

YKSILÖLLISTEN ELÄKEVAKUUTUSTEN MARKKINOINTI

Eläkevakuutusmainoksen pääviestinä tulee olla vakuutus ja sen sisältö, ei esimerkiksi verotusedut.

YLEISMARKKINOINNISSA ANNETTAVAT TIEDOT

Yksilöllinen eläkevakuutus on monimutkainen ja poikkeuksellinen tuote. Sitä mainostettaessa ei saa korostaa kuluttajan päätöksenteolle epäolennaisia asioita, jättää kokonaisuuden kannalta tärkeitä tietoja kuluttajalle kertomatta tai esittää niitä epäselvästi. Markkinoijan on tarkkaan harkittava sitä, mitkä tiedot ylipäättään ovat sellaisia, että niistä voidaan kertoa yleismarkkinoinnissa vailla harhaanjohtamisen vaaraa ja mitkä tiedot on syytä jättää laajempaan esitteeseen.

Yleismarkkinoinnin harhaanjohtavuuden estämiseksi on varminna pysytellä sellaisissa eläkevakuutusta koskevissa tiedoissa, jotka ovat aina joka tilanteessa paikkansapitäviä.

Mainoksen sommittelun on tuettava olennaisten tietojen vaivattomaa hahmottamista.

- Lyhyt TV-mainos ei lainkaan sovellu yksilöityjen tuottotietojen antamiseen vakuutuksesta, koska tarvittavaa lisäinformaatiota ei voida tv-mainoksessa esittää riittävän selkeästi.
- Jos muussa yleismarkkinoinnissa kuitenkin esitetään esimerkiksi laskelmia vakuutuksen kuukausimaksusta ja maksettavan eläkkeen määrästä, on kokonaisvaikutelman oikeellisuuden varmistamiseksi annettava lisätietoja.
- Laskelman yhteydessä on selkeästi kerrottava, että laskelma on pelkästään kuvaileva eikä lupaus tulevasta eläkkeestä tai varmasta tuotosta.
- Mainoksessa on selvitettävä, mihin oletuksiin laskelma perustuu.
- Perinteisiä eläkevakuutuksia koskevissa esimerkeissä on aina oltava vaihtoehto, joka perustuu vain laskuperustekorona mukaiseen tuottoon. Jos yhtiö ei sitoudu kiinteään laskuperustekoroon, on muutosvaraumasta ilmoitettava jo yleismarkkinoinnissa.
- Jos perinteisiä eläkevakuutuksia koskevissa esimerkeissä käytetään asiakashyvysoletusta, on ilmoitettava, että asiakashyvyys vahvistetaan vuosittain yhtiön tuloksen perusteella.
- Sijoitussidonnaisten eläkevakuutusten markkinoinnissa on selkeästi tuotava ilmi, että vakuutusyhtiö ei ole sitoutunut maksamaan vakuutussäästölle tuottoa eikä yhtiö takaa maksetun pääoman säilymistä.
- Jos mainoksessa tuodaan esille kuluttajan maksuistaan saamat verovähennykset, on mainittava, että eläke on veronalaista tuloa.
- Kaikki vaaditut tiedot on annettava selkeästi ja helposti havaittavasti laskelman yhteydessä eikä esimerkiksi *viittauksena toisaalla mainoksessa.

ESITE JA HENKILÖKOHTAINEN TARJOUS

Kuluttaja saa vakuutusyhtiöltä sekä esitteen että henkilökohtaisen

tarjouksen. Näihin sisältyy runsaasti erilaisia tietoja. Kuluttajan kannalta keskeisimmät asiat on pystyttävä tuomaan aineistossa selkeästi esille. Tämä merkitsee sitä, että **eläkevakuutukseen liittyvät erityispiirteet on syytä kerätä yhteen paikkaan esitteessä sekä tarjouksessa, jotta kuluttaja voi arvioida eläkevakuutusratkaisun sopivuutta omaan elämäntilanteeseensa.**

Kuluttajan päätöksenteon kannalta ovat ainakin seuraavat seikat erityisen keskeisiä:

1. eläkkeen aientamisen vaikutus lakimääräiseen eläkkeeseen
2. takaisinostomahdollisuuden rajoitukset sopimusaikana
3. kuolemantapauksen vaikutus ja siihen varautuminen
4. liiketoimintakulujen periminen maksetuista maksuista ja tuoton maksaminen siten jäävälle säästöosalle.
5. tuottolaskelmien esimerkkiluonne
6. vakuusrahastosuojan puuttuminen
7. eläketurvan verotuskohtelu
8. maksut ja muut seuraamukset sovitusta säästösuunnitelmasta poikkeamisesta

1. Jos kuluttaja aientaa eläkkeelle siirtymistään eläkevakuutuksen avulla, vaikuttaa tämä päätös lakimääräisen eläkkeen karttumiseen pienentävästi.

Eläkevakuutusta ei siten voi mainostaa lisävakuutuksena tai

lisäturvana kehotuksin siirtyä eläkkeelle aiemmin.

Kuluttajan on saatava todenmukainen kuva yksityisen eläkevakuutuksen kaikista taloudellisista seuraamuksista. Ennen yksilöllisen eläkevakuutuksen ottamista on kuluttajan syytä selvittää lakisääteisen vakuutusturvansa sisältö.

2. Kuluttajalla ei ole normaalisti eläkevakuutuksen takaisinostomahdollisuutta. Kuluttaja saa vakuutuksen takaisinostoarvon hyväkseen vain tietyissä poikkeuksellisissa tilanteissa, kuten työkyvyttömyys, avioero, työttömyys, puolison kuolema. Jos kuluttajan taloudellinen tilanne muuten heikkenee tai kuluttaja haluaa luopua eläkevakuutuksesta, on mahdollista lopettaa maksujen maksaminen. Kertyneen vakuutuksen saa nostaa vasta alkuperäisesti sovituna ajankohtana.

Kuluttajan harkitessa sitoutumista vuosikymmenien sopimukseen on tärkeää **tieto maksujen palauttamatta jättämisestä sopimuksen keskeytyessä ennen aikojaan.**

Samoin on syytä kertoa, **miten menetellään, jos kuluttajalla on ehdoissa mainittu yksilöity syy keskeyttää vakuutussäästämisenä ja mikä osa vakuutusmaksuista tällöin palautetaan kuluttajalle takaisinostoarvona.**

3. **Eläkevakuutusmaksuihin ei normaalisti sisälly henkivakuutusturvaa. Tämä tieto on olennainen kuluttajan suunnitellessa talouttaan.**

Jos vakuutusyhtiön tuotteeseen ei sisälly henkivakuutusta, on markkinointiaineistosta käytävä ilmi, ettei vakuutusmaksuja palauteta kuolemantapauksen sattuessa.

Jos vakuutusyhtiö tarjoaa erillistä henkivakuutusta, kuluttajalle on syytä kertoa kuolemantapausturvaa (henkivakuutus) koskevan vakuutusmaksun suuruus ja perimistapa, turvan voimassaoloaika sekä se, miten kuolemantapauskorvauksen suuruus määräytyy.

4. Eläkevakuutuksen tuottoa ei makseta koko vakuutusmaksulle vaan sen säästöosalle. Säästöosan suuruus saadaan selville vähentämällä kuluttajan maksuista liikekuluvähennys ja henkivakuutusturvan hinta. **Kuluttajalle on kerrottava, että tuotto lasketaan säästöosalle ja mitä säästöosalla tarkoitetaan.**

Samalla on ilmoitettava liikekuluvähennyksen suuruus esimerkiksi keskimääräisenä prosenttilukuna vakuutusmaksusta.

Liikekuluvähennyksen perimistapa on syytä selvittää kuluttajalle: onko kyse alkuvuosiin painottuvasta vai koko vakuutusmaksuajan perittävästä osuudesta. Tämä on merkityksellistä kuluttajan vakuutuksen takaisinostoarvolle eri vaiheissa.

5. **Markkinoinnissa ei pidä luvata vakuutukselle tuottoa, josta ei ole varmuutta.**

Käytännössä vain laskuperustekorona mukaista tuottoa voidaan tässä suhteessa pitää riittävän varmana ja vain

silloin, kun yhtiö on sitoutunut kiinteään korkoon.

Perinteisissä eläkevakuutuksissa asiakashyvätytys saattaa vaihtua vuosittain eikä sen suuruudesta voida ennakolta antaa takeita.

Tuottoprosenttia ilmoitettaessa on otettava lähtökohdaksi nettotuotto ts. tuottoprosentti määritellään kuluttajan maksamien eläkevakuutus- ja henkivakuutusmaksujen yhteissumman pohjalta. Pelkästään säästöosan ottaminen tuottoprosentin määrittelyn pohjaksi antaa todellisuutta edullisemmän kuvan tuoton suuruudesta.

Perinteisissä laskuperustekorkoon sidotuissa vakuutuksissa tarjouslaskelman ensisijaisena tuotto-oletuksena on esitettävä laskuperustekorona mukainen tuotto. Laskuperustekorosta on annettava seuraavat tiedot:

- sen suuruus tarjousta annettaessa,

- jos yhtiö ei sitoudu kiinteään korkoon, on kerrottava koron muuttumismahdollisuudesta ja siitä, miten koron suuruus määräytyy sopimusaikana laskelmassa oletetusta

Tarjouksessa voidaan laskuperustekorona mukaisen tuotto-oletuksen lisäksi esittää myös laskelma, jossa on käytetty asiakashyvätysoletusta. Tällöin

- asiakashyvätyksen suuruus on ilmoitettava vaihteluvälinä, esim. 0 - 3 prosenttia ja kerrottava, että hyvätytys vahvistetaan vuosittain yhtiön tuloksen perusteella.

- valittu asiakashyvätyksmaksimi perusteltava; perusteena voidaan käyttää esimerkiksi tietoja yhtiön

viitenä edellisenä vuonna vahvistamista asiakashyvätyksistä,

- kerrottava, ettei kyse ole sitovasta tuottolupauksesta vaan olettamuksiin perustuvasta arviosta,

- ilmoitettava, että maksettavan eläkkeen määrä voi poiketa laskelmassa esitetystä.

Sijoitussidonnaisen vakuutuksen tuotosta kerrottaessa on ilmoitettava, että tuotto riippuu vakuutukseen kytketyn sijoituskohteen, esimerkiksi sijoitusrahaston, arvonkehityksestä. Mikäli markkinoinnissa kerrotaan rahaston arvon historiallisesta kehityksestä, on siinä myös mainittava, että se ei ole tae rahaston tulevasta arvonkehityksestä. Muutenkaan **lupauksia sijoitussidonnaisen vakuutuksen tuotosta ei saa antaa, ellei vakuutusyhtiö sitoudu niihin.**

Sijoitussidonnaisen vakuutuksen markkinoinnissa on kerrottava, että edes vakuutukseen sijoitetun pääoman säilyminen ei ole taattu. Vakuutuksenottaja kantaa aina riskin pääoman säilymisen osalta. Markkinoinnissa on myös tuotava ilmi, että vakuutusyhtiölle maksettavat kulut peritään aina riippumatta siitä, ovatko vakuutukset tuottaneet mitään tai onko vakuutukseen sijoitetun pääoman arvo säilynyt.

6. Vakuutusyhtiöillä ei ole lakisääteistä tai vapaaehtoista yhteistä vakuusrahastoa, joten vakuutussäästöillä ei ole pankkitalletusten tapaan vakuusrahastosuojaa.

Eläkevakuutusten markkinoinnissa ei saa käyttää

sanaa "riskitön", "turvallinen sijoitus", "varma sijoitus" tai antaa muutenkaan sellaista kuvaa, että vakuutukset, joilla ei ole pankkitalletusten tapaan vakuusrahastosuojaa, olisivat täysin varmoja.

Yhtiön vakavaraisuus voi vaihdella sopimuksen voimassaoloaikana. On mahdotonta arvioida, mikä yhtiön taloudellinen tilanne on vuosikymmenien kuluttua. Jos markkinoinnissa kerrotaan yhtiön olevan vakavarainen,

- on väitettä perusteltava antamalla tietoja yhtiön taloudellisesta tilasta, kuten tilinpäätöstietoihin perustuvasta vakavaraisuusasteesta tai siitä, miten yhtiö täyttää EU:n säännöksiin perustuvat vakavaraisuusvaatimukset,

- samalla on ilmoitettava, minkä ajankohdan tilanteeseen tiedot perustuvat, ja

- lukujen esittämisestä ei saa syntyä kuvaa, että vakuutus olisi kuluttajalle täysin riskitön tai että luvut takaisivat yhtiön taloudellisen tilanteen pysyvän jatkossakin samanlaisena

Vakuusrahastosuojan puuttumisen vuoksi kuluttajan on kyettävä erottamaan, onko kyse vakuutusten vai pankkituotteiden markkinoinnista.

Silloin, kun eläkevakuutuksia markkinoidaan pankkien tai pankkisidonnaisten vakuutusyhtiöiden välityksellä, on seuraavat seikat otettava huomioon:

- Markkinointimateriaalista pitää käydä selkeästi ilmi, että vakuutusta tarjoaa ja sopimusosapuolena on

vakuutusyhtiö. Vakuutuksia ei saa markkinoida ainoastaan pankin nimissä.

- Markkinoinnissa on aina selkeästi ilmoitettava, että kyseessä on vakuutustuote, jota markkinoidaan ja johon sovelletaan muita kuin pankkituotteita koskevia säännöksiä,

- Jos markkinoijana on pankkisi-donnainen vakuutusyhtiö, joka käyttää samaa logoa kuin pankki, markkinoinnista on käytävä erityisen selkeästi ilmi tuotteiden, tuotteiden myyjien ja sovellettavien lakien erilaisuus. Tämä merkitsee esimerkiksi sen kertomista, että pankkisi-donnaisia vakuutusyhtiöitä ei koske pankin vakuusrahastosuoja.

Vakuutusyhtiö vastaa vakuutussopimuslain mukaan edustajiansa antamista tiedoista. Säännös koskee myös pankkeja, kun ne markkinoivat vakuutuksia vakuutusyhtiön asiamiehinä.

7. Mainoksen pääsanomana on oltava vakuutus, ei vakuutuksen ottamisesta tällä hetkellä koituvat verotusedut. Kuluttajalle on kuitenkin selvitettävä vakuutuksen verotusta koskevat keskeiset säännöt. Vakuutuksen verotuskohtelu saattaa sopimusaikana muuttua. Tämä seikka on kerrottava silloin, kun markkinoinnissa annetaan tietoja eläkevakuutuksen verokohtelusta. Näin ollen vakuutusyhtiö ei voi esittää ehdottomia väitteitä eläkevakuutusratkaisun verotuksellisista eduista. Kokonaistilanne nähdään vasta

siinä vaiheessa, kun eläkettä maksetaan kuluttajalle ja tiedetään sen hetkinen verotuskohtelu.

Maksettava eläke on veronalaista tuloa. Tämä on kerrottava selkeästi esimerkkilaskelmien yhteydessä ja muussa markkinoinnissa vakuutuksen tuottoa koskevien tietojen yhteydessä.

Esimerkeissä ilmoitetaan joskus vakuutuksen kuukausimaksu sekä eläkeaikana maksettava kuukausieläke. On harhaanjohtavaa käyttää esimerkissä kuukausimaksuna summaa, jossa on otettu huomioon verotuksen vaikutus, ellei samanaikaisesti esitetä maksettavan eläkkeen määrää myös verotus huomioon ottaen. Tällöin on selvästi kerrottava, että näissä erissä on otettu verotus huomioon.

VERTAILU

Eläkevakuutusten tuoton tai muiden ominaisuuksien vertaaminen muihin säästö- ja sijoitusmuotoihin, esimerkiksi pankkitallettamiseen, on yleensä harhaanjohtavaa, koska eläkevakuutusten ja pankkitalletusten käyttötarkoitus on erilainen.

Vertailtavien tuotteiden on oltava keskenään vertailukelpoisia. Jos niiden välillä on eroja, on erot tuotava vertailun yhteydessä selkeästi esille. Eroja ovat esimerkiksi pankkitalletusten vakuusrahastosuoja, eläkevakuutussopimuksen

kesto aika ja seuraukset sopimusten keskeyttämisestä. Koska lehti-ilmoittelussa, tv-mainonnassa ja muussa yleismarkkinoinnissa ei normaalisti voida esittää riittävän laajasti tietoja väitteiden tueksi, on vertailujen tekeminen mahdollista vain laajemmassa esitteessä.

Eläkevakuutusten tuottoon vaikuttaa tekijöitä, joista ei markkinointia laadittaessa ole varmuutta. Vakuutusten ehdoissa on eroja eri yhtiöiden välillä, mikä vaikeuttaa vakuutusten keskinäistä vertailua. Ehdottomia superlatiiviväitteitä tai väitteitä siitä että vakuutus on joltakin ominaisuudeltaan muita tarjolla olevia vakuutuksia parempi, ei näin ollen voida eläkevakuutusten markkinoinnissa yleensä esittää.

Esimerkiksi väitetä siitä, että yhtiön X eläkevakuutuksella on "paras tuotto", on pidettävä harhaanjohtavana, koska takeita tuoton tulevasta kehityksestä ei voida antaa.

Jos markkinoinnissa käytetään esimerkiksi sellaisia ilmaisuja kuin "maan vakavaraisin" tai "joustavimmat ehdot", on markkinoinnissa samalla täsmennettävä, mitä väitteellä kyseisessä tapauksessa tarkoitetaan. Näin ollen on kerrottava, millä asteikolla mitattuna yhtiö on maan vakavaraisin ja minkä ajankohdan tilanteeseen tieto perustuu tai miltä osin ehdot ovat muiden yhtiöiden ehtoja joustavimmat.