

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalous/ Julkistalouden ja juridiikan suuntautumisvaihtoehto

Taru Tuoresmäki

HARHAANJOHTAVA MARKKINOINTI YRITTÄJIEN
VÄLISESSÄ LUETTELOILMOITUSMYYNNISSÄ

Opinnäytetyö 2010

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalous

TUORESMAKI, TARU

Harhaanjohtava markkinointi yrittäjien välisessä luetteloilmoitusmyynnissä

Opinnäytetyö

52 sivua + 7 liitesivua

Työn ohjaaja

Lehtori Päivi Ollila

Toimeksiantaja

Vesirotta-Muskrat Palvelu Oy/Esa Ruotsalainen

Marraskuu 2010

Avainsanat

Harhaanjohtava markkinointi, huijauslasku, huijauksen yritys, business to business

Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan etenkin yritysten välisessä luetteloilmoitusmyynnissä tapahtuvia huijauksia ja huijausyrityksiä, luodaan katsaus EU:n kannanotoihin ja Suomessa asiasta käytyyn keskusteluun, tarkastellaan muutamaa esimerkitapausta ja tutkitaan, mitä Suomessa, Ruotsissa, Sveitsissä, Itävallassa ja Belgiassa tehdään toiminnan tyrehtyttämiseksi.

Lainsäädännön kehittämisehdotusten tueksi tutkitaan juridisen kirjallisuuden avulla yritysten välisiä sopimuksia sääteleviä lakeja, sopimusten syntyä, irtisanomista, purkamis- ja kohtuullistamismahdollisuuksia sekä käydään läpi käytännön neuvoja juristeilta yrittäjille siitä, miten suojautua huijausyrityksiltä.

Johtopäätöksinä päädytään suojautumiskeinojen lisäksi ehdotukseen kuluttajaneuvonnan tapaisen palvelun perustamisesta myös yrittäjille. Lakia sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa ja Eräiden markkinaoikeudellisten asioiden käsittelystä annettua lakia ehdotetaan kehitettäväksi siten, että yritysten välistä sopimusvapautta loukkaamatta yrittäjät voisivat helpommin sanoutua irti harhaanjohtavaan markkinointiin perustuvista sopimuksista ja että kyseiset markkinointitavat kielletäisiin nopeammin ja tehokkaammin. Nämä suositukset käyvät ilmi jo Euroopan parlamentin päätöslauselmasta P6-TA(2008)0608 sekä Small Business Actista, joissa parlamentti kehottaa jäsenvaltioitaan kehittämään kansallista lainsäädäntöään. EP kehottaa myös kansalliset rajat ylittävään viranomaisten yhteistyöhön asiassa..

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Business Administration

TUORESMAKI, TARU

Misleading marketing in Business to Business Directory Ad Sales

Bachelor's Thesis

52 pages + 7 pages of Appendices

Supervisor

Päivi Ollila, Senior Lecturer

Commissioned by

Vesirotta/Muskrat Service, Esa Ruotsalainen

November 2010

Keywords

Misleading marketing, invoicing scam, rogue traders, B/B marketing

The purpose of this thesis was to chart rogue trading, scams and swindlers especially connected with directory ad sales. The thesis introduces points made in the EU and the discussion on the topic in Finland, sets out some example cases and actions to stop the swindlers in Finland, Sweden, Switzerland, Austria and Belgium.

To support suggestions of legislative improvement, Finnish legislation on B/B contracts is studied from juridical literature: how contracts are made, how they can be terminated and moderated. A lot of practical advice from lawyers to enterprisers is included on how to protect themselves from the scams.

Conclusions, in addition to suggestions on how to stay protected against scams, include a suggestion to set up a national organ for enterprises corresponding to consumer boards and authorities. Amendments to Finnish legislation are suggested, so that misleading marketing practices banned faster and more efficiently, without limitations to the free contract making between enterprises. European Parliament has already in 2008 requested these changes from its member states, and urged national authorities to develop cross-border co-operation between these organs and authorities.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	6
2	HUIJAUSTAVAN KUVAUS	7
3	EDUSKUNNASSA JA HALLITUKSESSA KÄYTY KESKUSTELU	11
	3.1 Yrittäjien adressi	11
	3.2 Kirjallinen kysymys hallitukselle ja ministeri Sinnemäen vastaus	12
4	TOIMENPITEET HUIJAUSTEN JA HUIJAUSYRITYSTEN YHTEYDESSÄ	14
	4.1 Oikeustapauksia	14
	4.1.1 Case Yellow Europa/Yellow Register	14
	4.1.2 Case Directa	15
	4.1.3 Case Intercable Verlag AG ja Premium Recovery AG	19
	4.2 Haastattelututkimusten tuloksia	20
	4.2.1 Yrityksiin kohdistuvat huijaukset ja huijausyritykset	20
	4.2.2 Yritysten varautuminen huijausrikoksiin	21
	4.2.3 Yritysten ja viranomaisten välinen yhteistyö	22
	4.2.4 Voiko posti puuttua huijaripostituksiin?	24
	4.2.5 Pankkien mahdollisuudet vaikuttaa huijarien toimintaan	25
	4.3 Kauppakamarit ja niiden mahdollisuudet vaikuttaa rikolliseen toimintaan	25
5	YRITTÄJIEN VÄLISIIN SUHTEISIIN LIITTYVÄ JURIDIikka	27
	5.1 Laki elinkeinonharjoittajien välisten sopimusehtojen sääntelystä	27
	5.2 Sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annettu laki	30
	5.3 Sähköisen viestinnän tietosuojalaki	31
	5.4 Eräiden markkinaoikeudellisten asioiden käsittelystä annettu laki	32
	5.5 Rikoslaki	33
	5.6 Sopimusjuridiikka; laki varallisuus oikeudellisista oikeustoimista	34
	5.6.1 Sopimuksen synty	34
	5.6.2 Sopimuksen irtisanominen tai purkaminen	36

5.6.3	Sopimuksen pätemättömyys	38
5.6.4	Huijarisopimukset ja valelaskut	39
5.6.4.1	Huijarisopimusten asema	39
5.6.4.2	Käytännön neuvoja Suomen Yrittäjien lakimieheltä	40
5.6.5	Sopimusoikeuden tila huolestuttaa	41
6	KANSAINVÄLISTÄ VERTAILUA – RUOTSI, SVEITSI, EU	42
6.1	Svensk Handel, Ruotsi	42
6.2	SECO, Sveitsi	44
6.3	EASA, Bryssel	46
7	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	47

LIITTEET

Liite 1. Muskrat-palvelun musta lista

Liite 2. Svensk Handelin varoituslista

Liite 3. SECO:n esite What can be done against Internet scams

Liite 4. EASA Euro-Ad Alert

1 JOHDANTO

Yrittäjien välisessä kaupassa on aina lähtökohtana sopimusvapaus. Suulliset sopimukset ovat yhtä sitovia kuin kirjallisetkin, joskin riita-asioita on niiden perusteella huomattavasti vaikeampi ratkoa näytön puuttuessa. Sähköinen kaupankäynti ja telemarkkinointi ovat tuoneet tilanteeseen oman lisänsä, jota huijarit ovat kyenneet käyttämään hyväkseen: sopimus voi syntyä sähköisessä kaupankäynnissä myös ilman allekirjoitusta, tekstiviestillä tai pelkän puhelinkeskustelun perusteella. Nämä huijaukset ja niiden yritykset ovat lisääntyneet räjähdysmäisesti: Helsingin seudun kauppakamarin mukaan joka kolmas yritys on erehdytetty www-hakemistoihin viimeisen kahden vuoden aikana.

Opinnäytetyön tarkoituksena on laskutushuijausyrityksistä mustaa listaa (liite 1) pitävän ja neuvontapalveluja tarjoavan Muskrat-palvelun toimeksiannosta kartoittaa huijariyritysten toimintaa ja selvittää, milloin ja miten yritysten välisessä myynnissä syntyy sitova sopimus, milloin sopimus on pätemätön ja purettavissa ja miten yrittäjien oikeusturvaa huijaustapauksissa voitaisiin parantaa. Materiaalina käytetään palveluun vuodesta 2004 alkaen kertyneitä yritysten yhteydenottoja, talousrikospoliisin tietoja, Suomen Yrittäjien ja Keskuskauppakamarin kannanottoja ja toimenpiteitä yrittäjien oikeusturvan parantamiseksi sekä petoksen kohteeksi joutuneiden yritysten ja yhteisöjen edustajien kertomuksia. Oikeuteen edenneiden juttujen, kuten Suomessa julkisuuteen tulleiden Yellow Europa- ja Directa-tapausten, avulla pyritään sopimus- ja rikosoikeuden valossa selvittämään, miten yhteiskunta sanktioi tällaista toimintaa. Tavoitteena on myös kartoittaa, miten varsinkin pienyrittäjät voivat suojautua huijareilta ja millaisiin toimenpiteisiin heidän on mahdollista ryhtyä vilpillisiä laskuttajia vastaan.

Helsingin seudun Kauppakamarin teettämän tutkimuksen ”Taloustaantumien vaikutukset yrityksen kilpailukykyyn vaikuttavaan rikollisuuteen 2010” pohjalta kartoitetaan huijausten yleisyyttä, yritysten asennoitumista huijareihin ja talousrikollisuuteen sekä toimenpiteitä, mihin ne ovat tähän mennessä todellisuudessa ryhtyneet huijauksen tai huijausyrityksen kohteeksi jouduttuaan.

Vertailun vuoksi opinnäytetyössä selostetaan, miten Svensk Handel edistää yrittäjien taistelua Ruotsissa huijareita vastaan, miten Sveitsissä samaa asiaa ajaa SECO (State Secretariat for Economic Affairs) ja Brysselissä EASA (European Advertising

Standards Alliance). Myös EU:n Small Business Actin ja pienyritysten asemaan liittyvän päätöslauselman laskutushuijauksiin liittyvät kohdat on sisällytetty työhön.

Muskraat-palvelulla on eurooppalaisia sisarorganisaatioita sekä kansalaisaktivistien ylläpitämiä tiedotus- ja neuvontasivustoja kuten esim. StopECG, jota yksityinen brittiläinen musiikkikauppias pitää yllä keräten aktiivisesti nettisivuilleen tietoa huijauslaskutusyrityksistä EU-maissa.

2 HUIJAUSTAVAN KUVAUS

Yrityksiin kohdistuva harhaanjohtava ja epäasiallinen markkinointi on viime vuosina yleistynyt. Harhaanjohtavan markkinoinnin tarkoituksena on houkutella tai pakottaa asiakkaat sitoutumaan epäasiallisiin keinoin epätoivottuun sopimukseen. Tyypillistä tällaiselle toimintatavalle on järjestelmällisyys. Perusteettomien laskujen selvittely ja yhteydenotot laskuttajaan vievät yritystoiminnalta aikaa, ja väitetyistä sopimuksista on lähes mahdotonta irtaantua. Yrittäjän tekemiä reklamaatioita ei oteta huomioon, vaan kiistanalaisia laskuja peritään aggressiivisesti ja pitkäaikaisesti. (Makkula, Toivonen 1.6.2010). Yrityksiä uhkaillaan oikeudella ja luottotietojen menettämällä, jos huijaajien laskuja ei makseta. Myös yrityksen ja sen tuotteiden ”mustamaalausta” esim. nettikeskusteluissa on käytetty kiristyskeinona.

Tyypillisesti huijaus tapahtuu siten, että yritykseen tulleessa puhelussa ollaan vain tarkistavinaan yrityksen yhteystietoja jossain www-hakemistossa tai kerrotaan vain yleisesti myytävästä palvelusta, ja perästä tuleekin yllätyksenä tilausvahvistus tai lasku maksullisesta ilmoituksesta hakemistossa. Postissa tai sähköpostilla yrityksiin tulee erilaisten www-palvelujen mainoksia tai yhteystietojen tarkistuksia, joissa tilausehdot on tarkoituksella laadittu harhaanjohtaviksi. (Silen 2010). Tietojen päivittämisen kerrotaan usein olevan ilmaista. Kuitenkin pienellä tekstillä kirjoitetusta osiosta ilmenee, että yhteystietolomakkeen allekirjoittamisella tilaajayrityksen ja palveluntarjoajan välille syntyy useampivuotinen sopimus. Sopimuksen nojalla tilaajayritys on velvollinen maksamaan yhteystietojensa julkistamisesta huomattavan vuosimaksun. (Paloranta 2008: 164). Valitettavan usein yrittäjä joutuu maksamaan kiistanalaisen tai täysin perusteettoman laskun palveluntarjoajan painostuksen jälkeen.

Helsingin seudun kauppakamarin 19.7.2010 julkaiseman kyselytutkimuksen mukaan viimeisen kahden vuoden aikana joka kolmas yritys on erehdytetty maksulliseen ilmoitukseen erilaisissa www-hakemistoissa. Ilmiö on koko ajan lisääntymässä.

”Ilmiö aiheuttaa paljon ongelmia myös rehellisesti toimiville hakemistopalveluille. Etenkin pk-yrityksille on välttämätöntä näkyä erilaisissa yrityshakemistoissa, mutta epäasiallisesti toimivien yritysten takia pelätään ilmoitusten antamista kaikkiin hakemistoihin. On syytä muistaa, että läheskään kaikilla pk-yrityksillä ei ole vielä kotisivuja tai mahdollisuutta panostaa niiden kautta tapahtuvaan hakukonemarkkinointiin”, toteaa johtaja Marko Silen Helsingin seudun kauppakamarista tutkimuksen saatesanoissa.

Uhkakuvat lisääntyvät pienten yritysten tilintarkastuspakon poistumisen sekä osakeyhtiön helpon perustamisen takia, sanoi Paula Mäntynen, Helsingin kaupungin talous- ja suunnittelukeskuksen konserniryhmän varainhallinnan projektijohtaja Helsingin seudun kauppakamarin tilaisuudessa ”Talousrikollisuus ja yritysten sisäiset väärinkäytökset” 15.2.2007. Myös taloudellinen taantuma on lisännyt yrityksiin kohdistuvaa rikollisuutta kauppakamarin 20.4.2010 julkaiseman tutkimuksen ”Taloustaantumien vaikutukset yritysten kilpailukykyyn vaikuttavaan rikollisuuteen” mukaan. Vuoden 2009 tammi–joulukuussa petosrikosten määrä Suomessa oli 17.000, mikä on 8 % enemmän kuin vuonna 2008 (Taloustaantumien vaikutukset yritysten kilpailukykyyn vaikuttavaan rikollisuuteen 2010:9).

Aloittavien yritysten ja pienyritysten suuri riski valikoitua harhaanjohtavan markkinoinnin kohteeksi johtuu pääosin siitä, ettei niillä ole kuluttajasuojalainsäädäntöä vastaavaa turvaa, sanoo Suomen Yrittäjien lainsäädäntöasioiden päällikkö Janne Makkula. Etenkin toimintaansa aloittelevat yksinyrittäjät ja mikroyritykset ovat sopijapuolina käytännössä rinnastettavissa tiedoiltaan ja taloudellisilta edellytyksiltään kuluttajaan.

Puolet yksin firmaansa pyörittävistä yrittäjistä saa puhelin- tai sähköpostimarkkinointia viikoittain ja joka viides päivittäin, toteaa Suomen Yrittäjät uusimman jäsenyrityskyselynsä tuloksista. Yksinyrittäjät pitivät huomattavaa osaa markkinoinnista häiritsevänä tai harhaanjohtavana. Vain 17 prosenttia vastanneista yksinyrittäjistä on välttänyt tänä vuonna häiritsevän tai harhaanjohtavan markkinoinnin kohteeksi joutumisen.

Kyselystä ilmeni myös jotakin uutta: Yli puolet yksinyrittäjistä sanoo toimivansa nyt verkostomaisesti muiden yrittäjien kanssa. Joka kolmannen yksinyrittäjän yhteistyöverkoston laajuus on vähintään kuusi yrittäjää tai yritystä. (YLE:n uutiset ja Suomen Yrittäjät 23.10.2010). Yrittäjien verkostoituminen on tärkeää huijausyritysten torjumisen kannalta.

Myös EU:ssa on kiinnitetty huomioita yrityksiin kohdistuvaan harhaanjohtavaan markkinointiin ja todettu, ettei pieniä ja keskisuuria yrityksiä tueta riittävällä tavalla harhaanjohtavilta toiminnoilta (Small Business Act, A6-0074/2009 ja Euroopan parlamentin päätöslauselma P6-TA(2008)0608), jatkaa Makkula. Parlamentti on mm. kehottanut jäsenmaita varmistamaan, että harhaanjohtavan mainonnan uhriksi joutuneita yrityksiä varten on olemassa selkeästi määritelty kansallinen viranomaisen, jolle yritykset voivat valittaa ja hakea muutosta tilanteeseen. Euroopan parlamentti ”... katsoo, ettei pieniä ja keskisuuria yrityksiä tueta riittävästi, jotta ne voisivat puolustautua kansalliset rajat ylittäviä, hyvän kauppatavan vastaisia menettelytapoja, kuten harhaanjohtavien yrityshakemistoyhtiöiden noudattamia käytäntöjä, vastaan”, sanotaan Small Business Actin perusteluissa.

Päätöslauselmassa todetaan muun muassa, että Euroopan parlamentin huoli huijausongelmasta perustuu sen leviämisestä yli kansallisten rajojen ja siihen, että ongelma aiheuttaa etenkin pienyrityksille huomattavaa taloudellista vahinkoa. EP velvoittaa komissiota kehittämään keinoja hyvittää huijausten uhrien kärsimät vahingot sekä tehokkaasti kiistää, irtisanoa tai purkaa harhaanjohtavan markkinoinnin perusteella tehdyt sopimukset.

EP kannustaa huijausten uhreja raportoimaan tapaukset kansallisille viranomaisille, ja jäsenvaltioitaan tarjoamaan pienille ja keskisuurille yrityksille tietotaitoa tarvittavien valitusten tekemiseen valtiollisille ja muille viranomaisille. Tiedonvälityskanavat on saatava toimiviksi ja yrittäjät tietoisiksi neuvontapalvelujen saatavuudesta, ennen kuin he erehtyvät maksamaan heitä harhaan johtaneille hakemistoyrityksille. EP suosittelee myös ylläpitämään yrityksistä kansallista keskustietokantaa huijausyrityksistä.

Kansallinen ja EU:n lainsäädäntö eivät lauseلمان mukaan valitettavasti tarjoa riittävää suojaa eivätkä apua yleistyvien huijausyritysten uhreille, tai sitten toimeenpano ei ole riittävän tehokasta kansallisella tasolla oikeuskeinojen puuttuessa. EP kannustaa eurooppalaisia ja kansallisia yrittäjäjärjestöjä lisäämään jäsenyritystensä tietoisuutta hui-

jauksista ja kehottaa niitä tehostamaan keskinäistä yhteistyötään. Huolestuttavaa kyllä, harhaanjohtavaan markkinointiin syyllistyneet yritykset ovat haastaneet joitakin näistä järjestöistä oikeuteen nimensä tahraamisesta tai vastaavasta.

EP on myös tietoinen tiettyjen jäsenvaltioiden, kuten Italian, Espanjan, Alankomaiden, Belgian ja U.K:n sekä etenkin Itävallan toimenpiteistä luetteloyritysten harhaanjohtavan markkinoinnin ehkäisemiseksi, mutta pitää niitä riittämättöminä ja kansainvälisen tason koordinoitua ja valvontaa tarpeellisena. Siksi EP vaatii komissiota ja jäsenvaltioita tehostamaan yhteistyötään kansallisten ja eurooppalaisten yrittäjäjärjestöjen kanssa, jotta tietoisuus ongelmasta lisääntyy ja yhä useammat osaavat välttää harhaanjohtavaa mainontaa ja ei-toivottuja sopimuksia, joihin ne johtavat. Komission edellyttään tarjoavan lisätietoa ja -apua yrittäjien ongelmiin Enterprise Europe- ja SOLVIT-verkostonsa sekä asiaankuuluvien EU-portaalien kautta. Yritysten väliseen liiketoimintaa koskevaan direktiiviin 2006/114/EC pitäisi EP:n mukaan sisällyttää lista ”mustista” tai ”harmaista” harhaanjohtavina pidettävistä liiketavoista. Komission on suojeltava liikeyrityksiä ja varmistettava samalla, ettei loukata kansalaisten oikeutta perustaa yritys tai vapautta tarjota palveluksia.

EP pahoittelee, ettei direktiivi 2005/29/EC (Unfair Commercial Practices, Hyvän liiketavan vastaiset käytännöt) kata yritysten välisiä liiketoimia ja että jäsenvaltiot tuntuvat vastahakoisilta laajentamaan sen tulkintaa. Jäsenvaltiot voivat kuitenkin omaaloitteisesti laajentaa kansallisen kuluttajansuojalainsäädäntönsä kattavuutta yritysten välisiin liiketoimiin ja varmistua siitä, että eri jäsenvaltioiden viranomaiset tekevät yhteistyötä kansalliset rajat ylittävien luettelohuijareiden jäljittämiseksi EU:ssa tai kolmansissa maissa. EP vaatii komissiota raportoimaan, miten helposti direktiiviä 2005/29/EC voisi laajentaa koskemaan yritysten välisiä sopimuksia, etenkin liitteen 1 kohtaa 21, ja mitä seurauksia laajentamisesta voisi olla.

(Ao. kohta 21: henkilöillä ja yhteisöillä, jotka ovat kansallisen lainsäädännön perusteella asianosaisia, pitää olla lailliset perusteet nostaa kanne hyvän liiketavan rikkomisesta joko oikeudessa tai hallinnollisessa viranomaisessa, joka on päätösvaltainen tai jolla on valta nostaa kanne oikeudessa. Kansallisen lain on määriteltävä todisteet, joka kauppaa käyneiltä vaaditaan väitteidensä tueksi.) (EU:n virallinen lehti 2005).

EP suosittelee komissiolle, että direktiiviä 2005/29/EC laajennetaan Itävallan esimerkin mukaiseksi: Itävalta asettaa kansallisessa lainsäädännössään erityisen kiellon har-

haanjohtaville luetteloyrityksille ja luettelomainonnalle, mikäli potentiaalisille asiakkaille ei ole yksiselitteisesti tiedotettu, että mainos on pelkästään tarjous maksullisesta sopimuksesta. Kun kansallinen lainsäädäntö ei yleensä riitä korvausten saamiseen hakemistoyrityksiltä, jotka toimivat toisissa jäsenvaltioissa, EP vaatii komissiota kehittämään aktiivisempaa rajat ylittävää kansallisten viranomaisten yhteistyötä.

EP nostaa esille myös Belgian, missä kaikki harhaanjohtavasta markkinoinnista kärsineet voivat nostaa kanteen omassa maassaan. Itävallasta saadun kokemuksen perusteella uhrien oikeus nostaa joukkokanne omien etujärjestöjensä avulla vaikuttaa myös tehokkaalta keinolta.

Jäsenvaltioiden on syytä varmistua siitä, että harhaanjohtavan mainonnan uhreilla on selkeästi määritelty kansallinen viranomainen, jolle ne voivat tehdä valituksen ja jolta ne voivat hakea korvausta sellaisissakin tapauksissa, että harhaanjohtavan mainonnan uhri on toinen yritys. Komissio voisi EP:n mielestä kehittää hyvän liiketavan mallin, jota kansallisesti toimivat elimet voisivat käyttää ohjenuoranaan ratkaistessaan harhaanjohtavaan mainontaan liittyviä tapauksia.

Yhteistyössä kolmansien maiden ja osaavien kansainvälisten organisaatioiden kanssa on estettävä kolmansiin maihin sijoittuneita luettelohuijausyrityksiä vahingoittamasta EU:ssa sijaitsevia yrityksiä.

3 EDUSKUNNASSA JA HALLITUKSESSA KÄYTY KESKUSTELU

3.1 Yrittäjien adressi

Pitkälti Directa-tapauksen (ks. luku 4.1.2) synnyttämän julkisuuskohun saattelemana sekä varmasti myös EU:n päätöslauselman innoittamana yrittäjät luovuttivat eduskunnassa 27.3.2009 adressin, jonka allekirjoittajina oli kuusi pienyrittäjää noin 2.000 veetoimuksen netissä allekirjoittaneen puolesta. He ehdottavat lakialoitetta, jolla pienyrittäjät rinnastettaisiin kuluttajiin ja saataisiin suojalain piiriin. Täysin lainsuojattomiksi itsensä kokevat suomalaiset pienyrittäjät haluaisivat kuluttaja-asiamiehen tai -riitalautakunnan kaltaisen keskitetyn tahon, johon ottaa yhteyttä, mikäli he kokevat tulleensa huijatuiksi. Taholla pitäisi olla laillinen oikeus hoitaa yrittäjien asiaa ja viedä tapaukset tarpeen vaatiessa oikeuteen asti. Vaatimus on täysin linjassa edellä esitetyn EU:n kannanoton kanssa.

Pienyritykset ovat ympäri Suomea kaukana toisistaan, ja keskinäinen tiedottaminen on lähes mahdotonta. Huijaustapauksissa tieto ei keskity yhteen paikkaan, vaan hajaantuu.

Internetin keskustelupalstat (Suomen Yrittäjät, Suomi24.fi, juridisia neuvoja tarjoavat palstat) ovat pienyrittäjille tärkeä tietolähde, mutta kirjoittajien mukaan sieltä poistetaan jopa kokonaisia keskusteluja, jotta tieto huijauksista ei leviäisi. Kaikki yrittäjät eivät toki edes käytä Internetiä eivätkä osaa hakea sieltä tietoa.

Tiedotusvälineet eivät uskalla tarttua aiheeseen, eivätkä yrittäjäjärjestöt voi juridisista syistä ottaa välittömästi kantaa asiaan. Poliisille voi tehdä rikosilmoituksen, mutta poliisi voi vaikuttaa asiaan vasta, kun selvä rikos on tapahtunut. Yrittäjät maksavat laskuja, vaikka tietävät niiden olevan väärin, sillä luottotietojen menetys ilman asianmukaista oikeuden päätöstä vaarantaa koko firman maineen.

Kysymys on etenkin esim. Kauppalehden ja Luottolista-lehden julkaisemista protestilistoista, joilla ei ole vielä mitään tuomioistuinelähtöistä juridista asemaa. Listoja käytetään oikeudellista perintää edeltävänä perinnän keinona, joka nojaa julkisen ”häpeän” voimaan. Tietoja julkaisee Suomen Asiakastieto Oy.

3.2 Kirjallinen kysymys hallitukselle ja ministeri Sinnemäen vastaus

Yli vuosi yrittäjien adressin jälkeen 18.5.2010 kansanedustaja Päivi Räsänen (KD) jätti hallitukselle kirjallisen kysymyksen (nro 421/2010 vp) yrittäjien turvaamisesta harhaanjohtavalta markkinoinnilta. Kysymyksessä hän sanoo harhaanjohtavan tai ”vähintäänkin epäeettisen” markkinoinnin koskettavan Suomessa tuhansia yrittäjiä ja jopa maatalousyrittäjiä ja metsänomistajia. Kysymyksensä hän muotoili seuraavasti: *Miten hallitus aikoo parantaa yrittäjien turvaa tilanteissa, joissa yrittäjältä peritään sopimusta vastaamattomia, harhaanjohtavaan markkinointiin perustuvia laskuja?*

Työministeri Anni Sinnemäki vastasi kysymykseen 4.6.2010 korostaen sopimusvapautta, joka on Suomen lainsäädännön lähtökohtana yrittäjien välisissä suhteissa. Suhteita säätelevinä hän mainitsee kuitenkin kolme lakia: Ensinnä **lain elinkeinonharjoittajien välisten sopimusehtojen sääntelystä** (3.12.1993), **lain sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa** (SopMenL 22.12.1978) sekä **eräiden markkinaoikeudellisten asioiden käsittelystä annetun lain** (28.12.2001). Lisäksi hän toteaa, että

mikäli elinkeinonharjoittajaan kohdistuu sellaista painostamista ja uhkailua, jonka voidaan epäillä täyttävän jonkin vapautteen kohdistuvia rikoksia koskevassa **rikoslain** 25 luvussa mainitun rikoksen tunnusmerkistön, asian selvittäminen kuuluu poliisivi-
ranomaisille.

Ministeri Sinnemäki vakuuttaa, että työ- ja elinkeinoministeriö pyrkii omalta osaltaan sisällyttämään yrittäjille suunnattuihin neuvontapalveluihin aineistoa tietoisuuden lisäämiseksi erityisesti pienyrittäjiin kohdistuvista ongelmallisista markkinoinnin muodoista. Kysymykseen saattaa tulla esimerkiksi yrittäjille suunnatun YritysSuomi.fi-portaalin täydentäminen tätä koskevilla tiedoilla.

Yhteiskunta suojaa kuluttajaa väärinkäytöksiltä runsaalla lainsäädännöllä sekä kuluttajansuojajärjestöillä (kuluttaja-asiamies, kuluttajariitalautakunnat, kuluttajaneuvot). Mikäli reklamaatio ja neuvottelu myyjän kanssa ei tuota toivottua tulosta, kuluttajaneuvoja auttaa kuluttajaa eteenpäin, ja laajempi mielestään vääryyttä kärsinyt kuluttajajoukko voi tehdä ilmoituksen suoraan kuluttajavirastoon. Kuluttajan suojaksi on myös kehitetty kokonainen huijausten vastainen yhteistyöverkosto, johon kuuluvat

- Elintarviketurvallisuusvirasto EVIRA
- Euroopan Kuluttajakeskus
- Finanssialan Keskusliitto
- Finanssivalvonta (Fiva)
- Itella Oyj
- Keskusrikospoliisi
- Kuluttajat-Konsumenterna ry
- Kuluttajavirasto
- Luottokunta
- Lääkelaitos
- Sisäasiainministeriön arpajais- ja asehallintoyksikkö
- Suomen Kuluttajaliitto
- Tietosuojavaltuutetun toimisto
- Viestintävirasto

Luottokunta ja Itella Oyj osallistuvat viranomaisten kanssa huijausten vastaiseen yhteistyöhön, koska niillä on keskeinen rooli sähköisen kaupan maksunvälittäjänä ja tuotteiden kuljettajana. (Kuluttajavirasto 2010).

Suomalaisen yhteistyöverkoston esikuvana on kansainvälinen markkinointia valvovien viranomaisten verkosto ICPEN (International Consumer Protection and Enforcement Network), johon kuuluu yli 30 maata. Verkosto on perustettu vuonna 1992 ja Kuluttajavirasto on osallistunut sen toimintaan alusta saakka. Verkoston kautta virasto on saanut tietoa paitsi huijausten uusimmista virtauksista, myös huijausten torjunnassa käytettävistä toimintatavoista. (Kuluttajavirasto 2010).

Yritykset voivat saada neuvoja tilanteessa esim. yksityisestä Muskrat-palvelusta, Kauppakamarista tai etujärjestöstään, mutta nämä eivät ole valvovia viranomaisia yritysten välisessä markkinoinnissa. Yritysten ainoa mahdollisuus purkaa välisiään sopimuksia tai osoittaa niitä pätemättömiksi on nostaa kanne käräjä- tai markkinaoikeudessa tai jättää asia etujärjestönsä (Suomen Yrittäjät) hoidettavaksi, jolloin voidaan harkita mahdollista ryhmäkannetta.

Korkeimman oikeuden mukaan (mikäli tuotteiden sekaantumisvaaratapauksessa annettua päätöstä KKO 2004:32 voidaan soveltaa SopMenL:n tulkintaan yleisesti ottaen) ei kuitenkaan ole perustetta antaa markkinoinnin käsitteelle erilaista sisältöä sovellettaessa SopMenL:a kuin sovellettaessa kuluttajansuojalakia. SopMenL:n tavoitteena on elinkeinonharjoittajan turvaaminen sopimatonta menettelyä vastaan elinkeinotoiminnassa eikä sen perusteella annettavan kiellon käyttöalaa voida tulkita liian suppeasti.

4 TOIMENPITEET HUIJAUSTEN JA HUIJAUSYRITYSTEN YHTEYDESSÄ

4.1 Oikeustapauksia

4.1.1 Case Yellow Europa/Yellow Register

Huijauslaskut vietiin oikeuteen Suomessa ensimmäistä kertaa vuonna 2005, kun Helsingin käräjäoikeus otti käsittelyyn jutun 27-vuotiasta ruotsalaismiestä vastaan. Hän oli lähettänyt yli 46.000 suomalaisfirmalle Oy Yellow Europa Ltd:n nimissä vajaan 600 euron suuruisen laskun, jonka 826 yritystä oli erehtynyt maksamaan. Moni näistä oli kuvitellut laskun koskeneen puhelinluettelon keltaisia sivuja. Tekijä sai 10 kk ehdollista sadoista petoksista ja hänet tuomittiin maksamaan vahingonkorvauksia. Oikeuden puheenjohtajan mielestä kysymyksessä oli törkeä petos, josta tekijä olisi pitänyt tuomita 1,5 vuoden ehdolliseen rangaistukseen; yhden lautamiehen mielestä syyte taas olisi pitänyt kokonaan hylätä. (MTV3-STT 2005).

Ruotsissa Yellow Register -niminen yritys mainosti ilmaiseksi perustettavia nettisivuja, jotka laskutettiin vuodeksi ennakoon 69 euron kuukausimaksua vastaan. Hakukoneille ko. sivuja ei kuitenkaan ladattu, sivuilla oli useita virheitä ja niiden korjaaminen tapahtui todella hitaasti, ja sivujen siirrosta toiselle palvelimelle olisi pitänyt maksaa erikseen. Yellow Register -palvelun irtisanomisen sanottiin onnistuvan vain kirjatulla kirjeellä, johon asiakas ei saanut minkäänlaista vahvistusta. (Småföretagare mot Yellow Register Online).

Yellow Registerin toimia jatkoi vielä Nictrade-niminen yritys (Nictrade Internet Identity Provider Ab), joka lähetti karhukirjeitä yrityksille. Lukuisista yrityksistä huolimatta karhukirjeiden saajat eivät onnistuneet saamaan yhteyttä karhuajaan, joka ei vastannut myöskään sähköposteihin. (Småföretagare mot Yellow Register Online).

Vertailun vuoksi kerrottakoon, että Ruotsissa pienyrittäjät perustivat yhdistyksen nimeltä ”Småföretagare mot Yellow Register Online”, (www.stoppa-yellow.se), jotta markkinatuomioistuimessa voidaan nostaa ryhmäkanne firmaa vastaan ja pysäyttää yhtiö, jonka toiminta on vahingollista pienyrittäjille ja kuluttaa oikeuslaitoksen resursseja tarpeettomasti.

Yhdistykseen liittyvät osallistuvat taisteluun Yellow Registeriä vastaan (liittyminen onnistuu netissä). Vihjeenä annetaan vielä, että mikäli yrityksen vakuutus kattaa oikeuskuluja, yritys voi saada yhdistyksen toimintaan osallistumiskulunsa takaisin vakuutusyhtiöltä.

Yhdistyksen sivuilta löytyy kahden markkinaoikeusjuristin yhteystiedot alustavaa oikeusneuvontaa varten.

4.1.2 Case Directa

Directa Oy on vuonna 1999 perustettu suomalainen yhteystietoyritys, joka kuuluu Da online Oy -nimiseen yritysrppääseen. Ryppään muut yritykset ovat Virossa toimiva Directa Oü, Suomen Verkkokauppakeskus Oy ja Verkkosivukeskus Oy. Directan palveluihin kuuluvat numeropalvelu, mobiilihakemistot sekä directa.fi-verkkopalvelu, joka toimii internetissä yrityshakemistona, reitti- ja karttapalveluna sekä tarjouspyyntöpalveluna. Yhtiö tuottaa myös mobiili- ja verkkosivustoja.

Directan hakupalvelusta 020300200.com ovat lukemattomat yrittäjät ottaneet yhteyttä Suomen Yrittäjiin ja Muskrat-palveluun, ja yli 1.400 on tehnyt siitä tutkintapyynnön poliisille. Yhtiö markkinoi "palveluaan" puhelinmyynnissä siten, että yritykset maksavat vain 29 senttiä/hakuosuma. Laskutuskausi on yksi vuosi, ja yrityksiä on laskutettu jopa 20.000 "hakuosumasta" vuodessa ilman, että yritys on saanut niiden kautta ainoatakaan yhteydenottoa. Yhtiö katsoo kaikkien suomalaisten parturiliikkeiden saaneen hakuosuman, kun esim. joensuulainen asiakas etsii Directan avulla parturiliikettä kotipaikkakunnaltaan. (Suomen Yrittäjät 2008–2010).

Suomen Yrittäjät avasi jäsenilleen Directa-aiheiset erikoissivut, joilla annetaan toimintaohjeita yrittäjän kokiessa tulleen harhaanjohtetuksi ja halutessa reklamoida saamastaan laskusta ja/tai päättää sopimuksensa Directan kanssa.

Poliisi aloitti elokuussa 2008 esitutinnan Directan toiminnasta, epäilynä törkeä petos ja markkinointirikos. Keskuskauppakamarin liiketapalautakunta tutki asiaa ja totesi marraskuussa 2008 antamassaan lausunnossa, että Directan markkinointi on hyvän liiketavan vastaista.

Vastoin normaalia käytäntöään liiketapalautakunta julkisti lausuntonsa huhtikuussa 2009, koska Directa oli antanut siitä vääriä tietoja julkisuuteen. Seuraavassa suoria lainauksia sen sisällöstä ja kursiivilla otteita myös Directan vastineesta (lausunto julkaistu Keskuskauppakamarin nettisivuilla):

- Liiketapalautakunta katsoo, että Directa on markkinoinnissaan jättänyt ilmaise-matta palvelustaan yritysten kannalta tärkeitä palvelun hinnan määräytymistä koskevia seikkoja, minkä vuoksi yrityksille on voinut muodostua väärä käsitys markkinoitavan palvelun hinnasta. Tällainen markkinointi on harhaanjohtavaa ja siten hyvän liiketavan vastaista.
- Poliisin lausuntopyynnön mukaan Directan edustaja on puhelinmyynnin yhteydessä kertonut, että yritys maksaa yhtiölle vain siitä, kun hakupalvelussa yritystä etsivä saa kontaktin kyseiseen yritykseen. – *Directa on kertonut asiasta toisin.*
- *Directa on vastineessaan kertonut, että hakutuloslistoilla priorisoidaan yhtiön asiakasyrityksiä, jolloin kaikki hakutuloksissa esitetyt asiakasyritykset löytyvät*

useimmiten ensimmäiseltä hakutulossivulta. – Liiketalautakunnan tekemien esimerkkihakujen perusteella tämä ei pidä paikkaansa.

- Poliisin mukaan on tullut ilmi tilanteita, joissa yritys ei ole tilannut palvelua lainkaan, mutta Directa on siitä huolimatta katsonut sopimuksen syntyneen ja lähettänyt yritykselle tilausvahvistuksen, laskun sekä sopimusehdot. – *Directa ei vastineessaan ota kantaa tähän kysymykseen.*
- Poliisin mukaan Directa on lähettänyt yritykselle maksukehotuksia, jos yritys ei ole maksanut sopimukseen perustumatonta laskua. Jos yritys ei tämänkään jälkeen ole maksanut laskua, yhtiö on siirtänyt saatavan perintätoimiston perittäväksi. – *Directa ei vastineessaan ota kantaa tähän kysymykseen.*
- *Yhtiö on vastustanut lausunnon julkistamisluvan myöntämistä perusteettomana ja todennut, että liiketalautakunta kantaa täysimääräisen vastuun siitä vahingosta, joka lausunnon julkaisemisen sallimisesta Directa Oy:lle mahdollisesti aiheutuu.*

Directa kehitti markkinointiaan ja pyysi helmikuussa 2009 liiketalautakuntaa arvioimaan toimintaansa toistamiseen. Liiketalautakunta totesi yhtiön markkinoinnin edelleen hyvän liiketavan vastaiseksi.

On käsittämätöntä, että vielä tämän toisenkin lausunnon jälkeen yhtiö saa jatkaa toimintaansa. Liiketalautakunnan lausunnot eivät velvoita sitä mihinkään, ja oikeudenkäynnin tuloksia saadaan vielä odottaa.

Helsingin käräjäoikeus kielsi 24.2.2009 Suomen Yrittäjiä 500.000 euron sakon uhalla antamasta Directasta totuudenvastaista tietoa. Päätös perustui Suomen Yrittäjien mukaan pelkästään Directan antamiin tietoihin. Väliaikainen päätös purkautui 3.4.2009 ja Helsingin hovioikeus hylkäsi 4.9.2009 Directa Oy:n turvaamistoimihakemuksen Suomen Yrittäjiä vastaan.

Suomen Yrittäjät saattoi Directa Oy:n menettelytavat markkinaoikeuden tutkittavaksi. Toukokuussa 2009 jätetyssä hakemuksessa vaaditaan hyvän liiketavan vastaisen ja sopimattoman menettelyn kieltämistä. Kiellon tehosteeksi vaaditaan uhkasakkoa. Suo-

men Yrittäjät vaatii myös sille tästä asiasta aiheutuneiden vahinkojen ja kustannusten korvaamista Directa Oy:ltä täysimääräisesti.

Directan mukaan on kysymys sarjasta väärinkäsityksiä. Nettihakemisto on lisäksi vain osa yhtiön liiketoimintaa, joka jatkuu koko ajan häiriintymättä. Yhtiö on jättänyt syyttäjälle oman vastineensa jokaiseen sen toiminnasta tehtyyn tutkintapyyntöön. Maaliskuussa 2010 jätetyn vastineen laajuus oli noin 50.000 sivua. Maaliskuun lopussa Directa teki myös keskusrikospoliisille tutkintapyyntöön poliisin toiminnasta esitutkinna sekä kantelun poliisihallitukselle. Sen mukaan Helsingin käräjäoikeus on joulukuuhun 2009 mennessä antanut kuudesti päätöksen velkasuhteeseen perustuvan saatavan lainvoimaisuudesta, mikä on yhtiön mukaan osoitus siitä, että sopimukset ovat päteviä. Suomen Yrittäjien lainsäädäntöasioiden päällikkö Janne Makkula kuitenkin huomautti Kauppalehdessä, ettei käräjäoikeuden yksipuolinen päätös (joka Oikeudenkäymiskaaren 5. luvun 14. §:n mukaan voidaan antaa silloin, kun vastaaja ei ole antanut vaadittua vastausta saamaansa haasteeseen) kerro mitään saatavien oikeellisuudesta, koska itse sopimussuhdetta ei velkomustuomioissa käsitellä.

Directan tutkintapyyntö ei johtanut esitutkintaan. Itä-Uudenmaan syyttäjänvirasto päätti, ettei Helsingin poliisilaitoksen tekemässä Directaa koskevassa esitutkinnassa käytetty puolueelliseksi tiedettyä asiantuntijaa eikä rikottu esitutkinta-aineistoa koskevia salassapitosäännöksiä. Syyttäjä ei myöskään nähnyt syytä epäillä rikosta viiden poliisin toimissa heidän vastatessaan Directaa koskevaan tiedusteluun. (HS/STT 2010).

Markkinointi & Mainonta -julkaisun kolumnisti Mikko Metsämäki taas herätteli blogissaan jo joulukuussa 2009 kysymystä siitä, mitä Directan mahdollinen syyttömäksi toteaminen merkitsisi. Miten Suomen Yrittäjät silloin selittäisi sen, että järjestö on masinoinut jäsenkuntansa taistoon yksityistä kotimaista yritystä vastaan?

Kesällä 2010 julkaistiin tieto, että Directaa ja neljää sen vastuuhenkilöä ja yhtä entistä työntekijää syytetään talousrikoksista, törkeästä petoksesta ja markkinointirikoksesta. Syytteen mukaan tutkintapyyntöön tehneet yrittäjät kokivat saaneensa yhtiön edustajilta väärää tietoa siitä, miten laskutusperusteena käytettävät hakuosumat määritellään. Lisäksi Directa jatkoi laskuttamista, vaikka yrittäjät olivat jo irtisanoneet sopimuksen. Syytteet käsitellään syksyllä 2010 Helsingin käräjäoikeudessa. On sanomattakin selvää, että kyse on urauurtavasta tapauksesta. Kihlakunnansyyttäjä Jaakko Tapala aikoo vaatia yhtiölle **yhteisösakkoa**.

Tapala kanteli heinäkuussa vielä hovioikeuteen Helsingin käräjäoikeuden päätöksestä hylätä rikoksen vanhentumisajan pidentämistä koskeva hakemus. Lain mukaan markkinoitirikos nimittäin vanhenee kahdessa vuodessa, ja käräjäoikeuden ennätyksellisen laaja käsittely on alkamassa vasta syksyllä. Syytteen mukainen törkeä petos vanhenee vasta kymmenessä vuodessa.

Directa on myös ilmoittanut vaativansa kaikkia rikosilmoituksen tehneitä 1.403 pienyrittäjää oikeuteen kuultaviksi. Pelkästään näihin kuulemisiin voi kulua lähes vuosi, arvioi MTV3:n uutistoimitus (MTV3:n uutisarkisto 2010).

4.1.3 Case Intercable Verlag AG ja Premium Recovery AG

Intercable Verlag on vanhimpia huijauslaskutusyrityksiä, jonka juuret johtavat hampurilaiseen 30 vuotta sitten toimineeseen yritykseen. Jotkut Intercablen toimijoista ovat olleet saman “alan” yrittäjiä jo vuosia, mutta koko yrityksen elinaikaa ei kukaan heistä ole toiminut. Mies nimeltä Meinolf Lüdenbach oppi toimintamallin Hampurissa ja siirsi toiminnan Sveitsiin tehden huijausluetteloista maailmanlaajuista teollisuutta. Yrityssryppäeseen kuuluivat myös Maiwolf Holding ja Maiwolf Management, jotka hallinnoivat mm. sellaisia huijausluetteloita kuin Construct Data Verlag, European City Guide ja Novachannel AG, Ovag AG:n ja sittemmin Premium Recovery AG:n toimiessa aggressiivisina, asiakkaita uhkailevina perintätoimistoina. Huomattakoon, että perintätoimistot eivät ole ikinä vieneet yhtään tapausta oikeuteen, vaikka luetteloasiakkaita lähes aina uhattiin oikeustoimilla. Itävaltaan perustettu perintätoimisto Gravis Inkasso on myös lopettanut huijausluetteloihin liittyvän perintätoiminnan. Pahiten toiminnasta ovat kärsineet tšekkiläiset ja slovakialaiset yritykset. Myös monia muita uusien Itä-Euroopan EU-maiden yrityksiä huijattiin maksamaan laskuja, jotka oli helppo ymmärtää väärin sveitsiläisen rahaston tarjoamiksi avustuksiksi uusissa EU-maissa toimiville yrityksille. (StopECG 2009).

Asianajaja Christian Bütikofer paljasti Lüdenbachin jo vuonna 2005, mutta viimein Sveitsin poliisin kesäkuussa 2010 tekemän ratsian jälkeen yhtiöt asetettiin selvitystilaan. Oikeutta käytiin SECO:n (luku 6.2) nostaman joukkokanteen perusteella. Intercable ehti kuitenkin myydä kiistanalaisia sopimuksiaan, ja jotkut uudet yritykset ovat yrittäneet periä laskuja. (StopECG 2009).

4.2 Haastattelututkimusten tuloksia

Kohdan 4.1 oikeustapauksista voi hahmottaa sen, mitä oikeuskeinoja yrityksillä on nykyään käytettävissään huijauksia ja huijausyriksiä vastaan. Helsingin seudun Kauppakamarin teettämässä tuoreessa tutkimuksessa Taloustaantumän vaikutukset yritysten kilpailukykyyn vaikuttavaan rikollisuuteen kartoitetaan sitä todellisuutta, mikä yritysmaailmassa vallitsee – millaisia huijauksia ja huijausyriksiä yrityksiin kohdistuu ja mitä yritykset todellisuudessa tekevät, kun joutuvat niiden kanssa tekemisiin.

4.2.1 Yrityksiin kohdistuvat huijaukset ja huijausyrietykset

Erehdyttäminen maksulliseen ilmoitukseen www-hakemistoissa luetaan Kauppakamarin teettämässä tutkimuksessa kuuluvaksi yrityksen tietoon kohdistuvaan rikollisuuteen, jota ovat myös yrityksen hallitseman tiedon tekniseen turvallisuuteen sekä henkilökunnan käsittelemän tiedon eheyteen, käytettävyyteen ja luottamuksellisuuteen liittyvät rikokset. Niistä yrityksistä, joiden tietoon on kohdistunut rikoksia viimeisen kahden vuoden aikana, yhteensä 32,8 % kertoo, että ne on erehdytetty maksulliseen ilmoitukseen www-hakemistossa. Yrityksien tietoon kohdistuvien rikosten kärkipäässä ovat myös yritysten mobiililaitteisiin kohdistuneet huijausviestit (23,9 %). (Taloustaantumän vaikutukset yritysten kilpailukykyyn vaikuttavaan rikollisuuteen 2010:25).

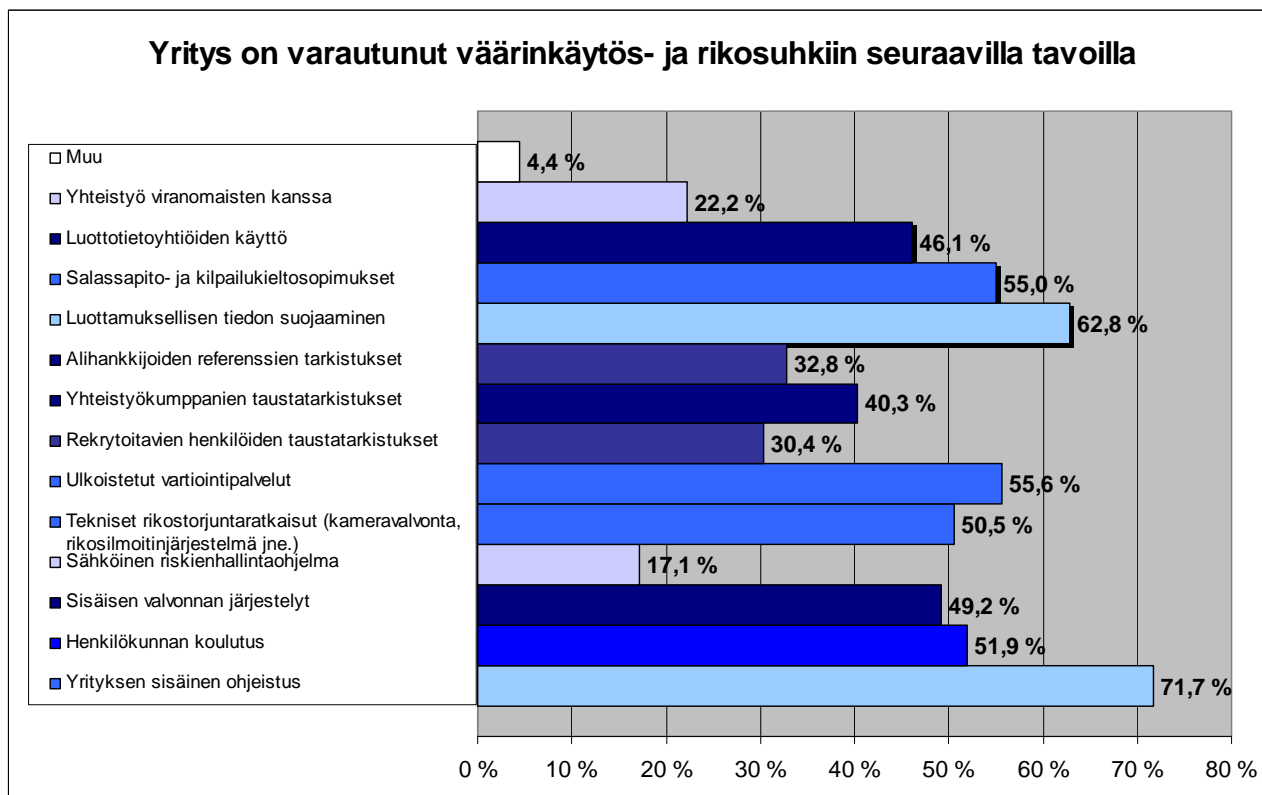
Miltei puolet yrityksistä on sitä mieltä, että yritysten maineeseen, toimintaan tai kilpailukykyyn kohdistuneet väärinkäytökset ovat lisääntyneet taantumän aikana. Jopa neljä kymmenestä yrityksestä kertoo kokeneensa tällaisia rikoksia kahden viime vuoden aikana; yleisimmät tekemuodot ovat huijauslaskutus tai sen yritys (54 %) ja yrityksen maineen tahraaminen (46 %). (Taloustaantumän vaikutukset yritysten kilpailukykyyn vaikuttavaan rikollisuuteen 2010:27). Viranomaiset pitävät yritysten turvallisuuden kannalta suurena uhkana järjestäytynttä rikollisuutta, joka soluttautuu mukaan lailliseen liiketoimintaan ja hyödyntää sen rakenteita talousrikosten tekemiseksi.

Huijauslaskutuksen tai niiden yritysten kohteeksi ovat eniten joutuneet kiinteistö- ja rakennusalan yritykset (peräti 66,7 %), sekä vähittäis- ja tukkukaupan yritykset (60 %). Yrityksiin kohdistuvat huijauslaskut ovat yleistyneet myös Ruotsissa, jossa poliisille ilmoitettujen huijauslaskujen määrä on yli nelinkertaistunut vuodesta 2007 (Taloustaantumän vaikutukset yritysten kilpailukykyyn vaikuttavaan rikollisuuteen 2010:28).

86 % yrityksistä ilmoittaa, että niihin kohdistuneet rikokset ovat tapahtuneet Suomessa, mutta lisäksi miltei kolmasosa (30 %) yrityksistä on joutunut rikosten kohteeksi ulkomailta. (Taloustaantuman vaikutukset yritysten kilpailukykyyn vaikuttavaan rikollisuuteen 2010:29).

4.2.2 Yritysten varautuminen huijausrikoksiin

Yritykset listaavat väärinkäytöksiin varautumiskeinoiksi esimerkiksi vakuutukset, tuttujen yhteistyökumppanien käytön erilaisissa projekteissa, sähköisen tilaajavastuuvelvoitteiden valvontajärjestelmän, rikostentorjuntajärjestelmän, omat vartiointipalvelut ja Kauppakamarin koulutusten hyödyntämisen. Merkityksellisimmiksi tekijöiksi kilpailukykyään vaarantavan rikollisuuden torjunnassa yritykset kokevat itsensä, lainsäätäjän ja poliisin. Rikosten tutkinnassa ja selvittämisessä ne luottavat useimmin omaan asiantuntemukseensa, kuten kuva 1 osoittaa. (Taloustaantuman vaikutukset yritysten kilpailukykyyn vaikuttavaan rikollisuuteen 2010:35).



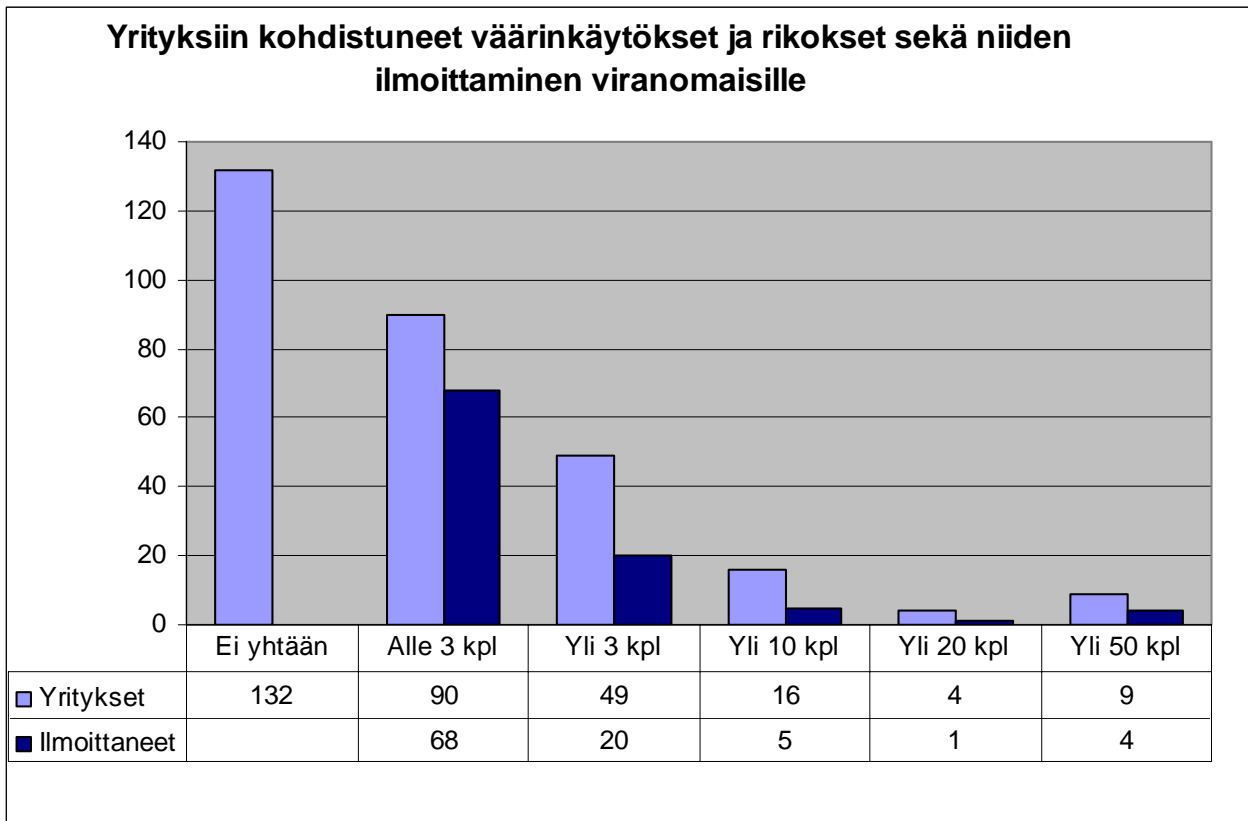
Kuva 1. Yritysten keinot varautua väärinkäytöksiin ja rikosuhkiin. Lähde: Risk Control Services/Kauppakamarin tutkimus Taloustaantuman vaikutukset yritysten kilpailukykyyn vaikuttavaan rikollisuuteen:35.

4.2.3 Yritysten ja viranomaisten välinen yhteistyö

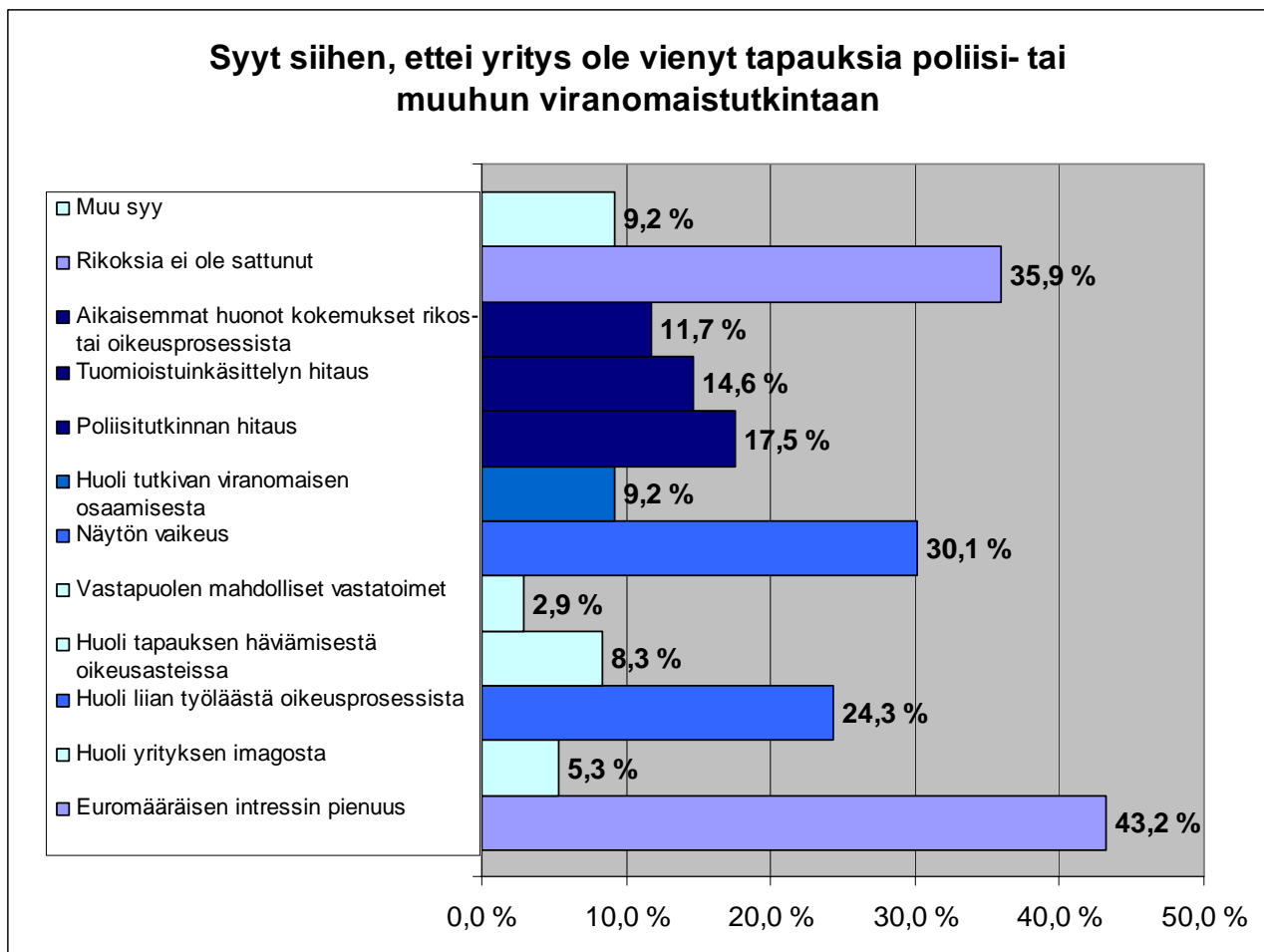
Petosrikoksissa, joissa tekijätaho on usein asianomistajan tiedossa, rikosten selvitysprosentti on noin 80 % (Taloustaantuman vaikutukset yritysten kilpailukykyyn vaikuttavaan rikollisuuteen 2010:36).

Yritysten omaisuuteen kohdistuvaa rikollisuutta on kuitenkin vaikea tilastoida tarkasti poliisin rikosilmoituksiin liittyvän kirjausmenettelyn johdosta. Ennen tuomion julistamista on ratkaistava näytön riittävyys; jokaista asianomaista on kuultava, ja puhelimitse erehdyttäminen olisi todennettava joko nauhoituksella taikka massojen voimalla eli useiden todistajien avulla, kertoo Sami Kalliomaa talousrikospoliisista. Kuvaan tulee tällöin myös prosessiekonomia – mitä poliisin ja oikeuden kannattaa käsitellä ja mihin resursseja kannattaa käyttää, kun laskutushuijauksissa kyse saattaa olla hyvinkin pienistä yksittäissummista.

Osa rikollisuudesta on myös piilorikollisuutta. Rikokset eivät tule ilmi, jos asianomistaja ei havaitse rikoksen edes tapahtuneen. Rikosten tilastointia vaikeuttava tekijä on myös yritysten aktiivisuus ilmoittaa rikoksista viranomaisille. Kun 56 % yrityksistä ilmoittaa, että niihin on kahden viimeisen vuoden aikana kohdistunut rikoksia, 66,1 % sanoo, ettei ole samana ajanjaksona tehnyt yhtään rikosilmoitusta (Taloustaantuman vaikutukset yritysten kilpailukykyyn vaikuttavaan rikollisuuteen 2010:38). Tyypillisimmät syyt ilmoittamatta jättämiseen ovat rikosten euromääräisen intressin pienuus (43,2 %) – huijauslaskuja syytäväälle yritykselle summan pienuus kasvattaa varmuutta saada suoritus – ja käsitys näytön vaikeudesta (30,1 %) – puhelinkeskustelujen sisällön todistamisvaikeus. Tutkivan viranomaisen osaaminen ei tunnu mietityttävän kuin alle kymmenesosaa (9,2 %) yrityksistä, mutta viranomaistutkinnan ja tuomioistuinkäsittelyn hitaus oli merkityksellisempi, kuten myös aiemmat huonot kokemukset rikos- ja oikeusprosesseista. Muita syitä ovat mm. se, että asia on hoidettu lakimiesten kanssa ja/tai olemalla yhteydessä toiseen osapuoleen, asia sovittu ja korvaus saatu, erehdytyslaskuissa on suuri joukko osapuolia tai rahoja ei ole saatu takaisin ulosotto toimista huolimatta (Taloustaantuman vaikutukset yritysten kilpailukykyyn vaikuttavaan rikollisuuteen 2010:39), kuvat 2 ja 3.



Kuva 2. Yrityksiin kohdistuneet väärinkäytökset ja rikokset sekä niiden ilmoittaminen viranomaisille. Lähde: Risk Control Services, Kauppakamarin tutkimus Taloustaantumän vaikutukset yritysten kilpailukykyyn vaikuttavaan rikollisuuteen:38.



Kuva 3. Syyt siihen, ettei yritys ole vienyt tapauksia poliisi- tai muuhun viranomaistutkintaan. Lähde: Risk Control Services/Kauppakamarin tutkimus Taloustaantumien vaikutukset yritysten kilpailukykyyn vaikuttavaan rikollisuuteen:39.

4.2.4 Voiko posti puuttua huijaripostituksiin?

Helsingin poliisin (Ari Juuti 2005) mukaan suomalaiset valelaskuttajat postittavat laskujaan tarkoitusta varten perustetun yhtiön kautta. Yhtiöllä on ollut jonkinlaiset nettisivut, joiden toimivuus on ollut ala-arvoista tai olematonta. Yleensä on kaupiteltu yhteystietoja julkaistaviksi netissä tai painetussa muodossa, taikka alan verkkojulkaisuja. Kyseisellä tavalla on markkinoitu myös energian hintavertailutietoja (Etu Energia) ja www-sivujen domain-päätteitä. Markkinoitu ja laskutettu palvelu voi olla mikä tahansa, tarkoituksena on vain erehdyttää kohdeyritys maksamaan lasku. Kaupiteltu palvelu ei ole ollut suhteessa tuotteen laatuun ja toimivuuteen, mikäli se ylipäätään on ollut olemassa.

Harhautusmuotona on käytetty jo olemassa olevien tunnettujen yritysten lähellä olevia nimiä, ja lähetetyt tilisiirtolomakkeet/tarjouskirjeet ovat olleet erehdyttäviä, laskun

muotoon laadittuja. Laskuja on lähetetty myös Virosta, vaikka asialla ovat mitä ilmeisimmin olleet samat henkilöt kuin Suomesta lähetetyissä laskuissa.

Suomen Posti Oyj:n turvallisuusjohtaja Reijo Kähäri (2005) vastaa kysymykseen Postin kuljetusvelvollisuudesta, että postipalvelulain ja viranomaisten vahvistamien toimintusehtojen mukaan posti on pääsääntöisesti kuljetettava, kun postimaksut on hoidettu ja lähetys asiallisesti luovutettu Postin kuljetettavaksi. Postilla ei ole oikeutta ryhtyä toimenpiteisiin esim. lähetyksiin liittyvien rikosepäilyjen perusteella, toimivalta on poliisilla. Poliisilla on rikosjuttujen tutkinnan yhteydessä oikeus takavarikoida postilähetyksiä ja antaa ns. pysäyttämismääräyksiä, joista on säädetty pakkokeinolaissa. Esim. esitutkintalain nojalla poliisi voi pysäyttää yrityksen postinkulun, mutta korkeintaan kuukaudeksi kerrallaan.

Tietyissä tilanteissa Postin on kuitenkin arvioitava lähettäjien maksukykyä (suuret postittajat) ja oman luottoriskinsä hallitsemiseksi edellytettävä joiltakin asiakkailta käteismaksua tai turvaavaa vakuutta maksamattomille postimaksuille. Ilmeisesti ei kuitenkaan voida mennä siihen, että jokaiselta massapostittajalta vaadittaisiin maksukyvyn todistamista etukäteen – eikä maksukyky tietenkään ole todiste aikeiden vilpittömyydestä.

4.2.5 Pankkien mahdollisuudet vaikuttaa huijarien toimintaan

Pankit voivat joskus irtisanoa laskuttajan tilin ja päättää asiakassuhteen. Tällöin on yleensä vireillä esitutkinta. Lisäksi poliisi voi tietyissä tilanteissa pyytää sulkemaan tilin, jotta voi takavarikoida tilivarat. Kun on kyse yritysasiakkaista, pankki voi vapaasti valita asiakkaansa, eikä mikään säännös velvoita pankkia avaamaan tiliä yritykselle, sanoo Suomen Pankkiyhdistyksen lakimies S. Wuolijoki (2005).

Mielivaltaa asiakkaiden valinnassa ei kuitenkaan voi pitää asiakasystävällisenä toimintana, mikäli mitään näyttöä asiakkaan vilpillisyydestä ei ole.

4.3 Kauppakamarit ja niiden mahdollisuudet vaikuttaa rikolliseen toimintaan

Suomen Keskuskauppakamarissa toimii mainonnan alan itsesääntelytoimielin Mainonnan eettinen neuvosto, jonka toiminnasta vastaavat Keskuskauppakamari ja Mainonnan neuvottelukunta. Mainonnan neuvottelukuntaan kuuluvat seuraavat liitot: Ai-

kakauslehtien Liitto, Mainostajien Liitto, Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto, Sanomalehtien Liitto, Suomen Televisioiden Liitto STL, Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto ry, Radiomedia ry, Suomen Ulkomainosliitto ja IAB Finland ry. Neuvoston sihteeristö toimii Keskuskauppakamarissa. Mainonnan eettinen neuvosto antaa lausuntoja ja ennakkolausuntoja tavoitteenaan edistää hyvän tavan mukaista mainontaa. Lausuntoa voivat pyytää kuluttajat, elinkeinonharjoittajat sekä mainontaan liittyviä kysymyksiä käsittelevät järjestöt ja viranomaiset. Kuluttajille lausunto on maksuton. Yrityksille palvelu on maksullinen. Lausunnot perustuvat mm. Kansainvälisen kauppakamarin markkinointisääntöihin (ICC International Code of Advertising Practice) ja mainonnan eettisen neuvoston hyvää markkinointitapaa koskeviin periaatteisiin. Neuvosto ei anna lausuntoja siitä, onko mainonta lain vastaista, eikä kauppakamari ole valvova viranomainen yritysten välisessä markkinoinnissa. (Keskuskauppakamari 2010).

Mainonnan eettinen neuvosto soveltaa Kansainvälisen kauppakamarin markkinointisääntöjä ja laatimiaan hyvää markkinointitapaa koskevia periaatteita. Suurin osa Mainonnan eettisen neuvoston antamista lausunnoista on ollut vapauttavia, vain noin 10–15 prosenttia mainoksista on saanut huomautuksen neuvostolta (Paloranta 2008: 266).

Asia voidaan viedä myös Keskuskauppakamarin liiketapalautakunnan ratkaistavaksi. Lautakunta antaa lausuntoja siitä, onko jotakin elinkeinotoiminnassa suoritettua toimenpidettä pidettävä hyvän liiketavan vastaisena. Liiketapalautakunta ei ole tuomioistuin, eikä sen ratkaisuja voida panna täytäntöön tuomioiden lailla. Käytännössä yritykset kuitenkin noudattavat liiketapalautakunnan ratkaisuja melko paljon, jolloin markkinoija saattaa päästä tavoitteeseensa ilman varsinaista tuomioistuinmenettelyä. Olisiko liiketapalautakunnan ratkaisulle mahdollista antaa suomalaisessa järjestelmässä enemmän painoarvoa kuin pelkkä suositus?

Edut tuomioistuinkäsittelyyn verrattuna ovat nopeus ja luottamuksellisuus. Keskimääräinen käsittelyaika on tällä hetkellä vain noin kolme kuukautta. Riita-asia käsitellään lautakunnassa kirjallisesti, eikä lautakunnassa kuulla henkilötodistajia. Lautakunnan lausunto voidaan poikkeustapauksessa julkistaa, jos liiketapalautakunnan ratkaisua ei ole noudatettu, julkistamiselle on erityisiä syitä tai jos lupaa pyydetään oikeudenkäyntiä varten. Lautakunta ottaa kantaa myös siihen, loukkaako yrityksen menettely Kansainvälisen kauppakamarin markkinoinnin kansainvälisiä perussääntöjä. Lausuntoa hakeva maksaa 1.500 euron hakemusmaksun, ja myönteisen lausunnon saanut julkis-

tamislupaa hakeva maksaa 450 euron lisämaksun. (Koivumäki–Häkkänen 2010:226–227).

5 YRITTÄJIEN VÄLISIIN SUHTEISIIN LIITTYVÄ JURIDIikka

Seuraavassa Suomen Yrittäjien juristin kannanottojen sekä juridisen kirjallisuuden pohjalta pohdintaa ministeri Sinnemäen vastineessaan mainitsemista laskutuspetoksiin liittyvistä lainkohdista sekä sopimusten solmimiseen ja raukeamiseen liittyvistä lainkohdista.

5.1 Laki elinkeinonharjoittajien välisten sopimusehtojen sääntelystä

1 §: Elinkeinoharjoittajien välisissä sopimuksissa ei saa käyttää ehtoa, joka on sopimuksissa toisena osapuolena olevien elinkeinonharjoittajien kannalta kohtuuton ottamatta huomioon toisena osapuolena olevien elinkeinonharjoittajien heikommasta asemasta johtuva suojan tarve ja muut asiaan vaikuttavat seikat. Elinkeinoharjoittajaa voidaan kieltää jatkamasta tällaisen ehdon käyttämistä tai uudistamasta sellaisen tai siihen rinnastettavan ehdon käyttämistä. Kieltoa on tehostettava uhkasakolla, jollei se erityisestä syystä ole tarpeetonta. Kiellon määrää markkinaoikeus, ja se voidaan määrätä myös väliaikaisena.

Lakiin on sisällytetty harkinnanvarainen käsite kohtuuton. Riittääkö kohtuuttoman määrittelemiseksi yrittäjältä tuhlaantunut aika, hänen huolensa yrityksen maineen menettämisestä sekä aiheettomista laskuista aiheutuneet (mahdollisesti verrattain vähäiset) kustannukset?

Elinkeinoharjoittajien välisissä suhteissa kieltoimenettelyn vireillepano on yksityisten asianosaisten yritysten aloitteen varassa. Kieltojärjestelmä ei kuitenkaan aina ole tarkoituksenmukaisin tai riittävä keino puuttua selvästi lainvastaiseen markkinointiin. Markkinoija saattaa joskus laskea saavansa lyhytkestoisesta mainoskampanjasta niin suuren taloudellisen hyödyn, ettei myöhemmin asetettava uhkasakolla tehostettu kielto ole riittävä syy kampanjasta pidättäytymiseen. Mm. näiden syiden vuoksi kieltojärjestelmää on tehostettu rikoslain 30. luvun 1. §:stä ilmenevällä rangaistussäännöksellä:

Joka tavaroiden, palveluksien, kiinteistöjen, yksityisen osakeyhtiön arvopapereiden tai muiden hyödykkeiden ammattimaisessa markkinoinnissa antaa markki-

*noinnin kohderyhmän kannalta merkityksellisiä totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja, on tuomittava **markkinointirikoksesta** sakkoon tai vankeuteen enintään yhdeksi vuodeksi.*

Elinkeinonharjoittajan lisäksi markkinointirikokseen voi syyllistyä markkinointia koskevia päätöksiä tekevä työntekijä, elinkeinonharjoittajan puolesta erillisestä toimeksiannosta toimiva ulkopuolinen henkilö tai oikeushenkilö. Jotta teko olisi rangaistava, kysymyksessä tulee olla ammattimainen hyödykkeen markkinointi. (Paloranta 2008: 183).

Kauppakamarin mielestä luettelomarkkinointiongelmia helpottaisi, jos viranomaiset voisivat puuttua epäasialliseen markkinointiin nykyistä nopeammin ja joustavammin, esimerkiksi siten, että yrityksiin kohdistuvaa markkinointia valvottaisiin reaaliaikaisesti ja markkinaoikeus saisi epäasiallisiin markkinointitapoihin nopeasti kiellon päälle.

Jos sopimuksen ja samalla sopimuksen osapuolten tai toisen osapuolen tarkoitus poikkeaa sopimuksen sanamuodosta, tämä pitäisi pystyä osoittamaan tuomioistuimessa. Käytännössä näytön esittäminen voi olla vaikeaa. Sopimuksia voidaan kuitenkin muuttaa tuomioistuimen päätöksellä sovittelemalla. Kohtuuttomilta tuntuvien sopimusten sovittelu oikeudessa onkin lisääntynyt (Hannula–Kari 2004:150).

Sopimusvapautta pidetään nykymallisen liiketoiminnan eilinehtona (Saarnilehto 1995:140). Sopimusvapaus korostaa sitä, että yrityksillä on periaatteessa ensisijainen tarve saada tuotettaan myydyksi, ja toisaalta ostaja tarvitsee tuotetta. Yhteinen intressi on epäilemättä sopimus, johon pääseminen hankaloituisi melkoisesti, jos yritysten välisissä liiketoimissa toteutettaisiin ns. heikomman suoja. Mikäli riittävää sopimusvapautta ei liike-elämälle voida taata, on liike-elämässä aina kyetty luomaan keinot halutun vaihdannan mahdollistamiseksi.

Yrityksellä saattaa olla tarve ”heittäytyä” heikoksi silloin, kun liiketaloudellisesta heikkoudesta voi olla hyötyä (Saarnilehto 1995:141). Jos liikevaihdoltaan pienemmän yrityksen katsottaisiin jollakin tavalla olevan heikomman suojan tarpeessa, voidaan esittää kysymys, miksi suuryhtiöt eivät aina esiintyisi pienempien tytäryhtiöidensä tai bulvaaniyhtiöiden nimellä. Näinhän tapahtuu esimerkiksi riskejä välteltäessä tai suuryhtiön nimen turvaamistarkoituksessa.

Saarnilehto kyseenalaistaakin sen, että liiketoimissa tarvittaisiin heikomman suojaa. Valtaa voi käyttää se, jolla sitä on, perustuipa se sitten määräävään asemaan yhtiön johdossa tai yhtiön ulkopuoliseen velkojan asemaan. Yksittäisen liike- tai oikeustoimen perusteella ei Saarnilehdon mukaan voida tehdä yleistystä, että liiketoimesta voittoa saanut yritys on sopimussuhteessa vahvempi ja vähemmän voittoa saanut heikomman suojan tarpeessa. Liiketoiminta mahdollistaa erilaisten kulissisopimusten, tytäryhtiöiden, bulvaaniyhtiöiden ja erityisten sopimusjärjestelyjen avulla mitä erilaisimpia tapoja peittää yrityksen heikkous tai vahvuus ja minimoida liiketoimintaan liittyvät riskit. Heikomman suojan sijasta yritystoiminnassa vallitsee yleinen lojaliteettivelvollisuus, jossa korostuu yhteisen intressin eli kyseisen liiketoimen aikaansaaminen.

Heikomman suojan ”kieltäminen” yrityssuhteissa ei kuitenkaan Saarnilehdonkaan mukaan tarkoita sitä, että rikoksen tai oikeudenvastaisen toiminnan uhriksi joutuneen yrityksen oikeuksia rajoitettaisiin. Rikoksella aiheutettu haitta muuttaa loukatun osapuolen asemaan ”heikommaksi”, ja tällaisen heikomman osapuolen tulee saada oikeussuojaa.

Oikeuskäytännössä onkin muotoutunut epäselvyyssääntö (Saarnilehto 1995:10) *in dubio contra stipulatorem* eli ”epäselvää sopimuskohtaa tulkitaan laatijansa vahingoksi”. Epäselvyyssäännön tarkoituksena on katsottu olevan heikomman osapuolen suojaaminen, ja suoja saavan heikkomuus on tilannekohtaista. Sääntöä on perusteltu myös sillä, että laatija on tahallaan voinut kirjoittaa tekstin eri tulkintoja mahdollistavaksi ja valita itselleen kulloinkin edullisimmaksi osoittautuvan tulkinnan. Lisätulkintana on esitetty, että epäselvää ehtoa olisi tulkittava sen vahingoksi, jolla on ollut paremmat mahdollisuudet vaikuttaa oikeustoimen sisältöön.

Epäselvyyssääntöä on kritisoitu siitä, että sen taustalla on käsitys toisen osapuolen kaupan ehtoja koskevasta selonotosta – vakioehdothan jäävät Hemmon (2003: 639) mukaan tunnetusti usein lukematta, eikä noudatettavilla tulkintasäännöillä erimielisyystilanteessa voi olla osapuolen sopimussisältöä koskevia tosiasiallisia odotuksia suojaavaa vaikutusta.

Käytännössä luettelomyyntihuijarit kuitenkin ovat useassa tapauksessa vedonneet vakioehtoihin, joilla sopimuksen katsotaan syntyneen. Niiden hyvinkin monimutkainen ja erikoinen muotoilu on ollut usein tulkinnanvaraista, samoin kuin ylipäättään sopimuksen syntyminen väitetyssä puhelinkeskustelussa tai kirjeenvaihdossa.

5.2 Sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annettu laki

Laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa sääntelee elinkeinonharjoittajien keskinäisiä suhteita. Lain tarkoituksena on suojata elinkeinonharjoittajan oikeutta harjoittaa toimintaansa ja kilpailla rehellisin keinoin. (Paloranta 2008: 138).

Lain 1.–2. §:n mukaan elinkeinotoiminnassa ei saa käyttää *hyvän liiketavan vastaista* tai muutoin toisen elinkeinonharjoittajan kannalta *sopimatonta* menettelyä. Markkinoinnista on käytävä selkeästi ilmi sen kaupallinen tarkoitus sekä se, kenen lukuun markkinointi toteutetaan. Jo määrittely tekee monista laskun muotoon naamioiduista tarjouskirjeistä laittomia.

SopMenL:n esitöiden mukaan hyvä liiketapa tarkoittaa tunnollisen ja rehellisen elinkeinonharjoittajan noudattamaa, kilpailijoiden ja asiakkaiden hyväksymää menettelyä taloudellisessa toiminnassa. Käsitteen sisältö muuttuu muun yhteiskuntakehityksen mukana. Hyvän liiketavan sisällön tulkinnassa voidaan saada johdatusta eri elinkeinoaloilla hyväksytyistä säännöistä. Hyvältä liiketavalta voidaan edellyttää, ettei toiminta ole lain säännösten vastaista. Sen sisältö määräytyy oikeuskäytännössä pääasiansa markkinaoikeuden ja liiketapalautakunnan ratkaisukäytännössä. Tulkinta-apua saadaan myös ICC:n markkinoinnin perussäännöistä ja periaatteista. Sopimattomuusarviointi on kuitenkin aina tapauskohtaista. Yleislausekkeen soveltaminen ei edellytä konkreettisen vahingon syntymistä, vaan jo vahingon vaaran syntyminen riittää; teko ei myöskään edellytä tahallisuutta. Vaatimus voidaan tutkia markkinaoikeudessa, vaikka asianosaiset eivät olisi toistensa kilpailijoita (MAO 48/08). (Paloranta 2008: 140).

Kuluttajille suunnatussa markkinoinnissa elinkeinonharjoittajalla on yleinen velvollisuus antaa markkinoinnissaan kuluttajalle riittävät ja oikeat tiedot kuluttajan kannalta tärkeistä asioista. Elinkeinonharjoittajien välisiä suhteita varten ei ole säädetty vastavaa informointivelvollisuutta. (Paloranta 2008: 142). Vain harhaanjohtavien tietojen antaminen on kielletty.

Koska SopMenL:n ja kuluttajansuojalain soveltaminen saattavat mennä osittain päällekkäin, markkinaoikeudessa SopMenL:n nojalla vireille tulleesta asiasta on ilmoitettava kuluttaja-asiamiehelle. Kuluttajansuojaviranomaisilla ei kuitenkaan ole oikeutta puuttua markkinointiin, ellei sitä katsota myös kuluttajien kannalta sopimattomaksi.

Juuri tähän varsinkin pienyrittäjät toivovat muutosta. Olisiko mahdollista, että myös yrittäjien väliset harhaanjohtavat laskut kuuluisivat kuluttajansuojan piiriin, (vrt. KKO 2004:32) tai että kuluttajansuojavirastossa toimisi erillinen osasto yrittäjien välisten kuluttajansuojaan rinnastettavien (taloudelliselta merkitykseltään kenties verrattain vähäisten) asioiden selvittämiseksi? Yrittäjille kun on huijarien toiminnasta myös monenlaista muuta kuin pelkästään taloudellista haittaa.

Jotta SopMenL:iin perustuva sopimattoman menettelyn tai kohtuuttomien sopimusehtojen kielto- tai sovitteluvaatimus voitaisiin tutkia ja ratkaista markkinaoikeudessa, hakijan tulee olla se elinkeinonharjoittaja, johon menettely kohdistuu tai jonka toimintaa se saattaa vahingoittaa, tai elinkeinonharjoittajien etujen valvomiseksi perustettu rekisteröity yhdistys. Vastaajan tulee olla elinkeinonharjoittaja. (Paloranta 2008: 139, 254).

Markkinaoikeus voi antaa kiellon väliaikaisena siihen saakka, kunnes asia on lopullisesti ratkaistu. Väliaikaisesta kiellosta päätettäessä markkinaoikeus harkitsee summariesesti, aiheutuuko väliaikaisesta kiellosta vahinkoa vastaajayhtiölle ja missä määrin väliaikainen kielto rajoittaisi yrityksen toimintavapautta.

Hakijan vaatimuksesta tuomioistuin voi velvoittaa elinkeinonharjoittajan ryhtymään sopiviin oikaisutoimiin, jos ne katsotaan tarpeellisiksi markkinoinnista aiheutuvien ilmeisten haittojen vuoksi. Käytännössä oikaisutoimiin veloitetaan harvoin.

Kiellon ja oikaisutoimenpiteiden noudattamisen tehostamiseksi markkinaoikeus asettaa uhkasakon, jollei se erityisestä syystä ole tarpeetonta. Sakkojen määrä on viime vuosina ollut yleisimmin 20.000–170.000 euroa. Jos markkinaoikeuden asettamaa kielloa on rikottu, se voi määrätä aikaisemmin asettamansa uhkasakon täytäntöön pantavaksi. (Paloranta 2008: 256).

5.3 Sähköisen viestinnän tietosuojalaki

Sähköisen viestinnän tietosuojalain 28. §:n mukaan viesti on voitava vastaanottaessa selvästi ja yksiselitteisesti tunnistaa markkinoinniksi, mikä vastaa tarkoitukseltaan kuluttajansuojalain yleisvaatimusta markkinoinnin tunnistettavuudesta. Markkinoijan on syytä kiinnittää huomiota siihen, että business to business -suoramarkkinointiviestin sisällöstä selviää ensi silmäyksellä ja lukemisella sen luonne yritykselle tai yrityksen

edustajalle suunnattuna kaupallisena viestinä. Suoramarkkinointiviestin lähettäminen kielletty sisällyttämättä siihen voimassa olevaa osoitetta, johon vastaanottaja voi lähettää pyynnön kyseisen viestinnän lopettamisesta. Myös osoitelähde on mainittava ja kiello-oikeudesta on annettava informaatiota. Kieltoja vastaanottavasta puhelinnumeerosta ei voi periä erillistä maksua. (Koivumäki–Häkkänen 2010:129–130).

Jos tilisiirtolomaketta käytetään tarjouksen yhteydessä, mainoksesta on käytävä selkeästi ilmi, että kysymyksessä on tarjous ja siihen liittyvä maksumahdollisuus. Mainoksen nopean silmäilyn tulee riittää siihen, että asiakas huomaa, että kyseessä on tarjous. Lasku, siihen liittyvä muistutus tai perintäkiri tulee lähettää vain silloin, jos vastaanottaja on aikaisemmalla toiminnallaan sitoutunut maksuvelvollisuuteen. LTL 865/2004, Markkinoinnin harhaanjohtavuus: Vastaaja oli markkinoinut Internetissä toimivaa yrityshakemistopalvelua kirjeellä, jossa oli esitetyt tilisiirtolomake ja esite tarjottavasta palvelusta. Liiketalousministeriö katsoi, ettei tilisiirtolomakkeella oleva mainos ole selkeästi tunnistettavissa mainokseksi. Vastaajan katsottiin menettäneen mainonnan kansainvälisten perussääntöjen 12 artiklan ja siten myös hyvän liiketavan vastaisesti. (Paloranta 2008: 145).

5.4 Eräiden markkinaoikeudellisten asioiden käsittelystä annettu laki

3 §: Markkinaoikeudessa tulee vireille... sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain nojalla käsiteltävä asia sen elinkeinonharjoittajan hakemuksella, johon mainitun lain 1.–3. §:ssä tarkoitettu menettely kohdistuu tai jonka toimintaa se saattaa vahingoittaa taikka jonka liikesalaisuuksia, teknisiä esikuvia tai teknisiä ohjeita toinen elinkeinonharjoittaja on vastoin lain 4. §:ää käyttänyt tai ilmaissut, taikka elinkeinonharjoittajien etujen valvomiseksi toimivan rekisteröidyn yhdistyksen hakemuksella; ... sekä... elinkeinonharjoittajien välisten sopimusehtojen sääntelystä annetun lain nojalla käsiteltävä asia elinkeinonharjoittajien etujen valvomiseksi toimivan rekisteröidyn yhdistyksen hakemuksella tai sen elinkeinonharjoittajan hakemuksella, johon sopimusehdon käyttö kohdistuu.

Business to business -markkinoinnissa ei ole samanlaista markkinoinnin kohderyhmän näkökulmasta asiaa valvovaa yleistä valvontaviranomaista kuin kuluttajamarkkinoinnissa Kuluttajavirasto. Tärkeimmät valvojat business to business -puolella ovat Koivumäen ja Häkkäsen (2010:221) mukaan markkinoijan kilpailijat. He voivat reagoida toistensa markkinointiin yritysten välisiä riitautuskeinoja käyttäen seuraavasti:

- yhteydenotto kilpailijaan ja havaitun epäkohdan ja omien vaatimusten esittäminen. Hyvän asianajotavan mukaan asianajaja ei saa ilman erityistä syytä ryhtyä oikeudellisiin toimenpiteisiin ilmoittamatta vastapuolelle asiakkaansa vaatimuksia ja varaamatta vastapuolelle kohtuullista harkinta-aikaa sekä tilaisuutta asian sovinnolliseen selvittämiseen.
- markkinointia koskevia elinkeinonharjoittajien välisiä riitoja käsitellään markkinaoikeudessa sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain perusteella. Maaliskuusta 2002 alkaen on ollut mahdollista valittaa markkinaoikeuden markkinoijien kieltohakemuksista antamista päätöksistä korkeimpaan oikeuteen.

Eräiden markkinaoikeudellisten asioiden käsittelystä annetun lain 21. §:n mukaan muutosta voi hakea, jos korkein oikeus myöntää valitusluvan oikeudenkäymiskaaren säännösten mukaisesti. (Koivumäki–Häkkänen 2010:220–222).

Kuten SopMenL:ia, myös lakia eräiden markkinaoikeudellisten asioiden käsittelystä voisi täydentää säännöksellä huijausrytyksestä, jolloin sopimuksen ei voida katsoa syntyneen myyjän esittämällä tavalla. Säännöksen perusteella sopimus pitäisi voida mitätöidä nopeammin kuin oikeusjärjestelmän rattaat pyörähtävät.

5.5 Rikoslaki

25. luvun 7. §:n mukainen laitton uhkaus: *Joka nostaa aseensa toista vastaan tai muulla tavoin uhkaa toista rikoksella sellaisissa olosuhteissa, että uhatulla on perusteltu syy omasta tai toisen puolesta pelätä henkilökohtaisen turvallisuuden tai omaisuuden olevan vakavassa vaarassa, on tuomittava, jollei teosta muualla laissa säädetä ankarampaa rangaistusta, laittomasta uhkauksesta sakkoon tai vankeuteen enintään kahdeksi vuodeksi.* 8. §, pakottaminen: *Joka oikeudettomasti väkivallalla tai uhkauksella pakottaa toisen tekemään, sietämään tai tekemättä jättämään jotakin, on tuomittava, jollei teosta muualla laissa säädetä ankarampaa rangaistusta, pakottamisesta sakkoon tai vankeuteen enintään kahdeksi vuodeksi.*

Vaikka ministeri Sinnemäki mainitseekin laittoman uhkauksen ja painostuksen vastineessaan, tuntuvat 7. ja 8. § hieman raskailta laskutushuijauksen yhteydessä, vaikka huijaus saattaa olla iso asia pienelle firmalle. Rikoslakia tulkitaan kuitenkin aina sup-

peasti, joten perintä- ja oikeustoimilla tai yrityksen maineen mustaamisella uhkaaminen ei välttämättä täytä rikoslain tämän kohdan tunnusmerkistöä.

Yleisissä tuomioistuimissa eli käräjä-, hovi- ja korkeimmassa oikeudessa käsitellään lähinnä kilpailijoiden toisilleen esittämiä vahingonkorvausvaatimuksia. Lisäksi yleisissä tuomioistuimissa käsitellään rikosasioita eli rikoslaissa rangaistavaksi säädettyjä tekoja. Rikoslain 30. luku käsittelee elinkeinorikoksia, ja sen 1. § markkinointirikoksia yleisesti:

”Joka tavaroiden, palveluksien, kiinteistöjen, yksityisen osakeyhtiön arvopapereiden tai muiden hyödykkeiden ammattimaisessa markkinoinnissa antaa markkinoinnin kohderyhmän kannalta merkityksellisiä totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja, on tuomittava markkinointirikoksesta sakkoon tai vankeuteen enintään yhdeksi vuodeksi”.

Käytännössä on erittäin harvinaista, että markkinoijaa kohtaan nostetaan syyte markkinointirikoksesta. Suomessa ei ole paljon oikeuskäytäntöä asiasta. (Koivumäki–Häkkänen 2010:227).

5.6 Sopimusjuridiikka; laki varallisuus oikeudellisista oikeustoimista

5.6.1 Sopimuksen synty

Yksityisten kansalaisten ja yritysten harjoittama vaihdanta perustuu sopimukseen. Sopimuksen syntymiseen tarvitaan aina vähintään kaksi oikeustoimikelpoista henkilöä, jotka ovat päässeet yksimielisyyteen sopimukseen sitoutumisesta ja sitoutumisen ehtoista. Sopimuksen syntyminen ei pääsääntöisesti edellytä kirjallista sopimusasiakirjaa, vaan suullisesti tehty sitoumus on aivan yhtä pätevä. Sopimusten syntyvät ja niiden perustamat oikeudet ja velvollisuudet ovat moninaiset, mutta tavallisimmin niillä toteutetaan erilaista taloudellista toimintaa.

Sopimuksella voidaan poiketa kaikesta muusta paitsi pakottavasta lainsäädännöstä (Hannula–Kari 2004:153). Tällaisia ovat perustuslain tasoiset ja esim. kuluttajan suojaksi annetut säädökset. Sopimuksella voidaan ohittaa esimerkiksi yleislakina toimiva kauppalaki, jota pidetään usein myyjän kannalta liian ankarana ja ostajaa suosivana. Sopimuksen tekemistä ja syntyä sääntelee oikeustoimilaki eli laki varallisuus oikeudel-

lisistä oikeustoimista. Kansainvälisessä kaupassa voidaan soveltaa Wienin kansainvälistä kauppaa koskevaa yleissopimusta (kansainvälistä kauppalakia), joka tuli voimaan Suomen osalta 1.1.1989 (Hannula–Kari 2004:152).

Sopimuksen perusteella sopimusosapuolille syntyy velvollisuus suorittaa se, mihin sopimuksessa on sitouduttu. Yleisesti voidaan sanoa, että sopimus sitoo osapuolia ja se on tarkoitettu pysymään voimassa sovitun ajan, sovitulla tavalla. Myyjän puolella tämä yleisesti tarkoittaa oikean tuotteen tai palvelun toimittamista oikeaan aikaan, ostajan velvollisuutena taas on kauppahinnan maksaminen sekä myötävaikuttaminen myyjän velvoitteiden täyttämiseen. Jos osapuolen suoritus ei vastaa sovittua tai tapahtuu väärään aikaan, on kyseessä tällöin usein sopimusrikkomus, jonka seuraukset voivat joko perustua sopimukseen tai johtua suoraan laista. Seuraamukset voivat olla myös osittain päällekkäisiä.

Liikesopimuksissa sopijapuolina on kaksi elinkeinonharjoittajaa, jotka oletusarvoisesti ovat tasavahvat. Liikesopimuksia tehtäessä käytetään usein jommankumman sopijapuolen sopimusmallia tai yleisiä sopimusehtoja. Lisäksi sopimusten sisällöstä käydään yleensä neuvotteluja, joissa ehdot ja sisältö täsmentyvät. Jos vakioehdot ja yksilölliset ehdot ovat ristiriitaisia, yksilöllisillä ehdoilla on sopimuksen tulkinnassa aina etusija (Hannula–Kari 2004:158). Vakioehtoja tulkitaan aina laatijan, eli useimmiten myyjän, vahingoksi (epäselvyyssääntö).

Maassamme vallitsevasta sopimusvapaudesta johtuen myös puhelimitse tehdyt sopimukset sitovat osapuolia ja niiden tekeminen on täysin sallittua. Kun tiettyä palvelua kaupataan puhelimitse ja samalla sovitaan palvelun ehdoista ja sopimuksen syntymisestä, katsotaan sopimuksen syntyneen yksinomaan käydyn keskustelun mukaisena. Jälkeenpäin voi kuitenkin olla hankalaa näyttää toteen sitä, mitä puhelimesta on asiasta sovittu. Sisältö perustuu sopijapuolten kertomuksiin ja mahdollisten ulkopuolisten henkilöiden kertomaan; riitatilanteessa tulkinnan tueksi pyritään löytämään seikkoja ja sopimusten tekemistä edeltävistä tai seuraavista tapahtumista, tukena sopimusneuvotteluissa tehdyt muistiinpanot ja merkinnät, toisinaan nauhoitetut keskustelut (Hannula–Kari 2004:159).

Sähköisesti solmitun sopimuksen sitovuus on lähtökohtaisesti vastaava kuin perinteisen kirjallisen sopimuksen. Näyttötaakan kannalta saattaa olla ongelmallista, jos sähköinen sopiminen ei mahdollista vastapuolen tunnistamista riittäväällä tarkkuudella.

Elinkeinoelämässä sopimuksella ei ole muotomääräyksiä. Suullinen ja kirjallinen sopimus ovat yhtä päteviä, samoin kuin sähköisesti eli esim. tekstiviestitse tai sähköpostitse tehty sopimus. Myös allekirjoittamaton sopimus voi olla pätevä, koska allekirjoitus ei ole välttämätön sopimuksen pätevyydelle. Taloudellisesti merkittäviä transaktioita tehdään jatkuvasti ilman yksityiskohtaisia sopimusehtoja tai muuta sopimista kuin hinta ja kaupan kohteen määrittely, mikä on muuttanut sopimuksen merkitystä itsessään. Sopimusten asemaa ovat muuttaneet myös sähköisten välineiden avulla tapahtuva kaupankäynti ja sopiminen, koska asioista sovitaan yhä enemmän sähköpostitse ja erilaisia sähköisiä tilauslomakkeita käyttäen. Monien yritysten vakiosopimusehdot löytyvät niiden www-sivuilta, ja esim. click wrap- ja shrink wrap -tyyppisten sopimusten katsotaan syntyneen hiiren napin painalluksella tai ohjelmistopakettien sinetin auki repäisemisellä. (Hannula–Kari 2004:160).

Sopimus syntyy, kun sopijapuolet pääsevät yhteisymmärrykseen sopimuksen sisällöstä riippumatta siitä, onko yhteisymmärrystä vielä ehditty kirjoittaa sopimusasiakirjaksi (Hannula–Kari 2004:164). Tarjous voi kehittyä sähköpostikirjeenvaihdon välityksellä sopimukseksi ilman varsinaista sopimusasiakirjaa, jos se on yksilöity, kohdennettu ja riittävän yksiselitteinen – niin, että tarjouksensaaja voi solmia sopimuksen pelkästään hyväksymällä tarjouksen. Paljon on merkitystä myös sillä, miten tarjouksen tai muun markkinainformaation saaja ymmärsi tarjouksen tai muun informaation, ja korjasiko tarjoaja tai informaation lähettäjä väärinkäsitystä.

Kun yrityksille lähetetään laskuksi naamioituja tarjouksia erilaisia yrityshakemistoja koskien ja mukaan liitetään valmiiksi täytetty pankkisiirto, ei lasku osoita, että sopimus olisi syntynyt. Yrityksen passiivisuus laskun suhteen ei aiheuta yritykselle maksuvelvollisuutta eikä sido yritystä sopimukseen. Tarjouksen tekijän puolelta kyseessä on sopimaton menettely elinkeinotoiminnassa.

5.6.2 Sopimuksen irtisanominen tai purkaminen

Sopimuksen irtisanominen on sopimuksen normaali päättämiskeino, joka ei vaadi toiselta osapuolelta erityistä sopimusrikkomusta. Irtisanominen ei lakkauta sopimussuhdetta välittömästi, vaan sopimus päättyy irtisanomisajan kuluttua. (Skurnik 2004). Luottelohuijauksissa on usein kysymys määräaikaikaisista sopimuksista, joiden irtisanominen on ”vakioehtojen” mukaan mahdotonta kesken sopimuskauden.

Purkamisehdoista voidaan sopimuksessa sopia, mutta usein sopimuksissa ei ole tällaisia ehtoja. Vain pientä osaa sopimuksista sääntelee jokin sopimustyyppikohtainen laki, jossa säädetään sopimuksen purkamisedellytyksistä. Yleensä joudutaankin siis turvautumaan yleisiin, kaikkia sopimuksia koskeviin peruseriaatteisiin, joista tärkein on, että sopimusrikkomuksen tulee olla *olennainen*, jotta purkamiseen voidaan ryhtyä. Sopimuksen purku on viimeinen ja harvinaisin tapa ratkaista sopimukseen liittyviä ristiriitoja ja laiminlyöntejä, ja se on mahdollista kauppalain perusteella, mikäli kaupan tavoitteet eivät täyty (Hannula–Kari 2004:187). Tätä ennen rikkoneelle sopimusosapuolelle on tarjottava mahdollisuus korjata virheensä. Kannattaa olla myös varovainen, ettei purkua käyttänyt osapuoli joudu korvausvelvolliseksi oikeudettoman purkamisen aiheuttamasta vahingosta. (Skurnik 2004).

Tyhjentävää luetteloa purkamisedellytyksistä ei voida esittää. Skurnikin mukaan myöntävät vastaukset seuraaviin kysymyksiin puhuvat kuitenkin sen puolesta, että purkuoikeus voisi olla:

- Johtaako sopimusrikkomus siihen, että osapuolen oikeudet odotukset jäävät olennaisilta osin toteutumatta?
- Onko laiminlyöty suoritus ollut tärkeä osa sopimusta?
- Onko rikkomus tehty tahallaan?
- Johtaako sopimusrikkomus siihen, että toisella osapuolella ei ole aihetta luottaa vastapuolen tulevaan suoritukseen?

Vaikka tuottamus tai tahallisuus onkin osa purkamisedellytysten arviointia, ei sillä välttämättä ole merkitystä, vaan purkamisoikeus liittyy nimenomaan sopimusrikkomuksen laatuun. Vastapuolen menettely voi kuitenkin näissäkin tapauksissa vaikuttaa muiden mahdollisten seuraamusten harkintaan. (Skurnik 2004). Luettelohuijausten tapauksessa kaikki neljä kohtaa saattavat toteutua, mikäli luetteloa ei ole lainkaan olemassa tai se julkaisee puutteellisia, virheellisiä tai muuten ala-arvoisesti toteutettuja tietoja.

Purkamiselle ei yleisesti ole asetettu mitään aikarajaa. Niinpä sopimuksen purkaminen pitkänkin ajan kuluttua on mahdollista, mikäli purkamiseen oikeuttavat olosuhteet ovat olemassa.

Sopimusrikkomuksen ei aina tarvitse olla tapahtunut, vaan myös *ennakoidun sopimusrikkomuksen* perusteella voidaan sopimus joissain tapauksissa purkaa. Lainsäädännös-

sä tämä periaate on lausuttu mm. kauppalaissa (62 §), jonka mukaan sopimusosapuoli saa purkaa kaupan jo ennen täyttämisaikajankohdalla, jos on käynyt selväksi, että sopimusrikkomus tulee tapahtumaan. Vastapuolella on kuitenkin oikeus näissä tapauksissa asettaa vakuus sopimuksen täyttämiseksi, jolloin purkamisoikeutta ei ole. (Skurnik 2004).

Sopimus voidaan purkaa sopimusosapuolen vapaamuotoisella purkamisilmoituksella. Mikäli purkamisen edellytykset täyttyvät, sopimus päättyy purkamiseen välittömästi. Mahdollista on myös, että purkava osapuoli ilmoittaa, että purkaminen astuu voimaan jonkin ajan kuluttua.

Purkamisella on kaksi keskeistä oikeusvaikutusta: Purkaminen lakkauttaa sopimuksen ja aikaansaa osapuolille veloitteen palauttaa jo tehdyt suoritukset. Mikäli kyse on kertasopimuksesta, kumpikin osapuoli palauttaa jo tehdyt tai vastaanotetut suoritukset. Sen sijaan kestopopimuksessa tilanne on sikäli erilainen, että purkaminen ei normaalisti vaikuta jo tehtyihin suorituksiin, vaan purkaminen koskee vain meneillään olevaa tilannetta. (Skurnik 2004).

Purkamiseen ei automaattisesti liity mitään taloudellista kompensatiota. Tapauskohtaisesti ratkaistaan, onko toinen sopimusosapuoli purkamistilanteessa mahdollisesti vahingonkorvausvelvollinen. Mikäli toinen osapuoli on jo ehtinyt taloudellisesti hyötyä sopimuksesta sillä tavalla, ettei suorituksen palauttaminen poista hyötyä, saa vastapuoli vähentää omasta suorituksestaan toisen osapuolen saaman käyttöhyödyn.

Vaikka sopimus puretaan ja sopimussuhde näin lakkaa, tietyt sopimusmääräykset säilyttävät sitovuutensa purkamisen jälkeisissä selvittelyissä. Esimerkiksi vastuunrajoitus- ja sopimussakkoehdot ovat sellaisia, että niihin voi vedota myös, vaikka sopimus purettaisiinkin. Lisäksi oikeuspaikkaa sääntelevät sopimuslausekkeet ovat voimassa sopimuksen purkamisen jälkeenkin. Yleisesti voidaan sanoa, että kaikki sellaiset ehdot, jotka on otettu sopimukseen juuri sen lakkaamisen varalta, ovat voimassa myös purkamisen jälkeen. (Skurnik 2004).

5.6.3 Sopimuksen pätemättömyys

Sopimuksen pätemättömyys tarkoittaa sitä, että sopimuksen päättämisaikajankohdalla on ollut käsillä joku häiriö. Käytännössä sopimuksen pätemättömyys merkitsee sitä, ettei sopimusta voida panna tuomioistuimessa täytäntöön. Pätemättömyysperusteita on

olemassa useita. Yleisimpiä niistä ovat mm. kiskonta, erehdys, kunnianvastainen ja arvoton menettely, petollinen menettely, sopimukseen pakottaminen ja vajaanvaltaisuus sekä toisen hädänalaisen tai muuten heikomman aseman törkeä hyväksikäyttäminen (Hannula–Kari 2004:151).

Ylipäänsä petollisesta menettelystä on kyse silloin, kun sopimusosapuoli antaa virheellistä tietoa tai salaa jonkun seikan, ja sopimuksen solmiminen perustuu juuri tästä syystä muodostuneeseen virheelliseen käsitykseen.

Sopimuksen pätemättömyys johtaa lähtökohtaisesti siihen, ettei osapuolta voida velvoittaa sopimuksen mukaiseen suoritukseen. Pätemättömyys oikeudellisesti katsoen siis estää velvoitteiden täytäntöönpanon vaatimisen oikeusteitse. Jos sopimuksen edellyttämät suoritukset on jo kokonaan tai osittain ehditty tehdä, synnyttää sopimuksen pätemättömäksi toteaminen osapuolille palautusvelvollisuuden.

Oikeustoimilain 32.1 §:n mukainen ilmaisuerehdyssäännös ei kuitenkaan automaattisesti johda siihen, ettei mitään sopimusta synny, vaan se ainoastaan estää virheellisen muodon saanutta ilmaisua vastaavan sopimuksen voimaantumisen. Vaikutus syntyy ainoastaan toisen osapuolen ollessa vilpillisessä mielessä (Hemmo 1997:50). Vaihtoehtoisista tulkinnoista valitaan se, joka pitää sopimuksen tai ehdon voimassa – *pacta sunt servanda*, sopimukset on pidettävä. Ensisijaisesti sopimuksia on pyrittävä sovittelemaan, jos niissä on riitaisuutta (Hemmo 1997:74).

Pätemättömyys on vahva peruste silloin, kun sopimuksen syntyä ylipäätään voidaan pitää kyseenalaisena tai kun sopimus on laadittu tieteen tahtoen toista osapuolta harhaanjohtavaksi.

5.6.4 Huijarisopimukset ja valelaskut

5.6.4.1 Huijarisopimusten asema

Niin pienen kuin suurenkin yrittäjän on syytä pysyä tarkkana nykyään arvioidessaan mitä erilaisimpia, erityisesti puhelimesta tarjottavia palveluja. Usein palveluiden tarjoajien toimintatapa on erittäin huolellisesti mietittyä, järjestelmällistä ja sillä pyritään herättämään luottamusta. Sopimuksen tekemiselle on usein kiire ja päätös sitoutumisesta tulisi tehdä saman tien, viimeistään saman päivän aikana. Sopimusehdot, jotka

saattavat olla hyvinkin sekavat ja monimutkaiset, pyritään selittämään yksinkertaisessa muodossa ja erittäin positiivisessa valossa. Lisäksi puhelimesta saatetaan tarjota kaupan päälle erityisetuja, kuten risteilyjä tai lahjakortteja, ja palvelun hintaa pyritään yleisesti vähättelemään. Tämän jälkeen tarjoaja lähettää postissa tilausvahvistuksen ja sopimusehdot, jotka eivät monissa tapauksissa vastaa sitä, mistä puhelimesta on aiemmin sovittu – tai asiakkaan mielestä jopa jätetty sopimatta. (Suomen Yrittäjät 2010).

5.6.4.2 Käytännön neuvoja Suomen Yrittäjien lakimieheltä

Yleisenä neuvona huijarisopimusten välttämiseksi voidaan sanoa, ettei kannata tilata puhelimesta mitään, ellei palvelun tarjoajaa/myyjää tunne ennalta. Suullinen, myös puhelimesta tehty sopimus on aivan yhtä pätevä kuin kirjallinenkin sopimus. Pelkäämään se, että sopimus on tehty puhelimesta, ei oikeuta perumaan/purkamaan sopimusta, ellei sopimuksen teossa ole menetelty tavalla, joka tekisi sopimuksen pätemättömäksi. Lisäksi on syytä pyytää puhelimesta tai kasvokkain käytävässä keskustelussa kirjalliset sopimusehdot ja tutustua niihin huolellisesti ennen sopimuksen tekemistä. Tämän voi siis tehdä sitoutumatta vielä itse sopimuksen tekemiseen, ja se kannattaa tehdä toiselle osapuolelle selväksi. Ehdot eivät välttämättä vastaa sitä, mitä myyjä on puhelimesta kertonut, joten sopimuksen teossa ei kannata kiirehtiä. Joissain tapauksissa huijarisopimusten tarjoajat/myyjät saattavat lähettää tilausvahvistuksen, vaikka toinen osapuoli olisi puhelimesta mitään tilanneetkaan, joissain tapauksissa jopa niin, ettei minkäänlaista puhelinkeskustelua ole edes käyty. Jos tällaisten tilanteiden jälkeen toinen osapuoli väittää sopimuksen syntyneen, kannattaa vaatia myyjältä näyttö sopimuksen syntymisestä ennen laskun maksamista.

Sopimusosapuoli, joka vetoaa sopimuksen syntyneeseen, on velvollinen näyttämään sen sisällön toteen. Usein puhelinmyyjä tai puhelintilauksen vastaanottaja lähettääkin tilausvahvistuksen, jolloin tilaajalla on mahdollisuus tarkistaa tilauksen sisältö ja ehdot. Mikäli tilaus on tehty puhelimesta, mutta tilaaja ei tarkista tilausvahvistusta, jossa on virhe, syntyy yleensä hankalasti selvitetävissä oleva tilanne. Myyjä on sitä mieltä, että tilausvahvistus on oikein ja tilaaja muistaa tilanneensa jotain muuta. Jos puhelimesta käyty keskustelu tai postiluukusta tullut tilausvahvistus epäilyttää, voi ehkä olla aiheellista tehdä reklamaatio ”varmuuden vuoksi” – tällöin ei vahingossa pääse syntymään sellaista sopimusta, johon ei ole alun perin ollut tarkoitus sitoutua.

Puhelimessa tehdyt sopimukset ovat siis lähtökohtaisesti aivan yhtä päteviä kuin tavalliset kirjalliset sopimuksetkin. Tämä kuitenkin tarkoittaa myös sitä, että sopimus on sisällöltään voimassa juuri sellaisena, kuin mitä puhelimessa on sovittu. Usein nk. huijarisopimuksissa palvelun tarjoaja lähettää asiakkaalle käydyn puhelinkeskustelun jälkeen tilausvahvistuksen ja sopimusehdot. Ne on syytä käydä huolella läpi. Jos havaitaan, että sopimusehdot eivät vastaa puhelimessa sovittua, esimerkiksi sopimuksen kestoaikaa tai hintaa on muutettu, on syytä saman tien ottaa yhteyttä palvelun tarjoajaan. Reklamaatio on näyttökysymysten vuoksi syytä tehdä kirjallisesti ja toimittaa sopimuskumppanille joko kirjeitse tai sähköpostilla. Reklamaatio on tehtävä kohtuullisessa ajassa, jona voitaneen pitää 14 vuorokauden pituista ajanjaksoa.

Reklamaatiossa tulee eritellä puhelinkeskustelussa ja tilausvahvistuksessa ilmenevät ristiriidat sekä todeta, ettei osapuoli ole halukas sitoutumaan sopimukseen tilausvahvistuksessa mainituilla ehdoilla. On kuitenkin syytä muistaa, ettei reklamaatio anna lähtökohtaisesti oikeutta purkaa koko sopimusta, vaan se on ainoastaan reagointi ristiriitaisuuksiin, jotka ilmenevät tilausvahvistuksen ja puhelimessa tehdyn sopimuksen välillä. Jos toinen osapuoli kiistää reklamaation aiheellisuuden, on tämän näytettävä toteen, että sopimus on puhelinkeskustelussa syntynyt tilausvahvistuksesta ilmenevillä ehdoilla. Kohtuuttomuusperusteen voidaan katsoa koskevan myös vain osaa sopimuksesta. (Suomen Yrittäjät 2010).

5.6.5 Sopimusoikeuden tila huolestuttaa

Sopimusoikeutta ei ole kehitetty käyttäjien eli yritysten tarpeisiin, vaan tutkimuksen keskipisteenä on ollut riitoja ratkaiseva tuomari.

Siviilioikeuden professorin, OTT Soili Nystén-Haaralan mukaan sopimuksia voidaan parantaa keskittymällä sopimuksissa tavoitteisiin rajoitusten sijasta ja joustavuuteen ehtojen ja riskien määrittelyssä. Tärkeitä ovat hänen mielestään selvä ja yksiselitteinen kielen käyttö sekä sopimusosapuolten roolien ja vastuiden selkeä määrittely. (Suomen Yrittäjät 2010).

Martin von Willebrand toteaa Helsingin Yliopistossa v. 2002 julkaistussa pro gradu-tutkielmassaan Sopimusoikeus ja sopimuskäytäntö: miten nettisopimuksia tehdään ja voidaan tehdä, että sopimuksia analysoidaan sopimusoikeudessa tuomioistuinratkaisun näkökulmasta, ja oikeustoimilakia tai kauppalakia tutkitaan oikeustapausten valossa.

Ongelma on siinä, että tuomioistuimiin päätyy vain hyvin rajallinen määrä sopimuksia. Sopimukset päätyvät tuomioistuimiin asianosaisaloitteista ja hyvin harvoin. Sopimusoikeudelliset oikeustapaukset kertovat jotain tuomioistuinlaitoksen tavasta käsitellä sopimusoikeudellisia ongelmia, mutta eivät välttämättä mitään siitä, miten sopimusoikeudellisia ongelmia yleensä ratkaistaan.

Yleiseen tuomioistuinlaitokseen turvautuminen talouselämässä merkitsee yleensä epäonnistumista ja myönteisen jatkokehityksen kariutumista, jatkaa von Willebrand. Jos talouselämässä joudutaan turvautumaan viralliseen tuomioistuinkoneistoon, osapuolten välinen liikesuhde loppuu ja kumpikin osapuoli häviää. Oikeudenkäynnin kannattavuutta heikentävät myös mahdollinen kielteinen julkisuus, prosessiin kuluva aika sekä sen kustannuksiin, lopputulokseen ja toisen osapuolen maksukykyyn liittyvät epävarmuudet. Jos konflikti pääsee syntymään, pyrkivät osapuolet ensisijaisesti ratkaistaan sen sovinnolla. Sopimusneuvotteluihin osallistuvan juristin tärkein tehtävä on varmistaa osapuolten välisen suhteen ja sitä kuvaavan sopimuksen toimivuus niin, että riitojen syntyminen on mahdollisimman epätodennäköistä.

Korkeimman oikeuden ratkaisut eivät kerro sopimusten toimivuudesta mitään muuta, kuin että käsiteltävänä ollut sopimus ei toiminut. Talouselämässä sopimuksen pääasiallinen tarkoitus ei ole valmistautua oikeusriitaan, vaan saada aikaan toimiva ja tuottava sopimus. Jos sopimusoikeuden mielestä toimivan sopimuksen aikaansaaminen ei ole ”juridisesti mielenkiintoista”, moni ongelma jää tutkimatta. Ne jätetään muille tieteenaloille tai tieteenalojen katvealueelle.

6 KANSAINVÄLISTÄ VERTAILUA – RUOTSI, SVEITSI, EU

6.1 Svensk Handel, Ruotsi

Svensk Handel on etujärjestö, joka edustaa n. 13.000 jäsenyritystä. Ne työllistävät noin 250.000 ihmistä yli 20.000 työpaikalla. Svensk Handel ylläpitää varoituslistaa (liite 2) yrityksistä, joiden nimi putkahtaa usein esiin valitustapauksissa. Järjestö neuvoo myös jäsenyrityksiään, miten suhtautua huijariyrityksiin ja huijauslaskuihin: vääränlaisesta laskusta on otettava ensiksi yhteyttä laskuttavaan yritykseen ja yritettävä saada oikaisulasku. Jos tämä ei onnistu, lasku on kiistettävä.

Hämärissä tapauksissa yrityksiä pyydetään lähettämään tietoa laskuttavasta yrityksestä myös Svensk Handeliin, jotta muitakin yrittäjiä voidaan varoittaa.

Svensk Handelin varoituslistalle päätyy markkinaoikeudellisin perustein eli sen mukaan, näyttääkö yrityksen toiminta markkinoilla vilpittömältä (”seriös”). Jokainen tapaus arvioidaan erikseen, mikä tarkoittaa sitä, ettei kaikkien kriteerien tarvitse toteutua jokaisen yrityksen kohdalla. Listalle päätyminen kriteerit ovat seuraavat:

- Yrityksestä on valitettu useilta tahoilta
- Yritys muotoilee tarjouksensa laskun näköisiksi
- Yritys lähettää laskun, vaikka ei ole ollut lainkaan yhteydessä asiakkaaseen
- Yritys käyttää harhaanjohtavaa telemarkkinointia
- Yritys viittaa aiempiin sopimuksiin (tekaistuihin)
- Yrityksen tarjoukset ovat harhaanjohtavia
- Kokonaishinta ei käy ilmi tarjouksesta
- Yrityksen tuotteita tai palveluja ei ole olemassakaan
- Yritys käyttää lainattuja allekirjoituksia tai väärentää niitä
- Yrityksen nimi aiheuttaa sekaannuksia
- Yrityksen tiedoista puuttuu tärkeitä asioita, kuten juridinen henkilö, y-tunnus, puhelinnumero, postiosoite ja/tai sähköpostiosoite
- Yrityksellä ei ole toimivaa asiakaspalvelua selkeästi ilmoitettuina puhelinaikoina
- Yrityksellä ei ole kaupparekisteriin merkittyä hallitusta
- Yritys on factoring-tyyppinen laskuttaja, joka hoitaa Svensk Handelin varoituslistalla olevien yritysten laskutusta
- Yrityksellä on luottotietojensa mukaan suuria taloudellisia vaikeuksia, jotka todennäköisesti johtavat siihen, ettei se voi täyttää velvoitteitaan
- Yrityksen rekisteröity osoite on sama kuin aiemmin samanlaisissa yhteyksissä tunnetuksi tullut osoite

- Yrityksellä on hallituksen jäseniä, jotka ovat tunnettuja samanlaisista yrityksistä.

Svensk Handelin varoituslistaa ylläpitää www.varningsinfo.se. Internet-palvelu määrittelee huijauslaskun seuraavasti:

- Lasku yritykseltä, jonka kanssa ette ole olleet tekemisissä.
- Lasku yritykseltä, jonka kanssa ette ole olleet tekemisissä, mutta joka on toimitannut teille tuotteen tai palvelun.
- Lasku yritykseltä, jonka kanssa olette olleet tekemisissä, mutta tuotetta tai palvelua ei ole toimitettu.
- Lasku, jossa hinta ei ole sovitun suuruinen.
- Lasku, jonka muut ehdot eivät ole sovitun mukaiset.
- Lasku palvelusta, joka ei vastaa sovittua.
- Lasku, jonka perusteella laskutettu tuntee itsensä jollakin muulla lailla harhaanjohtetuksi.
- Tarjous, joka on laskun näköinen.

Varningsinfon tarjoamat palvelumuodot:

- Yrityksestä kysyminen tekstiviestillä: 19 SEK/kerta
- Puhelinneuvonta: 19 SEK/min
- Varoituslistan vuositilaus: 2.950 SEK/vuosi
- Lista tileistä, joille ei pidä maksaa: 14.950 SEK/vuosi.

Koska ruotsalainen palvelu on osa yrittäjien etujärjestön Svensk Handelin toimintaa, sillä on hyvät juristipalvelut tarjottavana jäsenilleen. Varoituslistaa pääsee katsomaan kuka tahansa, eli lista palvelee myös yrittäjiä, jotka eivät ole järjestön jäseniä.

6.2 SECO, Sveitsi

SECO (sveitsiläinen State Secretariat for Economic Affairs) on talouspolitiikkaan liittyvä ydinasioiden osaamiskeskus, jonka tavoitteena on kehittää Sveitsin poliittista ilmastoa ja lainsäädäntöä kestäväen kehityksen mukaisen taloudellisen kasvun varmistamiseksi.

miseksi kotimaassa ja kansainvälisesti. SECO osallistuu aktiivisesti maailmantalouden tehokkaiden, reilujen ja läpinäkyvien sääntöjen laatimiseen.

SECO on julkaissut seuraavanlaiset ohjeet huijarifirmojen kanssa toimimisesta 2.7.2010:

– Internetissä julkaistaan paljon houkuttelevia, näennäisen halpoja tai ilmaisia tarjouksia. Yhdellä hiiren napsautuksella ilmaisista tarjouksista saattaa tulla äärimmäisen kalliita. Siksi on aina parasta tutustua pienellä prääntätyihin osiin! Jos olet jo joutunut huijauksen uhriksi, suoja itseäsi! SECO ja FCAB, kuluttajansuojeluvirasto antavat käytännön ohjeita esitteessään ”Varo internet-huijauksia”.

Erityisesti tarkkailtaviksi SECO listaa seuraavat: Arvonnat, matkapuhelimiin tarkoitetut soittoäänet, logot ja pelit, kaikenlaiset testit, ilmaiset tekstiviestit, romanssi- ja chattilinjat, selvänäkijäpalvelut, ennustukset, runot, alkoholiongelmat, ilmaiset ohjelmat, laulunsanat, apu läksyjen teossa, astrologia, julkkistietous, vitsit ja taide.

Toisin kuin aidoissa tarjouksissa, huijaustarjouksissa ostajan on aina rekisteröidyttävä omalla nimellään, osoitteellaan ja sähköpostiosoitteellaan tai matkapuhelinnumerollaan. Sopimusehdot on piilotettu pienellä kirjoitettuihin osiin tai liiketoiminnan yleisiin ehtoihin. Ne pitäisi kuitenkin aina lukea ensin!

Hiirellä napsauttamalla tai matkapuhelinnumeron antamalla tilaaja solmii haluamattaan pitkäaikaisen ja kalliin tilaussopimuksen. Lasku tulee paluupostissa. Internet-huijarit ovat erittäin sitkeitä saatavan perijöitä: sähköpostia tulee loppumattomana virtana, ja he käyttävät myös perintätoimistoja ja lakimiehiä.

Huijauksen uhriksi joutuneen tulisi ryhtyä seuraaviin suojaustoimenpiteisiin:

1. kieltäytyä maksamasta laskua

2. lähettää kirjattu kirje palvelun tarjoajalle heti, kun ymmärtää tehneensä virheen.

Kirjeestä tulee käydä ilmi, että kiistät sopimuksen laillisuuden sillä perusteella, että sinulle on tapahtunut virhe ja että netistä löytynyt tarjous oli tahallisesti harhaanjohtava. Pelkästään tämänsisältöinen kirje riittää vapauttamaan sinut sopimuksesta.

SECOon voivat ottaa yhteyttä myös ulkomailla asuvat, joiden taloudellisia etuja on loukattu. Jos huijattu on useampia, SECO voi nostaa rikos- tai siviilikanteen kyseen-

alaisten liiketapojen käyttäjää vastaan, kuten esim. edellä kuvatussa Nova Channel -jutussa, jonka SECO voitti Sveitsin liittovaltion ylimmässä oikeusasteessa 2009. Huijattuja varoja SECO ei kuitenkaan pysty hankkimaan takaisin.

SECO:n esite What can be done against internet scams liitteenä 3.

6.3 EASA, Bryssel

Useimmissa Euroopan maissa on oma mainonnan itsesääntelyjärjestelmänsä. Niiden yli kansallisten rajojen toimivana katto-organisaationa toimii EASA (European Advertising Standards Alliance), joka vastaa osaltaan Euroopan parlamentin päätöslauselmassaan P6-TA(2008)0608 esittämään vaateeseen kansainvälisestä sääntelyyhteistyöstä.

EASA:n tavoitteena on edistää mainonnan itsesääntelyä Euroopassa ja luoda yhteydet eri maiden itsesääntelytoimielinten välille. Tämä mahdollistaa sen, että tarvittaessa voidaan puuttua maasta toiseen ulottuvaan mainontaan. Itsesääntelyjärjestelmän pyrkimyksenä on osoittaa, että mainonta-ala pystyy hoitamaan alan valvonnan sisäisesti eikä pakottavaa yhteisötason sääntelyä tai uutta viranomaisvalvontaa tarvita.

Cross-border -valituksen kohteena voi olla valtion rajan ylittänyt mainos. Esimerkiksi saksalaisessa lehdessä julkaistusta mainoksesta voi tehdä cross-border -valituksen, jos sama lehti on saatavilla jossakin toisessa maassa, missä oleva taho pitää mainosta mainonnan sääntöjen vastaisena.

Tapaukseen sovelletaan sen valtion säännöstöä, jonka viestimessä mainos on julkaistu. Sähköisessä viestimessä julkaistuihin mainoksiin ja suoramarkkinointimainoksiin sovelletaan mainostajan kotipaikan säännöstöä.

Lausunnon pyytäjä lähettää cross-border -valituksen oman maansa mainonnan itsesääntelytoimielimelle, joka välittää valituksen EASA:n kautta asianomaisen maan itsesääntelytoimielimelle. Vuosina 1992–2006 cross-border -valituksia käsiteltiin lähes 1.600, ja yli 80 prosenttia niistä on koskenut sähköpostilla lähetettyä suoramarkkinointia. Noin puolessa tapauksista on ollut kysymys toimijasta, jonka menettely on tarkoituksellisesti epärehellistä. Tällaista tahoja saattaa olla vaikea tavoittaa ja vaikuttaa sen toimintaan itsesääntelyjärjestelmän keinoin. EASA:lla on viime kädessä mahdollisuus

lähettää nk. Euro-Ad Alert, epärehellisestä toimijasta kertova tiedote (liite 4). (Paloranta 2008: 264–265).

7 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Yritysten välinen sopimus syntyy silloin, kun tarjous hyväksytään sellaisenaan esittä-mättä siihen muutoksia tai lisäyksiä (vastatarjous). Perinteisessä kirjallisessa sopimuk- sessa allekirjoitus vastaa hyväksyntää. Näyttöongelmia tuovat tullessaan sopimusva- pauden perusteella pätevinä pidettävät suulliset sopimukset, puhelinmarkkinoinnin pe- rusteella syntyvät sopimukset sekä sähköisesti tehtävät sopimukset.

Hampurissa kolmisenkymmentä vuotta sitten syntynyt ”liikeidea” laskuttaa yrityksiä näkyvyydestä erilaisissa luetteloissa ja internet-hakemistoissa, joita ei ole olemassa tai joiden toimivuus on kyseenalaista, on levinnyt huolestuttavasti ympäri Eurooppaa, ja Euroopan parlamentti onkin esittänyt huolensa pienyritysten kyvystä suojautua tällais- ta kansalliset rajat ylittävää huijaustoimintaa vastaan.

Suomalaisten yrittäjien laatima EU:n Small Business Actin ja Euroopan parlamentin päätöslauselman P6-TA(2008)0608 mukainen adressi, kansanedustaja Räsäsen kirjal- linen kysymys ja työministeri Sinnemäen vastaus määrittelevät yrittäjien ongelman selkeästi ja kertaavat olemassa olevaa lainsäädäntöä. Ehdotuksena on vallitsevan so- pimusvapauden hengessä pelkästään lisätä Internetin neuvontapalveluja. Usko Interne- tiin kansallisten palvelujen tuottajana on Suomessa nykyään todella vahva. Yritys- Suomi.fi-portaali voi olla hieno palvelu sen löytäneille, mutta yrittäjien kaipaamaa edunvalvontatahoa se ei tarjoa.

Huijareiden pysäyttämiseksi on löydettävä uusia keinoja. Yritysten riskitietoisuuden lisääminen, tehokas omatoiminen varautuminen ja yhteistyön lisääminen viranomais- ten kanssa ovat keinoja ehkäistä yrityksiin kohdistuvaa rikollisuutta, ja ne ovat ri- kosuhkiin varautumisen kannalta olennaisen tärkeitä asioita. Yritysten näkökulmasta haasteen muodostavat usein resurssit, sillä harvassa pienessä yrityksessä on omaa ris- kienhallinta- tai turvallisuusorganisaatiota tai vastuuhenkilöä, jolla on mahdollisuus keskittyä yrityksen turvallisuuden kehittämiseen. (Taloustaantuman vaikutukset yritys- ten kilpailukykyyn vaikuttavaan rikollisuuteen 2010:9, 44).

Uusina keinoina EU esittää, että kansallisten viranomaisten on kehitettävä yrittäjien ja varsinkin pienyrittäjien suojaksi rajat ylittävää viranomaisten yhteistyötä sekä järjestettävä yrittäjille edunvalvontataho, johon he voivat ottaa yhteyttä huijausten tai huijausyritysten uhriksi jouduttuaan. Suomen pienyrittäjät toivovat aloitteessaan myös tällaisen tahon perustamista, ja odottavat eduskunnalta toimenpiteitä pienyrittäjien rinnastamiseksi kuluttajiin soveltaen KKO:n päätöstä 2004:32 – laille sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa ei tulisi antaa erilaisia tulkintoja kuin kuluttajan-suojalaille. Yrittäjien keskusjärjestö Suomen Yrittäjät vaatii, että Suomen harhaanjohtavaa markkinointia koskevaa lainsäädäntöä ja erityisesti pienyrittäjän oikeussuojaa on kehitettävä ja epäterveet ilmiöt kitkettävä pois markkinoilta lainsäädännön avulla. Lakiasiainjohtaja Makkulan mukaan SopMenL:ia tulee muuttaa siten, että pieniä yrityksiä suojataan nykyistä tehokkaammin harhaanjohtavalta markkinoinnilta ja muulta hyvän liiketavan vastaiselta menettelyltä. Yrityksiin kohdistuvan, totuudenvastaisen tai harhaanjohtavan markkinoinnin vastainen yhteistyöverkosto on perustettava samaan tapaan kuin kuluttajapuolella jo on tehty. Samoin on määriteltävä Euroopan parlamentin kehottamalla tavalla kansallinen viranomaisen, jolle pienyrittäjät voivat valittaa harhaanjohtavasta markkinoinnista ja hakea muutosta tilanteeseen.

Kun sopimusvapaudesta halutaan edelleen pitää kiinni yritysten välisessä kanssakäymisessä, sopimuksen purkaminen, irtisanominen ja kohtuullistaminen ovat keinoja sovitella epäreiluiksi koettuja tai väärin ymmärrettyjä sopimuksia. Tällöinkin ensisijainen pyrkimys on pitää sopimus voimassa ja mitätöidä tai korjata se kohta sopimuksesta, joka sisältää virheen. Harhaanjohtavan markkinoinnin perusteella syntyneet tai väitetyt syntyneet sopimukset pitäisi saada pienyrittäjien mielestä mitätöityä helpommin yllä kuvatuin tavoin edunvalvojan avustuksella, ilman aikaa vieviä ja kalliiksi tulevia oikeudenkäyntiprosesseja. Ongelmaa helpottaisi myös se, jos viranomaiset voisivat puuttua epäasialliseen markkinointiin nykyistä nopeammin ja joustavammin, esimerkiksi reaaliaikaisella valvonnalla. Markkinaoikeuden pitäisi myös saada epäasialliset markkinointitavat kiellettyä nopeasti.

Mikäli kysymys on tarkoituksellisesti epäselväksi laaditusta sopimuksesta, on epäselvää sopimuskohtaa tulkittava laatijansa vahingoksi. Tämän ns. epäselvyyssäännön korostaminen sopimusriitoja ratkaistaessa voisi kitkeä epäselvien ”vakioehtojen” käyttöä liike-elämän sopimuksista.

LÄHTEET

Directan johtajan tutkintapyyntö ei johda esitutkintaan. Helsingin Sanomat/STT 22.9.2010.

Directa Oy:n nettisivut. Saatavissa: www.directa.fi. [Viitattu: 23.10.2010].

Eduskunnan nettisivut. Saatavissa: <http://www.eduskunta.fi>. Päivi Räsänen kirjallinen kysymys ja työministeri Anni Sinnemäen vastaus. Saatavissa: http://www.eduskunta.fi/faktatmp/utatmp/akxtmp/kk_421_2010_p.shtml. [Viitattu: 29.7.2010].

Eräiden markkinaoikeudellisten asioiden käsittelystä annettu laki 28.12.2001/1528.

EU:n virallinen lehti 11.6.2005. Saatavissa: <http://eur-lex.europa.eu/>. [Viitattu: 8.10.2010].

Europarlamentin nettisivut, päätöslauselma P6-TA-2008. Saatavissa: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0608+0+DOC+XML+V0//EN>. [Viitattu: 8.10.2010].

European Advertising Standards Alliance = EASA:n nettisivut. Saatavissa: <http://www.easa-alliance.org/>. [Viitattu: 8.9.2010].

Hannula, A & Kari, M. 2004. Yrityksen käytännön lakiasiat. Porvoo:WSOY.

Hemmo, M. 2003. Sopimusoikeus I, toinen painos. Jyväskylä:Talentum Media.

Hemmo, M. 1997. Sopimusoikeus II. Helsinki:Kauppakaari Oy.

Juuti, A. Helsingin poliisi /Ruotsalainen, E. Sähköpostihaastattelu 10.11.2005.

Kalliomaa, S. Helsingin talousrikospoliisi / Tuoresmäki, T. Haastattelu 24.9.2010.

Kauppalaki 27.3.1987/355.

Keskuskauppakamarin nettisivut. Saatavissa: <http://www.keskuskauppakamari.fi>. [Viitattu: 5.9.2010]

Keskuskauppakamarin liiketapalautakunnan antama Directa-lausunto. Saatavissa: <http://www.keskuskauppakamari.fi/Media/Tiedotteet/Directan-tiedotteessa-perattomia-vaitteita-liiketapalautakunta-julkaisee-poliisin-pyytaman-lausunnon>. [Viitattu: 5.9.2010].

KKO 2004:32.

Koivumäki, E & Häkkänen, P. 2010. Markkinointijuridiikka. Jyväskylä: Helsingin seudun Kauppakamari.

Kuluttajaviraston nettisivut. Saatavissa: www.kuluttajavirasto.fi. [Viitattu: 25.10.2010].

Kähäri, R. Suomen Posti Oyj /Ruotsalainen, E. Sähköpostihaastattelu 14.11.2005.

Laki elinkeinonharjoittajien välisten sopimusehtojen sääntelystä 3.12.1993/1062.

Laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa 22.12.1978/1061.

Laki varallisuusosoikeudellisista oikeustoimista 13.6.1929/228.

Makkula, J. Suomen Yrittäjät /Tuoresmäki, T. Sähköpostihaastattelu 27.9.2010.

Makkula, J & Toivonen, T. 1.6.2010. Harhaanjohtava markkinointi vie yrittäjiltä miljoonia euroja, Helsingin Sanomat, mielipidekirjoitus.

Markkinointi & Mainonta -julkaisun blogi. Saatavissa: <http://www.marmai.fi/blogit/toimitukselta/>. [viitattu: 5.9.2010].

MTV3:n uutisarkisto. Saatavissa: <http://www.mtv3.fi/uutiset/arkisto.shtml/arkistot/kotimaa/>, [viitattu: 23.10.2010].

Muskrat-palvelun nettisivut. Saatavissa: <http://www.muskrat.fi/>. [Viitattu: 8.9.2010].
Muskratin sähköpostiportaali (luottamuksellinen).

Oikeudenkäymiskaari 1.1.1734/4.

Paloranta, P. 2008. Markkinointioikeus käytännössä. Tampere:Talentum Media Oy.

Rikoslaki 19.12.1889/39.

Saarnilehto, A (toim) 1995. Heikomman suojasta: Yksityisoikeudellisia kirjoituksia. Turku: Turun yliopisto.

Sajari, P. 1.7.2010. Syyttäjä vaatii Directan johtajille vankeutta, Helsingin Sanomat

Silen, M. Joka kolmas yritys erehdytetty www-hakemistoihin. Saatavissa: http://www.helsinki.chamber.fi/?1011_m=3083&s=2. [Viitattu: 6.9.2010].

Skurnik, H. 2004. Sopimuksen purkaminen. Saatavissa: <http://www.helsinki.chamber.fi/sopimusasiat>. [Viitattu: 29.7.2010].

Småföretagare mot Yellow Register Online -järjestön nettisivut. Saatavissa: www.stoppa-yellow.se. [Viitattu: 23.10.2010].

State Secretariat for Economic Affairs = SECO:n nettisivut. Saatavissa: <http://www.seco.admin.ch/>. [Viitattu: 29.7.2010].

Nettiesite What Can Be Done against Internet Scams. Saatavissa: <http://www.news.admin.ch/NSBSubscriber/message/attachments/19769.pdf> [Viitattu: 29.7.2010].

Nova Channel -uutisointi. Saatavissa: <http://www.seco.admin.ch/aktuell/00277/01164/01980/index.html?lang=en&msg-id=29779>. [Viitattu: 23.10.2010].

StopECG:n, huijauslaskutuksista Euroopan laajuisesti tietoa keräävän brittiaktivistin nettisivut. Saatavissa: www.stopecg.org. [Viitattu: 6.9.2010].

Suomen Yrittäjien nettisivut. Saatavissa: <http://www.yrittajat.fi/>. [Viitattu: 29.7.2010, 6.9.2010].

Svensk Handelin nettisivut. Saatavissa: www.svenskhandel.se. [Viitattu: 5.9.2010].

Sähköisen viestinnän tietosuojalaki 16.6.2004/516.

Taloustaantumien vaikutukset yritysten kilpailukykyyn vaikuttavaan rikollisuuteen 2010. Helsingin seudun kauppakamari.

Willebrand von, M. 2002. Sopimusoikeus ja sopimuskäytäntö: miten nettisopimuksia tehdään ja voidaan tehdä. Pro gradu –tutkielma: Helsingin Yliopisto. Saatavissa: <http://ethesis.helsinki.fi/julkaisut/oik/yksit/pg/willebrand/index.html>. [Viitattu: 5.9.2010].

Wuolijoki, S. Suomen Pankkiyhdistys / Ruotsalainen, E. Sähköpostihaastattelu 5.8.2005.

YLE:n uutiset. Saatavissa: <http://yle.fi/uutiset/kotimaa/2010/10>. [Viitattu: 23.10.2010].

<p>Muskrat mediassa Palvelut Musta lista Yhteydenotto</p>	<p>MUSTA LISTA</p> <p>Mustalla listalla esitellään koti- ja ulkomaisia yrityksiä, jotka käyttävät markkinoinnissaan harhaanjohtavia menetelmiä.</p> <p>Useimmat niistä tuottavat erilaisia hakemisto- ja yhteystieto-palveluita. Yhteistä niille kaikille on palveluiden markkinointi joko erehdyttävästi laskua muistuttavin tilisiirtolomakkein tai maksuttomaksi tietojenpäivityslomakkeiksi tms. naamioiduin "tilausvahvistuksin". Tarjotut palvelut ovat usein verraten laaduttomia varsinkin hintaansa nähden.</p>
<p>Linkit</p>	<p>MUUTAMIA MYYNNIN / MARKKINOINNIN HARMAITA KOHTIA</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Domain-päätteiden markkinoinnista ■ Luettelo- ja hakemistopalveluiden sopimusehdoista / laskutuksesta ■ Toimistotarvikekaupan kyseenalaisista kylkiäisistä ■ Epävirallisten patenttihakemistojen tarjouskirjeet ■ Kiertelevien toimistotarvikekauppioiden tilausepäselvyyksistä
<p>Toimintaohjeita Etusivulle</p>	<p>MUSTA LISTA</p> <p>KOTIMAISET</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ AAA-Europe / Suomen Hallakat Oy ■ Oy Etu Energia Ab ■ Keltainen Yritysluettelo / Yellow Europa Oy ■ Nord Sphk Oy ■ PrimeCom Finland Oy ■ Suomen Invalidiliitto ■ Suomen Liikkekustannus Oy ■ Suomen Omistajatieto Oy ■ Suomen Yrittäjiliitto ■ Suomen Yrityshakemisto / Xaton Oy ■ Suomen Yritysmedia Oy ■ Valtakunnan Yritysmedia ■ Yritysnumeropalvelu.fi / Indicum Oy ■ 01080 Numeropalvelu Oy
<p>Lity TÄSTÄ maksuttomalle postitustallemme. Päivitykset ja varoitukset suoraan sähköpostisi.</p>	<p>ULKOMAISET (suuri osa jatkuvasti aktiivisina)</p> <p>Harhaanjohtavat tilausvahvistuslomakkeet</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Construct Data Verlag / The Fair Guide (päivitetty 18.5.2008) ■ DAD Deutscher Adressdienst GmbH ■ EU Company Directory / Euro Business Guide ■ Europa-Club / World Travel Register / EuropaFind ■ European City Guide ■ Guia Telefax Anuario Profesional / World Wide Web Register ■ Intercable Verlag AG / Transworld Business and Buyers Publications ■ International Business And Trade Databases ■ The International Fax Directory / IT&T fax directory ■ NovaChannel ■ TVV Verlag Fax Directory / Classified Telefax Pages / Br@ncheninfo ■ UTP Digital Directories

- 1st European City Guide

Harhaanjohtava telemarkkinointi (bannerikauppiat)

- Allt om Affärer
- Businessbook Online.com
- Business to Business
- The Business Today
- Business Web Europe
- Eurobiz online
- Euroguide online
- European Communications / Euro-comm.com
- EuroTradeForum
- Företagsguiden / NetGroup Media AB
- Global Market
- Navigator Norden
- Nordiska Affärer
- Nordiska Näringsgölden
- Nordic Business Link
- Nordic Expo.net (entinen Nordic Net Expo.com)
- Nordisk Företagsinfo
- Nordisk Industri
- Nordiska Företag
- Scan-Today.com / Scandinavian Business Index
- Scandinavian Businesslink
- ScandinavianTIMES.com
- Skandinaviska Näringsguid

Laskua muistuttavat mainokset / "patenttirekisterit"

- The Day Group
- Deutsche Messe OÜ
- FIPTR / Federated Institute for Patent & Trademark Registry
- Trademark Publisher GMBH

Muskrat / Tasekonttori Oy,
Pasilennätö 9, 5. kerros,
00240 HELSINKI
Puh: 045-670 7892
Y-tunnus: 2150786-4

SVENSK HANDEL

Varningslistan

Varningslistan sammanställer och varnar för företag som ofta förekommer i klagomålssammanhang. Svensk Handels Varningslista bedömer företag utifrån marknadsrättsliga grunder, det vill säga huruvida företagets marknadsföring och beteende på marknaden är seriöst. I menyn till vänster kan du läsa om de kriterier som ligger till grund för publiceringarna på listan.

Bestrida bluffakturor

Svensk Handel hjälper också medlemmar med hur de ska hantera oseriösa företag och bluffakturor. Om du har fått en faktura som är felaktig skall du i första hand kontakta företaget och försöka få en rättelse. Om du inte lyckas med detta måste du bestrida fakturan.

Skicka gärna också in underlaget till oss på Svensk Handel så att vi kan varna andra företagare. Fäxa underlaget på nummer: 010-4718677 eller skicka e-post till varningslistan@svenskhandel.se.

Mer information

Om du är medlem i Svensk Handel och behöver ytterligare information, logga in och titta bland medlemsverktygen.

Icke medlemmar

Är du inte medlem i Svensk Handel, men behöver råd vad gäller bluffakturor, betalningsanmärkningar eller inkassokrav, läs mer på www.varningsinfo.se.

Sök företag i varningslistan

Alfabetisk ordning

Senast inkomna



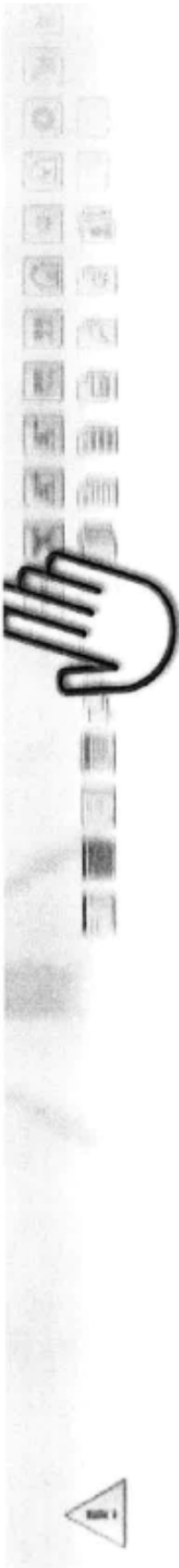
100412 :
alltombolag.com
 080922 :
[AP Factoring](#)
 101101 :
[Branschfakta](#)
 101005 :
[Den Gröna Nyckeln \(Obs! Avser ej Håll Sverige Rent\)](#)
 101015 :
[Din Företagsdel](#)
 101007 :
[Din TeleDel](#)
 101015 :
[Din lokalDel](#)
 100907 :
[Eniro & Robygg webbkonsult AB](#)
 101015 :
[eniro Handel Frej](#)
 100503 :
[enova](#)
 100413 :

Varningslistan - Svensk Handel

<http://www.svenskhandel.se/Vi-arbetar-med/Sakerhet/Varningslistan/>

ensidia
061103 :
EU Company Directory
100412 :
Euro Business Guide
100614 :
Euro Millions Lottery
040101 :
European City Guide
090825 :
Expo Guide
101015 :
företag.se
100915 :
Företags Journalen Swearien E & R AB
100517 :
Företagsdelen / Elect Förlag AB
101015 :
Företagsdelen / H.Media & Information AB

123



What are they?

Although some are genuine, many offers on Internet claiming to be free of charge are only so in appearance. It takes no more than a few clicks to take up the offer and the general conditions are long, in small writing and tedious to read. So why bother reading them? The product on offer is free anyway! And one click is so quick! Internet swindlers know this very well and conceal costly traps in their seemingly harmless offers. The following topics require particular vigilance:

- Prize draws
- Ring tones, mobile phone logos and games
- Tests of all kind
- Free text messages
- Romance / chat
- Job search
- Videos for adults
- Clairvoyant services
- Life expectancy
- Poetry
- Free programmes
- Alcohol problems
- Song lyrics
- Help with homework
- DIY help
- Astrology
- Celebrities
- Jokes
- Art

How do these swindles work?

The trick is always the same: unlike for genuinely free offers, the user has to supply his name, postal address and e-mail address even just for testing an offer. The contractual clauses are in small font at the bottom of the page or contained in the general conditions. By signing up, the user enters into an expensive and long-lasting contract.

The victim will then receive a bill by return mail for the service ordered. Internet swindlers are very insistent. Flooding you with an endless stream of electronic correspondence. They will not hesitate to call on debt collectors and solicitors and to threaten you with legal action.

Seemingly free offers which are dependent upon signing up to an expensive SMS service are also widespread: for example, the user takes an IQ test which is offered "free" on the Internet. To get the result of the tests the user is asked to enter his/her personal mobile number. In this way he/she is unwittingly entering into a contract for a paid SMS subscription service. He/she then subsequently receives endless SMS messages at increasingly shorter intervals. The receipt of an SMS message can cost between CHF 1.00 and 5.00 and can add up to a significant amount which is then billed by the mobile phone provider in conjunction with its services.

What to do?

Precautions to be taken:
Prevention is better than cure! You must also be particularly careful when it comes to "free offers" on the Internet. If you cannot take up an offer without disclosing your details beforehand or entering your personal mobile number, make sure you read the general terms in detail and look out for any mention of price.

What should be done if you have made a subscription by responding to a misleading offer on Internet:

You must refuse to pay the bill and, as soon as you become aware of your mistake, declare to the supplier by registered post that you were misled by their site and that you therefore contest the validity of the contract. The letter you send must contain at least the following text: "I was misled by your website. I therefore contest the validity of the contract on the grounds of mistaken consent and intent to mislead. The contract is therefore null and void". You only need to send one letter so you can ignore any subsequent correspondence sent by the supplier.

Note: By law you have one year in which to dispute the agreement from the date you learned of the mistake or deception.

In the case of an SMS subscription you should also take the following action:

- immediately stop the service in question by sending an SMS message with the word STOP to the corresponding short number.
- send a copy of the letter disputing the contract to your mobile phone provider, before expiry of the period for paying the bill, and inform it that you are not prepared to pay the SMS subscription and will therefore only pay the undisputed portion of the mobile phone charges. The provider is not permitted to subsequently block your connection. It can however block the connection for value added services.
- contact the Telecommunications Ombudsman, Bundesgasse 26, 3011 Bern (www.ombudscom.ch) if you are unable to subsequently reach agreement with your mobile phone provider or with the provider of value-added service numbers.

Note: If legal action is taken against you you must file a judicial objection to judgement within ten days! We recommend that you immediately file a judicial objection with the Office of Debt Enforcement.



Complaints/compliance

[Cross Border Complaints](#)[Sanctions](#)[How to complain](#)[> Euro Ad Alerts](#)

Euro Ad Alerts

Last updated: November 2009

EASA Euro Ad Alerts are aimed at practitioners, relevant government and consumer organisations concerning cross-border advertisements demonstrating sharp and extremely misleading practices. They provide updates on companies endorsing such practices and provide advice to consumers and companies who have been misled.

A study by the Policy Department of the European Parliament on the misleading practices of directory companies was published in May 2008. The study was requested by the European Parliament's Committee on Internal Market and Consumer Protection (IMCO) and looks at the problem posed by misleading directory companies and how the legal framework deals with the issue.

[Study on misleading directory companies - May 2008 \[Pdf, 2220Kb\]](#)

EURO AD ALERT LIST

Euro Content Ltd

[Euro Ad Alert - Euro Content Ltd - August 2010 \[Pdf, 114Kb\]](#)

NovaChannel AG

[Euro Ad Alert - NovaChannel AG - November 2009 \[Pdf, 53Kb\]](#)
[Ruling Swiss Supreme Court - October 2009 \[Pdf, 33Kb\]](#)

Friedrich Müller

[Euro Ad Alert - Friedrich Müller - November 2009 \[Pdf, 27Kb\]](#)
[Press Release Bundesnetzagentur - May 2008 \[Pdf, 53Kb, in German\]](#)
[Injunction: Austrian Supreme Court - July 2009 \[Pdf, 48Kb, in German\]](#)

World Business Guide

[Euro Ad Alert - World Business Guide - November 2009 \[Pdf, 38Kb\]](#)
[Adjudication of the Spanish SR, Autocontrol \[Pdf, 2672Kb\]](#)

Other directory companies that EASA is following:

More information to come soon

DAD (Deutscher Adressdienst GmbH)
European City Guide
Construct Data
Med1Web
Web Company Register
Euro Business Guide
EU Company Directory
El Gordo