

Granskning av fritidshusförsäkringar

1. Inledning

Enligt Statistiska centralbyrån finns det fler än 600 000 fritidshus i Sverige. Definitionen av ett fritidshus är ett småhus som ägs av en fysisk person men utan att någon är folkbokförd där.¹ Skador i, på och runt fritidshuset omfattas inte av konsumentens hem- eller villaförsäkring utan kräver en egen försäkring.²

Ett utmärkande drag hos fritidshus, som påverkar försäkringen för dem, är att husen enbart bebos delar av året och att fritidshuset kan ligga långt ifrån konsumentens permanentbostad. Detta kan öka risken för vissa typer av skador samt medföra att skador upptäcks sent och därför blir mer omfattande än vad de annars skulle ha blivit.³ Avståndet till fritidshuset, och att detta står under begränsad tillsyn, kan även göra det svårare för konsumenter att uppfylla aktsamhetskraven. Konsumenter riskerar då att få nedsatt eller till och med utebliven försäkringsersättning.⁴

Mot bakgrund av att skador på fritidshus kan uppgå till betydande värden, vilket gör försäkringar viktiga, att konsumenter inte kan antas ha närmare kunskaper om fritidshusförsäkringar samt att Konsumentverket inte tidigare har granskat försäkringstypen har denna granskning genomförts. Granskningen tar sikte på hur fritidshusförsäkringar marknadsförs, vilken information som lämnas om försäkringarna samt hur försäkringsvillkoren är utformade.

2. Syfte

Granskningens syfte är att kontrollera att marknadsföringen inte är otillbörlig, att informationen är tydlig och tillräckligt utförlig samt att avtalsvillkoren inte är oskäliga. Om så är fallet ges konsumenter förbättrade förutsättningar att,

¹ <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/miljo/markanvandning/fritidshusomraden/pong/statistiknyhet/fritidshusomraden-2020/>, kontrollerad den 8 februari 2024.

² Lösöre som tas med till fritidshuset kan dock omfattas av det så kallade bortaskyddet i konsumentens hem- eller villahemförsäkring.

³ Ett relativt vanligt exempel är frysta vattenrör som orsakar läckageskador. Ett annat exempel är skador orsakade av hussvamp. Faktorer som ökar risken för denna typ av skador är höga elpriser som har fått konsumenter att vilja hålla temperaturen nere i sina fritidshus, i kombination med kalla vintrar, stor snösmältning och blöta somrar vilket gör att luftfuktigheten är hög och att träet i byggnaderna därför inte hinner att torka upp. Hussvamp kan ligga latent och ha en snabb tillväxt när den har fått fäste.

⁴ Exempel kan vara att hålla tak skottade vid omfattande snöfall samt att ha tillräckligt hög temperatur i fritidshuset för att undvika att vattenledningar fryser.

utifrån sina behov och önskemål, fatta välgrundade affärsbeslut gällande fritidshusförsäkringar. Granskningen syftar också till att få en överblicksbild över marknaden för fritidshusförsäkringar samt att kommunicera de övergripande resultaten till både bransch och konsumenter.

3. Urval och avgränsningar

Granskningen omfattar nio olika försäkringsbolags marknadsföring, information och avtalsvillkor. Bedömningarna har gjorts i förhållande till MFL, FAL, och AVLK.⁵ I granskningen har också beaktats Svensk Försäkrings rekommendation om förköpsinformation⁶ samt regleringarna av standardiserade produktfaktblad för skadeförsäkringar riktade till konsumenter.⁷

Marknadsföringen har begränsats till att avse den marknadsföring som respektive bolag använde under det första halvåret 2023. Med marknadsföring avses reklam och andra åtgärder som är ägnade att främja försäljningen av fritidshusförsäkringen som exempelvis innehåll på webbplatser, inklusive köpta annonsplatser, inlägg i sociala medier samt samtalsmanus vid telefonförsäljning. Förköpsinformationen och avtalsvillkoren granskades utifrån de utformningar som de hade på respektive bolags webbplats i januari 2024.

Vissa försäkringsmoment har undantagits i granskningen såsom rättsskydd respektive ansvarsskydd.⁸ Bolagen paketerar också sina fritidshusförsäkringar på något olika sätt, vilket gör att det kan skilja sig åt om ett visst skydd ingår i basförsäkringen, i den utökade försäkringen eller finns som tilläggförsäkring. För att få så stor jämförbarhet som möjligt mellan bolagen, och för att kunna dra generella slutsatser, har vissa tilläggförsäkringar, som exempelvis småbåtsförsäkring, inte inkluderats i granskningen.

Fritidshusboenden kan se ut på olika sätt.⁹ Exempel på boenden som förekommer, men som inte omfattas av denna granskning, är när fritidshuset är en bostadsrätt, kolonistuga eller villavagn. Dessa boendeformer kan kräva anpassningar av försäkringen och konsumenten ombeds i regel i dessa fall att kontakta försäkringsbolaget. Om konsumenten äger fritidshuset tillsammans

⁵ Marknadsföringslagen (2008:486), MFL, försäkringsavtalslagen (2005:104), FAL och lag (1994:1512) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden, AVLK.

⁶ Rekommendationen gäller för konsumentförsäkringar. Den reviderade versionen av rekommendationen är från 2018 och kan läsas på <https://www.svenskforsakring.se/globalassets/rekommendationer/rekommendationer-om-information-till-kunder/rekommendation-om-forkopsinformation-antagen-2018.pdf>.

⁷ 5 kap. 13 § lag (2018:1219) om försäkringsdistribution, LFD, samt kommissionens genomförandeförordning (EU) 2017/1469 om ett standardiserat presentationsformat för produktfaktblad för försäkringsprodukter. I de fall fritidshusförsäkringen förmedlades, till exempel av en bank, har dock inte granskningen omfattat att granska informationen om försäkringsförmedlingen såsom upplysningar om produkturval, ersättningar och ansvarsförsäkring enligt 5 kap. LFD.

⁸ Rättsskyddet i hemförsäkringar granskades av Konsumentverket under 2022, Dnr 2022/203.

⁹ Jämför definitionen av fritidshus ovan i kapitel 1.

med någon annan, till exempel en släkting, omfattas även denna som regel av försäkringen, varför det enbart behövs en försäkring. Vad beträffar frågan om fritidshuset ska hyras ut hela eller delar av året, skiljer sig bolagens villkor åt och är inte heller helt tydliga.

Granskningen omfattar nedanstående nio försäkringsbolag. Aktörerna ger tillsammans enligt Konsumentverkets uppfattning en god bild och täckning av hur marknaden för fritidshusförsäkringar i Sverige ser ut idag.¹⁰

1. Dina Försäkring AB,
2. Folksam ömsesidig sakförsäkring,
3. Gjensidige Forsikring ASA Norge svensk filial,
4. ICA Försäkring AB,
5. If Skadeförsäkring AB,
6. Länsförsäkringar Göteborg och Bohuslän,
7. Tre Kronor Försäkring AB¹¹,
8. Trygg-Hansa Försäkring filial och
9. WaterCircles Sverige AB

4. Resultat

4.1 Allmänna iakttagelser

Enligt den så kallade produktfrihetsprincipen är försäkringsbolag fria att utforma sina produkter och prissätta dem utifrån vilka risker som bolagen är villiga att ta.¹² Flera villkor för fritidshusförsäkringar utmärks av att de är noga preciserade genom en omfattningsbestämmelse som det sedan knyts olika undantag och andra begränsningar till. Detta gör det svårare för konsumenter att förstå när de kan förvänta sig att få ersättning från försäkringen och ställer högre krav på bolagen när de ska utforma sin förköpsinformation och produktfaktablad.

Flera exempel kan lämnas på villkor som utgår ifrån vad som ersätts för att sedan koppla undantag och begränsningar till dessa. Följande kan tjäna som illustrativa exempel¹³ på vanligt förekommande händelser där konsumenter också troligtvis förväntar sig att fritidshusförsäkringen ska lämna ersättning:

¹⁰ Annorlunda formulerat, är det enligt Konsumentverkets bedömning troligt att de konsumenter som står inför att teckna en fritidshusförsäkring kommer att komma i kontakt med något eller flera av dessa bolag. Detsamma gäller för konsumenter som redan har tecknat en fritidshusförsäkring.

¹¹ Bolaget hade ingen egen marknadsföring av fritidshusförsäkringen. Istället har marknadsföringsmaterial inhämtats via Häradssparbanken Mönsterås, Sparbanken Nord, Sparbanken Skaraborg AB och Swedbank AB då bolagen, i egna varumärken, distribuerar Tre Kronors fritidshusförsäkring. Urvalet har bland annat baserats på bolagens storlek och/eller lokalisering.

¹² Riskerna medför kostnader för försäkringsbolagen men kommer slutligen att avspeglas på priset för försäkringen och därför belasta försäkringskollektivet.

¹³ Det betyder att villkoren inte är utformade på samma sätt hos samtliga bolag, varför variationer alltså kan finnas.

- Skador orsakade av "vilda djur" ingår i försäkringen. Dock ersätts inte skador som har orsakats av exempelvis råttor, möss, myror eller getingar, vilket bör vara relativt vanligt förekommande i fritidshus. Ersättning vid sådana skador lämnas dock för bekämpning och sanering, men inte för själva skadorna.
- Ersättning lämnas för skador på "byggnad" orsakade av hagel. Om byggnaden emellertid är inglasad, såsom ett växthus eller ett fristående uterum, vilka är särskilt utsatta för just hagel, ersätts inte skadorna.
- Vid storm (≥ 21 meter per sekund) ersätts skador på byggnader, men inte putsade fasader, vilka är vanliga i södra Sverige, och inte skador på exempelvis skorstensbeklädnad. Vid lägre vindstyrkor ersätts bara skador om de beror på att ett föremål har ryckts loss eller att exempelvis en flaggstång har blåst omkull och skadat byggnaden. I detta fall ersätts emellertid inte flaggstången.

Försäkringsvillkoren var av varierande omfattning hos de olika bolagen. I regel var de dock omfattande och i vissa fall uppemot 100 A4-sidor. Längden kan bland annat förklaras av att en tredjedel av bolagen använder villkor som är gemensamma för såväl fritidshus som för hem- och villaförsäkring. Enligt Konsumentverkets uppfattning, försvårar detta upplägg på ett påtagligt sätt läsningen och förståelsen av försäkringsvillkoren. Förutom att villkoren blir längre blir också strukturen svårare att följa. Framförallt blir det svårare för de konsumenter som har sin hem- eller villaförsäkring i annat försäkringsbolag¹⁴ att förstå om det som beskrivs i villkoret gäller för den *fritidshusförsäkring* som de har hos det aktuella bolaget. Om konsumentens hem- eller villaförsäkring finns hos annat bolag innebär också upplägget med gemensamma försäkringsvillkor att villkoren för fritidshusförsäkringen innehåller delar som överhuvudtaget inte ingår i fritidshusförsäkringar, såsom reseskydd, överfallsskydd, krishjälp och ID-skydd. Två tredjedelar av försäkringsbolagen i granskningen hade dock försäkringsvillkor som enbart avsåg fritidshusförsäkring, vilket Konsumentverket föredrar.

Andra inslag i fritidshusförsäkringar som är värda att observera är om försäkringen är tecknad som fullvärdesförsäkring eller som så kallad första risk med ett valt försäkringsbelopp. Om detta belopp är för lågt har konsumenten i och för sig betalat en lägre premie, men riskerar att försäkringen vid totalskada inte kommer att räcka till för att återuppbygga fritidshuset. Vidare bör de beloppsbegränsningar som gäller för olika typer av skador observeras, till exempel låga belopp för lös egendom, samt de olika avskrivningsregler som gäller olika typer av skadad egendom. Avskrivningstabellerna är i regel ganska detaljerade och över tid kan avskrivningarna bli betydande. I vissa villkor finns en uppmjukande formulering som innebär att om den procent som anges i avskrivningstabellen skulle leda till ett oskäligt resultat så tillämpas den inte.

¹⁴ Det bör också noteras att det finns försäkringsbolag som endast erbjuder hem- och villaförsäkring. Om en konsument har sin hem- eller villaförsäkring hos ett av dessa bolag så behöver denne teckna en fritidshusförsäkring hos ett annat bolag.

På motsvarande sätt som att olika avskrivningsregler tillämpas gäller också olika självrisker för olika typer av skador. Detta kan göra det svårt för konsumenter att förstå hur stor del av skadekostnaden som de behöver bära själva. Om skadekostnaden understiger självrisken lämnar inte försäkringen någon ersättning.¹⁵ Exempel på olika förekommande självrisker är grundsjälvrisk, procent vid frysskador samt förhöjd självrisk vid läckage. Bilden blir ytterligare komplex av att tilläggsförsäkringar kan tecknas som gör både maximala avskrivningar och självrisker betydligt lägre. Vissa bolag har dessutom högre självrisk för frysskador i fritidshusförsäkringen i förhållande till villaförsäkringen vilket kan vara oväntat för de konsumenter som har fritidshuset och villan försäkrad hos samma bolag.

Sammanfattningsvis är Konsumentverkets bedömning att villkoren för fritidshusförsäkringar gör det relativt komplicerat för konsumenter att förstå om och i så fall med hur mycket som försäkringen ersätter. Villkoren gäller på ett nogra övervägt sätt för de risker som försäkringsbolagen är villiga att ta. Konsumenter kan således inte utgå ifrån vad som verkar rimligt att försäkringen borde ersätta. Mot bakgrund av att konsumenter i regel inte noggrant tar del av försäkringsvillkor är förköpsinformation och produktfaktablad viktiga.

4.2 Marknadsföring

Inför granskningen ombads bolagen att skicka in den marknadsföring som de hade använt under det första halvåret 2023 för sina fritidshusförsäkringar. Av inkommen marknadsföring kan konstateras att det är stor variation i omfattning och vilka olika kanaler som används. Generellt sett var de större bolagens marknadsföring mer omfattande och de använde också fler kanaler såsom sociala medier och sponsrade annonser i sökmotorer. Vanligast var marknadsföring på den egna webbplatsen. I inget fall erbjöds dock fritidshusförsäkringen kostnadsfritt under en inledande period, vilket regelmässigt sker inom till exempel bilförsäkring.¹⁶ Genomgående kan sägas att fritidshusförsäkringar inte verkar vara någon huvudprodukt som säljs i stora volymer för något av bolagen.

När det gäller sakinnehållet i marknadsföringen är det i försäkringsmarknadsföring vanligt att den dels pekar på risker som finns, dels hur försäkringen skyddar mot dessa. Trygghetsargument förekom även i denna granskning. Däremot var inte framhållandet av de ekonomiska risker som konsumenten utsätter sig själv eller sin familj för om försäkringen inte köps vanliga.¹⁷ Att

¹⁵ Frågan om självrisker har även berörts i Konsumentverkets tidigare granskningar av båt-försäkringar (Dnr 2021/166) respektive rättsskyddsmomentet i boendeförsäkringar (Dnr 2022/203).

¹⁶ Hos ett bolag i granskningen var försäkringen kostnadsfri under de inledande tre månaderna. Konsumenter kunde dock inte endast ta del av den kostnadsfria perioden utan det krävdes att försäkringen tecknades med normal löptid om 12 månader. Försäkringserbjudandet innehöll också fler villkor.

¹⁷ Sådan marknadsföring förkom oftare inom betalskydds-försäkringar som Konsumentverket granskade under 2022 (Dnr 2022/1225).

anknyta till att försäkringen skapar lugn och ro påminner om marknadsföringen av båt försäkringar och betonar kopplingen till fritid.¹⁸ Ett exempel är ”*Känn lugnet med en generös otursförsäkring*”.

Vanligt förekommande brister i marknadsföringen var svepande och reservationslösa beskrivningar av försäkringsskyddet som inte motsvarades av försäkringens innehåll enligt villkoren. Några exempel var: ”*skydd vid alla väder*”, ”*skydd mot extrema väderförhållanden*” och ”*skydd mot olycka året runt*”. Andra svepande påståenden om utmärkande egenskaper var att försäkringen var ”*prisvärd*”, hade ett ”*schysst pris*”, var ”*generös*” och erbjöd ett ”*riktigt bra skydd*”.

Gällande telefonförsäljning ingick vissa bolag endast avtal per telefon när konsumenterna ringde in till försäkringsbolaget medan andra bolag ringde upp konsumenterna, antingen själva eller genom telemarketingbolag. I dessa fall var det vanligast att bolaget ringde för att erbjuda en annan försäkring och att fritidshusförsäkringen erbjöds som ett komplement i de fall konsumenten också var fritidshusägare. Konsumentverkets uppfattning är att i samtliga fall där kontakten sker på näringsidkarens initiativ, oavsett om fritidshusförsäkring är ”huvudprodukten” eller inte, aktualiseras bestämmelsen i 3 kap. 4 § DAL.¹⁹ För att avtalet ska bli civilrättsligt giltigt krävs dels en skriftlig anbudsbekräftelse från näringsidkaren, dels en skriftlig accept efter samtalet från konsumenten. Näringsidkaren ska också marknadsrättsligt lämna den information som föreskrivs i 3 kap. 4 § DAL. Flera bolag hade brister i sina skriftliga anbudsbekräftelser. Bland annat saknades ofta information om att konsumenten inte blir bunden av avtalet om denne är passiv samt information om att om avtalet inte accepteras skriftligen är det ogiltigt och att konsumenten i dessa fall inte är skyldig att betala. Inte sällan innehöll anbudsbekräftelserna istället en uppmaning till konsumenten att acceptera erbjudandet genom att exempelvis trycka på en länk för godkännande.

Avslutningsvis var ”prismarknadsföring” vanligt förekommande, i synnerhet olika rabatterbjudanden. Flertalet bolag framhöll att samlingsrabatt erbjuds till de som samlar flera av sina försäkringar hos bolaget. Rabatternas exakta storlek, hur de beräknas²⁰ och därmed hur förmånliga de är, kan dock vara svårt för en genomsnittlig konsument att uppfatta. Skrivningen ”*upp till 20 % rabatt*” berättar inte hur stor rabatten är, annat än att den inte kan överstiga 20 procent. Också formuleringen ”*20 % rabatt*” kan vara vilseledande eftersom det av marknadsföringen inte framgick att konsumenten behövde ha tecknat ett antal olika försäkringar för att få denna rabatt. Rabattsatserna visade sig också kunna skilja sig åt mellan olika försäkringstyper. En viss rabatt gavs på

¹⁸ Jämför vad som anges på sidan 4 i PM:en från Konsumentverkets granskning av båt försäkringar (Dnr 2021/166).

¹⁹ Lag (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler, DAL.

²⁰ Det framgick exempelvis inte om hela rabatten beräknas på bruttopremien eller efter att samlingsrabatten hade dragits av. Räkneexempel: 5000 kr. i årspremie, 10% samlingsrabatt och 15% rabatt för skadeförebyggande åtgärder. Premie att betala blir 3825 kr. om rabatten beräknas stegvist och 3750 kr. om 25% rabatt beräknas på bruttopremien.

hemförsäkringspremien och en annan på premien för fritidshuset. I vissa fall var rabatterna inte knutna till att flera försäkringar samlades, utan handlade istället om att konsumenten skulle vidta olika skadeförebyggande åtgärder²¹ för att få rabatten. Förutom de rabatter som var tillgängliga för alla konsumenter, förekom även så kallade partnererbjudanden som skickades direkt till konsumenten med anledning av dennes medlemskap i exempelvis en fackförening.

Kopplat till samlingsrabatter vill Konsumentverket uppmärksamma att det förekommer försäkringsbolag som anger att när premien beräknas tas hänsyn till "hushållets totala skadehistorik". Det framgår inte vad denna formulering mer precist betyder, men den bör enligt Konsumentverkets bedömning kunna innebära att en skada som regleras genom en viss försäkring, kan innebära en höjd premie för en *annan* försäkring som konsumenten har i bolaget. Att samla sina försäkringar hos ett och samma bolag kan därför, trots samlingsrabatt, vara ekonomiskt ogynnsamt för konsumenten. Det torde också vara svårt för konsumenter att förstå hur premien kan höjas för en försäkring där konsumenten har varit skadefri och att se orsakssambandet med att höjningen kan bero på hushållets totala skadehistorik.²²

4.3 Förköpsinformation

Innan en fritidshusförsäkring tecknas ska konsumenten kunna ta del av information om försäkringen. Kraven på förköpsinformation finns både i FAL och i LFD.²³ Informationen ska ge konsumenten förutsättningar att förstå innehållet i förhållande till sina behov och kunna göra jämförelser. Förköpsinformationen fyller en viktig funktion eftersom villkoren för fritidshusförsäkringar är omfattande. Sidutrymmet för att lämna information enligt FAL och Svensk Försäkrings rekommendation är större än för produktfaktabladet. Förköpsinformation har dock alltid det inbyggda problemet att balansera mellan utförlighet och lättöverskådlighet.

Konsumentverket konstaterar efter granskningen att samtliga bolag tillhandahåller separat förköpsinformation men att vissa bolag utelämnar viktiga begränsningar och undantag. I rekommendationen anges att begränsningar ska framgå "lika tydligt" som vad som ingår i försäkringen. Så sker i regel, men det vore enligt Konsumentverkets bedömning önskvärt om konsumenter särskilt uppmärksammas ännu tydligare på viktiga begränsningar. Något bolag lägger upp såväl sin förköpsinformation som sina försäkringsvillkor på detta sätt genom annorlunda färg, fetmarkering och understrykningar för att fästa uppmärksamheten på begränsningar. Detta bidrar till tydlighet men inte heller med denna utformning ger dock förköpsinformationen en klar bild av hur försäkringen kan komma att ersätta och det finns risk för att försäkringen ser ut att omfatta mer än vad som kan bli fallet.

²¹ Ett exempel är att konsumenten har installerat larm som är kopplat till larmcentral.

²² Vad som påverkar premier är en komplex fråga med många faktorer som samverkar. Två andra exempel än hushållets skadehistorik är inflation och ökade reparationskostnader.

²³ Se 2 kap. 1 och 2 §§ FAL respektive 5 kap. 13 § LFD.

Några exempel har berörts ovan i avsnitt 4.1 och ytterligare exempel är att ras och skred omfattas men inte om de beror på sprängning och att läckageskador omfattas men inte läckage från tak eller takavvattning. Dessa detaljer i försäkringstäckningen för olika moment är svåra att åskådliggöra i förköpsinformation som ska vara pedagogisk men samtidigt tillräckligt utförlig för att beskriva försäkringsskyddet på ett rättvisande sätt.

Även om bolagen inte paketerar sina fritidshusförsäkringar likadant är ett vanligt upplägg att försäkringen finns som en bas- och en utökad variant. Därutöver kan olika tillägg göras. Bolagen behöver vara tydliga med vad som omfattas inom respektive storlek av försäkringen. Om detta inte är tydligt finns risk att konsumenter får felaktiga förväntningar på försäkringen och blir missnöjda vid skadereglering.

Förutom vanligare moment som brand, inbrott och lösöre, finns särskilda risker med fritidshusförsäkringar som bolagen bör presentera tydligt i sina förköpsinformer. Exempelvis bör informeras om hur försäkringen ersätter vid naturskador (snö, storm, hagel och översvämning), skadedjur, skillnaden mellan sanering och reparation, läckageskador och hussvamp. I viss mån förekommer det redan, men förköpsinformationen bör också på ett konkret och vägledande sätt upplysa om skadeförebyggande åtgärder samt konkretisera hur aktsamhetskraven ska uppfyllas, särskilt när huset är obebott.²⁴ Det är även värt att i förköpsinformation lyfta fram kravet på att om- och tillbyggnationer behöver följa gällande byggregler. Slutligen bör informeras om att försäkringsbelopp kan väljas och att olika självrisker och avskrivningsregler finns.

4.4 Avtalsvillkor

AVLK är tillämplig på avtalsvillkor som inte har varit föremål för individuell förhandling (standardavtalsvillkor) och som används av näringsidkare gentemot konsumenter. Trots att fritidshusförsäkringar genom olika val kan anpassas individuellt för konsumenten samt att premien sätts utifrån den enskilda fritidshusfastigheten, är villkoren för fritidshusförsäkringar att anse som standardavtalsvillkor.

Ett avtalsvillkor är att anse som oskäligt enligt 3 § AVLK om det strider mot tvingande rätt, är oklart eller vilseledande utformat eller om det är obalanserat på ett sätt som gör att en rimlig balans mellan parternas rättigheter och skyldigheter enligt avtalet inte längre upprätthålls.²⁵ Konsumentverket har i

²⁴ Skadeförebyggande åtgärder sparar inte bara pengar för försäkringsbolagen, vilket kan leda till lägre premier för konsumenter, utan innebär även miljövinster. Den kunskap och erfarenhet som bolagen har på detta område skulle kunna komma konsumenter till del genom förköpsinformationen. För att här endast nämna ett exempel kan skador orsakade av råttor och andra gnagare förebyggas genom att tömma huset på mat och matrester, inte stapla ved eller annat längs husväggen, täta hål och rörgenomföringar samt täcka ventiler med metallnät.

²⁵ I den så kallade grå listan (bilaga till art. 3.3 i direktiv 93/13/EEG om oskäliga villkor i konsumentavtal) finns exempel på avtalsvillkor som typiskt sett är att anse som oskäliga. Flera villkor i listan utmärks av att de brister i ömsesidighet och därför strider emot själva

granskningen funnit exempel på avtalsvillkor som kan sorteras under samtliga tre oskälighetsgrunder.

Villkor i strid mot tvingande rätt

Konsumentverket har noterat några villkor som har utformats som omfattningsbestämmelser trots att de görs beroende av hur konsumenten har handlat eller underlåtit att handla. Följden blir att ersättning undantas istället för att, såsom borde ske, nedsättningsprövas efter var som är skäligt.²⁶ Ett exempel är att ersättning inte lämnas för skador som har orsakats av bristande underhåll. Ett annat exempel är att försäkringen inte ersätter stöld när stölden har skett från olåst utrymme.

Obalanserade villkor

Som har berörts tidigare, finns ett flertal undantag och andra begränsningar i fritidshusförsäkringar. Dessa begränsningar innebär en fördelning av rättigheter och skyldigheter mellan parterna men är med hänsyn till produktfrihetsprincipen tillåtna, men de bör informeras tydligt om. Även mot denna bakgrund finns dock försäkringsvillkor som har utformats på ett sätt som gynnar försäkringsbolaget och är till nackdel för konsumenten på ett sådant sätt att en rimlig balans inte längre upprätthålls.

I 7 kap. 1 § 2 och 3 st. FAL finns regler om när utbetalning av försäkringsersättning ska ske och att konsumenten har rätt till ränta om betalningen inte görs i tid. I granskningen har Konsumentverket hittat villkor som dock undantar räntebelopp under vissa summor²⁷. Dessa villkor kan ifrågasättas både som obalanserade och som stridande mot FAL som i konsumentförhållanden är tvingande enligt huvudregeln. Ett skäl för villkoret skulle kunna vara att utbetalningar av mindre belopp är förenade med administrativa kostnader som inte är försvarbara med tanke på beloppens ringa storlek. Dock kan dessa undantag, om de tillämpas i många fall, innebära att beloppen sammantagna inte längre är ringa. Beloppen tillhör rätteligen försäkringstagarna och grunden till räntefordringarna är att försäkringsbolaget är i dröjsmål.

Villkor om force majeure finns i flertalet försäkringsbolags avtalsvillkor, dock är de utformade på lite olika sätt. Villkoren kan vara obalanserade och även oklara i och med att de i regel innehåller en uppräkningslista av händelser, varav vissa enligt Konsumentverkets bedömning inte är att hänföra till force majeurehändelser. Ett sådant exempel är att vissa bolag undantar skador som uppkommer på grund av fördröjningar som har orsakats av lockout, också i de fall stridsåtgärden utförs av bolaget självt. En sådan stridsåtgärd är, liksom force majeurehändelser i övrigt, ovanliga men något som bolaget kan påverka, medan konsumenters möjligheter till påverkan är obefintliga.

tanken med ett avtal som en ömsesidigt gynnande överenskommelse som gör att båda parter får det bättre efter avtalet än innan.

²⁶ Se 4 kap. 6 och 11 §§ FAL.

²⁷ I de flesta fall gäller undantaget för räntebelopp under 100 kronor och i något fall belopp understigande 200 kronor.

Oklara villkor

Som framhölls i avsnitt 4.1 ovan, har vissa bolag villkorssamlingar som är gemensamma för hem-, villa- och fritidshusförsäkring. Detta bidrar till att villkoren får en omfattning och struktur som påtagligt försvårar förståelsen, i synnerhet för konsumenter som enbart har sin fritidshusförsäkring hos bolaget. Exempel finns vidare på enskilda villkorspunkter som är oklara. En sådan är om låsbyte vid förlust av nycklar omfattas av fritidshusförsäkringen eller inte, vilket beror på hur begreppet ”*bostaden*” ska tolkas. Andra exempel är oprecisa skrivningar som att sprickbildningar inte ersätts om de inte ”*avsevärt minskat funktionsdugligheten*” och att snötrycksskador behöver ha uppkommit i samband med ”*extrem nederbörd*”.

5. Ärendets fortsatta handläggning

Konsumentverkets sammantagna bedömning är att marknadsföringen, informationen och avtalsvillkoren kan förbättras hos de bolag som har ingått i granskningen. I de fall brister har uppmärksammas kommer löpande tillsynsärenden att inledas. Det innebär att berörda bolag kommer att få ta del av skrivelser som konkret redogör för vad bristerna består i. Bolagen ges därefter möjlighet att yttra sig och redogöra för vilka åtgärder som de kommer att vidta. Konsumentverket eftersträvar frivilliga rättelser. Samtliga bolag som har ingått i granskningen får del av denna PM.

Martin Olsson

Johanna Persson

Joel Westerlund

Mer information om Konsumentverkets tillsyn på försäkringsområdet och PM från tidigare granskningar finns på www.konsumentverket.se/for-foretag/regler-per-omradebransch/finansiella-tjanster/forsakringar/