

# Ajankohtaista KULUTTAJAOIKEUDESTA

27.4.2010

3/10

## Pääkirjoitus

Finnairin noudatettava tuhkakriisissäkin EU:n ylivarausasetusta

## Artikkelit

Elintarvikemainonta lapsille kaipaa ryhtiä.....	3
Velkajärjestelylain uudistus etenee .....	4
Liittymä on haastava tuote puhelinmyyjälle .....	5
Rahatuotteiden markkinoinnissa perusvirheitä.....	6
Asiakassuhde puntarissa .....	7
Seksimessujen ulkomainonta liikaa lasten silmille .....	8
Maksullinen suoramarkkinoinnin kieltopalvelu lopetettiin .....	9
Suorituskyvyttömyysvakuus syytä asettaa ennen rakennusprojektiin ryhtymistä .....	10
Asuntokauppoihin tukea uudesta isännöitsijätodistuksesta .....	11
Pikalainat ruotuun lainmuutoksella.....	13
Komission direktiiviehdotus kuluttajien oikeuksista ei saa Suomelta tukea .....	14

## Toimitus

Vastaava päätoimittaja: Anja Peltonen Toimittajat: Marita Seitsalo, Laura Salmi, Maija Puomila  
Sähköposti: [uutiskirje@kuluttajavirasto.fi](mailto:uutiskirje@kuluttajavirasto.fi) Arkisto ja tilaus: <http://www.kuluttajaoikeus.fi> ISSN 1796-5497

[Pääkirjoitus]

## **Finnairin noudatettava tuhkakriisissäkin EU:n ylivarausasetusta**

EU edellyttää jäsenvaltioiden valvontaviranomaisilta tehokasta säännösten täytäntöönpanoa. Tämä näkyi myös tuhkakriisissä. Komission lähtökohta oli ja on, että ylivarausasetusta sovelletaan sen sanamuodon mukaan – asetus on laadittukin erityistilanteisiin – ja että valvojien on oltava valppaina estämään kuluttajien johtaminen harhaan, kun on kysymys heidän lakisääteisistä oikeuksistaan.

Suomessa laitoimme nettisivuillemme ensimmäiset ohjeet heti perjantaina 16.4.2010. Finnair kieltäytyi toimimasta ylivarausasetuksen mukaan. Yhtiö otti jopa käyttöön vastuuvapauslomakkeen, jonka käytön lopettamista edellytimme välittömästi. Lentotilan avauduttua Finnair ilmoitti, että se oli valmis soveltamaan ylivarausasetusta.

Tuhkapilvi osui myös omalle kohdalleni. Kun matkustin bussilla Pariisista Tukholmaan, kuulin monen matkalaisen tarinan. Oli selviö, että kuluttajat halusivat mieluummin nopeasti kotiin kuin odottamaan lentojen uudelleenreititystä ja siihen liittyvän huolenpitovelvollisuuden toteutumista. Kyse ei ollut siitä, että matkustajat olisivat väkisin hinkuneet hotelliöitä kenen tahansa ulkopuolisen kustannuksella. Matkustajat odottivat ennen kaikkea viestiä, toimintaohjeita, yhteydenottoa. Kaikki toimijat eivät tässä yhteydenpidossa onnistuneet. Matkustajien omatoimisuus ja toistensa tukeminen oli kuitenkin upeaa.

Kuluttajien omatoimisuudesta huolimatta oli tilanteita, joissa matkustajat eivät kyenneet itse järjestämään kotimatkaansa. Silloin on kohtuullista, että huolenpitovelvollisuus täytetään. Finnairin kanssa käytävissä neuvotteluissa pohditaankin sitä, mikä on huolenpitovelvoitteen konkreettinen sisältö ja mihin asti se ulottuu.

Nyt komissio seuraa, miten kukin valvontaviranomainen on asian hoitanut, ovatko kuluttajat päässeet oikeuksiinsa. EU haluaa ylipäättään varmistaa, että kuluttajansuojaksi säädetyt direktiivit ja asetukset otetaan tosissaan. Lainsäädäntö takaa, että kuluttajalla on mahdollisuus vertailla mainonnassa esitettyjä tosiasiaväittämiä, sopimukset tehdään kohtuullisin ehdoin ja ristiriitilanteita varten löytyvät toimivat oikeussuojatiet. Tältä pohjalta toteutuvat myös aktiivisen kuluttajan vaikuttamismahdollisuudet.

Anja Peltonen  
Johtaja

## **Elintarvikemainonta lapsille kaipaa ryhtiä**

**Epäterveellisten elintarvikkeiden mainonnan itsesääntely ei usein toimi ainakaan, kun markkinoijana on globaali elintarvikeyritys. Jos tilanne ei muutu, on harkittava lakitasoista sääntelyä.**

Luonnoksessa valtioneuvoston selonteoksi elintarviketurvallisuudesta todetaan pahimmaksi ravitsemukselliseksi vaaratrendiksi väestön lihominen. Suomalaismiehistä normaalipainoisia on enää 33 prosenttia ja naisista 48 prosenttia. Lihavia molemmista on jo 20 prosenttia.

Kaikkein selvimmin nousee nuorten aikuisten painoindeksi. Myös lasten ja nuorten lihavuus yleistyy. Epäterveellisten eli runsaasti rasvaa, sokeria ja suolaa sisältäviä elintarvikkeiden markkinointi on voimakasta. Luonnokseen listattujen tavoitteiden mukaan tällaisten ruokien ja juomien markkinointiin lapsille ja nuorille puututaan ohjauksen ja tarvittaessa lainsäädännön keinoin.

Kuluttajavirasto kannatti tavoitetta selonteosta antamassaan lausunnossa. Ohjaus ja valvonta eivät ole merkittävästi muuttaneet erityisesti kansainvälisten yritysten markkinointia. Kuluttajavirasto pitää tärkeänä kartoittaa epäterveellisten elintarvikkeiden markkinoinnin vaikutusta lapsiin. Lainsäädäntötarvetta pitää arvioida kartoituksen pohjalta.

Valvonnan kannalta ongelmallisimpia ovat nimenomaan suuret globaalit elintarvikeyritykset. Sitoumuksistaan huolimatta ne eivät ole muuttaneet lapsille suunnattua markkinointiaan merkittävästi. Tämä käy ilmi mm. Consumers International – järjestön selvityksistä. Lapsille suunnatun elintarvikemarkkinoinnin ohjeistusta työstetään parhaillaan myös WHO:n työryhmässä. Ohjeistuksen noudattaminen edellyttäisi käytännössä yrityksiä velvoittavaa lainsäädäntöä kultakin jäsenmaalta.

Myös direktiivissä audiovisuaalisista mediapalveluista on käsitelty asiaa. Direktiivissä ja Suomessa hallituksen lakiesityksessä rohkaistaan laatimaan käytännesääntöjä rajaamaan epäterveellisten elintarvikkeiden esittämistä lasten ohjelmien katkoilla. Hallitus katsoo lakiesityksessään, että Kuluttaja-asiamiehen valvonta ja ohjeistus on niin selkeää, että se mahdollistaa alan omien käytännesääntöjen muodostumisen. Hallitus seuraa tilanteen kehittymistä.

Kuluttajavirasto on linjannut lapsille suunnatun elintarvikemarkkinoinnin periaatteita yhteistyössä Kansanterveyslaitoksen kanssa vuonna 2004.

KUV/911/48/2010

### **Lue lisää:**

[Lapset ja elintarvikkeiden markkinointi, kuluttajaoikeuden linjaus \(pdf\)](#)

## Velkajärjestelylain uudistus etenee

**Oikeusministeriön työryhmä uudistaa parhaillaan velkajärjestelylakia. Joulukuisessa ensimmäisen työvaiheen mietinnössään työryhmä ehdotti velkajärjestelyn maksuohjelman normaalikes-toksi kolme vuotta, nykyisen viiden vuoden sijasta. Ns. nollaohjelmat säilyisivät edelleen viiden vuoden mittaisina. Tavoitteena on nopeuttaa ylivelkaantuneiden palaamista yhteiskuntaan ak-tiivisiksi toimijoiksi.**

Nollaohjelmat säilyisivät edelleen viiden vuoden mittaisina. Sellainen vahvistetaan pienituloiselle velalliselle, joka ei kykene maksamaan velkojaan lainkaan. Nollaohjelmia on ollut noin 40 prosenttia maksuohjelmista. Viiden vuoden kesto työryhmä perustelee velkojien edulla. Pidempänä aikana vel-lallisen maksukyky saattaa vielä parantua.

Jos maksukyky puuttuu kokonaan esimerkiksi iän tai sairauden vuoksi, voidaan nollaohjelma vahvis-taa viittä vuotta lyhyemmäksi. Esimerkiksi pienellä eläkkeellä olevat vanhukset voisivat saada lyhy-emmän ohjelman. Uudistustyön seuraavassa vaiheessa harkitaan, voisiko nollaohjelman kestoä lyhen-tää myös silloin, jos velallinen on työssä tai ryhtyy yrittäjäksi.

Takaajalla säilyisi mahdollisuus periä saatavaansa kaksi vuotta muita velkojia pidempään.

### **Luottoyhteiskunnan riskejä on tasattava**

Kuluttajavirasto kannattaa mietinnössä ehdotettuja muutoksia. Koska Kuluttajavirasto ei osallistu työ-ryhmän työhön, virasto kokosi lausuntoonsa huomioita työryhmän seuraavalle työvaiheelle.

Ensisijaisesti, kuluttajalle pitäisi antaa mahdollisuudet hoitaa velkaongelmansa nopeasti ja tehokkaasti. Velkajärjestelyyn pääsyä pitäisi nopeuttaa. Ongelmien ennaltaehkäisyyn pitäisi kiinnittää nykyistä enemmän huomiota. Keinovalikoimia tähän on muun muassa valistus ja talous- ja velkaneuvonnan riittävä resursointi ja kohdentaminen. Sosiaalista luottoa pitäisi lisätä. Markkinoilla ei välttämättä ole tarjolla kohtuuhintaista luottoa esimerkiksi pätkätyöläisille tai kuluttajille, joilla on maksuhäi-riömerkintä. Silloin on vaarana, että köyhimmät kuluttajaryhmät joutuvat käyttämään välttämättö-miinkin hankintoihinsa kalliskorkoisia vakuudettomia luottoja.

Kuluttajansuojalain uudet säännökset hyvästä luotonantotavasta on syytä ottaa huomioon velkajärjes-telylain uudistuksen seuraavassa vaiheessa. Kuluttaja ei ole aina yksin vastuussa kevytmieliseltäkään näyttävästä velkaantumisesta. Etenkin nuoret eivät osaa lyhyen elämäkokemuksensa vuoksi toimia viisaasti markkinoilla, jossa luottoja markkinoidaan voimakkaasti, osin tyrkyttävästikin. Vastuuta nuorten velkaantumisesta pitää siirtää myös luotonantajille.

On myös syytä kartoittaa, aiheuttaako velkajärjestelylainsäädäntö väliinpuotoajaryhmiä. Jos työttömyys tai opiskelu katsotaan vain väliaikaisesti maksukykyä heikentävinä, velkajärjestelyä ei voida aloittaa. Odotusaika saattaa johtaa esimerkiksi oman asunnon menettämiseen. Asuntolaina voidaan irtisanoa ja vakuus realisoida alle vuodessa.

Säännöksiä saatavan lopullisesta vanhentumisesta pitäisi täydentää niin, että myös saatavat, joista ei ole ulosottoperustetta kuten tuomiota, vanhentuvat lopullisesti tiettyssä ajassa. Väliinpuotoajia saattaa aiheutua myös tästä syystä. Velallinen ei käytännössä itse voi vaikuttaa siihen, onko velkoja hakenut tuomiota.

KUV/10310/48/2009

**Lue lisää:**

[Velkajärjestelyryhmän mietintö](#), pdf (Kuluttajaviraston lausunto oikeusministeriölle 18.1.2010)  
[Maksuhäiriömerkintä katoaa velan vanhenemisen vanavedessä](#), Kuluttajaviraston tiedote 31.3.2010

## Liittymä on haastava tuote puhelinmyyjälle

**Uusi viestintäpalveluiden etämyyntilinjaus tuo ryhtiä matkapuhelinliittymien etämyynnin prosesseihin.**

Liittymien puhelinmyynnistä virastoon tulleet runsaat yhteydenotot viestivät samaa asiaa: myyjä ja asiakas puhuvat eri kieltä. Osasta yhteydenotoissa voi päätellä, että telemarkkinoinnin ikiaikaiset perusongelmat näkyvät liittymienkin myynnissä. Myyjät antavat tuotteesta harhaanjohtavia tai puutteellisia tietoja. Asiakkaalle hehkutetaan hinta- tai muita etuja, kun olennaiset sopimusehdot jätetään piilentoon.

Puhelinliittymä kuuluu välttämättömyyspalveluihin, toisin kuin monet muut telemarkkinoinnissa myytävät tuotteet ja palvelut. Liittymäsopimus on myös tuotteena konstikkaampi kuin esimerkiksi aikakauslehti. Kuluttajan riski tällaisen tuotteen etämyyntiostamisessa on suurempi. Siksi liittymien puhelinmyynniltä sopii odottaa erityistä asiallisuutta.

Kuluttajaviraston tietoon on tullut tilanteita, joissa kuluttaja on käyttänyt lakisääteistä peruuttamisoikeuttaan eikä ole hakenut uutta liittymää postista. Operaattori on kuitenkin ehtinyt katkaista vanhan liittymän, jolloin kuluttaja on jäänyt ilman toimivaa yhteyttä.

Kuluttajaviraston uudessa linjauksessa keskitytään liittymän etämyynnin tilausprosessiin. Linjaus etenee markkinoinnista tilauksen vahvistamiseen ja peruuttamisoikeuden käyttämiseen saakka. Linjauksessa annetaan myös runsaasti esimerkkejä tavoista, joilla toteutetaan lainsäädännön vaatimukset. Vaikka linjaus on laadittu erityisesti matkapuhelin- ja nettiliittymien etämyyntiin, se sopii myös ohjeeksi esimerkiksi maksutelevisiopalveluiden etämyynnille.

Linjauksen luonnos oli viime syksynä kommentoitavana FiCom:in kautta toimialalla ja Viestintävirastossa. Linjausluonnos oli tavan mukaisesti myös Kuluttajaviraston nettisivuilla yleisesti kommentoitavana. Linjauksen valmistuttua Kuluttajavirasto järjesti alan toimijoille keskustelutilaisuuden liittymämyynnin toimivista prosesseista. Prosessien kehittämistä jatketaan edelleen Kuluttajavirastossa.

KUV/10310/48/2009

### **Lue lisää:**

[Viestintäpalveluiden etämyynti](#) (pdf) kuluttajaoikeuden linjaus

## Rahatuotteiden markkinoinnissa perusvirheitä

**Rahapaja Monetan markkinointiin on vuosien varrella puututtu kuluttajien runsaiden yhteydenottojen perusteella. Ohjeet ovat siistineet harhaanjohtavaa mainontaa, mutta perusasioita piti vielä kerrata.**

Rahapaja Monetan mainoksissa on aiemmin luotu mielikuvaa, että markkinoija ja suoramarkkinointikirjeiden lähettäjä on viranomainen. Rahatuotteiden mahdollisesta arvonnoususta ja kokoelmien tuotemäärästä on annettu harhaanjohtava kuva.

Oy Nordic Moneta Ab:n kanssa keskusteltiin sen markkinoinnin nykytilasta helmikuuisessa tapaamisessa. Yritys on ottanut huomioon Kuluttajavirastolta saamansa ohjeet, tapaamisessa todettiin. Huomautettavaa oli vielä siinä, että Hopearaha-tuotetta markkinoitiin hopean hintakäyrällä, joka antaa varsin myönteisen kuvan hopean arvon kehityksestä. Kyseessä ei kuitenkaan ole sijoitus- vaan keräilytuote. Hopean mahdollinen arvonnousu ei välttämättä kerrytä tällaisen tuotteen arvoa.

Tapaamisessa otettiin esille myös markkinoinnin perusasioita. Yhtiö mainosti kahden euron kolikkoa kahden euron hintaan. Sen lisäksi kuluttajan pitää kuitenkin aina maksaa toimituskuluja 5,90 euroa. Tämä on markkinoinnin perusvirhe. Hintaa ei saa keinotekoisesti pilkkoa osiin, jotta tuote näyttäisi edullisemmalta. Jos tuotteen ostamisesta laskutetaan kiinteä toimituskulu, markkinoinnissa ilmoitettava hinta pitää olla sen kokonaishinta.

Sitoutuminen kestotilaukseen pitäisi mainosaineistossa tuoda selkeästi esiin. Ehtoa ei saa piilottaa niin, ettei kuluttaja helposti huomaa tätä ostopäätöksen kannalta merkittävää seikkaa. Samoin on kerrottava, miten kestotilauksen voi irtisanoa. Jos kyseessä on rajallinen keräily sarja, sarjan kokonaishinta on myös mainoksessa mainittava.

Tapauksessa sovelletut lainkohdat: KSL 2:1, 2:6 ja 2:7 sekä hintamerkintäasetus 4 §

KUV 373//41/2010

## Asiakassuhde puntarissa

**Kodinkoneiden - ja elektroniikan myyjän rutiinitoteamusten "emme korjaa tai korvaa, koska takuu on päättynyt" pitäisi vihdoinkin loppua. Paitsi että se on kuluttajansuojalain tavaransuojalain säännösten vastainen, se rikkoo myös kuluttajansuojalakiin puolitoista vuotta sitten tullutta uutta säännöstä. Sen mukaan asiakassuhteessa ei saa käyttää sopimatonta menettelyä.**

Monet kuluttajat ottivat Kuluttajavirastoon yhteyttä maahantuojan menettelytavoista, kun Sony Playstation 3-pelikonsoliin tuli vika pian vuoden takuuajan päättymisen jälkeen. Laite maksoi uutena noin 600 euroa. Asiakkaille on rutiininomaisesti todettu, ettei takuunantaja vastaa viasta takuuajan päätyttyä. Laitteita ei tutkittu yksilöllisesti. Jos asiakas hämmästeli asiaa, häntä kehoitettiin tekemään valitus kuluttajariitalautakunnalle. Vaihtoehtona tälle tarjottiin kauppaa tehdaskorjatusta laitteesta 195 euron hintaan.

Maahantuojalle Oy Nordisk Film Ab:lle selvitettiin kuluttajansuojalain tavarankaupan perusasioita. Kuluttajansuojalaissa ei ole määräaikoja yrityksen virhevastuulle. Myyjä tai maahantuoja ei voi yksipuolisesti sanella virhevastuuajansa antamalla määräaikaisen takuun. Takuusitoumuksella ei myöskään voi huonontaa kuluttajan oikeuksia lakiin nähden. Muun muassa tavaransuojalain liian lyhyt kestoikä on laissa määritelty virheeksi. Yritykselle kerrottiin myös kuluttajariitalautakunnan vakiintuneesta ratkaisukäytännöstä. Ratkaisujen mukaan elektroniikkalaitteen on yleensä kestävä enemmän kuin kaksi vuotta.

Kuluttajavirasto sovelsi tilanteeseen kuluttajansuojalain säännöstä sopimattomasta menettelystä asiakassuhteessa. Asiakassuhteeseen kuuluu muun muassa reklamaatioiden käsittely kaupanteon jälkeen. Reklamaatiota ei voida kumota pelkällä väitteellä, että virhevastuu ulottuisi vain takuuajaksi. Väite ei ole totta ja se antaa asiakkaalle harhaanjohtavaa tietoa hänen lainmukaisista oikeuksistaan.

Tapauksessa sovelletut lainkohdat: KSL 2:1, 2:3 ja 2:6

KUV/6310/41/2009

### **Lue lisää:**

[Markkinointi ja menettelyt asiakassuhteessa](#) (Kuluttajaviraston verkkopalvelu)

## Seksimessujen ulkomainonta liikaa lasten silmille

**Seksimessuja voi mainostaa eroottisesti, mutta ulkomainoksissa pitää ottaa myös alaikäisen näkökulma huomioon. Tuoreruokamainoksen tehokeino naisesta haaveilemassa nuoremmasta miehestä ei sen sijaan rikkonut mainonnan hyvää tapaa.**

Sexhibition-messujen mainoskampanjoista tulee yleensä aina ilmoituksia Kuluttajavirastoon. Seksimessujen mainoksissa katseenvangitsijana oli nainen syvään uurretussa, viekoittelevan ohuessa bodyssä.

Seksimessuja voi mainostaa eroottisella latauksella - ei kuitenkaan sillä tavalla pornografisesti, että seksuaalisen syrjinnän raja ylittyy. Raja hyvän tavan mukaisessa ja sen vastaisessa mainonnassa on usein hiuksenhieno. Tämä vaatii mainonnan suunnittelijalta tyyliä.

Vaikka mainos olisi suunniteltu huolella, seuraava askel on sen miettiminen, missä kampanja toteutetaan. Seksimessujen kampanja oli laajaa ulkomainontaa, bussien kyljistä mainostelineisiin ympäri pääkaupunkiseutua. Telinemainokset olivat kooltaan noin 2 x 3 metriä.

Kun mainostetaan suurikokoisilla mainoksilla julkisessa tilassa, pitää aina ottaa aina huomioon alaikäisten näkökulma. Mainokset ovat kaikenikäisten näkyvillä eikä niiden katsomiselta tietenkään voi välttyä. Kun markkinoinnin yleisesti näkevät lapset ja nuoret, siihen sovelletaan kuluttajansuojalain aikuismainontaa tiukempaa periaatetta. Alaikäisiä suojataan muun muassa heidän kehitystasoonsa sopimattomalta mainonnalta.

Vaikka seksimessujen mainosta ei aikuisen silmin katsottuna olisi arvioitu lainvastaiseksi, sama kuva lapsille esitettynä rikkoi mainonnan hyvää tapaa.

### **Vaihda mies nuorempaan ja tuoreruokaan**

Atria Fresh Foodin tv- mainoksessa kuvattiin vanhemman naisen ja selvästi nuoremman miehen suhdetta. Nainen ja mies suutelevat ja halailevat. Eräässä kohtauksessa nainen oli rintaliivisillään ja mies ilman paitaa. Lopuksi nainen herää unelmistaan puistonpenkillä. Nainen puistelee päätään, hymyilee ja alkaa syödä Atria Fresh – valmissalaattia. Naisen kuvan päälle ruutuun ilmestyi teksti ”vaihda tuoreempaan ruokaan”.

Kuluttajavirasto ei pitänyt mainosta hyvän tavan vastaisena. Mainoksen koukku, yhdistää tuoreruoka ja vaihto nuorempaan kumppaniin, saattoi loukata joitakin katsojia. Markkinoinnin hyvää tapaa arvioitaessa pitää kuitenkin arvioida mainosta kokonaisuutena. Mainos ei esineellistänyt nuorta miestä syrjivästi. Yleisvaikutelmaltaan mainosta pidettiin suhteellisen neutraalina. Sen pääviestikään ei ollut eroottisessa suhteessa vaan parisuhteen hellyydenosoitusten kuvaamisessa.

KUV/7747/41/2009

KUV/8657/41/2009

### **Lue lisää:**

[Ajankohtaista kuluttajaoikeudesta 8/2008](#), teemana lapset

## **Maksullinen suoramarkkinoinnin kieltopalvelu lopetettiin**

**Maksullisen suoramarkkinoinnin kieltopalvelun, Soittokielto.fi, toiminta on lopetettu. Syynä on Tietosuojavaltuutetun henkilötietojen käsittelyyn asettamat vaatimukset, joita yritys ei pystynyt täyttämään. Myös Kuluttajavirasto huomautti yritystä markkinoinnissa ja sopimusehdoissa ilmenneistä puutteista.**

Sekä Kuluttajavirastoon että valtakunnalliseen kuluttajaneuvontaan tuli viime vuonna runsaasti yhteydenottoja palvelusta. Kuluttajat oudoksuiivat maksullisen suoramarkkinoinnin kieltopalvelun tarjoamista samaan aikaan, kun Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto tarjosi jäsenyrityksensä kattavaa Robinson-palvelua puhelinkulujen hinnalla.

### **Harhaanjohtavaa markkinointia**

Soittokielto.fi:n markkinoinnin perusteella kuluttaja sai sen käsityksen, että palvelu tilaamalla oli mahdollista suojautua kaikelta suoramarkkinoinnilta. Kuluttajaviraston selvityksen mukaan näin ei kuitenkaan ollut. Tästä syystä yrityksen markkinointi katsottiin harhaanjohtavaksi: Kuluttaja oli saatanut puutteellisten tietojen perusteella tehdä ostopäätöksen, jota hän muuten ei olisi tehnyt.

### **Puutteita sopimusehdoissa ja palvelun toiminnassa**

Palvelu ei myöskään toiminut kaikissa tapauksissa luvutulla tavalla: yritysten puhelinmarkkinointi jatkui, vaikka sopimus suoramarkkinoinnin kiellosta oli voimassa. Ongelmia oli myös palvelun sopimusehtojen tulkinnassa. Kuluttajille oli syntynyt puhelinmarkkinoinnin perusteella virheellinen käsitys palvelua koskevan sopimuksen syntymisestä ja sen peruuttamisesta. Kuluttajat tulkitsivat, että sopimus palvelun ostamisesta syntyy lasku maksamalla. Kun kuluttaja ei ollut maksanut laskua, eikä ollut huomannut sopimuksen peruuttamisen edellyttävän erillistä ilmoitusta, hän oli saanut maksumuistutuksen perintätoimistolta. Kuluttajan saamassa tilausvahvistuksessa olisi myös pitänyt mainita selkeämmin, että kuluttajalla on lain mukaan oikeus sopimuksen peruuttamiseen.

Yrityksen antaman selvityksen mukaan asiakkaalle lähetettävän laskun eräpäivä oli 14 päivää laskun päiväyksestä. Kuluttajavirasto huomautti, että lasku on lähetettävä kuluttajalle siten, että laskun lähettämisen ja eräpäivän välille jää vähintään kaksi viikkoa aikaa.

Maksumuistutuksesta velalliselta saa vaatia perintäkuluja vain, jos saatavasta on vähintään 14 päivää ennen sen erääntymistä lähetetty velalliselle lasku tai muu erääntymisilmoitus, ja erääntymisestä on ennen maksumuistutuksen lähettämistä kulunut vähintään 14 päivää.

### **Markkinointia korjattiin, pian palvelu lopetettiin**

Kuluttajavirasto pyysi yritykseltä selvitystä palvelun markkinointiin ja sopimusehtoihin liittyvistä ongelmista marraskuussa 2009. Joulukuussa, yhteisten neuvotteluiden jälkeen, yritys korjasi markkinointiaan ja sopimusehtojaan. Tietosuojavaltuutetun 1.2.2010 antaman ratkaisun jälkeen yritys kuitenkin ilmoitti 16.2.2010 lopettavansa palvelun markkinoinnin uusille asiakkaille. Vanhojen asiakkaiden sopimussuhde jatkuu sovitusti määräajan loppuun.

Yritys jatkaa toimintaansa uudella toimintakonseptilla markkinoimalla puhelimitse suoramarkkinoinnin tietopalvelua. Palvelu sisältää lähinnä tietoa kuluttajan oikeuksista. Sopimusehtoja on muutettu aikaisempaan palveluun verrattuna niin, että laskun maksamatta jättäminen katsotaan sopimuksen peruuttamiseksi, eikä se johda enää perintään.

**Lue lisää:**[Suoramarkkinointi](#) (Kuluttajaviraston verkkopalvelu)

## Suorituskyvyttömyysvakuus syytä asettaa ennen rakennusprojektiin ryhtymistä

**Asuntokauppalaki määrää, että rakennuttajan on asetettava vakuus rakennusvirheiden varalta myös silloin, kun asunnot myydään vasta niiden valmistuttua. Rakennuttajan kannattaa varmistaa, että suorituskyvyttömyysvakuus asetetaan siinä yhteydessä kun lupa rakentamiseen on saatu. Näin se välttyy hankalilta jälkiselvittelyiltä.**

Vakuus, joka yleensä on vakuutusyhtiön myöntämä rakennusvirhevakuutus, antaa ostajalle suojaa rakennuttajan mahdollisen suorituskyvyttömyyden varalta. Vakuus on voimassa 10 vuotta rakennuksen käyttöönotosta lukien.

Todistus suorituskyvyttömyysvakuudesta on toimitettava rakennusvalvontaviranomaiselle rakennusta koskevan loppukatselmuksen yhteydessä. Jos todistusta ei toimiteta, rakennusvalvonta ilmoittaa sen puuttumisesta Kuluttajavirastolle. Sen tehtävänä on selvittää, markkinoidaanko kohteen asuntoja lainvastaisesti kuluttajille.

### Paljon ilmoituksia puuttuvista vakuuksista

Kuluttajavirasto on saanut vuosina 2007-2010 rakennusvalvontaviranomaisilta runsaat 100 ilmoitusta kohteesta puuttuvasta suorituskyvyttömyysvakuudesta. Näistä noin neljännes on tapauksia, joissa Kuluttajavirasto on pyytänyt rakennuttajalta selvitystä, miksi vakuutta ei ole asetettu. Toinen neljännes koskee tapauksia, joissa rakennuttajalta kyseinen vakuustodistus on jälkikäteen saatu. Muissa tapauksissa rakennuttaja on yleensä ilmoittanut, että kohde ei kuulu vakuusvaatimuksen piiriin, eli kyse on ollut esimerkiksi kiinteistöstä tai osakkaiden omaan käyttöön tarkoitettuja paritalo- ja huoneistoista.

### Sovelletaan uudisasuntotuotantoon ja lisärakentamiseen

Vaatus suorituskyvyttömyysvakuuden asettamisesta koskee paitsi varsinaista uudisasuntotuotantoa myös uudisrakentamiseen verrattavaa korjausrakentamista sekä lisärakentamista. Huoneiston muuttaminen liikehuoneistosta asuinhuoneistoksi voi myös edellyttää vakuutta.

Vakuusvaatimuksen ulkopuolelle jäävät esimerkiksi sellaiset pari- ja rivitalokohteet, joita ei tarjota kuluttajien ostettavaksi, vaan osakkaat rakentavat ne omaan käyttöönsä. Myöskään asunnoissa, jotka otetaan valmistumisen jälkeen vuokra-asuntokäyttöön, ei suorituskyvyttömyysvakuutta tarvita. Vakuus on kuitenkin asetettava, jos samassa kohteessa on sekä omaan käyttöön tai vuokra-asunnoiksi tarkoitettuja huoneistoja että kuluttajien ostettavaksi tarjottavia huoneistoja.

mm.

KUV/8794/41/2009

KUV/5912/41/2009

**Lue lisää:**[Pienet rakennuttajat tietämättömiä vastuistaan](#), Ajankohtaista kuluttajaoikeudesta 4/2009

## **Asuntokauppoihin tukea uudesta isännöitsijätodistuksesta**

**Asunnon ostaminen on kuluttajalle huomattavan suuri taloudellinen investointi. Oikeusministeriö on paraikaa uudistamassa asunto-yhtiöasetusta. Kuluttajaviraston mielestä uudistus on tervetullut, sillä sen mukanaan tuomat velvoitteet lisäävät kuluttajan luottamusta asuntokaupassa.**

Asetuksen keskeisin sisältö on, että osakehuoneistosta, yhtiön kiinteistöstä ja rakennuksista annettavat tiedot pitäisi kertoa isännöitsijätodistuksessa nykyistä kattavammin. Asetuksen mukaan isännöitsijätodistuksessa on mainittava kuinka pitkältä ajalta annetut tiedot ovat peräisin. Tietoja ei ole velvollisuus kirjata taannehtivasti. Kuluttajan kannattaakin tarkistaa sisältääkö isännöitsijätodistus esimerkiksi kaikki tiedot huoneistossa tehdyistä remonteista vai selvityksen ainoastaan tietyltä ajalta.

### **Osakehuoneiston lainaosuuden ilmoittaminen ja viat**

Oikeusministeriö ehdottaa, että isännöitsijätodistuksessa olisi ilmoitettava osakehuoneiston lainaosuus siten, että se kattaa kaikki ne erät, jotka maksamalla huoneiston saa velattomaksi. Tiedoissa pitäisi ilmetä koko velan tosiasiallinen määrä korkoineen ja kuluineen. Käytäntöjen yhdenmukaistaminen on tarpeen, jotta kuluttajalla olisi asuntokaupaa tehdessään mahdollisuus vertailla kaupan kokonaiskustannuksia. Näin toimimalla ehkäistäisiin myös mahdollisia kaupanteon jälkeen syntyviä riitoja.

Isännöitsijätodistuksessa pitäisi lisäksi ilmoittaa osakehuoneiston tiedossa olevista vioista, osakkeenomistajan kunnossapito- ja muutostöistä sekä siitä, onko kunnossapitovastuusta määräystä yhtiöjärjestyksessä. Lisäksi olisi ilmoitettava yhtiön autopaikkojen lukumäärä, yhtiön kunnossapitosuunnitelma, tiedot kuntoarvioista ja –tutkimuksista sekä yhtiökokouksen jälkeen ilmenneistä korjaustarpeista.

Kuluttajavirasto kannattaa ehdotettuja säännöksiä. Oikeusministeriön ehdottamat keinot eivät kuitenkaan yksinään riitä turvaamaan kuluttajan oikeuksien toteutumista asuntokaupassa.

### **Vuokratontin lunastusoikeus**

Kuluttajaviraston mukaan tieto huoneistokohtaisen tonttiosuuden lunastamisesta olisi erikseen todettava isännöitsijätodistuksessa. Kuluttajien on tiedettävä asuntoa ostaessaan lisääkö yhtiön tonttivuokra asumiskuluja ja voiko tonttiosuuden lunastaa. Isännöitsijän varmentama tieto siitä, että tonttiosuus on huoneiston osalta jo lunastettu lisää kuluttajien luottamusta kaupanteossa.

### **Yhtiön käyttämätön rakennusoikeus**

Kuluttajaviraston mielestä isännöitsijätodistuksessa olisi myös ilmoitettava yhtiöllä oleva käyttämätön rakennusoikeus. Ostajia tiedot kiinnostavat, sillä rakennusoikeudella voi olla vaikutusta tulevien remonttien yhteydessä osakkeenomistajien rahoitettavaksi päätyvään velkaosuuteen. Asunto-osakeyhtiö voi esimerkiksi rahoittaa putkiremontin rakentamalla tai myymällä uusia asuntoja. Lisärakentaminen voi vaikuttaa osakehuoneistojen käytettävyyteen. Esimerkiksi ullakkorakentaminen tuo ylimmän kerroksen huoneistoille uusia naapureita, mikä saattaa varsinkin vanhoissa rakennuksissa lisätä melua.

### **Ajantasaiset lainaosuustiedot**

Kuluttajaviraston mielestä tiedot osakehuoneiston lainaosuuksista saisivat olla enintään kolme kulkautta vanhoja. Ajantasaiset tiedot ovat sekä myyjän ja ostajan etu ja ehkäisevät mahdollisten riitojen syntymistä.

Asetus astuu voimaan 1.7.2010 yhtä aikaa asunto-osakeyhtiölain uudistuksen kanssa. Uudessa laissa selvennetään osakkeenomistajan ja yhtiön oikeuksia ja velvollisuuksia sekä vahingonkorvausvastuuta. Muutosten tarkoituksena on lisätä asunto-osakeyhtiömuotoisen asumisen turvallisuutta ja tehokkuutta sekä kannustaa osakkaita pitämään huolta huoneistoistaan.

Kuluttajavirasto antoi lausuntonsa asunto-osakeyhtiöasetuksesta 19.02.2010.

KUV/10472/2009

**Lue lisää:**

[Asunto-osakeyhtiöasetus](#) (pdf) Kuluttajaviraston lausunto oikeusministeriölle 19.02.2010

## Pikalainat ruotuun lainmuutoksella

**Pikalainojen markkinoinnin ja niiden myöntämisen räikeimpiä epäkohtia on korjattu helmi-kuun alusta voimaan tulleilla lainmuutoksilla. Kuluttajavirasto on päivittänyt Tekstiviestilainojen perussäännöt –linjauksen uusien säännösten mukaisesti.**

Tärkeä muutos on esimerkiksi se, että pikalainan todellinen vuosikorko on ilmoitettava, jos laina yksilöidään mainoksessa kertomalla esimerkiksi lainamäärä.

Pikalainaa ei enää saa tilille yöaikaan. Jos asiakas hakee luottoa kello 23 jälkeen, se voidaan maksaa tilille vasta aamuseitsemän jälkeen.

Kuluttajan asemaa vahvistetaan luotonhakijana. Luotonantajan on varmennettava luotonhakijan henkilöllisyys huolellisesti. Luottosopimuksen lähettäminen lainanhakijalle allekirjoitettavaksi ja henkilötodistuksen kopion lähettäminen allekirjoitetun sopimuksen kanssa ei enää riitä.

Jos luottoa haetaan sähköisesti, yrityksen on käytettävä vahvaa sähköistä tunnistamista. Sellaisia ovat esimerkiksi verkkopankkitunnukset tai Väestörekisterikeskuksen varmenne. Enää ei voi myöskään käyttää menetelmää, jossa yritys pelkäästään vertaa lainanhakijan antamia tietoja puhelinliittymän haltijan vastaaviin tietoihin. Kuluttaja ei niin ikään voi enää tilata lainaa teksti-tv:n numerosta ja hyväksyä pelkällä tekstiviestillä nettisivuilla olevia ehtoja.

### Hetiluotto-mainokset korjattiin

Hetiluotto-pikalainan ulkomainoksissa ei kerrottu luoton todellista vuosikorkoa, vaikka ilmoittamisen lainmukainen rajapyykki 1.2.2010 oli ohitettu. Tolppamainoksissa oli teksti ”Lainaa 20-400 € Hetiluotto.fi”. Mainoksessa annettiin myös tietoa lainasta.

Kuluttajavirasto neuvotteli asiasta Atlas Invest Oy:n kanssa. Yhtiö lupasi, että vanhat mainokset joko peitetään tai niiden päälle liimataan uusi, lain vaatimukset täyttävä mainos.

KUV1350/41/2010

### Lue lisää:

[Tekstiviestilainojen perussäännöt](#) (pdf), kuluttajaoikeuden linjaus

## **Komission direktiiviehdotus kuluttajien oikeuksista ei saa Suomelta tukea**

**Euroopan komissio on valmistellut puolentoista vuoden ajan direktiiviä kuluttajien oikeuksista. Toteutuessaan ehdotus heikentäisi merkittävästi kansallista kuluttajansuojaa. Nykyinen 32 vuotta voimassa ollut kuluttajansuojalaki on tullut tutuksi niin kuluttajille kuin elinkeinoelämälle. Siitä luopuminen vähentäisi sekä kuluttajien luottamusta että markkinoiden toimivuutta.**

Ehdotettu direktiivi korvaisi neljä nykyistä, eli koti- ja etämyyntidirektiivit sekä kohtuuttomia sopimusehtoja ja kulutustavaran kauppaa koskevat direktiivit. Direktiivi olisi toteutuessaan täysharmonisoiva, eli jäsenmaat eivät saisi omassa sääntelyssään siitä poiketa. Nykyiset direktiivit ovat ns. minimisäädöksiä. Jäsenvaltioilla on näin ollen ollut oikeus ylläpitää minimisuoja korkeampaa kuluttajansuojan tasoa.

### **Suurin ongelma: muutokset sopimusoikeuteen**

Ehdotuksessa on paljon heikennyksiä suomalaiseen kuluttajansuojaan. Suurin ongelma kuitenkin liittyy suunniteltuihin muutoksiin sopimusoikeudessa.

Kuluttajaviraston mielestä direktiiviehdotus ei palvele – kuten komissio ehdotusta perustelee – sisämarkkinoita. Sisämarkkinoiden toimivuuden ja kuluttajien luottamuksen kannalta olennaista on nimenomaan toimintaympäristön ennakoitavuus ja lainsäädännön läpinäkyvyys. Kuluttaja voi luottaa markkinoilla tarjolla olevien sopimusten jatkuvuuteen ja tehtyjen sopimusten sitovuuteen. Direktiiviehdotuksen mukaan elinkeinonharjoittaja voi muuttaa olennaisesti sopimusta, jos se ilmoittaa muutoksesta etukäteen. Kuluttajavirasto katsoo, että menettely alentaa kuluttajien luottamusta ja mahdollistaa epäterveen kilpailun. Asiakkaita voidaan hankkia tarjouskampanjoin, joissa sopimusta tullaan muuttamaan pian sen solmimisen jälkeen.

Sopimusoikeudellisten säädösten täysharmonisointi on paitsi epämielekkästä, myös lähes mahdotonta ilman nykyisten oikeusjärjestelmien perusteellista uudelleenjärjestämistä. Tämä vaatii kansallisen lainsäädännön alasajoa, mikä johtaisi sopimusoikeuden pirstoutumiseen ja oikeusjärjestelmään, jossa yksittäistapauksen olosuhteilla on suuri merkitys. Yleisten oikeusperiaatteiden asteittainen rapautuminen ja siirtyminen näistä periaatteista irtautuvaan yksittäistapaukselliseen kohtuuttomuuden arviointiin vähentää myös viranomaisten mahdollisuutta tiedottaa elinkeinoelämälle ja kuluttajille lainsäädännön sisällöstä. Yksittäistapaukselliseen arvioon perustuvassa oikeusjärjestelmässä kohtuullisuutta saavat ne kuluttajat, jotka riitauttavat sopimuksensa viemällä asian riidanratkaisuelimiin. Ilman riitautusta elinkeinonharjoittajalle asetettu todistustaakka ehdon kohtuullisuudesta jää ilman käytännön merkitystä.

### **Toimivat markkinat voivat syntyä vain, jos taustalla oleva lainsäädäntö on selkeää**

Kuluttajan oikeudet ovat tärkeitä kaikille kuluttajille. Kyse ei ole vain keskivertokuluttajaa heikommän kuluttajan suojelemisesta. Kuluttajan oikeuksissa on kyse sellaisista markkinoiden pelisäännöistä, joita on totuttu pitämään itsestään selvyyksinä ja jotka ovat osa toimivia markkinoita. Toimivat markkinat voivat syntyä vain, jos taustalla oleva lainsäädäntö on selkeää ja sitä pidetään laajasti hyväksyttävänä.

Suomessa hallitus ja eduskunta ovat vaatineet direktiivi-ehdotukseen suuria muutoksia. Myös komissaari Reding, kirjelmässään Euroopan Parlamentille 16.3., totesi, ettei ehdotusta täysharmonisoivasta direktiivistä voida sellaisenaan hyväksyä. Direktiiviehdotus on ongelmallinen myös muissa, lähinnä vanhoissa, jäsenmaissa. Niissä ehdotus on niin ikään ristiriidassa sopimusoikeuden periaatteiden kans-

sa. On todennäköistä, että hankkeen valmistelu ja päätöksenteko vie komissiolta useita vuosia. Ehdotus on parhaillaan Euroopan parlamentin käsittelyssä. Parlamentin raportoiija Adreas Schwab (EPP, DE) on ilmoittanut aikovansa tehdä sisällöllisesti aivan uuden esityksen kuluttajan oikeuksia koskevaksi direktiiviksi ilman kytkentää komission ehdotukseen. Luonnos ehdotukseksi tullaan esittämään parlamentin sisämarkkinat ja kuluttajat -valiokunnalla IMCOLle kesäkuun 2010 alussa.  
KUV/1782/48/2010



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](http://www.kuluttajavirasto.fi)

Ajankohtaista VERKKOLEHTI  
KULUTTAJAOIKEUDESTA

**Tilaa verkkolehti tuoreena sähköpostiisi osoitteesta:  
[www.kuluttajaoikeus.fi](http://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