

## Muu aineisto

### Muu aineisto

**Jäsenvaltio:** Suomi

**Otsikko:** Distance selling and marketing at an online auction (KKV/775/14.08.01.05/2018)

**Liitty tapakseen:** The Consumer Ombudsman

**URL:** <https://www.kkv.fi/ratkaisut-ja-julkaisut/ratkaisut/arkisto/2019/kan-ratkaisut/etamynti-ja-markkinointi-verkkohuutokaupassa/>

**Avainsanat:** internet, identity of the trader, information obligation, identity of the trader, information requirements, misleading advertising, distance selling

### Direktiivin artikkelit

Unfair Commercial Practices Directive, [Chapter 2, Section 1, Article 7](#) , Consumer Rights Directive, [Chapter 3, Article 6, 1., \(b\)](#) , Consumer Rights Directive, [Chapter 3, Article 6, 1., \(h\)](#) , Consumer Rights Directive, [Chapter 3, Article 9](#)

### Ylähuomautus

**Etämyynti ja markkinointi verkkohuutokaupassa (KKV/775/14.08.01.05/2018)**

### Kuluttaja-asiamies

There were shortcomings in complying with the marketing, contract terms, and distance selling regulations of an online service, which focuses on the sale of used vehicles and is maintained by a company. The consumer's actual contracting partner did not appear in the marketing images or search results of the sales announcements on the front page of the online service, nor did the actual sales announcements provide sufficiently clear information on whether the contracting partner is a company or another individual. The company acting as the service provider had also marketed the right to cancel distance sales to consumers who had purchased a used vehicle from business sellers at auction as good customer service and an additional benefit, even though the auction was not subject to a restriction on the right of withdrawal and consumers thus had a statutory 14-day right of withdrawal.

### Yleinen huomautus

#### Koko teksti

Etämyynti ja markkinointi verkkohuutokaupassa

Päivämäärä: 15.10.2019

Diaarinumero: KKV/775/14.08.01.05/2018

Osapuolet

Honk Finland Oy

Tiivistelmä

Honk Finland Oy:n ylläpitämän käytettyjen ajoneuvojen myyntiin keskittyneen Honk.fi -palvelun markkinoinnin, sopimusehtojen sekä etämyyntisäännösten noudattamisessa ilmeni puutteita. Kuluttajan tosiasiallinen sopijakumppani ei käynyt ilmi verkkopalvelun etusivun myynti-ilmoitusten markkinointikuvista tai hakutuloksista eikä varsinaisissa myynti-ilmoituksissakaan annettu riittävän selkeästi tietoa siitä onko sopijakumppani yritys vai toinen yksityishenkilö. Honk Finland Oy myös markkinoi yritysmyyjiltä käytetyn ajoneuvon huutokaupassa ostaneille kuluttajille etämyynnin peruuttamisoikeutta hyvänä asiakaspalveluna ja lisäetuna, vaikka huutokauppaa ei koskenut peruuttamisoikeuden rajoitusperuste ja kuluttajilla oli siten lakisääteinen 14 päivän peruuttamisoikeus. Puutteita ilmeni lisäksi etämyynnin ennakkotiedoissa, muun muassa kokonaishinnan ilmoittamisessa. Honk Finlandin huomiota kiinnitettiin myös siihen, että sen velvollisuutena on palvelun ylläpitäjänä huolehtia siitä, että kulutushyödykkeiden tarjoaminen palvelussa kuluttajansuojalainsäädännön mukaisella tavalla on mahdollista. Honk Finland Oy sitoutui muuttamaan toimintaansa kuluttaja-asiamiehen vaatimusten mukaisesti.

Sovelletut säännökset

Kuluttajansuojalain 1 luvun 1 §

Kuluttajansuojalain 2 luvun 1, 6 ja 7 §

Kuluttajansuojalain 6 luvun 6, 7, 9, 12, 14, 16 ja 17 §

Valtioneuvoston asetuksen kuluttajien kannalta sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhteissa 1 §:n 1 momentin 9 kohta.

Asiasanat

Alusta, Etämyynti, Huutokauppa, Markkinointi, Olennaiset tiedot, Palvelu, Peruuttamisoikeus

Perustelut

Kuluttajan sopimuskumppania koskevien tietojen antaminen

Kuluttajan oikeuksien käytön, päätöksenteon ja oikeusaseman kannalta on ensiarvoisen tärkeää kuluttajan tietoisuus siitä, kuka on hänen sopimuskumppaninsa ja onko sopimuskumppani yritys vai yksityishenkilö.

Kuluttaja-asiamies kiinnitti huomiota siihen, että selatessa Honk.fi -palvelun etusivulla esitettyjä markkinointikuvia palvelussa myynnissä olevista käytetyistä ajoneuvoista tai valitun nimenomaisen kriteerin (esimerkiksi automerkin) perusteella aukeavassa "autolistassa", näkyivät markkinointikuvat ja hakutulokset kuluttajalle siten, että hänen oli mahdollista tarkastella samanaikaisesti sekä yksityishenkilöiden että yritysten kuin myös Honk Finlandin itsensä myyjän asemassa julkaisemia myynti-ilmoituksia. Myyjän nimeä tai tietoa siitä, onko tämä yritys vai toinen yksityishenkilö, ei kuitenkaan tässä yhteydessä kerrottu kuluttajalle.

Kuluttajansuojalain 2 luvun 6 ja 7 §:ssä edellytetään, että markkinoinnissa ei saa antaa harhaanjohtavia tietoja tai jättää olennaisia tietoja antamatta. Kuluttajansuojalain 2 luvun 6 §:n 7 kohdassa on todettu nimenomaisesti, että harhaanjohtavat tiedot voivat koskea muun muassa erityisesti elinkeinonharjoittajan tai hänen edustajansa henkilöllisyyttä, yhteystietoja, ominaisuuksia ja asemaa markkinoilla.

Tiedot kuluttajan sopimuskumppanista ja tämän oikeudellisesta luonteesta (siitä, onko myyjä elinkeinonharjoittaja vai toinen yksityishenkilö) ovat myös kuluttajansuojalain 2 luvun 7 §:ssä tarkoitettuja olennaisia tietoja, jotka kuluttaja tarvitsee ostopäätöksen tai muun kulutushyödykkeeseen liittyvän päätöksen tekemiseksi ja jonka puuttuminen on omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee päätöksen, jota hän ei olisi riittävien tietojen tehnyt. Kuluttajan on voitava arvioida, onko mahdollinen sopijakumppani luotettava ja millaisia seuraamuksia tai riskejä hänelle sopimukseen sitoutumisesta mahdollisesti aiheutuu. Tällaisten seikkojen arvioiminen on kuluttajan kannalta mahdotonta ilman tietoa kohteen myyjästä ja tämän oikeudellisesta asemasta.

Annettujen tietojen riittävyyttä arvioidaan kokonaisuutena, jolloin otetaan huomioon muun muassa tietojen selkeys, ymmärrettävyys ja oikea-aikaisuus. Kuluttajansuojalain esitöissä on todettu, että elinkeinonharjoittajan voidaan katsoa laiminlyöneen tiedonantovelvollisuutensa, vaikka tiedot olisi annettu, jos ne on annettu epäselvästi tai päätöksenteon kannalta liian myöhään (HE 32/2008 vp. s. 26).

EU:n tuomioistuimen mukaan kaupallisen ratkaisun käsitettä on tulkittava laajasti. Näin ollen kaupallisena ratkaisuna pidetään ostopäätöksen lisäksi muun muassa päätöstä vierailta esimerkiksi myynti-ilmoituksessa, jolloin jo verkkohuutokaupan etusivulla esitetyissä kaupattavia kohteita koskevissa markkinointikuvissa tai esimerkiksi automerkin perusteella valituissa hakutuloksissa annetuilla tiedoilla on merkitystä kuluttajien päätöksenteolle.

Kuluttaja-asiamies katsoi, ettei kuluttajan päätöksentekoon vaikuttamisen kannalta ole riittävää se, että myyjän nimi ja oikeudellinen luonne ilmenevät vasta siirryttäessä varsinaiseen myynti-ilmoitukseen. Kun kuluttajalle esitetään Honk.fi -palvelun etusivulla markkinointikuvia tai tarjotaan kuluttajan eri kriteerien perusteella tekemän haun perusteella myynti-ilmoituksia, tulee myyjän nimi ja oikeudellinen asema käydä ilmi jo etusivun markkinointikuvissa ja hakutuloksissa annettavien tietojen yhteydessä, jotta kuluttaja voi tehdä perustellun päätöksen siitä, haluaako tutustua tarkemmin myynti-ilmoitukseen vai ei. Siitä osin, kun verkkohuutokaupassa jätetään antamatta kuluttajan päätöksenteon kannalta riittävän ajoissa tai ei ollenkaan olennaista tietoa siitä, kuka on kuluttajan tosiasiallinen sopimuslupantekijä tai siitä, onko tämä yksityishenkilö vai elinkeinonharjoittaja, on menettely ollut kuluttajansuojalain 2 luvun 6 §:ssä tarkoitettulla tavalla harhaanjohtavaa ja 7 §:n vastaista olennaisten tietojen antamatta jättämistä.

Kuluttaja-asiamies katsoi, että Honk Finland Oy:llä on velvollisuus varmistaa, että kuluttajan tosiasiallisen sopimuslupantekijän nimi ja oikeudellinen luonne annetaan Honk.fi -sivustolla kuluttajalle jo ennen siirtymistä myynti-ilmoitukseen ja lisäksi varsinaisessa myynti-ilmoituksessa.

Etämyynnin peruuttamisoikeus huutokaupoissa ja sen markkinointi hyvänä asiakaspalveluna

Kuluttaja-asiamies kiinnitti huomiota siihen, että Honk.fi -verkkohuutokaupan etusivulla etämyynnin 14 päivän peruuttamisoikeutta markkinointiin asiakkaille lisäetuna ja hyvänä asiakaspalveluna silloin, kun kuluttaja osti ajoneuvon yritykseltä, kuten esimerkiksi autoliikkeeltä, sivuston välityksellä. Honk Finland Oy:n ylläpitämän palvelun toimintamallissa kuluttajat saattoivat osallistua autoliikkeiden palvelussa järjestämiin huutokauppoihin jättämällä ostotarjouksia henkilökohtaisesti autoliikkeissä tai Honk.fi-sivustolla.

Kuluttajansuojalain 6 luvun 14 §:n mukaan kuluttajalla on oikeus peruuttaa etämyyntisopimus ilmoittamalla siitä peruuttamislomakkeella tai muulla yksiselitteisellä tavalla elinkeinonharjoittajalle viimeistään 14 päivän kuluessa tavarantoimituksesta. Kyseessä on lakisääteinen oikeus, josta ei voida poiketa lähtökohtaisesti kuluttajan vahingoksi.

Kuluttajansuojalain 6 luvun 16 § sisältää luettelon erityisistä tilanteista, joissa lähtökohtaista 14 päivän peruuttamisoikeutta ei kuitenkaan ole. Pykälän 10 kohdan mukaan kuluttajalla ei ole oikeutta peruuttaa sopimusta, jos se on tehty huutokaupassa, johon kuluttaja voi osallistua muutenkin kuin etäviestimellä. Lain esitöiden mukaan pykälässä käytetyllä huutokaupan käsitteellä tarkoitetaan julkista huutokauppaa, joka toteutetaan järjestämällä perinteinen huutokauppatilaisuus ja johon kuluttaja voi osallistua henkilökohtaisesti paikan päällä (HE 157/2013 vp, s. 43). Perinteistä huutokauppatilaisuutta on kuvailtu lain vanhemmissa esitöissä sellaiseksi, jossa ostotarjouksia tehdään paikan päällä välittömästi ja jatkuvasti. Lisäksi lopullinen kauppa syntyy esitöiden mukaan tilaisuudessa yleensä sen henkilön kanssa, joka on tehnyt korkeimman tarjouksen. (HE 79/2000 vp, s. 29).

Vastaavanlainen määritelmä julkiselle huutokaupalle sisältyy myös kuluttajaoikeusdirektiiviin (2011/83/EU), jonka sisältämät koti- ja etämyyntisäännökset on implementoitu kansalliseen kuluttajansuojalain 6 lukuun. Direktiivin 2 artiklan 13 kohdassa julkiset huutokaupat on määritelty myyntimenetelmiksi, jossa elinkeinonharjoittaja tarjoaa huutokaupanpitäjän hoitaman avoimen tarjouskilpailumenettelyn kautta tavaroita tai palveluita kuluttajille ja jossa hyväksytyn tarjouksen tehneen on ostettava tavara tai palvelu.

Kuluttaja-asiamies kiinnitti Honk Finland Oy:n huomiota siihen, että kyseessä ei ole lain tarkoittamasta nimenomaisen aidon huutokauppatilaisuuden järjestämisestä silloin, kun kuluttaja voi käydä kivijalkamyymälässä tai vastaavassa fyysisessä paikassa tutustumassa kohteeseen tai jättämässä tarjouksensa esimerkiksi yrityksen aukioloaikoina ennen Honk.fi -palvelussa järjestetyn verkkohuutokaupan päättymistä. Mikäli aitoa perinteistä huutokauppatilaisuutta ei järjestetä kuluttajansuojalain edellytyksellä tavalla, kuluttajilla on lakisääteinen 14 päivän peruuttamisoikeus kuluttajansuojalain 14 §:n nojalla, eikä julkisia huutokauppoja koskevaan kuluttajansuojalain 6 luvun 16 §:n 10 kohdan peruuttamisoikeuden rajoitusperusteeseen voida kuluttajan vahingoksi vedota.

Kuluttajansuojalain 2 luvun 6 §:n mukaan markkinoinnissa tai asiakassuhteissa ei saa antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja, jos tiedot ovat omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee ostopäätöksen tai muun kulutushyödykkeeseen liittyvän päätöksen, jota hän ei ilman annettuja tietoja olisi tehnyt. Totuudenvastaiset tai harhaanjohtavat tiedot voivat pykälän 2 momentin 9 kohdan mukaan koskea erityisesti kuluttajan oikeuksia, velvollisuuksia ja riskejä.

Kuluttajien kannalta sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhteissa annetun valtioneuvoston asetuksen 1 §:n 9 kohdan mukaan kuluttajalle lain mukaan kuuluvien oikeuksien esittäminen osana elinkeinonharjoittajan tarjouta markkinoinnissa ja asiakassuhteissa pidetään kuluttajansuojalain 2 luvun 3 §:ssä tarkoitettulla tavalla sopimattomana ja lain 2 luvun 6 §:ssä tarkoitettulla tavalla harhaanjohtavana. Asetuksen vastainen menettely on aina kiellettyä.

Mikäli perinteistä huutokauppatilaisuutta ei aidosti järjestetä ja kuluttajilla on siten lakisääteinen 14 päivän peruuttamisoikeus, markkinointi peruuttamisoikeus ei ole tällöin sellainen lisäetuna, johon kuluttajilla ei olisi jo lain mukaan oikeus. Kuluttajien lakisääteisten oikeuksien markkinointi lisäetuna on kuluttajansuojalain 2 luvun 6 §:n sekä sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhteissa annetun valtioneuvoston asetuksen 1 §:n 9 kohdan vastaista.

Kuluttaja-asiamiehen ja Honk Finland Oy:n käymien neuvottelujen tuloksena yritys muutti toimintamalliansa.

Edellä mainittujen seikkojen lisäksi kuluttaja-asiamies edellytti sitoumuspyynnössään, että Honk Finland Oy yhdessä palvelua käyttävien yritysmyyjien kanssa, varmistaa, että kuluttajansuojalain 6 luvun 9 §:n ennakkotiedot annetaan palvelussa ja kuluttaja saa nähtäväkseen kauppaa koskevat sopimusehdot. Honk Finland Oy:n edellytettiin myös huolehtivan siitä, että kuluttaja saa tiedon käytetyn ajoneuvon kokonaishinnasta veroineen ostotarjouksen vahvistusvaiheessa välittömästi ennen sitovan tarjouksen tekemistä ja hänelle korostetaan tarjouksen vahvistusvaiheessa "Tarjoa" -painikkeen yhteydessä tarjoukseen liittyvän maksuvelvollisuus tarjouksen ollessa korkein.

Honk Finland Oy sitoutui kaikkiin kuluttaja-asiamiehen vaatimuksiin.