

Behov for å heve kompetansen i salg og rådgivning i finansnæringen

– ny sertifiseringsordning for selgere i skadeforsikring

av Mia Ebeltoft



Mia Ebeltoft
mia.ebeltoft@fnh.no

Finansbransjen gjennom FNH har i år satt samfunnsansvar på sin felles agenda. Skadeforsikringsbransjen har i flere år arbeidet aktivt med å kartlegge og forstå bedre hvorfor man har et forholdsvis dårlig omdømme. Som en del av dette arbeidet har bransjen, i samarbeid med Forbrukerrådet, arbeidet fram en felles forbrukerundersøkelse om omdømme i skadeforsikring. Denne står sentralt for etableringen av fire konkrete tiltak bransjen nå setter i gang. Det kanskje viktigste av disse tiltakene er etableringen av en obligatorisk sertifiseringsordning som skal omfatte alle selgere og rådgivere og sikre kvalitet i salg og rådgivning slik at kunden foretar gode og riktige valg.

Grådighet

”Årsaken til finanskrisen er uansvarlighet og grådighet i finansnæringen,” skriver professor i jus ved Universitetet i Oslo Hans Petter Graver i et debattinnlegg i Aftenposten 28. oktober. Selv om Graver videre refererer til ”det internasjonale kapitalmarkedet” som de grådige, nevner han DnBNOR og Storebrand som eksempler på norske bedrifter som selger seg som samfunnsansvarlige aktører, samtidig som de er profittjegere hvor kunden er den tapende part.

På toppen av det hele kommer nå DnBNOR, som Norges største bank med staten som største eier, i søkelyset på bakgrunn av mistanke om misbruk av innsideinformasjon i forbindelse med den norske regjeringens krise-pakke til bankene. Regjeringen har nå signalisert en mulig gjennomgang og innskjerping av regelverket for finansbransjen.

Dette er alvorlige beskyldninger som tilsier debatt i egne miljøer, selv om bildet nok er mer sammensatt enn det man får inntrykk av gjennom media og fra ulike aktører med ulike interesser og roller.

Dette er alvorlige beskyldninger som tilsier debatt i egne miljøer. Men at det norske finansmarked generelt er uansvarlig og grådig og derigjennom ansvarlig for finanskrisen, må betegnes som direkte feil. Før finanskrisen nådde Norge, var fokuset rettet mot måten salg av enkelte finansielle produkter skjedde på. Mange kunder, ikke minst eldre damer, opplevde at de hadde blitt forespeilet mer enn produktet innfridde, i mange tilfeller basert på at selger eller rådgiver ikke satte kundens behov og evne til å forstå i fokus. Dette er noe bransjen forsøker å gjøre noe med, også ved salg skadeforsikring.

Mia Ebeltoft er jurist og underdirektør i Skadepolitisk avdeling i Finansnæringens Hovedorganisasjon.

Hva gjør finansbransjen i fellesskap for å bedre sitt omdømme og ta sitt samfunnsansvar?

Hovedstyret i Finansnæringens Hovedorganisasjon (FNH) har vedtatt at bransjen i regi av FNH skal arbeide med tiltak innenfor CSR (*Corporate Social Responsibility*) eller det vi på norsk kaller samfunnsansvar. Dette betyr ikke at ikke også det enkelte medlem har, eller fortsatt vil ha, et sterkt fokus på temaet. Men det vil bli løftet opp og frem på mange selskapers agenda og virke forpliktende. Fallet for Storebrand er naturlig nok adskillig større når de har vært såpass tydelige på at de er en bedrift med fokus på samfunnsansvar. Hvordan FNH arbeider med temaet kan du lese i en artikkel Tonje Westby i FNH skrev i NFT nr. 2/2008, s. 171 ff.

Ett viktig poeng i Hans Petter Graver innlegg er at han etterlyser at samfunnsansvaret rettes inn mot ”utførelsen av egen kjernevirksomhet”.

Dette ligger inne i FNHs arbeid. Men temaet samfunnsansvar er stort og et nytt arbeidsfelt for en bransjeorganisasjon som til daglig arbeider med rammebetingelser og finansfag, og med en medlemsmasse som består av livsforsikringsselskaper, skadeforsikringsselskaper og banker med ulik ”kjernevirksomhet”. Den ene driver med salg av bilforsikring, den andre med salg av sammensatte spareprodukter. Vi er derfor avhengig av gode åpne diskusjoner med tiltak solid forankret hos alle våre medlemmer.

Autorisasjonsordning for finansiell rådgivning

Fokus på kunnskapsheving i bransjen er en måte å ta samfunnsansvar på. Bransjen er nå i gang med å sette ut i livet to viktige felles tiltak. Det ene er et samarbeidsprosjekt bestående av fire bransjeorganisasjoner (FNH, Sparebankforeningen, Verdipapirfondenes

forening og Finansforbundet) som sammen har etablert en nasjonal autorisasjonsordning for finansielle rådgivere. Vi har som målsetting at ordningen skal være på plass fra årsskiftet. Dette arbeidet startet lenge før nye og tøffere krav til selgere av finansielle instrumenter ble gitt gjennom MiFID-direktivet og verdipapirhandelsloven.

Autorisasjonsprøven har et sterkt innslag av etikk. Den omfatter tre områder: Kunnskap, holdninger/etikk og rådgivningsferdighet. Den nasjonale autorisasjonsordningen vil erstatte bedriftsinterne sertifiseringsordninger som bygger på minstekrav til kompetanse fra 2003. Målet med å flytte kompetanse fra den enkelte bedrift til en felles nasjonal ordning er å skape høyere grad av legitimitet og troverdighet hos myndigheter, publikum og i finansbedriftene.

Det andre tiltaket er en felles sertifiseringsordning for selgere i skadeforsikring.

Felles omdømmeundersøkelse med Forbrukerrådet

En autorisasjonsordning finnes også for rådgivere av forsikringsprodukter. Det er FNH som autoriserer, mens selve utdannelsen skjer i regi av Handelshøyskolen BI. Ordningen har sitt eget styre. Ordningen har nylig vært revurdert og utvidet med en ”allmenn” del samt at man har forsøkt å synliggjøre bedre hvordan autorisasjonsordningen kan flettes inn i gradsgivende utdanning – i første rekke en bachelorgrad. Denne ordningen er en viktig del av bransjens rygggrad.

Skadeforsikringsselskapene, gjennom sitt styre Bransjestyret risiko og skade (BRS) i FNH, ble i oktober enige om å etablere en bransjefelles sertifiseringsordning for selgere av skadeforsikringsprodukter. I arbeidet frem mot en slik løsning så man at den eksisterende autorisasjonsordningen ikke nådde ut til de aller fleste selgerne i bransjen, og man valgte en egen ordning kun for disse. Mange av disse

selgerne ønsker ingen karriere i selskapet og for dem er dagens autorisasjonsordning derfor ikke aktuell. Med sertifiseringsordningen vil man sikre et felles grunnleggende nivå hvor etikk står sentralt.

Bakgrunnen for etableringen ligger i noen for bransjen forholdsvis begredelige resultater fra en stor og grundig forbrukerundersøkelse om bransjens omdømme som FNH laget i fellesskap med Forbrukerrådet i 2007. Undersøkelsen er den første i sitt slag hvor man har gått langt dypere og mer grundig til verks enn andre undersøkelser for bedre å få tak i de mer emosjonelle sidene ved at folk flest har et dårlig bilde av skadeforsikringsbransjen. Det ble først gjort en kvantitativ undersøkelse hvor man intervjuet forbrukere, politikere, skadejurister samt personer i selskapene. På bakgrunn av disse dybdeintervjuene ble det laget spørsmål som ble besvart av 1050 forbrukere. De mest negative funn fra undersøkelsen viste at de fleste forbrukerne oppfattet bransjen som utilgjengelig og grådig, med menn i mørke dresser i flotte dyre bygninger. Flertallet trodde forsikringsvilkårene ble laget vanskelige med vilje og at de var ugjennomtrentelige, og de var usikre på hva de faktisk var dekket for eller hvor langt deknningen rakk. Videre opplevde forbrukerne at bransjen forsøker å holde igjen skadeutbetalinger, at halve premien ender som ren fortjeneste hos selskapene og at når skaden først er der, er det liten hjelp eller støtte å få.

Formålet med å etablere en sertifiseringsordning for selger (og rådgivere) er å øke deres kompetanse i eget produkt, i relevant lovgivning og ikke minst en mer aktiv forståelse og aktivitet i forhold til behovsavdekning hos kunden.

Til forskjell fra autorisasjonsordningen skal all opplæring skje i det enkelte selskap. Ordningen gir heller ingen studiepoeng

Vedtaket i Bransjestyre risiko og skade er basert på forslag fra en arbeidsgruppe med deltakere fra 6 selskaper, FNH og Forbruker-

rådet. Undertegnende har hatt gleden av å sitte både i gruppen som utarbeidet omdømmeundersøkelsen og sertifiseringstiltaket. De som har arbeidet med disse prosjektene opplever at samspillet med Forbrukerrådet har gitt verdifulle og spennende diskusjoner og nye kunnskapsbilder innen forbrukerpolitikk som forhåpentligvis vil reflekteres inn i kommende arbeidsprosesser og visjoner hos begge "parter".

Tilsvarende tilbakemelding har også kommet fra Forbrukerrådet, og FNH håper organisasjonen kan fortsette også den nye dialogen med Randi Flesland (tidligere NSB og Avinor) som administrerende direktør.

Kundens behov i sentrum

Omdømmeundersøkelsen ga tydelige signaler på at kunden var usikker på hva som egentlig lå i forsikringsdekningen, og om de hadde kjøpt den rette forsikringsdekningen. Den overordnede målsetningen med sertifiseringsordningen er som nevnt å sikre kvalitet i salg og rådgivning slik at kunden foretar gode og riktige valg. Salg av skadeforsikring skal være basert på kundebehov, og sertifiseringsordningen skal gjøre selger bedre i stand til å identifisere disse.

Sertifiseringsordningen omfatter i første fase alle medarbeidere som jobber med forsikrings-salg og rådgivning i distribusjonskanaler som tilbyr det totale spekter av private skadeforsikringer. Dette betyr at salg gjennom bilforhandlere og eiendomsmeglere ikke inngår i ordningen, men vil kunne fases inn senere.

Det enkelte forsikringsselskap må tiltre ordningen. En liste over hvilke selskaper som har tiltrådt vil bli lagt på Forbrukerrådets nettside.

Innholdet i sertifiseringen

Innholdet i sertifiseringen bygger på kunnskap, etikk og rådgivningsferdighet. Mange forsikringsselskaper har egne institusjoner for

opplæring, men nå løftes og synliggjøres kompetansen i stedet gjennom en felles ordning med felles rammer.

Selger må naturlig nok kjenne til relevante lover om informasjons- og opplysningsplikt. Videre vil man at forsikringsselskapet utarbeider standardspørsmål for selgerne i salgsfasen for å sikre bedre oppfyllelse av kravet i forsikringsavtaleloven om at selger skal opplyse om "vesentlige begrensninger".

Selger må også være oppdatert på eksisterende bransjeavtaler (som utarbeides i FNH-regi) hvor formålet er å holde selgerne noe i sjakk i forhold til uheldige metoder for å kapre kunder.

Selger skal også kjenne til selskapets visjon og verdinormer og bedre forstå hva produktet ikke dekker, samt hva som er de vanligste misforståelser om dekningen hos kunden. Selger må få bedre kunnskap om hvordan skadeoppgjøret foregår og kjenne til oppgjørspraksis gjennom oppgjørssaker som belyser dette. Bakgrunn for og reglene for sikkerhetsforskrifter ligger også inne i ordningen.

Det er utarbeidet 6 adferdsregler for god rådgivnings- og selgerskikk:

1. Alt salg og all rådgivning skal ta utgangspunkt i kundens forsikringsbehov, og selger skal sette seg inn i forhold som kan være relevant for kundens valg av forsikringsløsning.
2. Selger skal legge frem de nødvendige opplysninger for kunden på en måte som kunden har forutsetninger for å forstå.
3. Selger skal fraråde en forsikring som åpenbart ikke er i kundens interesser eller behov.
4. Selger skal sørge for at kundens interesse går foran bedriftens og selgers egne interesser.
5. All informasjon skal være korrekt og klar og ikke villedende. Dersom selger ikke selv har tilstrekkelig kompetanse, skal kunden henvises til andre med dybdekompetanse.

6. Selger skal gi kunden beskjed om at han eller hun skal ta kontakt ved endringer i risikoen.

Mange av tankene og kravene bak sertifiseringsordningen bygger på autorisasjonsordningen for finansielle rådgiver. Mange av disse rådgiverne som sitter fysisk plassert i bankene, selger i dag eller er i ferd med å starte salg av skadeforsikringsprodukter og man slipper dermed "dobbel" kunnskapsprøve.

Kontrollkomité

For å sikre at sertifiseringsordningen gjennomføres på en god og tilfredsstillende måte opprettes det kontrollrutiner internt i selskapet og eksternt i regi av FNH. Dette for å sikre at selskapene legger seg på samme kvalitetsnivå og at de følger de rammer som ligger i ordningen.

Den eksterne komiteen vil ha en slags tilsynsrolle og skal bestå av personer fra Forbrukerrådet, Forsikringsklagekontoret og FNH. Komiteen skal ha ansvaret for å godkjenne at selskapenes sertifiseringsopplegg er i tråd med felles rammer og krav. Komiteen vil kunne etterprøve hvordan ordningen fungerer og etterleves i de ulike selskapene gjennom årlig rapportering fra selskapene. Komiteen kan også som en del av etterprøvingen ta "stikkprøver" gjennom stedlig besøk eller be om møte med representanter fra selskapet.

Et siste ris bak speilet, for å sikre god oppfølging i selskapene og at selskapene følger opp eventuelle tilbakemeldinger fra komiteen, er at Forbrukerrådet benytter en "svarteliste" på sitt nettsted over selskaper som bryter med formålet og reglene i ordningen.

Sertifiseringsordningen er ett av flere tiltak bransjen har satt i gang. *Så gjenstår det å se om man har lyktes i sitt mål om å på sikt å bedre sitt omdømme.*