

## Marknadsföring av premiepensionsfonder 2018



# Survey design

<b>Intervjuade</b>	36 VD/kontaktpersoner/säljansvarig i medlemsföretag
<b>Metod</b>	Telefonintervjuer av Prosperas intervjuare
<b>Tidsperiod</b>	23 november – 14 december, 2018

# På vilket/vilka sätt marknadsför ni idag era premiepensionsfonder?

- Inte alls (9)
- Vi marknadsför inte PPM fonderna alls, finns bara på plattformen och på nätet/hemsidan (3)
- Vi har knappt marknadsfört PPM. Vi använder digitala/sociala media/banners/fondtorg samt SVD Näringslivs del samt Affärsvärlden
- Vi ligger på Fondtorget. Annars kör vi en bred annonsering för alla våra fonder i dagstidningar och specialpress.
- Ingen aktiv marknadsföring. Vi ligger på plattformen. Vårt fokus är emot institutionella kunder
- Vi finns på plattformar, hos tredjepartsdistributörer och institutioner. Har aldrig riktat oss mot PPM-sparare
- Vi har i stort sett ingen marknadsföring dedikerad till PPM fonder. Idag finns bara ett marknadsföringsdokument, ett blad med ett fondID som riktar sig till PPM-kunder
- Mycket begränsad marknadsföring. Vi kommer även att begränsa antalet fonder. Vi är en relativt ny aktör och håller på att etablera oss, fokuserar just nu på B2B
- Enbart passiv marknadsföring via fondtorget och allmänna faktablad
- Knappt någon marknadsföring förutom olika plattformar som Fondtorget, Avanza, Nordnet

# På vilket/vilka sätt marknadsför ni idag era premiepensionsfonder?

- Gör enbart gemensam, generell marknadsföring av alla våra fonder
- Gör enbart varumärkesbyggande kampanjer, inget specifikt för PPM. Finns på fondtorget
- Enbart passiv marknadsföring via fondtorget och allmänna faktablad vid kundträffar
- Ligger bara på fondtorget samt visar aktuella kurser på DN och DI
- Vi marknadsför inte PPM-fonderna alls annat än att de ligger på plattformen – har minskat antalet kraftigt
- Via hemsidan och våra rådgivare men ingen direkt marknadsföring mot kunder
- Vi har inga fonder som endast finns inom PPM utan de fonder som vi förvaltar inom ramen för PPM finns även tillgängliga hos andra distributörer såsom Avanza, Nordnet, försäkringsbolagens fondförsäkringsutbud etc. Vi marknadsför dem inte alls, fonderna finns tillgängliga på Pensionsmyndighetens fondtorg för premiepensionen
- Alla fonder finns ju med bland våra fonder allmänt, ingen direkt marknadsföring. Vi hänvisar till våra fonder via Nordnet, Avanza och Swedbank
- Vi marknadsför skriftligt, per telefon, presentationer och vänder oss bara till våra kunder. Allt utom köpt reklam

# På vilket/vilka sätt marknadsför ni idag era premiepensionsfonder?

- Marknadsföring av alla fonder sker idag genom banners, direkt media och tryckta annonser, men ingenting riktat till privatpersoner
- Vi gör inte det, annonserar knappt. Är inriktade på institutionella kunder.
- Vår marknadsföring är att stora kontors nätverk tar in detta i rådgivningen till bankens kunder
- Vi marknadsför dem inte, de är bara listade i PPM-systemet men ingen aktiv marknadsföring
- Egentligen ej alls. Bra info om våra fonder på webben
- Har inte varit särskilt aktiva inom PPM. Vi talar generellt om alla våra fonder vid personliga möten på vår egna bank

# Har ni ändrat sättet att marknadsföra era premiepensionsfonder under det senaste året?

**Ja** 14%

**Nej** 86%

## *Om Ja; På vilket sätt har ni ändrat er marknadsföring?*

- Vi har ändrat det legala formatet för att anpassa oss till MIFID 2
- Tidigare använde vi till viss del försäkringsmäklare men det har blivit ointressant för dem efter regeländringen för provisioner
- Tidigare använde vi till viss del mäklare
- Tidigare hade vi ett kontor i Stockholm som nu är nedlagt
- Vi kommer marknadsföra oss mer

# Hur upplever du att fondbranschen i övrigt har gjort?

Har ändrat sättet att marknadsföra premiepensionsfonderna	44 %
Har <u>inte</u> ändrat sättet att marknadsföra premiepensionsfonderna	42 %
Vet ej	14 %

## Om *Har ändrat*; På vilket sätt har fondbranschen ändrat sättet att marknadsföra premiepensionsfonderna?

- Externa oseriösa aktörer verkar ha försvunnit. Har skett en allmän uppstädning av antalet fonder, med undantag för AP7s galna reklam
- Telemarketing har förbjudits och gett en del förändringar
- Branschen är under omstöpning. Det kommer nog knappast starta några nya fondbolag pga de nya regelverken. Blir sannolikt en del fusioner mellan fondbolag istället
- Oseriösa försäljare har nästan försvunnit, eller har blivit mer försiktiga. Finns sannolikt några kvar i marknaden då vi ser plötsliga volymförändringar som troligen kommer sig av att 'någon' är därute.

## forts. Om Har ändrat; På vilket sätt har fondbranschen ändrat sättet att marknadsföra premiepensionsfonderna?

- Generellt mindre marknadsföring än tidigare. Antalet fonder verkar minska. Det kommer bli fusioner mellan fondbolagen, kanske redan innan nyår
- Aggressiva telefonförsäljare har försvunnit efter regeländringen och skandalerna
- PPM-återförsäljare som haft det som sin huvudnäring har mer eller mindre försvunnit från marknaden
- De oseriösa aktörerna har mer eller mindre försvunnit efter skandalerna
- Upplever att det inte finns någon aktiv marknadsföring av fonder som finns för placering av premiepensionen idag
- Mindre fokus på PPM idag
- Mindre seriösa aktörer har marknadsfört dessa fonder direkt. Men det har minskat kraftigt det senaste året. PPM kan plocka bort dessa aktörer
- Mindre fondbyten
- Minskad marknadsföring idag direkt till sina kunder
- En uppstramning när det gäller marknadsföringen



# Övriga kommentarer

- Har noterat att alla inte riktigt följer de riktlinjer som föreningen satt upp när det gäller hållbarhetsdokumentationen
- Knappt någon har ändrat sin marknadsföring förutom att vissa oseriösa aktörer försvunnit
- Ej upplevt någon skillnad förutom AP7s negativa reklam
- Har endast lagt märke till AP7 reklamen
- Större företag har inte gjort någon förändring, vissa mindre kan ha gjort det
- Om vi talar om fonder som inte bara finns inom PPM systemet upplever jag inte att det skett någon förändring i branschen, annat än AP7
- Det finns vissa aktörer som har behov av att visa sig
- Debattartiklar om det nya avtalet gällande blir ju indirekt marknadsföring