion, informationen ska vara övergripande och vägledande och utgå från konsumentens behov och vara en helhetslösning mellan statliga myndigheter, rådgivningsbyråer och den kommunala konsumentvägledningen. Vill man veta mer som konsument ska man få stöd i att veta var man ska vända sig.

Bakom regeringens beslut ligger betänkandet Konsumenten i centrum – ett framtida konsumentstöd, SOU 2012:43. Där föreslås en statlig konsumentupplysning med

Konsumentverket som ansvarig myndighet. Verkets roll blir nu att i samarbete med andra berörda myndigheter samordna den information som ska rymmas i den webbaserade tjänsten. Pensionsmyndigheten är en av de myndigheter som ska delta i den nya portalen. Formerna för löpande samverkan i utveckling och förvaltning av portalen är viktiga för att säkra implementeringen av portalen, men också en förutsättning för att anpassad, relevant och kvalitetssäkrad information kan lämnas till konsumenterna.

Enligt förslaget blir Pensionsmyndigheten andra linjens support till den vägledande supporten via telefon. Det ligger helt i linje med myndighetens ambition att ge pensionssparare och pensionärer mer fördjupad vägledning i pensionsfrågor. Redan av det skälet är det viktigt att Pensionsmyndigheten bidrar till portalen med pensionsinformation. Här kommer det uppstå ett behov av att se över vilka gränsdragningar som kommer finnas mellan första linjens support och andra linjens support samt vilken information och tjänster som ska finnas i den gemensamma portalen.

Pensionsmyndigheten kommer att delta i arbetet och det behöver prioriteras under 2014 vilket kommer vara en omfattande och resurskrävande insats.

4.5 Uppmärksammat konsumentvänliga produkter och tjänster

Myndigheten har i år anställt en pensionsexpert som lyfts fram som talesperson i konsumentfrågor, bland annat som moderator under Almedalsveckan. Från april har experten lyfts fram i olika möjliga sammanhang, bland annat intervjuer i tidningar, lokalradio, P1 Plånboken och Handelsbanken TV. Rollen har uppfattats som en naturlig ingång för journalister som blivit hänvisade till experten.

Vår medverkan i medierapportering kring förvaltningstjänster har varit konsumentinriktad. Detta har gällt löpande rapportering och pensionstips men också i samband med nyhetstoppar som sommarens konkurs för Positiv Pension och flytten till Strategi Placering.

Vi har i princip hamrat in i varje möjligt tillfälle att förvaltningstjänster är en onödig tjänst som inte lönar sig. Detta har upprepats i pressmeddelanden, på Twitter, i bakgrundssamtal med journalister samt branschsnack i exempelvis Almedalen.

Med tanke på enstaka kommentarer till oss på exempelvis Twitter från förvaltningstjänstföreträdare så är de medialt sätt i extremt bakvatten. Däremot är kunderna de riktar sig till inte samma som läser nyheter om pension och ekonomi, varför vi måste hitta andra medier att nå dessa pensionssparare.

5 Mått och mätetal

De långsiktiga effekterna som myndigheten tillsammans med andra aktörer vill uppnå är:

- Mer förutsebar ekonomisk situation för pensionssparare och pensionärer
- Pensionssparare och pensionärer fattar (har möjlighet att fatta) medvetna beslut i pensionsfrågor
- Bra pensionsprodukter och ett ökat konsumentskydd för pensionssparare och pensionärer inom pensionsområdet.

5.1 Mer förutsebar ekonomisk situation för pensionssparare och pensionärer. Pensionssparare och pensionärer fattar (har möjlighet att fatta) medvetna beslut i pensionsfrågor

För att mäta effekterna/målen ser vi att vi inom de två första områdena ska mäta kvalitén och tillgänglighet på informationen, hur många (antal vi nått) som tagit till sig informationen samt hur pensionärer och pensionssparare uppfattar informationen samt om den gett dem det beslutsunderlaget de anser sig behöva och om de med detta agerar på något sätt. Exempel på mått vi har för avsikt att följa för pensionssparare är:

- Andel kapital i prognostjänsten Min Pension
- Kvalitén på uppgifter i prognostjänsten Min Pension
- Antal som tagit del av innehållet i prognosen
- Pensionsspararnas uppfattning om prognostjänsten, om de förstått innehållet, om det är användbart för att fatta beslut i pensionsfrågor.
- Antal pensionssparare vi nått i olika kanaler med information (innefattar uppsökande verksamhet)
- Andel pensionssparare som varit i kontakt med oss som anser att de fått en bra vägledning inom pensionsområdet

På samma sätt avser vi att mäta för pensionärer, exempel på mått vi följer där är

- Utbetalning av pension i rätt tid med rätt belopp
- Kvalitén på beslut om förmån samt att pensionären har de förmåner de har rätt till
- Pensionärens uppfattning om besluten av de förmåner de har, om de förstått innehållet samt om det är användbart för att fatta beslut i pensionsfrågor.

5.2 Bra pensionsprodukter och ett ökat konsumentskydd för pensionssparare och pensionärer inom pensionsområdet.

Den sista korta effekten uppnås i större omfattning i korrelation med vad andra aktörer gör. En indikator som vi avser att följa är konsumenternas upplevelse av transparens i tjänsterna investerings- och pensionstjänster, som idag upplevs som minst transparenta och är också en av de tio marknader där respekten för konsumentskyddet upplevs som lägst. Undersökningen genomförs av Konsumentverket årligen enligt regeringsuppdrag. Andra exempel på mått som vi avser att följa är andel som har förvaltnings-tjänster, antal klagomål vi fått från pensionärer och pensionssparare samt åtgärder för dessa, andel av befolkningen som har tjänstepension samt antal anmälningar/ärenden hos Konsumentverket, Allmänna reklamationsnämnden, Finansinspektionen och Konsumenternas bank- och försäkringsbyrå.

Pensionsmyndigheten har för avsikt att börja redovisa vissa mått redan i årsredovisning för 2013. I Årsredovisning 2014 förväntas alla mått kunna redovisas.