

Ajankohtaista KULUTTAJAOIKEUDESTA

12.2.2010

1/10

Pääkirjoitus

Kuluttajan taloudelliset riskit ja uusien palveluiden kehittäminen.....2

Artikkelit

Kuluttajan taloudelliset riskit ja uusien palveluiden kehittäminen.....2

Vahvaa valvontaa niukkuudesta huolimatta.....3

Uutta lainsäädäntöä kuluttajansuojan alueella.....5

Sopimaton määrittelyä aiempaa täsmällisemmin6

Palveludirektiivi ja laki palvelujen tarjoamisesta8

Dalli aloitti terveyst- ja kuluttaja-asioiden komissaarina..... 10

EU-viranomaisten yhteistyö vakiintumassa rajat ylittävässä valvonnassa..... 11

KKO:n ennakkopäätös täsmentää etämyyntisopimuksen syntyä 12

Talotoimittajan kanssa sopu virhevastuun kantamisesta 13

Kokenutkin voi sortua heikkoon asiakaspalveluun 14

Julkisten hyvinvointipalveluiden palveluketju selvitettävä..... 15

Ei lisää yksityisen kopioinnin hyvitysmaksuja 16

Ei hankintaa ilman harkintaa 18

Toimitus

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

[Pääkirjoitus]

Kuluttajan taloudelliset riskit ja uusien palveluiden kehittäminen

Joillakin elinkeinotoiminnan alueilla toiminnan luonne on senkaltaista, että siihen liittyy suuria taloudellisia riskejä kuluttajille. Tästä syystä heitä on katsottu tarpeelliseksi suojata erityisjärjestelyin. Esimerkiksi kiinteistönvälityksessä ja sijoitusneuvonnassa edellytetään pakollista vastuuvakuutusta. Pankeilla puolestaan on oma talletusvakuusjärjestelmänsä. Tietyissä palveluissa on lisäksi vähimmäispääomavaatimukset.

Järjestelmät ovat syntyneet eri aikoina ja niiden olemassaoloa perustellaan lähinnä sillä, että asuminen ja säästäminen ovat kuluttajan kannalta merkittävimmät omaisuusriskit. Kun sähköinen ympäristö, palvelujen kasvu ja toimintaympäristön monimutkaistuminen tuo mukanaan uutta tarjontaa, ei enää olekaan selvää, onko kuluttaja riittävästi riskeiltä turvassa. Kuluttajan tiedot ja asiantuntemus eivät yksinkertaisesti riitä arvioimaan jokaisen uuden palvelun riskejä. Ongelma on jo selkeästi tullut esille sijoitustuotteissa. Niistä osa ei olekaan niin turvallisia kuin mitä kuluttajalle annettujen tietojen valossa on ollut aihetta olettaa.

Turvallisuuspalvelu ei enää olekaan pelkkää vartiointia

Kuluttajan ei aina ole helppo hahmottaa, milloin on kyse erityissäännösten piiriin kuuluvasta palvelusta, jonka vastuuhenkilöille, toimintatavoille ja riskien kattamiselle on asetettu lakisääteiset velvoitteet. Uusilla palvelukonsepteilla tarjotaan kuluttajalle yksinkertaista ja turvallista elämää. Valitettavasti uusien palveluiden tarjoajissa on myös sellaisia yrityksiä, jotka väärinkäyttävät kuluttajien luottamusta.

Vanhat määritelmät eivät välttämättä nykyhetkessä päde niin kuin on ajateltu. Turvallisuuspalvelu ei enää ole pelkkää vartiointia ja perinteistä esineiden turvasuojausta. Säästöt eivät ole kiinni vain pankkitileissä ja obligaatioissa. Monimutkaistuneessa maailmassa on kysyntää palveluille, jotka helpottavat arkisten asioiden hoitamista. Uusien palveluiden rakentamiseen usein tarvitaan kuluttajien henkilötietoja. Aina ei synnykään perinteisiä omaisuusvahinkoja: Esimerkiksi henkilötietojen väärinkäyttö voi aiheuttaa kuluttajalle muitakin kuin taloudellisia menetyksiä.

Yrityksen minimoitava uuden palvelun kuluttajariskit

Mitä sitten tulisi tehdä? On hyvä, että uusia palveluja tulee markkinoille. Niistä pitää saada käyttökokemuksia. Osaavimmat kuluttajat usein ovatkin sekä ensimmäisenä kohderyhmänä että innokkaimpina uusia palveluita kokeilemassa. Tällöin riskien aktualisoituminen voi olla epätodennäköistä. Tilanne on toinen, kun palvelun toimivuudesta ja riskeistä ei ole riittävästi näyttöä, mutta markkinointi on päällekkäystä ja palvelun käyttö yleistyy nopeasti. Lainsäädäntö ei hätiin ehdi. Eikä siihen tietenkään aina edes ole tarvetta, kun ei vielä ole käsitystä ilmiön pysyvyydestä. Kuluttajat voivat kuitenkin menettää aikaa, rahaa, henkilötietonsa, luottamuksensa. Valvojan tehtäviin kuuluu tarttua lainvastaiseen toimintaan. Kuitenkin asian selvittely vie usein paljon aikaa, eikä valvoja ehdi estämään menetyksiä. Tiedotuksellakaan ei jokaista kuluttajaa saavuteta.

Tasapainottelu uusien palvelujen kehittämisen ja kuluttajien riskien torjumisen välillä on kuitenkin ennen kaikkea yrittäjän asia. Jos yritys toimii vastuullisesti, se ottaa kuluttajan- ja tietosuojan vaatimukset huomioon alusta pitäen. Vastuullinen yritys kertoo palveluistaan ja tuotteistaan kuluttajille avoimesti, eikä mahdollisten ongelmien ilmaantuessa pistä päätä pensaaseen. Tämä olisi hyvä alku onnistuneille, aitoa lisäarvoa tuoville innovaatioille.

Anja Peltonen
Johtaja

Vahvaa valvontaa niukkuudesta huolimatta

Kuluttajaviraston oikeudellisen toiminnan arvioinut (2009) professori Jyrki Tala toteaa raportissaan, että Kuluttajavirasto on onnistunut kehittämään uusia valvontakeinoja. Näin siitä huolimatta, että valvottavia asioita on paljon ja virasto toimii pienillä resursseilla, Tala kirjoittaa.

Lähtökohtana Kuluttajaviraston valvontatyölle, jo 30 vuoden ajan, ovat olleet lainsäätäjän määrittelemät keinot: neuvotteluratkaisu yrityksen kanssa, kiello ja markkinaoikeushakemus.

Erityisesti viimeksi kulunut vuosikymmen osoitti, että jokaista erillistä asiaa ei ennätetä ratkomaan yhdessä yksittäisen yrityksen kanssa. Asiamäärä on yksinkertaisesti liian suuri. Tästä syystä virastossa on määrätietoisesti kehitetty ennaltaehkäisevää työtä ja erilaisia työtapoja.

Uuden näkökulman tähän on viime vuosina tuonut OECD:ssä aloitettu ja sittemmin EU-tasollekin siirtynyt keskustelu siitä, miten kuluttaja / ihminen todellisuudessa toimii. Kuluttajapoliittista keskustelua on aiemmin hallinnut oletus kuluttajasta rationaalisenä toimijana. Myös tiedontuotannossa on monesti luotettu vanhanaikaiseen viestintään ”lääkeruiskumalliin”. Siinä lähettäjä saattaa sanoman matkaan, ja vastaanottaja nappaa sen itselleen lähetetyssä muodossa. Näin yksinkertaisesti ihminen ei tietysti operoi.

Verkkolehti ja nettiapurit

Kuluttajaoikeudellisen valvonnan keinovalikoimaan on alettu sisällyttää uudenlaisia viestintätapoja. Peruslähtökohta on, että yrityksen on voitava vaivattomasti selvittää oikeat toimintatavat. Viraston nettisivujen yritys-osiossa tarjoamme jatkuvasti päivittyvää tietoa säännöksistä ja niiden mahdollistamista toimintamalleista. Valvonnan tueksi on myös luotu arjen apureita: nettipohjaisia työkaluja käytännön asiakaspalvelutilanteisiin. Esimerkiksi takuutyökalun avulla myyjä tai takuukampanjaa suunnitteleva voi tarkistaa, miten kannattaa toimia. Työkaluja on helppo käyttää ja niiden avulla saa nopeasti vastauksia käytännön asiakaspalvelutilanteeseen.

Kun kiireapulainen saa asiakkaakseen rikkinäistä digiboksia kantavan kuluttajan, tilanteen selvittely vie aikaa. Asiakkaan luottamus myyjään ei myöskään välttämättä ole huipussaan. Takuuapuri on helppo avata netissä, ja edetä sen evästämänä. Myyjä saa luotettavuudesta lisäpisteitä, kun apuri on kuluttajaviranomaisen laatima.

Ennen kuin tämäntyyppisiä työkaluja voidaan rakentaa, täytyy olla kuluttajaa suojaavaa lainsäädäntöä, sitä täsmentävää ratkaisukäytäntöä ja Kuluttajaoikeuden linjaus, joka tarjoaa kokonaisnäkemyksen aihealueesta. Esimerkiksi erikoistarjouksen markkinoinnista on ensin saavutettu kuluttaja-asiamiehen neuvotteluratkaisuja ja saatu markkinaoikeuden päätöksiä. Sen jälkeen Kuluttajavirastossa on valmisteltu linjaus markkinoinnin virhetilanteista. Seuraava luonteva askel onkin nettiyökalun suunnittelu.

Työkaluilla haluamme palvella erityisesti pk-yritysten työntekijöitä ja myyjiä. Ajankohtaista kuluttajaoikeudesta –verkkolehti ja Kuluttajaviraston, usein yhteistyössä tietyn alan kanssa tuottamat, linjatukset ovat tarkoitettu asiantuntijoille, jotka tarvitsevat taustoittavaa tietoa kuluttajaoikeudesta.

Alakohtainen vaikuttaminen, yritys yhteistyö, täsmäseminaarit

SAVA (Suunniteltu alakohtainen vaikuttaminen) on jo vakiintunut ennaltaehkäisevän työn muoto. SAVA:ssa laaditaan artikkeleita kuluttajansuojasta ammattilehteen, järjestetään koulutustilaisuuksia, valmistellaan linjauksia yhteistyössä järjestöjen kanssa.

Sujuvoittaaksemme kuluttajien yhteydenottojen käsittelyä olemme sopineet joidenkin järjestöjen ja yritysten kanssa menettelystä, jossa valvonnan kohde vastaa yksittäisen asian selvittämisestä. Se kertoo Kuluttajavirastolle, miten yksittäisessä asiassa on toimittu. Millaisiin muutoksiin järjestelmissä ja prosesseissa valvontailmoitus on antanut aihetta vastaavien tapausten ehkäisemiseksi.

Koska voimavaroja on jaettava tarkasti, Kuluttajavirastossa on päätetty panostaa itse järjestettyihin täsmäseminaareihin. Seminaariemme tavoitteena on kuvata osallistujille, miltä alan tilanne näyttää valvontailmoitusten valossa. Mitkä asiat vaativat nopeita toimia ja missä kohtaa olisi valmiutta yhteistyöhön?

Yhteistyö ei edellytä samanmielisyyttä – yhteistä tahtoa kyllä tarvitaan

Kuluttajaviraston yhteistyö järjestöjen ja yritysten kanssa ei edellytä samanmielisyyttä, mutta yhteistä tahtoa kyllä tarvitaan. Olemme viime vuosien aikana nähneet yhtäältä upeita esimerkkejä vastuunkannosta ja toisaalta harmittavaa kyvyttömyyttä rakentamaan yhteistyöhön.

Vaikka yritysten ja järjestöjen kanssa tehdään paljon uudentyypistä yhteistyötä, vanhoilla keinoilla on edelleen käyttöä: Informoida ei voi, ellei ole ratkaisukäytäntöä mistä kertoa. On myös yrityksiä, joihin ei saada toimivaa keskusteluyhteyttä, tai jotka kilpailevat millä keinolla tahansa lainsäädännöstä piittaamatta. Kuluttaja ei lainvastaisten menettelyjen käytöstä hyödy, vaan joutuu viime kädessä sen maksajaksi.

Arviointiraportissa tuodaan esille lainsäädännön kehittämistarpeita. Toivottavasti näihin tartutaan pikaisesti. Kuluttajien hyvinvointi ja toimivan kilpailun edistäminen edellyttävät valvontaresursseja ja riittävää keinovalikoimaa. Ennalta ehkäisevien uusien keinojen ohella tarvitaan edelleen perinteistä valvontaa.

Lue lisää:

[Kuluttajaviraston oikeudellisen toiminnan arviointi](#) Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 64/2009 (pdf-tiedosto, 111 sivua)

Tutustu myös Kuluttajaviraston verkkopalvelussa:

[Kuluttaja-asiamiehen-valvontatehtävät](#)

[Perusvalvonta on suunniteltua ala- ja aihekohtaista vaikuttamista](#) (Ajankohtaista kuluttajaoikeudesta 6/2007)

[Myyjän takuuapuri](#)

[Kuluttajaoikeuden linjaukset](#)

[Täsmäseminaarien aineistot](#)

Uutta lainsäädäntöä kuluttajansuojan alueella

Joukkoliikennelaki ja EU:n rautatievastuuasetus

Joukkoliikennelaki ja EU:n rautatievastuuasetus tulivat voimaan 3.12.2009. Laissa säädetään mm. liikennöitsijän veloitteesta antaa liikennepalveluja koskeva laatulupaus. Lain voimaantulosäännöksen mukaan laatulupaukset on tehtävä ja julkaistava vuoden 2011 loppuun mennessä.

EU:n rautatievastuuasetus edellyttää VR:ää maksamaan vakiohyvityksen, kun juna myöhästyy yli tunnin (25 % lipun hinnasta kun viivästyy vähintään tunnin, 50 % kun myöhästyy vähintään kaksi tuntia). Lisäksi asetuksessa on säännöksiä ateria- ja virvoketarjoilusta, tiedottamisesta, vammaisten ja liikuntarajoitteisten oikeuksista ym. Asetuksen ulkopuolelle jäävät pääkaupunkiseudun taajama- ja Venäjän yhdysliikenne.

Asetuksen noudattamista Suomessa valvovat Liikenteen turvallisuusvirasto, Kuluttajavirasto ja kuluttajariitalautakunta kukin toimivaltansa puitteissa. Kuluttajavirasto seuraa asetuksen noudattamista kuluttajakollektiivin näkökulmasta. Yksittäiset riita-asiat käsitellään kuluttajariitalautakunnassa.

Laki verokannusteisesta pitkäaikaissäätämisestä

Uusi laki verokannusteisesta pitkäaikaissäätämisestä ja siihen liittyvät verolakien muutokset tulivat voimaan 1.1.2010. Jatkossa kuluttajat saavat verovähennyksen myös muusta sidotusta eläkesäästämisestä kuin vapaaehtoisista eläkevakuutuksista. Säästämistä koskevan sopimuksen voi tehdä pankin, sijoituspalveluyrityksen tai rahastoyhtiön kanssa. Uusien säästämispalvelujen tarjonta voi alkaa aikaisintaan 1.4.2010.

Asetus tarkoituksenmukaisen internet-yhteyden vähimmäisnopeudesta yleispalvelussa

Asetus tarkoituksenmukaisen internet-yhteyden vähimmäisnopeudesta yleispalvelussa annettiin 15.10.2009. Vähintään yhden megabitin internet-yhteydestä tulee 1.7.2010 yleispalvelu. Tämä tarkoittaa, että yleispalveluyrityksiksi määrättyjen teleyritysten on pystyttävä heinäkuun alusta lähtien tarjoamaan jokaiseen vakinaiseen asuntoon ja yrityksen pysyvään toimipaikkaan kohtuuhintainen ja laadukas, vähintään yhden megan yhteys. Saapuvan liikenteen keskimääräisen nopeuden tulee olla vähintään 75 prosenttia vaaditusta nopeudesta 24 tunnin mittausjakson aikana. Neljän tunnin mittausjakson aikana nopeuden on oltava vähintään 50 prosenttia vaaditusta nopeudesta.

Aluehallintovirastot ja elinkeino- liikenne- ja ympäristökeskukset aloittivat 1.1.2010

Lääninhallitusten aiemmin hoitamat kuluttaja- ja kilpailuasiat on sijoitettu aluehallintovirastoihin peruspalvelut ja oikeusturva -vastuualueille. Tehtäviin kuuluu mm. kulutusluottojen markkinoinnin ja hintamerkintöjen valvonta sekä kiinteistön- ja vuokranvälitysliikkeiden ja valmismatkaliikkeiden valvonta.

Lue lisää:

[Joukkoliikennelaki \(Finlex\)](#)

[EU:n rautatievastuuasetus](#)

[Matkustajan asemaa parantava joukkoliikenteen lakiuudistus jäi puolitiiehen](#)

(Ajankohtaista kuluttajaoikeudesta 7/2009)

[Laki sidotusta pitkäaikaissäätämisestä \(Finlex\)](#)

[Liikenne- ja viestintäministeriön asetus tarkoituksenmukaisen internet-yhteyden vähimmäisnopeudesta yleispalvelussa \(Finlex\)](#)

[Aluehallinnon uudistamishanke \(Valtiovarainministeriö\)](#)

Sopimaton määritellään aiempaa täsmällisemmin

Kuluttajansuojalain markkinointia koskevaa 2 lukua muutettiin lokakuussa 2008. Uudistetussa laissa määritellään tarkasti, mitkä menettelytavat ovat kuluttajan kannalta sopimattomia ja kuluttajansuojalain vastaisia.

Uutta laissa oli se, että kuluttajansuojalain 2 luku ulotettiin koskemaan elinkeinonharjoittajan toimintaa asiakassuhteessa myös sopimuksen tekemisen jälkeen. Asiakassuhteeseen kuuluu muun muassa asiakasvalitusten käsittely ja velkojen perinnässä käytettävät menettelytavat. Luvussa määriteltiin myös aikaisempaa tarkemmin, mitkä kaikki menettelyt ovat kuluttajan kannalta sopimattomia ja kuluttajansuojalain vastaisia. Muutoksen taustalla oli sopimattomia kaupallisia menettelyitä koskeva direktiivi, joka näin saatettiin osaksi Suomen lainsäädäntöä.

Lakimuutos on poikanut Kuluttajavirastoon uutta ratkaisukäytäntöä. Seuraavassa on esitelty esimerkein, miten Kuluttajavirastoon tulleita yhteydenottoja ja niitä koskevia tapauksia on ratkaistu uuden lain nojalla.

”Jos olet tyytymätön, saat rahasi takaisin”

Yrityksellä oli markkinointikampanja, jossa luvattiin rahat takaisin tyytymättömälle 14 vuorokauden kokeilusta. Kampanjan ehdoissa oli kuitenkin rajoitus, joissa korvaussumma rajattiin 10 euroon. Mainoksen lupauksesta, ”Saat rahasi takaisin, ellet ole tyytyväinen”, sai sellaisen kuvan, että kaikki tuotteen ostamisesta aiheutuneet kulut korvataan kuitteja vastaan.

Mainonnan pääviestin on annettava oikea kuva tarjouksen sisällöstä. Tarjouksen ehdoissa ei voi olla rajoituksia, jotka ovat tämän kanssa ristiriidassa.

Juuri tämän vuoksi kyseinen markkinointikampanja katsottiin harhaanjohtavaksi ja sopimattomaksi. Kuluttajaviraston mielestä rahat takaisin -lupausta ei voitu rajoittaa euromääräisesti. Korvauksen oli lupauksen mukaisesti katettava kuluttajan tuotteesta maksama, kuitenkin osoitettavissa oleva loppusumma.

Yritys lupasi olla vastaisuudessa käyttämättä euromääräisiä rajoitusehtoja markkinoidessaan tuotteita ”saat rahasi takaisin” -lupauksella.

Vakuutuksia markkinoitiin laskuiksi naamioiduilla kirjeillä

Yritys oli markkinoinut polkupyörävakuutuksia laskuiksi naamioiduilla kirjeillä. Yritys myös lähetti maksumuistutuksia kuluttajille, jotka eivät olleet näitä ”laskuja” maksaneet.

Markkinointi ei saa olla hyvän tavan vastaista eikä siinä saa käyttää kuluttajien kannalta sopimatonta menettelyä. Markkinoinnissa ei saa antaa kuluttajille totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja. Kuluttajan painostaminen ostopäätöksen tekemiseksi on myös kiellettyä.

Näiden perusteiden nojalla polkupyörävakuutusten kauppaaminen valelaskuilla todettiin harhaanjohtavaksi ja aggressiiviseksi. Kuluttajavirasto myös teki selväksi, että kuluttajien ei tarvitse tällaisia ”laskuja” tai ”maksumuistutuksia” maksaa.

Yritys kertoi Kuluttajavirastolle lähettämässään selvityksessä, että vakuutuksia oli markkinoinut sen lukuun puhelinmarkkinointiyritys. Sen toimintatavat eivät kaikilta osin olleet asianmukaisia. Yritys lopetti yhteistyön puhelinmyyntifirman kanssa. Yritys myös selvitti asian Kuluttajavirastolle ilmoituksen tehneiden asiakkaidensa kanssa ja lupasi vastaisuudessa pidättäytyä vastaavanlaisesta markkinoinnista.

Sähköistä suoramarkkinointia kuluttajan kielloista piittaamatta

Yritys lähetti asiakkaalleen mainoksia matkapuhelimeen, vaikka asiakas oli useasti kieltänyt markkinoinnin.

Sähköisen viestinnän tietosuojalaki edellyttää, että sähköisen suoramarkkinoinnin lähettämislle on saatava etukäteen, vapaaehtoinen ja nimenomainen suostumus kuluttajalta. Jo olemassa olevalle asiakaskunnalle lain mukaan suoramarkkinointia saa harjoittaa. Asiakkaalla on kuitenkin oikeus kieltää sähköinen suoramarkkinointi, ja yrityksen on myös kieltä noudatettava.

Kuluttajansuojalain markkinointia koskevan asetuksen mukaan sopimattomana ja aggressiivisena menettelynä pidetään sinnikkaita ja ei toivottuja myyntiyhteydenottoja puhelimitse, telekopiolaitteella, sähköpostitse tai muulla etäviestimellä.

Asetukseen nojautuen Kuluttajavirasto edellytti yritykseltä, että sen on varattava kuluttajalle mahdollisuus kieltää yhteystietojensa käyttö suoramarkkinoinnissa. Yrityksen on myös kerrottava jokaisessa suoramarkkinointiviestissä, miten kuluttaja kyseisen markkinoinnin voi kieltää. Kuluttajavirasto edellytti lisäksi, että yritys noudattaa kuluttajan tekemää suoramarkkinointikieltoa.

Lisämaksullinen puhelinnumero perinnässä

Perintäyhtiö käytti lisämaksullista puhelinnumeroa asiakaspalvelussa.

Laki saatavien perinnästä määrää, että perintä ei saa aiheuttaa kohtuuttomia kuluja velalliselle. Lain mukaan velallisen on maksettava ne kulut, jotka aiheutuvat perintäkirjeiden lähettämisestä ja maksusuunnitelman tekemisestä. Muiden kuin laissa mainittujen kulujen aiheuttaminen on hyvän perintätavan ja lain vastaista.

Hyvään perintätapaan kuuluu, että yritys rohkaisee velallista hoitamaan velkansa. Tämä on tärkeää myös yrityksen yhteiskuntavastuun näkökulmasta. Velallinen ottaa usein yhteyttä perintätoimistoon puhelimitse. Lisämaksulliseen puhelinnumeroon soittaminen kasvattaa kuitenkin velallisen kustannuksia entisestään ja vähentää velallisen halua ottaa yhteyttä perintätoimistoon.

Kuluttajavirasto ratkaisi asian sekä perintälain että uudistettujen kuluttajansuojalain 2 luvun säännösten valossa. Perintä kuuluu asiakassuhteeseen, jossa ei saa käyttää sopimatonta menettelyä. Menettelyä pidetään sopimattomana mm., jos se on elinkeinotoiminnassa yleisesti hyväksyttävän asianmukaisen menettelytavan vastainen. Maksullinen asiakaspalvelunumero perinnässä katsottiin tällaiseksi.

Perintäyritys luopui lisämaksullisen asiakaspalvelunumeron käytöstä. Samassa yhteydessä Kuluttajavirasto tiedotti tekemästään linjauksesta perintäalalle. Linjauksessa todetaan lisämaksulliset puhelinnumerot hyvän perintätavan vastaisiksi.

Lue lisää:

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

[Valtioneuvoston asetus kuluttajien kannalta sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhteissa](#) (Finlex)

[Direktiivi sopimattomista kaupallisista menettelyistä](#) (Euroopan komission verkkopalvelu, pdf)

Palveludirektiivi ja laki palvelujen tarjoamisesta

EU:n palveludirektiivi tuli voimaan 28.12.2009. Suomessa on palveludirektiivin johdosta mm.:

- säädetty yleislaki palvelujen tarjoamisesta (voimaan 28.12.2009)
- perustettu palveluyritysten keskitetty asiointipiste yrityssuomi.fi-palveluun
- perustettu hallinnollinen yhteispiste Kuluttajavirastoon

Direktiivi edellyttää, että jäsenmaat tarjoavat kansalaisille tietoa yleisistä kuluttajansuojasäännöksistä ja kuluttajia auttavista tahoista. Suomessa nämä palvelut ovat jo pitkään olleet olemassa:

- [Tietoa kuluttajansuojasta](#) (Kuluttajaviraston verkkopalvelu)
- [Ohjeita reklamaation tekemiseen ja kuluttajaneuvontaa](#) (Kuluttajaviraston verkkopalvelu)
- [Tietoa ja ohjeita rajat ylittävään kauppaan](#) (Euroopan kuluttajakeskuksen verkkopalvelu)

Palveluntarjoajan velvollisuudesta antaa tietoja säädetään lain 2 luvussa:

7 § Yleinen tiedonantovelvollisuus

Sen lisäksi, mitä muualla laissa säädetään velvollisuudesta antaa tietoja, palveluntarjoajan on annettava palvelun vastaanottajan saataville seuraavat tiedot:

- 1) palveluntarjoajan nimi ja oikeudellinen muoto;
- 2) palveluntarjoajan osoite, sähköpostiosoite ja muut yhteystiedot, joiden avulla palvelun vastaanottajat voivat osoittaa valituksensa palveluntarjoajalle ja josta he voivat pyytää palvelua koskevia tietoja;
- 3) mihin kaupparekisteriin tai muuhun vastaavaan julkiseen rekisteriin palveluntarjoaja on mahdollisesti merkitty sekä palveluntarjoajan yritys- ja yhteisötunnus tai muu vastaava tunniste kyseisessä rekisterissä;
- 4) toimivaltaisen viranomaisen yhteystiedot, jos toiminta edellyttää lupaa;
- 5) palveluntarjoajan mahdollinen arvonlisäverotunniste;
- 6) palveluntarjoajan ammattinimike ja tieto siitä Euroopan talousalueeseen kuuluvasta valtiosta, jossa nimike on annettu, ja ammattialajärjestöstä tai vastaavasta toimielimestä, jonka rekisteriin palveluntarjoaja on merkitty, jos palveluntarjoaja harjoittaa säänneltyä ammattia;
- 7) palveluntarjoajan mahdollisesti käyttämät vakiosopimusehdot;
- 8) palveluntarjoajan mahdollisesti käyttämä sopimusehto toimivaltaisesta tuomioistuimesta ja sovellettavasta lainsäädännöstä;
- 9) palvelun vastaanottajalle mahdollisesti annettava takuusitoumus;
- 10) palvelun hinta, jos palveluntarjoaja on määritellyt hinnan ennakolta;
- 11) palvelun keskeinen sisältö, jos se ei käy ilmi asiayhteydestä;
- 12) mahdollinen vastuuvakuutus tai vakuus ja sen maantieteellistä kattavuutta koskevat tiedot sekä vakuutuksen tai vakuuden antajan yhteystiedot.

8 § Pyynnöstä annettavat tiedot

Palveluntarjoajan on pyynnöstä annettava palvelun vastaanottajalle seuraavat tiedot:

- 1) palvelun hinta, jos palveluntarjoaja ei ole määritellyt palvelulle hintaa ennakolta, taikka, jos täsmällistä hintaa ei voida ilmoittaa, hinnan määräytymisen perusteet tai riittävän yksityiskohtainen hinta-arvio;
- 2) maininta palveluntarjoajaa koskevista ammatillisista säännöistä sekä siitä, missä ja miten ne ovat saatavilla, jos palveluntarjoaja harjoittaa säänneltyä ammattia;
- 3) tiedot monialatoiminnasta ja yhteistyöhankkeista, jotka liittyvät välittömästi tarjottavaan palveluun, ja tiedot eturistiriitojen välttämiseksi toteutetuista toimenpiteistä;
- 4) mahdolliset palveluntarjoajaa koskevat käytäntösäännöt ja osoite, jossa nämä säännöt ovat sähköisesti nähtävissä, sekä kielet, joilla säännöt ovat saatavilla;
- 5) vastaanottajan käytettävissä mahdollisesti olevat tuomioistuinten ulkopuoliset riitojenratkaisumenettelyt sekä tieto siitä, miten saadaan yksityiskohtaiset tiedot tällaisista menettelyistä ja niiden soveltamisen edellytyksistä.

9 § Tietojen antaminen palvelua esittelevässä asiakirjassa

Palveluntarjoajan on aina annettava 8 §:n 3 kohdassa tarkoitetut tiedot kaikissa asiakirjoissa, joissa tarjottavat palvelut esitellään yksityiskohtaisesti.

10 § Tietojen antaminen

Palveluntarjoajan on annettava 7 §:ssä tarkoitetut tiedot palvelun vastaanottajan saataville:

- 1) paikassa, jossa palvelua tarjotaan tai jossa sopimus tehdään;
- 2) palveluntarjoajan antamassa osoitteessa internetverkkosivuilla;
- 3) tarjottavia palveluja koskevissa esitteissä; tai
- 4) muulla 1—3 kohtaan verrattavalla tavalla.

Palveluntarjoajan on annettava 1 momentissa tarkoitetut tiedot selkeästi ja hyvissä ajoin ennen sopimuksen tekemistä tai ennen palvelun tarjoamista, jos kirjallista sopimusta ei ole.

Direktiivin tavoitteena on vauhdittaa ja helpottaa yritysten toiminnan laajentamista sisämarkkina-alueella – sekä yrityksen perustamista toiseen EU-maahan että toiminnan harjoittamista suoraan toisessa EU-maassa. Keskeisiä keinoja ovat lupamenettelyjen tarkistaminen ja nopeuttaminen, sähköisten etäasiointimahdollisuuksien lisääminen ja yrityksiä palvelevan tiedon kokoaminen yhteen keskitettyihin asiointipisteisiin. Myös eri maiden lupaviranomaisten yhteistyötä tiivistetään.

Laki koskee palveluntarjoajia, jotka ovat rekisteröityneet Suomen kaupparekisteriin. Laki koskee myös niitä EU:n toisesta jäsenvaltiosta peräisin olevia palveluntarjoajia, jotka rekisteröitymättä tarjoavat Suomessa tilapäisesti palveluja. Kaikilla palveluntarjoajilla on velvollisuus antaa tietoja itsestään ja myymistään palveluista. Lain soveltamisalan ulkopuolelle on palveludirektiivin mukaisesti jätetty muiden muassa rahoitus- ja vakuutuspalvelut, taksiliikenne, terveydenhuollon palvelut ja apteekit.

Lue lisää:

[Laki palvelujen tarjoamisesta \(Finlex\)](#)

[Palveludirektiivin täytäntöönpano \(Työ- ja elinkeinoministeriö\)](#)

[Palveludirektiivi \(Euroopan unionin portaali\)](#)

Dalli aloitti terveys- ja kuluttaja-asioiden komissaarina

Maltalainen John Dalli on aloittanut työnsä Euroopan komission terveys- ja kuluttaja-asioista vastaavana komissaarina. Dalli pitää tärkeänä kuluttajille suunnatun tiedotuksen lisäämistä, välttämättömyyspalveluiden saatavuuden turvaamista ja kohtuullista hintaa sekä kuluttajien oikeuksien varmistamista digitaalisessa ympäristössä.

Komissaari pitää perusteltuna jatkaa keskustelua ryhmäkannemenettelystä ja kuluttajamarkkinoiden tulostaulun (Consumer Scoreboard) kehittämisestä. Dalli mainitsee myös, että tuotevääreännösten torjunnassa valvontakeinoja on tehostettava ja kuluttajansuojan täytäntöönpanoa niissä valvottava.

Dalli kertoi kirjallisesti näkemyksistään 7.1. parlamentin ympäristön, kansanterveyden ja elintarvikkeiden turvallisuuden valiokunnalle. Vastauksessaan hän käsitteli ensin terveys- ja elintarvikeasioita, ja sen jälkeen kuluttajakysymyksiä. Meppien tentattavana Dalli oli 14.1.

Muutoksia Terveys- ja kuluttaja-asioiden pääosastossa

Kuluttajasopimukset ja markkinaoikeus (The Consumer Contract and Marketing Law SANCO B.2) siirtyy Terveys- ja kuluttaja-asioiden pääosastosta Oikeus-, vapaus- ja turvallisuusasioiden pääosastoon

Euroopan parlamentti hyväksyi José Manuel Barroson toisen komission äänestyksessä tiistaina 9.2.2010.

Lue lisää:

[Uusi komissio valmis aloittamaan työnsä](#) (Euroopan komission verkkopalvelu)

[Dallin kirjallinen vastaus kokonaisuudessaan](#) [Komission sivuilla](#) (pdf)

[EU:n kuluttajapolitiikka](#) (Euroopan unionin portaali)

[The Directorate General for Health and Consumers](#)

[Consumer Markets Scoreboard](#)

EU-viranomaisten yhteistyö vakiintumassa rajat ylittäväs- sä valvonnassa

EU:n kuluttajansuojalainsäädännön täytäntöönpanosta vastaava kansallisten viranomaisten verkosto on toiminut runsaat kolme vuotta. Kuluttajaviraston toimii verkostossa sekä toimivaltaisen viranomaisen roolissa että yhteysvirastona. EU-maiden keskinäinen avunantovelvoite on hyödyllinen lisäkeino valvoa kuluttajan oikeuksia rajat ylittävässä kaupankäynnissä.

Verkoston (CPC-verkosto) työn tavoitteena on tehostaa kuluttajansuojalainsäädännön noudattamista unionin alueella. Käytännön valvontakeinoina toimivat tiedustelut, varoitukset, täytäntöönpanopyyn-
nöt ja valvontaiskut (sweep). Jäsenmaiden on raportoitava havaitsemistaan lainrikkomuksista yhteiseen tietokantaan. Jäsenvaltion on tarjottava apuaan kumppanimaan valvontaviranomaiselle tapauksissa, joissa yritys toimii useassa maassa. Tarkoituksena on tehostaa valvontapäätösten täytäntöönpanoa ja estää yritystä jatkamasta muissa maissa menettelyä, joka on yhdessä maassa todettu lainvastaiseksi

Vuosien 2007-2009 välisenä aikana Kuluttajavirasto on sekä saanut että vastaanottanut apupyynnöitä noin kymmenkunta vuodessa. Kuluttajaviraston kokemukset yhteistyöstä ovat pääosin myönteisiä. Myös koko EU:n kattavat valvontaiskut ovat osoittautuneet tehokkaaksi tavaksi puuttua tiettyjen alojen toimintaan liittyviin ongelmiin. Valvontaiskuja tullaan tekemään myös tulevaisuudessa.

Viimeksi Kuluttajavirasto avusti Saksan kuluttajaviranomaista mobiilisisältöjen markkinointia ja etäkaupan sopimusehtoja koskevassa tapauksessa. Toimenpidepyynnön tehneen Saksan kuluttajaviranomaisen mukaan Nokia Oyj:n saksankielisillä verkkosivuilla annettiin harhaanjohtavaa tietoa kuluttajan oikeudesta peruuttaa sopimus etäkaupassa. Kuluttajavirasto pyysi yritystä selvittämään asiaa. Nokia Oyj ilmoitti muuttaneensa ongelmia aiheuttaneiden nettisivujen tekstejä. Pynnön tehnyt Saksan viranomainen hyväksyi toimenpiteet ja asian käsittely päätettiin.

CPC-verkoston jäseniä ovat EU- ja ETA-maat. Asetus kuluttajansuojalainsäädännön täytäntöönpanosta vastaavien kansallisten viranomaisten yhteistyöstä annettiin vuonna 2004. Asetus astui voimaan vuonna 2006.

Lue lisää:

[Kuluttaja-asiamiehen-valvontatehtävät](#)

[Kuluttajansuojalainsäädännön täytäntöönpanosta vastaavien kansallisten viranomaisten yhteistyön soveltaminen, Komission raportti 2.7.2009 \(pdf\)](#)

KKO:n ennakkopäätös täsmentää etämyyntisopimuksen syntyä

Korkeimman oikeuden ennakkopäätös tuo täsmennystä kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välille syntyvään etämyyntisopimuksen muotoutumiseen. Käytettyä autoa koskeva välityssopimus tulkittiin syntyneen etämyyntisopimuksella, jonka kuluttaja sai perua.

Kuluttaja oli autoja Saksasta välittävän yrityksen nettisivuilla täyttänyt toimeksiantolomakkeen, jolla yksilöinyt haluamansa kulkuneuvon. Yritys otti tämän jälkeen kuluttajaan yhteyttä sähköpostitse ja puhelimitse. Kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välille syntyi viestien vaihdon perusteella auton ja hevoskuljetusvaunun välitystoimeksiantoa koskenut sopimus. Sitten kaupan molemmat osapuolet, kumpikin erikseen esittämillään perusteilla, katsoivat sopimuksen rauenneen. Kiistassa oli tämän jälkeen kysymys siitä onko kuluttaja velvollinen korvaamaan yritykselle toimitusten valmistelusta aiheutuneet kustannukset.

Kuluttajalla on oikeus peruuttaa etäkauppa

Kuluttajansuojalain mukaan kuluttajalla on oikeus perua kauppa 14 päivän kuluessa sopimuksen vahvistamisesta. Vahvistaminen edellyttää, että sopimusehdot toimitetaan kuluttajalle.

Korkein oikeus katsoi, että kyseessä oli etämyyntisopimus, koska yritys oli markkinoinut palveluitaan netissä ja sopimus kuluttajan sekä yrityksen välillä oli syntynyt sähköpostitse ja puhelimitse. Koska yritys ei ollut toimittanut kuluttajalle vahvistusta, tämä sai perua sopimuksen kuluulta. Korkein oikeus hylkäsi elinkeinonharjoittajan kanteen, jolla kuluttajalta vaadittiin korvausta sopimuksen täyttämiseen kuuluneiden toimenpiteiden suorittamisesta ja toimeksiannon peruuntumisesta aiheutuneista kuluista.

Tavallisessa kaupankäynnissä ei ole lakisääteistä kaupan peruuttamisoikeutta

Tavaroiden etäkaupassa kuluttajan ostopäätös perustuu yleensä pelkästään kuvaan ja tekstiin eikä tuotetta usein ole mahdollista testata. Tästä syystä lainsäätäjä on sisällyttänyt etäkauppaan peruuttamisoikeuden. Tavallisessa kaupankäynnissä ei ole lakisääteistä kaupan peruuttamisoikeutta, vaikka monet liikeketjut sellaisen vapaaehtoisesti antavatkin.

Etämyyntiä ovat muassa puhelin- ja postimyynti, verkkokauppa ja tv-kauppa.

Korkein oikeus antoi ennakkopäätöksensä 4.12.2009

Lue lisää:

[Korkeimman oikeuden ennakkopäätös](#)

[Kuluttajansuojalaki 6 luku, kotimyynti ja etämyynti](#) (Finlex)

Talotoimittajan kanssa sopu virhevastuun kantamisesta

Kuluttajavirasto ja ÄlvsbyTalo Oy ovat päätyneet sovintoratkaisuun 8.1.2010. Erimielisyys koski tilaajien oikeutta hinnanalennukseen talotoimituksessa ilmenneiden puutteiden vuoksi.

Yritys velkoi kuluttajalta 16 000 euroa, jonka tilaaja oli jättänyt maksamatta talotoimituksesta. Kuluttaja oli kieltäytynyt maksusta, koska toimituksessa oli virheitä. Kuluttajariitalautakunta suositteli, että toimittaja hyvittää virheistä 12 000 euroa. Suosituksesta huolimatta toimittaja velkoi kuluttajalta jo aiemmin peräämänsä 16 000 euroa. Koska yritys oli toistuvasti jättänyt noudattamatta kuluttajariitalautakunnan suositukset, Kuluttajavirasto päätti avustaa kuluttajaa riidanratkaisussa. Kiistassa päästiin lautakunnan suosituksen mukaiseen ratkaisuun.

Kuluttajariitakuntaan tuli 2000-luvulla yhteensä 57 valitusta ÄlvsbyTaloista. Tällä hetkellä vireillä on 11 valitusta. Yritys on tähän mennessä jättänyt noudattamatta 9 kertaa Kuluttajariitalautakunnan päätöksen. Kuluttajavirasto sai vuonna 2009 yhteensä neljä valitusta koskien yrityksen talopaketeissa olleita virheitä.

Kuluttajaviraston avustaman riita-asian selvittely on ollut vireillä Lahden käräjäoikeudessa marraskuusta 2009.

Kokenutkin voi sortua heikkoon asiakaspalveluun

Kuluttajavirastoon tuli viime vuonna yhteydenottoja liittyen Nokia 5800 Xpress –puhelimessa ilmenneeseen kuulokevikaan, Nokian Musiikkikauppaan ja Rajoittamaton Suoratoisto – palveluun. Hyvä asiakaspalvelu, reklamaatioiden käsittely ja virhevastuun kantaminen ovat avainasemassa, kun kuluttaja huomaa vian hankkimassaan tuotteessa tai palvelussa.

Kuluttaja oli tilannut Rajoittamaton Suoratoisto –palvelun toistaiseksi voimassaolevalla sopimuksella. Palvelu ei toiminut. Myöhemmin selvisi, että kyseessä on yhteensopimattomuusongelma: Palvelu ei toiminut tietyn Windowsin käyttöjärjestelmän kanssa.

Kuluttajavirasto edellytti, että yritys kertoo jatkossa selkeämmin palvelun käyttämisen edellyttämistä laitteisto- ja muista teknisistä vaatimuksista. Yrityksen on myös järjestettävä asiakaspalvelunsa asianmukaisesti.

Puhelimen kuulokevian osalta yhtiö kertoi, että komponenttitoimittaja on korjannut tuotantoaan. Vastaavia vikoja ei enää pitäisi ilmetä jatkossa. Yritys on myös ohjeistanut asiakaspalveluaan ja valtuutettuja huoltoliikkeitään.

Nokian Musiikkikaupan yhteydessä Kuluttajavirasto muistutti, että teknisillä suojauskeinoilla ei saa kohtuuttomasti rajoittaa loppukäyttäjän vapautta esimerkiksi kopioida sisältöjä omaan käyttöön. Teknisistä suojuuksista on myös kerrottava selkeästi palvelua markkinoitaessa.

Lue lisää Kuluttajaviraston nettisivuilta:

[Hyvä asiakaspalvelu](#)

[Tuotteen virhe ja takuu](#)

Julkisten hyvinvointipalveluiden palveluketju selvitettävä

Julkisen hyvinvointipalvelun asiakkaan oikeusaseman selvittämistä on jatkettava. Kuluttajavirasto pitää tarpeellisena, että koko palveluketju markkinoinnista riidanratkaisuun perataan.

Myös oikeusministeriön syyskuussa 2009 teettämä selvitys osoitti, että julkisen palvelun asiakkaan oikeussuojassa on puutteita verrattuna kuluttajan oikeussuojaan. Kunnissa samankin yrityksen palveluiden käyttäjän asema saattaa vaihdella riippuen siitä, tuottaako yritys palvelun kunnan ostopalveluna vai ostaako kuluttaja palvelun suoraan yritykseltä.

Julkisen palvelun asiakkaan saamaa virheellistä palvelua ei voida perustella sillä, että julkisen palvelun asiakas ei maksa palvelusta markkinahintaa. Sekä kuluttajalla että julkisen palvelun asiakkaalla on oikeus tietyt laatuvaatimukset täyttävään palveluun. Julkiset palvelut rahoitetaan – siltä osin, kuin asiakasmaksut eivät kata niistä aiheutuneita kustannuksia – verovaroin, joihin kustannuksiin palveluita käyttävät kansalaiset osallistuvat.

OM:n selvitys lähtökohta jatkotyöskentelylle

Oikeusministeriön selvityksessä mainitaan seuraavat kohdat, jossa julkisen palvelun asiakkaan asemassa on merkittäviä puutteita:

- julkisen palvelun markkinoinnin ja sen valvonnan sääntelyn puuttuminen,
- asiakkaan oikeudesta saada rahallista korvausta palvelun puutteiden perusteella ei ole selkeitä sääntöjä sekä
- kuluttajaneuvontaa vastaavan neuvonnan ja kuluttajariitalautakuntaa vastaavan riidanratkaisuelimen puuttuminen.

Kuluttajavirasto katsoo, että selvityksessä kirjatut toimenpide-ehdotukset ovat hyvä lähtökohta kun julkisen palvelun asiakkaan oikeusaseman parantamista koskevaa työtä jatketaan. Virasto pitää tärkeänä, että asiakkaan asemaan liittyen koko palveluketju markkinoinnista riidanratkaisumenettelyyn arvioidaan.

Oikeusministeriön selvityksessä vertailtiin julkisen hyvinvointipalvelun asiakkaan ja vastaavaa yksityistä palvelua käyttävän kuluttaja-asiakkaan oikeudellista asemaa. Tarkastelussa on ollut mukana julkisyhteisön itse tuottamat palvelut, ostopalvelut ja palvelusetelillä hankittavat palvelut.

Kuluttajavirasto antoi lausuntonsa julkisen hyvinvointipalvelujen asiakkaan asemasta oikeusministeriölle 30.11.2009

Lue lisää:

[Julkisen hyvinvointipalvelun asiakkaan asema \(2009\). Kuluttajaoikeudellinen selvitys](#)

Oikeusministeriön selvityksiä 4:2009 (pdf-tiedosto, 86 sivua)

[Sosiaali- ja terveystalouden palvelujen asiakkaan oikeusasema – vertailu yksityisten ja kunnan järjestämien palvelujen välillä](#) (Kuluttajaviraston julkaisu 2006, pdf-tiedosto, 26 sivua)

Ei lisää yksityisen kopioinnin hyvitysmaksuja

Kuluttajavirasto katsoo, että hyvitysmaksujärjestelmän maksupohjan laajentaminen johtaisi kuluttajien kannalta epäoikeudenmukaiseen ja järjestelmän systematiikan vastaiseen tilanteeseen.

Tekijänoikeuslain mukaan hyvitysmaksu tulee vahvistaa suuruudeltaan sellaiseksi, että sitä voidaan pitää sopivana hyvityksenä teosten kappaleiden valmistamisesta yksityiseen käyttöön. Hyvitysmaksuja määriteltäessä on otettava huomioon muiden muassa oikeudenhaltijoille mahdollisesti aiheutuva haitta, ja kuinka paljon teknisiä suojauksia on käytetty.

Opetusministeriö järjesti lokakuussa 2009 keskustelutilaisuuden, jossa pohdittiin tekijänoikeudellisen hyvitysmaksujärjestelmän tulevaisuutta. Kuluttajavirasto oli mukana yleiskeskustelussa ja vastasi myöhemmin ministeriön taustamuistiossa esitettyihin kirjallisiin kysymyksiin. Kuluttajavirasto pitää erittäin myönteisenä asiana, että nyt hyvitysmaksujärjestelmää tarkastellaan myös kuluttajan näkökulmasta.

Hyvitysmaksujärjestelmä luotiin 1980-luvun analogiseen maailmaan

Hyvitysmaksujärjestelmä luotiin 1980-luvun analogiseen maailmaan. Tuolloin kotikopiointi, esimerkiksi radiossa soitetun musiikin tallentaminen kotona c-kasetille, oli vaihtoehto kaupasta ostettavan tallenteen hankkimiselle. Tämä vähensi tekijöille ohjautuvia tuloja. Nykyisin yksityisen kopioinnin yhteys myyntiin on vähäisempää. Kuluttajat esimerkiksi tallentavat digisovittimille televisio-ohjelmia monesti vain myöhempää katselua varten, minkä jälkeen ohjelma poistetaan laitteen muistista. Kuluttajavirasto katsookin, että hyvitysmaksu ei ole perusteltu, jos yksityisestä kopioinnista ei aiheudu oikeudenhaltijoille todellista haittaa esimerkiksi myynnin vähenemisenä.

Nykyisessä digitaalisessa ympäristössä kuluttaja usein maksaa korvauksen samasta sisällöstä oikeudenhaltijalle useampaan kertaan. Ensin esimerkiksi ostetaan musiikkia verkkokaupasta. Tämän jälkeen kertaalleen maksettu sisältö tallennetaan tallennusalustalle ja/tai -laitteelle, jonka hinnasta kuluttaja on laitetta hankkiessaan maksanut hyvitysmaksun. Moninkertaisten maksujen suorittaminen ei ole Kuluttajaviraston mukaan järjestelmän tarkoitus. Maksupohjan laajentaminen edelleen johtaisi kuluttajien kannalta epäoikeudenmukaiseen ja hyvitysmaksujärjestelmän systematiikan vastaiseen tilanteeseen.

Ei nykyistä tiukempaa sitomista laitteisiin tai tallennuskapasiteettiin

Kuluttajavirasto ei myöskään kannata ratkaisua, jossa hyvitysmaksu sidottaisiin nykyistä tiukemmin tiettyihin laitteisiin tai niiden tallennuskapasiteettiin. Käytäntö saattaisi johtaa siihen, että kerran maksun piiriin joutuneista laitteista ei hyvitysmaksua saada enää poistettua.

Yksityisen kopioinnin hyvitysmaksua ei myöskään ole perusteltua periä sellaisten teosten kopioinnista, jotka ovat teknisesti suojattuja. Myös maksun määräytymiseen ja suuruuteen on tulevaisuudessa saatava enemmän läpinäkyvyyttä.

Komissio käynnistänyt keskustelun käyttäjän oikeudesta teoksiin

Kuluttajavirasto on lisäksi antanut kommenttinsa EU:n komission tiedonantoon ja keskusteluasiakirjaan koskien tekijänoikeudella suojattujen aineistojen jakelua ja saatavuuden parantamista. Asiakirjoissa käsitellään tekniseen suojaukseen, käyttäjien luomaan sisältöön ja luoviin sisältöihin liittyviä kysymyksiä.

Tekninen suojaus

Oikeudenhaltijalla on oikeus suojata teos teknisillä toimenpiteillä. Kuluttajilla on vastaavasti oikeus yksityiseen kopiointiin/kappaleenvalmistamiseen sekä kuunnella ja katsella laillisesti hankkimaansa teosta. Kuluttajavirasto huomautti, että tekniset suojauskeinot eivät saisi estää kuluttajan oikeutta käyttää laillisesti hankkimaansa teosta.

Käyttäjien itsensä luoma sisältö

Rajanveto tekijänoikeudella suojatun teoksen muuntelun ja uuden itsenäisen teoksen luomisen välillä on hankalaa etenkin digitaaliympäristössä. Kuluttajaviraston mielestä aineistojen loppukäyttäjille on jatkossa annettava nykyistä enemmän liikkumavapautta maksua vastaan hankkimiensa aineistojen osalta. Jos sisältöjen luomista rajoitetaan, siitä kärsivät sekä sähköinen kauppa että kuluttajat.

Komission keskusteluasiakirja ”Luovat sisällöt”

Kuluttajavirasto kannattaa tekijänoikeuden poikkeuksien ja rajoitusten selkeyttämistä ja harmonisointia eurooppalaisella tasolla. Tällä tuotaisiin selkeyttä kuluttajan oikeusturvaan: Mitä laillisesti hankittua aineistolla voi tehdä ilman, että on pelkona syyllistyä tekijänoikeuden loukkaamiseen.

Kuluttajavirasto on antanut asiasta seuraavat lausunnot opetusministeriölle:

[Yksityisen kopioinnin hyvitysmaksut 1.1.2010 alkaen](#), pdf (annettu 13.10.2009)

[Tekijänoikeudellisten hyvitysmaksujärjestelmän kehittäminen](#), pdf (annettu 9.11.2009)

[Euroopan komission tiedonanto ”Tekijänoikeus osaamistaloudessa” ja keskusteluasiakirjaan ”Luovat sisällöt”](#), pdf (annettu 25.11.2009)

Hyvitysmaksujärjestelmää on myös käsitelty aiemmissa Ajankohtaista Kuluttajaoikeudesta -verkkolehdistä:

[Tekijänoikeuspulmiin kuluttajaystävällisiä ratkaisuja](#) (1/2009)

[Tekijänoikeuksia turha puida ilman kuluttajaa](#) (1/2008)

[Kasettimaksun soveltamisalaa ei laajennettu](#) (2/2007)

[Kotikopioinnin kieltäminen vei pohjan kasettimaksuilta](#) (5/2006)

Ei hankintaa ilman harkintaa

Viestintävirasto pyysi viime syksynä Kuluttajavirastolta lausuntoa yleispalveluyritysten nimeämisestä ja yleispalvelutuotteiden hinnoittelun kohtuullisuudesta. Kuluttajavirasto on myös aikaisemmin lausunut yleispalveluihin liittyvästä lainsäädännöstä sekä päätöksistä ja painottanut mm. erityisryhmien tarpeiden huomioimista.

Viestintämarkkinalain yleispalvelua koskevan sääntelyn tarkoituksena on varmistaa perustasoisten puhelin- ja internetpalvelujen tarjonta kohtuullisin ehdoin kaikille käyttäjille. Kyse on siis välttämättömyyspalvelusta, joka on turvattava kaikille. Yleispalveluliittymä voidaan toteuttaa millä tahansa tekniikalla, ja tarjonta siirtyykin yhä useammin langattomiin verkkoihin. Kuluttajaviraston mielestä onkin tärkeää, että jos käyttäjälle tarjotaan kohtuuhintaista liittymää langattomassa verkossa, sen on aina oltava toimiva vaihtoehto jokaisen kansalaisen tarpeisiin. Kuluttajille on myös tarjottava sekä helpokäyttöisiä laitteita että opastusta liittymien käyttämiseen.

Myös erityisryhmien, esimerkiksi vanhusten, tarpeet on huomioitava riittävän hyvin. Esimerkiksi seniorikansalainen ei saa *automaattisesti* päätyä maksamaan kalliimpaa hintaa kiinteän verkon liittymästä. Näin helposti käy, jos helpokäyttöisiä puhelimia ei ole markkinoilla. Omien mieltymysten mukaiseen palveluun päätyminen pitää perustua tietoiseen päätökseen.

Hinnoittelun seuranta ja virhevastuun kantaminen

Kuluttajavirasto katsoo, että yleispalveluyritysten hinnoittelua on syytä seurata säännöllisesti. Uusien kiinteiden liittymien rakentamisesta ja vanhojen korjaamisesta saattaa syntyä kustannuksia kuluttajille. Yleispalveluyritysten kuukausimaksujen alueelliset hintaerot eivät myöskään saisi olla suuria, jotta kuluttajat eivät päädy keskenään eriarvoiseen asemaan.

Lähtökohta on, että yritys on sitoutunut toimittamaan luvattua palvelua. Kuluttajaviraston näkemyksen mukaan teleyritykset eivät esimerkiksi aina ole olleet halukkaita korjaamaan asiakkaan rikkoutunutta lankapuhelinliittymää, vaan ovat tarjonneet keskustelematta tilalle langattoman liittymän. Perussääntö on, että virhetilanteessa yritys voi välttyä korjausvastuusta vain, jos pystyy osoittamaan, että korjauksesta aiheutuu sille kohtuuttomat kustannukset.

Laaja nimeämismenettely hyvä asia

Viestintävirasto nimesi tammikuussa teleyritykset, jotka ovat velvollisia tarjoamaan kuluttajille internet-yhteyspalveluja yleispalveluna. Kuluttajavirasto on tyytyväinen, että Viestintävirasto käytti nimeämismenettelyä kattavasti. Tarve yleispalveluyritysten nimeämiselle on selkeästi laajempi 1.7.2010 lukien, jolloin vähintään yhden megabitin internet-yhteydestä tulee yleispalvelu.

Tämä tarkoittaa, että yleispalveluyrityksiksi määrättyjen teleyritysten on pystyttävä heinäkuun alusta lähtien tarjoamaan jokaiseen vakinaiseen asuntoon ja yrityksen pysyvään toimipaikkaan kohtuuhintainen ja laadukas, vähintään yhden megan yhteys.

Yleispalveluyritysten nimeämistä koskevassa lausunnossaan Kuluttajavirasto nosti esille muiden muassa seuraavat asiat, joita ei ollut riittävästi huomioitu Viestintäviraston päätösluonnoksessa: Nimeämistarpeen arvioinnissa tulisi nykyistä selkeämmin tuoda esille, että sopimusehtojen kohtuullisuus on yksi tärkeä kriteeri. Määräaikaisten sopimusten käyttöä ja tämän vaikutusta yleispalveluyritysten nimeämiseen tietyllä alueella on seurattava. Kuluttajavirasto piti myös tärkeänä, että internet-yhteyspalveluiden hintatasoa ja laatua seurataan. Nykyinen palvelutaso ei aina etenkään langattomissa yhteyksissä ole vastannut luvattua, eikä palvelutasoa ole määriteltä riittävällä tavalla sopimusehdoissa. Kun yleispalveluyrityksiä nimetään, pitäisi myös ennakkoon huomioida se, miten eri tekniset toteuttamistavat nyt ja jatkossa vaikuttavat internet-liittymän hinnan kohtuullisuuteen.

Kuluttajavirasto antoi lausuntonsa yleispalveluyritysten nimeämisestä, ja yleispalvelutuotteiden vähittäishinnoittelun kohtuullisuuden arvioinnista Viestintävirastolle 23.11. ja 7.12.2000.

Lue lisää:

[Päätösluonnos yleispalveluyritysten nimeämiseksi](#), pdf (lausunto viestintävirastolle 23.11.2009)

[Yleispalvelutuotteiden hinnoittelun kohtuullisuuden arviointi](#), pdf (lausunto Viestintävirastolle 7.12.2009)

[Viestintämarkkinalain kuluttajansuojaan parannuksia – muuttuuko olennaisin?](#)

Ajankohtaista Kuluttajaoikeudesta 7/2009)

[Langatonna surffailevakin ansaitsee laadukkaan yhteyden](#) (Ajankohtaista Kuluttajaoikeudesta 3/2009)



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 VERKKOLEHTI
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