

Överenskommelse om fondmarknadsföring har stor betydelse

Konsumentverket har i dag publicerat rapporten "Bästa fonden? En rapport om fondmarknadsföring". I rapporten granskas hur fondbolag lever upp till den överenskommelse om marknadsföring och information av fonder som Fondbolagens förening och Konsumentverket träffade för 12 år sedan.

Fondbolagens förenings vd Pia Nilsson ger en kommentar till rapporten:

"Överenskommelsen som träffades för 12 år sedan mellan Fondbolagens förening och Konsumentverket om marknadsföring av fonder har haft mycket stor betydelse, vilket jag tycker att granskningen visar.

Även om det går att hitta fel, så är det mer av undantag i dag. Riskinformationen har bidragit till att hela svenska folket vet att aktiefonder kan både öka och minska i värde och redovisningen av avkastning har blivit mycket mer enhetlig tack vare vår överenskommelse. Och visst finns mer att göra med informationen på fondbolagens hemsidor så att det blir enklare för spararna att hitta den information som de söker.

Men, nu tycker jag att det är på tiden att Konsumentverket också träffar överenskommelser med andra branscher när det gäller marknadsföring av alternativa sparformer. När överenskommelsen träffades 1999 menade Konsumentverket att den skulle bli vägledande också för andra sparformer, men så har det ännu inte blivit. Konsumentverket nämner i sin rapport att de ska gå vidare att granska information om fonders avgifter. Då är det viktigt att veta att alla kostnader och avgifter alltid är bortdragna när fonders avkastning visas. Så är det till exempel inte alltid för pensionssparande.

I EU pågår ett arbete med ett direktiv som ska gälla alla sparformers information och där står faktabladet för fonder som förebild för vad man också vill ska gälla för andra sparalternativ. Här har andra länder kommit längre än oss."

Bild: by birgitH pixelio.de