



ajankohtaista

kuluttajaoikeudesta

13.2.2009

1/2009

Pääkirjoitus

En vaan osaa! 2

Artikkelit

Henkilöllisyyden sähköinen todistaminen lähtökuopissa 3

Luottojen ongelmia ratkottava laaja-alaisesti 4

Vastuullisempi luotonanto torjuu tulevaisuuden finanssikriisejä? 5

Tekijänoikeuspulmiin kuluttajaystävällisiä ratkaisuja 6

”Kuluttajan pyynnöstä” – kuka pyytää ja mitä? 8

Jätevesijärjestelmän markkinointi haaskahti 9

Kuluttajalle tulossa oikeus vahingonkorvauksiin kilpailurikkomustilanteissa 10

Pikavippaajalle kummia kulunkeja 11

Verkkokauppaa huterin perustiedoin 12

Kehno sijoitustuote oikeuttaa korvauksiin Norjassa 13

Tarjouskampanjan karikat kierrettävissä 14

Verkkolasku pian arkipäivää 15

Pääkirjoitus

En vaan osaa!

Kuluttajan osa ei ole helppo. Talouskriisin johdosta puhutaan varsinkin siitä, kuinka nyt pitäisi kuluttajia kasvattaa ymmärtämään finanssituotteiden salat ja riskit. Kuluttajien pitäisi ymmärtää olla ostamatta liian riskialttiita rahoitustuotteita. Onkin aina yhtä yllättävää nähdä, kuinka yritysten yhteiskuntavastuu ja vastuullinen luotonanto voidaan nähdä ensisijaisesti tarpeena lisätä –ei omaa – vaan kuluttajien valistusta, kuluttajien tarkkailua ja rekisteröintiä.

Sen pohtiminen, millaisia tuotteita on ylipäättään mahdollista tarjota ei-ammattilaisille, miten mainontaa tehdään kuluttajille ja miten sopimusehdot laaditaan ymmärrettäviksi, jää sivuosaan. Tässä mielessä erityisen ilahduttava on Norjan pankki- ja sijoitusvalituksia ratkovan lautakunnan kannanotto siitä, että kaikki tuotteet eivät ylipäättään ole kuluttajille ymmärrettävissä, joten niitä ei voi kuluttajille tarjota.

Tekstiviestilainojen ympärillä käyty keskustelu on oiva esimerkki siitä, miten vaikea asia vastuullisuus on. Ensin on toimintaympäristö, jossa ilman rekisteröintiä tai toimilupaa voi helposti perustaa luottoja tarjoavan yrityksen. Tuotteen kaupallisen menestyksen edellytys eli tarve on olemassa – on ollut aina olemassa: mistä saada nopeasti rahaa, kun ostaa pitäisi ja tilillä ei ole. Uusi tekniikka tulee avuksi ja sen avulla ilman hyvää päivää –tervehdystäkin rahat ovat tilillä minuutissa. Olipa yö tai päivä.

Yleinen elämäkokemus kertoo kaikille, että tällaisen tuotteen käyttäjissä on myös avuttomia kuluttajia. Kun käytännön seuraukset paljastuvat vuosien kuluttua muillekin kuin kuluttajaviranomaisille, tarvitaan hyviä ideoita. Ja kas kummaa, elinkeinoelämän eräiden toimijoiden puolelta nousee tärkeimpänä ratkaisuehdotuksena kaikkien kuluttajien velkojen ja maksutottomusten rekisteröinti. Tekstiviestiluottomääräänsä kasvattavien kuluttajien ahdingon läheltä näkevät ovat myös tarttuneet luottojen rekisteröintiin ensiapuna. Sen ymmärrän, koska vastuullinen luotonanto tuntuu liian usein olevan tavoittamattomissa. Olisiko mahdollista, että kaikkia tuotteita mitä tarvitaan ja halutaan, ei pitäisi olla tarjolla? Olisiko mahdollista, että harkiten riskin ottanut yrittäjä myös vastaisi itse seurauksista eivätkä ne levittyisi meidän kaikkien maksettavaksi?

Mutta toisaalta, nythän pitää ajatella nimenomaan yhteisöllisesti. Yhteisöllisyyden nimissä ei pidä tinkiä aiemmista kulutustottumuksistaan, koska vain siten voimme kaikki tuota pikaa paremmin. Mainosten viesti tukee kyllä ostamista ja kuluttamista, mutta tuo yhteisöllisyys tuntuu jäävän taka-alalle. Joulun aikaan viestinä oli ”osta itsellesi mitä haluaisit muiden ostavan sinulle”. Uutuus-suklaata on tänään syytä ostaa itselleen, koska kellepä muulle sitä kannattaisi antaa. Mutta jos pitää ajatella itseään ja omaa hyvinvointiaan, niin kannattaako kuitenkin kuluttaa mahdollista lomautusta odotellessa? Jos taas ostan ja kulutan, torjuntako muidenkin lomautuksen? Kyllä kuluttajan elämä on vaikeaa: tässä tarvitaan koulutusta!

Anja Peltonen
Johtaja

Henkilöllisyyden sähköinen todistaminen lähtökuopissa

Vahvaa sähköistä tunnistamista koskevan lain valmistelu etenee. Hienosäädön lisäksi työssä tulisi ottaa vakavaan pohdintaan tunnistamisvälineen väärinkäyttötilanteista kuluttajalle aiheutuvien kustannusten omavastuuraja.

Liikenne- ja viestintäministeriössä valmistellaan parhaillaan lakiesitystä vahvasta sähköisestä tunnistamisesta ja sähköisistä allekirjoituksista. Ehdotetun lain tarkoituksena on lisätä tunnistamispalveluiden tarjontaa ja luoda toiminnalle puitteet perussäännösten avulla. Vahvaa tunnistusta tarvitaan kaikenlaiseen sähköiseen asiointiin, jossa kuluttajan oikeusturva on välttämätöntä taata. Esimerkiksi mobiililaitteisiin, kuten matkapuhelimiin, ollaan parhaillaan kehittämässä tunnistamisjärjestelmää.

Kuluttajan kannalta lainsäädäntötyön eteneminen on tervetullutta. Asiakkaan varma tunnistaminen on niin yrityksen kuin kuluttajankin etu, ja sähköisten palveluiden käytön voidaan uskoa lisääntyvän, kun järjestelmiin voidaan luottaa. Kuluttajavirasto on kuitenkin kiinnittänyt lakiesityksessä huomiota siihen, ettei perusteluissa kiinnitetä huomiota yrityksen velvollisuuteen rakentaa jo ennen toimintansa aloittamista järjestelmää sopijapuolten henkilöllisyyden varmistamiseen. Toiminnassa, kuten verkko-kaupassa, on esimerkiksi pystyttävä varmistamaan, etteivät alaikäiset pysty tekemään muita kuin vain heille mahdollisia ostoksia.

Myös tietojen antamiseen liittyvissä säännöksissä on vielä epäselvyyttä. Tunnistamista tarjoavalta yritykseltä edellytetään aktiivisia toimenpiteitä, joilla varmistetaan, että kuluttaja saa tarvittavat tiedot tunnistamisvälineen käyttöehdoista ja mahdollisista rajoituksista. Aktiivisia toimia ei kuitenkaan määritellä käytännön tasolla.

Ensitunnistamisen luotettavuus on olennaista, joten on hyvä, että lakiesityksessäkin siihen kiinnitetään erityistä huomiota. Tunnistamispalvelua tarjoavan yrityksen olisikin esityksen mukaan satsattava henkilöstön asiantuntemukseen sähköisen tunnistamisen teknisistä seikoista ja tietoturvasta. Kyseessä on kuluttajan oikeusturvan kannalta tärkeä oikeustoimi, joten myyjän on todella tunnettava vastuunsa ja velvollisuutensa.

Omavastuu 150 euroa, jos sähköhenkkaria on käytetty väärin?

Samaan aikaan kun tunnistamista koskevaa lakia sorvataan, on oikeusministeriössä työn alla maksupalveludirektiivin täytäntöönpano. Siinä kuluttajan vastuu siitä, että joku on käyttänyt oikeudettomasti hänen maksupalvelussa käyttämänsä välinettä, rajoittuu pääsääntöisesti maksimissaan 150 euroon. Lähtökohtana on, että kuluttajan vastuu esimerkiksi väriin käsiin joutuneen maksukortin oikeudettomasta käytöstä olisi mainittua summaa suurempi vain, jos kuluttaja on menetellyt tahallisesti tai törkeän huolimattomasti. Nykyisin kuluttajan vastuulla maksu- tai luottovälineen oikeudettomasta käytöstä ei ole ennalta säädettyä ylärajaa, jos kuluttajan katsotaan menetelleen huolimattomasti. Uusi vastuunrajoitus on merkittävä parannus kuluttajansuojaan.

Tällaista vastuunrajoitusta ei kuitenkaan mainita tunnistamiseen liittyvässä esityksessä, vaikka tunnistamisvälineiden oikeudeton käyttö mahdollistaa aivan samaan tapaan myös rahallisen menetyksen. Tällaisia tilanteita varten 150 euron raja olisi hyvin mahdollista säätää. Asian jatkovalmistelussa tulisikin lähteä siitä, että säännökset kuluttajan vastuusta muutettaisiin täysin vastaamaan maksupalveludirektiivistä ilmeneviä periaatteita sekä maksupalvelulakiin ehdotettua sääntelyä. Kuluttajan suojan tulisi olla samantasoinen riippumatta siitä, onko kyse maksu- tai luottokortin, viestintävälineen vai sähköisen tunnistamisen välineen oikeudettomasta käytöstä.

Luottojen ongelmia ratkottava laaja-alaisesti

Oikeusministeriön työryhmän mietintö pikaluottoihin liittyvien ongelmien ratkaisemisesta on pikaluottojen osalta oikea, mutta koko luottomarkkinoita ajatellen vähän tarjoava. Onneksi lokakuussa asetetulta kulutusluottotyöryhmältä voidaan odottaa myös kannanottoja vastuullisen luotonannon edistämisestä.

Oikeusministeriön työryhmä on laatinut mietinnön työstään, jonka tavoitteena oli poistaa pikaluottojen tarjonnassa esiintyneitä ongelmia ja epäkohtia. Lopputuloksena kuluttajansuojalain 7 lukua muutettaisiin siten, että myös pieniä ja lyhytaikaisia luottoja markkinoitaessa olisi ilmoitettava luoton todellinen vuosikorko. Lisäksi lukuun lisättäisiin säännös luotonantajan velvollisuudesta todentaa lainanhakijan henkilöllisyys huolellisesti sekä säännös, jolla kiellettäisiin illalla tai yöllä haetun lainan antaminen kuluttajan käyttöön välittömästi.

Pieniä muutoksia esitetään myös rikoslakiin ja perintälakiin. Merkittävänä ja velallisen asemaa käytännössä parantavana seikkana on työryhmäehdotuksen esitys korkolain muuttamiseksi siten, että velkojan oikeutta periä lakisääteistä viivästyskorkoa korkeampaa korkoa rajoitettaisiin ajallisesti.

Vastuullisuuden vaatiminen pienentäisi myös yhteiskunnan kuluja

Työryhmä ei esitä keinoja pikaluotoista yhteiskunnalle aiheutuvien kustannusten pienentämiseen. Muutamien satojen eurojen pikaluotot työllistävät virkamieskoneistoa erittäin paljon (paikallinen hyvinvointi, sosiaalinen luototus, sosiaaliapu, velkaneuvonta, velkajärjestelyt, tuomioistuinprosessit, ym.) Yritykset jättävät vastuun ongelmista kuluttajalle ja lieveilmiöiden kustannukset yhteiskunnan maksettaviksi. Pikavipeistä onkin tullut yhteiskunnalle kallis tuote. Jo tästäkin syystä todellisia keinoja edistää vastuullisempaa luotonantoa kaivataan ja odotukset kohdistuvat nyt kulutusluottotyöryhmään.

Voidaan kysyä, onko tarvetta kiihdyttää tai ruokkia luottomarkkinoita loputtomiin. Luottojen helpon saatavuuden ei tulisi olla keskeinen kysymys, vaan vahinkoja tai epäkohtia ehkäisevien ennakollisten toimenpiteiden.

Vastuullisempi luotonanto torjuu tulevaisuuden finanssi-kriisejä?

OECD on laatinut joulukuussa strategian ratkomaan kansainvälistä finanssikriisiä. Kriisinhallinnassa korostetaan mm. ympäristöystävällisten ratkaisujen tärkeyttä ja varoitetaan valtioita sortumasta protektionismiin laman torjunnassa. Taloutta, kilpailua ja hallintoa sekä kestävää, pitkäjänteistä talouskasvua edistämään on koottu keinoja suosituksista seurantaan. Kuluttajan aseman vahvistaminen on yksi toimenpide, jolla taloutta luotsataan väljemmille vesille.

Kuluttajatasolla vaaditaan tiedon lisäämistä: kuluttajille on jatkossa tarjottava enemmän ja laadukkaampaa tietoa esimerkiksi lainoista, jotta he osaavat tehdä oman taloutensa kannalta järkeviä päätöksiä. Rahalaitosten ja väliportaiden rooli kuluttajien suojelussa nähdään keskeisenä ja sitä aiotaan selvittää mm. tiedonantamiseen liittyvien eturistiriitojen näkökulmasta.

Talouskasvatuksen lisäksi tarvitaan OECD:n mukaan niin sääntelyä kuin yhteisten, markkinointia koskevien menettelytapojen vahvistamista. Järjestö aikoo mm. laatia yhtenä nopeana toimenpiteenä raportin asioista, jotka kuluttajaviranomaisten tulisi ottaa huomioon kehittäessään tapoja lisätä kuluttajien tietämystä talousasioista ja luotoista. Kuluttajien tietämyksen lisääminen nähdään yhtenä turvakeinona estää viimekuukausien kaltaiseen taloustilanteeseen ajautuminen tulevaisuudessa. Esimerkiksi käyttäytymistieteiden näkökulmaa ja rahoitustuotteiden monimutkaista luonnetta tulisi painottaa kun etsitään keinoja auttaa kuluttajien päätöksentekoa.

Tekijänoikeuspulmiin kuluttajaystävällisiä ratkaisuja

Tekijänoikeuskysymykset ovat nousseet viime aikoina keskusteluun monella alueella. Kuluttajan kannalta näkymät ovat tällä hetkellä hyvät: valtioneuvosto päätti olla nostamatta ja laajentamatta yksityistä kopiointia hyvittäviä maksuja ja Apple ilmoitti tarjoavansa iTunes - verkkokauppansa musiikkia jatkossa ilman yksityistä kopiointia rajoittavia kopiosuojauksia.

Viime vuoden alussa Kuluttajavirasto ilmaisi huolensa siitä, ettei kuluttajan ääni tunnu kuuluvan tekijänoikeuslainsäädäntöä ja hallinnointia uudistettaessa. Tekijänoikeuslaissa määrätty hyvitysmaksujen (ent. kasettimaksujen) periminen on perustunut tekijänoikeudenhaltijoiden hyvittämiseen laillisen kotikopioinnin aiheuttamasta tulon vähentymisestä. Viime joulukuussa maksuista päätti ensi kertaa opetusministeriön sijaan valtioneuvosto. Tekijänoikeuslain muutoksen myötä myös Kuluttajavirasto osallistui hyvitysmaksua koskeviin neuvotteluihin. Maksuja päätettiin olla korottamatta ja laajentamatta maksuja uusiin tallennusvälineisiin. Maksun laajentaminen, esimerkiksi muistitikkuihin ja musiikkipuhelimiin, olisi merkinnyt kuluttajille tuntuvaa lisälaskua. Tällaiset tekijänoikeuden haltijoiden ehdottamat laajennukset eivät kuitenkaan saaneet valtioneuvoston tukea.

Jatkossa lienee syytä tarkastella koko hyvitysmaksujärjestelmän perusteita huomioon ottaen muun muassa sen, että kuluttajien tosiasialliset mahdollisuudet kotikopiointiin ovat jatkuvasti kaventuneet teknisten suojausten käytön myötä. Suomen tekijänoikeuslaki kieltää teknisten suojausten kiertämisen ja kappaleiden kotikopioinnin teoksista, joiden suojaus on kierretty. Jos laki kieltää kotikopioinnin, ei kotikopioinnin hyvittämiselle ole perustetta. Hyvitysmaksujärjestelmän perusteita pohditaan myös kansainvälisellä tasolla. Euroopan yhteisöjen tuomioistuin tulee ottamaan kantaa yksityisen kopioinnin hyvitysmaksuihin. Taustalla on espanjalaisen tuomioistuimen sille tekemä ennakkoratkaisupyyntö tietoyhteiskunnan tekijänoikeusdirektiivin tulkinnasta. Kuluttajavirasto tulee seuraamaan asian käsitelyä.

Verkkopiratismin kitkentää ei yksin kuluttajan harteille

Opetusministeriö kokosi viime keväänä laajan työryhmän pohtimaan laittomaan verkkolataamiseen ja verkkoaineistojen laittomaan jakeluun liittyviä ongelmia ja mahdollisia lainmuutostarpeita. Kuluttajavirasto oli kutsuttu mukaan keskusteluihin. Kuluttajavirasto toi esiin näkemyksensä, että painopisteen verkkopiratismin torjumisessa tulisi olla pehmeissä keinoissa, kuten kuluttajien valistamisessa ja ohjeistamisessa.

Keskusteluissa esitettiin tekijänoikeuden haltijoiden puolelta järeitäkin toimia ongelmaan puuttumiseksi, kuten laajakaistayhteyksien katkaisemista sellaisilta kotitalouksilta, joiden nimissä olevista liittymistä levitetään aineistoja laittomasti. Kuluttajavirasto ei kannata tällaisia toimia. Erityisesti ehdotus laajakaistayhteyksien rajoittamisesta on ristiriidassa monien tietoyhteiskunnan edistämistä koskevien hankkeiden kanssa ja jättää huomioimatta sen, että kuluttajat käyttävät yhteyksiä lukuisten laillisten palveluiden käyttämiseen, kuten verkkopankkiasiointiin.

Kuluttajan rooli tekijänoikeusasioissa on puhuttanut myös kansallista IPR-strategian ohjausryhmää. Työ- ja elinkeinoministeriön vetämä työryhmä toteaa tuoreessa raportissaan, että siinä missä tekijänoikeudet koskivat ennen lähinnä yrityksiä, on tekninen kehitys tuonut kysymykset tärkeiksi myös kuluttajille. Kuluttajalla on digitaalisen teknologian myötä käytettävissään musiikin sekä kirjallisten ja audiovisuaalisten teosten tuotanto- ja jakelujärjestelmä. Lisäksi yksityishenkilöt luovat itse omia sisältöjä, myös julkiseen jakeluun.

Tapaus iTunes

Asiakkaiden valinnanvapauden ja kilpailun kannalta pidettiin ongelmallisena sitä, että Applen iTunes Storesta ostettavissa oleva musiikki oli suojattu sellaisin teknisin suojauksin, että sitä ei ollut mahdollista käyttää kuin Applen omissa iPod-soittimissa. Kuluttajilla ei ollut mahdollisuutta tehdä iTunesista ostamistaan musiikkikappaleista esimerkiksi laillisia varmuuskopioita, koska tekniset suojaukset estivät tämän. Kuluttajavirasto neuvotteli asiasta Applen/iTunesin kanssa tehden asiassa yhteistyötä myös

muiden Euroopan viranomaisten kanssa. Norjassa kysymystä oltiin jo viemässä markkinaoikeuteen, kun Apple vuoden 2008 lopulla ilmoitti vapauttavansa kiistellyn kopiosuojauksen. Asia ratkesi siten kuluttajien valinnanvapauden kannalta myönteisellä tavalla ja on yksi signaali siitä, että kuluttajille on syytä jatkossakin tarjota aineistoja, joiden laillista käyttöä ei ole tarpeettomasti rajoitettu.

Lue lisää

Opetusministeriön tiedote luovien sisältöjen verkkokaupasta (18.11.2008):

<http://www.minedu.fi/OPM/Tiedotteet/2008/11/toimialakeskustelut.html>

Opetusministeriön tiedote hyvitysmaksuista (18.12.2008)

<http://www.minedu.fi/OPM/Tiedotteet/2008/12/hyvitysmaksu09.html?lang=fi>

Työryhmän raportti (IPR tehokkaaseen käyttöön! Aineksia teollis- ja tekijänoikeuksien strategiaan, TEM:n julkaisuja 37/2008) löytyy TEM:n verkkosivuilta osoitteesta: www.tem.fi/julkaisut
[<http://www.tem.fi>]

Aikaisemmat aku-jutut aiheesta**Lakiviittaukset**

Tekijänoikeuslaki

Euroopan yhteisöjen tuomioistuin, asia C-467/08

Tietoyhteiskunnan tekijänoikeusdirektiivi (2001/29/EY)

”Kuluttajan pyynnöstä” – kuka pyytää ja mitä?

Voiko vakuutuksia kauppaava puhelinmyyjä ehdottaa, että kuluttaja pyytää sopimuksen solmimista näkemättä sopimusehtoja? Yleensä sopimusehdot on toimitettava ennen sopimuksen lopullista solmimista, mutta rahoituspalveluiden kohdalla lain poikkeussääntö aiheutti päänvaihava vakuutusvalvonnalle.

Vakuutuksia myytiin kuluttajille puhelimitse. Kuluttajalle kerrottiin, että mikäli hän pyytää, voidaan vakuutus laittaa voimaan välittömästi ja lähettää sopimusehdot kotiin jälkikäteen. Yritys katsoi voitavansa toimia näin, mikäli kuluttaja antaa luvan. Kuluttajavirasto totesi, ettei käytäntö ole linjassa rahoituspalveluiden etämyyntiä koskevan lainsäädännön kanssa. Oikeutusta poikkeukselliseen toimintatapaan eivät määrittäneet kuluttajan tarve ja toive, vaan yrityksen markkinointipyrkimys. Rahoituspalveluiden, kuten vakuutusten, luottojen ja arvopapereiden, etämyyntiä säädellään kuluttajansuojalaissa omassa luvussaan. Koska tuotteet ovat usein abstrakteja palveluita, lainkohdassa lähdetään siitä, että ennakkotiedot ja sopimusehdot on annettava kuluttajalle hyvissä ajoin ennen sopimuksen solmimista. Tästä perussäännöstä on kuitenkin mainittu poikkeus, jonka mukaan tiedot ja sopimusehdot voi toimittaa jälkikäteen ”jos sopimus tehdään kuluttajan pyynnöstä” esimerkiksi puhelimitse tai muulla välineellä, jolla ehtojen toimittaminen ennakkoon ei ole mahdollista. Vakuutusvalvontavirasto tiedusteli Kuluttajaviraston kantaa siihen, voidaanko markkinointi perustaa tähän siten, että kuluttajalta tiedustellaan pyyntöä.

Pyyntö on oma-aloitteinen teko

Kyseinen poikkeussääntö on laadittu vain erityistilanteita varten. Tällainen erityistilanne voisi olla esimerkiksi se, että asiakas tarvitsee vakuutuksen, joka tulee voimaan välittömästi ja pyytää palvelua puhelimitse. Kyse on siis kuluttajan yksilöllisestä ja akuutista tarpeesta, jonka perusteella hän oma-aloitteisesti pyytää saada sopimuksen voimaan vain puhelimitse saatujen tietojen pohjalta. Sen sijaan tällainen menettely ei voi olla yleinen toimintatapa, jolla palveluita tarjotaan kuluttajille. Jos tarkoituksena olisi ollut sallia markkinalähtöinen toiminta kuluttajan suostumuksella, olisi lainkohdasta muotoiltu eri tavoin. Nyt kyseessä on nimenomaan kuluttajalle annettu mahdollisuus poikkeukselliseen sopimuskäytökseen eikä yritykselle annettu oikeus poiketa pääsäännöstä.

Tapauksessa sovelletut lainkohdat:
Kuluttajansuojalaki 6 a:11§ 2 mom.
Hallituksen esitys 122/2004 vp
Kuluttajansuojalaki 6:14§

Finanssivalvonta ja Vakuutus- ja rahoitusneuvonta aloittivat

Vakuutusvalvontavirasto ja Rahoitustarkastus yhdistyivät vuoden vaihteessa Finanssivalvonnaksi (Fiva). Viraston valvonnassa ovat mm. pankit, vakuutus- ja eläkeyhtiöt sekä muut vakuutusalaalla toimivat, sijoituspalveluyritykset, rahastoyhtiöt ja pörssi. Samaan aikaan aloitti myös uusi Vakuutus- ja rahoitusneuvonta (FINE), joka yhdistää Kuluttajien vakuutustoimiston, Pankkialan Asiakasneuvontatoimiston ja Arvopaperilautakunnan neuvonnan. Uusi yhdistetty toimisto, neuvoo ja opastaa asiakkaita pankki-, vakuutus- ja arvopaperiasioissa.

Jätevesijärjestelmän markkinointi haiskahti

Kunnallistekniikan ulkopuolella asuvien postiluukkuihin kolahteli tietoa jätevesijärjestelmiä koskevan lain muuttumisesta. Viranomaistiedotteelta näyttävä aviisi paljastui kuitenkin lähemmässä tarkastelussa Ecolator Oy – nimisen yrityksen mainokseksi. ”Lain vaatimiksi” mainostettujen jätevesikartoitusten yhteydessä kuluttajien kotona myös kaupattiin yrityksen tuotteita ilman asianmukaista kotimyyntiasiakirjaa.

Ecolator Oy:n ”Tärkeä tiedotus tämän alueen asukkaille” –otsikolla varustettu kirje antoi vastaanottajalle helposti vaikutelman, että kyse olisi virallisuonteisesta, mahdollisesti kunnan ympäristöviranomaisten lähettämästä tiedotteesta alueen kiinteistön omistajille. Tätä vaikutelmaa tukivat myös maininnat ”alueella kiertävistä jätevesiasiantuntijoista” sekä viittaukset muuttuneisiin säännöksiin. Yrityksen nimi näkyi vain tiedotteen alareunassa.

Haja-asutusten jätevesiasetuksessa kiinteistön haltijaa edellytetään huolehtimaan siitä, että kiinteistöllä on selvitys olemassa olevasta jätevesijärjestelmästä ja sen käyttö- ja huolto-ohje. Selvityksen avulla arvioidaan, täyttyvätkö uuden lainsäädännön velvoitteet. Tämä selvitys voidaan tehdä esimerkiksi kunnan tai ympäristökeskuksen valmiille, maksuttomalle lomakkeelle.

Muuttuneisiin säännöksiin viittaaminen markkinoinnissa ei sinänsä ole kiellettyä, mutta Ecolator Oy:n tarjoamasta kartoituksesta ja sen kutumisesta ”lain vaatimaksi” syntyi kuluttajille epäselvä kuva uudistuneiden säännösten heille asettamista velvoitteista. Markkinointimateriaalista ei käynyt selvästi ilmi, että kyseessä oli kaupallisen palveluntarjoajan mainos. Mainos on aina tunnistettava mainokseksi jo lyhyelläkin vilkaisulla, joten yrityksen markkinointi katsottiin sopimattomaksi.

Kotimyyntiasiakirja unohtui

Kuluttajan kutsuttua yrityksen edustajan tekemään jätevesikartoitusta hänelle kaupattiin myös yrityksen jätevesijärjestelmää. Koska tilaisuus näin muuttui kotimyyntiksi, olisi yrityksen pitänyt antaa kuluttajalle kotimyyntiasiakirja jätevesijärjestelmää koskevan kauppasopimuksen allekirjoittamisen yhteydessä. Kotimyyntiasiakirjasta käy ilmi peruutusoikeus ja muita tärkeitä asioita, joita kuluttajan tulee saada tietoonsa kaupanteon yhteydessä. Kuluttaja voi vedota asiakirjan puuttumiseen vielä vuodenkin kuluttua, jos haluaa purkaa sopimuksen.

Yritystä huomautettiin myös vailla tosiasiapohjaa olevien ylisanojen ja väitteiden, kuten ”tutkitusti paras”, käytöstä markkinoinnissaan. Mainostajan on perustettava väitteensä todellisuuteen ja mitä ehdottomampi väite on, sitä varmemmin edellytetään näyttöä sen paikkansapitävyydestä. Yritys ilmoitti korjaavansa markkinointinsa epäkohdat ja ottaneensa käyttöön kotimyyntiasiakirjan.

KUV/7389/41/2008

Tapauksessa sovelletut lainkohdat:

kuluttajansuojalaki 2:1 §
kuluttajansuojalain 6 luvun 9 §:
kuluttajansuojalain 6 luvun 20 §
kuluttajansuojalain 11 luvun 1 §:
Kuluttajansuojalaki 2 luku 4 a §
Kuluttajansuojalaki 2 luku 1 a §:

Kuluttajalle tulossa oikeus vahingonkorvauksiin kilpailurikkomustilanteissa

Työ- ja elinkeinoministeriön Kilpailulaki 2010 -työryhmä esittää raportissaan, että kilpailunrajoituslakia tulisi uudistaa. Vahingonkorvausta kilpailurikkomuksista voisivat tulevaisuudessa hakea kärsineiden yritysten lisäksi myös kuluttajat.

Lain vahingonkorvaussäännöksen soveltamisalaa ehdotetaan laajennettavaksi niin, että jokaisella kilpailunrajoituksesta vahinkoa kärsineellä olisi oikeus korvaukseen. Esimerkiksi tilanteissa, jossa yritykset ovat syyllistyneet hintakartelliin, voivat voimassa olevan lain mukaan vahingonkorvausta kalliin hinnan perusteella hakea vain ostajayritykset. Työryhmä esittää, että vastaisuudessa korvausta voisivat hakea myös muut kuin elinkeinonharjoittajat, esimerkiksi kuluttajat.

Kuluttajanäkökulmasta uudistus on tervetullut. EY:n kilpailuoikeudessa myös luonnolliset henkilöt ovat jo lähtökohtaisesti voineet hakea vahingonkorvausta kilpailurikkomustilanteissa. Euroopan komissio julkaisi keväällä 2008 kilpailurikkomuksien vahingonkorvauksia käsittelevän valkoisen kirjan. Kirjaan on koottu joukko toimenpiteitä, joilla halutaan parantaa lainsäädännön tarjoamia edellytyksiä, jotta vahinkoa kärsineet voivat käyttää perustamissopimuksen mukaista oikeuttaan saada korvausta kaikista EY:n kilpailusääntöjen rikkomisesta johtuvista vahingoista.

Kanteennosto-oikeus on ensimmäinen askel

Kilpailun puutteiden aiheuttamat vahingot kohdistuvat kuluttajaan useimmiten epäsuorasti. Siksi on usein vaikeaa jäljittää ja todistaa se, että kilpailurikkomuksista on todella aiheutunut kuluttajalle vahinkoa. Pelkkä kanteennosto-oikeus ei myöskään yksin riitä. Kanteista ei ole juurikaan hyötyä niin kauan kuin kuluttajilla ei ole todellisia mahdollisuuksia saada kunnollisia vahingonkorvauksia. Mm. Pohjoismaiden ministerineuvosto on ajanut sitä, että voimavarojen turvaamiseksi kuluttajien nostamien kanteiden kustannukset pitäisi painaa mahdollisimman alhaisiksi. Ruotsissa kuluttajien pääsyä oikeuksiinsa kilpailurikkomustilanteissa on tehostettu sallimalla ryhmäkanteen nosto myös näissä kysymyksissä. Tuoreessa lakiehdotuksessa pyritään helpottamaan korvausten saamista mm. siten, että korvauksen vanhenemisajan laskemisen alkamisajankohtaa on selkeytetty ja toisaalta lain mukaista vanhentumisaikaa on pidennetty viidestä vuodesta kymmeneen vuoteen.

Nykyistä kilpailunrajoituslakia ehdotetaan nyt kumottavaksi ja korvattavaksi uudella lailla. Uuden lain nimi olisi kilpailulaki. Työryhmän näkemyksen mukaan kilpailulaki lain nimenä kuvastaa paremmin sitä, mitä lain säännöksillä tavoitellaan. Tavoitteena on terveen ja toimivan taloudellisen kilpailun turvaaminen vahingollisilta kilpailunrajoituksilta. Työryhmä ehdottaa vahingonkorvaussäännösten lisäksi muutoksia mm. yrityskauppavalvontaa koskeviin säännöksiin, kilpailunrajoitusasioissa noudatettavaan menettelyyn ja seuraamusjärjestelmää koskeviin säännöksiin.

Lue lisää aiheesta:

Kilpailulaki 2010 -mietintö

<http://www.tem.fi/files/21617/TEM4.pdf>

Kilpailurikkomukset syövät kuluttajan oikeuksia (Aku 9/2006)

<http://www.kuluttajavirasto.fi/Page/75acf3f0-ab2f-40fb-93e9-3473bec1ca51.aspx>

Kilpailunrajoituslain sallittava vahingonkorvaukset myös kuluttajille (Aku 1/2006)

<http://www.kuluttajavirasto.fi/Page/d335af80-2dc2-4c59-95cc-8ac38be7b418.aspx>

http://ec.europa.eu/competition/antitrust/actionsdamages/files_white_paper/whitepaper_fi.pdf

valkoinen kirja yhteisön kilpailuoikeuden rikkomisesta johtuvista vahingonkorvauskanteista

Pikavippaajalle kummia kulunkeja

Liiketoimintaan liittyviä kömmähdyksiä sattuu. Niistä koituvat kulut kuuluvat yrityksen vastuulle, mutta toisinaan virheistä tai lakipykälien tulkintaongelmista joutuu maksamaan asiakas. Kuluttajavirasto puuttui kahden pikavippejä tarjoavan yrityksen toimiin.

Pikaluottoa hakenut kuluttaja ei saanut luottoa, koska Netford Capital –yrityksestä haettu laina evättiin sen vuoksi, ettei hänen ilmoittamansa postiosoite täsmännyt yrityksen käyttämiin rekisteritietoihin. Henkilö oli kuitenkin huolehtinut osoitteensa asianmukaisesta ilmoittamisesta väestörekisteriin, jota yritys ilmoitti käyttävänsä tietolähteenään. Syynä kömmähdykseen oli se, että yritys oli käyttänyt päivittämättömiä rekisteritietoja. Yrityksen oma virhe aiheutti lainan epäämisen, mutta asiakas joutui maksamaan lainan hakemiseksi lähetetyn tekstiviestin. Yritys hyvitti asianmukaisesti viestin kulut asiakkaalle Kuluttajaviraston yhteydenoton jälkeen.

Tuplarangaistus maksuviivästyksestä

Toisessa tapauksessa kuluttaja oli maksanut pikaluottonsa Tammirahoitus Oy:lle takaisin myöhässä. Häneltä veloitettiin asiaankuuluvasti viivästyskorko sekä maksukehoitusmaksu. Samalla yritys myös sulki asiakastilin. Kuluttajan hakiessa samalta yritykseltä uutta lainaa ilmoitti yritys perivänsä vanhan maksuviivästyksen takia kymmenen euroa asiakastilin avaamisesta ja neljä luottotietojen tarkistamisesta.

Kuluttajaviraston näkemyksen mukaan luottotietojen tarkistaminen on osa rahoitustoimintaa ja siten sitä koskevat kulut tulee sisällyttää liiketoimintakuluihin, eikä niitä voi erikseen veloittaa kuluttajilta. Liiketoimintakulut vähennetään liiketoimintatuotoista. Myös asiakkuustilin avaaminen on liiketaloudellista toimintaa, ja siihen liittyvien kustannusten pitäisi sisältyä yleisiin liiketoimintakuluihin.

Kyseessä oli kertaluottosopimus, joka kuuluu luonteeltaan tavallisimpiin sopimustyyppeihin. Tämän vuoksi maksuviivästyseuraamusten pitää liittyä siihen lainasopimukseen, jonka maksuvelvollisuus on viivästynyt. Asiakkuustili liittyy uuteen lainasopimukseen. Jos edellisen lainan maksun laiminlyönnin takia peritään asiakkuustilin avaamisesta maksu, maksun periminen kytkeytyy edellisen lainan maksuviivästyksen. Kuluttajaa rangaistaan lain mukaisten seuraamusten lisäksi lisäseuraamuksella edellisen lainan maksuviivästyksen vuoksi. Menettely todettiin kuluttajaoikeuden, korkolain ja perintälain säännösten vastaiseksi. Yritys luopui asiakastilin avaamismaksusta. *KUV/1951/41/2008, KUV/8099/42/2007*

Tapauksissa sovelletut lainkohdat

KSL 3 luvun 1 §

Korkolaki 4 §

Laki saatavien perinnästä 10 §, 10 a § ja 10 b §.

Verkkokauppaa huterin perustiedoin

Kaupankäynti verkossa lisääntyy, ja kuluttajat uskaltavat jo tilata verkosta yhtä ja toista. Toisinaan pettymys on kuitenkin suuri, kun näyttävästi markkinoidut sivut onnahtelevat perusasioissa.

Homeenter Oy kutsui verkossa liittymään viihdeklubeihin: musiclubiin, filmclubiin tai vaikkapa lasten leffakerhoon. Moni kuluttaja jäi kuitenkin kaipaamaan tarkempaa tietoa ja ihmettelemään yrityksen toimintatapoja. Kuluttajavirasto sai yrityksestä lukuisia ilmoituksia. Kun yrityksen sivustoa ryhdyttiin tarkastelemaan, havaittiin mm. että yrityksen yhteystiedot puuttuivat, sopimusehdot oli esitetty epäselvästi, vähimmäisostovelvoitteen arvo puuttui ja palautusoikeus oli liian lyhyt. Myös hinnat oli pilkottu: esimerkiksi toimituskulut pitäisi aina sisällyttää tuotteen hintaan, jos ne ovat vakioidut.

Myös ”tyytyväisyystakuu” –termin käyttöä kritisoitiin, sillä se ei taannut kuluttajalle lakia parempia oikeuksia. Ongelmalistaan sisältyi myös harhaanjohtava suoramarkkinointi, markkinointiarpaisten maksuttoman osallistumisvaihtoehdon puuttuminen sekä se, ettei alaikäisen asemaa sopimuskumppanina huomioitu. Kaiken lisäksi sähköisen suoramarkkinoinnin hyväksymisessä oli verkkolomakkeessa valmis rasti.

Kuluttajavirasto otti yhteyttä yritykseen. Sivuston puutteita korjattiin ja suurin osa saatiinkin kuntoon. Yrityksen kannalta perusasioiden tarkistaminen etukäteen kannattaa. Kuluttajien oikeuksien unohtaminen ei anna kuvaa vastuunsa tuntevasta, luotettavasta yrityksestä. Kuluttajaviraston verkkokauppiin oppaasta yritys voi tarkistaa, että virtuaaliputiikissa on raamit suorassa. Viraston sivuilta löytyy myös tietoa markkinointiarpaisten säännöistä ja muista kuluttajille suunnatun markkinoinnin perusasioista. *KUV/3341/41/2007*

Lisätietoa Kuluttajaviraston www-sivuilta

Linjaus: verkkokaupan perustaminen

Yhteislinjaus Asiakkuusmarkkinointiliiton kanssa: Verkkokauppiin muistilista

Tietoa yrityksille markkinoinnista ja mainonnasta

Tapauksessa sovelletut lainkohdat

Tietoyhteiskunnan palveluiden tarjoamisesta annettu laki 7 §

Kuluttajansuojalaki 6 luku 13 § ja 14 §

Kuluttajansuojalaki 2 luku 4 §, 1a §, 4b §, 5§, 2§

Hintamerkintäasetus 2 §, 3§, 4§

Kuluttajansuojalaki 5 luku 12 §, 16§

Sähköisen viestinnän tietosuojalaki 7 luku 26 §

www.finlex.fi

Kehno sijoitustuote oikeuttaa korvauksiin Norjassa

Monimutkaisen sijoitustuotteen tuotto-odotus oli jo myyntihetkellä niin huono, että Norjan pankkilautakunta katsoi sen markkinoinnin kuluttajille olleen hyvän pankkitavan vastaista. DnB Norja joutui korvaamaan kuluttajien menetykset.

Norjan pankki- ja sijoitusvalituksia käsittelevä lautakunta, Bankklagenemnda, on ratkaissut lainalla rahoitettavien indeksiobligatiosijoitusten markkinointia koskevan riidan kuluttajan hyväksi. Kuluttaja otti yhteyttä lautakuntaan menetettyään lähes 300 000 kruunua DnB NOR -yhtiön strukturoituihin sijoitustuotteisiin. DnB Norja on yksi Pohjoismaiden johtavista pankki-, rahoitus- ja vakuutuskonserneista.

Lautakunta totesi, että yritys toimi hyvän pankkitavan vastaisesti markkinoidessaan kuluttajille tuotteita, joiden tuotto-odotusten oli voitu jo myyntihetkellä olettaa olevan huonot. Lautakunnan enemmistö katsoi näin ollen, ettei säästösopimus eikä sijoitukseen liittyvä laina sido kuluttajaa ja tämän tulee saada hyvitys korkoina ja kuluina menettämistään rahoista.

Norjan kuluttaja-asiamies katsoo, että päätös on merkittävä ennakkotapaus siitä huolimatta, että pankkilautakunta antaa vain suosituksia. DnB NOR lopetti strukturoitujen säästötuotteiden myynnin viime keväänä ja on korvannut kuluttajille näiden menetykset. Kuluttaja-asiamies odottaa nyt, että muutkin norjalaiset pankit ryhtyvät maksamaan korvauksia samanlaisiin sijoitustuotteisiin rahansa hävinneille kuluttajille. Yhteensä arvioidaan norjalaisten pankkiasiakkaiden menettäneen n. 14 miljardia kruunua tällaisiin sijoituksiin.

Lue lisää:

http://forbrukerportalen.no/Artikler/2009/bankene_ma_betale_tilbake_milliardbelop

Tarjouskampanjan karikot kierrettävissä

Kun hulpean tarjouskampanjan innostama kuluttaja toteaa tarjolla olevan enää eioota, ei tilanne yleensä mairittele yritystä. Inhimillisiä virheitä sattuu ja oikein hoidettuna tilanteen ymmärtää myös kuluttaja.

Kuluttajavirasto sai kaksi ilmoitusta lentoyhtiö Blue 1:n tarjouskampanjoinnista. Molemmat ilmoittajat tekivät samansuuntaiset väitteet siitä, että tarjouskampanjan aikana ei ollut saatavissa luvattuja edullisia tarjouslentoja.

Ensimmäisessä tapauksessa Sveitsissä asuvalle kuluttajalle lähetettiin erehdyksessä Helsinki – Zürich –lentoja markkinoiva, Suomen markkinoille tarkoitettu tarjous. Kun kuluttaja ryhtyi tilaamaan matkaa Sveitsistä käsin, ei tarjoushintaa löytynytäkään. Kuluttajan otettua yhteyttä yrityksen asiakaspalveluun virhe havaittiin ja kuluttajalle tarjottiin mahdollisuus varata lento tarjouksessa ilmoitetulla hinnalla.

Markkinoinnissa pitää olla huolellinen, ja tässä tapauksessa oli virhe lähettää mainos väärään kohde-ryhmään kuuluvalle asiakkaalle. Markkinointi oli näin harhaanjohtavaa. Kyseessä ei kuitenkaan ollut niinkään väärä toimintatapa kuin inhimillinen virhe, jonka yritys hyvitti riittävällä tavalla. Kuluttajavirasto ei katsonut aiheelliseksi huomauttaa yritystä.

Toisessa tapauksessa kuluttaja suivaantui, sillä hän ei saanut varattua tarjoushintaista lentoa kampanjan ensimmäisenä päivänä. Ilmoituksessaan Kuluttajavirastolle hän arveli, ettei lentoja lainkaan ollut saatavissa. Kuluttajaviraston otettua yhteyttä yritykseen, se pystyi todistamaan myyneensä ensimmäisenä päivänä jo lähes 80 tarjoushintaista lentoa. Lentoja oli näin ollen todistetusti ensimmäisenä kampanjapäivänä myynnissä, joten kuluttajan ilmoitus katsottiin aiheettomaksi. *KUV/9688/41/2008, KUV/9749/41/2008*

Tapauksissa sovelletut lainkohdat:

KSL 2:6 §

Yrityksille apuväline tarjouskampanjointiin

Kuluttajavirasto on laatinut yrityksille apuvälineen kuluttajille suunnattujen tarjouskampanjojen suunnitteluun. Tarjouskampanja-työkalun avulla yritys voi tarkastella kampanjaansa jo etukäteen kuluttajan näkökulmasta ja varautua ongelmatilanteiden hoitoon. Onnistunut tarjouskampanja lisää myyntiä ja asiakastyytyväisyyttä.

Tutustu tarjouskampanja-apuriin

<http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/Tarjouskampanjat>

Lue lisää:

Kuluttajaviraston linjaus: Markkinoinnin virhetilanteet

<http://www.kuluttajavirasto.fi/File/7ee328a1-4fef-4abb-9894-89b6d5075390/Markkinoinnin+virhetilanteet.pdf>

Verkkolasku pian arkipäivää

Sähköisen laskutuksen työryhmä on pohtinut keinoja, joilla verkkolaskujen käyttöönottoa voitaisiin edistää. Kuluttajalle tärkeintä on luotettavuus ja helppokäyttöisyys.

Kuluttajien into siirtyä verkkolaskutukseen riippuu siitä, miten turvalliseksi ja helpoksi verkkolaskujen maksaminen koetaan. Verkkolaskutusjärjestelmän ylläpitäjän on huolehdittava siitä, että järjestelmä toimii luotettavasti. Yrityksillä pitää myös olla asianmukaiset menettelytavat virhetilanteiden hoitamiseen.

Kuluttajien on myös koettava, että verkkolaskusta on heille hyötyä. Jos hyötyä halutaan tuoda esiin hinnoittelun kautta, se on tehtävä antamalla verkkolaskun käyttäjälle alennus, ei nostamalla paperilaskun hintaa. Paperilasku on edelleen tavanomainen laskutustapa, joten sen lähettämisestä ei voi periä erillistä laskutuslisää.

Liikenne- ja viestintäministerin asettaman työryhmän tehtävänä oli arvioida sähköisen laskutukseen siirtymisen keskeiset ongelmat, eri toimijoiden roolit sekä tehdä tarvittavat esitykset ongelmien ratkaisemiseksi. Työryhmä sai myös tehtäväkseen esittää toimenpiteitä sähköiseen laskutukseen siirtymisen varmistamiseksi, mukaan lukien mahdolliset lainsäädäntötoimenpiteet. Lisäksi työryhmän tuli seurata kansainvälistä kehitystä. Kuluttajavirasto on tuonut työryhmässä esiin kuluttajien näkökulmaa.

Lue lisää:

Kuluttajat tarvitsevat luotettavan ja helppokäyttöisen verkkolaskun (Kuvien tiedote 30.1.2009)

Lisätietoa:

Arjen tietoyhteiskunnan neuvottelukunta



Kuluttajaviraston tehtävänä on kuluttajan aseman turvaaminen ja vahvistaminen. Kuluttajaviraston ylijohtaja toimii myös kuluttaja-asiamiehenä ja virastossa hoidetaan kuluttaja-asiamiehelle kuuluvat tehtävät.

Kuluttaja-asiamiehen tehtävä on valvoa ja kehittää kuluttajan oikeusasemaa markkinoilla ja varmistaa, että markkinointia ja sopimusehtoja koskevia pelisääntöjä noudatetaan. Myös takaukseen ja kuluttajaperintään liittyvät asiat kuuluvat kuluttaja-asiamiehen toimivaltaan. Lisäksi kuluttaja-asiamies voi avustaa kuluttajia oikeudessa.

Lisätietoa: www.kuluttajavirasto.fi



AJANKOHTAISTA KULUTTAJAOIKEUDESTA

***Tilaa verkkolehti tuoreena sähköpostiisi osoitteesta:
www.kuluttajaoikeus.fi***

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

Ajankohtaiskatsaustamme seuraamalla pysyt ajan tasalla

- kuluttajan aseman edistämisestä
- Kuluttajaviraston /kuluttaja-asiamiehen kannanotoista ja ratkaisuksista
- vireillä olevista lainsäädäntöhankkeista
- kuluttajaoikeuden kansainvälisistä virtauksista