

Muu aineisto**Muu aineisto****Jäsenvaltio:** Suomi**Otsikko:** Distance selling, marketing, and contractual terms of magazines (KKV/69/14.08.01.05/2018)**Liitty tapaukseen:** The Consumer Ombudsman**URL:** <https://www.kkv.fi/ratkaisut-ja-julkaisut/ratkaisut/arkisto/2020/kan-ratkaisut/aikakauslehtien-etämyynti-markkinointi-ja-sopimusehdot3/>**Avainsanat:** terms and conditions, orders, consumer protection, advertising**Direktiivin artikkelit**Unfair Contract Terms Directive, [Article 3](#) , Unfair Commercial Practices Directive, [Chapter 2, Article 5](#) , Unfair Commercial Practices Directive, [Chapter 2, Section 1, Article 6](#) , Unfair Commercial Practices Directive, [Chapter 2, Section 2, Article 8](#) , Consumer Rights Directive, [Chapter 3, Article 6](#)**Ylähuomautus****Aikakauslehtien etämyynti, markkinointi ja sopimusehdot (KKV/69/14.08.01.05/2018)****Kuluttaja-asiamies**

Sanoma Media Finland Oy's sale of magazines included several shortcomings in relation to distance selling, marketing and contractual terms. The problems concerned especially telemarketing and e-commerce. The Consumer Ombudsman required Sanoma Media Finland Oy (1) to give a truthful picture of the order offered in marketing, i.e., the consumers must be clearly informed of the possible standing nature of the subscription, total costs after the offer period, and termination conditions, (2) to undertake that the consumer has a right to terminate an agreement that is valid for an indefinite period, and (3) not to supply products without consumer's explicit order so that the consumer is required to pay, return, preserve such product or take any other action, and (4) to provide the consumer with an order confirmation in a permanent manner which contains the information to be provided to the consumer for a distance sale. Sanoma Media Oy undertook to change its procedure as required by the Consumer Ombudsman.

Yleinen huomautus**Koko teksti**

Päivämäärä: 25.9.2020

Diaarinumero: KKV/69/14.08.01.05/2018

Osapuolet

Sanoma Media Finland Oy

Tiivistelmä

Sanoma Media Finland Oy:n (jäljempänä Sanoma Media) aikakauslehtien etämyynnissä, markkinoinnissa ja sopimusehdoissa ilmeni puutteita. Ongelmat liittyivät erityisesti aikakauslehtien puhelinmyyntiin ja verkkokauppaan. Kuluttaja-asiamies edellytti, että yritys antaa markkinoinnissaan oikean kuvan tarjotusta tilauksesta. Kuluttajille tulee kertoa selkeästi lehti-ilauksen mahdollisesta kestopäätösluonteesta, määräaikaaisuudesta, tarjousjakson jälkeisistä kokonaiskustannuksista ja irtisanomisehdoista. Lisäksi kuluttaja-asiamies huomautti, että toistaiseksi voimassa olevasta sopimuksesta pitää päästä irti kuluulta viimeistään 30 päivän kuluessa sopimuksen irtisanomisesta, eikä irtisanomista saa sitoa laskutusjaksoon. Kuluttaja-asiamies myös kehotti yritystä varmistumaan siitä, että kuluttajalla on oikeus irtisanoa toistaiseksi voimassa oleva sopimus. Sitoumuspyynnössään kuluttaja-asiamies painotti, että on kuluttajansuojalain vastaista toimittaa tuotteita ilman nimenomaista tilausta niin, että kuluttajalta edellytetään maksua, hyödykkeen palauttamista, säilyttämistä tai muuta toimenpidettä. Yrityksen on myös toimitettava kuluttajalle tilausvahvistus pysyvällä tavalla ja sen tulee sisältää kuluttajalle etämyynnissä annettavat tiedot. Sanoma Media sitoutui tekemään kuluttaja-asiamiehen edellyttämät muutokset toimintaansa.

Sovelletut säännökset

Ksl 2 luvun 1 §, 3 §, 6 §, 9 §, 10 §

Ksl 3 luvun 1 §

Ksl 6 luvun 9 §, 12 §, 13 §

Asiasanat

Ennakkotieto, Etämyynti, Hinnan ilmoittaminen, Irtisanominen, Kohtuuton sopimusehto, Markkinointi, Peruuttamisoikeus, Suoramarkkinointi, Tarjous Perustelut

Harhaanjohtava markkinointi ja ennakkotietojen antaminen etämyynnissä

Tieto sopimuksen kestosta puhelinmarkkinoinnissa

Kuluttajansuojalaissa säädetään niistä tiedoista, jotka elinkeinonharjoittajan tulee antaa kuluttajalle ennen etämyyntisopimuksen tekemistä. Kuluttajansuojalaissa on listaus niistä tiedoista, jotka on annettava kyseisellä etäviestimellä silloin, jos etämyyntisopimus tehdään käyttämällä etäviestintä, jossa on rajoitetusti tilaa tai aikaa tietojen näyttämiseen. Puhelinta voidaan pitää tällaisena rajoitettuna etäviestimenä ja silloin elinkeinonharjoittajan tulee antaa puhelimesta vähintään seuraavat tiedot:

kulutushyödykkeen pääominaisuudet siinä laajuudessa kuin on asianmukaista ottaen huomioon kulutushyödyke ja käytetty viestintä;

elinkeinonharjoittajan nimi;

kulutushyödykkeen kokonaishinta veroineen tai, jos täsmällistä hintaa ei hyödykkeen luonteen takia kohtuudella voida laskea etukäteen, hinnan määräytymisen perusteet;

tarvittaessa kulutushyödykkeen kokonaishintaan sisällytettävät toimitus ja muut kulut tai, jos näitä kuluja ei voida kohtuudella laskea etukäteen, tieto siitä, että tällaisia lisäkuluja voi aiheutua;

tarvittaessa peruuttamisoikeuden käyttämistä koskevat ehdot, määräajat ja menettelyt;

tarvittaessa sopimuksen kesto tai, jos sopimus on voimassa toistaiseksi tai sitä jatketaan automaattisesti, sen päättämistä koskevat ehdot.

Muut kuluttajansuojalaissa tarkoitetut ennakkotiedot, mukaan lukien peruuttamislomake ja -ohje, voidaan antaa puhelinmyynnissä ohjaamalla kuluttaja esimerkiksi verkkosivuille, josta tiedot ovat suoraan ja helposti saatavissa. Puhelinmyynnissä kyseisten tietojen antaminen verkkosivuille ohjaamalla voi kuitenkin käytännössä olla mahdotonta, jos kuluttajalla ei ole internetyhteyttä käytössään. Tiedot on aina annettava selkeästi ja ymmärrettävästi.

Kuluttajansuojalaissa säädetään harhaanjohtavien tietojen antamisesta markkinoinnissa tai asiakassuhteessa. Säännös täydentää osaltaan kuluttajansuojalain ennakkotiedonantovelvollisuuksia koskevia säännöksiä etämyynnissä. Vaikka annettu tieto olisi sinänsä oikea, sen antaminen on kiellettyä, jos kokonaiskuva muodostuu harhaanjohtavaksi.

Kun on kysymys toistaiseksi voimassa olevasta sopimuksesta, jota markkinoidaan tarjousjaksolla, tulee kuluttajan huomiota erityisesti kiinnittää tilauksen kestotilausluonteeseen. Sopimuksen kestosta on kuluttajansuojalain mukaan kerrottava aina ennen sopimuksen tekemistä etäviestimelle soveltuvalla tavalla selkeästi ja ymmärrettävästi. Jos kyse on tosiasiaissa ollut kuitenkin määräaikaisen tilauksen markkinoinnista, kuluttaja voi perustellusti olettaa tilauksen päättyvän ilman, että hänen tarvitsee ryhtyä erikseen toimenpiteisiin.

Kuluttaja-asiamies vastaanotti kuluttajailmoituksia koskien Sanoma Median ja sen käyttämien puhelinmyyntiyritysten myyntimenettelyä. Ilmoituksista voitiin havaita, että Sanoma Median puhelinmyynnissä kuluttajille annettu tieto sopimuksen kestosta oli ollut siinä määrin harhaanjohtavaa, että kuluttajilla oli ollut huomattavia hankaluuksia myyntipuheluiden perusteella ymmärtää, minkälaiseen sopimukseen he sitoutuivat Sanoma Median aikakauslehden tilatessaan. Osalle kuluttajista oli syntynyt puhelinmarkkinoinnin perusteella sellainen käsitys, että he olivat solmineet lyhyen ja kiinteähintaisen määräaikaisen sopimuksen, joka päättyy automaattisesti tarjousjakson loputtua. Tosiasiaissa he olivat kuitenkin tulleet sidotuksi toistaiseksi voimassa olevaan sopimukseen, jota oli markkinoitu erikoishintaisella tarjousjaksolla.

Sanoma Median markkinoinnissa käytettiin esimerkiksi termiä "4 kk:n jatkuva tilaus" ja toisaalta samassa yhteydessä kerrottiin tilaukseen kuuluvien lehtien lukumäärä ja jäljempänä ilmenevin tavoin ainoastaan tietynpituisen tarjous- tai kokeilujakson hinta eikä lainkaan toistaiseksi voimassa olevan sopimuksen normaalikustannuksia. Tällöin sopimuksen kestosta välittyvä viesti oli siinä määrin ristiriitainen, että se muodostui sellaiseksi kuluttajansuojalaissa tarkoitetuksi harhaanjohtavaksi tiedoksi, joka on omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee ostopäätöksen tai muun kulutushyödykkeeseen liittyvän päätöksen, jota hän ei ilman annettuja tietoja olisi tehnyt.

Edellä mainituin perustein Sanoma Median puhelinmarkkinointi oli sopimuksen kestoa koskevien tietojen osalta kuluttajansuojalain vastaista.

Tieto kulutushyödykkeen hinnasta puhelinmarkkinoinnissa

Kuluttajansuojalain mukaan on ennen etämyyntisopimuksen tekemistä selkeästi ja ymmärrettävästi annettava kuluttajalle tiedoksi myös kulutushyödykkeen kokonaishinta veroineen tai, jos täsmällistä hintaa ei hyödykkeen luonteen takia kohtuudella voida laskea etukäteen, hinnan määräytymisen perusteet.

Lain esitöissä on nimenomaisesti todettu, että silloin, kun kyseessä on toistaiseksi voimassa oleva sopimus tai toistuvia suorituksia sisältävä sopimus, kokonaishinnan on sisällettävä kokonaiskustannukset laskutusjaksoa kohden. Jos kyse on esimerkiksi lehti-ilauksesta, jossa laskutuskauti on puoli vuotta, elinkeinonharjoittajan tulee ilmoittaa tämän laskutusjakson kokonaishinta. Jos sopimus on voimassa vielä tarjousjakson jälkeen, tulee myös tarjousjakson jälkeisen laskutusjakson normaalit kokonaiskustannukset ilmoittaa kuluttajalle.

Sanoma Median 2.9.2016 kuluttaja-asiamiehelle toimittamissa puhelinmyyntinauhotteissa sekä puhelinmyyjien ohjeistuksessa markkinoitiin tarjousjaksolla alkavaa toistaiseksi voimassa olevaa sopimusta. Markkinoinnissa ilmoitettiin kuluttajalle tarjousjakson hinta, mutta ei ilmoitettu toistaiseksi voimassa olevan sopimuksen osalta tarjousjakson jälkeistä, laskutusjakson normaalia kokonaishintaa. Tietoa lehti-ilauksen hinnan määräytymisen perusteista ei siten annettu kuluttajalle kuluttajansuojalain edellyttämällä tavalla.

Sanoma Median puhelinmarkkinointi oli edellä mainituin perustein kulutushyödykkeen hinnan määräytymisen perusteita koskevien tietojen osalta kuluttajansuojalain vastaista.

Tieto sopimuksen kestosta ja kulutushyödykkeen hinnasta verkkokaupassa

Jos sähköisesti tehtävässä sopimuksessa kuluttajalle asetetaan maksuvelvollisuus, kuluttajalle on kuluttajansuojalain mukaan ilmoitettava selkeällä tavalla ja välittömästi ennen kuin kuluttaja tekee tilauksensa seuraavat tiedot:

kulutushyödykkeen pääominaisuudet siinä laajuudessa kuin on asianmukaista ottaen huomioon kulutushyödyke ja käytetty viestin;

kulutushyödykkeen kokonaishinta veroineen tai, jos täsmällistä hintaa ei hyödykkeen luonteen takia kohtuudella voida laskea etukäteen, hinnan määräytymisen perusteet;

tarvittaessa kulutushyödykkeen kokonaishintaan sisällytettävät toimitus ja muut kulut tai, jos näitä kuluja ei voida kohtuudella laskea etukäteen, tieto siitä, että tällaisia lisäkuluja voi aiheutua;

tarvittaessa sopimuksen kesto tai, jos sopimus on voimassa toistaiseksi tai sitä jatketaan automaattisesti, sen päättämistä koskevat ehdot;

tarvittaessa kuluttajan sopimusvelvoitteiden vähimmäiskesto.

Elinkeinonharjoittajan on myös varmistettava, että kuluttaja nimenomaisesti hyväksyy tilaukseen liittyvän maksuvelvollisuuden.

Verkkokaupassa olevasta tilauslomakkeesta ei käynyt riittävän selkeästi ilmi, onko kyseessä määräaikainen vai toistaiseksi voimassa oleva sopimus.

Tilauslomakkeella olevat termit olivat merkitykseltään keskenään ristiriitaiset, muodostuen yhdessä sellaiseksi kuluttajansuojalaissa tarkoitetuksi harhaanjohtavaksi tiedoksi, joka on omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee ostopäätöksen tai muun kulutushyödykkeeseen liittyvän päätöksen, jota hän ei ilman annettuja tietoja olisi tehnyt. Vaikka Sanoma Median yleisissä sopimusehdoissa esitellään eri sopimustyyppit, ei sopimusehdoista ole selkeästi ja välittömästi ennen tilauksen tekemistä pääteltävissä, minkä pituiseen sopimukseen kuluttaja kulloissakin yksittäistapauksessa sitoutuu.

Koska tietoa sopimuksen kestosta ei edellä kuvatusti annettu kuluttajalle kuluttajansuojalaissa tarkoitettulla tavalla selkeällä tavalla ja välittömästi ennen kuin kuluttaja tekee tilauksensa, jäi myös kulutushyödykkeen todellinen kokonaishinta kuluttajalle epäselväksi. Sopimusehtojen mukaan tuotteen hinta on tilauksen yhteydessä annettu hinta, joka viittaa kuluttajansuojalaissa tarkoitettulla tavalla harhaanjohtavasti toistaiseksi voimassa olevan sopimuksen määräaikaisen tarjousjakson hintaan.

Edellä mainituin perustein markkinointi Sanoma Median verkkokaupassa oli sopimuksen kestoa ja hintaa koskevien tietojen osalta kuluttajansuojalain vastaista.

Sopimuksen irtisanomisesta koskevat sopimusehdot ja menettelyt

Irtisanomisajan kohtuuttomuus ja irtisanomismenettelystä annetut tiedot

Kuluttajansuojalaissa kielletään elinkeinonharjoittajaa käyttämästä kuluttajan kannalta kohtuuttomia sopimusehtoja. Säännöksen esitöiden mukaan yksittäisten sopimuksen ehtojen lisäksi myös sopimusehtokokonaisuus voi olla kohtuuton. Kirjalliset sopimusehdot on aina laadittava selkeästi ja ymmärrettävästi. Myös elinkeinonharjoittajan säännönmukainen menettely sopimuksen soveltamisessa rinnastetaan sopimusehtoon, vaikka menettely ei olisikaan muodostunut osaksi sopimusta.

Toistaiseksi voimassa olevan sopimuksen irtisanomisaika ei saa olla edellä mainitun kuluttajansuojalain vastaisesti kohtuuttoman pitkä. Pisimpänä kohtuullisena irtisanomisaikana voidaan kuluttaja-asiamiehen vakiintuneen ratkaisukäytännön mukaan pitää 30:tä päivää tai kalenterikuukautta, jolloin irtisanomisaika lasketaan sen kalenterikuukauden viimeisestä päivästä, jonka aikana irtisanominen on suoritettu. Irtisanomisajan pituus ei saa olla riippuvainen laskutusjakson pituudesta. Sopimuksen päättämisessä ja laskutuksessa on kysymys eri asioista. Oikeus irtisanoa toistaiseksi voimassa oleva sopimus on yksi kuluttajan keskeisimmistä oikeuksista ja suojakeinoista, kun taas laskutusjakson pituus ja sen valitseminen liittyvät kuluttajan maksamista koskeviin velvoitteisiin sekä asiakassuhteen hoitoon. Elinkeinonharjoittajan sopimusehdoissa ei tule antaa harhaanjohtavaa kuvaa näiden oikeuksien ja velvollisuuksien luonteesta tai niiden vaikutuksesta toisiinsa.

Kun Sanoma Media sitoi sopimuksen irtisanomisajan laskutusjakson pituuteen, muodostuivat Sanoma Median toistaiseksi voimassa oleviin sopimuksiin soveltamat irtisanomisajat yleensä liian pitkiä. Lisäksi sopimusehdot olivat irtisanomista koskevilta osin epäselvät.

Edellä mainituin perustein Sanoma Median sopimusehtoja ja niiden soveltamista koskevia menettelyitä oli sopimuksen irtisanomisen osalta pidettävä kuluttajien kannalta kuluttajansuojalaissa tarkoitetulla tavalla kohtuuttomina.

Sopimaton menettely asiakassuhteessa

Kuluttajansuojalain mukaan asiakassuhteessa ei saa käyttää kuluttajien kannalta sopimatonta menettelyä. Kuluttajansuojalain mukaan markkinoinnissa tai asiakassuhteessa ei saa käyttää aggressiivista menettelyä. Aggressiivisena menettelynä pidetään häirintää, pakottamista ja muuta sellaista kuluttajan painostamista, joka on omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee ostopäätöksen tai muun kulutushyödykkeeseen liittyvän päätöksen, jota hän ei ilman painostamista olisi tehnyt. Lain esitöiden mukaan sopimuksen teon jälkeen laissa tarkoitettu aggressiivinen menettely voi ilmetä esimerkiksi siten, että yhteydenotto elinkeinonharjoittajaan asiakasvalituksen tekemiseksi on vaikeaa tai jopa mahdotonta.

Toistaiseksi voimassa olevan sopimuksen irtisanomisen tulee olla kuluttajille riittävän yksinkertaista, helppoa ja maksutonta ja ohjeistuksen sen tekemiseen selkeää ja totuudenmukaista

Mikäli eri yhteydenottokanavissa sopimuksen irtisanominen johtaa kuluttajan kannalta erilaisiin oikeusvaikutuksiin, tulee tästäkin antaa selkeästi tietoa kuluttajalle siinä kanavassa, jossa sopimuksen irtisanomisaika muodostuisi pidemmäksi. Silloin, kun kuluttaja on ilmoittanut haluavansa irtisanoa sopimuksen, ei ole asianmukaista yrittää saada häntä pyörtämään päätöstään.

Sanoma Media kuitenkin pyrki säännönmukaisesti ohjeistuksissaan ja menettelyissään siihen, että kuluttajat eivät käyttäisi sopimukseen perustuvia oikeuksiaan, vaan toistaiseksi voimassa olevat sopimukset irtisanottaisiin laskutusjakson loppuun, vaikka sopimuksen perusteella kuluttajilla olisi myös vaihtoehtona irtisanoa sopimus heti seuraavasta mahdollisesta numerosta.

Sanoma Median edellä kuvailtu menettely, jossa se oli kuluttajansuojalaissa tarkoitetulla tavalla hankaloittanut kuluttajien sopimukseen tai lakiin perustuvien oikeuksien käyttöä, oli kuluttajansuojalain vastaista sopimatonta menettelyä asiakassuhteessa.

Tuotteiden toimittaminen ja laskutus ilman tilausta

Kuluttajansuojalaissa kielletään tuotteiden toimittaminen kuluttajalle ja siitä laskuttaminen ilman kuluttajan nimenomaista tilausta.

Kuluttaja-asiamiehen vastaanottamien ilmoitusten mukaan kuluttajille oli toimitettu aikakauslehtiä ja lasku, vaikka kuluttaja oli kiistänyt antaneensa tällaiseen tilaukseen nimenomaista suostumustaan.

Kuluttajailmoitusten perusteella Sanoma Media oli toiminut kuluttajansuojalain vastaisesti toimittaessaan tuotteita kuluttajille ilman näiden nimenomaista tilausta ja edellyttämällä kuluttajilta maksua, hyödykkeen palauttamista tai säilyttämistä taikka muuta toimenpidettä.

Kuluttajan kiistäessä sitoutuneensa sopimukseen on elinkeinonharjoittajan tehtävänä näyttää toteen, että sopimus on molempia osapuolia sitovasti syntynyt. Elinkeinonharjoittajan pitää pystyä esimerkiksi myyntipuhelunauhoituksen avulla osoittamaan, että jokainen lehden toimitus perustuu sopimukseen, johon kuluttaja on antanut nimenomaisen suostumuksensa. Pelkkä tilausvahvistus ei ole riittävä näyttö sopimuksen syntymisestä. Tilausvahvistus ei itsessään muodosta toista osapuolta velvoittavaa sopimusta. Jos puhelinnauhoitteita ei ole, voi elinkeinonharjoittajan olla mahdotonta vedota sopimuksen syntymiseen kuluttajan kiistäessä tilauksen.

Tilausvahvistuksen sisältö

Kuluttajansuojalaissa säädetään elinkeinonharjoittajan velvollisuudesta toimittaa etämyynnissä kuluttajalle vahvistus tehdystä sopimuksesta. Tilausvahvistus tulee toimittaa kohtuullisessa ajassa etämyyntisopimuksen tekemisestä ja viimeistään tavaroiden luovutusajankohtana tai ennen kuin palvelun suorittaminen aloitetaan. Tilausvahvistus on toimitettava pysyvällä tavalla, ja siihen tulee sisältyä kaikki laissa tarkoitetut tiedot sekä peruuttamislomake ja -ohje, jollei elinkeinonharjoittaja ole toimittanut näitä kuluttajalle pysyvällä tavalla jo aiemmin.

Kuluttajansuojalaissa on määritelty tietojen antaminen "pysyvällä tavalla". Sillä tarkoitetaan tietojen antamista henkilökohtaisesti kirjallisesti tai sähköisesti siten, että vastaanottaja voi tallentaa ja toisintaa tiedot muuttumattomina. Euroopan unionin tuomioistuimen ratkaisussa (C-49/11) on todettu, ettei riittävää ole se, että kuluttaja ohjataan elinkeinonharjoittajan yleisille verkkosivuille, josta tieto on löydettävissä.

Sanoma Median selvityksessä tuli ilmi sisällöltään kaksi erilaista tilausvahvistusta, joiden toimittaminen kuluttajalle riippui sopimuksentekotavasta. Mikäli sopimus tehtiin puhelimitse, niin kuluttajalle lähetettiin postitse tilausvahvistus ja lasku. Mikäli kuluttaja teki tilauksensa verkkokaupassa, tilausvahvistus toimitettiin hänelle sähköpostitse. Molemmissa tilausvahvistuksissa oli puutteita niiden antamassa sisällössä eikä niistä käynyt ilmi kaikki kuluttajansuojalaissa tarkoitetut tiedot.

Sanoma Median tilausvahvistukset olivat edellä mainituin tavoin kuluttajansuojalain vastaisia.