

# Ajankohtaista KULUTTAJAOIKEUDESTA

27.2.2013

1/13

## Pääkirjoitus

Työ kuluttajan hyväksi jatkuu.....2

## Soveltamiskäytäntö

Luottojen markkinoinnissa edelleen puutteita .....3

Auton hintaan ei sisältynyt toimituskuluja .....5

Poismuuttava mukaan asunnon lopputarkastukseen .....6

Työntekijä sidottiin yritykseen kuluttajan kustannuksella.....7

Ravintolan tilauskortin ehdoista kerrottava selkeästi.....8

Asiakkaalle palautettiin liikaa perittyjä kuluja.....9

Kuluttajien voitava luottaa markkinointiväitteisiin .....10

Yksityisen pysäköinnin valvontayhtiö markkinaoikeuteen .....10

Vakiokorvaus lentojen viivästyksistä myös takautuvasti.....11

## Lausunnot

Tärkeitä uudistuksia perintä- ja pikaluottolainsäädäntöön.....12

Ohjenuoria finanssipalvelujen markkinointiin .....13

EU-tasa-arvotuomio vaikuttaa vakuutushinnoitteluun .....14

## Toimitus

Vastaava päätoimittaja: Päivi Hentunen. Toimittajat: Milla Lahtinen, Laura Salmi, Outi Haunio-Rudanko.  
Arkisto ja tilaus: <http://www.kuluttajaoikeus.fi> ISSN 1796-5497

[Pääkirjoitus]

## Työ kuluttajan hyväksi jatkuu

Olemme nyt toimineet uudessa Kilpailu- ja kuluttajavirastossa eli KKV:ssä parin kuukauden verran. Kuluttaja-asiamiehen tehtäviä hoidetaan kuluttaja-asioden vastuualueella ja kilpailuvalvontaa vastavasti omalla vastuualueellaan. Synergiaetuja etsitään, toimintatapoja hiotaan ja kulttuureja sovitetaan yhteen, mutta valvontatehtävissä panostetaan omiin tehtäviin kuten ennenkin; tosin ajan mittaan asian tuntemus laajenee ottamaan huomioon laajempia kokonaisuuksia markkinoiden toimivuuden näkökulmasta molemmilla valvontasektoreilla.

Kuluttaja-asiamiehen tehtävänä on tarttua laajoja kuluttajajoukkoja koskeviin ongelmiin markkinoilla. Kuluttajapoliittisessa ohjelmassa ongelmallisiksi alueiksi on tunnistettu kuluttajien asema rahoitusmarkkinoilla ja viestintäpalveluiden käyttäjänä. Kuluttajansuojan tarve niin valvonnan, lainsäädäntöön vaikuttamisen kuin kuluttajainformaationkin osalta näkyy myös kuluttajien yhteydenotoissa ja vaikuttaa siten toimintamme suuntaamiseen.

Rahoituspalvelut-painopiste jatkaa keskeisenä ja tänä vuonna on tulossa piakkoin voimaan kaksi aiheeseen liittyvää lainuudistusta, joilta odotamme merkittäviä vaikutuksia kuluttajien elämään. Pika-luottolainsäädäntöä ja perintälakia koskevat muutokset on hyväksytty eduskunnassa. Pikalainojen korkokatto ja perintäkulujen kohtuullistaminen tuonevat helpotusta monen kuluttajan taloudelliseen kurimukseen, josta on talven mittaan uutisoitu tiuhaan heikkojen talousnäkömyönten jatkuessa yhteiskunnassa.

Digitaalisessa toimintaympäristössä ja viestintäteknikassa maailma muuttuu edelleen huimaa vauhtia. Olemme mukana ja seuraamme tarkkaan hallitusohjelmaan perustuvaa liikenne- ja viestintäministeriön tietoyhteiskuntakaarihanketta, joka kokoaa yhteen aiheeseen liittyvää lainsäädäntöä.

Yksi keino vaikuttaa kuluttajan asemaan on ennakkoratkaisujen hakeminen oikeusteitse, mitä hyödynnämme jatkossakin. Viimeisin esimerkki on korkeimman oikeuden tammikuinen päätös ([KKO:2013:5](#)) kieltää hyvän tavan vastaisena menettelynä mainoslappujen kiinnittäminen kuluttajien ulko-oviin ja postilaatikoihin.

Kuluttaja-asiamies on alkuvuoden aikana tehnyt myös markkinaoikeushakemuksen, jolla haetaan ennakkoratkaisua harhaanjohtavaan markkinointiin autonrenkaiden rengasmerkintään liittyvässä tapauksessa. Talven aikana saatiin päätökseen myös pitkään jatkunut tapaus, jota kuluttaja-asiamies pui vuosia oikeudessakin - lopputuloksena yli 4 400 kuluttajaa sai hyvityksen hallinnointikulusta, josta ei kerrottu heille riittävän selvästi eläkevakuutusta markkinoitaessa.

Valvontamme painopisteenä ovat myös niin sanotut heikot kuluttajaryhmät. Verkkolehtemme teemanumero tulee myöhemmin kevään aikana pureutumaan yhteen niistä eli lapsiin ja nuoriin kohdistuvaan markkinointiin ja sopimusehtoihin. Lisäksi vuoden mittaan on luvassa teemanumerot myös yllä mainituista rahoitus- ja viestintäpalveluista.

Myös kansainvälisellä rintamalla tapahtuu. Pohjoismaiset kuluttaja-asiamiehet tapaavat säännöllisesti kaksi kertaa vuodessa, valvontayhteistyötä suunnitellaan ja toteutetaan EU-tasolla CPC-yhteistyönä, sitäkin laajemmassa ympäristössä toimitaan ICPEN-verkostossa ja OECD-tasolla.

Virastofuusion myötä verkkolehti keskittyy jatkossa puhtaasti kuluttaja-asiamiehen toimivaltaan kuuluviin asioihin ja esimerkiksi virastotason kilpailu- ja kuluttajanäkökantoja yhdistävistä lausunnoista kerrotaan jatkossa pääasiassa KKV:n uutiskirjeessä, joka alkaa ilmestyä kevättalven aikana. Lähikuukausina alkaa [virastomme sivuilla](#) ilmestyä myös kuluttaja-asiamiehen blogi – tervetuloa senkin lukijaksi!

**Päivi Hentunen**  
Kuluttaja-asiamies

## SOVELTAMISKÄYTÄNTÖ

# Luottojen markkinoinnissa edelleen puutteita

**Kuluttaja-asiamies on puuttunut usean luottoja tarjoavan yrityksen markkinointiin. Yritykset eivät ilmoittaneet mainonnassaan esimerkiksi luoton todellista vuosikorkoa tai muita kuluttajansuojalain edellyttämiä tietoja hyvän luotonantotavan mukaisesti. Lisäksi olennaisia tietoja kerrottiin pikkuprintillä.**

Kuluttajaluoton mainonnassa annettavista tiedoista säädetään kuluttajansuojalaissa. Kuluttajalle on annettava riittävästi tietoja, joiden avulla hän voi arvioida luoton sopivuutta omiin tarpeisiinsa. Luotonantajien on lisäksi toimittava vastuullisesti ja otettava kuluttajan etu huomioon.

Kuluttajaluoton mainonnassa on lain mukaan ilmoitettava luoton todellinen vuosikorko, jos mainonnasta ilmenee luoton korko tai muu luotosta perittäviä kustannuksia kuvaava luku tai muu luottosopimuksen ehtoja koskeva tieto. Lisäksi mainonnassa on tällöin ilmoitettava luoton korko ja muut luottokustannukset, luoton määrä, luottosopimuksen kesto, luoton ja luottokustannusten yhteismäärä sekä maksuerien määrä.

Tietojen on vastattava luotonantajan tavanomaisesti tarjoamia luottoehtoja. Se, että mainonnassa viitataan kotisivuihin, jolla kaikki tiedot on kerrottu, ei riitä, vaan tietojen tulee ilmetä selvästi jo mainoksen yhteydessä.

### Ensilaina ei ole erillinen luottotuote

4financen Oy:n Vivus-pienlainojen radiomainoksessa kuluttajia houkuteltiin ilmaisella ensilainalla: "Ensilaina jopa 400 euroa kuukaudeksi. Ensimmäinen laina ilman kuluja ja korkoja. Lainaa maksuhäiriöttömille yli 20-vuotiaille."

Kuluttaja-asiamiehen mukaan ensilainaa ei voida pitää luotonantajan tarjoamana erillisenä luottotuotteena, eikä tässä mielessä uusia asiakkaita koskevan tarjouksen ehtoja - korottomuus ja kuluttomuus - luotonantajan tarjoamina tavanomaisina luottoehtoina.

Kun mainoskampanjassa ilmoitetaan vaikkapa luoton määrää tai luottorajaa koskeva tieto, on se laissa tarkoitettu luottosopimuksen ehto. Tällöin mainonnassa olisi pitänyt ilmoittaa myös muut kuluttajansuojalain mukaiset luottoa koskevat tiedot. Mainos oli siten kuluttajansuojalain vastainen.

### Fontikoolla on väliä

Santander Consumer Finance Oy mainosti luottoa muun muassa televisiossa. Mainoksen ääninauhalla kerrottiin: "Hae Santander-lainaa kahdesta kahteenkymmeneen tuhatta euroa sinulle sopivalla kuukausierällä. Nyt saat korosta yhden prosenttiyksikön alennuksen."

TV-mainoskuvassa luki isolla kirjainkoolla muun muassa "Korkoetu -1%". Mainoksen alareunassa luki puolestaan hyvin pienikokoisena tekstinä: "KSL:n mukainen todellinen vuosikorko 20 000 €lainalle 10 v. laina-ajalla 11,03 % (3kk Euribor (365) 0,66 €) 2.7.2012." TV-mainoksen kesto oli noin 15 sekuntia.

Tarkastellussa televisiomainoksessa oli ilmoitettu muun muassa tietoja luoton määrästä ja hinnasta, joita on pidettävä luottosopimuksen ehtoja koskevinä tietoina. Tällöin mainonnassa olisi tullut ilmoittaa myös muut kuluttajansuojalain mukaiset tiedot näkyvästi ja selkeästi siten, että ne on helppo havaita ja lukea.

Kuluttaja-asiamies totesi, että luoton todellinen vuosikorko esitettiin esimerkkilausekkeen avulla mainoskuvan alalaidassa niin pienellä kirjainkoolla, etteivät kuluttajat käytännössä voineet helposti havai-

ta ja lukea kyseisiä tietoja. Näin ollen kuluttaja-asiamies katsoi, että luottomainonta oli kuluttajansuojalain vastaista.

Lisäksi kokonaisuutena arvioiden yhden prosentin korkoetua koskeva tieto hallitsi kuluttaja-asiamiehen mukaan suhteettomasti kuluttajaluoton tv-mainontaa ottaen huomioon, ettei tarjouksen kesto ja tarjottua tuotetta eli luottoa yksilöity eikä kuluttajansuojalaissa edellytetyjä luottotietoja ilmoitettu selkeällä ja helposti havaittavalla tavalla. Luottomarkkinointi oli vastoin vastuullista ja hyvää luotonantotapaa.

### **Huoletonta lainaa?**

BIGBANK AS:n Suomen sivuliike mainosti luottoa verkkosivuillaan seuraavasti: ”Ota aurinkolainaa nyt ja nauti kesästä enemmän. Huoletonta kesälomaa”, ”Lainaa jopa 10 000 euroa” ja ”Laina-aika 6–72 kuukautta”. Kadunvarsimainoksissa käytettiin muun muassa seuraavia tekstejä: ”Ota aurinkolainaa nyt ja nauti kesästä enemmän!”, ”jopa 10 000 euroa” ja ”Nyt voit allekirjoittaa laina-sopimuksen suoraan netissä”. Sekä verkko- että kadunvarsimainosten taustakuvana oli käytetty aurinkoista hiekkarantaa.

Selvityspyynnön kohteena olevissa kadunvarsimainoksissa ilmoitettiin luoton määrää koskeva tieto ja verkkosivujen mainoksissa luoton määrän lisäksi laina-aikaa koskeva tieto, jotka molemmat ovat kuluttajansuojalaissa tarkoitettuja luottosopimusta koskevia tietoja. Mainonnassa jätettiin kuitenkin ilmoittamatta esimerkiksi luoton todellinen vuosikorko ja muut luottokustannukset sekä luoton ja näiden yhteismäärä. Menettely oli siten kuluttajansuojalain vastaista.

Luoton markkinointi riskittömänä tai huolettomana ratkaisuna kuluttajan taloudellisiin ongelmiin on hyvän luotonantotavan vastaista. Kuluttaja-asiamies katsoi, että mainoksen viestit yhdistettyinä mainoksen aurinkorantakuviin olivat ongelmallisia. Mainonnassa korostettiin näin luoton ottamisen huolettomuutta ja esitettiin luoton ottaminen varsin houkuttelevassa valossa. Kun mainonnasta lisäksi puuttuivat kuluttajansuojalain mukaiset tiedot, oli mainonta kokonaisuutena arvioiden selvästi omiaan heikentämään kuluttajan kykyä harkita huolellisesti luoton ottamista ja siten vastoin vastuullista ja hyvää luotonantotapaa.

### **Mainonnan tosiasiaväitteet pystyttävä todistamaan oikeiksi**

4financen toisessa Vivus-radiomainoksessa esitettiin väite luoton edullisimmuudesta: ”Vastuullisimmat ja edullisimmat pienlainat. Lainaa maksuhäiriöttömille yli 20-vuotiaille.”

Pienlainaa koskeva edullisuusväite on tosiasiaväite, joka pitää näyttää toteen esimerkiksi kattavalla hintavertailulla. Väitteen pitää perustua puolueettomiin ja luotettaviin selvityksiin, tutkimuksiin, tilastoihin, testeihin tai esimerkiksi mittauksiin. Väitteen paikkansapitävyys on varmistettava jo ennen esittämistä ja väitteen on pidettävä paikkansa markkinoinnin julkaisuajankohtana. Yritys on ilmoittanut jatkossa viittaavansa vain luoton edullisuuteen edullisuusväitteen sijaan.

Kaikki yritykset ovat sitoutuneet muuttamaan markkinointiaan kuluttaja-asiamiehen edellyttämällä tavalla.

*KUV/4639/41/2012 (4finance Oy)*

*KUV/5041/41/2012 (BIGBANK AS Suomen sivuliike)*

*KUV/5456/41/2012 (Santander Consumer Finance Oy)*

[Kuluttajansuojalaki](#) 2:6, 2:7, 7:8, 7:13

[Kuluttajaluotto tavaroiden ja palveluiden markkinoinnissa](#). Kuluttajaoikeuden linjaus 2012, Kuluttajavirasto.

[Pikaluottoa markkinoitiin nuorille mukavalla elämällä](#). Ajankohtaista kuluttajaoikeudesta 5/2012.

[Luottojen markkinoinnissa puutteellisia tietoja](#). Ajankohtaista kuluttajaoikeudesta 5/2012.

## Auton hintaan ei sisältynyt toimituskuluja

**Kuluttaja-asiamies on tarkastellut automainoksia, joissa auton hinta on ilmoitettu kuluttajia harhaanjohtavalla tavalla. Mainoksessa ilmoitettuihin alkaen-hintoihin ei sisältynyt usean sadan euron toimituskuluja. Mainokset olivat kuluttajansuojalain vastaisia.**

Kuluttaja-asiamies on kiinnittänyt huomiota Oy BMW Suomi AB:n sanomalehtimainokseen, jossa autolle oli ilmoitettu alkaen-hinta 38.993,74 euroa. Tähän hintaan ei sisältynyt paikkakunta-kohtaista 600 euron toimituskulua. Kuluttaja-asiamiehen mukaan on yksiselitteistä, että täsmällisen toimituskulut sisältävän hinnan ilmoittamiselle mainoksessa ei ollut estettä. Edellä mainituilla perusteilla mainos oli kuluttajansuojalain vastainen. Yritys on siten menetellyt kuluttajien kannalta sopimattomasti.

### Hinnan osatekijä ei saa hallita mainosta

Auton myyntihintana on ilmoitettava niin sanottu kokonaishinta, joka sisältää kaikki kulut, verot ja maksut. Hintaa ei voi ilmoittaa osina niin, että kuluttajan pitää itse laskea yhteen lopullinen myyntihinta. Markkinatuomioistuimen päätöksen (2001:011) mukaan myyntihintana ei voi pitää kahdesta tai useammasta eri hinnan osatekijästä muodostuvaa laskutoimitusta. Sillä ei ole merkitystä, kuinka helppo tai vaikea asiakkaan laskettavaksi jäävä laskutoimitus on.

Toisessa tarkastellussa automainoksessa kokonaishinnan ilmoittaminen oli niin ikään epäonnistunutta. Bilia Oy Ab:n sanomalehtimainoksessa päähuomio oli auton hinnalla 26.988 euroa. Koska mainittu hinta ei sisältänyt toimituskuluja, sitä ei voida pitää kuluttajansuojalain mukaisena kokonaishintana.

Se, että elinkeinonharjoittaja muodollisesti täyttää tiedonantovelvollisuuden, ei ole riittävää markkinoinnin kuluttajansuojalainmukaisuuden arvioinnin kannalta. Keskeistä on se, että lainsäädännön edellyttämä tieto ilmoitetaan selkeästi ja siten, että tiedon oikeellisuudesta ei ole epäselvyyttä. Näin ollen ei riitä, että auton toimituskulut on eritelty toisaalla mainoksessa, vaan ne tulee ilmoittaa nimenomaan kokonaishinnan yhteydessä.

Hintailmoittelun rakentaminen siten, että hinnan osatekijä hallitsee kokonaishinnan kustannuksella, voi johtaa kuluttajaa harhaan oikean hintatiedon suhteen. Kuluttaja-asiamiehen mielestä Bilia Oy Ab:n valitseman hintailmoittelun tarkoituksena oli pyrkimys luoda todellisuutta edullisempi mielikuva auton lopullisesta hinnasta.

Molemmat yhtiö ovat sitoutuneet ilmoittamaan auton hinnat markkinoinnissa siten, että ne sisältävät myös toimituskulut. Kuluttaja-asiamies korostaa lisäksi, että toimituskulut sisältävällä kokonaishinnalla on mainoksessa oltava suurempi huomioarvo kuin yksittäisillä hinnan osatekijöillä.

*KUV/5771/41/2012 (Oy BMW Suomi Ab)*

*KUV/5515/41/2012 (Bilia Oy Ab)*

[Kuluttajansuojalaki 2:8](#)

[Uuden tilausauton hinnan ilmoittaminen](#). Kuluttajaoikeuden linjaus, 2008, Kuluttajavirasto. [Markkinaoikeuden päätös 2011:011](#).

## Poismuuttava mukaan asunnon lopputarkastukseen

**Asumisoikeusyhtiön käytäntöjen mukaan asunnosta poismuuttava asukas ei useimmiten osallistu asunnon luovutustarkastukseen eikä hänellä siten ole välttämättä mahdollisuutta todeta tarkastuksessa havaittavia puutteita tai tehdä oikaisua. Tämä voi aiheuttaa tilanteen, jossa kuluttaja-asiakas asetetaan laissa säädettyä laajempaan korvausvastuuseen asumisoikeusyhtiön väittämistä vahingoista.**

Asumisoikeuslain mukaan asumisoikeuden haltija on velvollinen korvaamaan talon omistajalle vahingon, jonka hän tahallisesti tai laiminlyönnillään tai muulla huolimattomuudellaan aiheuttaa huoneistolle. Asumisoikeuden haltija ei kuitenkaan ole vastuussa tavanomaisesta kulumisesta, joka aiheutuu huoneiston käyttämisestä asumiseen.

TA-Asumisoikeus Oy:n mukaan isännöitsijä tarkastaa luovutettavan huoneiston sen jälkeen, kun yhtiön asiakas eli asumisoikeuden hallinnan luovuttaja on muuttanut pois huoneistosta. Yhtiön selvityksen mukaan tarkastus tehdään asiakkaan läsnä ollessa vain asiakkaan pyynnöstä. Yhtiön mukaan poismuuttaville asiakkaille annetaan tilaisuus korjata itse puutteet myös tarkastuksen jälkeen, mikäli se vain on mahdollista. Pääsääntöisesti korjaustoimenpiteet tulee yhtiön mukaan kuitenkin suorittaa ennen huoneiston avainten luovutusta, koska huoneisto luovutetaan usein uusille asiakkaille heti edellisten muutettua pois.

Kuluttaja-asiamies piti tällaista sopimusehtokäytäntöä, jossa kuluttajalle ei aktiivisemmin tarjota mahdollisuutta osallistua lopputarkastukseen, kohtuuttomana ja kuluttajansuojalain vastaisena.

### **Tavanomaista kulumista vai asukkaan syy?**

Kuluttaja-asiamiehen arvioinnin kohteena tässä tapauksessa olivat nimenomaan ne tilanteet, joissa yhtiön ja sen asiakkaan käsitys asunnossa olevista vahingoista ja niiden vastuutahosta on poikennut toisistaan.

Yhtiö on kertonut postittavansa kaikille asumisoikeuden luovutusilmoituksen tehneille ohjeet poismuuttoa varten ja ohessa toimitetaan myös tyyppillisten vikojen ja puutteiden korjaushinnasto. Huolimatta yhtiön asiakkaalleen lähettämästä vikalistasta kuluttaja-asiakas ei ole näissä tilanteissa mahdollisesti joko havainnut kaikkia vahinkoja tai hän ei ole tarkoituksella korjannut sellaisia asunnossa olevia vikoja, jotka eivät hänen mielestään kuulu asumisoikeuslain nojalla hänen vastuulleen.

Kuluttaja-asiamies toteaa, että yleisen velvoiteoikeudellisen periaatteen mukaan vahinkoon vetoavan velkojan on kyettävä osoittamaan vahingon peruste ja määrä sekä vahingon syy-yhteys velallisen toimintaan.

### **Asumisoikeuden luovuttavan oikeusturva huomioitava**

Kuluttaja-asiamies pitää hyvänä käytäntönä sitä, että poismuuttavalle asukkaalle tarjottaisiin aktiivisesti mahdollisuus osallistua suoritettavaan lopputarkastukseen, jotta asunnon kunto ja mahdolliset asumisoikeuslain mukaan asumisoikeuden hallinnan luovuttajan vastuulle luettavat vahingot voitaisiin todeta yhdessä. Samalla voitaisiin keskustella luovuttajan halukkuudesta ja mahdollisuuksista vahinkojen korjaamiseen tapauksen olosuhteiden sallimissa rajoissa.

Lisäksi kuluttaja-asiamiehen mukaan niissä tapauksissa, joissa kuluttaja-asiakkaalle ei voida perustellusti antaa tilaisuutta itse oikaista tarkastuksessa havaittuja virheitä, väitetyt vahingot dokumentoidaan ja niiden veloituserusteet selvitetään asiakkaalle asianmukaisesti. Näyttötaakka poismuuttaneen asukkaan vastuulle väitettyjen vahinkojen osalta on velkojalla eli asumisoikeusyhtiöllä.

Kuluttaja-asiamies on kehottanut yhtiötä ottamaan vastaisuudessa huomioon asumisoikeuden luovutustilanteissa kuluttajansuojalain nojalla asumisoikeuden hallinnan luovuttajan oikeusturvaan liittyvät näkökohdat.

*KUV/4395/41/2012*

[Kuluttajansuojalaki 3:1](#)

[Laki asumisoikeusasunnoista 3:14](#)

## Työntekijä sidottiin yritykseen kuluttajan kustannuksella

**Kodinhoitoyrityksen sopimusehtojen mukaan sen kuluttaja-asiakkaan on maksettava mojova sopimussakko, mikäli hän palkkaa yrityksen palveluksessa olleen henkilön neljän kuukauden kuluessa siitä, kun tämän työsuhde yritykseen on päättynyt. Kuluttaja-asiamies piti sopimussakkoehdot kohtuuttomana ja kuluttajansuojalain vastaisena.**

Kodinpalvelut.netin yleisten sopimusehtojen mukaan sen asiakas on velvollinen maksamaan yritykselle 6.333 euron sopimussakon, mikäli asiakas palkkaa yrityksen palveluksessa olevan henkilön tai ostaa tältä vastaavia palveluita kuin mitä yritys tarjoaa neljän kuukauden kuluessa siitä, kun kyseisen henkilön työsuhde yrityksen palveluksessa on päättynyt.

Kuluttaja-asiamies arvioi sopimusehdon kohtuullisuutta kuluttajan näkökulmasta. Yritys perusteli kuluttaja-asiamiehelle sopimussakon määrää ja kohtuullisuutta lähinnä uuden työntekijän hankinnasta aiheutuvilla huomattavilla kustannuksilla ja ehdon vaikuttavuudella.

### Työnantajaintressiin liittyvä asia ei kuulu kuluttajalle

Kuluttaja-asiamiehen näkemyksen mukaan asia, jota sopimusehdolla yritetään säännellä, liittyy pikemmin työnantajan ja työntekijän väliseen työoikeudelliseen suhteeseen kuin yrityksen ja kuluttajan väliseen palvelusopimussuhteeseen. Kuluttaja-asiamies katsoikin, että selkeästi työnantajaintressiin kuuluvista asioista tulisi pyrkiä sopimaan ensisijassa yrityksen ja sen työntekijöiden välisessä työsuhteessa.

Kuluttajalla lienee myös käytännössä vähäiset mahdollisuudet varmistua muun muassa neljän kuukauden aikarajan päättymisestä, ja tällaisen selvittämisvastuun siirtäminen kuluttajalle on kyseenalaista.

Kuluttaja-asiamies piti sopimussakkoa myös määrältään huomattavan suurena eikä sitä ole millään tavoin eritelty suhteessa kuluttajan tilaaman palvelun arvoon.

Yritys on sitoutunut luopumaan edellä kuvatun sopimussakkoehdon käyttämisestä kuluttajasopimuksissa ja muuttamaan sopimusehtojaan siten, etteivät ne ole edellä todetuin perustein kuluttajan kannalta kohtuuttomia.

*KUV/4885/41/2012*

[Kuluttajansuojalaki 3:1](#)

## Ravintolan tilauskortin ehdoista kerrottava selkeästi

**Kansainvälisen ketjuun kuuluvan ravintolan asiakas saa ravintolaan saapuessaan käyttöönsä kortin, johon hänen tekemänsä tilaukset rekisteröidään. Asiakas maksaa ravintolakäynnistä korttiin kirjattujen tilausten mukaisen summan poistuessaan. Kuluttajansuojalain kannalta ongelmallinen on korttiin liittyvä sopimussakkotyypinen ehto, jonka mukaan asiakkaan tulee korvata 75 euroa, jos hän kadottaa kortin.**

FIN-Piano Oy:n Vapiano-ravintolassa käytössä oleva Vapiano-kortti annetaan asiakkaalle tämän tullessa ravintolaan. Tilaukset kirjautuvat kortille ja asiakas maksaa kortille kertyneen laskun poistuesaan ravintolasta. Kortilla on 75 euron limiitti. Jos asiakas hukkaa kortin eikä kykene osoittamaan, mitä hän on ravintolassa tilannut, joutuu asiakas yrityksen laatiman sopimusehdon mukaan maksamaan ravintolalle 75 euroa. Yrityksen mukaan korkeahkolla sakkomaksulla pyritään välttämään näyttöhankaluudet ja väärinkäytökset kortin katoamistapauksissa. Maksusta ilmoitetaan kirjallisesti ainoastaan oven suussa olevalla kyltillä.

Kuluttajan tekemän ilmoituksen mukaan kortista ja sen sakkomaksusta kertovaa kylttiä ei ole helppo havaita. Asiakkaille ei myöskään aina kerrota katoamiseen liittyvästä maksusta kortin antamisen yhteydessä, vaikka henkilökuntaa on ohjeistettu kysymään asiakkailta, onko kortti heille tuttu. Sakkomaksua koskevasta ehdosta ei siten kerrota asiakkaille riittävän selkeästi ja ymmärrettävästi.

Kuluttajan oikeusturva vaarantuu siinä tapauksessa, jos kortti katoaa vahingossa ravintolassa ja kuluttaja joutuu maksamaan ravintolakäynnistään sopimusehdon mukaisen summan, vaikka hänen tilausensa arvo olisi jäänyt reilusti sen alle.

Järjestelmän ylläpitäjällä tulisi olla viime kädessä vastuu siitä, että järjestelyn puutteisiin liittyvät ongelmat pystytään selvittämään kuluttajan oikeusturvaa vaarantamatta. Näyttövelvollisuutta tilausten arvosta ei voi siirtää kokonaan kuluttajalle.

Kuluttaja-asiamies on kehottanut yritystä arvioimaan tilauskorttiin liittyvää sopimusjärjestelyään uudelleen ja varmistamaan sopimusjärjestelyn kohtuullisuuden ja selkeyden kuluttajien näkökulmasta. Kuluttaja-asiamies kehotti erityisesti huolehtimaan, että kortin käyttöohjeet ja merkitys kerrotaan riittävän selkeästi kuluttajille.

*KUV/3988/41/2012*

[Kuluttajansuojalaki 2:6-7 ja 3:1](#)



## Asiakkaille palautettiin liikaa perittyjä kuluja

**Kuluttaja-asiamies on saanut päätökseen vakuutusyhtiön sijoitussidonnaista eläkevakuutusta koskevan asian, jota puitiin pitkään oikeudessa. Yli 4 400 asiakasta sai hyvityksen hallinnointikulusta, josta ei kerrottu heille riittävän selvästi vakuutusta markkinoidessa.**

Vakuutusyhtiö Skandia Life peri sijoitussidonnaisten yksityisten eläkevakuutustensa säästöistä yhden prosentin hallinnointikulua. Kuluerän merkityksestä oli annettu harhaanjohtava kuva vakuutuksen markkinoinnin yhteydessä annetussa tarjouslaskelmassa.

Hallinnointikulun periminen vaikuttaa merkittävästi asiakkaiden eläkesäästöön. Säästösummasta, säästöajasta ja sijoitusten arvon kehityksestä riippuen se saattaa pienentää asiakkaan säästökertymää jopa kymmenillä tuhansilla euroilla.

### Pitkä prosessi takana

Vakuutuslautakunta käsitteli asiaa jo vuonna 2005 ja suositteli, että yritys luopuu hallinnointikulun perimisestä. Yhtiö ei kuitenkaan noudattanut lautakunnan suositusta. Kuluttaja-asiamies piti tärkeänä, että asiasta saadaan tuomioistuimen ennakkopäätös ja avusti yhtä asiakasta viemään jutun käräjäoikeuteen vuonna 2006. Käräjäoikeus ja sen jälkeen myös hovioikeus katsoivat, että yhtiöllä ei ole ollut oikeutta periä prosentin hallinnointikulua, koska tarjouslaskelmassa kulusta oli annettu asiakkaalle harhaanjohtava kuva.

Asia eteni korkeimpaan oikeuteen, joka vahvisti vuonna 2010, että yhtiön antama henkilökohtainen tarjouslaskelma oli ollut harhaanjohtava, eikä hallinnointikulua siksi saa periä. Yhtiö määrättiin palauttamaan asiakkaalta jo perityt kuluerät hänen vakuutukseensa.

Ratkaisun jälkeen kuluttaja-asiamies aloitti Skandia Lifen kanssa neuvottelut siitä, miten ratkaisua sovelletaan myös muihin vastaavassa asemassa oleviin yhtiön asiakkaisiin. Neuvottelujen tuloksena yhtiö tarjosi hyvitystä kaikille niille vakuutuksenottajille, jotka olivat saaneet korkeimman oikeuden ratkaisussa tarkoitetun tarjouslaskelman vakuutuksen myynnin yhteydessä ja toimittavat kopion laskelmasta yhtiölle.

### Huomattava kokonaishyvitys kuluttajille

Yhtiö lähetti asiasta kirjeen kaikille sijoitussidonnaisen eläkevakuutuksen ottaneille asiakkaalleen, joita on kymmeniä tuhansia. Näin varmistettiin, että kaikki hyvitykseen oikeutetut asiakkaat myös saivat mahdollisuuden sen hakemiseen. Kaikille vakuutuksenottajille ei ollut esitetty markkinoinnissa tarjouslaskelmaa. Korkeimman oikeuden ratkaisun perusteella yhtiö rajasi hyvitysoikeuden niihin, jotka voivat laskelman esittää.

Yhtiö on käsitellyt saamansa hyvityshakemukset ja ilmoittanut kuluttaja-asiamiehelle palauttaneensa liikaa perittyjä kuluja yli 4 400 vakuutuksenottajan vakuutukseen. Yhtiö maksaa viivästyneille maksuille myös viivästyskoron. Kuluttaja-asiamies on lopputulokseen tyytyväinen.

*KUV/4591/44/2008*

[Skandia Life palautti asiakkailleen liikaa perimänsä hallintokulut.](#) Kilpailu- ja kuluttajaviraston tiedote 8.2.2013.

[Korkeimman oikeuden tuomio 25.3.2010 \(KKO:2010:25\)](#)

## Kuluttajien voitava luottaa markkinointiväitteisiin

**Kuluttajien luottamus mainoksiin ja markkinoinnissa esitettyihin väittämiin rakentuu selkeydestä, uskottavuudesta ja vertailtavuudesta. Tiedon vertailukelpoisuus auttaa kuluttajaa ymmärtämään esimerkiksi sen, tarjoaako väitteen esittänyt elinkeinonharjoittaja parempaa toimintatapaa tai tuotetta kuin mitä samalla alalla toimivat muut yritykset. Tällöin kuluttaja voi myös vaikuttaa ostopäätöksellään.**

Nokian Renkaat on markkinoinut renkaitaan itse kehittämällään merkinnällä, joka antaa harhaanjohtavan kuvan renkaiden ominaisuuksista. Yhtiö on kehittänyt itse oman rengasmerkinnän, jonka tarkoituksena on kuvata renkaan sopivuutta talvikeleihin. Yritys on antanut omille Hakkapeliitta-renkailleen parhaan A-luokituksen talviolosuhteissa tarvittavasta jää- ja lumipidosta.

Yhtiön oma rengasmerkintä muistuttaa hyvin paljon virallista EU-rengasmerkintää, joka on ollut pakollinen marraskuusta 2012 lähtien. Kuluttajat eivät välttämättä pysty erottamaan merkkejä toisistaan, vaan saavat yhtiön markkinoinnista harhaanjohtavan kuvan siitä, että renkaat täyttäisivät EU-rengasmerkinnöille asetetut vaatimukset renkaiden testauksesta ja luokittelusta.

EU-rengasmerkintä ei koske talviolosuhteissa tarvittavaa jää- ja lumipitoa, koska sen testaamiseen ei ole vielä olemassa yhdenmukaistettuja menetelmiä. Yhtiön omalle tuotteelleen antama talvipitomerkinä ei siksi anna luotettavaa kuvaa kyseisten renkaiden ominaisuuksista verrattuna muiden valmistajien EU-merkittyihin renkaisiin.

### Markkinaoikeudesta haetaan ennakkoratkaisua

Kuluttaja-asiamies katsoo, että yhtiön markkinointi on ollut kuluttajansuojalain vastaista ja on vienyt asian markkinaoikeuden ratkaistavaksi. Nokian Renkaiden kilpailija on puolestaan vienyt yhtiön markkinaoikeuteen sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain nojalla. Kilpailija vaatii, että markkinaoikeus kieltää yhtiötä käyttämästä omaa merkintäänsä.

Nokian Renkaat on lopettanut rengasmerkintänsä käytön marraskuussa 2012. Kuluttaja-asiamies pitää silti tärkeänä saada asiasta ennakkoratkaisu mahdollisia tulevia tapauksia varten.

*KUV/7044/43/2012*

[Kuluttaja-asiamies vei Nokian Renkaat markkinaoikeuteen](#). Kilpailu- ja kuluttajaviraston tiedote 13.2.2013.

## Yksityisen pysäköinnin valvontayhtiö markkinaoikeuteen

**Kuluttaja-asiamies on vienyt pysäköinninvalvontayhtiö Parknetin markkinaoikeuteen sopimusehdosta, jonka mukaan yhtiö voi puolitoistakertaistaa erääntyneen valvontamaksun.**

Yksityistä pysäköinninvalvontaa harjoittavalla Parknetilla on ollut käytössä sopimusehto, jonka mukaan se voi puolitoistakertaistaa erääntyneen valvontamaksun 40 eurosta 60 euroon. Perintälain mukaan Parknet ei kuitenkaan saisi veloittaa erääntyneen valvontamaksun perimisestä enempää kuin viisi euroa.

Kuluttaja-asiamies neuvotteli Parknetin kanssa asiasta ja pyysi selvitystä siitä, miten yhtiö aikoo palauttaa liikaa perityt perintäkulut kuluttajille. Parknet ilmoitti kuluttaja-asiamiehelle, että se ei aio ryhtyä asiassa toimenpiteisiin. Yhtiö ei ole omasta mielestään perinyt kuluttajilta erääntyneistä valvontamaksuista suurempia kuluja, kuin mitä niistä saa perintälain mukaan periä.

Kuluttaja-asiamies hakee nyt markkinaoikeudelta asiaan ratkaisua ja vaatii, että Parknetiä kielletään käyttämästä kuluttajien kanssa tekemissään sopimuksissa kohtuutonta ja lainvastaista sopimusehtoa.

Asia on viety markkinaoikeuteen joulukuussa 2012.

*KUV/1523/41/2012*

## **Vakiokorvaus lentojen viivästyksistä myös takautuvasti**

**Kuluttajavirasto ja Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi muistuttivat matkustajia loppuvuodesta 2012 lentojen viivästymiseen liittyvistä oikeuksista. Jos matkustaja on hakenut lentoyhtiöltä viivästyksistä vakiokorvausta viimeisen kolmen vuoden aikana, mutta ei ole saanut sitä epäselvän oikeustilanteen vuoksi, hänen kannattaa esittää vaatimuksensa nyt uudestaan.**

Lentojen viivästymistä koskevien korvausten tilanne on ollut pitkään riidanalainen. EU-tuomioistuin laajensi 19.11.2009 niin sanotulla Sturgeon-ennakkoratkaisulla lentomatkustajien oikeuksia koskevan EU-asetuksen nojalla maksettavia vakiokorvauksia ensimmäistä kertaa lennon viivästyksiin.

Useat eurooppalaiset lentoyhtiöt pitivät tuolloin tuomioistuimen päätöstä muun muassa EU:ta sitovan Montrealin kansainvälisen yleissopimuksen vastaisena. Asiasta tehtiin EU-tuomioistuimelle uusi ennakkoratkaisupyynnöksi syksyllä 2010. Kaikki lentoyhtiöt eivät myöskään noudattaneet päätöstä odotellessaan ratkaisua uuteen ennakkoratkaisupyynnöön. EU-tuomioistuin piti kuitenkin aiemman ennakkoratkaisunsa voimassa 23.10.2012 antamallaan päätöksellä. Päätöstä sovelletaan myös takautuvasti.

Jos matkustaja on vaatinut viivästyksen perustuvaa vakiokorvausta 19.11.2009-23.10.2012 ja lentoyhtiö on hylännyt korvausvaatimuksen vedoten epäselvään oikeustilaan, hänellä on oikeus saada asiansa käsiteltyä uudelleen. Myös ne, jotka eivät ole vielä reklamoineet viivästyksistä, voivat tehdä sen takautuvasti.

Lentoyhtiön päätökseen tyytymätön kuluttaja voi hakea asiaansa ratkaisusuositusta Kuluttajariitalautakunnasta. Jos kyse on toisesta EU-maasta lähteneestä lennosta, matkustaja voi tarvittaessa käännyä Euroopan kuluttajakeskuksen puoleen.

### **Tilannetta seurataan**

Lentomatkustajan oikeudet viivästystilanteissa säilyvät ajankohtaisia kuluvana vuonna ja kuluttaja-asiamies jatkaa lentoyhtiöiden viivästymisiin liittyvien vakiokorvauskäytäntöjen seurantaan. Myös Euroopan komissio tulee kevään aikana antamaan ehdotuksen lentojen peruuttamiseen ja viivästymiseen liittyvän EY-asetuksen (261/2004) tarkentamisesta.

Apulaisoikeuskanslerin kehotuksesta Kilpailu- ja kuluttajavirasto ja Trafi ovat antaneet alkuvuodesta apulaisoikeuskanslerille listan toimenpiteistä, joihin ne ovat ryhtyneet EU-tuomioistuimen 23.10.2012 päätöksen johdosta.

[Lentomatkustajilla oikeus saada vakiokorvaus viivästyksistä myös takautuvasti.](#) Kuluttajaviraston ja Trafien tiedote 20.12.2012.

[EU-tuomioistuimen tiedote \(23.10.2012\)](#)

[\(EY\) N:o 261/2004](#)

## LAUSUNNOT

## Tärkeitä uudistuksia perintä- ja pikaluottolainsäädäntöön

**Kuluttaja-asiamies on vaikuttanut tiiviisti perintä- ja pikaluottolainsäädännön muutoshankkeissa. Maaliskuussa voimaan tulevassa perintälaisissa on mukana tärkeä uusi säännös. Sen mukaan saman kuluttajasaatavan perinnässä velalliselta saa pääsääntöisesti vaatia perintäkuluja enintään kahdesta maksuvaatimuksesta. Myös pikaluottoihin on tulossa odotettu korkokatto.**

Saatavien perintää koskeva lakiuudistus tarttuu kohtuuttoman suurten perintäkulujen perimiseen. Uuden lain perusteella kuluttajavelan perintäkuluille säädettyjä enimmäismääriä alennetaan etenkin pienissä, korkeintaan 100 euron veloissa, joissa velallisen kokonaiskuluvastuu saa olla korkeintaan 60 euroa. Enintään 1 000 euron saatavissa kulut saavat olla korkeintaan 120 euroa.

Hallituksen esityksessä perintälain muuttamiseksi kerrottiin havainnosta, jonka mukaan perintäkulujen kokonaismäärään vaikuttaa eniten maksumuistutusten ja maksuvaatimusten määrä. Oikeuspoliittisen tutkimuslaitoksen perintäkuluja koskevassa tutkimuksessa on lisäksi jo 2009 todettu, että hyvän perintätavan mukainen suositus korkeintaan kahdesta maksullisesta maksuvaatimuksesta ylitetään usein. Tämän myös kuluttaja-asiamies on huomannut.

### Tarkemmat raamit perintäkulujen kerryttämiselle

Kuluttaja-asiamies teki vuonna 2012 pikaluottojen perintäkulujen tarpeettomaan kasvattamiseen liittyvän kieltihakemuksen markkinaoikeudelle. Kuluttaja-asiamies vaati markkinaoikeutta kieltämään pikaluottoja kuluttajilta perineen West Star Oy:n menettely, jossa velalliselle aiheutettiin tarpeettomia kuluja lähettämällä ilman erityistä aihetta samasta saatavasta enemmän kuin kaksi kirjallista maksuvaatimusta.

Kuluttaja-asiamies teki kieltihakemuksen markkinaoikeudelle ennen kuin hallitus teki perintälain muuttamista koskevan esityksen eduskunnalle. Kuluttaja-asiamiehen kieltovaatimus ei ollut markkinaoikeuden mielestä niin selkeä ja tarkkarajainen, että se olisi voitu määrätä elinkeinonharjoittajan noudatettavaksi. Markkinaoikeus hylkäsi hakemuksen.

Kuluttaja-asiamies on kuitenkin tyytyväinen siihen, että sama maksuvaatimusten määrään liittyvä periaate, mihin hakemus perustui, saatiin sisällytettyä uuteen perintälain säännökseen. Sen mukaan velalliselta saa pääsääntöisesti vaatia kuluja enintään kahdesta maksuvaatimuksesta. Lisäksi lainmuutoksella parannetaan kuluttaja-asiamiehen mahdollisuuksia puuttua tehokkaasti hyvän perintätavan vastaisiin menettelytapoihin.

### Korkokatto pikaluotoille

Toinen tärkeä lakihanke koskee pikaluottoja. Uudistuksen pääasiallisena tavoitteena on vähentää pikaluotoista aiheutuvia velkaongelmia. Kuluttajaviraston/kuluttaja-asiamiehen edustaja oli mukana työryhmässä, joka pohti pikaluottoja koskevan lainsäädännön muuttamista ja luovutti keväällä 2012 mietintönsä oikeusministeriölle. Pikaluottolainsäädännön muutokset on hyväksytty eduskunnassa helmikuussa 2013, ja voimaan laki on tulossa kolmen kuukauden kuluttua vahvistamisesta.

Kuluttajaviraston/kuluttaja-asiamiehen edustaja oli loppuvuodesta 2012 kuultavana sekä lakivaliokunnassa että talousvaliokunnassa ja kannatti hallituksen esityksessä ehdotettuja pikaluottolainsäädännön muutoksia. Kuluttajavirasto kannatti hallituksen esityksessä valittua luoton todelliseen vuosikorkoon perustuvaa korkokattoa ja piti tärkeänä kuluttajan luottokelpoisuuden arvioinnin täsmennystä ja tiukennusta.

Kuluttajavirasto kannatti myös lisämaksullisten tekstiviesti- ja muiden vastaavien viestipalveluiden kieltämistä luottosuhteeseen liittyvässä asiointissa.

[Perintäkuluja alennetaan erityisesti pienissä kuluttajien veloissa.](#) Oikeusministeriön tiedote 17.1.2013  
[Markkinaoikeuden päätös 23/2013](#) (annettu 25.1.2013, ei lainvoimainen)

[Tarpeettomien perintäkulujen aiheuttamisesta oikeuteen.](#) Ajankohtaista kuluttajaoikeudesta 5/2012.

[Pikaluottomietintö saa kannatusta.](#) Ajankohtaista kuluttajaoikeudesta 3/2012.

[Oikeuspoliittisen tutkimuslaitoksen tutkimustiedonantoja 98, 2009](#)

[HE 57/2012](#) Perintälainsäädännön käsittelytiedot.

[HE 78/2012](#) Pikaluottolainsäädännön käsittelytiedot.

## Ohjenuoria finanssipalvelujen markkinointiin

**Finanssivalvonnan valmistelemat finanssipalvelujen ja -tuotteiden markkinointimääräykset ja -ohjeet olivat loppuvuodesta 2012 kuluttaja-asiamiehen kommentoitavina. Finanssipalvelujen markkinoinnissa on kyse kuluttaja-asiamiehen ja Finanssivalvonnan rinnakkaisen toimivallan alueesta, jota kuluttaja-asiamies valvoo kuluttajan asemassa olevien asiakkaiden osalta.**

Kuluttajansuojalain markkinoinnin käsite on laaja. Markkinoinnilla tarkoitetaan kaikkea kaupallista viestintää, jolla pyritään kulutushyödykkeen myynnin edistämiseen. Tämä lähtökohta näkyy pääsääntöisesti ohjeluonnoksessa, Kuluttajavirasto/kuluttaja-asiamies toteaa lausunnossaan Finanssivalvonnalle.

Kuluttajansuojalaki on myös keskeisin kaikkea kuluttajiin suuntautuvaa markkinointia yleisesti sääntelevä säädös. Erityissäännökset eivät sulje pois markkinointia koskevien yleissäännösten soveltamista. Sen sijaan kuluttajansuojalain säännökset täydentävät erityislaissa olevia markkinointisäännöksiä. Kuluttajansuojalain 2 luvun markkinointisäännökset koskevat kaikkien tuotteiden ja palveluiden markkinointia ja niitä sovelletaan siten myös finanssipalveluiden markkinointiin.

Kuluttajansuojalain sääntelyn lähtökohta on, että markkinoinnin ja mainonnan tai yksittäisen markkinointitoimenpiteen synnyttämä kokonaisvaikutelma ei saa muodostua harhaanjohtavaksi. Tämä lähtökohta olisi toivottavaa ottaa paremmin huomioon ohjeluonnoksen yksityiskohdissa.

### Lisää läpinäkyvyyttä vertailua helpottamaan

Määräysten ja ohjeiden tavoitteena on edistää asiakkaille tarjottavan finanssituotteiden markkinointimateriaalin ja -tiedon laatua ja asiallisten markkinointitapojen kehittymistä. Tarkoituksena on edistää myös finanssimarkkinoita kohtaan tunnettua luottamusta sekä finanssimarkkinoiden toimivuutta.

Kuluttajavirasto katsoi lausunnossaan, että tavoitteeksi tulisi määritellä myös läpinäkyvyyden lisääminen markkinoilla. Markkinoinnissa annetun tiedon tulee helpottaa palveluiden ja tuotteiden välistä vertailua.

Määräyksissä ja ohjeissa käsitellään myös luottoja. Kuluttaja-asiamies on laatinut kuluttajaoikeuden linjauksen ”Kuluttajaluotto tavaroiden ja palveluiden markkinoinnissa”, jossa on käsitelty laajemmin luottojen markkinointiin liittyviä kysymyksiä.

Kuluttajavirasto on antanut lausuntonsa Finanssivalvonnalle myös finanssipalveluiden tarjoamisessa noudatettavia menettelytapoja koskevista määräyksistä ja ohjeista vuonna 2011. Menettelytapoja ja markkinointia koskevien määräysten ja ohjeiden välinen rajanveto vaatii Kuluttajaviraston mukaan pohdintaa siitä, mitä kysymyksiä on hyvä ottaa markkinointia koskevaan luonnokseen.

[Finanssipalvelujen ja -tuotteiden markkinointimääräykset ja -ohjeet.](#) Kuluttajaviraston lausunto Finanssivalvonnalle 20.12.2012.

[Kuluttajaluotto tavaroiden ja palveluiden markkinoinnissa.](#) Kuluttajaoikeuden linjaus 2012, Kuluttajavirasto.

[Finanssipalveluiden tarjoamisessa noudatettavat menettelytavat, määräykset ja ohjeet.](#) Kuluttajaviraston lausunto Finanssivalvonnalle 16.11.2011.

## **EU-tasa-arvotuomio vaikuttaa vakuutushinnoitteluun**

**Eduskunta hyväksyi loppuvuodesta 2012 vakuutusyhtiölain muutoksen. Vakuutusyhtiöt määrittelevät käytännössä maksunmuutokset. Kuluttajan näkökulmasta on tärkeää, että muutokset perustellaan kuluttajalle ja niistä tiedotetaan selkeästi ja hyvissä ajoin.**

EU-tuomioistuimen päätöksen mukaan sukupuolta ei enää jatkossa saa huomioida vakuutusriskien hinnoittelussa tai etuuksissa. Aiemmin naisten vakuutusmaksut olivat keskimäärin halvemmat henkivakuutuksissa ja vapaaehtoisissa tapaturmavakuutuksissa. Sen sijaan miehet maksoivat vähemmän sairauskuluvakuutuksesta ja vapaaehtoisesta eläkevakuutuksesta.

Hallitus on todennut lakiesityksessään, että lain tarkkoja vaikutuksia vakuutusmaksuihin on vaikea arvioida. Todennäköistä kuitenkin on, että vakuutusmaksut kallistuvat. Eduskunnan talousvaliokunta edellytti, että uudistuksen vaikutuksia vakuutusten hintatasoon seurataan. Myös Kuluttajaviraston/kuluttaja-asiamiehen edustaja oli talousvaliokunnan kuultavana syksyllä 2012.

Laki astui voimaan 21.12.2012. Sitä ennen tehdyissä vakuutussopimuksissa voidaan yhä käyttää sukupuoleen perustuvaa riskinarviointia heinäkuuhun 2013 tai sitä seuraavan vakuutuskauden alkuun saakka. Ennen 21.12.2012 tehtyjä henkivakuutuksia lainmuutos ei kuitenkaan koske.

*KUV/5882/09/2012*

[HE 55/2012](#). Vakuutusyhtiölain käsittelytiedot.

Ajankohtaista  
VERKKOLEHTI  
KULUTTAJAOIKEUDESTA

## Tilaa Ajankohtaista kuluttajaoikeudesta -uutiskirje sähköpostiisi osoitteesta: [www.kuluttajaoikeus.fi](http://www.kuluttajaoikeus.fi)

Samassa osoitteessa voit myös lukea verkkolehden aikaisempia numeroita. Verkkolehti on maksuton.

Kuluttaja-asiamiehen ajankohtaiskatsausta seuraamalla pysyt ajan tasalla

- kuluttaja-asiamiehen kannanotoista ja ratkaisuista
- vireillä olevista kuluttaja-asiamiehen toimintaan liittyvistä lainsäädäntöhankkeista
- kuluttajaoikeuden kansainvälisistä virtauksista

**KKV** Kilpailu- ja  
kuluttajavirasto

Kilpailu- ja kuluttajaviraston tehtävät liittyvät kilpailu- ja kuluttajapolitiikan toteuttamiseen, markkinoiden toimivuuden varmistamiseen, kilpailulain ja EU:n kilpailusääntöjen täytäntöönpanoon sekä kuluttajan taloudellisen ja oikeudellisen aseman turvaamiseen. Virastossa hoidetaan myös kuluttaja-asiamiehen valvontatehtävät.

Kuluttaja-asiamiehen keskeisenä tehtävänä on valvoa kuluttajansuojalain ja useiden muidenkin kuluttajan suojaksi säädettyjen lakien noudattamista. Valvonta kohdistuu erityisesti markkinoinnin ja sopimusehtojen sekä perinnän lainmukaisuuteen. Valvonnan tavoitteena on, että yritys lopettaa tai muuttaa lainvastaista markkinointiaan tai kohtuuttomia sopimusehtojaan.

Lain mukaan kuluttaja-asiamiehen on erityisesti toimittava aloilla, joilla on kuluttajien kannalta huomattavaa merkitystä tai joilla voidaan olettaa yleisimmin esiintyvän ongelmia kuluttajan asemassa. Valvontaa tulee myös kohdistaa vaihdellen eri toimialoille.

Lisätietoa: [www.kkv.fi](http://www.kkv.fi)