

TAMPEREEN YLIOPISTO  
Oikeustieteiden laitos

VAHINKOVAKUUTUSTEN VERKKOMYYNNIN LAINSÄÄDÄNTÖ  
JA SEN NÄKYVYYS VERKKOSIVUJEN MUOTOILUSSA

Vakuutustiede  
Pro gradu -tutkielma  
Joulukuu 2006  
Ohjaaja: Jaana Norio-Timonen

Marjo Nurmi

## TIIVISTELMÄ

Tampereen yliopisto Oikeustieteiden laitos, vakuutustiede

Tekijä: NURMI, MARJO

Tutkielman nimi: Vahinkovakuutusten verkkomyynnin lainsäädäntö ja sen näkyvyys verkkosivujen muotoilussa

Pro gradu -tutkielma: 80 sivua

Aika: Joulukuu 2006

Avainsanat: vakuutus, etämyynti, verkkomyynti, vakuutuslainsäädäntö

---

Tässä pro gradu -tutkielmassa perehdytään vahinkovakuutusten verkkomyynnin lainsäädäntöön ja lainsäädännön ilmenemiseen vakuutusten verkkokaupassa. Tutkimuksen tavoitteena on kartoittaa vakuutuslainsäädännön (543/1994) ja kuluttajasuojalain (38/1978) mukainen lainsäädäntö verkkomyynnin osalta. Tutkimusongelmat ovat 1) Miten vakuutuslainsäädäntö ja kuluttajasuojalaki säätelevät vakuutusten myymistä Internetin välityksellä kuluttajille? ja 2) Miten vakuutuslainsäädäntö ja kuluttajasuojalain säännökset näkyvät esimerkkiyhtiöiden verkkosivujen muotoilussa ja tietojen antamisessa vakuutusista, etenkin koti-irtaimistovakuutusten ostamiseen liittyvässä sivuston osassa ja miten kuluttajaa ohjeistetaan asioimaan verkkosivuilla vakuutusta ostaessa? Tutkimuksen esimerkkiyhtiöitä ovat Pohjola, Tapiola, If ja Fennia.

Vakuutusten myyntiä kaikkien myyntikanavien kautta ja vakuutuksenantajan velvollisuuksia vakuutuksenottajaa kohtaa säädelään vakuutuslainsäädännössä. Lisäksi vakuutusten myymistä vakuutusyhtiön verkkosivuilla säädelään kuluttajasuojalain 6 a luvussa, johon on implementoitu rahoituspalvelujen etämyyntidirektiivi. Kuluttajasuojalain 6 a luku tuli voimaan 1.4.2005. Etämyynnille tunnusomaista on, että vakuutuslainsäädäntö solmitaan etäviestimen, esim. Internetin välityksellä ilman vakuutuksenottajan ja vakuutuksenantajan tapaamista kasvokkain. Kuluttajasuojalain 6 a luvun 6–9 §:ssä säädetään kuluttajalle annettavista ennakkotiedoista etämyynnissä, joita ovat tiedot elinkeinonharjoittajasta, tarjottavasta rahoituspalvelusta, etämyynnistä ja oikeussuojakeinoista.

Verkkokaupassa sekä vakuutuslainsäädäntö ja kuluttajasuojalain edellyttämät tiedot on helppo antaa verrattuna kasvokkain tapahtuvaan myyntitilanteeseen. Käytännössä vakuutuslainsäädäntö mukainen tiedonantovelvollisuus on toteutettu esimerkkiyhtiöiden sivuilla viemällä sinne vakuutusehdot ja tuote-esitteet pdf-muotoisina. Alun perin paperiversiona selattavaksi tarkoitettujen vakuutuslainsäädäntö eivätkään ole paras tapa verkkokaupan kannalta vaan vakuutusyhtiöiden pitäisi mielestäni pyrkiä luomaan verkkomyynnille uusia ja toimivampia ratkaisuja.

Kuluttajasuojalain mukaisessa ennakkotietojen ilmoittamisessa yhtiöiden välillä on enemmän eroavaisuuksia. Fennia erottuu muista esimerkkiyhtiöistä edukseen, koska sen verkkosivuilla etämyynnin ennakkotiedot on koottu yhteen paikkaan. Muilla yhtiöillä ennakkotietoja täytyy etsiä verkkosivuilla eri osista ja yksittäisiä ennakkotietoja on hankala löytää.

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO .....</b>	<b>4</b>
1.1 AIHEALUEEN ESITTELY .....	4
1.2 TUTKIMUKSEN TAVOITE JA TUTKIMUSONGELMAT .....	6
1.3 KESKEISET RAJAUKSET .....	7
1.4 KESKEISET KÄSITTEET .....	8
1.5 TUTKIMUSMENETELMÄ .....	9
1.6 TUTKIMUKSEN RAKENNE .....	11
<b>2 INTERNET VAKUUTUSTEN MYYNTIKANAVANA .....</b>	<b>13</b>
2.1 TILASTOTIETOA INTERNETIN KÄYTÖSTÄ JA VERKKOKAUPAN KASVUSTA .....	13
2.2 INTERNETPALVELUJEN KEHITYS VAKUUTUSALALLA .....	16
2.3 VAKUUTUSTEN VERKKOMYYNTIIN LIITTYVÄ LAINSÄÄDÄNTÖ.....	20
2.3.1 Vakuutuslainsäädäntö.....	20
2.3.2 Kuluttajansuojalaki.....	21
<b>3 TIEDONANTOVELVOLLISUUS VAKUUTUSSOPIMUSLAIN MUKAAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 TIEDONANTOVELVOLLISUUS ENNEN SOPIMUKSEN PÄÄTTÄMISTÄ.....	22
3.1.1 Tiedonantovelvollisuus ja sen tarkoitus .....	22
3.1.2 Vakuutustarpeen arvioiminen .....	27
3.1.3 Vakuutuksen valitseminen ja tarpeelliset tiedot.....	30
3.1.4 Olennaiset rajoitukset .....	32
3.1.5 Tiedonantovelvollisuus verkkosivuilla käytännössä.....	34
3.2 VASTUU PUUTTEELLISISTA TAI VIRHEELLISISTÄ TIEDOISTA.....	40
<b>4 ETÄMYYNNIN ENNAKKOTIEDOT KULUTTAJANSUOJALAIN MUKAAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 VAKUUTUSTEN ETÄMYYNTI .....	48
4.2 ENNAKKOTIEDOT ELINKEINOHARJOITAJASTA .....	50
4.3 ENNAKKOTIEDOT RAHOITUSPALVELUSTA .....	51
4.4 ENNAKKOTIEDOT ETÄSOPIMUKSESTA.....	55
4.5 ENNAKKOTIEDOT OIKEUSSUOJAKEINOISTA .....	57
4.6 ENNAKKOTIETOJEN JA SOPIMUSEHTOJEN TOIMITTAMINEN .....	58
4.7 ENNAKKOTIEDOT KÄYTÄNNÖSSÄ .....	60
<b>5 MUU OHJEISTUS VERKKOMYYNTIIN .....</b>	<b>64</b>
<b>6 JOHTOPÄÄTÖKSET .....</b>	<b>71</b>
<b>KUVALUETTELO .....</b>	<b>75</b>
<b>LÄHDELUETTELO.....</b>	<b>76</b>

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Aihealueen esittely

Vakuutus sopimukset ovat monella tavalla erilaisia sopimuksia kuin useimmat muut kaupalliset sopimukset. Vakuutus on aineeton hyödyke ja sopimus vakuutuksenottajan ja vakuutuksenantajan välillä. Vakuutus sopimuksella tarjotaan vakuutusturvaa, jonka sisältö määritellään yleensä vaikeaselkoisissa vakuutusehdoissa, jotka ovat pääsääntöisesti vakiomuotoisia ja vakuutuksenantajan laatimia. Vakuutuksenottaja ei voi arvioida etukäteen vakuutuksenantajan korvaustoimintaa tai vakuutuksen korvaavuutta konkreettisesti, vaan päätös solmia vakuutus sopimus perustuu kirjalliseen materiaaliin ja mahdollisesti vakuutuksenantajan antamiin suullisiin esimerkkeihin. Vakuutus sopimukset on kuitenkin tarkoitettu usein pitkäaikaisiksi, ja ne merkitsevät tärkeää taloudellista turvaverkkoa vakuutuksenottajalle, esimerkkinä omakotitalon palovakuutus. Vakuutus sopimus voi olla vuosia voimassa ilman, että korvaus velvollisuus konkretisoituu ja vahinkoa sattuu. Toisaalta vahinko voi sattua ja korvaus langeta maksettavaksi vasta vuosien kuluttua sopimuksen laatimisesta. Tämän vakuutus sopimuksen omaleimaisuuden vuoksi vakuutus toimintaa säätelee erityinen vakuutus alan lainsäädäntö, eikä sääntelyä ole jätetty yleisen kuluttajansuojalainsäädännön tai sopimusoikeuden varaan.<sup>1</sup>

Vakuutusten myyntiä kaikkien myyntikanavien kautta ja vakuutuksenantajan velvollisuuksia vakuutuksenottajaa kohtaa säädellään vakuutus sopimus laissa (543/1994, myöhemmin VSL). Lisäksi vakuutusten myymistä vakuutus yhtiön verkkosivuilla säädellään kuluttajansuojalain (38/1978, myöhemmin) 6 a luvussa.

Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2002/65/EY kuluttajille tarkoitettujen rahoitus palvelujen etämyynnistä eli ns. rahoitus palvelujen etämyynti direktiivi annettiin 23.9.2002. Osaksi kansallista lainsäädäntöä direktiivi oli määrä saattaa viimeistään 9.10.2004. Direktiivin tarkoituksena oli edistää rahoitus palvelujen vapaata liikkuvuutta, johon pyrittiin yhtenäistämällä etämyyntiä ja kuluttajansuojaa koskevaa jäsen valtioiden

---

<sup>1</sup> Lehtipuro, Luukkonen & Mäntyniemi 1999, 85.

lainsäädäntöä. Rahoituspalveluilla tarkoitetaan pankki-, luotto-, vakuutus-, yksilöllisiä eläkejärjestely-, sijoitus- ja maksupalveluja. Direktiivillä täydennetään etämyyntiä koskevaa aiempaa yhteisölainsäädäntöä, sillä rahoituspalvelut jätettiin kuluttajansuojasta etäsopimuksissa annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 97/7/EY eli ns. yleisen etäsopimusdirektiivin soveltamisalan ulkopuolelle.<sup>2</sup> Yleinen etäsopimusdirektiivi implementoitiin Suomen kuluttajansuojalakiin (38/1978) jo vuonna 2001<sup>3</sup>. Rahoituspalvelujen etämyyntidirektiivi on implementoitu kansallisessa lainsäädännössämme kuluttajansuojalain 6 a lukuun, joka astui uudistettuna voimaan 1.4.2005 alkaen<sup>4</sup>. Yleistä etämyyntiä koskevia säädöksiä on Suomen kansallisessa kuluttajansuojalaissa ollut siten vuodesta 2001 alkaen, mutta vasta 1.4.2005 alkaen etämyyntisäännökset ovat koskeneet myös vakuutusten etämyyntiä. Vakuutuslalla ollaan siten tilanteessa, jossa Internetin kautta tapahtuva myynti on pitänyt hiljattain mukauttaa uuden lainsäädännön vaatimuksiin.

Etämyynnillä tarkoitetaan kuluttajansuojalain 6 a luvun 4 §:n 1 momentin mukaan kulu- tushyödykkeen tarjoamista kuluttajalle etäviestimen välityksellä. Etäviestimellä puoles- taan tarkoitetaan 6 a luvun 4 §:n 3 momentin mukaan puhelinta, postia, televisiota, tie- toverkkoa tai muuta välinettä, jota voidaan käyttää sopimuksen tekemiseen ilman, että osapuolet ovat yhtä aikaa läsnä. Etäsopimuksille on ominaista, etteivät osapuolet tapaa fyysisesti toisiaan sopimusneuvottelujen tai sopimuksen tekemisen yhteydessä missään vaiheessa. Jos asiakas jossain vaiheessa käy vakuutusyhtiön konttorilla hakemassa tietoa vakuutuksesta, vakuutussopimus ei ole enää syntynyt etäsopimuksena, vaikka lopulli- sesti vakuutus otettaisiinkin Internetin välityksellä.<sup>5</sup>

Etämyyntidirektiivin, nykyisin kuluttajansuojalain 6 a luvun, ja vakuutussopimuslain osittainen päällekkäisyys johtuu siitä, että lakien valmistelu on toteutettu erilaisista läh- tökohdista. Vakuutussopimuslaki on luotu kansallisia tarpeitamme varten ja palvele- maan nimenomaan suomalaisia vakuutusmarkkinoita sekä turvamaan vakuutuksenanta- jan ja vakuutuksenottajan oikeuksia vakuutussopimuksessa. Etämyyntidirektiivi on sen sijaan kansallisen lainsäädännön näkökulmasta ulkoa tuotu osa kuluttajansuojalainsääd-

---

<sup>2</sup> Hallituksen esitys 122/2004, Yleisperustelut, 2. Rahoituspalvelujen etämyynti, 2.1 Yleistä, 1. kappale.

<sup>3</sup> [www.kuluttajavirasto.fi](http://www.kuluttajavirasto.fi) 22.4.2005.

<sup>4</sup> [www.kuluttajavirasto.fi](http://www.kuluttajavirasto.fi) 22.4.2005.

däntöä, joka on "mahdutettu" kuluttajasuojalakiimme. Etämyyntidirektiiviä ei ole valmisteltu pelkästään suomalaisista tarpeista käsin, vaan eurooppalaisia tarpeita ajatellen. Lisäksi se ei säätele vain vakuutusten etämyyntiä vaan se säätelee myös muiden rahoituspalveluiden ja rahoitusvälineiden etämyyntiä. Tämän vuoksi kuluttajasuojalain 6 a luvun säännöksen eivät suoraan ole lisäys vakuutuslainsäätelyyn vaan lakien sisällöissä on myös päällekkäisyyttä.

Etämyyntidirektiivin tarkoituksena on myös ollut edistää rajat ylittävää kauppaa yhtenäistämällä EU:n jäsenvaltioiden kuluttajansuojaa ja etämyyntiä koskevaa lainsäädäntöä. Tavoitteena on myös ollut poistaa olemassa olevasta jäsenvaltioiden lainsäädännöstä esteitä rajat ylittävälle kaupalle ja tarjonnalle rahoituspalveluissa.<sup>6</sup>

## **1.2 Tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelmat**

Tutkimuksen tavoitteena on kartoittaa vakuutuslainsäätelyä ja kuluttajasuojalain vakuutusten verkkomyyntiä säätelevä lainsäädäntö. Tarkemmin tutkimuksessa perehdytään VSL 5 §:n mukaiseen tiedonantovelvollisuuteen vakuutuksista ennen sopimuksen tekemistä sekä 9 §:n mukaiseen vastuuseen tiedonantovelvollisuuden laiminlyönnistä. Tämän lisäksi perehdytään kuluttajasuojalakiin implementoituun etämyyntilainsäädäntöön.

Kun verkkomyyntiä koskeva lainsäädäntö on selvitetty ja kartoitettu, päästään tutkimuksen toiseen tavoitteeseen, joka on selvittää, miten lainsäädännön vaatimukset ilmenevät vakuutusten verkkomyynnissä. Tällä tarkoitetaan sitä, miten tiedonantovelvollisuus molempien lakien osalta on toteutettu verkkosivuilla.

---

<sup>5</sup> Hallituksen esitys 122/2004, Yleisperustelut, 2. Rahoituspalvelujen etämyyntidirektiivi 2.2 Sisältö, 1. ja 2. kappale.

<sup>6</sup> Hallituksen esitys 122/2004, Yleisperustelut, 2. Rahoituspalvelujen etämyyntidirektiivi, 2.1 Yleistä, 1. kappale.

Edellä mainitut tutkimuksen tavoitteet voidaan pukea tutkimusongelmiksi seuraavasti:

- 1) Miten vakuutuslainsäädäntö ja kuluttajansuojalaki säätelevät vakuutusten myymistä Internetin välityksellä kuluttajille?
- 2) Miten vakuutuslainsäädäntö ja kuluttajansuojalain säännökset näkyvät esimerkkiyhtiöiden verkkosivujen muotoilussa ja tietojen antamisessa vakuutuksista, etenkin koti-irtaimistovakuutusten ostamiseen liittyvässä sivuston osassa ja miten kuluttajaa ohjeistetaan asioimaan verkkosivuilla vakuutusta ostaessa?

### **1.3 Keskeiset rajaukset**

Tässä tutkimuksessa keskitytään vain vahinkovakuutusten verkkomyyntiin. Tutkimus on rajattu vain vahinkovakuutuksiin sen vuoksi, että tällä hetkellä vahinkovakuutuksia on suhteellisesti enemmän ja monipuolisemmin saatavilla verkkokaupassa.

Etämyyntiä olevaa puhelinmyyntiä ja siihen liittyvää kuluttajansuojalainsäädäntöä ei käsitellä tämän tutkimuksen osalta, vaikka myös siitä säädetään kuluttajansuojalain 6 a luvussa. Vakuutuslainsäädäntöä ei voida käsitellä kokonaisvaltaisesti tässä tutkimuksessa, vaan keskitytään vain vakuutusten myymiseen liittyvään lainsäädäntöön, tarkemmin vakuutuslainsäädäntöä koskevan tiedonantovelvollisuuden ennen vakuutuslainsäädäntöä tekemistä.

Lisäksi tutkimuksessa käsitellään vakuutusten etämyyntiä vain kuluttajille. Myyntiä muille tahoille, kuten yrityksille, ei tarkastella tässä tutkimuksessa. Tarkastelu rajoittuu vain suomalaisten vakuutusyhtiöiden verkkomyyntiin suomenkielisille asiakkaille. Vaikka etämyyntilainsäädännössä on säädöksiä myös ulkomaisille toimijoille, ne jäävät tämän tutkimuksen ulkopuolelle.

Lisäksi kaikki vakuutusten verkkokaupasta annetut esimerkit liittyvät koti-irtaimiston vakuutuksen ostamiseen, jotta yhtiöiden välinen vertailu olisi helpompaa ja perustellumpaa. Tutkimuksen rajallisuuden vuoksi kaikkien vahinkovakuutuslajien ostamisen

vertailu käytännössä ei olisi onnistunut tutkimuksen tavoitteet huomioon ottaen riittävän syvällisesti. Kuitenkin tutkimuksessa käsiteltävä lainsäädäntö on yhtenevää kaikkien vahinkovakuutusten verkkomyynnissä, vaikka käytännön vertailuja muiden vakuutuslajien osalta ei tehdäkään.

## 1.4 Keskeiset käsitteet

*Etämyynnillä* tässä työssä tarkoitetaan kuluttajansuojalain 6 a luvun 4 §:n 1 momentin mukaisesti ”rahoituspalvelun tarjoamista kuluttajalle elinkeinonharjoittajan järjestämän sellaisen etätarjontamenetelmän avulla, jossa sopimuksen tekemiseen ja sitä edeltävään markkinointiin käytetään yksinomaan yhtä tai useampaa etäviestintää”. Toisin sanoen vakuutusten *etämyynnillä* tarkoitetaan niitä tilanteita, joissa vakuutus sopimus tehdään kokonaisuudessaan etämyyntivälineen eli tässä tapauksessa Internetin avulla ilman, että osapuolet ovat sopimuksentekoprosessin missään vaiheessa samanaikaisesti läsnä<sup>7</sup>.

*Etätarjontamenetelmällä* puolestaan tarkoitetaan KSL 6 a luvun 4 § 2 momentin mukaan ”markkinointi- tai myyntitapaa, joka on järjestetty niin, että sen pääasiallisena tavoitteena voidaan katsoa olevan sopimusten tekeminen etäviestimen avulla”.

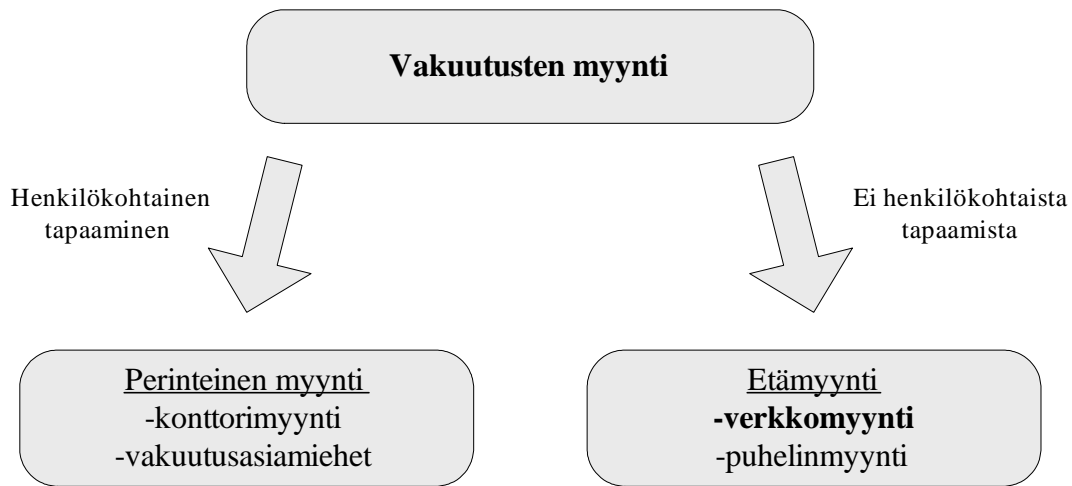
*Verkkomyynti* tässä tutkimuksessa tarkoittaa vakuutusten etämyyntiä Internetin kautta. Verkkomyynti on siten etämyynnin yksi alalaji.

Vakuutusten *myyntiä perinteisten myyntikanavien kautta jäljempänä perinteisellä myynnillä* tarkoitetaan myyntiä, jossa vakuutuksenottaja on yhteydessä vakuutusentantajaan kasvokkain ennen sopimuksen tekemistä. Perinteiselle myynnille on ominaista henkilökohtainen tapaaminen vakuutusvirkaileijan kanssa. Kuvio 1 esittää, miten vakuutusten perinteinen myynti on vastakohta etämyynnille, mutta ei suoraan vastakohta verkkomyynnille.

---

<sup>7</sup> Antila, Veli-Aunus 2005, 239.





KUVIO 1 Käsitteitä

*Kuluttajana* tässä tutkimuksessa pidetään kuluttajansuojalain 1 luvun 4 §:n määritelmän mukaisesti ”luonnollista henkilöä, joka hankkii kulutushyödykkeen pääasiassa muuhun tarkoitukseen kuin harjoittamaansa elinkeinotoimintaa varten”. Lisäksi tässä tutkimuksessa termeillä vakuutuksenottaja tai vakuutuksenhakija tarkoitetaan kuluttajaa.

## 1.5 Tutkimusmenetelmä

Oikeustieteiden viisi olennaisinta tieteenhaaraa ovat lainoppi eli oikeusdogmatiikka, oikeushistoria, oikeussosiologia, oikeusfilosofia ja vertaileva oikeustiede. Samassa tutkimuksessa näitä tieteenhaaroja voidaan yhdistellä tai liikkua niiden välimaastossa, eivätkä näkökulmat ole toisensa poissulkevia.<sup>8</sup>

Suurin osa oikeustieteellisistä tutkimuksista on lainoppia eli oikeusdogmatiikkaa, jonka keskeisimpänä tutkimusongelmana on selvittää olemassa olevan oikeuden sisältö. Lainoppi pyrkii antamaan vastauksen siihen, kuinka kulloisessakin tilanteessa tulisi toimia voimassa olevan oikeuden mukaan. Lainoppi on oikeusjärjestykseen kuuluvien sääntöjen tutkimusta ja niiden sisällön selvittämistä ja tulkintaa. Toisaalta lainopin tärkeänä tehtävänä on myös voimassa olevan oikeuden jäsentäminen. Jäsentämisen avulla pyri-

<sup>8</sup> Husa, Mutanen & Pohjolainen 2005, 13.

tään luomaan ja kehittämään oikeudellista käsitejärjestelmää, jonka avulla oikeutta tulkitaan.<sup>9</sup>

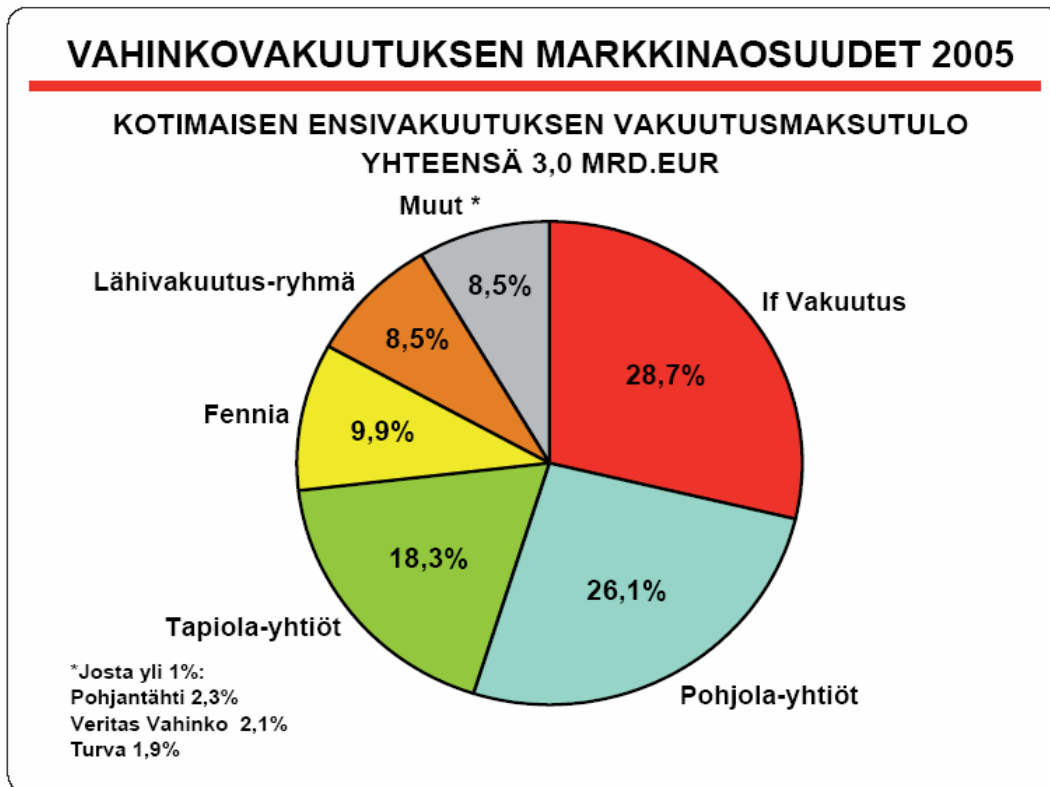
Tämä tutkimus on oikeustieteellinen ja edustaa lainoppia eli oikeusdogmatiikkaa. Tutkimuksessa kootaan lainsäädännön, lain esitöiden ja oikeuskirjallisuuden avulla yhtenäinen kokonaisuus vakuutusten verkkomyyntiin liittyvästä lainsäädännöstä vakuutus-sopimuslain ja kuluttajansuojalain osalta.

Tutkimuksessa perehdytään esimerkkiyhtiöiden verkkosivuihin ja hahmotetaan lainsäädännön vaatimusten ilmenemistä yhtiöiden verkkokaupassa. Tutkimuksessa ei etsitä suoranaisia laiminlyöntejä ja puutteita lainsäädännön toteuttamisessa. Verkkosivuja arvioidaan lainsäädännön näkökulmasta. Tarkastelun kohteena on se, millä tavalla vakuutus-sopimuslain ja kuluttajansuojalain vaatimukset on toteutettu verkkosivuilla, löytyykö yhtiöiden toteutuksesta yhdenmukaisuuksia vai onko löydettävissä yksilöllisiä ratkaisuja. Tutkimuksesta löytyy siten myös hieman vertailevan tutkimuksen, ei kuitenkaan vertailevan oikeustieteen, piirteitä. Vakuutusyhtiöiden verkkosivuja ei kuitenkaan ole tarkoitus vertailla johdonmukaisesti vaan nostaa verkkosivuilta lähinnä käytännön esimerkkejä tutkimukseen.

Tutkimuksessa vertailtaviksi esimerkkiyhtiöiksi on valittu neljä suomalaista vakuutusyhtiötä, jotka ovat Pohjola, If, Tapiola sekä Fennia. Nämä neljä yhtiötä on valittu esimerkkiyhtiöiksi verkkopalveluiden monipuolisuuden vuoksi sekä vakuutusmaksutulojen perusteella. Kuten kuvioista 2 ilmenee, vuonna 2005 If, Pohjola, Tapiola sekä Fennia muodostivat neljän vakuutusyhtiön kärjen vahinkovakuutuksen vakuutusmaksutuloilla mitattuna. Lisäksi näillä yhtiöillä on suomalaisista vakuutusyhtiöistä tällä hetkellä sekä monipuolisimmat verkkopalvelut että verkkomyyntipalvelut.

---

<sup>9</sup> Husa ym. 2005, 13–14.



KUVIO 2 Markkinaosuudet vahinkovakuuttamisessa vuonna 2005<sup>10</sup>

## 1.6 Tutkimuksen rakenne

Ensimmäisessä luvussa, johdannossa, kerrotaan aihealueesta pääpiirteittäin sekä tuodaan esiin tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelmat. Johdannossa myös käsitellään tutkimuksen kannalta keskeiset käsitteet, rajaukset ja tutkimusmenetelmä. Toisessa luvussa kerrotaan Internetistä vakuutusten myyntikanavana tilastotiedon ja lukujen avulla. Siinä myös perehdytään hieman vakuutusalan verkkopalveluiden kehitykseen.

Kolmannessa luvussa pureudutaan vakuutus sopimuslain mukaiseen tiedonantovelvollisuuden verkkomyynnissä ja annetaan käytännön esimerkkejä vakuutusyhtiöiden verkkosivuista ja siitä, miten tiedonantovelvollisuuden vaatimukset on ratkaistu verkkosivuilla. Neljännessä luvussa puolesta perehdytään kuluttajasuojalain mukaisiin enakkotietoihin verkkomyynnissä ja peilataan näitä säännöksiä vakuutus sopimuslakiin. Tämä tutkimus ei jakaudu selkeästi teoreettiseen ja empiriseen osuuteen vaan oikeustie-

teelliselle tutkimukselle yleiseen tapaan esimerkkejä käytännöstä, tässä tapauksessa verkkosivuista, tuodaan esiin teoreettisen osuuden lomassa.

Viidennessä pääluvussa puolestaan kerrotaan verkkomyynnin muusta kuin lainsäädännöllisestä ohjeistuksesta ja kuudennessa luvussa esitetään tutkimuksen johtopäätökset.

---

<sup>10</sup> [www.vakes.fi/svk](http://www.vakes.fi/svk) Tulosvuosi 2005. 21.9.2006.

## 2 INTERNET VAKUUTUSTEN MYYNTIKANAVANA

### 2.1 Tilastotietoa Internetin käytöstä ja verkkokaupan kasvusta

Tilastokeskus on vuodesta 2001 saakka tehnyt pitkittäistutkimusta suomalaisten 15–74-vuotiaiden tieto- ja viestintätekniikan käytöstä, osaamisesta ja asenteista. Tutkimus osoittaa, että sekä Internetin käyttö että verkkokaupan suosio on lisääntynyt vuosi vuodelta.<sup>11</sup>

Tilastokeskuksen kartoituksen mukaan vuoden 2005 keväällä noin 73 % eli yli 2,8 miljoonaa 15–74-vuotiaista ilmoitti käyttäneensä Internetiä viimeisten kolmen kuukauden aikana<sup>12</sup>. Vastaavasti syksyllä 2004 noin 67 % suomalaisista 15–74-vuotiaista oli käyttänyt Internetiä elokuun 2004 jälkeen. Samassa tutkimuksessa syksyllä 2003 käyttäjiä oli 65 %.<sup>13</sup> Vuoden 2005 tutkimus kertoo Internetin käytön jatkuvasta kasvusta 15–74-vuotiaiden suomalaisten keskuudessa. Internetin suuri käyttäjäkunta luo koko ajan lisää potentiaalisia asiakkaita vakuutusyhtiöiden verkkopalvelulle sekä verkkokaupalle.

Kartoituksen alusta keväästä 2001 saakka Internetin käyttäjämäärä 15–74-vuotiaiden ikäryhmässä on kasvanut noin 20 prosenttiyksikköä. Suhteellisesti eniten osuus on kasvanut kuitenkin yli 60-vuotiaiden keskuudessa. Tässä ryhmässä lähtötaso käyttäjämäärissä oli selvästi matalin.<sup>14</sup> Aktiivisemmin Internetiä käytetään kaupungeissa verrattuna maaseutuun<sup>15</sup>.

Kuvio 3 esittää suomalaisten 15–74-vuotiaiden Internetin käyttäjien prosenttiosuuden keväästä 2001 kevääseen 2005. Ikäryhmät on lisäksi jaoteltu kuuteen pienempään kokonaisuuteen, jotta eri ikäryhmien väliset erot saadaan paremmin näkyviin. Kuviosta on nähtävissä, että nuoret suomalaiset käyttävät Internetiä enemmän suhteessa vanhempiin

---

<sup>11</sup> Internetin ja sähköpostin käyttäjien määrä ennallaan 2005; Nurmela & Sirkiä 2005; Sirkiä, Nurmela & Mustonen 2004.

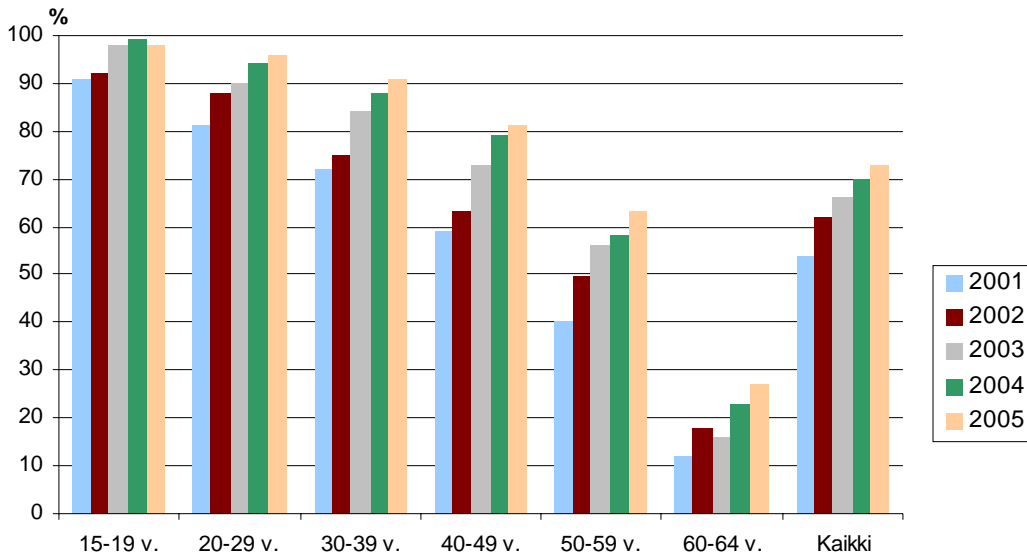
<sup>12</sup> Internetin käyttäjäosuus on kasvanut tasaisesti 2006.

<sup>13</sup> Internetin ja sähköpostin käyttäjien määrä ennallaan 2005.

<sup>14</sup> Internetin käyttäjäosuus on kasvanut tasaisesti 2006.

<sup>15</sup> Internetin ja sähköpostin käyttäjien määrä ennallaan 2005.

suomalaisiin. Selkeästi vähiten Internetiä käytetään 60–74-vuotiaiden ikäryhmässä. Vuoden 2005 tuloksen mukaan nuoremmat ikäryhmät 15–19-vuotiaat ja 20–29-vuotiaat sen sijaan käyttävät Internetiä lähes sataprosenttisesti.



KUVIO 3 Internetin käyttäjien prosenttiosuus 15–74-vuotiaista suomalaisista, kevät 2001 - kevät 2005<sup>16</sup>

Keväällä 2004 toteutetussa Tilastokeskuksen tutkimuksessa kartoitettiin myös Internetin käyttötarkoituksia 15–74-vuotiaiden keskuudessa. Yleisimmin Internetiä käytettiin sähköpostiin, tavaroita ja palveluja koskevaan tiedonetsintään ja pankkiasioihin. Ikäryhmästä 16 % oli käyttänyt Internetiä rahoitus- ja vakuutuspalveluihin.<sup>17</sup>

Kuvio 4 puolestaan kertoo verkkokaupan kasvusta keväästä 2001 kevääseen 2005 suomalaisten 15–74-vuotiaiden keskuudessa. Keväällä 2005 noin joka kolmas tähän ikäryhmään kuuluva suomalainen oli ostanut verkkokaupasta jotain<sup>18</sup>. Vastaavasti vuonna 2004 yli 20 % suomalaisista 15–74-vuotiaista oli ostanut jotain Internetistä<sup>19</sup>. Selkeästi vähiten verkkokauppoja tekivät 60–74-vuotiaat, joista vain muutama prosentti oli ostanut verkon kautta jotain. Eniten verkkokauppaa oli käyty 20–29-vuotiaiden keskuudessa.

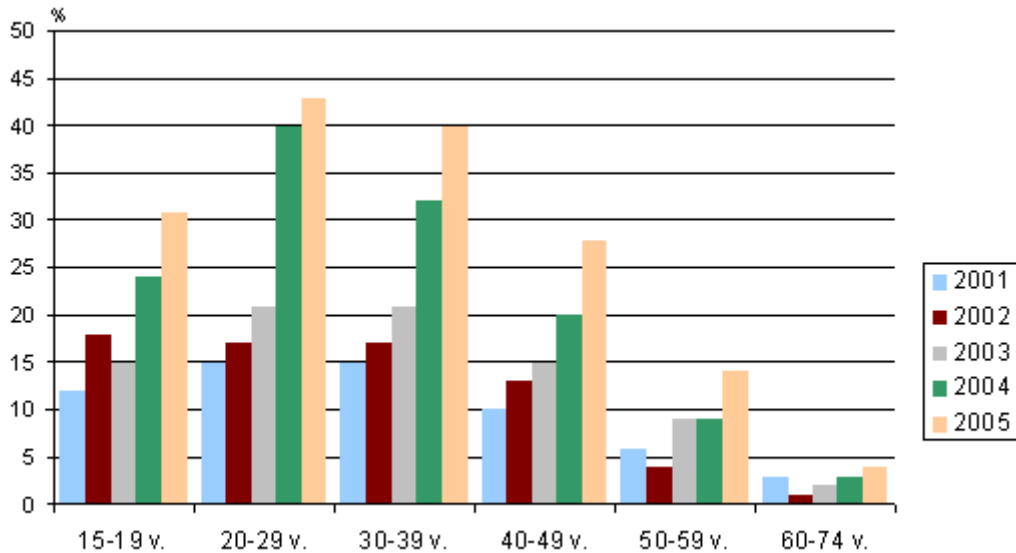
<sup>16</sup> Internetin käyttäjäosuus on kasvanut tasaisesti 2006.

<sup>17</sup> Sirkiä, Nurmela & Mustonen 2004.

<sup>18</sup> Internetin käyttäjäosuus on kasvanut tasaisesti 2006.

<sup>19</sup> Nurmela & Sirkiä 2005.

sa. Toiseksi eniten verkko-ostoja olivat tehneet 30–39-vuotiaat. Molemmissa ikäryhmissä vuoden 2003 jälkeen verkkokauppa on lisääntynyt huomattavasti, noin 20 %:sta reiluun 40 %:iin.



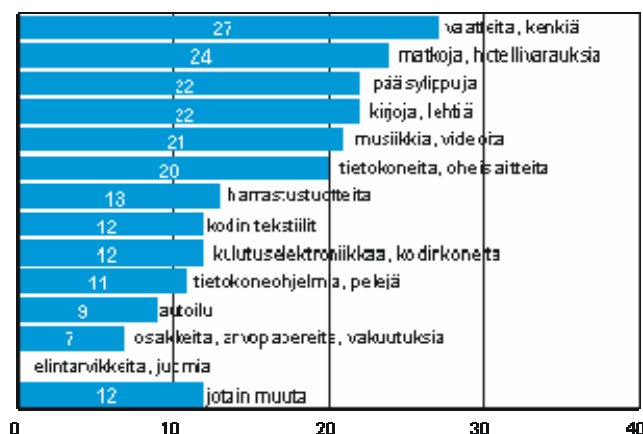
KUVIO 4 Prosenttiosuus 15–74-vuotiaista suomalaisista ikäryhmittäin, jotka ovat ostaneet jotain verkkokaupasta viimeisten kolmen kuukauden aikana<sup>20</sup>

Tutkimustuloksista on nähtävissä, että Internetin käyttäjämäärät eivät ole suoraan verrannollisia verkkokaupan suosioon samassa ikäryhmässä. Vaikka 15–19-vuotiaat käyttävät Internetiä eniten, verkko-ostoja tässä ikäryhmässä tehdään kuitenkin vasta kolmanneksi eniten.

Kuvio 5 puolestaan kuvaa verkkokaupan määrää tuoteryhmittäin elo-lokakuussa vuonna 2004. Suosituimpia Internetistä ostettavia tavaroita ja palveluja olivat vaatteet, matkat, hotellivaraukset, pääsyliput, kirjat, lehdet, musiikki ja videot. Kaikista ostajista 7 % oli ostanut verkosta osakkeita, arvopapereita tai vakuutuksia.<sup>19</sup> Vastaavasti keväällä 2004 osakkeita, arvopapereita ja vakuutuksia oli verkon kautta ostanut 9,3 % vastaajista. Määrä oli syksyn 2003 tutkimuksesta yli kaksinkertaistunut.<sup>21</sup>

<sup>20</sup> Internetin käyttäjäosuus on kasvanut tasaisesti 2006.

<sup>21</sup> Sirkiä, Nurmela & Mustonen 2004.



KUVIO 5 Verkkokauppa tuoteryhmittäin elo-lokakuussa 2004, prosenttiosuudet kaikista ostajista<sup>22</sup>

Vakuutusten ostaminen verkosta on vielä vähäistä suhteessa muuhun verkkokauppaan ja varsinkin suhteessa Internetin käyttäjämääriin. Internetin käyttäjien suuri määrä ja verkkokaupan voimakas kasvu kuitenkin tukevat myös vakuutusten verkkokaupan kasvua tulevaisuudessa ja kannustavat vakuutusyhtiöitä kehittämään verkkopalveluidensa ja verkkokaupan tasoa.

## 2.2 Internetpalvelujen kehitys vakuutusalaalla

Perinteisesti kuluttajat ovat voineet ostaa vakuutuksia vakuutusyhtiöiden konttoreilta, puhelimitse ja asiamiesten välityksellä. Internetin kautta vakuutuksen ostaminen on kuitenkin melko uusi myyntikanava kuluttajille, eikä se vielä edes ole käytössä kaikilla suomalaisilla vakuutusyhtiöillä. Viimeisten kymmenen vuoden aikana monet yhtiöt ovat siirtäneet palvelutoimintonsa verkkoon ja samankaltainen kehitys jatkuu koko ajan<sup>23</sup>. Monella alalla perinteisen asiakaspalvelun rinnalle on tullut verkkopalvelu yhtenä asiakaspalvelun muotona.

On tärkeää ymmärtää, että eri palvelukanavat eivät kilpaile keskenään samoista asiakkaista, vaan että ne tukevat toisiaan yhtiön ydinliiketoiminnan toteuttamisessa<sup>24</sup>. Perinteinen asiakaspalvelu ei ole hävinnyt minnekään, sen rinnalle vain tarjotaan asiakkaille

<sup>22</sup> Nurmela & Sirkiä 2005.

<sup>23</sup> Järvinen & Lehtinen 2005, 78.



vaihtoehtoista tapaa hoitaa asiansa verkossa ajasta ja paikasta riippumattomana. Vakuutusyhtiöt eivät palvele asiakkaitaan enää yhden palvelukanavan eli konttoriverkoston strategialla, vaan kuten muillakin aloilla, vakuutuslalla on siirrytty monikanavaiseen palvelumalliin, jossa asiakas voi asioida hänelle mieluisimmalla tavalla monen eri palvelukanavan kautta<sup>25</sup>. Monikanavaisen palvelun muodostavat päällekkäiset asiakaspalvelukanavat, joita tyypillisesti ovat konttorit, puhelinpalvelu, verkkopalvelu ja asiamiehet.

Myös vakuutusyhtiöt koko maailmassa ovat alkaneet siirtää vakuutusliiketoimintaansa verkkoon. Suomalaiset vakuutusyhtiöt ottivat käyttöön ensimmäiset Internet-sivustot vuonna 1996. Alussa vakuutusyhtiöiden verkkosivuilla oli vain informaatiota vakuutuksista, eikä vakuutuksen ostaminen verkosta ollut vielä mahdollista.<sup>26</sup> Vuonna 2000 suomalaisten vakuutusyhtiöiden kotisivujen kautta pystyi vahinkovakuutuksista ostamaan lähinnä vain matkavakuutuksia<sup>27</sup>. Matkavakuutuksia pystyi ottamaan neljän vakuutusyhtiön verkkosivujen kautta. Tämän lisäksi yhden yhtiön verkkosivujen kautta pystyi ottamaan kotivakuutuksen.<sup>28</sup>

Henkivakuutuksia samana ajankohtana pystyi ottamaan neljän yhtiön verkkosivuilta. Vuoden 2003 vastaavan selvityksen mukaan henkivakuutuksen tarjoajia oli enää vain kolme. Riskihenkivakuutusta ei voinut ottaa minkään yhtiön verkkosivujen kautta, mutta myynnissä oli lainaturva-, eläke-, säästö- ja sijoitusvakuutuksia.<sup>29</sup>

Vuonna 2002 Bystedt oli vielä sitä mieltä vakuutusyhtiöiden verkkopalveluista, että vakuutussopimus voidaan kyllä teknisesti tehdä verkossa mutta varsinainen myyntityö edellyttää aina henkilökohtaista myyjän asiaan vaikuttamista joko kasvotusten tai puhelimitse. Verkkosivut toimivat hänen mielestään parhaiten muun myynnin tukena.<sup>30</sup> Vakuutusten hoito onnistui verkon kautta, mutta kehittämis- ja kasvumahdollisuuksia oli vielä runsaasti. Bystedt koki vakuutusten myyntiprosessin läpiviemisen erittäin haas-

---

<sup>24</sup> Nuutinen 2004, 6.

<sup>25</sup> Nuutinen 2004, 5–8.

<sup>26</sup> Ahonen & Järvinen 2004; Ahonen & Järvinen 2003.

<sup>27</sup> Vahinkovakuutusten Internet-tarjonta monipuolistunut 2005.

<sup>28</sup> Vahinkovakuutusten myynti Internetissä vasta alkamassa 2000.

<sup>29</sup> Henkivakuutusten Internet-tarjonta vähäistä 2003.

<sup>30</sup> Bystedt 2002, 14–15.

teelliseksi ja vaikeaksi, koska argumentointi ja vastaväitteiden esittäminen ei helposti onnistu verkossa, mikä puolestaan vaikeuttaa asiakkaalle myymistä. Lääkkeeksi verkkomyynnin helpottamiselle hän näki vakuutusyhtiöiden verkkosivujen interaktiivisuuden lisäämisen.<sup>31</sup>

2000-luvulle tultaessa interaktiiviset verkkopalvelut alkoivatkin lisääntyä. Verkkoon siirtymisen taustalla ja motiiveina ovat olleet kulujen pienentäminen, palveluprosessin nopeuttaminen ja palvelujen parempi saatavuus<sup>32</sup>. Kesäkuussa 2005 Kuluttajien vakuutustoimiston selvityksen mukaan vahinkovakuutuksia on jo voinut ottaa seitsemän suomalaisen vakuutusyhtiön kotisivujen kautta<sup>33</sup>.

Ahosen ja Järvisen mukaan verkkokaupan kehittyminen vakuutusalamalla on ollut hidasta mutta verkkopalvelujen kehittämisen tärkeys on yhtiöissä tiedostettu ja eteenpäin ollaan menossa<sup>34</sup>. Ahosen ja Järvisen mielestä vakuutusalan hidas siirtyminen verkkokauppaan johtuu osittain alan tiukasta lainsäädännöllisestä kontrollista<sup>35</sup>. Bystedt mukaan vakuutusyhtiöt eivät vielä osaa hyödyntää verkkosivujaan tehokkaasti, mikä näkyy selkeiden verkkoliiketoimintastrategioiden puuttumisessa. Vakuutusyhtiöissä ei hänen mukaansa ole vielä selvitetty, miten vakuutuksia pystytään myymään verkossa, vaan siellä toimitaan samalla tavalla kuin muissakin myyntikanavissa.<sup>36</sup> Näiden mielipiteiden valossa vakuutusalan siirtyminen verkkokauppaan on haastava askel yhtiölle.

Kuten luvun 2.1 tilastotiedoista kävi ilmi, kuluttajan iällä on vaikutusta halukkuuteen asioida Internetin välityksellä. Järvinen ja Heino ovat tutkimuksessaan haastatelleet lapsiperheiden edustajia ja ikääntyviä kuluttajia näiden palvelukokemuksista vakuutuspalveluista, pankkipalveluista ja Kelan palveluista. Haastattelututkimuksessa kävi ilmi, että kolmasosa lapsiperheiden edustajista toivoo nykyistä monipuolisempia Internetpalveluja vakuutusyhtiöiltä. Toivottiin mm. mahdollisuutta tehdä vahinkoilmoituksia Internetissä, lakkauttaa vakuutuksia, laskea vakuutusten hintoja ja ostaa yksinkertaisia vakuutuksia. Järvisen ja Heinin mielestä toiveet paljastavat, että Internetissä tapahtuvaan vakuutus-

---

<sup>31</sup> Bystedt 2002, 14–15.

<sup>32</sup> Ahonen & Järvinen 2003.

<sup>33</sup> Vahinkovakuutusten Internet-tarjonta monipuolistunut 2005.

<sup>34</sup> Ahonen & Järvinen 2003.

<sup>35</sup> Ahonen & Järvinen 2003.

<sup>36</sup> Bystedt 2002, 14.

asiointiin vaikuttavat henkilökohtaisista tekijöistä kuluttajan ikä, kotitalouden elinvaihe ja kuluttajan taloudellinen asema.<sup>37</sup> Lisäksi haastatteluista kävi ilmi, että heikko tietotaso vakuutuksista puolestaan ohjaa kuluttajia asioimaan henkilökohtaisesti vakuutusyhtiön toimistossa. Oikean valinnan varmistamiseksi kuluttajalle syntyy henkilökohtaisen palvelun tarve. Asiantuntevan toimihenkilön koetaan vähentävän epävarmuutta ostopäätöstä tehtäessä.<sup>38</sup>

Ikääntyvät kuluttajat eivät suhtaudu myönteisesti Internetin kautta asiointiin. Tätä perustellaan vakuutusten monimutkaisuudella. Toisaalta ikääntyvät kokevat nuorempia enemmän tarvetta tehdä ostopäätös ja valita oikea vakuutus virkailijan läsnä ollessa.<sup>39</sup>

Vakuutusyhtiöiden verkkosivut ja -palvelut ovat kehittyneet huomattavasti 2000-luvun alkupuoliskon aikana, ja kehitys jatkuu kiivaana koko ajan. Järvisen ja Heinon tutkimuksessa esiin tulleet kuluttajien toiveet yhtiöiden verkkosivujen sisällöstä ja verkkopalvelun tasosta ovatkin osittain toteutuneet vakuutusala<sup>40</sup>. Palvelussa on myös päästy osittain jo seuraavalle tasolle. Ifin ja Tapiolan asiakkaat voivat pankkitunnisteiden avulla hoitaa omia vakuutusasioitaan yhtiön verkkosivuilla suojatussa ympäristössä. Ifin asiakkaat voivat muun muassa tarkastaa oman vakuutusturvansa, tehdä vakuutusmuutoksia, ostaa uusia vakuutuksia tai ilmoittaa vahingosta.<sup>41</sup>

Tällä hetkellä vakuutusala elää verkkopalvelujen osalta murroskautta ja verkkopalvelujen taso eri yhtiöillä on hyvin eritasoista. Kun yhden vakuutusyhtiön asiakkaat on opetettu siihen, että verkossa voi asioida laajasti, samantasoisia palvelua odotetaan helposti kaikilta yhtiöiltä.<sup>42</sup> Asiakkaan vaihtaessa vakuutusyhtiötä verkkopalveluiltaan heikompiin yhtiöön verkkopalveluiden tason heikentyminen voi olla suuri pettymys. Kilpailijoiden parannukset palvelun tasossa kannustavat ja osittain pakottavatkin yhtiöitä kehittämään omia verkkopalvelujaan. Pyrkimys vastaamaan kilpailijoiden haasteisiin

---

<sup>37</sup> Järvinen & Heino 2004, 28.

<sup>38</sup> Järvinen & Heino 2004, 26.

<sup>39</sup> Järvinen & Heino 2004, 31.

<sup>40</sup> Nuutinen 2004, 29.; Järvinen, Ahonen & Salonen 2005; Reivilä, 2006.

<sup>41</sup> Vakuutukset hoituvat sähköisesti 2005; If lisää verkkopalvelua 2005; Lähivakuutus uudistaa verkkopalvelujaan 2004.

<sup>42</sup> Reivilä 2005; Antila, Veli-Pekka 2005; Viitala 2004.

ja asiakkaiden odotuksiin synnyttää positiivisen kehittämissä pakon vakuutusyhtiöiden verkkopalveluille.

## 2.3 Vakuutusten verkkomyyntiin liittyvä lainsäädäntö

### 2.3.1 Vakuutusopimuslaki

Vakuutusopimuslakia sovelletaan 1 §:n mukaan henkilövakuutukseen ja vahinkovakuutukseen. Laki ei pääsääntöisesti koske lakisääteistä vakuutusta eikä jälleenvakuutusta. Lakia sovelletaan kuitenkin liikennevakuutuslain (279/1959), potilasvahinkolain (585/1986) ja ympäristövahinkovakuutuksesta annetun lain (81/1998) mukaisiin vakuutuksiin, jollei näissä laeissa toisin säädetä. Henkilövakuutuksella tarkoitetaan VSL 2 §:n mukaan vakuutusta, jonka kohteena on luonnollinen henkilö ja vahinkovakuutuksella vakuutusta, joka otetaan esinevahingon, vahingonkorvausvelvollisuuden tai muun varallisuusvahingon aiheuttaman menetyksen korvaamiseksi.

Vakuutusopimuslain 3 §:n 1 momentin mukaan ”*sopimusehto, joka poikkeaa tämän lain säännöksistä muun vakuutetun tai vakuutuskorvaukseen oikeutetun kuin vakuutuksenottajan vahingoksi, on mitätön*”. Lisäksi VSL 3 §:n 2 momentin mukaan 3 §:n 1 momenttia sovelletaan, jos vakuutuksenottaja on kuluttajansuojalaissa tarkoitettu kuluttaja tai kuluttajaan rinnastettava elinkeinonharjoittaja.

Vakuutusopimuslailla on säädetty vakuutuksenantajan tiedonantovelvollisuudesta vakuutuksenottajaa kohtaan. Lain 5 §:n 1 momentti säätelee ennen vakuutusopimuksen päättämistä annettavista tiedoista.

Vakuutusopimuslaki on sopimusoikeuden piiriin kuuluva vakuutusalan erityislaki. Siitä on tarkoituksellisesti jätetty osa asioista, kuten sopimuksen solmimista ja tulkintaa tai sopimuksen kohtuullistamista koskevat kysymykset yleisten sopimusoikeudellisten periaatteiden ja muiden lakien varaan. Tällaisia muita tärkeimpiä yleislakeja ovat kuluttajansuojalaki ja oikeustoimilaki. Oikeustoimilakiin turvaututaan lähinnä sopimuksen

solmimiseen liittyvissä tulkintatilanteissa tai -vaikeuksissa.<sup>43</sup> Oikeustoimilakia ei käsitellä tässä tutkimuksessa.

Vakuutuslainsäädännön verkkomyyntiin liittyviin teemoihin ja tämän tutkimuksen kannalta olennaiseen osaan perehdytään tarkemmin kolmannessa pääluvussa.

### 2.3.2 Kuluttajansuojalaki

Kuluttajansuojalaki säätelee lain 1 luvun 1 §:n mukaan *"kulutushyödykkeiden tarjontaa, myyntiä ja muuta markkinointia elinkeinonharjoittajilta kuluttajille"*. Lisäksi lakia sovelletaan myös, kun elinkeinonharjoittaja välittää hyödykkeitä kuluttajille. Kuluttajansuojalaki ei kuitenkaan koske lakisääteisiä vakuutuksia eikä työntekijän ryhmähenkivakuutusta. Kuluttajansuojalain mukaisena kuluttajana pidetään 1 luvun 4 §:n mukaisesti luonnollista henkilöä, joka hankkii kulutushyödykkeen pääasiassa muuhun tarkoitukseen kuin harjoittamaansa elinkeinotoimintaa varten. Vakuutuskielillä kuluttajansuojalain mukainen kuluttaja on yhtä kuin yksityisasiakas tai henkilöasiakas.

Tässä tutkimuksessa keskitytään kuluttajansuojalain osalta 6 a lukuun. Kuluttajansuojalain 6 a luvussa säädetään rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynnistä.

Vakuutuksenantajan yleisestä tiedonantovelvollisuudesta säädetään vakuutuslainsäädännössä. Kuluttajansuojalain 6 a luvussa sen sijaan säädetään tiedonantovelvollisuudesta vakuutusten etämyyntitilanteissa. Vakuutuslainsäädännön ja kuluttajansuojalain säädöksen ovat osin päällekkäiset, mutta täydentävät toisiaan etämyynnistä annettavista tiedoista. Kuluttajansuojalakia sovelletaan usein vakuutuslainsäädännön rinnalla yksittäisten sopimusten tulkintaan ja markkinoinnin asianmukaisuuden selvittämiseen<sup>44</sup>.

Kuluttajansuojalain mukaisesta tiedonantovelvollisuudesta ja etämyyntiin liittyvistä sääöksistä kerrotaan yksityiskohtaisemmin tutkimuksen neljännessä pääluvussa.

---

<sup>43</sup> Lehtipuro ym. 1999, 86.

<sup>44</sup> Lehtipuro ym. 1999, 86.

### **3 TIEDONANTOVELVOLLISUUS VAKUUTUSSOPIMUSLAIN MUKAAN**

#### **3.1 Tiedonantovelvollisuus ennen sopimuksen päättämistä**

##### **3.1.1 Tiedonantovelvollisuus ja sen tarkoitus**

Vakuutus sopimuksen syntyminen edellyttää sitä, että vakuutuksenottaja ja vakuutus-  
senantaja vaihtavat tietoja keskenään. Vakuutuksenottajan tai vakuutetun on annettava  
tietoja riskin arvioimista, vakuutettavan kohteen yksilöimistä ja vakuutusmaksun mää-  
ritymistä varten. Vakuutuksenantajan puolestaan on annettava tietoja vakuutuksesta,  
jotta vakuutuksenottaja voi tehdä vakuuttamispäätöksensä.<sup>45</sup>

Vakuutuksenantajalle on vakuutus sopimuslaissa asetettu erityinen tiedonantovelvolli-  
suus vakuutuksenottajaa kohtaan. Tiedonantovelvollisuus vakuutus sopimuksessa on an-  
karampi ja laajempi kuin monissa muissa varallisuus oikeudellisissa sopimuksissa. Va-  
kuutuksenantajan tiedonantovelvollisuuden ankaruus perustuu vakuutus sopimuksen ja  
vakuutuksen luonteeseen.<sup>46</sup> Sopimuksen osapuolina ovat vastakkain kuluttaja, jolla on  
usein hyvin heikko tietämys vakuutuksesta, ja vakuutusyhtiö, joka tarjoaa kuluttajalle  
vakiomuotoisilla ehdoilla vakuutusta, jonka sisältöön kuluttaja ei enää juurikaan voi  
vaikuttaa.

Vakuutus on aineeton palvelu, josta kuluttajan on muodostettava käsitys pelkästään so-  
pimusehtojen ja vakuutusehtojen perusteella. Vakuutuksen sisältöä ja korvauslaajuutta  
on pystyttävä arvioimaan kirjallisen aineiston, esimerkkien ja täsmennysten perusteella.  
Vakuutuksen ominaisuuksista ei samalla tavalla saa tietoa havainnoimalla kuin tavarois-

---

<sup>45</sup> Antila, Veli-Aunus 2005, 225.

<sup>46</sup> Hoppu & Hoppu 2003, 258.

ta on saatavissa.<sup>47</sup> Näiden vakuutus sopimusten erikoisominaisuuksien vuoksi vakuutuksenantajan tiedonantovelvollisuus on tärkeä kuluttajan etuja suojaava säädös.

Kuluttajansuojalainsäädäntöä kehitettäessä on pidetty tärkeänä sitä, että kuluttaja saa ostamastaan tuotteesta jo ennen sopimuksen tekemistä oikeat ja riittävät tiedot ostopäätöksensä tueksi. Vakuutus sopimuslain merkittävämpänä säännöksenä voidaankin pitää vakuutuksenantajan tiedonantovelvollisuutta ennen sopimuksen päättämistä.<sup>48</sup>

Vakuutuksenantajan tiedonantovelvollisuudesta vakuutuksenottajaa kohtaan on säädetty vakuutus sopimuslain 5 §:n 1 momentissa. Siinä säädetään ennen vakuutus sopimuksen päättämistä annettavista tiedoista seuraavasti:

*”Ennen vakuutus sopimuksen päättämistä vakuutuksenantajan on annettava vakuutuksen hakijalle vakuutustarpeen arvioimiseksi ja vakuutuksen valitsemiseksi tarpeelliset tiedot, kuten tietoja vakuutusmuodoistaan, vakuutusmaksuistaan, ja vakuutusehdoistaan. Tietoja annettaessa tulee kiinnittää huomiota myös vakuutusturvan olennaisiin rajoituksiin.”*

Vakuutus sopimuslain 5 §:n 1 momentti jakaa vakuutuksenantajan tiedonantovelvollisuuden kahdeksi toisiaan täydentäväksi tarkoitukseksi. Toisaalta tarkoituksena on antaa vakuutuksenhakijalle tarpeelliset tiedot vakuutustarpeen arvioimiseksi ja toisaalta vakuutuksen valitsemiseksi.<sup>49</sup> Näiden kahden tarkoituksen sisältöön perehdytään tarkemmin seuraavissa alaluvuissa.

Vakuutuksenantajan tiedonantovelvollisuus perustuu siihen, että vakuutuksenantaja on se osapuoli, joka on parhaiten selvillä myöntämistään vakuutuksista, niiden ehdoista ja eri vakuutusvaihtoehtojen eroista. Vaikka vakuutuksenottaja voi aktiivisesti etsiä tietoja vakuutusyhtiön verkkosivuilta, joissa sitä yleensä onkin laajasti saatavilla, hän on kuitenkin heikommassa asemassa suhteessa vakuutuksenantajaan selvittäessään vakuutuk-

---

<sup>47</sup> Hoppu 1997, 34–35; ks. myös Häyhä 1996, 202.

<sup>48</sup> Lehtipuro ym. 1999, 97; Antila, Veli-Aunus ym. 2005, 237.

<sup>49</sup> Norio-Timonen 1997, 111.

siin liittyviä kysymyksiä.<sup>50</sup> Vakuutuksenantajan tiedonantovelvollisuus ilmentää myös Lehtipuron ym. mielestä vakuutussuhteelle ominaista lojaliteettiperiaatetta, jolla tarkoitetaan vakuutuksenantajan velvollisuutta auttaa vakuutuksenottajaa heikompana osapuolena ja antaa hänelle riittäviä tietoja vakuutuksesta.<sup>51</sup> Vakuutuslakia säädettyäessä on lähdetty siitä, että vakuutuksenhakijalle annetaan sellaiset tiedot ja niin paljon tietoa, että hän pystyy itse arvioimaan vakuutustarpeensa näiden tietojen pohjalta ja toisaalta valitsemaan omaan yksilölliseen tarpeeseensa parhaan vakuutusvaihtoehdon vakuutuksenantajan tarjoamista vaihtoehdoista.<sup>52</sup>

Vakuutuslakien 5 §:n 2 momentti säätelee poikkeuksen tiedonantovelvollisuudesta. Sen mukaan ”tietoja ei kuitenkaan tarvitse antaa, jos vakuutuksen hakija ei tietoja halua tai niiden antaminen tuottaisi kohtuutonta hankaluutta”. Vakuutuslakien mukaan vakuutuksenantajan on annettava tietoja vakuutuksesta oma-aloitteisesti. Vaikka vakuutuksenottaja ei pyytäkään tietoja vakuutuksesta, sitä ei voida pitää osoituksena siitä, että hän ei halua niitä. Vakuutuksenottajan täytyy nimenomaisesti ilmoittaa vakuutuksenantajalle, että hän ei halua tietoja vakuutuksesta. Vasta tällöin vakuutuksenantaja on vapaa vakuutuslakien 5 §:n 1 momentin mukaisesta tiedonantovelvollisuudesta.<sup>53</sup> Todistustaakka siitä, että vakuutuksenottaja ei halunnut tietoja tai että niiden antaminen olisi tuottanut kohtuutonta hankaluutta, on vakuutuksenantajalla<sup>54</sup>. VSL 5 §:n 2 momentilla varmistetaan kuluttajan tiedonsaanti olennaisista asioista, koska kuluttaja ei välttämättä osaisi esittää vakuutuksenantajalle oikeita kysymyksiä vakuutuksen kattavuudesta.

Kohtuuttomana hankaluutena voidaan hallituksen esityksen mukaan pitää esimerkiksi tilannetta, jossa vakuutuksenottaja lähettää vakuutushakemuksen postitse vakuutusyhtiöön ja ilmaisee siinä haluavansa vakuutuksen voimaan mahdollisimman pian<sup>55</sup>. Tällöin vakuutuksenantajan ei tarvitse ottaa yhteyttä vakuutuksenottajaan selventääkseen hänel-

---

<sup>50</sup> Hoppu 1997, 35.

<sup>51</sup> Lehtipuro ym. 1999, 98.

<sup>52</sup> Lehtipuro ym. 1999, 98.

<sup>53</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutuslakia, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 5 § Tiedot ennen sopimuksen päättämistä, 14.–16. kappale; ks. myös Antila, Veli-Aunus 2005, 238.

<sup>54</sup> Hoppu 1997, 40.

<sup>55</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutuslakia, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 5 § Tiedot ennen sopimuksen päättämistä, 16. kappale.



le vakuutuksen yksityiskohtaiset tiedot ja kertoakseen muista mahdollisista vaihtoehtoista<sup>56</sup>.

Sen perusteella, että vakuutuksenhakijaa ei erikseen tarvitse ryhtyä tavoittamaan, vastaavana tilanteena voidaan pitää sähköisesti verkkosivujen kautta saapunutta vakuutuslakemusta. Verkkosivuilla täytyy kuitenkin olla 5 §:n perusteella tarjolla tarpeelliset tiedot vakuutuksesta, jotta vakuutuksenottajalla on ollut halutessaan mahdollisuus perehtyä niihin ennen sähköisen vakuutushakemuksen lähettämistä vakuutusyhtiöön.

Vakuutuksenantajan tiedonantovelvollisuuden ankaruudella ei ole kuitenkaan haluttu estää tai vaikeuttaa vakuutuksen hakijan mahdollisuutta saada vakuutusturva voimaan nopeasti tai jopa välittömästi. Tämän vuoksi lakiin on otettu kohtuuttoman hankaluuden käsite, jotta vakuutuksenantajan ei tarvitsisi sellaisissa tilanteissa, joissa vakuutuksen hakija ilmoittaa haluavansa vakuutuksen välittömästi voimaan, varmistaa ensin, että hakija on selvillä vakuutusehdoista riittävällä tavalla.<sup>57</sup>

Hallituksen esityksen mukaan sellaiselle henkilölle, joka harkitsee vakuutuksen ottamista, on annettava riittävästi tietoja, jotta hän voi arvioida vakuutuksen tarkoituksenmukaisuutta, verrata tarjolla olevia vaihtoehtoja ja saada oikean käsityksen vakuutusturvan kattavuudesta<sup>58</sup>. Esityksessä ei kuitenkaan kerrota tarkemmin siitä, millä tavalla tai missä yhteydessä vakuutuksenantajan on annettava tietoja vakuutuksen hakijalle. On katsottu, että vakuutusten merkitys, sisältö ja vakuutusten ottamistilanteet vaihtelevat niin paljon, että vakuutuksenantajalle ei voida asettaa tarkkoja tiedonantovaatimuksia. Tiedonantovelvollisuuden täyttymistä arvioitaessa onkin otettava huomioon vakuutuksen laatu ja vakuutuksen ottamiseen liittyvät olosuhteet.<sup>59</sup>

---

<sup>56</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutuslakilaki, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 5 § Tiedot ennen sopimuksen päättämistä, 16. kappale; Pellikka, Tuula 2005, 57–58.

<sup>57</sup> Lehtipuro ym. 1999, 99.

<sup>58</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutuslakilaki, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 5 § Tiedot ennen sopimuksen päättämistä, 1. kappale; ks. myös Pellikka, Tuula 2005, 53.

<sup>59</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutuslakilaki, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 5 § Tiedot ennen sopimuksen päättämistä, 2. kappale.

Yhtenä ohjenuorana tiedonantovelvollisuuden tapauskohtaista laajuutta mietittäessä voidaan pitää vakuutusopimuksen pituutta ja maksujen merkittävyyttä. Tietojen on oltava yksityiskohtaisemmat kestoaltaan pitkäaikaisessa vakuutusopimuksessa, johon sitoudutaan pitkäksi aikaa, ja jolla on suurta taloudellista merkitystä. Vastaavasti lyhytkestoisen tai vähemmän merkittävän vakuutuksen kohdalla tiedonantovelvollisuus täytetään vähemmällä tiedoilla. Toisaalta rajanveto voi näilläkin kriteereillä olla hankalaa, sillä myös määräaikainen vakuutusmaksuiltaan edullinen vakuutus voi nousta suureen arvoon vahingon sattuessa.<sup>60</sup>

Tiedonantovelvollisuudesta säädettyä on lähdetty siitä, että pelkkien vakioehtoisten vakuutusehtojen antaminen vakuutuksenottajalle ennen sopimuksen tekemistä ei riitä täyttämään vakuutuksenantajan tiedonantovelvollisuutta. Kuitenkaan henkilökohtaista suullista tiedottamista ei edellytetä. Yleensä riittävänä voidaan pitää sitä, että 5 §:n 1 momentin mukaiset tiedot on annettu kirjallisesti selkeässä muodossa ja tarvittaessa esimerkkien avulla havainnollistaen.<sup>61</sup> Vakuutusyhtiöillä on käytäntönä antaa asiakkailleen vakuutusehtojen rinnalla vakuutusten tuoteseloste, johon on koottu olennaisimmat tiedot vakuutuksista kansantajuisemmalla kielellä kuin vakuutusehdoissa. Tämä käytäntö perustuu juuri tähän hallituksen esityksen kohtaan.

Antila ottaa vielä tarkemmin kantaa vakuutusyhtiöiden myyntiesitteiden ja tuoteselosteiden terminologiaan. Hänen mielestään tuoteselosteeksi saisi kutsua vain vakuutuksenantajan tiedonantovelvollisuuden täyttävää kirjallista materiaalia. Myyntiesitteellä viitataan enemmänkin kaupalliseen kehumiseen ja myynnin edistämiseen liittyvään materiaaliin. Terminologian oikealla ja yhtenäisellä käytöllä vakuutuslalla viestittäisiin hänen mielestään vakuutuksenhakijoille ja viranomaisille paremmin materiaalin sisällöstä ja sen tiedonantovelvollisuuden täyttymisestä.<sup>62</sup>

Hallituksen esityksen mukaan ei kuitenkaan edellytetä, että vakuutuksenottajalle annettavat tiedot olisi kerrottava myös yhtiön markkinoinnissa. Riittää, että tiedot on annettu jossain vaiheessa ennen vakuutusopimuksen solmimista. Henkilökohtaisesti tietoja ei

---

<sup>60</sup> Hoppu 1997, 36.

<sup>61</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutusopimuslaki, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 5 § Tiedot ennen sopimuksen päättämistä, 3. kappale; ks. myös Antila, Veli-Aunus 2005, 238.

tarvitse antaa, mutta edellytyksenä on se, että ne ovat helposti saatavilla.<sup>63</sup> Helposti saatavilla olevana voidaan mielestäni pitää sitä, että tiedot ovat luettavana, tulostettavana ja talletettavana vakuutusyhtiön verkkosivuilla ennen sopimuksen tekemistä.

Norio-Timosen mukaan VSL 5 §:stä on aistittavissa, että lainsäätäjät pitää kuluttajia oma-aloitteisina ja aktiivisina tiedonhakijoina. Lainsäätäjien taholta ajatellaan, että kuluttajat vertailevat kriittisesti eri vakuutusvaihtoehtoja, ja että he osaavat valita itselleen parhaan vakuutuksen saamalla riittävästi tietoa vakuutuksista.<sup>64</sup>

Suomalaiset henkilövakuutuksia myöntävät yhtiöt ovat yhdessä miettineet tietojen minimisisältöä, joka ainakin tuoteselosteesta tulisi käydä ilmi. Esitteessä tulisi olla ainakin vakuutuksen myöntävän yhtiön nimi ja osoite, vakuutuksen sisältö, sopimusaika, terveydentilan vaikutus vakuutukseen, vakuutusmaksu esimerkillä kuvattuna, mahdollisen rahaston kertyminen, maksujen ja ehtojen muuttaminen, vakuutuksenhakijan tiedonantovelvollisuuden laiminlyönnin seuraamukset, vakuutuksen irtisanominen, takaisinos-  
tomahdollisuus, vapaakirja, verotus, edunsaajan määrääminen ja viittaus vakuutusehtoihin. Yllä mainitut tiedot perustuvat EU:n kolmannen henkivakuutusdirektiivin (92/96/ETY) liitteessä lueteltuihin tietoihin.<sup>65</sup>

### 3.1.2 Vakuutustarpeen arvioiminen

Vakuutuksen hakijalle on VSL 5 §:n 1 momentin mukaan annettava *vakuutustarpeen arvioimiseksi tarpeelliset tiedot*. Hallituksen esityksen perustelujen mukaan tämä merkitsee yleensä sitä, että vakuutuksen hakijalle selvitetään, johtaako tarjottu vakuutus päällekkäiseen vakuutusturvaan hänellä jo olevien vakuutusten kanssa. Jotta vakuutuksen hakija voi arvioida yksittäisen vakuutuksen vakuutustarvetta, ei siis riitä, että vakuutuksenantaja antaa tietoja vain uudesta vakuutuksesta. Vakuutuksenantajan on myös selvitettävä vakuutuksen hakijalle, onko hänellä jo voimassa oleva toinen vakuutus, joka

---

<sup>62</sup> Antila, Veli-Aunus 2005, 238.

<sup>63</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutuslakia, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 5 § Tiedot ennen sopimuksen päättämistä, 4. kappale.

<sup>64</sup> Norio-Timonen 1997, 111.

<sup>65</sup> Antila, Veli-Aunus 2005, 239.

mahdollisesti kattaa tämän vakuuttamistarpeen.<sup>66</sup> Tiedonantovelvoitteen tarkoituksena on välttää päällekkäisen vakuutusturvan syntyminen<sup>67</sup>.

Velvollisuus antaa vakuutuksenottajalle vakuutuksen arvioimiseksi tarpeelliset tiedot ei kuitenkaan velvoita vakuutuksenantajaa ryhtymään kokonaisvaltaiseen riskikartoitukseen vakuutuksenottajan puolesta. Vakuutuksenantaja ei ole velvollinen selvittämään, kuinka todennäköinen vahinkoriski vakuutuksenhakijalla on suhteessa omaisuuteensa, jota hän on vakuuttamassa.<sup>68</sup>

Vakuutuksenantajan tiedonantovelvollisuus vakuutustarpeen arvioimisen osalta on täytetty, kun vakuutuksenhakijalle on annettu tiedot, joiden perusteella hän pystyy arvioimaan, onko hänellä tarvetta ottaa uusi vakuutus suhteessa hänellä jo olemassa olevaan vakuutusturvaan nähden. Vakuutuksenottajan on itse selvittävä vakuutetun kohteen vahinkoriski ja puntaroitava vakuutuksen tarpeellisuus omista yksilöllisistä lähtökohdistaan käsin.<sup>69</sup> Vakuutuksenottajan kokemaan vakuutuksen tarpeellisuuteen vaikuttavat suuresti myös henkilökohtaiset arvot vakuutuksen tarpeellisuudesta sekä yksilön riskinottohalukkuus.

Myös Norio-Timonen pohtii, mitä sanamuodolla ”vakuutustarpeen arvioiminen” tarkoitetaan. Hänen mielestään ilmaisu on liian laajamerkityksinen, jos sillä tarkoitetaan vain tietojen antamista päällekkäisen vakuutusturvan välttämiseksi. Norio-Timosen mukaan ilmaisu ”vakuutustarpeen arvioiminen” herättää kysymyksen siitä, onko vakuutuksenantaja velvollinen auttamaan vakuutuksenottajaa yksilöllisen vakuutustarpeen ja vakuutusturvan laajuuden selvittämisessä. Hän tulee kuitenkin siihen johtopäätökseen, että hallituksen esityksen perustelujen pohjalta näyttää siltä, että tiedonantovelvollisuus on haluttu rajata vakuutustarpeen selvittämiseen ottaen huomioon vakuutuksenhakijalla jo olevat vakuutukset.<sup>70</sup>

---

<sup>66</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutuslakia, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 5 § Tiedot ennen sopimuksen päättämistä, 7. kappale.

<sup>67</sup> Antila, Veli-Aunus 2005, 237.

<sup>68</sup> Pellikka 2005, 54.

<sup>69</sup> Hoppu 1997, 36.

<sup>70</sup> Norio-Timonen 1997, 114–115.

Edelliset tulkinnat huomioiden ja hallituksen esitystä edelleen tulkittaessa voidaan todeta, että vakuutuksenhakijalle on selvitettävä olemassa olevan ja uuden vakuutuksen välinen mahdollinen päällekkäisyys ja yhteiset korvausalueet, mutta vakuutuksenantajalla ei ole vastuuta selvittää vakuutuksenhakijalle riittävää vakuutusmäärää. Esimerkiksi vakuutuksen hakijalle on kerrottava hänen kotivakuutuksensa korvauskatto, mutta vakuutuksenottajan itsensä on tiedettävä, onko se hänen omaisuudelleen riittävä vakuutusmäärä. Vakuutuksenottajan päätettäväksi jää, tarvitseeko vakuutusmäärää nostaa tai ottaa muita lisävakuutuksia.

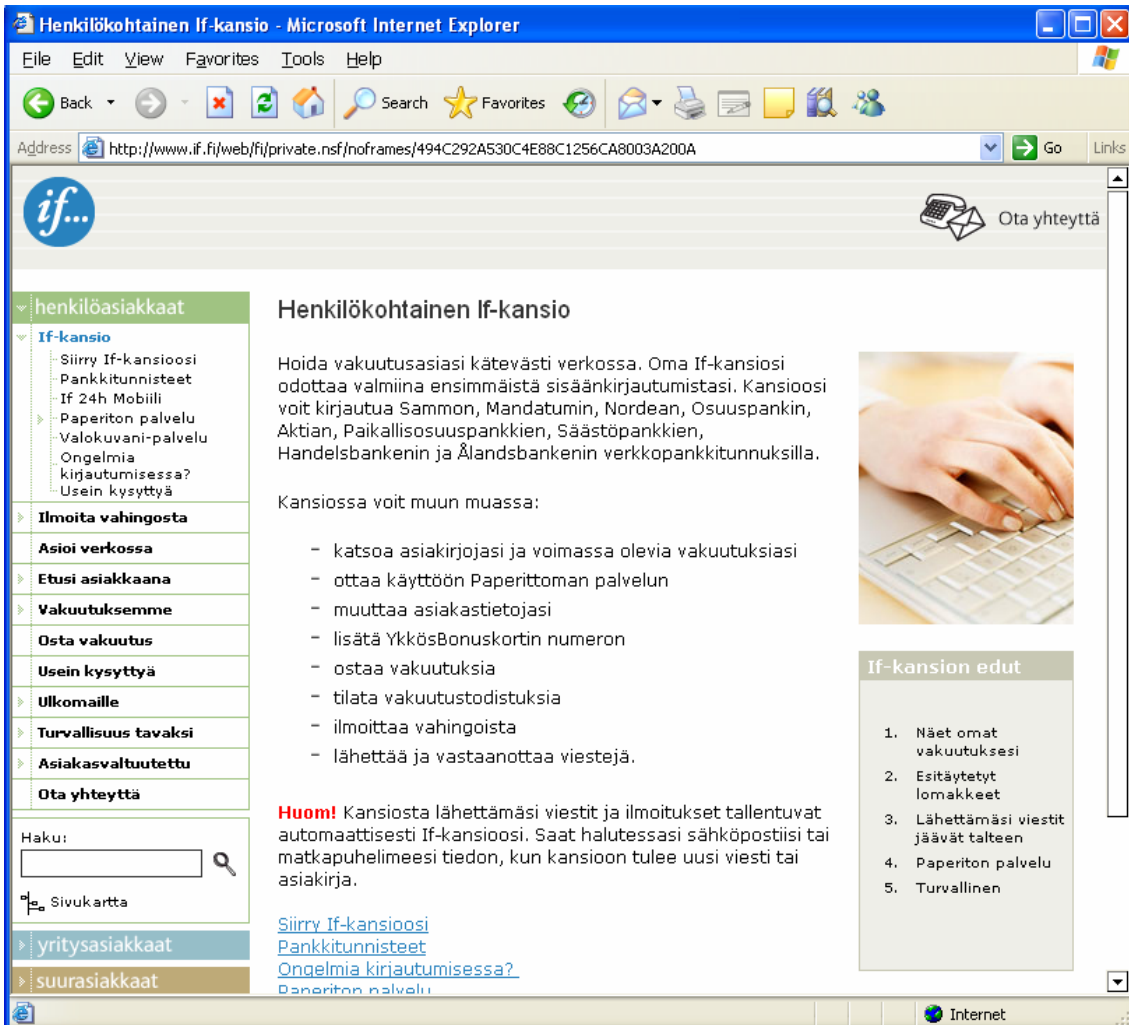
Jos hakijalla ei ole mahdollisuutta keskustella vakuutusyhtiön edustajan kanssa, kuten ei ole verkkosivujen kautta tapahtuvassa ostotilanteessa, vakuutustarpeen arvioimiseksi tarpeellisia tietoja voidaan antaa kuvaavilla esimerkeillä<sup>71</sup>. Edellisistä lain tulkinnoista voisi saada sen kuvan, että vakuutusyhtiön edustajan on nimenomaisesti vakuutuksenotamistilanteessa kerrottava vakuutuksenottajalle hänen senhetkiset voimassa olevat vakuutuksensa. Kuitenkin vapaus kuvaavien esimerkkien käyttämiseen verkkokaupassa tarkoittaa, että vakuutuksenottajan oman selvittämisen varaan jäävät hänen voimassa olevat vakuutuksensa. Kuvaavilla esimerkeillä voidaan kertoa esimerkiksi, mitä päällekkäisiä korvausalueita kahdella eri vakuutuksella on, mutta niillä ei voida antaa vakuutuksenottajalle varmaa vastausta siitä, onko hänellä voimassa oleva vakuutus kyseisessä yhtiössä. Tässä suhteessa vakuutuksenottaja on heikommassa asemassa tiedonantovelvollisuuden täyttymiseen nähden verkkokaupassa kuin kasvokkain tai puhelimitse tapahtuvassa myynnissä.

Tosin verkkopalvelujen kehittymisen ansiosta nykyisin Ifin ja Tapiolan asiakkailla on mahdollisuus ns. tunnistetun asiakkaan palveluihin verkkosivuilla. Tämä tarkoittaa, että henkilökohtaisilla verkkotunnuksilla asiakas pystyy tarkastamaan reaaliaikaisen vakuutusturvansa suojatussa yhteydessä vakuutusyhtiöön. Myös joitain vakuutusmuutoksia on mahdollista tehdä tämän palvelun kautta. Jos asiakas voi käyttää tällaista palvelua varmistaakseen voimassa olevan vakuutusturvansa, hän pystyy paremmin arvioimaan va-

---

<sup>71</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutuslakia, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 5 § Tiedot ennen sopimuksen päättämistä, 7. kappale; ks. myös Pellikka 2005, 56.

kuuttamistarvettaan uutta vakuutusta ostaessaan. Kuvio 6 kertoo, millaisia tunnistetun asiakkaan palveluja Ifin henkilöasiakkaille on tarjolla.<sup>72</sup>



KUVIO 6 Henkilökohtainen If-kansio<sup>73</sup>

### 3.1.3 Vakuutuksen valitseminen ja tarpeelliset tiedot

Vakuutuksen hakijalle on VSL 5 §:n 1 mom. mukaan annettava vakuutustarpeen arvioimiseksi tarpeellisten tietojen lisäksi myös *vakuutuksen valitsemiseksi tarpeelliset tiedot*. Hallituksen esityksen mukaan vakuutuksen hakijalle on tältä osin selvitettävä va-

<sup>72</sup> [www.tapiola.fi](http://www.tapiola.fi) 5.10.2006; [www.if.fi](http://www.if.fi) 5.10.2006; Vakuutukset hoituvat sähköisesti 2005.; If lisää verkkopalvelua 2005.

<sup>73</sup> [www.if.fi](http://www.if.fi). 5.10.2006.

kuutuksenantajalla tarjolla olevia vakuutusmuotoja, niiden maksuja ja ehtoja<sup>74</sup>. Tämä voidaan tulkita niin, että jos vakuutuksenantajalla on samaa vakuutustarvetta varten useampia vakuutusvaihtoehtoja, vakuutuksen hakijalle on kerrottava eri vaihtoehdot, eri vaihtoehtojen maksut ja vakuutusehdot, jotta vakuutuksenhakija voi vertailla niitä<sup>75</sup>. Vakuutuksenhakijalle on annettava sellaiset tiedot eri vakuutusvaihtoehtoista, että hän pystyy valitsemaan vakuutusyhtiön eri vakuutuksista tarpeisiinsa parhaan vaihtoehdon ja on ymmärtänyt eri vakuutusten väliset erot<sup>76</sup>.

Vakuutusmaksuihin vaikuttavana tekijänä voi olla tarpeen kertoa eri omavastuista ja korvauslaajuuksista, kun ne vaikuttavat vakuutusmaksun määräytymiseen. Vakuutusehdoista taas on kerrottava esimerkiksi vakuutusturvan sisältö ja keskeiset korvausperusteet. Lisäksi on kerrottava, miten vakuutus irtisanotaan tai miten se muuten lakkaa ja mitkä seikat vaikuttavat korvausten alentamiseen tai epäämiseen kokonaan.<sup>77</sup>

Muiden vakuutuksenantajien vastaavista vakuutuksista tietoja ei tarvitse antaa. Jos niitä kuitenkin annetaan ja vertailuja tehdään, on niiden oltava niin kattavia, ettei vakuutuksenottaja saa harhaanjohtavaa kuvaa kilpailijan tuotteista ja siitä, kumpi vakuutus on hänelle edullisempi.<sup>78</sup> Jos vakuutuksenhakija haluaa tietoja eri yhtiöiden tarjoamista vakuutuksista, on hänen itse hankittava nämä tiedot.<sup>79</sup> Vakuutuksen valitsemiseksi annetuilla tiedoilla siis tarkoitetaan yhden vakuutuksenantajan myöntämistä samaan tarkoitukseen olevista vakuutuksista annetuista tiedoista.<sup>80</sup>

Tarkemmin voidaan pohtia sitä, mitä tietoja pidetään vakuutustarpeen arvioimisen ja vakuutuksen valitsemisen kannalta tarpeellisina. Norio-Timosen mukaan kyse on toisaalta siitä, millaisten tietojen perusteella vakuutuksenhakija valitsee vakuutuksen tietyn vakuutuksenantajan tuotteista, ja toisaalta siitä, millaiset mahdollisuudet vakuutuksenhakijalla on verrata eri vakuutuksenantajien tuotteita saamiensa tietojen perusteella.

---

<sup>74</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutuslakia, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 5 § Tiedot ennen sopimuksen päättämistä, 1. ja 8. kappale.

<sup>75</sup> Ks. esim. Norio-Timonen 1997, 116 tai Hoppu 1997, 37.

<sup>76</sup> Antila, Veli-Aunus 2005, 237.

<sup>77</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutuslakia, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 5 § Tiedot ennen sopimuksen päättämistä, 8. kappale; ks. myös Pellikka 2005, 56.

<sup>78</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutuslakia, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 5 § Tiedot ennen sopimuksen päättämistä, 9. kappale.

<sup>79</sup> Hoppu 1997, 38.

Tarpeelliset tiedot on laajuudessaan hankala käsite, sillä melkein mitä tahansa tietoa vakuutuksesta voidaan pitää tarpeellisena. Näin laajaa tiedonantovelvollisuutta voidaan puolustaa vakuutusenantajan ja kuluttajan välisen suhteen luonteella ja sillä, että vakuutus on luonteeltaan vaikea tuote monelle kuluttajalle. Toisaalta kuluttajille myytävien vakuutusten vakioehtoisuus sallii sen, ettei vakuutusenantajan tarvitse käydä vakuutusehtoja kohta kohdalta läpi jokaisen vakuutusnottajan kanssa.<sup>81</sup>

Vakuutusenantajan tiedonantovelvollisuus ei Hopun mukaan rajoitu pelkästään sen vakuutustyyppin piiriin, jota vakuutuksenhakija ilmoittaa hakevansa. Jos vakuutuksenhakija ilmoittaa haluavansa palovakuutusta kiinteistölleen, on vakuutusenantajan selvitettävä hänelle myös kiinteistön muut laajemmat vakuutusvaihtoehdot, jotta hän täyttäisi tiedonantovelvollisuutensa asianmukaisesti.<sup>82</sup>

### 3.1.4 Olennaiset rajoitukset

VSL 5 §:n 1 momentin mukaan vakuutusenantajan tulee tietoja annettaessa *kiinnittää huomiota myös vakuutusturvan olennaisiin rajoituksiin*. Olennaisilla rajoituksilla tarkoitetaan vakuutusehdoissa erikseen mainittuja, korvauspiirin ulkopuolelle jääviä vahinkoja. Lisäksi olennaisilla rajoituksilla tarkoitetaan sellaisia ehtokohtia, jotka rajaavat vakuutuksen korvauspiiriä sellaisissa vahinkotapahtumissa, jotka vakuutusnottajan voidaan yleisesti olettaa vakuutuksen korvaavan.<sup>83</sup>

Olennaisena rajoituksena voidaan yleisesti pitää esimerkiksi kotivakuutusten ehtoa, jonka mukaan kadonnutta tai unohtunutta omaisuutta ei korvata<sup>84</sup>. Koska hallituksen esityksessä niin selkeästi käytetään katoamista ja unohtumista esimerkkinä olennaisesta rajoituksesta, kaikkien neljän esimerkkiyhtiön kotivakuutuksen tuoteselosteessa kerrotaankin esimerkkinä, että niitä ei korvata kotivakuutuksesta.

---

<sup>80</sup> Norio-Timonen 1997, 116.

<sup>81</sup> Norio-Timonen 1997, 116–117.

<sup>82</sup> Hoppu 1997, 37.

<sup>83</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutuslakilaki, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 5 § Tiedot ennen sopimuksen päättämistä, 10. kappale; kts. myös Antila, Veli-Aunus ym. 2005, 237–238.

<sup>84</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutuslakilaki, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 5 § Tiedot ennen sopimuksen päättämistä, 12. kappale; kts. myös Antila, Veli-Aunus ym. 2005, 237–238.



Vakuutusturvan olennaista rajoitusta arvioidaan sen mukaan, mitä oletetaan tavallisen kuluttajan pitävän vakuutuksessa tärkeänä<sup>85</sup>. Olennaisuutta arvioitaessa ratkaisevana voidaan pitää myös sitä, mitä kyseiseltä vakuutukselta yleisesti odotetaan. Jos vakuutusehtoihin sisältyy jotain yllättävää tai ankaraa vakuutuksenottajaa tai vakuutettua kohtaan, tällaiset seikat on kerrottava vakuutuksenhakijalle.<sup>86</sup>

Vakuutuksenhakijan yksilöllisiin tekijöihin ja olosuhteisiin kiinnitetään huomiota silloin, kun vakuutuksen ottaminen perustuu vakuutuksenhakijan ja vakuutuksenantajan edustajan välisiin keskusteluihin<sup>87</sup>. Vakuutusten verkkokaupassa yksilöllisiin tekijöihin ja olosuhteisiin ei voida vedota, koska vakuutuksen ottaminen ei perustu vakuutuksenhakijan ja vakuutuksenantajan välisiin keskusteluihin.

Keskeistä vakuutuksen sisällöstä, vakuutusehdoista ja olennaisista rajoituksista ilmoitettaessa on Hopun mukaan se, että vakuutuksen hakija ”saatetaan tilanteeseen, jossa hän pystyy oivaltamaan, mitä vakuutuksen perusteella tullaan eri tilanteissa korvaamaan”. Annetun tiedon on siten oltava tavalliselle kuluttajalle ymmärrettävässä muodossa. Tämän vuoksi tiedonantovelvollisuutta ei vielä täytetä antamalla vakuutuksen hakijalle pelkät vakiomuotoiset vakuutusehdot, joita yleensä pidetään vaikealukuisina ja joita lukemalla voi päätyä moniselitteisiin tulkintoihin vakuutuksen korvauslaajuudesta.<sup>88</sup>

Vakuutuksenantajan velvollisuudella antaa tietoja vakuutusturvan olennaisista rajoituksista pyritään siihen, vakuutuksenhakija voisi arvioida vakuutuksen tarkoituksenmukaisuutta ja verrata sitä tarjolla oleviin vaihtoehtoisiin vakuutuksiin. Näiden tietojen perusteella vakuutuksenhakijan tulisi päästä oikeaan käsitykseen vakuutuksen kattavuudesta ja osata valita vaihtoehdoista oikea vakuutus.<sup>89</sup> Tavallisella kuluttajalla, joka ei vakuutusmaailmaa tunne, voi olla hyvinkin väärä käsitys vakuutuksen todellisesta kattavuudesta.

---

<sup>85</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutusopimuslaki, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 5 § Tiedot ennen sopimuksen päättämistä, 11. kappale; kts. myös Antila, Veli-Aunus ym. 2005, 237–238.

<sup>86</sup> Antila, Veli-Aunus 2005, 238.

<sup>87</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutusopimuslaki, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 5 § Tiedot ennen sopimuksen päättämistä, 11. kappale.

<sup>88</sup> Hoppu 1997, 39–40.

<sup>89</sup> Antila, Veli-Aunus 2005, 238.

### 3.1.5 Tiedonantovelvollisuus verkkosivuilla käytännössä

Tässä alaluvussa pohditaan tarkemmin sitä, kuinka VSL 5 §:n mukaista tiedonantovelvollisuutta on sovellettu esimerkkiyhtiöiden verkkosivuilla ja millä tavalla se toteutuu.

Tiedonantovelvollisuus vakuutuksista on esimerkkiyhtiöiden verkkosivuilla täytetty vakuutusten tuoteselosteiden ja vakuutusehtojen avulla. Paperiversioksi suunnitellut tuoteselosteet ja vakuutusehdot on suoraan muutettu pdf-muotoisiksi ja viety verkkosivuille luettaviksi ja tulostettaviksi. Tiedot vakuutuksesta annetaan tällä tavalla täsmälleen samassa muodossa ja samoilla virkemuodoilla kuin annetaan vakuutuskirjan mukana postitettavassa tuoteselosteessa. Annettu tieto pysyy tasalaatuisena ja samansisältöisenä, mutta verkossa asioiva saattaisi kaivata lisäksi tiivistyksiä ja esimerkkejä enemmän, koska vakuutuksen valitsemisen tukena hän ei voi käyttää vakuutusvirkailijan ammattitaitoa ja henkilökohtaista vuorovaikutusta apunaan.

Vakuutuksenantajan tiedonantovelvollisuus vakuutuksen valitsemiseksi tarpeellisista tiedoista on ristiriidassa sen kanssa, että vakuutusyhtiöiden verkkosivujen kautta ei voi ostaa kaikkia yhtiön myöntämiä vakuutuksia, joten asiakas ei välttämättä tiedä muiden vakuuttamisvaihtoehtojen olemassaolosta mitään, jos hän asioi vain verkkosivuilla. Vakuutusyhtiöt saavat toki myydä vain osaa tuotteistaan verkossa, mutta vakuutuksenottajat saattavat saada tästä väärän kuvan yhtiön kokonaistarjonnasta.

Kotivakuutus irtaimistolle on tästä hyvä esimerkki. Monilla yhtiöillä on vakuutusvalikoimassaan tarjolla kolmen tasoista turvaa koti-irtaimistolle: laaja turva, perustasoinen turva ja suppea turva lähinnä palovahinkoja varten. Kuitenkaan Internet-sivujen kautta ei yleensä voi ostaa kuin yhdentasoista kotivakuutusturvaa, useimmiten laajaa turvaa. Pohjolan Internet-sivuilla ei ostamisen yhteydessä kiinnitetä tähän juurikaan asiakkaan huomiota. Vain tuoteselosteista ja vakuutusehdoista selviää, että koti-irtaimiston voi vakuuttaa suppeammallakin turvalla.<sup>90</sup>

---

<sup>90</sup> [www.pohjola.fi](http://www.pohjola.fi) 11.3.2006.

Ifin Internet-sivustoilla tiedon antaminen vakuutustarpeen valitsemiseksi on mielestäni sen sijaan hoidettu mallikkaasti. Sen jälkeen kun kuluttaja on syöttänyt koti-irtaimistonsa tiedot sähköiseen hakemukseen, aukeaa sivu nimeltään ”Vakuutusehdotus”. Tämä termi jo kertoo asiakkaalle, että koti-irtaimistolle on monta vakuuttamistapa. Sivulla ilmoitetaan vakuutuksen hinta ja ohjataan asiakas tutustumaan ehdotettuun vakuutusturvaan. Esittelyssä ilmoitetaan, että vakuutusehdotuksessa asiakkaalle ehdotetaan laajinta turvaa ja ilmoitettu hinta on sen mukainen. Jos asiakas kuitenkin haluaa vakuuttaa irtaimistonsa suppeammin, hän voi täyttää sähköisen yhteydenottopyyntölomakkeen. Myöskään Ifin sivuilta ei kuitenkaan voi suoraan ostaa suppeampaa vakuutusturvaa koti-irtaimistolle.<sup>91</sup>

Vastaavasti Tapiolan Internet-sivuilla koti-irtaimistoa ostaessa kuluttajalle ilmoitetaan, että verkosta voi ostaa vain laajan turvan koti-irtaimistolle. Lisäksi kuluttajaa ohjeistetaan ottamaan yhteyttä Tapiolan puhelinpalveluun tai käymään toimistolla, jos hän haluaa suppeampaa turvaa kodille tai haluaa kuulla muista vaihtoehdoista.<sup>92</sup> Fennian verkkosivujen kautta voi ainoana näistä neljästä yhtiöstä ostaa vakuutusmäärällisen koti-irtaimiston vakuutuksen. Fennian sivuilla on selitetty kuluttajalle ymmärrettävällä kielellä, mitä eroa on täysarvovakuuttamisella ja vakuutusmäärällisellä vakuuttamisella sekä annetaan kuluttajan itsensä valita, kumman vakuuttamistavan hän valitsee. Sivuille asioidessa jää kuitenkin helposti epäselväksi verkossa myytävän vakuutusturvan laajuus eli se, myydäänkö siellä laajinta turvaa koti-irtaimistolle vai perusturvan tasoista kotivakuutusta.<sup>93</sup>

Se, että verkkosivujen kautta ei suoraan voi ostaa kaikkia kotivakuutuksen vaihtoehtoja, ei riko tiedonantovelvollisuutta, mutta asiakkaalle voi jäädä verkkosivujen perusteella puutteellinen kuva eri vakuutusvaihtoehdoista. Koska monen vakuutusyhtiön verkkosivuilla vakuutusasioita voi tänä päivänä hoitaa monipuolisesti, kuluttaja saattaa kuvitella jo, että kaikki vakuutusasiat pystytään hoitamaan verkon kautta. Jos verkosta tällöin voi ostaa vain yhdenlaista kotivakuutusta, kuluttaja ei välttämättä ymmärrä, että verkkosivuilla onkin vain osittainen tarjonta koko yhtiön vakuutusvalikoimasta. Tähän seikkaan pitäisi mielestäni verkkosivuilla enemmän kiinnittää kuluttajan huomiota.

---

<sup>91</sup> [www.if.fi](http://www.if.fi) 11.3.2006.

Vakuutusmaksujen vertaileminen eri yhtiöiden verkkosivuilla on sen sijaan helpompaa kuin eri vakuutustuotteiden hahmottaminen. Pohjolan verkkosivuilla vakuutuslaskurin avulla voi laskea melkein kaikkien vakuutusten hinnan. Vaikka verkon kautta ei voi ostaa muuta kuin laajan kotivakuutusturvan, laskurin avulla voi kuitenkin laskea sekä laajan että perustasoisen vakuutusturvan vuosimaksut. Lisäksi laskurin avulla voi hinnoitella täysarvovakuutuksen ja vakuutusmääräisen vakuutuksen vuosihinnat.<sup>94</sup>

Vaikka Tapiolan verkkosivuilla selkeämmin kerrotaan asiakkaalle yhtiön tarjoavan myös suppeamman tasoista turvaa ja neuvotaan, miten sellaisen saa voimaan, verkkosivuilla ei kuitenkaan voi itse hinnoitella suppeamman vakuutuksen vuosimaksua oman asuntonsa tiedoilla. Asiakas ei siten voi itsenäisesti tehdä valintaa laajan ja suppean turvan kesken vaan joutuu ottamaan yhteyttä Tapiolaan esim. puhelimitse, mikäli hän haluaa tietää suppean turvan vuosimaksun. Asiointi kokonaan verkossa ei tässäkin tilanteessa onnistu.<sup>95</sup>

Ifin verkkosivuilla vakuutuksen ostaminen -osio ja laskurit ovat Tapiolan kanssa hyvin samantasoisia. Myöskään Ifin sivuilla ei voi hinnoitella suppeamman kotivakuutuksen vuosihintaa, vaikka siellä Pohjolaan verrattuna paremmin kerrotaan sellaisen vakuutuksen olemassaolosta. Sekä Ifin että Tapiolan verkkosivuilta puuttuu yhteinen vakuutuslaskuri, jonka avulla voi laskea eri vakuutusten hintoja. Ifillä ja Tapiolalla hinnat saa laskettua, kun ensin täyttää sähköiseen vakuutushakemukseen tarvittavat tiedot. Pohjolan verkkosivuilla sen sijaan vakuutuksen hinnan saa laskettua ilman vakuutushakemuksen täyttämistä.<sup>96</sup> Pelkkä laskuri onkin mielestäni miellyttävämpi asiointitapa, jos asiakas haluaa vain vertailla eri yhtiöitä, eikä halua vielä ostaa vakuutusta kyseiseltä yhtiöltä verkon kautta.

Fennian verkkosivuilla on yhteinen laske ja osta vakuutus -osio. Fenniallakaan ei ole pelkkää ns. anonymiä laskuria, vaan vakuutuskohteen ja henkilötietojen lisäksi ennen hinnan laskemista on myös ilmoitettava osoitetiedot ja henkilötunnus. Tietojen antamisen jälkeen sivuilla annetaan vakuutusehdotus, jossa on selkeästi kerrottu kotivakuutuk-

---

<sup>92</sup> [www.tapiola.fi](http://www.tapiola.fi) 11.3.2006.

<sup>93</sup> [www.fennia.fi](http://www.fennia.fi) 1.5.2006.

<sup>94</sup> [www.pohjola.fi](http://www.pohjola.fi) 23.8.2006.

<sup>95</sup> [www.tapiola.fi](http://www.tapiola.fi) 11.3.2006.

sen eri osien vuosimaksut ja kokonaismaksu. Lisäksi kerrotaan selkeästi vakuutuksesta saatavista alennuksista. Edelleenkin vakuutuksenottajalle selviää heikosti verkon kautta myönnettävän kotivakuutuksen laajuus. Ainostaan omavastuu-valikon kohdalla käytetään termiä peruskotivakuutus. Tuoteselosteeseen tutustumalla selviää, että peruskotivakuutuksella tarkoitetaan keskitason turvaa. Tässä Fennia poikkeaa Tapiolasta, Ifistä ja Pohjolasta, koska nämä yhtiöt myyvät suoraan verkon kautta vain laajinta kotivakuutus-turvaa.<sup>97</sup>

Vakuutusyhtiöiden verkkosivustojen rakenteella ja asiakkaan ohjaamisella vakuutusta verkon kautta ostettaessa on suuri merkitys sille, löytääkö vakuutuksenhakija helposti vakuutustiedon luokse. Sivustoja suunniteltaessa tulisikin kiinnittää todellista huomiota siihen, löytääkö vakuutuksenhakija tarpeellisten tietojen ääreen helposti vai joutuuko hän näkemään todellista vaivaa selvittäessään, mitä hänen ostamansa vakuutustuote kattaa. Tiedonantovelvollisuuden pelkkä täytyminen ei aina vakuutusyhtiön kannalta ole riittävää. Sivujen täytyy myös kannustaa vakuutuksenhakijaa ostamaan sitä kautta.

Verkkomyyntiin panostavan vakuutusyhtiön kannattaa myös tiedostaa, että vakuutuksenottaja keskeyttää verkko-ostamisen helposti, jos hän kokee epävarmuutta vakuutus-tuotteen kattavuudesta eikä löydä haluamiaan tietoja helposti. Tavoiteltuihin kustannus-säästöihin verkkopalvelulla päästään vasta, kun sivustot toimivat siten, että asiakkaat voivat käyttää niitä itsenäisesti, eikä heidän tarvitse turvautua esimerkiksi puhelinpalve-luun varmistaakseen verkosta saamaansa tietoa tai sivustojen toimivuutta<sup>98</sup>.

Eri myyntikanavien kautta asioidessaan vakuutuksen hakija saa tietoa vakuutuksista eri muodossa. Vakuutuksenantajan tiedonantovelvollisuudesta säädettyä ei ole pyritty kuitenkaan kieltämään tai rajoittamaan jonkin myyntikanavan käyttöä. Puhelinmyynti, automaattimyynti ja verkkomyynti ovat yhtä lailla mahdollisia kanavia vakuutusten myyntiin kuin perinteinen konttorilla tapahtuva myyntikin. Kaikkien näiden kanavien

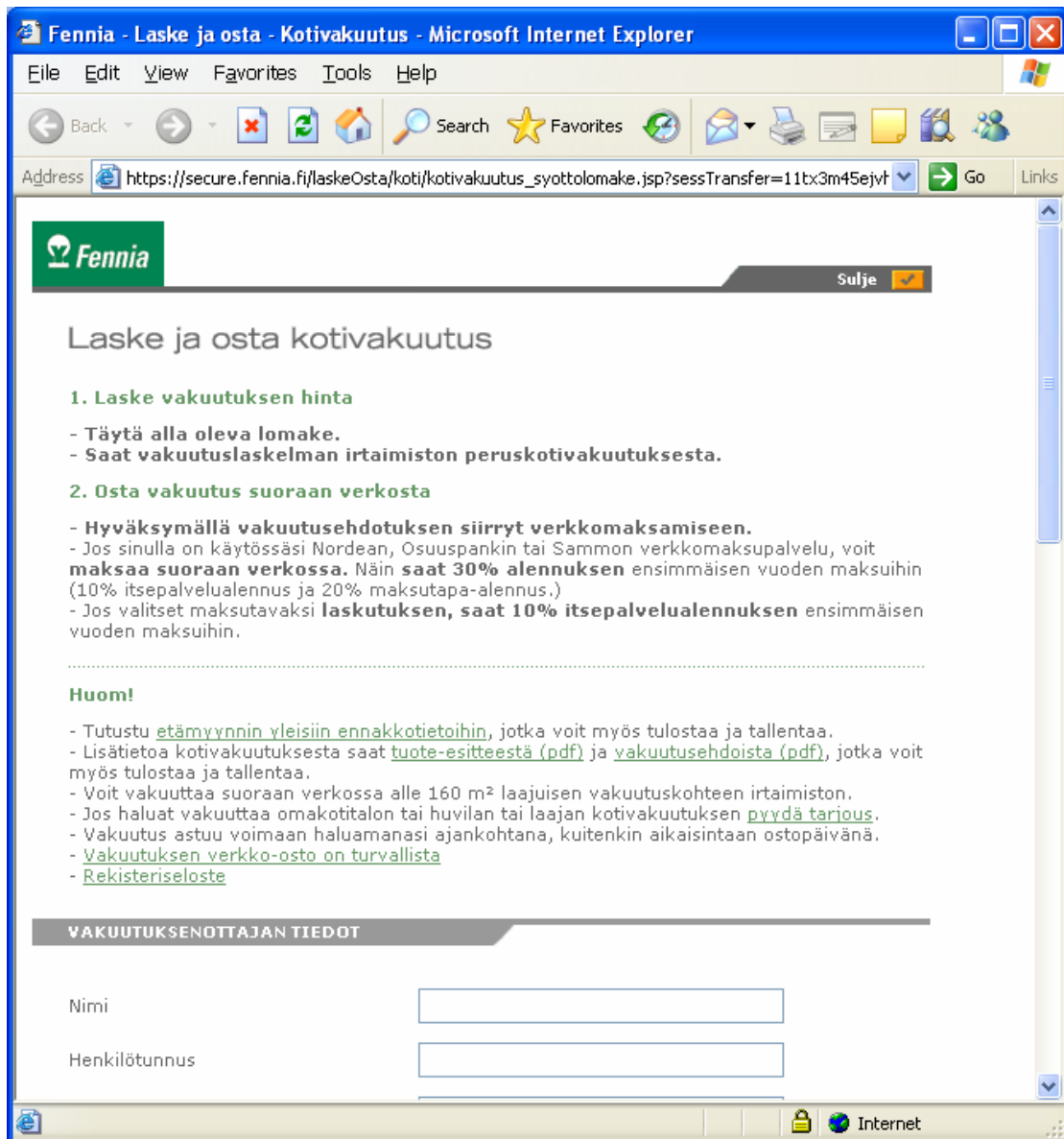
---

<sup>96</sup> [www.if.fi](http://www.if.fi) 11.3.2006.

<sup>97</sup> [www.fennia.fi](http://www.fennia.fi) 23.8.2006.

<sup>98</sup> Ks. Ahonen & Järvinen 2003.

kautta tapahtuvassa myynnissä vakuutuksenantajan on mahdollista täyttää vakuutusso-  
pimuslain vaatimat edellytyksen tiedonantovelvollisuudesta.<sup>99</sup>



KUVIO 7 Tuote-esite ja vakuutusehdot Fennian verkkosivuilla<sup>100</sup>

Verkkomyynnissä lähes kaikilla suomalaisilla vakuutusyhtiöillä on vakiintunut käytäntö täyttää tiedonantovelvollisuus samanmuotoisilla vakuutusehdoilla ja -esitteillä kuin muidenkin myyntikanavien kautta tapahtuvassa myynnissä. Ehdot ja esitteet on viety verkkosivuille pdf-muotoisina, ja kuluttajilla on mahdollisuus tutustua niihin ennen va-

<sup>99</sup> Lehtipuro ym. 1999, 98–99.

<sup>100</sup> [www.fennia.fi](http://www.fennia.fi) 24.8.2006a.

kuutuksenottamista sekä lisäksi tallentaa ja tulostaa ne itselleen. Kuvio 7 osoittaa sen, miten vakuutusehdot ja tuote-esite on saatavilla Fennian verkkosivuilla.

Tieto vakuutuksesta vakuutuksenottamistavasta riippumatta annetaan siten kaikille asiakkaille samalla tavalla, mutta verkkopalvelussa tällainen käytäntö ei välttämättä ole paras mahdollinen verkossa asioivan kuluttajan kannalta. Esitteitä laatiessa ei ole otettu huomioon esimerkiksi sitä, että kaksipalstaista esitettä ei ole miellyttävä lukea tietokoneen ruudulta, kun sivua joudutaan rullaamaan jatkuvasti ylös ja alas. Sivustojen käytettävyyden kannalta tuoteselosteet ja vakuutusehdot kannattaisi muokata verkkoympäristöön paremmin soveltuviksi.

Verkkomyynnissä sivustot voidaan myös rakentaa niin, että asiakkaalta vaaditaan kuittaus siitä, että hän on tutustunut vakuutusehtoihin ennen vakuutuksen ostamista. Esimerkiksi Pohjolalla tällainen kuittauspakko on käytössä. Muutenkin verkkosivut voidaan muokata sellaisiksi, että asiakas pakotetaan ”kulkemaan polkua”, jonka varrella hän tutustuu väkisin tärkeään tietoon vakuutuksesta<sup>101</sup>.

Verkkomyynnissä tiedonantovelvollisuuden toteutumista ja annettuja tietoja on helppo kontrolloida. Se, mitä verkkosivuilla ilmoitetaan, on kaikille asiakkaille kerrottu samansisältöisenä. Tieto vakuutuksesta on tasalaatuista, eikä siihen liity samanlaista riskiä tiedonantovelvollisuuden laiminlyönnistä tai annettujen tietojen epätasalaatuisuudesta, mikä liittyy suullisesti annettuun tietoon. Henkilöriskit ovat tämän vuoksi verkkomyynnin tiedonantovelvollisuudessa erilaisia kuin kasvokkain tai puhelimesta tapahtuvassa myynnissä ja myös paremmin hallittavissa. Tosin jos verkkoon viedään virheellistä tai puutteellista tietoa, kyseessä on heti suurempi tiedonantovelvollisuuden rikkominen kuin olisi yksittäistapauksessa henkilökohtaisesti annetun puutteellisen tiedon kohdalla.

---

<sup>101</sup> Lehtipuro ym. 1999, 99.

## 3.2 Vastuu puutteellisista tai virheellisistä tiedoista

Vakuutuslain 9 §:ssä täydennetään 5 §:n säädöksiä vakuutusantajan tiedonantovelvollisuudesta. Siinä säädetään vakuutusantajan vastuusta tapauksessa, jossa vakuutusottajalle on annettu puutteellisia tai virheellisiä tietoja vakuutuksesta. Pykälässä säädetään seuraavasti:

*”Jos vakuutusantaja tai sen edustaja on vakuutusta markkinoitaessa jättänyt vakuutusottajalle antamatta tarpeellisia tietoja vakuutuksesta tai antanut hänelle siitä virheellisiä taikka harhaanjohtavia tietoja, vakuutuslain katsotaan olevan voimassa sensisältöisenä kuin vakuutusottajalla oli saamiensa tietojen perusteella ollut aiheutta käsitteä.*

*Mitä 1 momentissa säädetään, on vastaavasti voimassa, jos vakuutuksesta sen voimassaoloaikana on annettu puutteellisia, virheellisiä taikka harhaanjohtavia tietoja, joiden voidaan katsoa vaikuttaneen vakuutusottajan menettelyyn. Tämä ei kuitenkaan koske tietoja, jotka vakuutusantaja tai sen edustaja on vakuutus tapahtuman sattumisen jälkeen antanut tulevasta korvauksesta.”*

Pykälän 1 momentti koskee tietoja, joita annetaan vakuutuksen markkinoinnissa. Hallituksen esityksen mukaan markkinointi määritellään samalla tavalla kuluttajansuojalain 1 luvun 1 §:ssä.<sup>102</sup> Tämän mukaisesti markkinointina pidetään ”kulutushyödykkeiden tarjontaa, myyntiä ja muuta markkinointia elinkeinonharjoittajilta kuluttajille”. Tämän perusteella markkinoinnin käsite ymmärretään laajasti. Hallituksen esityksen mukaan markkinointia ovat vakuutus tarjonta, myynti, mainonta ja muu myynninedistämistoiminta. Sekä kirjallisesti että suullisesti annetut tiedot vakuutuksesta kuuluvat markkinoinnin piiriin. VSL 9 § velvoittaa sekä yksittäisen vakuutusantajan toteuttamaa tai tilaamaa markkinointia että vakuutusantajien järjestön tai muun yhteenliittymän

---

<sup>102</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutuslainlaki, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 9 § Vastuu puutteellisista ja virheellisistä tiedoista, 1. kappale.



markkinointia.<sup>103</sup> Vakuutusopimuslain 9 §:n soveltaminen edellyttää lisäksi sitä, että vakuutusopimus on syntynyt virheellisistä ja puutteellisista tiedoista huolimatta<sup>104</sup>.

Markkinointioikeudessa tavarasta tai palvelusta annetut tiedot jaotellaan totuudenvastaisiin ja harhaanjohtaviin. Jaottelun mukaan totuudenvastaisia tietoja ovat objektiivisesti katsoen väärät tiedot. Harhaanjohtava tieto voi puolestaan olla objektiivisesti katsottuna totuudenmukaista, mutta tieto voidaan esimerkiksi sen esittämistavan vuoksi tulkita väärin.<sup>105</sup> Tällä tarkoitetaan sitä, että oikeakin tieto voidaan ymmärtää väärin, jolloin vakuutusnottaja ei saa oikeaa kuvaa vakuutuksen sisällöstä. Vakuutusten kohdalla riski siitä, että vakuutusnottaja ei ymmärrä kaikkea vakuutuksista saamaansa tietoa, on suurempi kuin muiden hyödykkeiden kohdalla vakuutusehtojen vaikeaselkoisuuden vuoksi. Varsinkin kirjallisessa viestinnässä, jota yksinomaan verkkosivuilla käytetään, tulee kiinnittää suurta huomiota siihen, että teksti ei ole monitulkintaista, jolloin riski harhaanjohtavan tiedon syntymiselle kasvaa moninkertaiseksi.

Syntyneen vakuutusopimuksen sisällön kannalta ei ole merkitystä sillä, onko virheelliset tai puutteelliset tiedot saatu suoraan vakuutusnottajalta tai vakuutusnottajan edustajalta. Vastuu 9 §:n mukaan on molemmissa tapauksissa samanlainen. Vakuutusnottajan edustajalla tarkoitetaan hallituksen esityksen mukaan ”henkilöä, jolla on asemansa tai nimenomaisen tehtävämäärittelyn taikka toimeksiannon perusteella kelpoisuus antaa tietoja vakuutuksesta vakuutusnottajan lukuun”. Tällainen kelpoisuus katsotaan olevan kaikilla vakuutusnottajan myyntiorganisaatioon kuuluvilla päätoimisilla tai sivutoimisilla henkilöillä.<sup>106</sup> Vakuutusten verkkokaupassa tietoja ei saada henkilöltä, vaan suoraan verkkosivuilta kirjallisessa muodossa.

Vakuutusopimuslain 9 §:n 1 momentissa puhutaan kokonaan antamatta jätetyistä tiedoista ja puutteellisista tai harhaanjohtavista tiedoista. Jotta vakuutusopimus on voimassa sensisältöisenä kuin vakuutusnottajalla oli saamiensa tietojen perusteella ollut

---

<sup>103</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutusopimuslaki, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 9 § Vastuu puutteellisista ja virheellisistä tiedoista, 1. kappale; ks. myös Lehtipuro ym. 1999, 102.

<sup>104</sup> Hoppu 1997, 44.

<sup>105</sup> Hoppu 2004, 309.

<sup>106</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutusopimuslaki, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 9 § Vastuu puutteellisista ja virheellisistä tiedoista, 2. kappale; ks. myös Antila, Veli-Aunus 2005, 242.

aihetta käsittää, on vakuutuksenottajalle pitänyt joko jättää antamatta kokonaan vakuutuksesta *tarpeellisia* tietoja tai antaa siitä virheellisiä tai harhaanjohtavia tietoja. Joten jos vakuutuksesta on jätetty antamatta joitain tietoja, niiden pitää olla vakuutuksenottajalle tarpeellisia, jotta 9 §:n mukainen sanktio astuisi voimaan. Virheellisten ja harhaanjohtavien tietojen kohdalla ei ole erikseen rajattu, että niiden pitää olla tarpeellisia tietoja. Annetun tiedon pitää kuitenkin olla sellaista, että vakuutuksenottajalle on sen perusteella syntynyt virheellinen käsitys vakuutuksesta.<sup>107</sup>

Vakuutuksenottajalle on annettava tarpeelliset tiedot, paitsi jos hän vakuutus sopimuslain 5 §:n 2 momentin mukaisesti ilmoittaa, että hän ei halua tietoja tai niiden antaminen tuottaisi kohtuutonta hankaluutta. Tarpeellisina tietoina pidetään 5 §:n 1 momentissa mainittuja tietoja. Vakuutusten verkkokaupassa ei kuitenkaan voida helposti vedota vakuutus sopimuslain 5 §:n 2 momentin sisältöön, jos asiakas ei ole saanut tarpeellisia tietoja vakuutuksesta. Verkkosivuilla tietojen antaminen vakuutuksesta ei tuota vakuutusyhtiölle kohtuutonta hankaluutta. Sivustot sen sijaan voitaisiin rakentaa muotoon, jossa vakuutuksenottaja saisi valita, haluaako hän tietoja vakuutuksesta ennen sopimuksen tekemistä. Tällaiseen ratkaisuun ei kuitenkaan tämän tutkimuksen esimerkkiyhtiöillä ole ollut tarvetta.

Hallituksen esityksessä on annettu esimerkki puutteellisten tietojen antamisesta. Esimerkiksi jos vakuutuksenottajalle ei ole ilmoitettu vakuutukseen liittyvää olennaista rajoitusehtoa, sitä ei voida soveltaa kyseiseen vakuutus sopimukseen. Lisäksi hallituksen esityksen mukaan virheelliset tai harhaanjohtavat tiedot voivat koskea myös seikkaa, joka ei kuulu 5 §:n 1 momentin mukaisen tiedonantovelvollisuuden piiriin.<sup>108</sup> Virheellisellä tiedolla on 9 §:n mukainen sopimusoikeudellinen merkitys myös tapauksessa, jossa annettu virheellinen tieto sinänsä ei kuulu tiedonantovelvollisuuden piiriin mutta minkä vakuutusyhtiö on antanut vakuutukseen liittyvänä tietona<sup>109</sup>. Tämä laajennus vakuutuksenantajan vastuuseen virheellisistä ja harhaanjohtavista tiedoista lisää suuresti vakuutuksenantajan vastuuta annetun tiedon sisällöstä.

---

<sup>107</sup> Hoppu 2004, 309–310.

<sup>108</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutus sopimuslaki, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 9 § Vastuu puutteellisista ja virheellisistä tiedoista, 3. kappale.

<sup>109</sup> Antila, Veli-Aunus 2005, 242.

Vakuutuslautakunnalta ei toistaiseksi ole pyydetty lausuntoa vakuutusten verkkokauppaan liittyvistä erimielisyyksistä tai lain tulkintavaikeuksista. Tämä johtuu varmasti osittain siitä, että vakuutuksia on voinut vasta muutaman vuoden ajan ostaa verkon kautta ja vasta lähivuosina kokonaisvaltaisemmin. Puhelinmyyntitilanteeseen liittyvästä tiedonantovelvollisuudesta sen sijaan on annettu Vakuutuslautakunnan lausunto 714/03.<sup>110</sup>

Lausunto koskee puhelimesta myytyä lainaturvavakuutusta ja siihen liittyvän psyykkisiä sairauksia koskevan rajoitusehdon tulkintaa. Vakuutuslautakunta tuli lausunnossaan siihen tuloksen, että vakuutusehtojen rajoituskohta, jonka mukaan psyykkisistä sairauksista johtuvaa työkyvyttömyyttä ei korvata, on olennainen. Koska vakuutuksenantaja ei pystynyt todistamaan, että puhelinkeskustelussa olisi riittävän selkeästi kerrottu tästä vakuutukseen liittyvästä rajoituksesta ja kiinnitetty vakuutuksenottajan huomio siihen, siihen ei voida vakuutuslain 9 §:n mukaan vedota ja korvaus on maksettava tästä rajoitusehdosta huolimatta.<sup>111</sup>

Kun arvioidaan, mitä 1 momentin kohdalla ”*vakuutuksenottajalla oli saamiensa tietojen perusteella ollut aiheutta käsittää*” tarkoitetaan, otetaan lähtökohdaksi sen arviointi, mihin käsitykseen tavallinen vakuutuksenottaja kyseisessä tilanteessa perustellusti voi päätyä. Jos vakuutuksenottaja on saanut väärän käsityksen vakuutuksesta sen vuoksi, että hän ei ole riittävästi perehtynyt saamiinsa materiaaleihin vakuutuksesta, hän ei voi vedota siihen, että hän olisi saanut puutteellisia tai harhaanjohtavia tietoja.<sup>112</sup> Jos vakuutuksenottaja ei perehdy vakuutuksesta saamaansa materiaaliin, häntä voidaan pitää itse vastuussa mahdolliseen väärinkäsitykseen vakuutuksesta<sup>113</sup>. Myöskään vakuutuksenot-

---

<sup>110</sup> Vakuutuslautakunnan lausunto 714/03, 19.10.2004.

<http://www.vakuutusneuvonta.fi/vkldata/Lausunnot1.asp?Bgn=True> 13.11.2006.

<sup>111</sup> Vakuutuslautakunnan lausunto 714/03, 19.10.2004.

<http://www.vakuutusneuvonta.fi/vkldata/Lausunnot1.asp?Bgn=True> 13.11.2006.

<sup>112</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutuslain 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 9 § Vastuu puutteellisista ja virheellisistä tiedoista, 4. kappale; ks. myös Pellikka, 2005, 59–60; ks. myös Hopppu 2004, 310–311.

<sup>113</sup> Hopppu 2004, 320.

taja ei voi vedota vakuutuksen markkinoinnissa annettuun tietoon, jonka hän tiesi olevan virheellistä.<sup>114</sup>

Jos virheellistä tietoa on kuitenkin annettu vakuutuksenottajalle mutta se on ennen sopimuksen voimaan tuloa oikaistu ja puutteellinen tieto annettu, vakuutuksenottaja ei voi vedota pykälän laiminlyöntiin. Jos virheellistä tietoa ei kuitenkaan ole annettu suoraan vakuutuksenottajalle, vakuutuksenantajan on pystyttävä pyydettyään todistamaan, että muulla tavoin annettu puutteellinen tai virheellinen tieto on ennen sopimuksen päättämistä tavoittanut myös vakuutuksenottajan.<sup>115</sup> Virheellisten tietojen oikaisun tulee tavoittaa vakuutuksenottaja yhtä tehokkaasti kuin virheelliset tiedot on alun perin annettu, jotta oikaisua voidaan pitää riittävänä<sup>116</sup>. Virheellisten tietojen oikaisu sopimuksen syntymisen jälkeen ei enää riitä, vaan vakuutus sopimus jää voimaan sensisältöisenä, kuin vakuutuksenottaja on sen ymmärtänyt puutteellisten tietojen valossa<sup>117</sup>.

Jos vakuutus sopimus syntyy virheellisten tai puutteellisten tietojen aiheuttama, se on voimassa koko vakuutuksen voimassaoloajan sellaisena kuin vakuutuksenottajalla oli saamiensa tietojen valossa aihetta käsittää. Tietojen oikaisu sopimuksen syntymisen jälkeen ei enää riitä, eikä vakuutuksenottaja voi korvaustilanteessakaan vedota vakioehdoissa mainittuun kohtaan, jonka vakuutuksenottaja on virheellisesti ymmärtänyt. Jos esimerkiksi vakuutukseen sisältyvästä olennaisesta rajoituksesta ei ole mainittu vakuutuksenottamishetkellä eikä sitä ole tuoteselosteessa mainittu, siihen ei enää koko vakuutuksen voimassaoloaikana voida vedota.<sup>118</sup>

Hallituksen esityksen mukaan arvioinnin siitä, mitä vakuutuksenhakijalla oli vakuutuksesta saamiensa tietojen perusteella ollut aihetta käsittää, tulee pääsääntöisesti perustua objektiivisiin näkökohtiin, mutta tapauskohtaisesti voidaan myös vedota subjektiivisiin näkökohtiin. Vakuutuksenantajan on huomioitava subjektiiviset seikat tietoja antaes-

---

<sup>114</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutus sopimuslaki, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 9 § Vastuu puutteellisista ja virheellisistä tiedoista, 4. kappale; ks. myös Pellikka, 2005, 59–60; ks. myös Hoppu 2004, 310–311.

<sup>115</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutus sopimuslaki, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 9 § Vastuu puutteellisista ja virheellisistä tiedoista, 4. kappale; ks. myös Pellikka, 2005, 59–60.

<sup>116</sup> Hoppu 1997, 48.

<sup>117</sup> Lehtipuro ym. 1999, 101.

<sup>118</sup> Antila, Veli-Aunus 2005, 242–243.

saan, jos ne ovat tai niiden pitäisi olla vakuutuksenantajan tai sen edustajan tiedossa. Esimerkiksi hallituksen esitys antaa vakuutuksenottajan iän tai muun havaittavan syyn takia puutteellisen kyvyn ymmärtää saamaansa tietoa. Toisaalta jos vakuutuksenottajalla on vakuutusalan erityisosaamista ja -tuntemusta, arvioinnissa voidaan ottaa huomioon se, että henkilö tietää jo vakuutuksesta paljon tai hänen olisi asiantuntijuutensa perusteella pitänyt tietää. Tämän perusteella voidaan esimerkiksi edellyttää, että tällaisen henkilön olisi pitänyt ymmärtää oikein vakuutuksen korvausalue ja siitä saamansa tiedot, vaikka verkkosivut objektiivisesti arvioiden antaisivatkin siitä harhaanjohtavan tai puutteellisen kuvan.<sup>119</sup>

Vastuu puutteellisista tai virheellisistä tiedoista on ankaraa vakuutuksenantajaa kohtaan myös siksi, että se ei edellytä vakuutuksenantajan tai sen edustajan tuottamusta. Vaikka vakuutuksenantaja tai sen edustajat eivät olisi toimineetkaan huolimattomasti ja jättäneet noudattamatta tiedonantovelvollisuuden säädöksiä, vakuutus sopimus voi silti saada vakuutuksenantajan tarkoitusta vastaamattoman sisällön.<sup>120</sup> Vaikka vakuutusyhtiön edustaja olisi omasta mielestään antanutkin täysin oikeita tietoja, jotka kuitenkin osoittautuvat vääriksi, syntyy vastuu väärin tietojen antamisesta vakuutus sopimuslain 9 §:n mukaan<sup>121</sup>.

Vastuu puutteellisista ja virheellisistä tiedoista ulottuu myös muiden yhtiöiden tuotteista annettuihin tietoihin. Jos myyntitilanteessa esimerkiksi ilmoitetaan toisen yhtiön vakuutuksen hinta kalliimmaksi kuin se todellisuudessa on ja vaikutetaan siten vakuutuksenhakijan mielipiteeseen, lankeaa sopimusoikeudellinen vastuu puutteellisten ja virheellisten tietojen antamisesta.<sup>122</sup>

Vakuutus sopimuslain 9 §:n 1 momentti koskee vakuutuksen markkinoinnissa annettuja tietoja ja tilannetta ennen vakuutus sopimuksen solmimista. Vakuutuksenantajan vastuu puutteellisista ja virheellisistä tiedoista ei kuitenkaan pääty, kun vakuutus sopimus on

---

<sup>119</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutus sopimuslaki, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 9 § Vastuu puutteellisista ja virheellisistä tiedoista, 4.–5. kappale; ks. myös Antila, Veli-Aunus 2005, 242.

<sup>120</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutus sopimuslaki, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 9 § Vastuu puutteellisista ja virheellisistä tiedoista, 6. kappale.

<sup>121</sup> Antila, Veli-Aunus 2005, 242.

<sup>122</sup> Antila, Veli-Aunus 2005, 242.

solmittu ja vakuutus astunut voimaan. Saman pykälän 2 momentissa säädetään, että 1 momentin mukainen vastuu puutteellisista, virheellisistä ja harhaanjohtavista tiedoista on voimassa myös vakuutuksen voimassaoloaikana ja näiden tietojen voidaan katsoa vaikuttaneen vakuutuksenottajan menettelyyn. Hallituksen esityksen mukaan tällaisen tiedon voidaan katsoa vaikuttaneen vakuutuksenottajan menettelyyn esimerkiksi silloin, kun hän jättää ottamatta vakuutusturvaansa laajentavan lisävakuutuksen saatuaan voimassa olevan vakuutuksensa korvauslaajuudesta väärää tietoa.<sup>123</sup>

Kuitenkin 9 §:n viimeisessä virkkeessä jätetään varaus korvaustilanteissa annettuihin tietoihin ja korvaukseen liittyvään vastuuseen. Sen mukaan 9 §:n mukainen vastuu puutteellisista tai virheellisistä tiedoista ei kuitenkaan koske tietoja, jotka vakuutuksenantaja tai sen edustaja on vakuutustapahtuman sattumisen jälkeen antanut tulevasta korvauksesta. Jos korvauksenhakijalle on annettu ennakkotietoja korvausmäärästä tai sen suorittamistavasta, tulevaa korvausta ei kuitenkaan edellytetä suorittamaan ennakkotietojen mukaisena. Jos kuitenkin vakuutuksenantajan tai sen edustajan antamalla ennakkotiedoilla korvauksesta on aiheutettu vakuutuksenottajalle vahinkoa, vakuutuksenantaja voi joutua vastuuseen vahingosta.<sup>124</sup>

Hallituksen esityksessä jatketaan vielä vakuutuksenantajan vastuusta, jos vakuutusta on markkinoitu lainvastaisesti. Tällöin myös yleiset sopimusoikeuden oikeusperiaatteet voivat tulla sovellettaviksi vakuutus sopimukseen. Tällaisessa tapauksessa vakuutuksenottajalle voi syntyä oikeus purkaa vakuutus sopimus ja saada maksetut vakuutusmaksunsa takaisin. Voidaan myös katsoa, että joissain tilanteissa vakuutuksenottajalle voi syntyä velvollisuus ilmoittaa vakuutuksenantajalle, jos hän havaitsee markkinointitiedot virheellisiksi tai harhaanjohtaviksi sopimuksen solmimisen jälkeen. Jos vakuutuksenottaja kuitenkin laiminlyö ilmoitusvelvollisuutensa, se voi johtaa siihen, että vakuutuksenottajan katsotaan hyväksyneen vakuutus sopimuksen vakuutusehtojen mukaisena. Jos

---

<sup>123</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutus sopimuslaki, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 9 § Vastuu puutteellisista ja virheellisistä tiedoista, 7. kappale; ks. myös Antila, Veli-Aunus 2005, 243.

<sup>124</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutus sopimuslaki, 2 luku. Vakuutuksesta annettavat tiedot, 9 § Vastuu puutteellisista ja virheellisistä tiedoista, 8. kappale; ks. myös Antila, Veli-Aunus 2005, 243.

taas vakuutuksenottaja täyttää ilmoitusvelvollisuutensa, hän säilyttää oikeutensa vedota markkinoinnissa annettuihin tietoihin.<sup>125</sup>

Todistustaakka siitä, onko puutteellisia ja virheellisiä tietoja annettu, on aina vakuutusenantajalla. Jos vakuutuksenottaja väittää, että hänelle ei myyntitilanteessa ole annettu tarpeellisia ja riittäviä tietoja, vakuutusenantajan on pystyttävä näyttämään toteen, että tiedot on annettu. Jos tätä ei pystytä näyttämään toteen, vakuutuksenottajan ei enää kuitenkaan erikseen tarvitse todistaa saaneensa puutteellisia tietoja. Vakuutusenantajan on esimerkiksi pystyttävä näyttämään toteen, että myyntiesitteet ja tuoteselosteet ovat sisältäneet lain vaatimat tiedot ja että ne on tietynä aikana annettu vakuutuksenottajalle. Vakuutusenantajan todistustaakka perustuu siihen, että vakuutusenantajan on käytännössä helpompi todistaa annettujen tietojen muoto ja ajankohta.<sup>126</sup> Vakuutusyhtiön tietojärjestelmät on mahdollista rakentaa sellaisiksi, että asiakkaan tietoihin jää arkistomerkintä annetuista esitteistä ja vakuutusehdoista sekä niiden ajankohdasta automaattisesti. Lisäksi muita asiointiin liittyviä tietoja on mahdollisuus tallentaa asiakkaan vakuutustietoihin.

Jos kuitenkin vakuutuksenottaja väittää saaneensa virheellisiä tai harhaanjohtavia markkinointitietoja, hänen on pääsääntöisesti näytettävä toteen, mitä nämä tiedot ovat olleet ja millä perusteilla hän on näiden tietojen pohjalta päätenyt virheelliseen käsitykseen vakuutuksen sisällöstä. Pelkkä väite siitä, että vakuutusenantaja on antanut suullisesti harhaanjohtavaa tietoa, ei ole riittävä näyttö siitä, että näin on tapahtunut. Suurimmat ongelmat todistelussa syntyvätkin suullisen tiedon laadusta tai toisaalta siitä, onko jotain tiettyä kirjallista aineistoa vakuutuksen sisällöstä annettu lainkaan.<sup>127</sup>

Verkkosivujen päivitys muodostaa haasteen sivuilla annetun tiedon tallentamisessa ja varmistamisessa. Asiakas on saattanut vierailta vakuutusyhtiön sivuilla, jotka on sen jälkeen päivitetty, ja sivuille on tehty sisällöllisiä muutoksia. Jos asiakas ei ole tallentanut itselleen sen hetkisten sivujen sisältöä, voi olla hankalaa selvittää, minkälaista tietoa sivuilla annettiin ja millaiseen tulkintaan asiakas on annetun tiedon perusteella päätenyt.

---

<sup>125</sup> Hallituksen esitys 114/1993, Yksityiskohtaiset perustelut, 1. Vakuutuslainsäätely, 2 luku. Vakuutuslainsäätelystä annettavat tiedot, 9 § Vastuu puutteellisista ja virheellisistä tiedoista, 9. kappale.

<sup>126</sup> Lehtipuro ym. 1999, 101.

<sup>127</sup> Lehtipuro ym. 1999, 101.

## 4 ETÄMYYNIN ENNAKKOTIEDOT KULUTTAJANSUOJALAIN MUKAAN

### 4.1 Vakuutusten etämyynti

Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2002/65/EY kuluttajille tarkoitettujen rahoituspalvelujen etämyynnistä eli ns. rahoituspalvelujen etämyyntidirektiivi annettiin 23.9.2002<sup>128</sup>. Etämyyntidirektiivi on implementoitu lainsäädännössämme kuluttajansuojalain 6 a lukuun, joka astui uudistettuna voimaan 1.4.2005 alkaen. Vakuutusten etämyynnissä kuluttajalle on vakuutusopimuslain määrittelemien tietojen lisäksi annettava kuluttajansuojalain 6 a luvun mukaiset ennakkotiedot<sup>129</sup>. Kuluttajansuojalain mukaiset ennakkotiedot on osittain hyvinkin yksityiskohtaisesti määritelty. Osittain tiedot ovat myös yhtenevät vakuutusopimuslain kanssa.<sup>130</sup>

Etämyyntidirektiivin, nykyisin kuluttajansuojalain 6 a luvun, ja vakuutusopimuslain osittainen päällekkäisyys johtuu siitä, että lakien valmistelu on toteutettu erilaisista lähtökohdista. Vakuutusopimuslaki on luotu kansallisia tarpeitamme varten ja palvelemaan nimenomaan suomalaisia vakuutusmarkkinoita. Etämyyntidirektiivi on sen sijaan kansallisen lainsäädännön näkökulmasta ulkoa tuotu osa kuluttajansuojalainsäädäntöä, joka on "mahdutettu" kuluttajansuojalakiimme. Etämyyntidirektiiviä ei ole valmisteltu pelkästään suomalaisista tarpeista käsin, vaan eurooppalaisia tarpeita ajatellen.

Luvussa 3 kerrottiin vakuutusopimuslain mukaisesta vakuutuksenantajan tiedonantovelvollisuudesta ennen vakuutusopimuksen tekemistä. Tässä pääluvussa kerrotaan kuluttajansuojalain 6 a luvun sisältö ja perehdytään tarkemmin ennakkotietoihin, joita ei edellytetä antamaan jo vakuutusopimuslain 5 §:n mukaan.

---

<sup>128</sup> Hallituksen esitys 122/2004, Yleisperustelut, 2. Rahoituspalvelujen etämyynti, 2.1 Yleistä, 1. kappale.

<sup>129</sup> Ämmälä 2005, 92.

<sup>130</sup> Antila, Veli-Aunus 2005, 239.



Kuluttajansuojalain 6 a luvussa säädetään rahoituspalveluiden ja rahoitusvälineiden etämyynnistä. Luvun säädöksiä sovelletaan 1 §:n mukaan vakuutusten etämyyntiin, kun elinkeinonharjoittaja tarjoaa kuluttajalle vakuutuksia tai niiden välitystä. Kuluttajansuojalain 6 a lukua sovelletaan vain vapaaehtoisten vakuutusten etämyyntiin.<sup>131</sup> Luvun 6–9 §:ssä säädetään kuluttajalle annettavista ennakkotiedoista. Ennakkotietoja on KSL 6 a luvun 5 §:n mukaan annettava elinkeinonharjoittajasta, tarjottavasta rahoituspalvelusta, etäsopimuksesta ja oikeussuojakeinoista, ja ne on annettava hyvissä ajoin ennen vakuutus sopimuksen tekemistä. Tällä halutaan varmistaa, että kuluttajalla on käytettävissä riittävät tiedot sopimukseen liittyvistä olennaisista seikoista ennen sopimuksen solmimista.<sup>132</sup> Periaate on vakuutus sopimuslain kanssa yhtenevä.

Kuluttaja on kuitenkin etäviestimen välityksellä asioidessaan heikommassa asemassa kuin kasvokkain asioidessaan nimenomaan annettuun tietoon ja sen ymmärtämiseen liittyen. Tämän vuoksi rahoituspalveluiden etämyyntidirektiivin säädöksillä, jotka on implementoitu kuluttajansuojalain 6 a lukuun, on parannettu kuluttajan asemaa etämyyntitilanteissa. Verkossa asioidessaan kuluttaja joutuu tekemään tulkintoja vakuutuksen sisällöstä ja korvauslaajuudesta pelkästään kirjallisen materiaalin varassa, kun taas konttorilla asioidessaan hän voi esittää kysymyksiä asiakaspalvelijalle hankalammista ehtokohdista.

Juuri kasvotusten tapahtuvan vuorovaikutuksen puuttuminen heikentää vakuutuksenottajan asemaa etämyyntitilanteessa. Kasvotusten tapahtuvassa asioinnissa vakuutusvirkailija voi käyttää kirjallista aineistoa tukena kertoessaan vakuutuksen tarkemmasta sisällöstä ja näyttää vakuutuksen hakijalle vakuutusehdoista tärkeimpiä kohtia. Hän voi lisäksi päätellä vakuutuksenhakijan eleistä helpommin, ymmärsikö vakuutuksenhakija annetun tiedon oikein.

---

<sup>131</sup> Hallituksen esitys 122/2004, Yksityiskohtaiset perustelut, 1.1 Kuluttajansuojalaki, 6 a luku. Rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynti, 1 § Soveltamisala, 9. kappale.

<sup>132</sup> Hallituksen esitys 122/2004, Yksityiskohtaiset perustelut, 1.1 Kuluttajansuojalaki, 6 a luku. Rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynti, 5 § Tiedonantovelvollisuus ennen sopimuksen tekemistä, 1. kappale.

## 4.2 Ennakkotiedot elinkeinoharjoittajasta

Elinkeinoharjoittajasta annettavista ennakkotiedoista säädetään kuluttajansuojalain 6 a luvun 6 §:ssä. Elinkeinoharjoittajalla tarkoitetaan tässä tutkimuksessa vakuutusentatajaa. KSL 6 a luvun 6 §:ssä säädetään seuraavasti:

*”Elinkeinoharjoittajasta on annettava ainakin seuraavat tiedot:*

*1) nimi ja päätoimiala, maantieteellinen osoite sijoittautumisvaltiossa sekä asiakassuhteita hoitavan toimipaikan maantieteellinen osoite;*

*2) mahdollinen sivukonttori tai muu edustaja kuluttajan asuinpaikkavaltiossa ja sivukonttorin tai edustajan sen toimipaikan maantieteellinen osoite, jossa asiakassuhteita hoidetaan;*

*3) elinkeinoharjoittajan lukuun toimivan välittäjän tai asiamiehen nimi, asiakassuhteita hoitavan toimipaikan maantieteellinen osoite sekä tieto toiminnan edustusluonteesta silloin, kun kuluttaja asioi välittäjän tai asiamiehen kanssa;*

*4) mihin kaupparekisteriin tai muuhun vastaavaan julkiseen rekisteriin elinkeinoharjoittaja mahdollisesti on merkitty sekä elinkeinoharjoittajan yritys- ja yhteisötunnus tai muu vastaava tunniste kyseisessä rekisterissä;*

*5) asianomaisen valvontaviranomaisen yhteystiedot, jos toiminnan harjoittaminen edellyttää lupaa tai rekisteröintiä.”*

Elinkeinoharjoittajasta annettavien ennakkotietojen tarkoituksena on, että kuluttaja pystyy luotettavasti tunnistamaan kyseessä olevan elinkeinoharjoittajan. Lisäksi tavoit-

teenä on, että kuluttaja pystyy olemaan helposti ja nopeasti yhteydessä elinkeinonharjoittajaan tai valvovaan viranomaiseen, jos haluaa.<sup>133</sup>

Ensimmäisen kohdan maantieteellisellä osoitteella sijoittautumisvaltiossa tarkoitetaan hallituksen esityksen mukaan elinkeinonharjoittajan päätoimipaikan tai keskushallinnon käyntiosoitetta. Erikseen on mainittu, että pelkän postilokeron tai sähköpostiosoitteen ilmoittaminen ei riitä. Jos asiakas taas voi asioida kohdassa 2 mainitussa sivukonttorissa, on sen maantieteellinen osoite annettava<sup>134</sup>. Vakuutusyhtiöt kertovat konttoreistaan verkkosivuillaan yleensä muiden yhteystietojen kanssa. Melko vakiintunut tapa on se, että oman paikkakunnan mukaan voi hakea itselleen lähintä konttoria<sup>135</sup>. Yleensä samassa paikassa ilmoitetaan erikseen pääkonttorin osoite<sup>136</sup>.

Viidennen kohdan valvontaviranomaisella vakuutuslalla tarkoitetaan Vakuutusvalvontavirastoa.<sup>137</sup> Vakuutus sopimuslaissa ei veloiteta antamaan näin tarkkoja tietoja elinkeinonharjoittajasta ennen sopimuksen tekemistä, joten kuluttajansuojalaki laajentaa vakuutuksenantajan tiedonantovelvollisuutta.

### 4.3 Ennakkotiedot rahoituspalvelusta

Rahoituspalveluista annettavista ennakkotiedoista säädetään kuluttajansuojalain 6 a luvun 7 §:ssä. Pykälässä säädetään seuraavasti:

*”Rahoituspalvelusta on annettava ainakin seuraavat tiedot:*

*1) kuvaus rahoituspalvelun pääominaisuuksista;*

---

<sup>133</sup> Hallituksen esitys 122/2004, Yksityiskohtaiset perustelut, 1.1 Kuluttajansuojalaki, 6 a luku. Rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynti, 6 § Ennakkotiedot elinkeinonharjoittajasta, 1. kappale.

<sup>134</sup> Hallituksen esitys 122/2004, Yksityiskohtaiset perustelut, 1.1 Kuluttajansuojalaki, 6 a luku. Rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynti, 6 § Ennakkotiedot elinkeinonharjoittajasta, 3. kappale.

<sup>135</sup> [www.tapiola.fi](http://www.tapiola.fi) 30.11.2006.

<sup>136</sup> [www.pohjola.fi](http://www.pohjola.fi) 30.11.2006.

<sup>137</sup> Hallituksen esitys 122/2004, Yksityiskohtaiset perustelut, 1.1 Kuluttajansuojalaki, 6 a luku. Rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynti, 6 § Ennakkotiedot elinkeinonharjoittajasta, 7. kappale.

2) kuluttajalta perittävien maksujen, korvausten ja muiden kulujen yhteismäärä, mukaan lukien verot tai, jos täsmällistä määrää ei voida ilmoittaa, kulujen määräytymisperusteet;

3) huomautus mahdollisesta luovutusvoittoverosta, varainsiirtoverosta ja vastaavista rahoituspalvelun hankkimiseen liittyvistä veroista tai julkisista maksuista, joista elinkeinonharjoittaja tietää ja joita kuluttaja voi joutua suorittamaan 2 kohdassa tarkoitettujen elinkeinonharjoittajalle maksettavien kulujen lisäksi;

4) kulujen maksamista ja sopimuksen täyttämistä koskevat järjestelyt;

5) etäviestimen käyttämisestä syntyvät kulut, jos siitä veloitetaan perushintaa enemmän;

6) tarvittaessa huomautus siitä, että rahoituspalveluun saattaa liittyä riski sijoitettavien varojen menettämisestä tai muu erityinen riski, sekä siitä, että aikaisempi hinnan tai arvonkehitys ei ole tae tulevasta kehityksestä;

7) annettujen tietojen voimassaoloaika koskevat mahdolliset rajoitukset.”

Ensimmäisen kohdan tarkoituksena on, että kuluttaja saa objektiivisen ja mahdollisimman helppotajuisen kuvan vakuutuspalvelun ominaisuuksista. Näiden annettujen tietojen perusteella kuluttajalla pitäisi olla mahdollisuus verrata vakuutusta kilpailijoiden tuotteisiin sekä muihin markkinoilla oleviin vastaaviin vakuutuksiin.<sup>138</sup> Kuluttajansuojalain 6 a lukua tarkemmin vakuutuksesta annettavista tiedoista ja niiden yksityiskohtaisesta sisällöstä säädetään vakuutuslainsäädännön 5 §:ssä, josta kerrottiin kolmannessa luvussa.

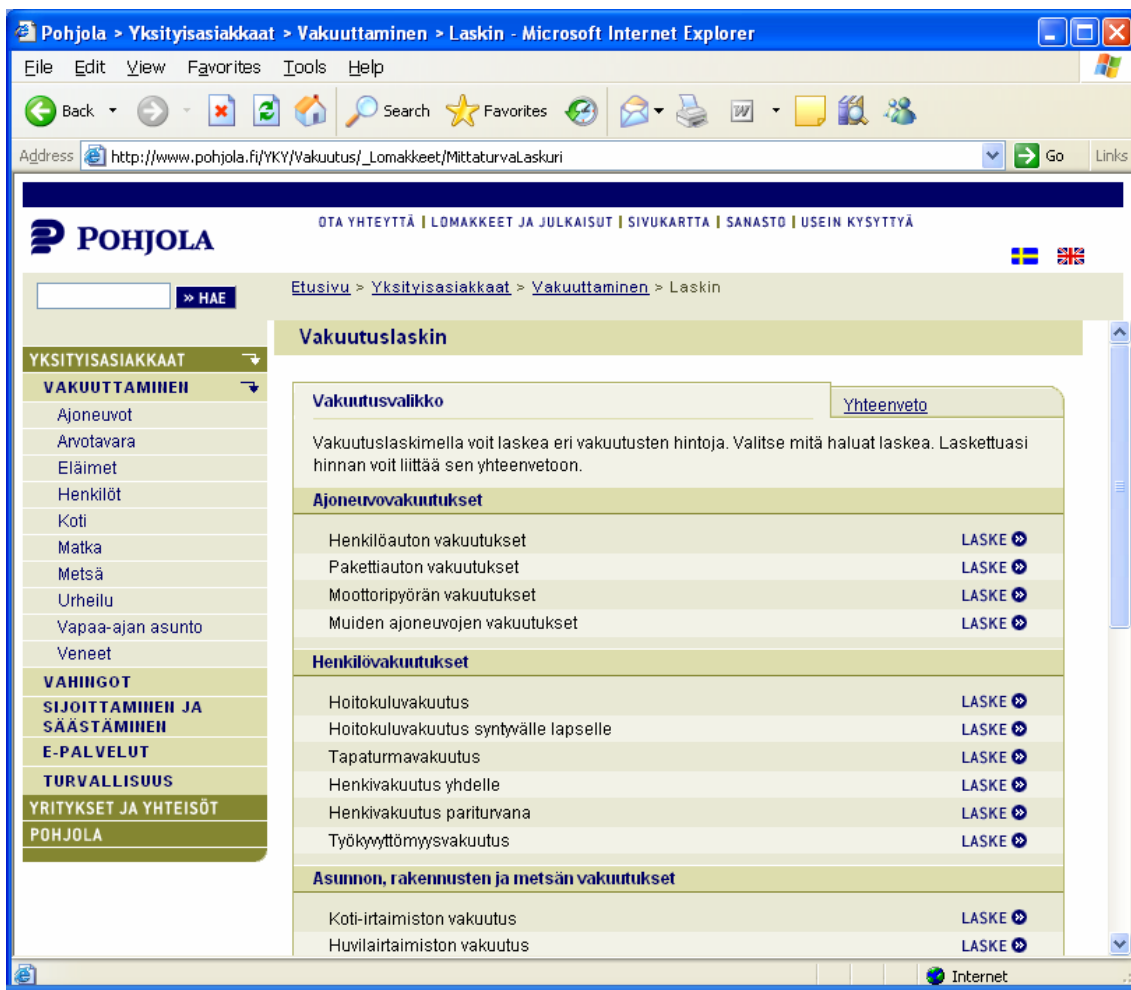
Pykälän toisen kohdan mukaan elinkeinonharjoittajaa veloitetaan kertomaan ennen sopimuksen solmimista vakuutuksen kokonaishinta, joka kuluttajalle jää maksettavaksi<sup>139</sup>.

---

<sup>138</sup> Hallituksen esitys 122/2004, Yksityiskohtaiset perustelut, 1.1 Kuluttajansuojalaki, 6 a luku. Rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynti, 7 § Ennakkotiedot rahoituspalvelusta, 1. kappale.

<sup>139</sup> Hallituksen esitys 122/2004, Yksityiskohtaiset perustelut, 1.1 Kuluttajansuojalaki, 6 a luku. Rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynti, 7 § Ennakkotiedot rahoituspalvelusta, 3. kappale.

Vakuutusyhtiöiden verkkosivuilla kuluttaja voi laskea haluamansa vakuutuksen hinnan itsepalvelulaskurilla. Laskurissa kysytään kuluttajalta kaikki vakuutuksen hintaan vaikuttavat tekijät. Laskureita on ainakin vertailuyhtiöiden sivustoilla helppo käyttää. Pääsääntöisesti vertailussa mukana olevat yhtiöt käyttävät yhdistettyjä laske ja osta -tyyppisiä laskureita verkkosivuillaan. Tällaisella vakuutuslaskurilla voidaan ensin laskea vakuutuksen hinta ja sen jälkeen siirtyä sähköiseen vakuutushakemukseen. Kuvio 8 esittää etusivun Pohjolan verkkosivujen vakuutuslaskurista.



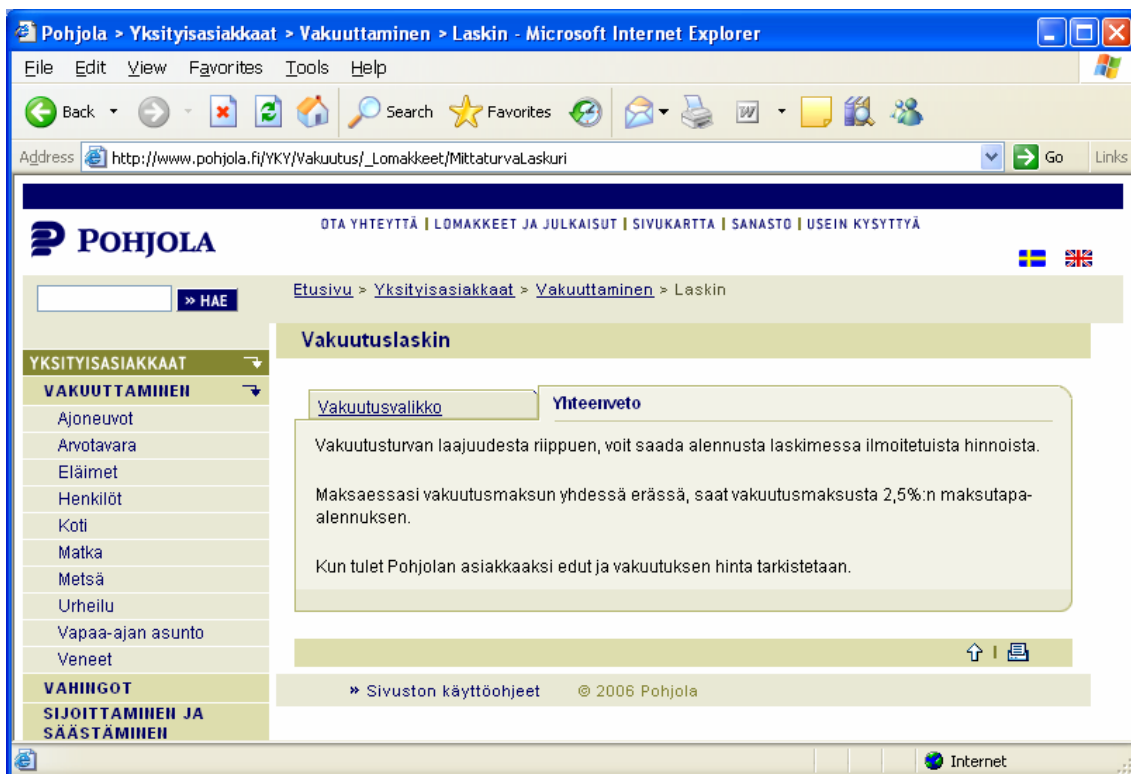
KUVIO 8 Pohjolan vakuutuslaskin<sup>140</sup>

Jos KSL 6 a luvun 7 §:n toisen kohdan mukainen lopullisen hinnan ilmoittaminen verkkosivuilla ei kuitenkaan ole mahdollista, on kerrottava ne perusteet, joiden mukaan hin-

<sup>140</sup> [www.pohjola.fi](http://www.pohjola.fi) 23.8.2006.

ta määräytyy.<sup>141</sup> Kaikilla esimerkkiyhtiöillä voi koti-irtaimiston vakuutuksen hinnan laskea vakuutuslaskurin avulla, kun ilmoittaa laskurille asunnon ominaisuudet.

Vakuutusten osalta lopulliseen hintaan voivat tämän jälkeen vaikuttaa esimerkiksi erilaiset keskittämisalennukset ja muut asiakaskohtaiset alennukset. Verkkosivuilla pystytään ilmoittamaan vakuutuksen perushinta vakuutuslaskurissa ja lisähuomautuksena kertoa asiakkaalle, mitkä seikat vaikuttavat lisäksi lopulliseen hintaan. Esimerkiksi vakuutuslaskurissa asiakkaalle voidaan ilmoittaa, että keskittämisasiakkaille annetaan lisäksi tietynsuuruinen alennus vakuutuksesta tai että maksueräisyys vaikuttaa lopulliseen hintaan. Kuvio 9 osoittaa, millä tavalla Pohjolan verkkosivujen vakuutuslaskurissa ilmoitetaan, että voimassa olevalla vakuutusturvalla ja maksueräisyydellä on vaikutusta lopulliseen vakuutusmaksuun.



KUVIO 9 Pohjolan vakuutuslaskimen lisätiedot<sup>142</sup>

<sup>141</sup> Hallituksen esitys 122/2004, Yksityiskohtaiset perustelut, 1.1 Kuluttajansuojalaki, 6 a luku. Rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynti, 7 § Ennakkotiedot rahoituspalvelusta, 3. kappale.

<sup>142</sup> [www.pohjola.fi](http://www.pohjola.fi) 23.8.2006.

Kolmannella kohdalla vakuutusten etämyynnissä tarkoitetaan lähinnä vahinkovakuutus-  
ten osalta ilmoitettavaa vakuutusmaksuveroa. Yleensä veron suorittaa vahinkovakuu-  
tuksen myöntänyt vakuutusyhtiö. Mutta jos vakuutuksenantajan sijoittautumisvaltio on  
jokin muu kuin ETA-valtio, vakuutuksenottaja on itse verovelvollinen. Tällaisissa tapa-  
uksissa vakuutusmaksuvero on ilmoitettava kokonaishinnassa.<sup>143</sup> Esimerkkiyhtiöt eivät  
verkkosivuillaan erittele veron osuutta vakuutuksen kokonaishinnassa vaan veron osuus  
on sisällytetty jo valmiiksi hintaan.

Kulujen maksamista ja sopimuksen täyttämistä koskevilla järjestelyillä neljännessä  
kohdassa tarkoitetaan maksuajan ja maksuehtojen ilmoittamista sekä elinkeinonharjoit-  
tajan suorituksen eli korvauksen täyttämisaikaa ja -tapaa. Pykälän viides kohta liittyy  
lähinnä etämyyntiin puhelimen kautta. Kuudes kohta liittyy sijoitussidonnaisiin vakuu-  
tustuotteisiin, jotka eivät ole tämän tutkimuksen kohteena. Seitsemännen kohdan mu-  
kaan on ilmoitettava, jos vakuutus on saatavilla tietyllä hinnalla vain rajoitetun ajan.  
Voimassaoloaika on tällöin mainittava ennakkotiedoissa.<sup>144</sup> Kuluttajansuojalain 6 a lu-  
vun 7 §:ssä on osittain samoja asioita vakuutuslainsäädännön 5 §:n kanssa, mutta etenkin  
verojen ja kulujen ilmoittaminen on yksityiskohtaisesti säädelty, mikä on uutta vakuu-  
tussopimuslakiin nähden.

#### **4.4 Ennakkotiedot etäsopimuksesta**

Etäsopimuksesta annettavista ennakkotiedoista säädetään kuluttajansuojalain 6 a luvun 8  
§:ssä seuraavasti:

*”Etäsopimuksesta on annettava ainakin seuraavat tiedot:*

*1) tieto peruuttamisoikeudesta tai siitä, että sitä ei lain mukaan ole;*

---

<sup>143</sup> Hallituksen esitys 122/2004, Yksityiskohtaiset perustelut, 1.1 Kuluttajansuojalaki, 6 a luku. Rahoitus-  
palvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynti, 7 § Ennakkotiedot rahoituspalvelusta, 4. ja 5. kappale.

<sup>144</sup> Hallituksen esitys 122/2004, Yksityiskohtaiset perustelut, 1.1 Kuluttajansuojalaki, 6 a luku. Rahoitus-  
palvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynti, 7 § Ennakkotiedot rahoituspalvelusta, 6.–10. kappale.

2) *peruuttamisaika, sen korvauksen määrä, joka kuluttajalta voidaan peruuttamisen johdosta vaatia, taikka korvauksen määräytymisperusteet, jos korvauksen täsmällistä määrää ei voida ilmoittaa, sekä peruuttamisoikeuden käyttämistä koskevat muut ehdot ja ohjeet;*

3) *sopimuksen vähimmäiskesto, jos sopimus koskee rahoituspalvelujen jatkuvaa tai toistuvaa suorittamista;*

4) *mahdollinen oikeus irtisanoa tai purkaa sopimus taikka täyttää sopimus ennen aikaisesti lain tai sopimusehdon perusteella ja näiden toimenpiteiden seuraamukset;*

5) *minkä valtion lainsäädännön mukaisesti ennakkotiedot on annettu;*

6) *mahdolliset sopimusehdot sopimukseen sovellettavasta laista ja toimivaltaisesta tuomioistuimesta;*

7) *millä kielellä tai kielillä kuluttaja voi saada ennakkotiedot ja sopimusehdot 11 §:ssä säädetyllä tavalla ja mitä kieltä tai kieliä elinkeinonharjoittaja sitoutuu käyttämään sopimussuhteen aikana.”*

Vakuutus sopimukseen ei sovelleta sopimuksen peruuttamisoikeutta, jota kuluttajansuojalain 6 a luvun 12 §:n mukaan voidaan soveltaa muihin rahoituspalveluihin. Tästä syystä ennakkotietoina kuluttajalle on ilmoitettava vakuutus sopimuslain mukaisesta irtisanomisoikeudesta, josta tarkemmin velvoitetaan kertomaan ennakkotietojen neljännen kohdan mukaan. Neljännen kohdan mukaan on ilmoitettava vakuutus senottajan oikeudesta irtisanoa tai purkaa vakuutus sopimus. Vahinkovakuutus sopimusten kohdalla tämä tarkoittaa, että kuluttajalle on ennakkotietona mainittu vakuutus sopimuslain 12 §:n mukaisesta irtisanomisoikeudesta.<sup>145</sup>

Viidennen kohdan mukaan ennakkotiedoissa on ilmoitettava, minkä valtion lainsäädännön mukaisesti ennakkotiedot on annettu. Tämä kohta velvoittaa elinkeinonharjoittajaa



ilmoittamaan, minkä valtion lakiin annetut tiedot perustuvat, mutta se ei velvoita kertomaan, minkä valtion lakia hänen on noudatettava ennakkotietoja antaessaan. Esimerkiksi vakuutuksenantaja voi noudattaa EU:n ulkopuolisen kolmannen valtion lainsäädäntöä mutta ilmoittaa ennakkotiedot Suomen lainsäädännön mukaan. Jos annetut tiedot perustuvat osittain sekä vakuutuksenantajan että kuluttajan kotivaltioiden lakeihin, molemmat valtiot on tällöin mainittava ennakkotiedoissa etäsopimuksesta.<sup>146</sup>

Kuudennen kohdan mukaisia sopimusehtoja vakuutuslainsäädännön mukainen laki ei velvoita lähettämään vakuutuksenottajalle ennen sopimuksen tekemistä. Konkreettinen muutos tässä suhteessa vakuutusten etämyynnin osalta on se, että vakuutusehdot, joissa sopimusehdot yleensä ovat osana, täytyy toimittaa kuluttajalle ennen sopimuksen tekemistä, kun ne on vakuutuslainsäädännön mukaan aiemmin täytynyt lähettää vasta sopimuksen synnyttyä yhdessä vakuutuskirjojen kanssa<sup>147</sup>. Seitsemännen kohdan mukainen vaatimus eri kielillä saatavista ennakkotiedoista ei kuulu tämän tutkimuksen alueeseen, sillä tarkastelu rajautuu vain suomenkielisten asiakkaiden asiointiin suomalaisten yhtiöiden kanssa.

## 4.5 Ennakkotiedot oikeussuojakeinoista

Oikeussuojakeinoista annettavista ennakkotiedoista säädetään kuluttajansuojalain 6 a luvun 9 §:ssä. Pykälässä säädetään seuraavasti:

*”Oikeussuojakeinoista on annettava ainakin seuraavat tiedot:*

- 1) onko kuluttajan käytettävissä tuomioistuimen ulkopuolisia oikeussuojamenettelyjä ja jos on, miten kuluttaja voi käyttää niitä;*
- 2) sellaiset kuluttajia suojaavat vakuutusrahastot tai muut korvausjärjestelyt, jotka eivät perustu Euroopan yhteisön lainsäädäntöön.”*

---

<sup>145</sup> Hallituksen esitys 122/2004, Yksityiskohtaiset perustelut, 1.1 Kuluttajansuojalaki, 6 a luku. Rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynti, 8 § Ennakkotiedot etäsopimuksesta, 4. kappale.

<sup>146</sup> Hallituksen esitys 122/2004, Yksityiskohtaiset perustelut, 1.1 Kuluttajansuojalaki, 6 a luku. Rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynti, 8 § Ennakkotiedot etäsopimuksesta, 5. kappale.

<sup>147</sup> Ks. vakuutuslainsäädännön 2 Luvun 6 § 1 mom.

Ensimmäisen kohdan mukaan vakuutuksenottajalle on ilmoitettava, onko hänen käytettävissään tuomioistuimen ulkopuolisia oikeussuojamenettelyjä. Jos tällaisia menettelyjä on, sen on käytävä ilmi ennakkotiedoista. Vakuutuslalla yleensä tuomioistuimen ulkopuolisella oikeussuojamenettelyllä tarkoitetaan Vakuutuslautakuntaa. Vakuutuksenottajalle on lisäksi ilmoitettava, miten hän voi käyttää Vakuutuslautakunnan palveluja. Tarvemmin on mainittava, missä muodossa valitus on tehtävä, minne se on toimitettava ja mistä voi saada lisätietoja menettelystä. Jos kuluttajan käytettävissä ei olisi oikeussuojamenettelyjä, siitäkin olisi mainittava ennakkotiedoissa.<sup>148</sup> Vakuutuslainsäätännön 5 § ei velvoita antamaan 9 §:n mukaisia tietoja ennen sopimuksen tekemistä. VSL 8 §:ssä säädetään korvaustilanteisiin liittyvästä oikeussuojasta, mutta siinä ei säädetä tiedonantovelvollisuudesta ennen vakuutuslainsäätännön tekemistä.

#### 4.6 Ennakkotietojen ja sopimusehtojen toimittaminen

Kuluttajansuojalain 6 a luvun 11 §:ssä säädetään ennakkotietojen toimittamisesta kuluttajalle kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla. Pykälässä säädetään seuraavasti:

*”Ennakkotiedot ja sopimusehdot on hyvissä ajoin ennen sopimuksen tekemistä toimitettava kuluttajalle henkilökohtaisesti, kirjallisesti tai sähköisesti siten, että kuluttaja voi tallentaa ja toisintaa ne muuttumattomina. Sama koskee tietoja, jotka elinkeinonharjoittajan on muun lainsäädännön mukaisesti annettava kuluttajalle ennen rahoituspalvelua koskevan sopimuksen tekemistä*

*Jos sopimus tehdään kuluttajan pyynnöstä sellaista etäviestintä käyttäen, että tietoja ja sopimusehtoja ei voida antaa 1 momentissa tarkoitettulla pysyvällä tavalla ennen sopimuksen tekemistä, tiedot ja sopimusehdot on annettava pysyvällä tavalla viipymättä sopimuksen tekemisen jälkeen.*

*Kuluttajalla on sopimussuhteen aikana oikeus pyynnöstä saada sopimusehdot paperilla.”*

---

<sup>148</sup> Hallituksen esitys 122/2004, Yksityiskohtaiset perustelut, 1.1 Kuluttajansuojalaki, 6 a luku. Rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynti, 10 § Ennakkotiedot oikeussuojakeinoista, 1. kappale.

Hallituksen esityksen mukaan tämän momentin tarkoituksena on turvata se, että kuluttaja saa keskeiset tiedot rahoituspalvelusta ja tätä tarjoavasta elinkeinonharjoittajasta ja että hänellä on mahdollisuus säilyttää tiedot ja tarvittaessa vedota niihin.<sup>149</sup>

Jos ennakkotiedot ja sopimusehdot toimitetaan kuluttajalle sähköisesti, olennaista on tällöin, että kuluttaja saa ne henkilökohtaisesti ja että hänellä on mahdollisuus tallentaa ja tulostaa ne. Henkilökohtaisella toimituksella tarkoitetaan sitä, että tiedot voidaan lähettää kuluttajalle esimerkiksi sähköpostilla. Verkkopalveluissa voidaan myös ohjata kuluttaja ennen sopimuksen hyväksymistä tulostamaan tai tallentamaan ennakkotiedot ja sopimusehdot. Tulostettavana ja tallennettavana on oltava kaikki sopimukseen liittyvät ehdot, niin vakioehdot kuin yksilöllisetkin ehdot<sup>150</sup>. Vakuutusten verkkomyynissä voidaankin herättää vakuutuksenottajan huomio perehtymään vakuutuksesta annettaviin tietoihin tavalla, jossa vakuutuksenottaja joutuu kuittaamaan ennen sopimuksen hyväksymistä, että hän on lukenut vakuutusehdot ja perehtynyt niihin. Ainakin Pohjola käyttää tällaista kuittaamispakkoa ennen vakuutussopimuksen lopullista hyväksymistä.

Ennakkotietojen ja sopimusehtojen toimittamista kuluttajalle jo ennen sopimuksen tekemistä pysyvällä tavalla perustellaan sillä, että kuluttajalla on mahdollisuus perehtyä tarjottuun vakuutuspalveluun ja vertailla sitä kilpailijan vastaavaan tuotteeseen sekä harkita vakuutuksen tarpeellisuutta. Ennakkotietojen ja sopimusehtojen toimittamista säädellään rahoituspalveluiden etämyynnin kohdalla tiukemmin kuin muun etämyynnin ollessa kyseessä. Tämä on kuitenkin perusteltua rahoituspalveluiden usein monimutkaisilla sopimusehdoilla.<sup>151</sup>

Vakuutusyhtiöiden verkkosivuilla KSL 6 a luvun 11 §:n vaatimukset ovat helposti toteutettavissa. Tallennettujen tietojen muodossa on kuitenkin kiinnitettävä huomiota kulutta-

---

<sup>149</sup> Hallituksen esitys 122/2004, Yksityiskohtaiset perustelut, 1.1 Kuluttajansuojalaki, 6 a luku. Rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynti, 11 § Ennakkotietojen ja sopimusehtojen toimittaminen kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla, 1. kappale.

<sup>150</sup> Hallituksen esitys 122/2004, Yksityiskohtaiset perustelut, 1.1 Kuluttajansuojalaki, 6 a luku. Rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynti, 11 § Ennakkotietojen ja sopimusehtojen toimittaminen kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla, 2. kappale.

<sup>151</sup> Hallituksen esitys 122/2004, Yksityiskohtaiset perustelut, 1.1 Kuluttajansuojalaki, 6 a luku. Rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynti, 11 § Ennakkotietojen ja sopimusehtojen toimittaminen kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla, 4. kappale.

jien käytössä olevaan tekniikkaan ja tietokoneohjelmien tasoon, jotta verkkosivuilta saatavissa olevat tiedot ovat myös luettavissa kuluttajien käyttämillä tietokoneilla.

Etämyynnissä säädös on paljon tiukempi kuin perinteisten myyntikanavien säätelyssä. Perinteisesti tapahtuvassa myynnissä riittää, kun noudatetaan vakuutuslain 6 §:ää, jonka mukaan ”*vakuutusopinuksen päättämisen jälkeen vakuutuksenantajan on ilman aiheetonta viivytystä annettava vakuutuksenottajalle asiakirja, johon on merkitty sopimuksen keskeinen sisältö (vakuutuskirja), sekä vakuutusehdot*”.

#### **4.7 Ennakkotiedot käytännössä**

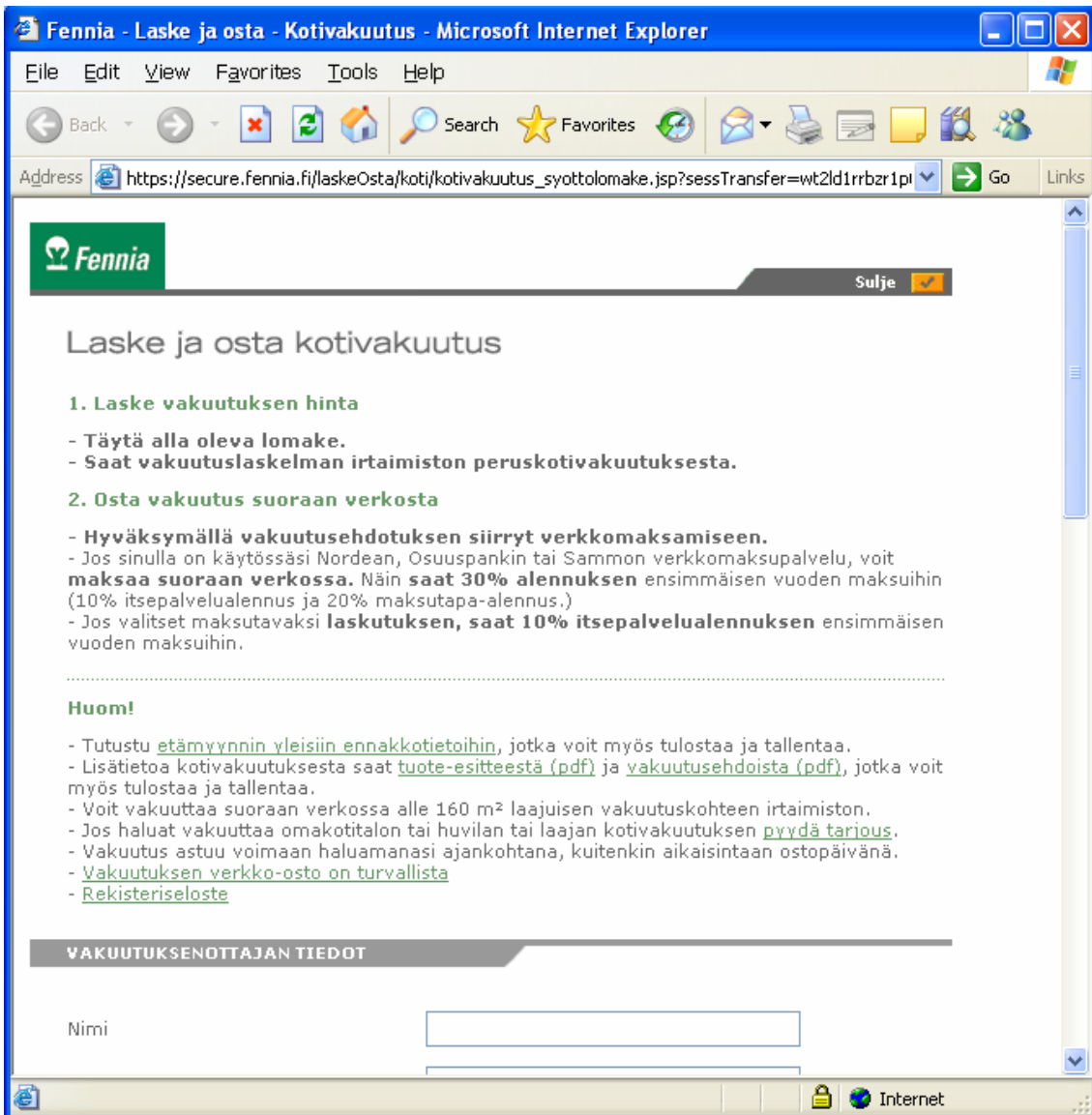
Vakuutusyhtiöiden verkkosivuilla kuluttajansuojalain mukaiset etämyynnin ennakkotiedot on helppo antaa asiakkaalle. Jos tiedot ovat verkkosivuilla ja asiakas ostaa vakuutuksen verkon kautta, on lain vaatima tietojen antaminen ennen sopimuksen tekoa täytetty.

Esimerkkyhtiöiden verkkosivuilla ennakkotietoja ei ole kuitenkaan annettu läpinäkyvästi. Ennakkotietojen esittämistavassa on suuria eroja yhtiöiden välillä. Positiivisena poikkeuksena ovat Fennian verkkosivut. Fennian verkkosivuilla vakuutuksen ostaminen tapahtuu "laske ja osta" -valikon kautta<sup>152</sup>. Ennen sähköisen vakuutushakemuksen täyttämistä ja sopimuksen tekemistä asiakasta huomautetaan tutustumaan etämyynnin ennakkotietoihin<sup>153</sup>. Kuluttajansuojalain edellyttämät ennakkotiedot on koottu yhteen paikkaan, jossa vakuutuksenottaja voi tutustua niihin kerralla, ilman että hänen täytyy itse etsiä tietoja sivuston eri osista. Kuvio 10 osoittaa, miten Fennian verkkosivuilla ennakkotiedot on koottu asiakkaalle helposti nähtäväksi yhteen paikkaan ennen ostamiseen siirtymistä.

---

<sup>152</sup> [www.fennia.fi](http://www.fennia.fi) 24.8.2006a.

<sup>153</sup> [www.fennia.fi](http://www.fennia.fi) 24.8.2006b.

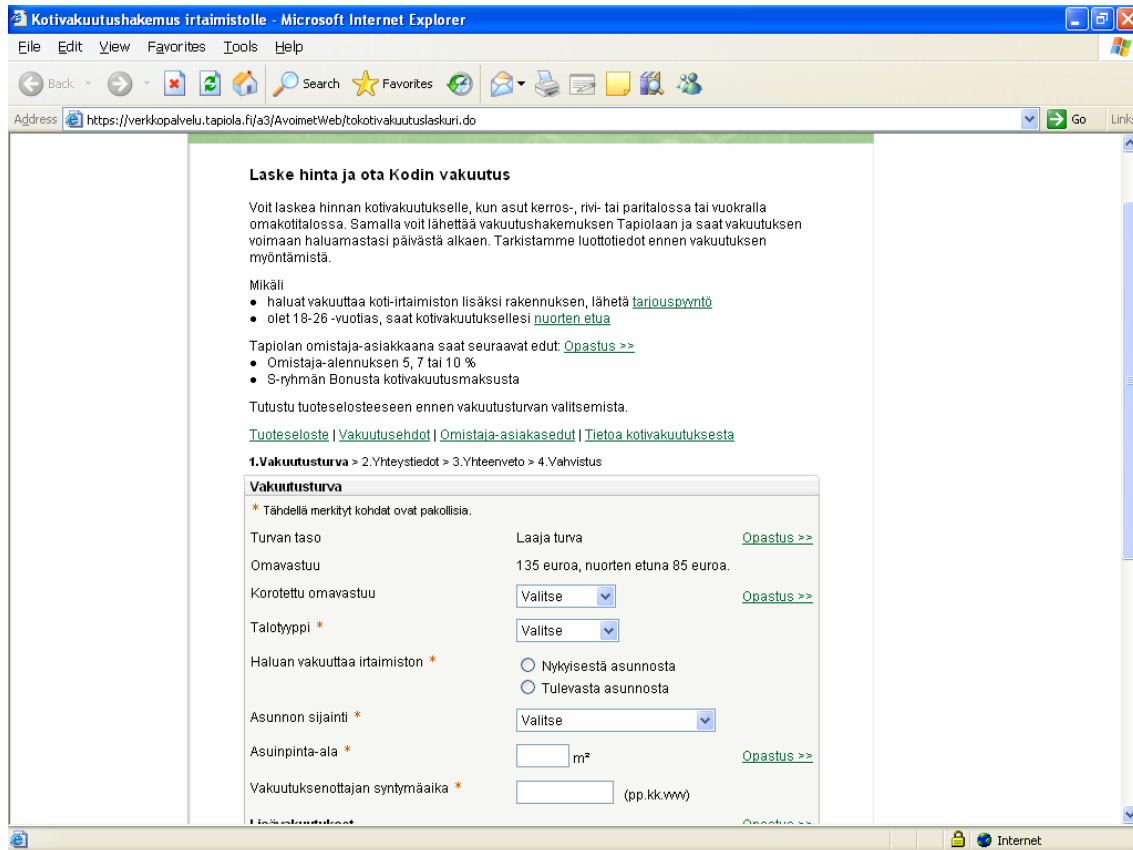


KUVIO 10 Ennakkotiedot Fennian verkkosivuilla<sup>154</sup>

Muilla kolmella vakuutusyhtiöllä kuluttajansuojalain vaatimia etämyynnin ennakkotietoja on annettu verkkosivustojen eri osissa ja eri asioiden yhteydessä. Jotta kuluttaja saisi käsityksen näistä tiedoista ennen vakuutussopimuksen tekemistä, hänen on tutustuttava laajaan osaan verkkosivuja ja nähtävä suurestikin vaivaa löytääkseen tiedot.

<sup>154</sup> [www.fennia.fi](http://www.fennia.fi) 24.8.2006.

Kuvio 11 esittää, miten Tapiolan verkkosivustot muistuttavat hyvin paljon Fennian sivustoja. Kuitenkaan suoraa linkkiä ennakkotietoihin ei ole kotivakuutuksen ostamisen yhteydessä. Tuoteseloste ja vakuutusehdot on kuitenkin helppo huomata, ja niihin on vaivatonta tutustua ennen vakuutushakemukseen siirtymistä.



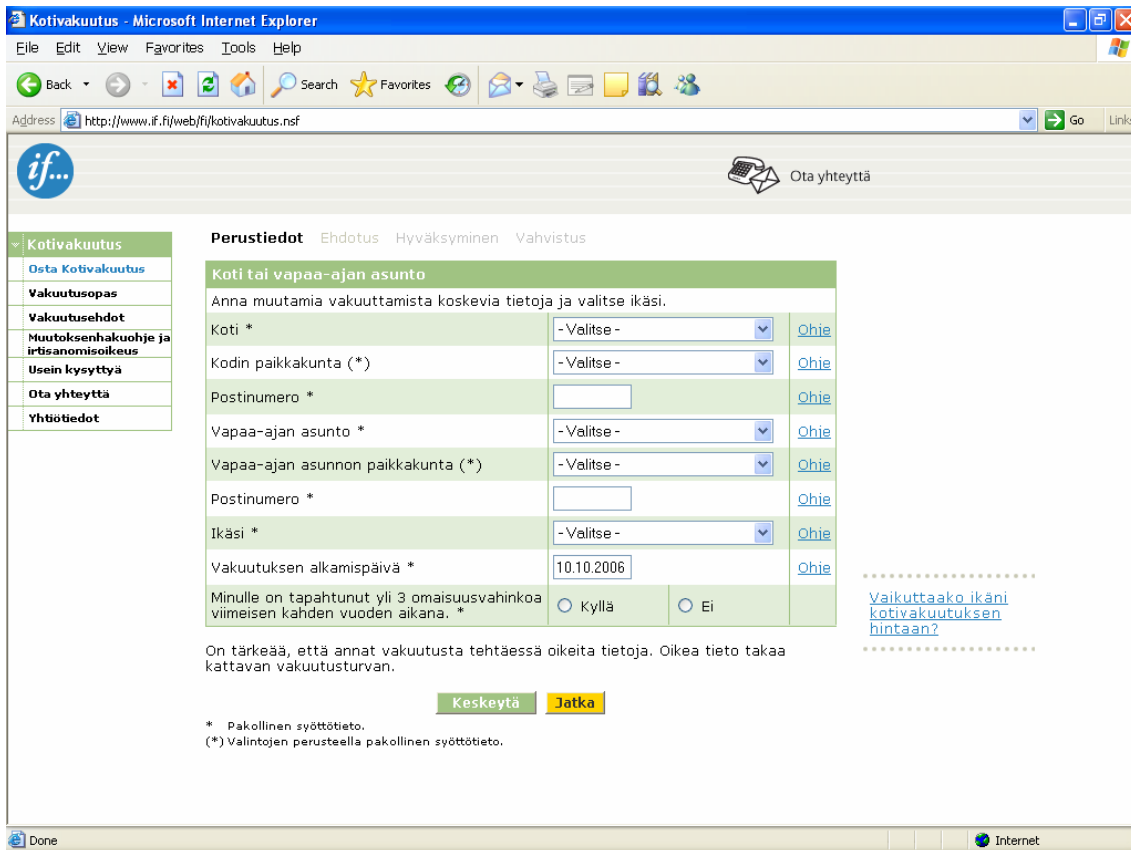
KUVIO 11 Tapiolan verkkosivut muistuttavat Fennian sivuja.<sup>155</sup>

If ilmoittaa myös kotivakuutuksen ostamisen yhteydessä ennakkotietoina elinkeinonharjoittajasta yhtiön koko nimen, rekisteröidyn kotipaikan, pääkonttorin osoitteen ja yhtiötunnuksen. Tiedot ilmoitetaan valikon kohdassa Yhtiötiedot. Kuvio 12 näyttää tarkemmin, missä kohdassa sivulla yhtiötiedoista kerrotaan.<sup>156</sup> Vastaavasti Pohjolan ja Tapiolan kotivakuutuksen ostamisen yhteydessä yhtiötietoja ei ole listattu vastaavalla tavalla selkeästi yhteen paikkaan<sup>157</sup>.

<sup>155</sup> [www.tapiola.fi](http://www.tapiola.fi) 9.10.2006.

<sup>156</sup> [www.if.fi](http://www.if.fi) 11.3.2006.

<sup>157</sup> [www.pohjola.fi](http://www.pohjola.fi) 11.3.2006; [www.tapiola.fi](http://www.tapiola.fi) 9.10.2006.



KUVIO 12 Yhtiötiedot Ifin verkkosivuilla<sup>158</sup>

Fennian ennakkotietojen mallikkaan antamisen vuoksi muiden yhtiöiden toteutus tuntuu ontuvalta. Laki ei edellytä, että ennakkotiedot olisi koottava verkkosivustoilla yhteen paikkaan, mutta yhtiöiden välisessä vertailussa Fennian toimintatapa korostuu merkittävästi edukseen ja saa ihmettelemään, miksei muualla toimita samalla tavalla. Sen lisäksi että yhteen paikkaan kootut ennakkotiedot helpottavat asiakkaan asiointia, ne myös helpottavat epäselvissä tilanteissa yhtiön toiminnan lainmukaisuuden toteennäyttämistä.

<sup>158</sup> [www.if.fi](http://www.if.fi) 11.3.2006.

## 5 MUU OHJEISTUS VERKKOMYYNTIIN

Vakuutusalan erityislainsäädännön lisäksi ohjeistuksia verkkokaupankäyntiin on annettu ”Sähköisen kuluttajakaupan käytäntösäännöissä”, jotka ovat laatineet yhteistyössä Kaupan Keskusliitto, Keskuskaupakamari, Suomen Suoramarkkinointiliitto sekä Tietoliikenteen ja Tietotekniikan Keskusliitto. Ohjeistus tuli voimaan 1.12.2002, ja se on muodoltaan yrityksille suositusluonteinen. Siinä käydään läpi sähköiseen kaupankäyntiin liittyvä tärkein lainsäädäntö suomalaisen yrityksen näkökulmasta sekä itse sääntelyn ohjeistus. Käytäntösäännöissä tarkastellaan sähköistä kauppaa yritykseltä kuluttajalle.

Koska vakuutusten verkkomyyntiin liittyvä lainsäädäntö on jo käsitelty aiemmissa luvuissa, käytäntösäännöistä poimitaan tässä luvussa vain uusia sähköiseen kaupankäyntiin liittyviä näkökulmia ja ohjeistuksia, joita aiemmin ei ole käsitelty. Vakuutusyhtiöiden verkkosivuilta poimitaan lisäksi konkreettisia esimerkkejä siitä, miten ostajaa ohjeistetaan ja neuvotaan käytäntösääntöjen velvoittamalla tavalla.

Käytäntösäännöt antavat konkreettisia ohjeistuksia yritykselle tilauksen tekemiseen tai vakuutuksen ostamiseen liittyvästä tiedonantovelvollisuudesta. Niiden mukaan yrityksen täytyy selvittää kuluttajalle sopimuksen tekemisen tekniset vaiheet eli se, miten kuluttajan tulee toimia halutessaan solmia vakuutus sopimuksen yhtiön kanssa. Tällä tarkoitetaan käytännön opastusta verkkosivuilla siitä, millä tavalla kuluttaja saa sähköisen vakuutushakemuksen lähetettyä yhtiöön, miten hän saa vakuutushakemukseen useampia vakuutuksia tai täytyykö hänen rekisteröityä palvelun käyttäjäksi.<sup>159</sup>

Tämän lisäksi kuluttajalle tulee kertoa, tallennetaanko tehty sopimus ja onko se kuluttajan saatavilla. Kuluttajaa on myös ohjeistettava siitä, millä tavalla hän voi korjata vakuutushakemukseen syöttämänsä virheelliset tai puutteelliset tiedot tai poistaa ne. Myös sopimuksen tekokieli tulee ilmoittaa kuluttajalle, mikäli yritys tarjoaa palveluja muulla

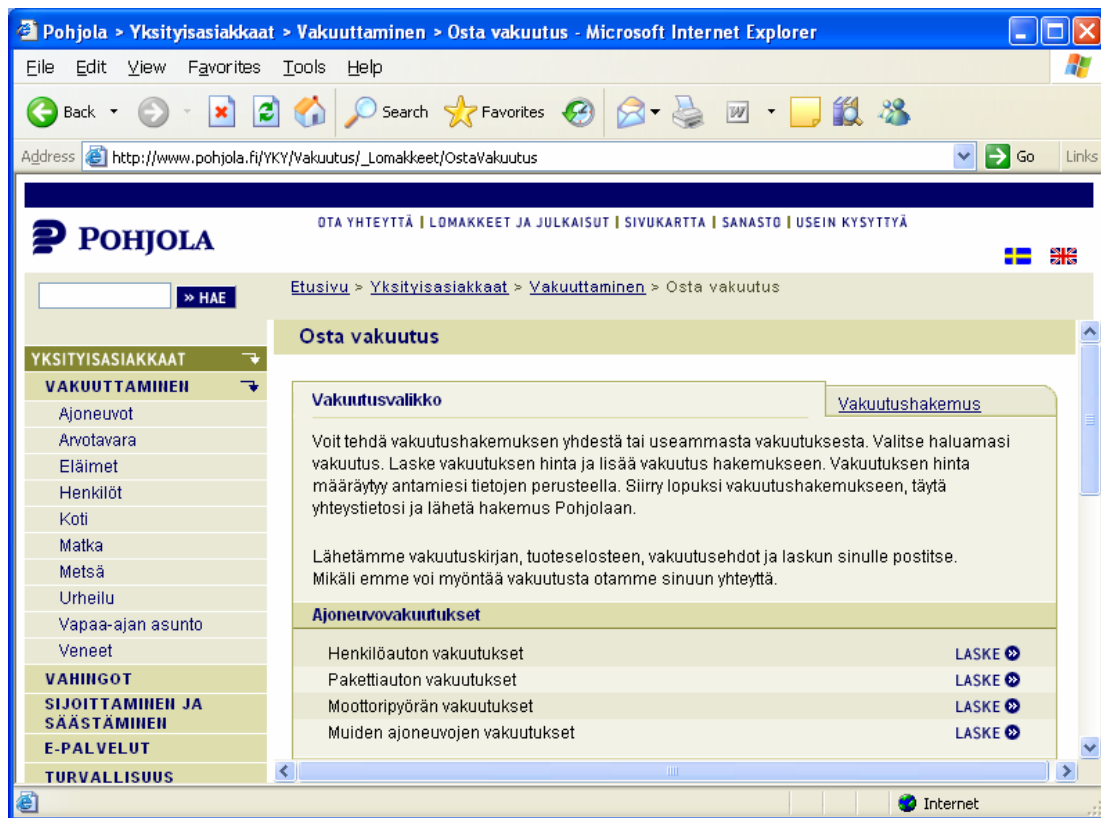
---

<sup>159</sup> Sähköisen kuluttajakaupan käytäntösäännöt 2002, 13.



kuin suomen kielellä. Lisäksi kuluttajalle tulee antaa luettelo käytännesäännöistä ja itesäätelyohjeista, joita yritys ilmoittaa noudattavansa.<sup>160</sup>

Edellä mainittuja tietoja ei tarvitse kuluttajalle antaa, mikäli sopimus solmitaan kuluttajan kanssa sähköpostitse, tekstiviesteillä tai muulla henkilökohtaisella viestintätavalla. Edellytyksenä on tällöin, että molemmat osapuolet käyttävät henkilökohtaista viestintätapaa lähettäessään viestejä toisilleen. Viestinnän täytyy siten olla vastavuoroista, sillä se, että kuluttaja lähettää sähköpostilla tilauksen yritykseen, ei vielä vapauta yritystä edellä mainituista tiedonantovelvoitteista.<sup>161</sup>



KUVIO 13 Vakuutuksen ostaminen Pohjolan sivuilta ja asiakkaan ohjaaminen (1)<sup>162</sup>

Kuvio 13 näyttää, kuinka Pohjolan sivuilla neuvotaan, että vakuutushakemuksen voi tehdä yhdestä tai useammasta vakuutuksesta kerralla. Kuluttajalle kerrotaan ennen hakemukseen siirtymistä, missä järjestyksessä hakemuksessa edetään ja miten hänen tulee

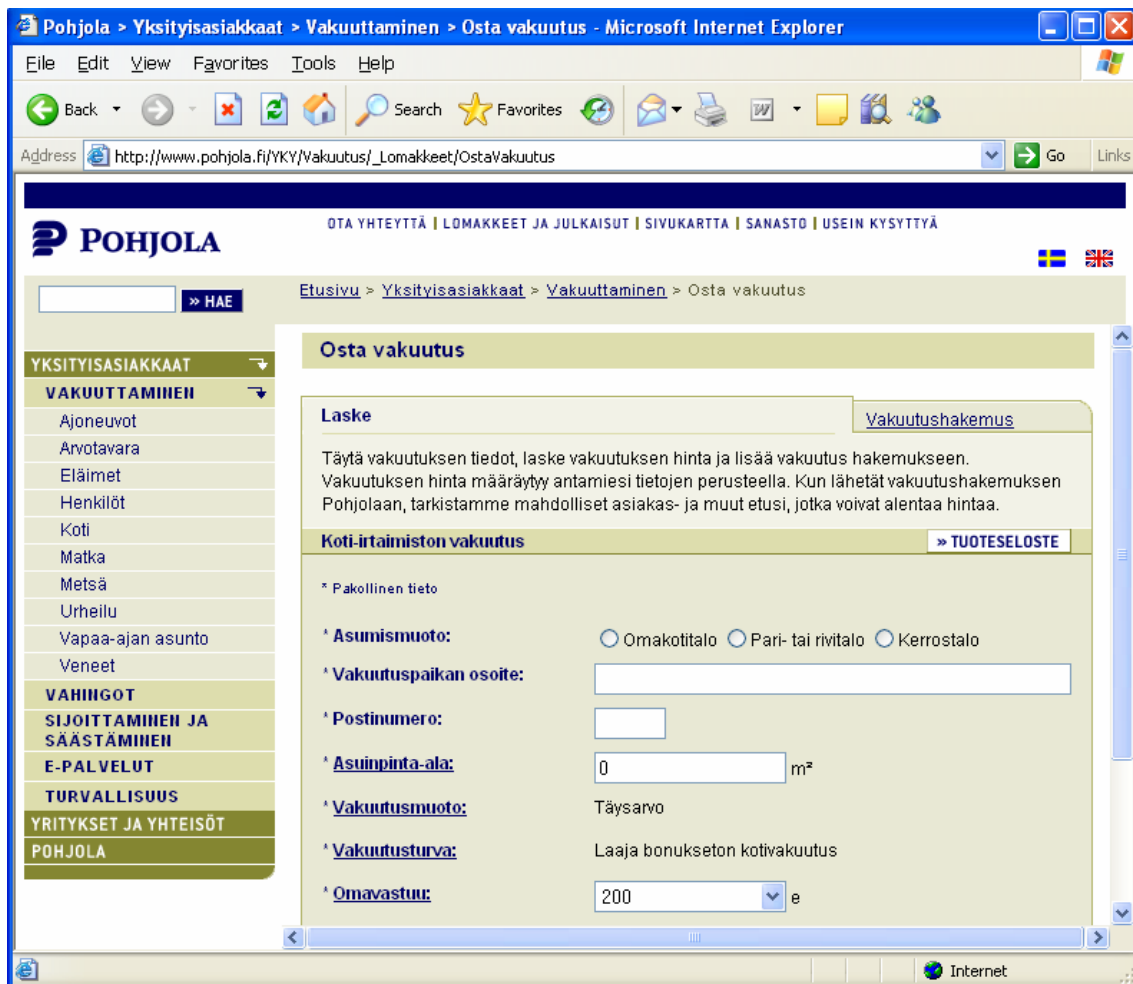
<sup>160</sup> Sähköisen kuluttajakaupan käytännesäännöt 2002, 13.

<sup>161</sup> Sähköisen kuluttajakaupan käytännesäännöt 2002, 13.

<sup>162</sup> [www.pohjolafi](http://www.pohjolafi) 11.3.2006.

toimia saadakseen ostettua vakuutuksen verkon kautta. Ohjeistuksessa kerrotaan lisäksi, että kuluttajaan ollaan yhteydessä, jos vakuutusta ei voida myöntää.

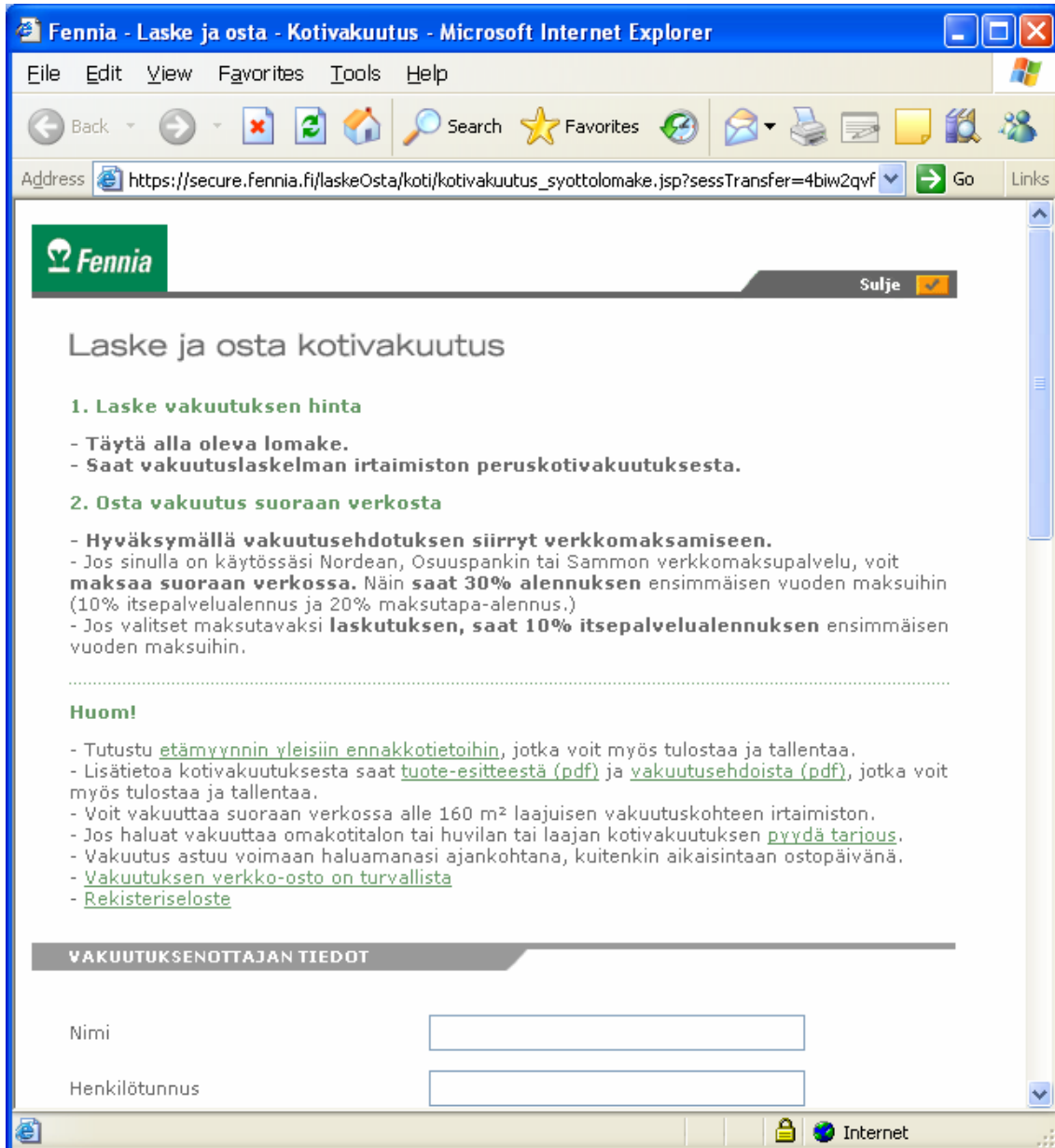
Kuvio 14 esittää hintalaskurin sivun, johon päädytään, kun ensimmäiseltä osta vakuutus-sivulta valitaan koti-irtaimiston vakuutus ja siirrytään laske-painikkeella eteenpäin. Kuluttajaa ohjeistetaan tällä sivulla taas vähän matkaa eteenpäin vakuutushakemuksen täyttämiseksi. Tällä sivulla esimerkiksi ohjeistetaan, että vakuutuksen lopullista hintaa voivat alentaa asiakaskohtaiset edut. Pohjolan sivujen toimintaperiaatteena on, että kuluttaja saa pala palalta lisää ohjeita ja kullakin sivulla ohjeistetaan, mitä kuluttajan täyttyä sillä sivulla tehdä päästäkseen eteenpäin.



KUVIO 14 Vakuutuksen ostaminen Pohjolan sivuilta ja asiakkaan ohjaaminen (2)<sup>163</sup>

<sup>163</sup> [www.pohjolafi](http://www.pohjolafi) 11.3.2006.

Fennian verkkosivuilla on heti alussa selkeästi ohjeistettu, miten hakemuksessa edetään aina laskun maksamiseen saakka. Kuvio 15 kertoo tarkemmin verkkosivun sisällöstä. Kohdat 1 ja 2 viestittävät asiakkaalle, että hän voi ensin vain laskea vakuutuksen hinnan verkossa, minkä jälkeen kyseinen vakuutus on myös mahdollista ostaa verkon kautta.



KUVIO 15 Ohjeistusta sähköisen vakuutushakemuksen tekemiseen Fenniassa<sup>164</sup>

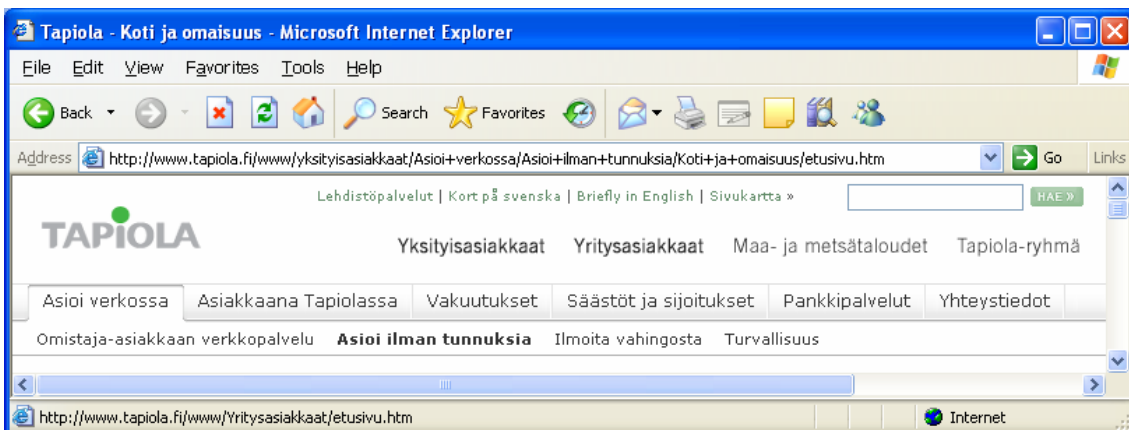
Fennian verkkokaupassa panostetaan itsepalvelualennuksiin ja niillä houkutellaankin voimakkaasti asiakasta ostamaan vakuutus suoraan verkosta. Verkosta ostamalla voi

<sup>164</sup> [www.fennia.fi](http://www.fennia.fi) 24.8.2006.

saada jopa 30 %:n alennuksen. Asiakkaalle kerrotaan muutenkin laskutuksesta ja siihen liittyvistä vaihtoehdoista selkeästi.

Vielä ennen vakuutushakemukseen siirtymistä kuluttajalle annetaan mahdollisuus tutustua vakuutuksen tuoteselosteeseen, vakuutusehtoihin ja etämyynnin ennakkotietoihin. Mielestäni Fennian sivustoilla nämä tiedot on tuotu asiakkaan saataville vakuutushakemuksen etenemisen kannalta selkeämmin kuin Pohjolan sivustoilla. Fennian sivut noudattavat kuitenkin selkeämpää ylhäältä alas etenevää järjestystä, ja katse kiinnittyy helpommin annettuihin tietoihin. Fennian sivuilla ohjeistetaan lisäksi konkreettisesti, millaisen koti-irtaimiston vakuutuksen voi ostaa suoraan verkosta ja milloin täytyy olla yhteydessä yhtiön asiakaspalveluun. Esimerkiksi omakotitalon tai huvilan vakuutusta ei voi ostaa lainkaan verkosta, vaan tällaisessa tapauksessa kuluttajaa ohjeistetaan pyytämään tarjousta verkon kautta. Asiakkaalle on selkeästi ohjeistettu erilaiset tapaukset ja annettu niitä varten toimintaohjeet.

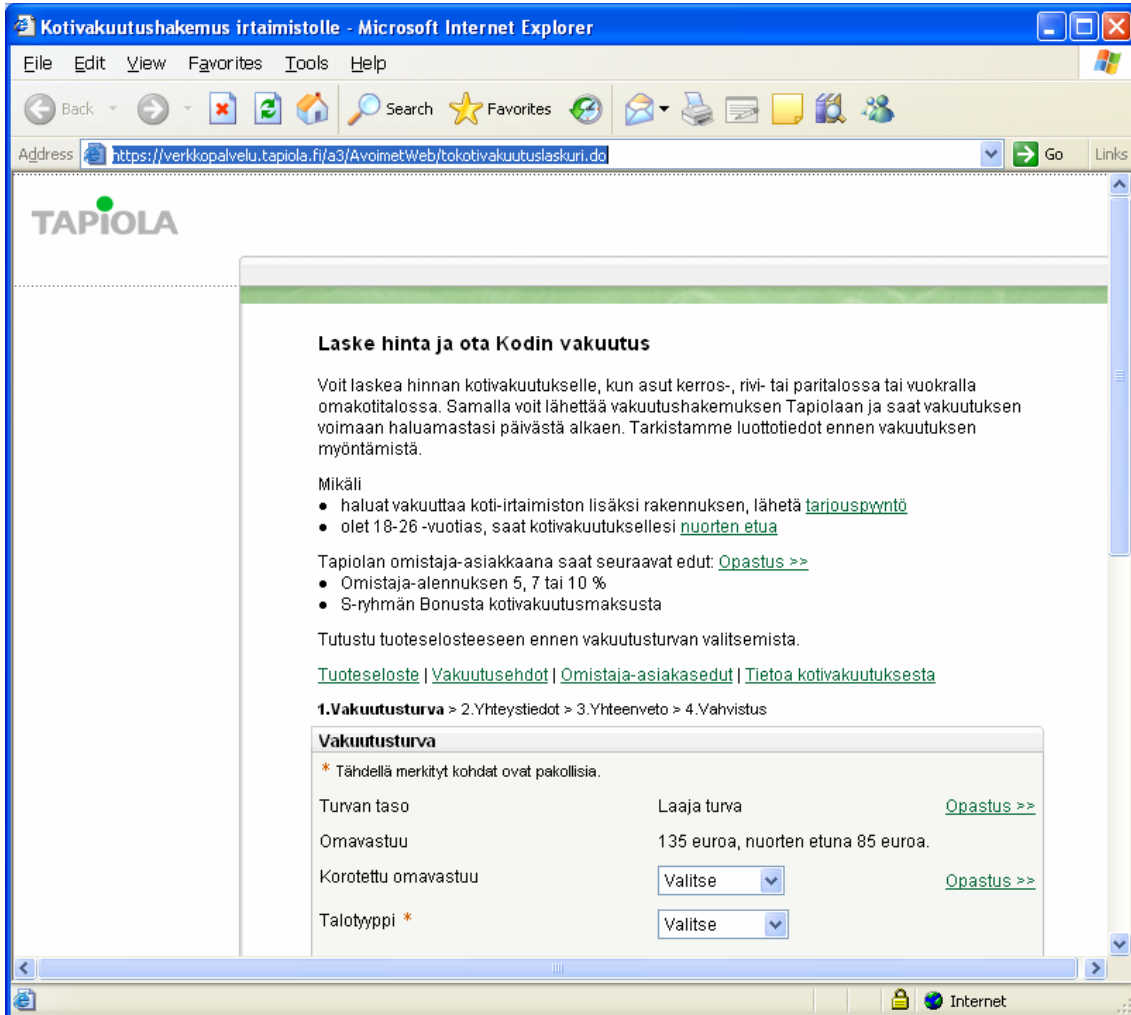
Tapiolan asiakkaat voivat asioida verkossa joko ilman verkkotunnuksia tai verkkotunnuksilla. Kuvio 16 näyttää sen, miten Tapiolan verkkosivuilla hienosti ohjeistetaan asiakasta valitsemaan oikea sivu sen mukaan, onko hänellä omistaja-asiakkaana verkkopalveluun vaaditut tunnukset vai asioiko hän ilman tunnuksia.



KUVIO 16 Asiakkaan ohjausta Tapiolan verkkosivuilla (1)<sup>165</sup>

Kuvio 17 kuvaa sitä, miten Tapiolan verkkosivuilla kotivakuutuksen ostamisen yhteydessä neuvotaan kuluttajaa. Ensin kerrotaan selkeästi, millaiseen asuntoon voi suoraan

ostaa vakuutuksen verkon kautta. Tämän jälkeen kerrotaan yksiselitteisesti, mistä päivästä alkaen vakuutus on mahdollista saada voimaan, ja lisäksi kerrotaan, että hakijan luottotiedot tarkastetaan ennen vakuutuksen myöntämistä.



KUVIO 17 Asiakkaan ohjausta Tapiolan verkkosivuilla (2)<sup>166</sup>

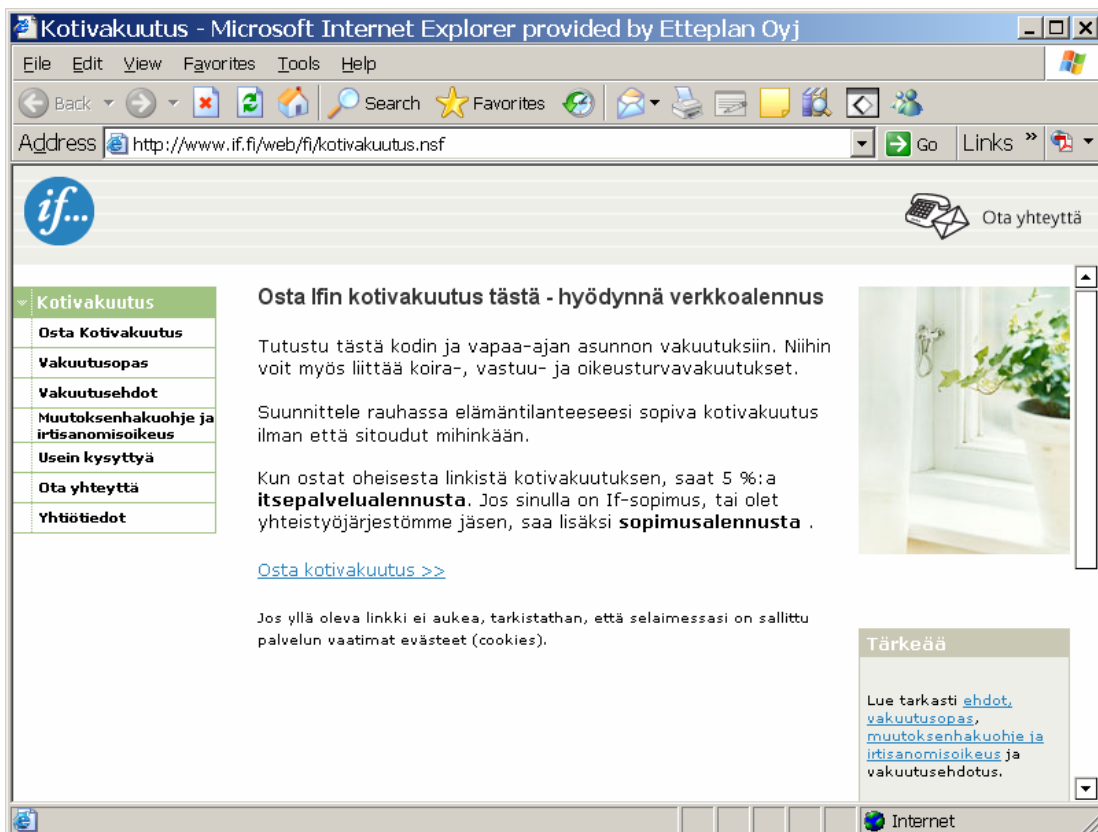
Sivulla neuvotaan selkeästi se, miten toimia tilanteissa, joissa kuluttaja ei voi ostaa suoraan verkon kautta kaikkia haluamiaan vakuutuksia. Ennen hakemukseen siirtymistä kuluttajaa esimerkiksi ohjeistetaan täyttämään tarjouspyyntölomake, jos hän haluaa vakuutuksen myös rakennukselle.

<sup>165</sup> [www.tapiola.fi](http://www.tapiola.fi) 16.10.2006.

<sup>166</sup> [www.tapiola.fi](http://www.tapiola.fi) 9.10.2006.

Fennian verkkosivujen tapaan myös Tapiolan verkkokaupassa vakuutuksen tuoteseloste ja vakuutusehdot annetaan selkeästi luettavaksi tässä vaiheessa ennen hinnoitteluun siirtymistä. Vakuutusehtoihin ja tuoteselosteeseen kehoitetaan tutustumaan ennen vakuutuksen ostamista.

Kuvio 18 osoittaa, että Ifin verkkosivuilla kerrotaan osta vakuutus -toimintoon siirryttäessä selkeästi, mitkä vakuutukset voi ostaa verkosta. Samalla kerrotaan verkosta ostettujen vakuutusten maksamisesta<sup>167</sup>. Kun tältä sivulta siirrytään kotivakuutuksen ostamiseen, kerrotaan seuraavaksi verkko-ostamiseen liittyvästä 5 %:n itsepalvelualennuksesta ja vanhojen asiakkaiden sopimuslennuksesta. Sivun alalaidasta voidaan nähdä, että erillisessä Tärkeää-laatikossa on linkit vakuutusehtoihin ja tuoteselosteeseen. Lisäksi laatikosta löytyy muutoksenhakuohje ja irtisanomisoikeus, jollaisia muilla yhtiöillä ei ollut.



KUVIO 18 Kotivakuutuksen ostaminen Ifin verkkosivuilla<sup>168</sup>

<sup>167</sup> [www.if.fi](http://www.if.fi) 16.10.2006.

<sup>168</sup> [www.if.fi](http://www.if.fi) 11.3.2006.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Vuonna 2005 nuoret alle 30-vuotiaat suomalaiset käyttivät Internetiä lähes sataprosenttisesti. Lisäksi 30–39-vuotiaista noin 90 % ja 40–49-vuotiaista noin 80 % käytti Internetiä. Valtaosan suomalaisista tavoittaa tällä hetkellä verkon kautta. Verkkokauppoja sen sijaan teki 20–29-vuotiaista suomalaisista noin 43 % vuonna 2005. Vastaavasti 30–39-vuotiaista verkkokauppoja teki 40 %. Vuonna 2004 15–74-vuotiaista suomalaisista 16 % oli käyttänyt rahoitus- ja vakuutusyhtiöiden verkkopalveluja ja reilut 9 % oli ostanut jotain kyseisten yhtiöiden verkkosivujen kautta. Kokonaiskäyttäjämääriin verrattuna verkkokaupalla on paljon potentiaalisia asiakkaita Suomessa lähivuosina.

Vakuutusten myymistä kuluttajille Internetin välityksellä ja siihen liittyvästä tiedonantovelvollisuudesta säädellään vakuutuslainsäädännön 5 §:ssä. VSL 5 §:ssä säädetään nimenomaan tiedoista, joita vakuutuksesta on annettava ennen vakuutuslainsäädännön syn-  
tymistä eli ennen kuin kuluttaja ostaa vakuutuksen verkkosivuilta ja lähettää sähköisen vakuutushakemuksen yhtiöön. VSL 9 §:ssä sen sijaan säädetään tämän tiedonantovelvollisuuden laiminlyömisestä. Kuluttajansuojalain 6 a luvussa säädetään vakuutusten verkkomyynnissä lisäksi annettavista ennakkotiedoista. Sekä vakuutuslainsäädännön 5 §:n että kuluttajansuojalain 6 a luvun sisällön tarkoituksena on, että vakuutuslainsäädännönottaja saa riittävät ja oikeat tiedot vakuutuksesta ennen sopimuksen solmimista. Vakuutuslainsäädännönottajan täytyy tietää vakuutuksen ottaessaan mitä se korvaa ja mitä tarkoitusta varten vakuutus on otettu tai ainakin hänelle on annettu mahdollisuus perehtyä saamiinsa tietoihin, joissa kerrotaan mitä vakuutus korvaa.

Sekä vakuutuslainsäädännön mukainen tiedonantovelvollisuus että kuluttajansuojalain velvollisuus toimittaa ennakkotiedot etämyynnissä on helppo täyttää vakuutusyhtiöiden verkkosivuilla. Verkkosivuilla on helppo antaa vakuutuksista tietoa käytännössä rajaton määrä. Vakuutusten myyminen verkossa myös edesauttaa vakuutuslainsäädännönottajan tiedonantovelvollisuuden toteutumista, koska ihmisten virheiden ja muistamattomuuden ongelmaa ei silloin ole. Verkkosivuilta saatava tieto on kaikille vakuutuslainsäädännönottajille samanlaista, eikä se räätälöidy tilannekohtaiseksi, kuten henkilökohtaisessa kasvokkain tapahtuvassa myynnissä. Verkkomyynnin tiedonantovelvollisuus on kuitenkin laajem-

paa verrattuna kasvokkain tapahtuvaan myyntiin, koska verkkomyynnissä kuluttajalle pitää lisäksi antaa kuluttajansuojalain mukaiset etämyynnin ennakkotiedot. Sekä vakuutusopimuslain 5 §:n mukaiset tiedot vakuutuksesta että kuluttajansuojalain 6 a §:n mukaiset ennakkotiedot on annettava verkkosivuilla ennen vakuutuksen ostamista.

Vakuutuksenottaja on kuitenkin monella tavalla heikommassa asemassa asioidessaan verkossa kuin asioidessaan vakuutusyhtiön konttorilla tai puhelinpalvelussa. Esimerkiksi vakuutustarpeen arvioimisen kannalta vakuutuksenottajan täytyy tietää voimassa oleva vakuutusturvansa. Jotta vakuutuksenottaja voi selvittää verkkosivujen kautta voimassa olevan vakuutusturvansa, vakuutusyhtiön täytyy tarjota ns. tunnistetun asiakkaan verkkopalvelua. Esimerkkyhtiöistä ainoana If ja Tapiola tarjoavat tällaista palvelua. Muussa tapauksessa vakuutuksenottajan on selvitettävä vakuutusturvansa esimerkiksi soittamalla vakuutusyhtiöön tai kysymällä sitä sähköpostilla.

Vertailuyhtiöissä vakuutusopimuslain mukainen tiedonantovelvollisuus on toteutettu verkkosivuilla siten, että vakuutusesitteet ja vakuutusehdot ovat luettavissa ja tulostettavissa pdf-muotoisina samannäköisinä kuin vastaavat paperiversiona annettavat esitteet ja ehdot. Kirjallinen vakuutustieto on siten kaikkien myyntikanavien kautta ostettaessa samanlaista. Vakuutuksesta annetaan myös pääpiirteittäin tietoa suoraan verkkosivuilla, mutta kokonaiskuvaa vakuutuksesta ei saa ilman pdf-muotoisia esitteitä. Osalla yhtiöistä on käytössään ns. kuittauspakko, jolla tarkoitetaan sitä, että vakuutuksenottajan täytyy kuitata perehtyneensä vakuutusehtoihin ja -esitteisiin ennen vakuutuksen ostamista.

Kuluttajansuojalain mukaiset ennakkotiedot sen sijaan annetaan verkkosivuilla sivuston eri osissa. Ainoana poikkeuksena vertailuyhtiöistä oli Fennia, jonka sivuilla ennen kotivakuutuksen ostamiseen siirtymistä etämyynnin ennakkotiedot on koottu yhteen paikkaan. Muilla yhtiöillä ennakkotietoja annettiin tuoteselosteiden ja vakuutusehtojen lisäksi ainakin yhteystietojen kohdalla. Kuitenkin muilla yhtiöillä ennakkotietojen antaminen tuntuu vajavaiselta tai kaikkia ennakkotietoja on vaikea löytää verkkosivuilta.

Kuluttajaa ohjeistetaan koko ajan hyvin esimerkkyyhtiöiden verkkosivuilla kotivakuutusta ostettaessa. Sivustot ohjaavat mitä tietoja sähköiseen vakuutushakemukseen



on täytettävä ja miten sivuilla edetään. Kotivakuutuksen ostajalle jää luotettava kuva yhtiöstä ja sen verkkopalvelusta.

Verkon kautta ei tänä päivänä voi ostaa kaikkia vakuutusyhtiön myöntämiä vakuutuksia, vaan tarjolla on rajallinen määrä tuotteita. Yleensä verkon kautta voi ostaa vain ns. helppoja tuotteita ja esimerkiksi kotivakuutuksen osalta täysarvovakuutusta ja turvan laajuudelta laajinta vakuutusta. Tämä riitelee kuitenkin tiedonantovelvollisuuden keskeisintä olemusta vastaan, että vakuutuksenottajalle on annettava riittävät tiedot vakuutuksen valitsemiseksi ja kerrottava samaan tarkoitukseen olevista vakuutustuotteista. Tuote-esitteissä ja ehdoissa toki kerrotaan eri vaihtoehtoista, mutta kaikkia vaihtoehtoja ei suoraan voi ostaa verkon kautta. Osalla yhtiöistä sen sijaan voi hinnoitella myös sellaisen vakuutuksen vuosihinnan, mitä ei kuitenkaan voi suoraan ostaa verkon kautta. Jos vakuutuksen hakija siirtyy verkkosivuilla suoraan vakuutuksen ostamiseen eikä perehdy laajemmin verkkosivuilla annettuun informaatioon huolellisesti, hänelle voi jäädä puutteellinen käsitys vakuutusyhtiön kokonaistarjonnasta.

Ensi silmäyksellä vakuutusyhtiöiden verkkopalvelussa helposti saa sen kuvan, että siellä on ostettavana kaikki kyseisen yhtiön myöntämät vakuutukset. Vakuutusalaan tuntevalle on ehkä selvää, että kaikkia vakuutuksia ei voi ostaa verkon kautta, mutta tavallinen kuluttaja kuvittelee helposti, että verkossa on edustettuna koko vakuutustarjonta. Tähän kun vielä lisätään se tiedostettu seikka, että harva kuluttaja lukee vakuutusehdot kantesista kanteen ennen vakuutus sopimuksen tekemistä, niin voidaan arvata, että vakuutuksenottajalle jää puutteellinen kuva vakuutusyhtiön tuotteista. Vaikka tiedonantovelvollisuus on toteutettu vakuutuksenantajan puolelta, vakuutuksenhakija saattaa saada väärinymmärrystä tietoa vakuutusvaihtoehtoista verkkosivujen teknisten ominaisuuksien vuoksi. Riittävät tiedot on annettu verkkosivuilla, mutta vakuutuksenottajan on todella perehdyttävä ja paneuduttava niihin, jotta hän saa käsityksen yhtiön kokonaisvakuutustarjonnasta. Paneutumista tietoihin edellytetään myös, jotta vakuutuksenottajalle selviää, mitä vakuutuksia hän voi ostaa verkon kautta suhteessa kaikkiin yhtiön myöntämiin vakuutuksiin.

Vakuutusyhtiöiden tapa myydä verkossa tänä päivänä perustuu liikaa konttorissa ja puhelimesta tapahtuvaan myyntiin ja näissä myyntikanavissa omaksuttuihin tapoihin. Toki

vakuutusehdot ovat samanlaiset kaikkien myyntikanavien asiakkaille, mutta myyntikeinoja voitaisiin silti innovatiivisesti ja uskaliaasti muokata verkkoon paremmin sopiviksi. Tiedonantovelvollisuuden täyttämiseksi ei pitäisi tyytyä vain vakuutusehtojen ja -esitteiden esittämiseen verkkosivuilla paperiversioiden kanssa samanmuotoisina vaan luomaan omaperäisiä ja verkkoon sopivia ratkaisua antaa kuluttajille tietoa. Vakuutusista annetun tiedon pitäisi olla helposti omaksuttavassa muodossa höystettynä selkeillä esimerkeillä, jotta itsenäisesti tietoa hakeva kuluttaja voi ilman vakuutusvirkailijan apua tulla oikeaan johtopäätökseen vakuutuksen sisällöstä. Verkossa asioivaa kuluttajaa pitäisi kannustaa ” pärjäämään omillaan ” ilman tarvetta turvautua puhelinoittoon tai konttorilla asioimiseen. Läpinäkyvyyden ja helppouden yhdistäminen vakuutuksesta annettavaan tietoon verkossa ja sitä kautta ostamiskynnyksen madaltamiseen lisäisi mielestäni merkittävästi verkon kautta tapahtuvaa vakuutusten myyntiä ja myös sen kiinnostavuutta tiedonhaun välineenä.

Vakuutusten myymiseen verkossa tarvitaan ihan omanlaistaan strategista ajattelua. Jos verkkomyyntiä vakuutuslalla halutaan kehittää ja kasvattaa, tarvitaan vakuutusyhtiöiltä oma verkkomyynnin strategia, eikä enää riitä, että muissa myyntikanavissa toimiviksi koetut tavat sellaisenaan kopioidaan verkkoon. Verkko on oma itsenäinen palvelu- ja myyntikanavansa, jota ei enää tarvitse nähdä vain konttoreiden ja puhelimen kautta tapahtuvan myynnin tukikanavana. Verkossa asioivat ja sieltä ostavat asiakkaat voidaan ja heidät pitää nähdä omana asiakassegmenttinään, jotka asioivat usein yksinomaan verkossa, eivätkä näe verkkopalvelua samalla tavalla vakuutusyhtiön tukipalveluna, kuten vakuutusyhtiöissä on totuttu verkkosivuista ajattelemaan.

Vakuutusten verkkomyynnin osalta mielenkiintoisena tutkimuskohteena jatkossa olisi mielestäni vakuutusyhtiöiden verkkomyyntistrategioiden vertaaminen yhtiön yleiseen myyntistrategiaan. Tutkimuksella voisi myös selvittää, kohdennetaanko verkkosivuilla tapahtuvaa myyntiä ja markkinointia eri kohderyhmille suhteessa yhtiön muuhun markkinointiin.

## KUVALUETTELO

KUVIO 1	KÄSITTEITÄ .....	9
KUVIO 2	MARKKINAOSUUDET VAHINKOVAKUUTTAMISESSA VUONNA 2005 .....	11
KUVIO 3	INTERNETIN KÄYTTÄJIEN PROSENTTIOSUUS 15–74-VUOTIAISTA SUOMALAISISTA, KEVÄT 2001 - KEVÄT 2005 .....	14
KUVIO 4	PROSENTTIOSUUS 15–74-VUOTIAISTA SUOMALAISISTA IKÄRYHMITÄIN, JOTKA OVAT OSTANEET JOTAIN VERKKOKAUPASTA VIIMEISTEN KOLMEN KUUKAUDEN AIKANA.....	15
KUVIO 5	VERKKOKAUPPA TUOTERYHMITÄIN ELO-LOKAKUUSSA 2004, PROSENTTIOSUUDET KAIKISTA OSTAJISTA .....	16
KUVIO 6	HENKILÖKOHTAINEN IF-KANSIO.....	30
KUVIO 7	TUOTE-ESITE JA VAKUUTUSEHDOT FENNIAN VERKKOSIVUILLA .....	38
KUVIO 8	POHJOLAN VAKUUTUSLASKIN.....	53
KUVIO 9	POHJOLAN VAKUUTUSLASKIMEN LISÄTIEDOT .....	54
KUVIO 10	ENNAKKOTIEDOT FENNIAN VERKKOSIVUILLA .....	61
KUVIO 11	TAPIOLAN VERKKOSIVUT MUISTUTTAVAT FENNIAN SIVUJA. ....	62
KUVIO 12	YHTIÖTIEDOT IFIN VERKKOSIVUILLA .....	63
KUVIO 13	VAKUUTUKSEN OSTAMINEN POHJOLAN SIVUILTA JA ASIAKKAAN OHJAAMINEN (1).....	65
KUVIO 14	VAKUUTUKSEN OSTAMINEN POHJOLAN SIVUILTA JA ASIAKKAAN OHJAAMINEN(2).....	66
KUVIO 15	OHJEISTUSTA SÄHKÖISEN VAKUUTUSHAKEMUKSEN TEKEMISEEN FENNIASSA .....	67
KUVIO 16	ASIAKKAAN OHJAUSTA TAPIOLAN VERKKOSIVUILLA (1) .....	68
KUVIO 17	ASIAKKAAN OHJAUSTA TAPIOLAN VERKKOSIVUILLA (2) .....	69
KUVIO 18	KOTIVAKUUTUKSEN OSTAMINEN IFIN VERKKOSIVUILLA .....	70

## LÄHDELUETTELO

### *Painetut lähteet:*

- Ahonen, Aki & Järvinen, Raija 2004. Current State of Electronic Insurance Services. Teoksessa Hannula, Mika, Järvelin, Anne-Mari, Seppä, Marko (toim.) *Frontiers of E-Business Research 2003*. Tampere: Tampere University of Technology and University of Tampere.
- Ahonen, Aki & Järvinen, Raija 2003. Gaining strategic advantage through eBusiness for insurance companies. Teoksessa Hannula, Mika, Järvelin, Anne-Mari, Seppä, Marko (toim.) *Frontiers of E-Business Research 2002*. Tampere: Tampere University of Technology and University of Tampere.
- Antila, Veli-Aunus 2005. Vapaaehtoinen henkilövakuutus. 4. uudistettu painos. Helsinki: Suomen Vakuutusalan Koulutus ja Kustannus Oy.
- Antila, Veli-Pekka 2005. Vakuutusasiat hoidetaan yhä useammin verkossa. *Turun Sanomat Talousliite* 22.3.2005.
- Bystedt, Nils-Erik 2002. Onnistuuko yksityishenkilöiden vakuutusten myynti Internetissä? Helsingin Kauppa- ja varallisuuskeskuksen täydennyskoulutuskeskuksen vakuutus- ja finanssialan liikkeenjohdolliseen täydennyskoulutusohjelmaan liittyvä tutkielma. Helsinki: Suomen Vakuutusalan Koulutus ja Kustannus Oy.
- Hoppu, Esko 1997. Suomen vakuutuslaki. 2. uudistettu painos. Helsinki: Econlaw-Kustannus Oy.
- Hoppu, Esko & Hoppu, Kari 2003. 6. painos. Kauppa- ja varallisuuslain pääpiirteet. Helsinki: WSOY Lakitieto.
- Hoppu, Kari 2004. Sijoitustuotteiden markkinoinnin sääntely. Helsinki: WSOY Lakitieto.
- Husa, Jaakko, Mutanen, Anu & Pohjolainen, Teuvo 2005. Kirjoitetaan juridiikkaa. Helsinki: Talentum.

- Häyhä, Juha 1996. Sopimus, laki ja vakuutustoiminta. Helsinki: Suomalainen lakimiesyhdistys.
- If lisää verkkopalvelua 2005. Kauppalehti 22.6.2005.
- Järvinen, Raija, Ahonen, Aki & Salonen, Jarno 2005. Kuluttajakin oppii vakuuttamaan verkossa. Talouselämä 11/2005.
- Järvinen, Raija & Heino, Heli 2004. Kuluttajien palvelukokemuksia vakuutus- ja pankkisektorilta. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.
- Järvinen, Raija & Lehtinen, Uolevi 2005. Services, e-Services and e-Service Innovations – combination of theoretical and practical knowledge. Teoksessa Hannula, Mika, Järvelin, Anne-Mari, Seppä, Marko (toim.) Frontiers of E-Business Research 2004. Tampere: Tampere University of Technology and University of Tampere.
- Lehtipuro, Katriina, Luukkonen, Irene & Mäntyniemi, Lea 1999. Vakuutuslainsäädäntö. 2. uudistettu painos. Helsinki: Suomen Vakuutusalan Koulutus ja Kustannus Oy.
- Norio-Timonen, Jaana 1997. Kuluttajavakuutusten vertailtavuus ja sääntely. Helsinki: Lakimiesliiton kustannus.
- Nuutinen, Tero 2004. Vakuutuspalvelujen kehittyminen - vakuutusten hoitaminen Internetin välityksellä. Vakuutus- ja finanssialan liikkeenjohdollisia tutkimuksia. Helsinki: Vakuutusalan koulutuskeskus.
- Pellikka, Tuula 2005. Omaisuuden vakuuttaminen. 2. uudistettu painos. Helsinki: Suomen Vakuutusalan Koulutus ja Kustannus Oy.
- Reivilä, Marjut 2006. Vakuutusyhtiöiden www-sivujen tarjonta on vielä vähäistä. Kauppalehti 5.9.2006.
- Vakuutukset hoituvat sähköisesti 2005. Taloustaito 22.8.2005.
- Viitala, Juhani 2004. Lähivakuutus uudistaa verkkopalvelua. Maaseudun Tulevaisuus 13.9.2004.
- Ämmälä, Tuula 2006. Suomen kuluttajaoikeus. Helsinki: Talentum Media Oy.

### ***Internet-lähteet:***

Ahonen, Aki & Salonen, Jarno 2005. eInsurance. Kohti asiakaslähtöisempää sähköistä vakuutuspalvelua. Tampere: VTT Tuotteet ja tuotanto.

<http://www.vtt.fi/inf/julkaisut/muut/2005/eInsurance.pdf> 20.10.2005.

Fennian verkkosivut. Laske ja osta> Kotivakuutus

[https://secure.fennia.fi/laskeOsta/koti/kotivakuutus\\_syottolomake.jsp?sessTransfer=mnlvnh55h0mhvp55vhpi1145](https://secure.fennia.fi/laskeOsta/koti/kotivakuutus_syottolomake.jsp?sessTransfer=mnlvnh55h0mhvp55vhpi1145) 1.5.2006 ja 23.8.2006.

Fennian verkkosivut. Laske ja osta> Kotivakuutus

[https://secure.fennia.fi/laskeOsta/koti/kotivakuutus\\_syottolomake.jsp?sessTransfer=tq3mumfkhmis1rfi2zkcktum](https://secure.fennia.fi/laskeOsta/koti/kotivakuutus_syottolomake.jsp?sessTransfer=tq3mumfkhmis1rfi2zkcktum) 24.8.2006a.

Fennian verkkosivut. Laske ja osta> Kotivakuutus> Tutustu etämyynnin yleisiin ennakkotietoihin

<http://www.fennia.fi/OikeudellistaTietoa/OikeudellistaTietoaEtamyyni.htm> 24.8.2006b.

Hallituksen esitys (122/2004) Eduskunnalle laeiksi kuluttajansuojalain ja eräiden siihen liittyvien lakien muuttamisesta. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1978/19780038> 21.9.2006.

Hallituksen esitys (114/1993) Eduskunnalle vakuutuslainsäätelyä koskeiksi ja laeiksi eräiden siihen liittyvien lakien muuttamisesta.

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19940543> 21.9.2006.

Henkivakuutusten Internet-tarjonnassa melkoisia eroja. Kuluttajien vakuutustoimiston ja Vakuutuslautakunnan tiedote 7/2005.

<http://www.vakuutusneuvonta.fi/tiedotus/tied705.htm> 5.12.2005.

Henkivakuutusten Internet-tarjonta vähäistä. Kuluttajien vakuutustoimiston ja Vakuutuslautakunnan tiedote 2/2003.

<http://www.vakuutusneuvonta.fi/tiedotus/tied0203.htm> 5.12.2005.

Ifin verkkosivut: Henkilöasiakkaat> Osta vakuutus> Kotivakuutus

<http://www.if.fi/web/fi/kotivakuutus.nsf> 11.3.2006

Ifin verkkosivut: Henkilöasiakkaat> If-kansio

<http://www.if.fi/web/fi/private.nsf/noframes/494C292A530C4E88C1256CA8003A200A> 5.10.2006.

Ifin verkkosivut: Henkilöasiakkaat> Osta vakuutus  
<http://www.if.fi/web/fi/private.nsf/noframes/D4B6F6F56DA2A746C1256CA900323A1E> 16.10.2006

Internetin ja sähköpostin käyttäjien määrä ennallaan. Tietoaika 1/2005.  
[http://www.stat.fi/tup/tietoaika/tilaajat/ta\\_01\\_05\\_internetin\\_kaytto.html](http://www.stat.fi/tup/tietoaika/tilaajat/ta_01_05_internetin_kaytto.html) 5.12.2005.

Kuluttajaviraston verkkosivut. Yritykselle> Lakipykälät käytännössä> Etämyynti ja peruutusosoikeus  
[http://www.kuluttajavirasto.fi/user\\_nf/default.asp?site=34&tmf=6476&lmf=16173&id=17302&mode=readdoc](http://www.kuluttajavirasto.fi/user_nf/default.asp?site=34&tmf=6476&lmf=16173&id=17302&mode=readdoc) 22.4.2006.

Nurmela, Juha & Sirkiä, Timo 2005. Joka neljäs nettikaupan euro ulkomaille. Tietoaika 1/2005. [http://www.stat.fi/tup/tietoaika/tilaajat/ta\\_01\\_05\\_netrikauppa.html](http://www.stat.fi/tup/tietoaika/tilaajat/ta_01_05_netrikauppa.html) 5.12.2005.

Pohjolan verkkosivut. Yksityisasiakkaat> Vakuuttaminen> Tee sähköisesti> Osta vakuutus [http://www.pohjola.fi/YKY/Vakuutus/\\_Lomakkeet/OstaVakuutus](http://www.pohjola.fi/YKY/Vakuutus/_Lomakkeet/OstaVakuutus) 11.3.2006

Pohjolan verkkosivut. Yksityisasiakkaat> Vakuuttaminen> Teen sähköisesti> Laske vakuutuksen hinta  
[http://www.pohjola.fi/YKY/Vakuutus/\\_Lomakkeet/MittaturvaLaskuri](http://www.pohjola.fi/YKY/Vakuutus/_Lomakkeet/MittaturvaLaskuri) 23.8.2006.

Pohjolan verkkosivut> Ota yhteyttä> Tule käymään  
<http://www.pohjola.fi/OtaYhteytta/TuleKaymaan/default.htm> 30.11.2006.

Sirkiä, Timo, Nurmela, Juha & Mustonen, Laura 2004. Verkkokauppa saanut vakioasiakkaita. Tietoaika 8/2004.  
[http://www.stat.fi/tup/tietoaika/tilaajat/ta\\_08\\_04\\_verkkokauppa.html](http://www.stat.fi/tup/tietoaika/tilaajat/ta_08_04_verkkokauppa.html) 5.12.2005.

Suomen Vakuutusyhtiöiden Keskusliitto:  
<http://www.vakes.fi/asp/system/empty.asp?P=381&VID=default&SID=123441257759681&S=1&A=closeall&C=29593> Tulosvuosi 2005. 21.9.2006.

Sähköisen kuluttajakaupan käytännesäännöt. Voimaantulopäivä 1.12.2002. Kaupan Keskusliitto, Keskuskauppakamari, Suomen Suoramarkkinointiliitto Ry sekä Tietoliikenteen ja Tietotekniikan Keskusliitto. <http://www.ssml-fdma.fi/> 25.11.2005.

Tapiolan verkkosivut. Yksityisasiakkaat> Asioi verkossa> Omistaja-asiakkaan verkkopalvelu  
[http://www.tapiola.fi/www/yksityisasiakkaat/Asioi+verkossa/Omistaja\\_asiakkaan\\_verkkopalvelu/etusivu.htm](http://www.tapiola.fi/www/yksityisasiakkaat/Asioi+verkossa/Omistaja_asiakkaan_verkkopalvelu/etusivu.htm) 5.10.2006.

Tapiolan verkkosivut. Yksityisasiakkaat> Asioi verkossa> Lomakkeet ja laskimet> Koti ja omaisuus> Laske kodin vakuutuksen hinta ja ota vakuutus  
<https://verkkopalvelu.tapiola.fi/a3/AvoimetWeb/tokotivakuutuslaskuri.do> 11.3.2006 ja 9.10.2006.

Tapiolan verkkosivut. Yksityisasiakkaat> Asioi verkossa> Asioi ilman tunnuksia> Koti ja omaisuus  
<http://www.tapiola.fi/www/yksityisasiakkaat/Asioi+verkossa/Asioi+ilman+tunnuksia/Koti+ja+omaisuus/etusivu.htm> 16.10.2006.

Tapiolan verkkosivut> Yksityisasiakkaat> Yhteystiedot> Toimistot ja palvelupisteet  
<https://www2.tapiola.fi/sovellukset/yksityis/palvelutoimisto/Palvelutoimistot.asp> 30.11.2006.

Tilastokeskus: Internetin käyttäjäosuus on kasvanut tasaisesti.  
[http://www.stat.fi/til/sutivi/2005/sutivi\\_2005\\_2006-06-12\\_tie\\_001.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2005/sutivi_2005_2006-06-12_tie_001.html) 6.9.2006

Vahinkovakuutusten Internet-tarjonta monipuolistunut. Kuluttajienvakuutustoimiston ja Vakuutuslautakunnan tiedote 6/2005.  
<http://www.vakuutusneuvonta.fi/tiedotus/tied605.htm> 5.12.2005.

Vahinkovakuutusten myynti Internetissä vasta alkamassa. Kuluttajienvakuutustoimiston ja Vakuutuslautakunnan tiedote 11/2000.  
<http://www.vakuutusneuvonta.fi/tiedotus/tie1100.htm> 5.12.2005.

Vakuutuslautakunnan lausunto VKL 714/03. Vakuutuksenantajan tiedonantovelvollisuus. Ennen sopimusta annettavat tiedot. Puhelinmyynti. Psykkisiä sairauksia koskeva rajoitusehto. 19.10.2004.  
<http://www.vakuutusneuvonta.fi/vkldata/Lausunnot1.asp?Bgn=True> 13.11.2006.

Vakuutusyhtiöiden Keskusliiton verkkosivut. Tilastotietoa> Vakuutustaloudelliset katsaukset> Tulosvuosi> Tulosvuosi 2005  
<http://www.vakes.fi/asp/system/empty.asp?P=381&VID=default&SID=123441257759681&S=1&A=closeall&C=29593> Tulosvuosi 2005. 21.9.2006.