

VIESTINTÄPALVELUIDEN ETÄMYYNNTI

Linjaus on laadittu viestintäpalveluiden, erityisesti matkapuhelinliittymien ja nettiliittymien etämyyntiä silmällä pitäen. Samat periaatteet soveltuvat pitkälti kuitenkin myös esimerkiksi maksutelevisiopalveluiden etämyyntiin. Linjauksessa keskitytään erityisesti puhelinmyyntiin ja verkkokauppaan, koska ne ovat keskeisiä etämyynnin muotoja viestintäpalveluissa. Tekstiviestitilauksiin liittyy vielä omia erityispiirteitään.

Linjauksessa keskitytään erityisesti niihin erityisiin ongelmiin, joita viestintäpalveluiden etämyynnissä on havaittu. Linjauksessa viitataan sovellettaviin säännöksiin ja käsitellään niiden soveltamisalaa. Seuraavaksi edetään tilausprosessin mukaisesti markkinoinnista tilauksen vahvistamiseen ja edelleen peruuttamisoikeuden käyttämiseen. Linjauksessa annetaan myös kussakin kohdassa esimerkkejä tavoista toteuttaa lainsäädännön vaatimukset. Esimerkit eivät ole kuitenkaan tyhjentäviä.

Viestintäpalveluiden etämyynnin seitsemän perussääntöä

1. Puhelinmyynnissä myyntitarkoitus on esitettävä ymmärrettävästi. Kaikessa etämyynnissä pääsanomana on oltava markkinoitu tuote – palvelun hintatiedot ja sopimusehdot, kuten tieto mahdollisesta määräaikaaisuudesta. Kohderyhmä tulee huomioida markkinointia suunniteltaessa.
2. Näyttövelvollisuus tilauksesta ja sen sisällöstä on yrityksellä. Näyttövelvollisuus myös siitä, että kuluttajan kanssa on sovittu numeron siirrosta, on yrityksellä. Kuluttajaa ei saa asettaa tilanteeseen, jossa hänen on toimittava, jotta hän pääsee irti epäasiallisen markkinoinnin seurauksista.
3. Asiakaspalvelun toimivuus on tärkeää myös etämyynnin ongelmatilanteiden selvittelyssä. Asiakkaille on annettava tietoa heidän oikeuksistaan ja huolehdittava siitä, että he voivat käyttää niitä. Asiakasvalitusten käsittely on hoidettava asianmukaisesti ja asiakkaalle on kerrottava asian käsittelyn etenemisestä. Asiakasvalitusten seuranta on erityisen tärkeää esimerkiksi, kun puhelinmyynti on ulkoistettu.
4. Asiakaspalvelun toimivuus on tärkeää myös etämyynnin ongelmatilanteiden selvittelyssä. Asiakkaille on annettava tietoa heidän oikeuksistaan ja huolehdittava siitä, että he voivat käyttää niitä. Asiakasvalitusten käsittely on hoidettava asianmukaisesti ja asiakkaalle on kerrottava asian käsittelyn etenemisestä. Asiakasvalitusten seuranta on erityisen tärkeää esimerkiksi, kun puhelinmyynti on ulkoistettu.
5. Kyttyypaketeissa 14 päivän peruuttamisaika lasketaan siitä, kun kuluttaja on saanut sekä laitteen että vahvistuksen. Yrityksen on esitettävä selvitys siitä, että laite on otettu käyttöön ja peruuttamisoikeus menetetty, jos se vetoaa siihen.
6. Jos yritys vetoaa siihen, että kuluttaja on antanut suostumuksensa toimituksen aloittamiselle ja menettänyt peruuttamisoikeuden, yrityksen on näytettävä, että poikkeuksen kaikki edellytykset täyttyvät. Kuluttajalta tulee olla nimenomainen todistettava suostumus toimituksen aloittamiseen ja kuluttajalle on tullut kertoa peruuttamisoikeuden puuttumisesta. Lisäksi toimituksen tulee olla todella aloitettu.
7. Numeron siirtoa ei voi toteuttaa ennen kuin sitova sopimus on syntynyt. Lisäksi kuluttajan mahdollisuutta käyttää etämyynnin peruuttamisoikeuttaan ei voi rajoittaa numeron siirtokäytännöillä. Etämyyntiprosessit on suunniteltava siten, että voidaan luotettavasti seurata yksittäisten tilausten vaiheita.

Viestintäpalveluiden etämyyntiä koskeva lainsäädäntö ja linjaukset

Etämyynnin säännösten lähtökohta on, että asiakkaan oikeussuoja on sekä markkinoinnissa että itse kaupassa vähintään samaa tasoa kuin muussakin kaupankäynnissä. Viestintäpalveluiden etämyyntiin sovelletaan kaikkia niitä lainsäädännön vaatimuksia, joita sovelletaan muuhunkin viestintäpalveluiden markkinointiin ja myyntiin. Sen lisäksi sovellettavaksi tulevat myös etämyynnin erityiset vaatimukset erityisesti ennakkotietojen toimittamisesta, tilausvahvistuksesta ja kuluttajan peruuttamisoikeudesta. Kuluttajansuojalain 2 ja 3 luvut sisältävät markkinointia ja sopimusehtoja koskevat yleissäännökset sekä 6 luku etämyyntisäännökset.

Myös viestintämarkkinalain säännökset, erityisesti 7 luvun käyttäjän oikeuksia koskevat säännökset soveltuvat etämyyntiin. Etämyynnin näkökulmasta on huomattava erityisesti viestintämarkkinalain 66 § sopimusehtojen julkaisemisesta, 67 § sopimuksen tekemisestä ja 51 § numeron siirrosta operaattoria vaihdettaessa.

Kun palveluja markkinoidaan ja toimitetaan sähköisesti tietoverkoissa, niihin sovelletaan myös lakia tietoyhteiskunnan palvelujen tarjoamisesta. Lain 7 § ja 8 §:ssä on tiedonantovelvollisuuksia, lain 9 §:ssä säädetään sopimusehtojen toimittamisesta ja lain 10 §:ssä vastaanottoilmoituksesta.

Edellä mainitut säännökset ovat kuluttajien hyväksi pakottavia.

Myös sähköisen viestinnän tietosuojalaki asettaa rajoituksia sähköiselle suoramarkkinoinnille. Näitä vaatimuksia käsitellään tietosuojavaltuutetun linjauksissa.

Myös muissa kuluttajaoikeuden linjauksissa on käsitelty yleisiä verkkokauppaan ja etämyyntiin liittyviä vaatimuksia. Lisäksi viestintäpalveluita koskevia yleisiä markkinointiin ja sopimusehtoihin liittyviä kysymyksiä on käsitelty toisaalla.

Yleisiä verkkokauppaan liittyviä vaatimuksia käsitellään kuluttajaoikeuden linjauksessa verkkokaupan perustamisesta ja verkkokauppiin muistilistassa. Viestintäpalveluiden markkinointia taas koskee esimerkiksi toimialan kanssa laadittu ”Muistilista puhelinliittymäkauppaan”, joka soveltuu myös kaikkeen etämyyntiin. Lapsia ja nuoria markkinoinnin kohteena ja sopijakumppanina käsitellään omassa linjauksessaan. Asiakas-palvelua koskevia vaatimuksia ja numeron siirtoon liittyviä kysymyksiä käsitellään myös tarkemmin toisaalla.

Lainsäädännössä asetetut etämyynnin vaatimukset koskevat kaikkia markkinointi- ja myyntivälineitä. Yrityksen on otettava huomioon eri markkinointivälineiden asettamat rajoitukset ja toisaalta hyödykkeiden monimutkaisuus. Puhelinmyynti ei ole Kuluttajaviraston havaintojen perusteella toiminut kovin hyvin monimutkaisten viestintäpalveluiden myyntikanavana tai ainakaan puhelinmyynnin prosesseja ei ole pohdittu riittävästi. Viestintäpalveluiden ja erityisesti erilaisten kytkypakettien hinnoittelurakenteet ovat monimutkaisia, ja markkinoinnissa on annettava paljon yksityiskohtaisia tietoja myös esimerkiksi puhelimen ominaisuuksista, liittymän palveluista, sopimuksen ehdoista ja kulujen hallinnasta. Kuluttajavirasto suosittaa, että puhelinmyyntiä erilaisten viestintäpalveluiden myyntitapana harkitaan tarkoin.

Milloin etämyyntisäännöksiä sovelletaan?

Etämyynnin tilausprosesseja suunniteltaessa on huomattava, milloin on kysymys sellaisesta uudesta kuluttajansuojalain 6 luvun 4 §:ssä ja viestintämarkkinalain 67 §:ssä tarkoitetusta sopimuksesta, johon on sovellettava etämyyntiä koskevia vaatimuksia. Kysymys on huomattava erityisesti silloin, kun operaattorin olemassa olevalle asiakkaalle markkinoidaan samantyyppistä palvelua kuin hän jo tilaa, esimerkiksi kun matkapuhelinliittymäasiakkaalle myydään jotakin lisätua, joka muuttaa liittymätyyppiä, sen hinnoittelua tai sopimus muuttuu määräaikaiseksi.

Kysymys on aina uudesta etäsopimuksesta, kun jokin sopimuksen erityisehdoissa sovittu asia, kuten hinnoittelu, voimassaolo tai sisältö muuttuu kuluttajan myöhemmän etäviestimellä tekemän tilauksen perusteella toiseksi. Jos kuluttajalle tehdään esimerkiksi puhelinmyynnin yhteydessä tarjous, on kysymys lähtökohtaisesti uuden sopimuksen tarjoamisesta ja etämyyntisäännöksiä on noudatettava.

Jos voimassa olevan sopimuksen mukaan kuluttaja voi yksipuolisen ilmoituksen perusteella tehdä tiettyjä sopimuksessa määriteltyjä muutoksia hinnoitteluun taikka ottaa tiettyjä määriteltyjä lisäpalveluja käyttöön, kysymys ei sen sijaan välttämättä ole uudesta etäsopimuksesta eikä kuluttajalla ole siten lakisääteistä peruuttamisoikeutta. Kuluttajansuojalain 2 luvun 3, 6 ja 7 §:n vaatimusten perusteella voidaan katsoa, että kuluttajan tulee aina voida helposti ja selkeästi saada tieto siitä, milloin on kysymys tällaisesta muutoksesta eikä uuden sopimuksen tekemisestä, koska tiedolla on merkitystä kuluttajan oikeuksien, kuten peruuttamisoikeuden kannalta.

Niissäkin tilanteissa, joissa ei ole kysymys varsinaisesti uuden sopimuksen tekemisestä, on suositeltavaa aina vahvistaa kuluttajalle ainakin muutosten sisältö ja voimaantulopäivämäärä. Lisäksi monissa tilanteissa, kuten saldorajoituksen kytkemisen yhteydessä, voidaan operaattorin menettelytavat katsoa kuluttajansuojalain 2 luvun 3 §:n vastaiseksi, jos kuluttajilla ei ole mahdollisuutta kytkentäpyynnön yhteydessä ja jälkikäteen todentaa esimerkiksi sitä, milloin kytkentä on suoritettu.

Esimerkkejä:

Kuluttaja on operaattorin x laajakaista-asiakas. Hän tilaa operaattorin x puhelinmyyjältä kalliimman ja nopeamman laajakaistaliittymän. Etämyyntisäännöksiä muun muassa ennakkotiedoista, tilausvahvistuksesta ja peruuttamisoikeudesta on noudatettava.

Kuluttaja on operaattorin x matkapuhelinliittymä-asiakas. Hän valitsee operaattorin x verkkopalvelusta ”maksuttoman lisäpalvelun”, minkä johdosta silloinen toistaiseksi voimassa oleva sopimus muuttuu määräaikaiseksi. Etämyyntisäännöksiä muun muassa ennakkotiedoista, vahvistuksesta ja peruuttamisoikeudesta on noudatettava.

Kun vanha asiakas tekee uuden etäsopimuksen, sopimusehtojen ja sopimusten sisällön perusteella voidaan arvioida esimerkiksi sitä, onko kuluttaja tehnyt kaksi erillistä sopimusta vai onko uuden etäsopimuksen solmimisen yhteydessä alkuperäinen sopimus käytännössä irtisanottu päättyväksi heti. Lähtökohtaisesti sopimusehtojen perusteella voidaan arvioida myös sitä, onko kuluttaja yhä sidottu vanhaan, alkuperäisten ehtojen mukaiseen sopimukseen, kun hän käyttää uuden etäsopimuksen osalta peruuttamisoikeuttaan. Epäselviä ehtoja on tulkittava kuluttajan hyväksi.

Mitä tietoja markkinoinnissa on annettava?

Etämyyntiin sovellettavan lainsäädännön perusteella markkinoinnissa on kerrottava ainakin seuraavat tiedot:

- palvelun hintatiedot, toimituskulut ja maksuehdot
- palvelun sisältö/ pääominaisuudet
- palvelun tarjoajan nimi
- palvelun tarjoajan osoite sekä sijaintipaikka, jos se ei käy ilmi osoitteesta
- toimitusta tai sopimuksen täyttämistä koskevat rajoitukset ja ehdot
- sopimuksen vähimmäiskesto, jos sopimus koskee hyödykkeiden jatkuvaa tai toistuvaa toimittamista
- etäviestimen käyttämisestä syntyvät kulut, jos siitä veloitetaan perushintaa enemmän
- tarjouksen voimassaoloaika
- tieto peruuttamisoikeudesta tai siitä, että peruuttamisoikeutta ei ole

Verkkokaupassa lisäksi:

- sähköpostiosoite sekä sellaiset muut yhteystiedot, joiden avulla palvelun tarjoajaan saa yhteyden nopeasti, suoraan ja tehokkaasti
- mihin kaupparekisteriin tai muuhun vastaavaan julkiseen rekisteriin palvelun tarjoaja mahdollisesti on merkitty sekä palvelun tarjoajan yritys- ja yhteisötunnus tai muu vastaava tunniste kyseisessä rekisterissä

Lisäksi verkkokaupassa palvelun tarjoajan on pidettävä saatavilla selkeät ja ymmärrettävät tiedot ainakin seuraavista seikoista:

- sopimuksen teon tekniset vaiheet
- tallentaako palvelun tarjoaja tehdyn sopimuksen ja onko se toisen osapuolen saatavilla
- tekniset keinot, joilla voidaan tunnistaa ja korjata syöttövirheet ennen tilauksen tekemistä
- kielet, joilla sopimus voidaan tehdä
- palvelun tarjoajan noudattamat asiaa koskevat käytännösäännöt sekä missä ja miten ne ovat sähköisesti saatavilla

Palvelun tarjoajan on myös aina toimitettava sopimusehdot asiakkaan saataville siten, että asiakas voi tallentaa ja toisintaa ne.

Keskeiset tiedot viestintäpalveluita markkinoitaessa etäviestimellä

Palvelun kattavat hintatiedot tulee kertoa ennen tilauksen tekemistä. Markkinoinnissa annettavat hintatiedot eivät saa olla harhaanjohtavia. Kuluttajalle on aina selkeästi käytävä ilmi myös sopimuksen sisältö. Keskeisiä tietoja sopimuksen sisällöstä ovat tarjousta koskevat ehdot ja rajoitukset sekä sopimuksen määräaikaisuus. Tilauksen sisältö ja palvelun hintatiedot on kerrottava asiakkaalle selvästi jo markkinoinnissa, ei vasta hänelle lähetetyssä vahvistuksessa.

Markkinointia suunniteltaessa tulee huomioida myös se, että kuluttajien on helppo erottaa kaupanteon eri vaiheet toisistaan – paitsi verkkokaupassa myös puhelinmyynnissä. Yksittäinen puhelinmyyjä ja kuluttaja esimerkiksi ymmärtävät, milloin sopimus syntyy, milloin ja millä tavalla tilausvahvistus toimitetaan kuluttajalle ja missä vaiheessa kuluttaja voi vielä käyttää peruuttamisoikeuttaan. Lisäksi keskeistä voi olla se, miten numeron siirto tapahtuu ja miten siitä informoidaan kuluttajaa. Nämä vaatimukset voidaan perustella kuluttajansuojalain ja lain tietoyhteiskunnan palvelujen tarjoamisesta säännöksillä. Jälkimmäisessä edellytetään muun muassa, että sopimuksen teon tekniset vaiheet on kerrottava selkeästi.

Tärkeää on myös se, että sopimuksen syntyminen ja peruuttamisoikeus erottuvat kuluttajalle toisistaan. Sopimusehdoissa, ennakkotiedoissa ja tilausvahvistuksessa on kiinnitettävä erityistä huomiota siihen, että sopimuksen syntyminen ja peruuttamisoikeuden käyttäminen tulevat selkeästi ja ymmärrettävästi esille erillisinä asioina. Tarvittaessa eri etämyyntitilanteita silmällä pitäen on suunniteltava omat tilausprosessinsa kaikkine vaiheineen ja tilanteeseen sopiva tilausvahvistus.

Millä tavalla ennakkotiedot annetaan?

Ennakkotiedot on kuluttajansuojalain 6 luvun mukaan annettava käytettyyn etäviestimeen sopivalla tavalla, selkeästi, ymmärrettävästi ja niin, että tietojen kaupallinen tarkoitus käy selvästi ilmi. Puhelimitse tapahtuvissa yhteydenotoissa elinkeinonharjoittajan on ilmoitettava nimensä ja puhelun kaupallinen tarkoitus heti puhelinkeskustelun alussa. Laki tietoyhteiskunnan palvelujen tarjoamisesta korostaa tietojen selkeyttä, ymmärrettävyyttä ja sitä, että tiedot ovat helposti saatavilla.

Kirjallisuusvaatimus ja sopimusehtojen toimittaminen

Kuluttajalla tulee aina olla tosiasiallinen tilaisuus tutustua sopimusehtoihin ennen sopimuksen syntymistä. Viestintämarkkinalain 66 §:n mukaan operaattori on velvollinen julkaisemaan vakiosopimusehdot ja palveluita koskevat hinnastot siten, että ne ovat helposti käyttäjien saatavilla ilman korvausta. Tietoyhteiskunnan palvelujen tarjoamisesta annetun lain 9 §:n mukaan palvelun tarjoajan on aina toimitettava sopimusehdot kuluttajan saataville niin, että kuluttaja voi tallentaa ja toisintaa ne.

Viestintämarkkinalain 67 §:n 1 momentin mukaan viestintäpalvelusopimus on tehtävä kirjallisesti. Sopimus voidaan tehdä myös sähköisesti edellyttäen, että sähköisen sopimuksen sisältöä ei voi yksipuolisesti muuttaa ja että sopimus säilyy osapuolten saatavilla.

Kuluttajavirasto ja Viestintävirasto ovat arvioineet ratkaisukäytännössään näiden vaatimusten toteutumista yritysten etämyynissä (KA 2003/41/3870, Viestintävirasto 859/532/2003). Samassa yhteydessä on käsitelty myös palvelun vastaanottajan tunnistamiseen liittyviä vaatimuksia.

Esimerkki:

Puhelinmyyjä tarjoaa kuluttajalle matkapuhelinliittymää. Kuluttajan tilauksen jälkeen mahdollisimman pian hänelle lähetetään postitse kotiin vakiosopimusehdot ja tilausvahvistus. Tämän jälkeen kuluttaja vastaanottaa ilmoituksen postilähetyksestä ja kuluttaja noutaa liittymäpaketin postista ja allekirjoittaa vastaanottotodistuksen, missä yhteydessä tarkistetaan vastaanottajan henkilöllisyys. Sopimusehtojen mukaan sopimus syntyy kuluttajan vastaanotettua liittymäpaketin ja allekirjoittaessa vastaanottotodistuksen. Kuluttajalla on tämänkin jälkeen lähtökohtaisesti normaali etämyynnin peruuttamisoikeus, ellei kuluttaja ota liittymää normaaliin käyttöön.

Vastaanottoilmoitus

Kun kuluttaja on tilannut palvelun verkkokaupasta, yrityksen on tietoyhteiskunnan palveluiden tarjoamisesta annetun lain 10 §:n mukaan viivytyksettä sähköisesti ilmoitettava tilauksen vastaanottamisesta. Erillistä vastaanottoilmoitusta ei tarvitse lähettää, jos kuluttajalle lähetetään viivytyksettä kuluttajansuojalain edellyttämä vahvistus.

Vahvistus

Palvelun tarjoajan on kuluttajansuojalain 6 luvun 14 §:n mukaan vahvistettava kuluttajalle tiedot palvelusta ja sen peruuttamisoikeudesta. Vahvistus toimitetaan kuluttajalle mahdollisimman pian sopimuksen tekemisen jälkeen. Vahvistus on toimitettava kuluttajalle henkilökohtaisesti tallentamista ja tulostamista varten, esimerkiksi postitse tai sähköpostitse.

Vahvistuksessa on annettava seuraavat tiedot:

- elinkeinonharjoittajan nimi ja osoite sekä sijaintipaikka, jos se ei käy ilmi osoitteesta
- kulutushyödykkeen pääominaisuudet
- kulutushyödykkeen hinta, toimituskulut ja maksuehdot
- toimitusta tai sopimuksen täyttämistä koskevat muut ehdot
- sopimuksen vähimmäiskesto, jos sopimus koskee hyödykkeiden jatkuvaa tai toistuvaa toimittamista
- ohjeet ja tiedot 6 luvun 15 §:ssä tarkoitetun peruuttamisoikeuden käyttämisestä varten sekä tieto siitä, ettei sopimusta 16 §:n 1 kohdan mukaan voi peruuttaa sen jälkeen, kun palveluksen suorittaminen on kuluttajan suostumuksella aloitettu

- elinkeinonharjoittajan sen toimipaikan maantieteellinen osoite, jonne kuluttaja voi toimittaa valituksensa
- tiedot takuusta sekä saatavilla olevista huolto- ja korjauspalveluista
- sopimuksen irtisanomisehdot, jos sopimus on voimassa toistaiseksi tai yhtä vuotta pidemmän ajan.

Vahvistusta ei tarvitse lähettää, jos vahvistukselta edellytettävät tiedot on toimitettu kuluttajalle henkilökohtaisesti tallennettavassa ja toisinnettavassa muodossa jo ennen tilauksen tekemistä. Vahvistuksella turvataan se, että kuluttaja saa ja voi säilyttää tiedot palvelusta ja että hän voi tarvittaessa vedota niihin.

Jos vahvistus on puutteellinen, kuluttajalla on kolmen kuukauden peruuttamisaika (KSL 6 luku 15.2 §). Jos vahvistusta ei toimiteta lainkaan, sopimus ei sido kuluttajaa ja kuluttaja voi vedota sitomattomuuteen vuoden kuluessa (KSL 6 luku 20 §). Jos sopimus peruuntuu tai raukeaa näissä tilanteissa, kuluttajalta voidaan veloittaa vain kohtuullinen korvaus jo toimitetuista palveluista, jotka eivät ole palautettavissa ja joista kuluttajan katsotaan saaneen hyötyä. (KSL 6 luku 23.3 §)

Peruuttamisoikeus

Kuluttajalla on oikeus peruuttaa viestintäpalvelusopimus ilmoittamalla siitä yritykselle 14 päivän kuluessa tilausvahvistuksen vastaanottamisesta. Peruuttamisoikeuden poikkeustilanteet on lueteltu tyhjentävästi laissa. Sopimusehdoilla ei voi poiketa laista kuluttajan vahingoksi laajentamalla näitä poikkeustilanteita.

Jos kysymys on tavarán ja palvelun kytkysopimuksesta, on huomattava myös tavarán etämyyntiin liittyvä laskentasääntö. Peruuttamisaika lasketaan tavarán vastaanottamisesta, jos se vastaanotetaan myöhemmin kuin vahvistus. Jos vahvistusta ei tarvitse toimittaa, peruuttamisaika lasketaan tavarán kaupassa tavarán vastaanottamisesta ja muissa tapauksissa sopimuksen tekemisestä.

Peruuttamisoikeuteen on säädetty eräitä rajoituksia kuluttajansuojalain 6 luvussa. Luvun 16 §:n poikkeuskohdat 2 – 7 kohdat eivät tule kysymykseen viestintäpalveluiden osalta. Luvun 16 § 1 kohdan mukaan kuluttajalla ei ole peruuttamisoikeutta, jos palveluksen suorittaminen sähköisesti on kuluttajan suostumuksella aloitettu ennen peruuttamisajan päättymistä ja kuluttajalle on ilmoitettu peruuttamisoikeuden puuttumisesta tilausvahvistuksessa. Kuluttaja menettää siis peruuttamisoikeutensa vain, jos suoritukseen on saatu nimenomainen kuluttajan suostumus. Suostumus on eri asia kuin kuluttajan tekemä tilaus. Kuluttajansuojalain 6 luvun säännösten tarkoituksena on luonnollisesti, että kuluttaja saa tilausvahvistuksen ja tiedon peruuttamisoikeuden puuttumisesta ennen tilauksen suorittamisen aloittamista. Kuitenkin kuluttajansuojalain 2 luvun 3 ja 7 §:n perusteella kuluttajan tulee saada selkeästi ja helposti ymmärrettävästi tietää jo suostumusta kysyttäessä, mihin hän antaa suostumuksensa ja miten suostumus vaikuttaa esimerkiksi peruuttamisoikeuden käyttämiseen ja numeron siirtoon. Lisäksi peruuttamisoikeuden puuttumisesta on nimenomaisesti mainittava tilausvahvistuksessa, jotta yritys voisi vedota kohdan rajoitukseen. Jos tieto puuttuu vahvistuksesta, kuluttajalla on normaali peruuttamisoikeus.

Lisäksi on huomattava, mitä palveluksen suorittamisella tarkoitetaan 16 §:n 1 kohdassa. Palvelun suorittaminen voidaan katsoa aloitetun vasta esimerkiksi, kun palvelun käyttöön tarvittavat laitteet ovat kuluttajan käytettävissä, palvelu on kytketty ja avattu, mahdollinen numeronsiirto on suoritettu ja palvelu on kaikkienensa kuluttajan käytettävissä. Tätä ennen kuluttajan on luonnollisesti peruuttamisoikeus, vaikka hän olisikin jo antanut suostumuksensa. Numeron siirtoa käsitellään jäljempänä vielä erikseen.

Esimerkkejä:

Yritys lähettää tilauksen jälkeen kuluttajalle erillisen viestin, jossa pyytää suostumusta aloittaa tilatun palvelun toimittaminen ja kertoo, että palvelulla ei ole peruuttamisoikeutta sen jälkeen, kun toimitus on aloitettu.

Kuluttaja tilaa puhelinmyyjältä 3G-liittymän ja puhelimen kytkypaketin. Kysymys on sopimuskokonaisuudesta, jota on arvioitava yhtenä kokonaisuutena. Näin on arvioitu myös

kuluttajariitalautakunnan ratkaisukäytännössä. Kuluttajalta ei voida sulkea pois edullisinta tavarantoiminnan peruuttamisoikeuden laskentaa. Kuluttajan 14 päivän peruuttamisoikeus koko kytkepakettiin lasketaan vahvistuksen vastaanottamisesta taikka tavarantoiminnan peruuttamisesta, jos se tapahtuu myöhemmin. Operaattori ei voi vedota mihinkään 16 §:n poikkeussäännöksistä. Kuluttaja menettää peruuttamisoikeuden, jos ottaa paketin normaaliin käyttöön.

Kuluttaja tilaa puhelinmyyjältä kiinteän laajakaistaliittymän. Kuluttajan kanssa sovitaan, että liittymän kytkentä suoritetaan kolmen viikon kuluessa. Kuluttaja saa tilausvahvistuksen muutaman päivän sisällä. Kuluttajalla on peruuttamisoikeus 14 päivän kuluessa tilausvahvistuksen vastaanottamisesta.

Kuluttajalle taattua peruuttamisoikeutta ei voi normaalin tutkimisen vuoksi poistaa. Kuluttajansuojalain 6 luvun 23 §:n mukaan kuluttajan on säilyttäväkseen peruuttamisoikeuden pidettävä tavara tai suoritus olennaisesti muuttumattomana tai vähentymättömänä. Kuluttaja ei vastaa arvon alentumisesta, joka johtuu pakkauksen purkamisesta, tavarantoiminnan tai suorituksen tutkimisesta tai muusta vastaavasta syystä. Esitöissä todetaan nimenomaisesti, että kuluttaja voi peruuttamisoikeuttaan menettämättä tarkastaa tavarantoiminnan ja kokeilla sen käyttöä samalla tavalla kuin liiketoiminnassa tehtävissä vastaavissa kauppoissa on tavallista. Jos sen sijaan tavara otetaan normaaliin käyttöön, peruuttamisoikeus on menetetty (HE 79/2000, s. 45). Ehdot, joiden mukaan palautuksen edellytyksenä on, että pakkaus, suojamuovi tai muu sellainen on ehjä tai avaamaton, ovat näin ollen lainvastaisia.

Kuluttajariitalautakunta on käsitellyt viestintäpalveluiden peruuttamisoikeutta muun muassa ratkaisussa Dnro 1174/39/2006. Kuluttaja oli tilannut palvelupaketin, johon kuului matkapuhelinlaite. Kuluttaja oli ottanut puhelimen pakkauksestaan. Kuluttajariitalautakunta katsoi, että matkapuhelin ei ole 6 luvun 16 §:n 4 kohdassa tarkoitettu tavara, jota ei luonteensa vuoksi voisi palauttaa edelleen myytäväksi. Myöskään 16 §:n 5 kohdan poikkeusta, joka koskee sinetöityjä ääni- ja kuvatallenteita sekä tietokoneohjelmia, ei voida soveltaa. Kuluttajan ei voitu katsoa ottaneen puhelinta käyttöön, kun tämä oli avannut puhelinpakkauksen ja tutkinut puhelinta. Operaattori ei ollut esittänyt muutakaan selvitystä siitä, että puhelin olisi otettu käyttöön.

Peruuttamisoikeus ja numeron siirto

Sopimusehdoilla tai sopimusehtokäytännöillä ei voida rajoittaa kuluttajan mahdollisuutta käyttää lakisääteistä peruuttamisoikeuttaan. Siten myöskään numeron siirtoon liittyvät käytännöt eivät saa käytännössä rajoittaa taikka vaikeuttaa peruuttamisoikeuden käyttämistä. Keskeistä on erityisesti se, missä vaiheessa numeron siirtoprosessi käynnistyy ja toisaalta siirto tapahtuu sekä miten yrityksen menettelytapojen mukaan seurataan muun muassa sitä, noutaako asiakas postilähetyksen tai käyttää muutoin kuluttajansuojalain mukaista peruuttamisoikeuttaan.

Viestintämarkkinalain 51 §:ssä säädetään operaattorin puhelinnumeron siirrettävyyteen liittyvistä velvoitteista, ja Viestintävirasto on antanut määräyksen [46 H/ 2011 M puhelinnumeron siirrettävyydestä](#). Puhelinnumeron siirrettävyyteen liittyvät käytännöt ja periaatteet ilmenevät lisäksi määräyksen [perustelut ja soveltaminen -muistiosta](#) ja [puhelinnumeron siirrettävyyden proseduurit -asiakirjasta](#). Uuden eli vastaanottavan operaattorin siirtotilaus luovuttavalle operaattorille toimii irtisanomisilmoituksena. Numeron siirtotilaus toiselle operaattorille edellyttää, että vastaanottavan operaattorin ja kuluttajan välillä on sitova liittymäsopimus.

Etämyynnissä numeron siirrossa on huomioitava kuitenkin myös peruuttamisoikeuteen liittyvät kuluttajan oikeudet. Etämyyntitilanteissa numeron siirtoa ei voida toteuttaa ennen sitovan sopimuksen syntymistä ja, ellei operaattorilla ole selvitystä siitä, että kuluttaja ei käyttänyt peruuttamisoikeuttaan. Etämyyntiprosessit on suunniteltava siten, että voidaan luotettavasti selvittää, mikä kunkin tilauksen vaihe on ja milloin siirto voidaan toteuttaa.

Viestintäpalveluissa operaattorin vaihtoon ja numeron siirtoon liittyy kuluttajan näkökulmasta muun muassa sim-kortin vaihtaminen ja lyhyt katkos palvelussa. Mikäli kuluttajan tarkoitus on käyttää

peruuttamisoikeuttaan ja operaattori lähettäisi siirtotilauksen ja sopisi siirron toteuttamisajankohdan liian aikaiseksi, kuluttajan käyttöön ei jäisi joko liittymää lainkaan ainakaan useiksi päiviksi taikka kuluttaja olisi painostettu ottamaan uusi sim-kortti käyttöön. Numeron siirtäminen takaisin ei tapahdu helposti ja nopeasti ja aiheuttaa lähtökohtaisesti kuluttajalle merkittävää vaivaa ja mahdollisesti kustannuksia.

Sopimusehtokäytäntöjä, jotka pyrkivät kiertämään kuluttajan peruuttamisoikeutta, voidaan pitää kohtuuttomina. Menettelyjä, joissa asiakkaalle ei anneta tietoja heidän oikeuksistaan ja huolehdita, että he voivat käyttää niitä vaivattomasti, voidaan pitää kuluttajansuojalain 2 luvun 3 §:ssä tarkoitetulla tavalla sopimattomina. Menettelyjä, joissa asiakasta painostetaan ottamaan käyttöön uusi liittymä vanhan liittymän sulkeuduttua, vaikka kuluttajalla olisi vielä mahdollisuus vedota peruuttamisoikeuteen, voidaan pitää 2 luvun 9 §:ssä tarkoitetulla tavalla aggressiivisina ja siten lainvastaisina. Operaattorin vastuulla on suunnitella tilausprosessit ja asiakaspalvelun prosessit sellaiseksi, että kuluttajien oikeudet pystytään turvaamaan.

Esimerkki:

Kuluttaja ei nouda sim-kortin sisältävää liittymäpakettia postista. Operaattori ei voi lähettää siirtotilausta luovuttavalle operaattorille, eikä kuluttajalle voi ilmoittaa numeron siirtoajankohtaa tekstiviestillä.

Peruuttamisoikeuden käyttäminen

Elinkeinonharjoittajalla on velvollisuus antaa kuluttajalle selkeät peruuttamisohjeet vahvistuksessa. Kuluttajalla on kuitenkin oikeus peruuttaa sopimus haluamallaan tavalla. Elinkeinonharjoittaja ei siis saa ohjeilla hankaloittaa tai vaikeuttaa peruuttamisoikeuden käyttämistä eli ei voi esimerkiksi vaatia kuluttajaa tekemään peruuttamisilmoitus kirjallisesti. Peruuttamisilmoituksen muodolle ei voida siis asettaa edellytyksiä. Paketin noutamatta jättäminen katsotaan peruuttamiseksi.

Kuluttajalla on oikeus peruuttaa kauppa aina siitä lukien, kun hän on tehnyt tilauksen. Kuluttajan ei tarvitse esimerkiksi odottaa sitä, että kuluttajansuojalain 6 luvun 15 §:n mukaisesti esimerkiksi tilausvahvistus on saapunut ja 14 päivän laskenta on alkanut.

Suoritusten palauttamisesta säädetään kuluttajansuojalain 6 luvun 17 §:ssä.

Elinkeinonharjoittajan laiminlyönnin seuraamukset

Peruuttamisoikeuden pidentymistä ja sopimuksen sitomattomuutta on käsitelty vahvistusta koskevassa kohdassa. Puutteellinen vahvistus pidentää peruuttamisaikaa kolmeen kuukauteen. Jos vahvistusta ei ole toimitettu kuluttajalle, kuluttaja voi vedota sopimuksen sitomattomuuteen vuoden kuluessa sopimuksen tekemisestä.