

**Pohjoismaiden kuluttaja-
asiamiesten
yhteinen kannanotto**

**Mobiilisisältöpalvelujen
markkinointi**

1 Johdanto

Pohjoismaiden kuluttaja-asiamiehet valvovat kuluttajansuojan toteutumista huolehtimalla siitä, että elinkeinonharjoittajat noudattavat markkinoinnissaan ja sopimusehdoissaan oman maansa lainsäädäntöä.¹

Tässä asiakirjassa esitellään Norjan, Ruotsin, Tanskan ja Suomen kuluttaja-asiamiesten yhteinen kannanotto mobiilisisältöpalvelujen markkinoinnista. Kuluttaja-asiamiehet ovat koonneet kannanottoon niitä keskeisiä säännöksiä, joita kaikkien pohjoismaisille kuluttajille mobiilisisältöpalveluja tarjoavien elinkeinonharjoittajien on vähintäänkin noudatettava, jotta yhteinen vaatimus hyvästä markkinointitavasta toteutuisi.

Kannanotossa esitellään, millaista konkreettista lainsäädäntöä ja millaisia käytänteitä mobiilisisältöpalvelujen markkinointia varten on laadittu. Lisäksi selvennetään, mitä hyvällä markkinointitavalla tarkoitetaan. Kannanotossa selostettujen vähimmäisvaatimusten lisäksi maissa on voimassa myös kansallisia erityissäännöksiä. Niissä saatetaan asettaa muitakin vaatimuksia kuin tässä kannanotossa on käsitelty.

Mobiilisisältöpalveluilla tarkoitetaan puhelinverkon välityksellä matkapuhelimeen (tai muuhun mobiilipäätelaitteeseen) toimitettavia ja tämän laitteen avulla käytettäviä palveluja. Mobiilisisältöpalveluita ovat siis esimerkiksi soittoäänet, kuvat, uutispalvelu, äänestykset ja keskustelupalstat. Palvelut veloitetaan joko suoraan rahakortilla, erillisellä laskulla tai jälkikäteen puhelinlaskussa.

Tämä kannanotto koskee ainoastaan matkapuhelimen avulla käytettävien palvelujen ostamista. Ostettujen palvelujen yhteissumma ei saa ylittää rajoja, jotka kukin maa on asettanut vahvistamiensa maksuluokkien perusteella². Kannanotto ei koske muiden palvelujen tai tavaroiden, kuten esimerkiksi elokuvalippujen, pysäköintimaksujen ja automaattista ostettavien tuotteiden maksamista matkapuhelimella.

Mobiilisisältöpalvelujen markkinat ovat jatkuvasti kasvava markkina-alue Pohjoismaissa. Alan liikevaihto kasvaa sitä mukaa kuin markkinoille tulee uusia palveluja ja palvelujen tarjoajia. Mobiilisisältöpalveluja markkinoidaan useissa eri viestimissä, muun muassa televisiossa ja Internetissä, ja usein niin, että palveluja koskevia tärkeitä tietoja ei kerrota riittävän selvästi markkinoinnissa.

Lapset ja nuoret ovat mobiilisisältöpalvelujen suurkuluttajina yritysten selkeä kohderyhmä. Yritysten on otettava tämä kohderyhmä erityisesti huomioon palveluja markkinoidessaan.

¹ Norja: <http://www.lovddata.no/all/nl-19720616-047.html>

Ruotsi: <http://www.konsumentverket.se/mallar/sv/artikel.asp?lngCategoryId=495&lngArticleId=2237>

Tanska: <http://www.forbrug.dk/markedsforing/love/forbrugerlove/mfl-loven/>

Suomi:

http://www.kuluttajavirasto.fi/user_nf/default.asp?site=35&tmf=7950&lmf=8297&id=8297&mode=readdoc

² Norja: Maksuluokat ovat operaattoreiden vahvistamia. Lisätietoja: <http://cpa.telenor.no/cpa/>

Suomi: Suomessa ei ole vastaavia maksuluokkia. Yksittäiset operaattorit voivat asettaa rajoituksia.

Tanska: Maksuluokat on vahvistettu mobiilisisältöpalveluja koskevassa puitesopimuksessa:

[http://www.teleindustrien.dk/Billeder/SMS-](http://www.teleindustrien.dk/Billeder/SMS-gruppen/TI_Rammeaftaleformobileindholdstjenester_V3.1_FINAL_03.12.2004.doc)

[gruppen/TI_Rammeaftaleformobileindholdstjenester_V3.1_FINAL_03.12.2004.doc](http://www.teleindustrien.dk/Billeder/SMS-gruppen/TI_Rammeaftaleformobileindholdstjenester_V3.1_FINAL_03.12.2004.doc)

Ruotsi: Yksittäiset operaattorit voivat asettaa rajoituksia. Tilattavia palveluja koskeva rajoitus sisältyy toimialajärjestö MORGANin eettisiin sääntöihin, kohta 3.1.2:

http://www.morganforum.com/pdf/Morgan_Code_Of_Conduct_20050525.pdf

Mobiilisisältöpalveluja koskevat samat yleiset periaatteet kuin muidenkin tavaroiden ja palvelujen markkinointia. Markkinoinnissa annettavien tietojen ja sopimusehtojen on oltava ymmärrettäviä ja selkeitä. Myös viestimen erilaisia ominaisuuksia on käytettävä hyväksi parhaalla mahdollisella tavalla, jotta palveluja koskevat olennaiset tiedot välittyisivät kuluttajille.

Mobiilisisältöpalvelujen myyntiin sovelletaan yleisiä kuluttajansuojasäännöksiä. Tällaisia ovat mm. sopimusehtoja, ostamista, palveluja, markkinointia, hintatietoja, peruuttamisoikeutta, henkilötietoja yms. koskevat säännökset.

Yhteispuhjoismainen kannanotto on luonteva siksi, että mobiilisisältöpalvelujen markkinointiin liittyvät ongelmat sekä markkinointia koskevat säännökset ja ratkaisukäytännöt ovat eri Pohjoismaissa hyvin samankaltaisia. Maissa toimii osittain myös samoja yrityksiä. Lisäksi EU-/ETA-säännösten kautta kutakin maata sitovat samat yhteisön säädökset. Siltä osin kun säännöksissä tai käytänteissä kuitenkin on eroja, asiasta on mainittu erikseen.

Kuluttaja-asiamiesten yhteisen kannanoton tarkoituksena on antaa mobiilisisältöpalvelujen tarjoajille yleiskuva palvelujen markkinointia ja myyntiä koskevista keskeisistä vaatimuksista. Toivomuksena on, että markkinointi täsmentyy ja että eräät mobiilisisältöpalvelujen markkinointiin liittyvät erityisnäkökohdat, kuten lapset ja nuoret markkinoinnin kohteena, otetaan riittävän hyvin huomioon markkinoinnissa. Koska kannanotosta toivottiin yksinkertaista ja selkeää, siihen ei ole otettu mukaan kaikkien näkökohtien yksityiskohtaisempia perusteluja. Alaviitteissä on sen sijaan jonkin verran viittauksia oikeuslähteisiin, esimerkkejä yms.

Monet tässä kannanotossa selostetuista mobiilisisältöpalvelujen markkinointia ja myyntiä koskevista vaatimuksista perustuvat alan vakiintuneisiin käytännösääntöihin, jotka sisältyvät pohjoismaisten matkapuhelinoperaattoreiden laatimiin sopimuksiin ja ohjeisiin.³ Pohjoismaiden kuluttaja-asiamiehet ovat osallistuneet omista maissaan alaa koskevien sopimusten ja ohjeiden laadintaan vaihtelevasti. Siksi kuluttajanäkökohtaa ei välttämättä ole otettu riittävän hyvin huomioon eri Pohjoismaiden käytännösäännöissä. Kuluttaja-asiamiehet voivat pitää poikkeamista alan vakiintuneista, markkinointia ja sopimusten sääntelyä koskevista käytänteistä sopimattomana ja markkinointilainsäädännön vastaisena.

Kannanotto ei kata täysin mobiilisisältöpalvelujen markkinointia koskevia säännöksiä. Kunkin maan lainsäädännössä, mm. etämyyntiä ja sähköistä kauppaa koskevissa laeissa, on erityisiä määräyksiä siitä, mitä tietoja kuluttajalle on annettava. Lisäksi niissä on yleissäännöksiä, joihin sisältyy markkinointia ja sopimusehtojen käyttöä koskevia rajoituksia. Parhaan kokonaiskuvan alaa koskevista säännöksistä saa tutustumalla kunkin maan lainsäädäntöön. Lisätietoja löytyy Pohjoismaiden kuluttaja-asiamiesten verkkosivuilta.⁴

Elinkeinonharjoittaja, joka markkinoi tuotteitaan rajojen yli Euroopan talousalueen sisällä, on sähköistä kauppaa koskevan direktiivin (2000/31/EY) mukaan velvollinen noudattamaan ensisijaisesti sijoittautumismaansa lainsäädäntöä. Pohjoismaiden kuluttaja-asiamiehet voivat puuttua muista ETA-maista Internetin välityksellä tapahtuvaan markkinointiin, jos se on tarpeellista kuluttajien suojelemiseksi tilanteissa, joissa heidän etujaan muutoin saatettaisiin loukata vakavasti ja jos toimenpiteet ovat kohtuullisessa suhteessa suojan tarpeeseen. Euroopan talousalueen ulkopuolisista maista tapahtuvaan markkinointiin voidaan puuttua aina, jos markkinointi kohdistuu yhden tai useamman Pohjoismaan kuluttajiin. Rajat ylittävässä markkinoinnissa on siis huomioitava vastaanottajamaassa voimassa olevat säännökset.

³ Suomessa ei ole tällä hetkellä kaikilta osin yhtä laajoja alaa koskevia itsesääntelyohjeita tai muita tässä tarkoitettuja normeja.

⁴ Tanska: www.forbrugerombudsmanden.dk

Suomi: <http://www.kuluttajavirasto.fi>,

på svenska: http://www.kuluttajavirasto.fi/user_nf/default.asp?site=35&tmf=0&lmf=0&id=0

Norja: <http://forbrukerombudet.no/>

Ruotsi: <http://www.konsumentverket.se/>

EU:ssa on lisäksi voimassa useita direktiivejä, joilla säädellään tässä kannanotossa esiteltyjä asioita. Valtaosa kyseisistä direktiiveistä on saatettu osaksi jäsenvaltioiden kansallista lainsäädäntöä.

Mobiiliteknologia on dynaaminen ala, jossa on jatkuvasti kehitteillä uutta lainsäädäntöä ja uusia käytänteitä. Siksi kannanottoa saatetaan joutua täydentämään tai muuttamaan.

Tämä kannanotto ei ole verrattavissa oikeussäännökseen tai määräykseen eikä siinä myöskään ole käsitelty kattavasti kaikkia mobiilisisältöpalvelujen markkinointiin liittyviä ongelmatilanteita. Kannanotto antaa kuitenkin hyvän yleiskuvan siitä, mitkä asiat kuluttaja-asiamiesten mielestä kuuluvat markkinointilainsäädännön piiriin.

Tähän asiakirjaan sisältyy kahdenlaisia vaatimuksia: pakollisia ja suosituksia. Pakolliset vaatimukset, joiden yhteydessä norjankielisessä alkuperäistekstissä on käytetty sanoja "skall", "må" tai vastaavaa ilmaisua, perustuvat markkinointilainsäädäntöön ja ne on suomennettu pakottavuutta kuvaavilla ilmaisuilla kuten "on noudatettava", "tulee" (tehdä), "ei saa" (tehdä). Suositukset ("bør") on suomennettu konditionaalilla "tulisi". **Kuluttaja-asiamiehet eivät ole ottaneet kantaa siihen, toimiiko yritys aina lainvastaisesti jättäessään noudattamatta kannanotossa esitettyä vaatimusta, vaan arvioivat tapauksia ratkaisukäytännössään.**

2 Lait

Tämä kannanotto perustuu vaatimuksiin, joita eri Pohjoismaiden lainsäädäntö asettaa mobiilisisältöpalvelujen markkinoinnille ja myynnille seuraavilla alueilla:

- markkinointi
- holhous/oikeustoimikelpoisuus (lasten ja nuorten tekemät sopimukset)
- etämyynti (peruuttamisoikeus)
- arpajaiset
- henkilötiedot

Lisäksi tarkastellaan myös kunkin maan matkapuhelinoperaattoreiden laatimien alakohtaisten sopimusten periaatteita.

2.1 Markkinointi⁵

Yrityksen, joka markkinoi ja myy mobiilisisältöpalveluja, on noudatettava Pohjoismaiden markkinointilainsäädännön vaatimuksia. Markkinointilainsäädännön pääperiaatteita ovat muun muassa:

Elinkeinotoiminnassa ei saa käyttää kuluttajien kannalta sopimatonta tai muutoin hyvän markkinointitavan vastaista menettelyä.

On kiellettyä pyrkiä lisäämään tavaroiden ja palvelujen kysyntää markkinoimalla niitä virheellisten ja harhaanjohtavien tai puutteellisten tietojen avulla.

Markkinointia on aina arvioitava sen perusteella, millaisen välittömän vaikutelman se antaa sille kuluttajaryhmälle, jolle se on suunnattu.

⁵ Tanska: [Lovbekendtgørelse nr. 699 af 17. juli 2000 \(som ændret ved lov nr. 428 af 6. juni 2002, lov nr. 450 af 10. juni 2003 og lov nr. 352 af 19. maj 2004\)](#).

Suomi: Kuluttajansuojalaki 2 luku, <http://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/1978/19780038>

Norja: Lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår (Nr. 47 av 16. juni 1972) - <http://www.lovdato.no/all/hl-19720616-047.html>

Ruotsi: Marknadsföringslagen (1995:450),

<http://www.konsumentverket.se/mallar/sv/artikel.asp?lngCategoryId=495&lngArticleId=2237>

Eri Pohjoismaiden markkinointilaeissa ei ole yleisesti kielletty lapsiin kohdistuvaa markkinointia. Niissä asetetaan kuitenkin tiettyjä rajoituksia markkinoinnille, jonka kohderyhmänä ovat lapset ja nuoret. Lakeihin sisältyy varovaisuusnormi, jonka rikkomiseen on suhtauduttava ankarammin silloin, kun markkinointi kohdistuu alaikäisiin.

Lapsille ja nuorille suunnatussa markkinoinnissa ei saa käyttää hyväksi lasten ja nuorten kokemattomuutta, hyväuskoisuutta ja luottavaisuutta. Lapsia ja nuoria ei myöskään saa johtaa harhaan. Siksi tuotteista ja palveluista annettavat tiedot on mukautettava kohderyhmän ikään. Arviointi on sitä ankarampaa, mitä nuorempi kohderyhmän arvioidaan olevan.

2.2 Lasten ja nuorten tekemät sopimukset⁶

Holhouslaeissa säädetään muun muassa alaikäisten ja muiden vajaavalttaisten mahdollisuuksista tehdä sopimuksia elinkeinonharjoittajien kanssa.

Lainsäädännössä on rajoitettu alaikäisten mahdollisuuksia päättää itse varojensa käytöstä tai tehdä sitovia sopimuksia. Alaikäiset eivät voi tehdä velkaa eivätkä lähtökohtaisesti myöskään sopimuksia sellaisten mobiilisisältöpalvelujen ostamisesta, jotka veloitetaan jälkikäteen puhelinlaskussa.⁷

Siksi alaikäisten kanssa tehtävien sopimusten ehdoille on asetettava ankarammat vaatimukset kuin täysi-ikäisten kanssa tehtävien sopimusten ehdoille.

Lisätietoja eri Pohjoismaiden oikeudellisesta tilanteesta löytyy muun muassa alla luetelluista eri maiden kuluttaja-asiamiesten laatimista ohjeista, jotka koskevat alaikäisiin kohdistuvaa markkinointia ja alaikäisten kanssa tehtäviä sopimuksia.⁸

⁶ Tanska: Værgemålsloven, lov nr 388 af 14/06/1995 (myöhempine muutoksineen,

http://www.retsinfo.dk/_GETDOC/_ACCN/A19950038830-REGL

Suomi: Laki holhoustoimesta,

<http://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/1999/19990442?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=minder%C3%A5rig>

Norja: Lov om vergemål for umyndige (N.r 3 av 22. april 1927) - <http://www.lovdato.no/all/hl-19270422-003.html>

Ruotsi: Föräldrabalk (1949:381) 9 kappale,

http://rixlex.riksdagen.se/htbin/thw?%24%7BHTML%7D=SFST_DOK&%24%7BSNHTML%7D=SFSTR_ERR&%24%7BBASE%7D=SFST&BET=1949%3A381&%24%7BTIPSHOW%7D=format%3DTHW

⁷ Eri Pohjoismaissa on erilaisia säännöksiä laeista myönnettävistä poikkeuksista. Nämä käyvät ilmi kunkin maan kansallisista säännöksistä.

⁸ Tanska: Kuluttaja-asiamiehen ohje, huhtikuu 2002, Børn, unge og markedsføring,

<http://www.forbrug.dk/klage/love/forbrugerlove/mfl/retningslinjer/boern-unge-og-markedsfoering/>

Suomi:

http://www.kuluttajavirasto.fi/user_nf/default.asp?site=35&tmf=7953&lmf=9711&id=15477&mode=readdoc

Norja: http://forbrukerombudet.no/asset/864/1/864_1.pdf

Ruotsi: http://www.konsumentverket.se/Documents/konsumentratt/vagledning_mf_barn.pdf

2.3 Peruuttamisoikeus – etämyynti⁹

Etämyyntiä koskevaan lainsäädäntöön sisältyy säännöksiä, jotka koskevat elinkeinonharjoittajan velvollisuutta antaa tiettyjä tietoja ennen sopimuksen tekoa ja sen jälkeen sekä kuluttajan oikeutta peruuttaa sopimus.

Lainsäädännön tarkoituksena on varmistaa, että kuluttaja saa asiaankuuluvat ja välttämättömät tiedot myös sellaisissa yksittäisissä myyntitilanteissa, joissa hän, toisin kuin myymälässä asioidessaan, ei voi nähdä tavaraa tai muodostaa käsitystä palvelusta ennen sen ostamista. Lisäksi tarkoituksena on antaa kuluttajalle tietty harkinta-aika myöntämällä hänelle eräissä tapauksissa oikeus peruuttaa sopimus (peruuttamisoikeus).

Peruuttamisoikeutta koskevat säännökset vaihtelevat jonkin verran riippuen siitä, millaisesta myyntitilanteesta ja millaisista suoritteista kulloinkin on kysymys.

2.4 Arpajaiset¹⁰ – maksulliset kilpailut

Arpajaislaeissa on arpajaisten järjestämiseen liittyviä rajoituksia.

Kansallinen arpajaislainsäädäntö on otettava huomioon järjestettäessä kilpailuja, joissa käytetään esimerkiksi teksti- tai multimediatekstejä. Lisätietoja säännöksistä saa kunkin maan arpajaisia valvovilta viranomaisilta.¹¹

Tämän lisäksi kussakin maassa saattaa olla voimassa erityissäännöksiä kilpailujen ja arpajaisten käytöstä muiden tavaroiden ja palvelujen markkinoinnin yhteydessä. Lisätietoja eri maiden markkinointilaeista, ks. alaviite 1.

⁹ Tanska: Lov nr. 451 af 9. juni 2004 om visse forbrugeraftaler,

<http://www.forbrug.dk/klage/love/forbrugerlove/18/forbrugeraftaleloven-for-aftaler-efter-01102004/>

Suomi: Kuluttajansuojalaki 6 luku: Etämyynti, <http://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/1978/19780038>

Laki tietoyhteiskunnan palvelujen tarjoamisesta, <http://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/2002/20020458>

Norja: Lov om opplysningsplikt og angrerett m.v. ved fjernsalg og salg utenfor fast utsalgssted (Nr. 105 av 21. desember 2000) - <http://www.lovdatab.no/all/hl-20001221-105.html>

Ruotsi: Distans- och hemförsäljningslag (2005:59),

http://rixlex.riksdagen.se/htbin/thw?%24%7BOOHTML%7D=SFST_DOK&%24%7BSNHTML%7D=SFSTR_ERR&%24%7BBASE%7D=SFST&BET=2005%3A59&%24%7BTRIPSHOW%7D=format%3DTHW

¹⁰Tanska: Yksittäisiä lakeja, <http://www.erhverv.toldskat.dk/ToldSkat.aspx?oID=100242&vID=0&i=1-i100242>

Suomi: Arpajaislaki,

<http://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/2001/20011047?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=lotteri>

Norja: <http://www.lovdatab.no/all/hl-19950224-011.html>

Ruotsi: Lotterilag (1994:1000),

http://rixlex.riksdagen.se/htbin/thw?%24%7BOOHTML%7D=SFST_DOK&%24%7BSNHTML%7D=SFSTR_ERR&%24%7BBASE%7D=SFST&BET=1994%3A1000&%24%7BTRIPSHOW%7D=format%3DTHW

¹¹Tanska: Spillemyndigheden under Told & Skat,

<http://www.erhverv.toldskat.dk/ToldSkat.aspx?oID=100239>

Suomi: Sisäasiainministeriön arpajais- ja asehallintoyksikkö,

http://www.intermin.fi/intermin/home.nsf/pages/index_sve

Norja: Lotteri- og stiftelsestilsynet, <http://www.lottstift.no/>

Ruotsi: Lotteriinspektionen, <http://www.lotteriinspektionen.se/>

2.5 Henkilötiedot¹²

Henkilötietolainsäädännössä on yleisiä säännöksiä henkilötietojen käsittelystä.

Kun henkilötietojen käsittelystä tulee osa kuluttajien kanssa kauppaan käyvän elinkeinonharjoittajan käyttämää sopimusta tai markkinointimenetelmää, sovelletaan sekä markkinointia koskevia säännöksiä että henkilötietolakea.

3 Alakohtaiset käytäntösäännöt ja sopimukset¹³

Eri Pohjoismaiden matkapuhelinmarkkinoilla toimivat operaattorit ja palvelun tarjoajat ovat tehneet sopimuksia säädelläkseen mobiilisisältöpalvelujen markkinointia ja myyntiä matkapuhelinverkoissa.

Alakohtaisiin sopimuksiin sisältyy useita vahvistettuja periaatteita ja sääntöjä, joita sisällöntuottajien ja operaattoreiden on noudatettava. Ne koskevat kaikkea sisältöpalvelujen toimittamista kuluttajille riippumatta siitä, minkä matkapuhelinyhtiön asiakkaita kuluttajat ovat.

Alakohtaisista sopimuksista ilmenee, millaisia mobiilisisältöpalvelujen markkinointia ja myyntisopimusten tekemistä koskevia käytäntöjä alalla on voimassa. Kuten edellä on mainittu, kuluttaja-asiamiehet voivat pitää poikkeamista näistä sopimattomana ja markkinointilainsäädännön vastaisena.

Pohjoismaiden kuluttaja-asiamiehet ovat osallistuneet alaa koskevien sopimusten ja ohjeiden laadintaan vaihtelevasti. Tästä syystä kuluttajanäkökohtia ei välttämättä ole otettu riittävän hyvin huomioon kaikkien Pohjoismaiden alakohtaisissa käytänteissä.

4 Määritelmät

Mobiilisisältöpalveluilla tarkoitetaan puhelinverkon välityksellä matkapuhelimeen (tai muuhun mobiilipäätelaitteeseen) toimitettavia ja tämän laitteen avulla käytettäviä palveluja. Tällaisia palveluja ovat esimerkiksi soittoäännet, uutispalvelu, kuvat, äänestykset ja keskustelupalstat. Mobiilisisältöpalvelut maksetaan joko suoraan rahakortilla, erillisellä laskulla tai jälkikäteen puhelinlaskussa.

Kuluttaja-asiamiesten yhteinen kannanotto koskee ainoastaan matkapuhelimella käytettävien palvelujen ostamista. Ostettujen palvelujen yhteissumma ei saa ylittää rajoja, jotka kukin maa on

¹²Tanska: Lov nr. 429 af 31/05/2000 om behandling af personoplysninger, <http://www.forbrug.dk/markedsforing/love/forbrugerlove/6/>

Suomi: Henkilötietolaki, <http://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/1999/19990523>

Norja: Lov om behandling av personopplysninger (Nr. 31 av 14. april 2000) - <http://www.lovdata.no/all/hl-20000414-031.html>

Ruotsi: Personuppgiftslag (1998:204),

http://rixlex.riksdagen.se/htbin/thw?%24%7BHTML%7D=SFST_DOK&%24%7BSHTML%7D=SFST_ERR&%24%7BBASE%7D=SFST&BET=1998%3A204&%24%7BTRIPSHOW%7D=format%3DTHW

¹³Tanska: Mobiilisisältöpalveluja koskeva puitesopimus, http://www.teleindustrien.dk/Billeder/SMS-gruppen/TI_Rammeaftaleformobileindholdstjenester_V3.1_FINAL_03.12.2004.doc

Suomi: Suomessa ei ole vastaavia yleisiä alakohtaisia sääntöjä tai sopimuksia, ainoastaan maksullisia puhelinpalveluita koskevia itsesääntelyohjeita. Eettisen neuvoston laatimat maksullisia puhelinpalveluita koskevat normit ovat luettavissa osoitteessa <http://www.mapel.fi/> (vain suomeksi). Suomen suoramarkkinointiliitto on lisäksi julkaissut mobiilisisältöpalveluja koskevan "m-koodin" (code of conduct), joka on luettavissa osoitteessa <http://www.ssml-fdma.fi/> (vain suomeksi)

Norja: <http://netcom.no/partnere/innholdsleverandorer/retningslinjer/Retningslinjer.pdf> og http://cpa.telenor.no/cpa/guidelines/2004-12-01_CPA_Retningslinjer_ver_1.1.pdf

Ruotsi: http://www.morganforum.com/pdf/Morgan_Code_Of_Conduct_20050525.pdf
<http://www.etiskaradet.se/regler/documents/EtiskaRegler2004.pdf>

asettanut vahvistamiensa maksuluokkien perusteella¹⁴. Kannanotto **ei** koske muiden palvelujen tai tavaroiden maksamista matkapuhelimella. Tällaisia ovat esimerkiksi elokuvaliput, pysäköintimaksut ja automaateista ostettavat tuotteet.

Sisällöntuottajalla tarkoitetaan yritystä, joka markkinoi ja toimittaa mobiilisisältöpalveluja kuluttajille.

Operaattoreilla tarkoitetaan yrityksiä, jotka tarjoavat kuluttajille pääsyn matkapuhelinverkkoihin.

Lapsilla ja nuorilla tarkoitetaan alaikäisiä. Alaikäinen on alle 18-vuotias henkilö.

Lyhytsanomapalvelunumerolla (premium-SMS-tekstiviestit) tarkoitetaan numeroa, jota sisällöntuottaja käyttää palvelujen toimittamiseen.

Kestotilattavalla palvelulla tarkoitetaan palvelua, jonka toimittaminen kuluttajalle jatkuu hänen lähettämänsä tilauksen jälkeen, kunnes kuluttaja lopettaa palvelun. Tällaisia voivat olla esimerkiksi uutispalvelut, soittoäänten tai logojen tilaukset ja keskustelupalstat. Kestotilattavia palveluita kutsutaan myös push-palveluiksi.

5 Mobiilisisältöpalvelujen markkinointi

5.1 Yleistä

Kaiken kuluttajille suunnattavan markkinoinnin tulee olla selkeää ja ymmärrettävää. Se ei saa olla harhaanjohtavaa eikä sisältää virheellisiä tietoja. Kuluttajan on saatava markkinoinnista ne tiedot, jotka hän voi perustellusti odottaa saavansa. Tämä tarkoittaa sitä, että kuluttajalle on ennen sopimuksen tekoa annettava tiedot kaikista oston liittyvistä olennaisista sopimusehdoista, vertaa kohta 5.2.

Mobiilisisältöpalvelujen myynti luokitellaan etämyynniksi. Kussakin Pohjoismaassa tämäntyyppiseen myyntiin sovelletaan kansallisia erityissäännöksiä. Katso viittauksia lakiteksteihin kohdassa 2.3.

Se, millaisen sisällön lait ovat saaneet kussakin maassa, vaikuttaa muun muassa kuluttajan mahdollisuuteen käyttää peruuttamisoikeutta ostamaansa mobiilisisältöpalveluun. Tästä syystä kaikkien mobiilisisältöpalveluja tarjoavien yritysten on perehdyttävä kansallisiin etämyyntisäännöksiin ja noudatettava niitä.

Sama koskee luonnollisesti myös mahdollisia erityismääräyksiä, jotka perustuvat kunkin maan markkinointilainsäädäntöön tai muihin säännöksiin.

Mobiilisisältöpalveluja ei saa markkinoida lapsille ja nuorille, jos ne eivät ole sisältönsä puolesta heille sopivia. Tämä koskee esimerkiksi palveluja, joiden sisältö on pelottava, väkivaltainen tai eroottinen/pornograafinen. Tällaisten palvelujen markkinointia ja myyntiä lapsille ja nuorille pidetään kaikissa Pohjoismaissa lainsäädännön vastaisena.

Eri Pohjoismaissa voi lisäksi olla vieläkin ankarampia vaatimuksia mobiilisisältöpalvelujen markkinoinnista alaikäisille.¹⁵ Katso myös eri maiden kuluttaja-asiamiesten laatimia erityisohjeita lapsiin ja nuoriin kohdistuvasta markkinoinnista.¹⁶

¹⁴ Norja: Maksuluokat ovat operaattoreiden vahvistamia. Lisätietoja: <http://cpa.telenor.no/cpa/>
Suomi: Suomessa ei ole vastaavia maksuluokkia. Yksittäiset operaattorit voivat asettaa rajoituksia.
Tanska: Mobiilisisältöpalveluja koskeva puitesopimus, http://www.teleindustrien.dk/Billeder/SMS-gruppen/TI_Rammeaftaleformobileindholdstjenester_V3.1_FINAL_03.12.2004.doc

Ruotsi: Yksittäiset operaattorit voivat asettaa rajoituksia. Tilattavia palveluja koskeva rajoitus sisältyy toimialajärjestö MORGANin eettisiin sääntöihin, kohta 3.1.2, http://www.morganforum.com/pdf/Morgan_Code_Of_Conduct_20050525.pdf

¹⁵ Suomessa KAn ohjeesta seuraa, että "lapsia kiinnostavien tuotteiden kuten lastenlehtien, aamiaismurojen tai makeisten yhteydessä tai lapsille tarkoitetuilla verkkosivuilla lapsia ei saa kehottaa ostamaan tuotteita

Kuluttaja-asiamiehet ymmärtävät hyvin, että nykyisen mobiiliasiakkaiden rekisteröintijärjestelmän puitteissa saattaa olla vaikeaa valvoa, onko yksittäinen ostaja alaikäinen. Valvontaa vaikeuttaa muun muassa se, että usein vain alaikäisen vanhemmat on merkitty liittymäsopimukseen.

Kuluttaja-asiamiehet kehottavatkin kaikkia pohjoismaisia matkapuhelinoperaattoreita kehittämään järjestelmää, johon voidaan rekisteröidä matkapuhelinliittymän/rahakortin todellinen käyttäjä ja tieto siitä, onko kyseinen henkilö täysi-ikäinen.

Mainitut vaatimukset koskevat kaikkia mobiilisisältöpalvelujen markkinoijia riippumatta siitä, ovatko ne matkapuhelinoperaattoreita vai sisällöntuottajia.

Operaattoreiden on julkaistava Internetissä tai muussa tarkoitukseen soveltuvassa viestimessä luettelo yrityksistä, joilla on kulloinkin sopimuksia eri lyhytsanomapalvelunumeroiden käytöstä. Suomessa tällaista luettelo julkaisee Viestintävirasto.

Seuraavassa on tiivistelmä eri lyhytsanomapalvelunumeroista ja niitä käyttävistä yrityksistä kussakin Pohjoismaassa:

Norja: <https://netcom.no/omnetcom/partnere/contentprovider/kunderogkortnummer.html> tai <http://cpa.telenor.no/cpa/>

Tanska: Teleyhtiöiden kotisivut.

Suomi: <http://www.ficora.fi/suomi/tele/lyhytsanomapalvelut.htm>

Ruotsi: Operaattoreiden kotisivut/asiakaspalvelu.

5.2 Markkinoinnissa annettavat tiedot

Mobiilisisältöpalvelujen markkinoinnissa on annettava **vähintään** seuraavat tiedot:

1. Palvelun hinta. Kaikkien tekstiviesti- ja multimediaviestimuotoisten sisältöpalvelujen hinnat on ilmoitettava vastaanotettua viestiä kohti (tai vastaanotettua soittoaäntä, kuvaa jne. kohti). Hintaan on sisällytettävä tervetuloviestin mahdolliset kustannukset.
2. Palvelun tarjoajan (sisällöntuottajan) nimi ja yhteystiedot, myös maantieteellinen osoite. Lisäksi on ilmoitettava sisällöntuottajan asiakaspalvelun puhelinnumero tai muu numero, jossa käsitellään palvelua koskevia kysymyksiä.
3. Kestotilattavan palvelun (katso määritelmä kohdasta 3), markkinoinnista on käytävä ilmi,
 - että kyseessä on kesto-tilaus
 - onko sopimus ajallisesti rajoittamaton vai rajoitettu
 - onko tilausjakson pituus esimerkiksi päivä tai kuukausi ja uudistuuko tilaus automaattisesti
 - menettääkö kuluttaja tilausjakson vaihtuessa oikeuden käyttää sisältöpalveluja, jotka hän on maksanut, mutta joita ei ole käytetty

matkapuhelimen avulla eikä houkutellessa käyttämään erilaisia mobiilipalveluja". Sama koskee lastenohjelmien yhteydessä esitettäviä tv-mainoksia.

¹⁶Tanska: Kuluttaja-asiamiehen ohje, huhtikuu 2002, Børn, unge og markedsføring, <http://www.forbrug.dk/markedsforing/love/forbrugerlove/mfl-loven/retningslinier/boern-unge-og-markedsfoering/>

Suomi:

http://www.kuluttajavirasto.fi/user_nf/default.asp?site=35&tmf=7953&lmf=9711&id=15477&mode=readdoc

Norja: http://forbrukerombudet.no/asset/864/1/864_1.pdf

Ruotsi: http://www.konsumentverket.se/Documents/konsumentratt/vagledning_mf_barn.pdf

- kuinka monta viestiä kuluttaja voi odottaa saavansa
- tilauksen perusteella toimitettavien sisältöpalvelujen kokonaishinta.

4. Jos kyseessä on kestopalvelu, kuluttajalle on kerrottava, minkä komennon avulla hän voi lopettaa palvelun. Kuluttajan on voitava lopettaa palvelu lähettämällä lopetuskomento siihen lyhytsanomapalvelunumeroon, josta palvelu on tilattu.

Annettaessa kuluttajalle ohjeita siitä miten kestopalvelu lopetetaan, markkinoinnissa tulisi aina käyttää koodisanaa STOP¹⁷ tai vastaavaa sanaa maan virallisella kielellä. Yleisen STOP-komennon lisäksi markkinoinnissa voidaan kertoa myös muista mahdollisista lopetuskomennoista (esimerkiksi "stop polytone" tai vastaava), joilla kestopalvelun voi lopettaa.

5. Palvelun käyttäjälle mahdollisesti asetettu ikäraja.

6. Tieto siitä, jos kuluttajan on oikeansisältöisen palvelun toimittamiseksi käytettävä tietynlaisin ominaisuuksin varustettua puhelinta.

5.3 Vaatimukset palvelua koskevien tietojen esittämistä

Kohdassa 5.2 mainitut tiedot on kaikissa ilmoituksissa esitettävä selkeästi, esimerkiksi vaakasuoraan ja niin, että ne ovat helposti luettavissa.

Televisiossa kohdassa 5.2 mainitut tiedot on esitettävä niin, että ne ovat kokonsa, värinsä ja sijaintinsa puolesta helposti luettavissa. Hintatiedot on esitettävä lyhytsanomapalvelunumeron välittömässä yhteydessä ja niiden on oltava näkyvissä vähintään yhtä kauan kuin lyhytsanomapalvelunumero. Lapsille tarkoitettujen mainosten esittämisestä on erityissäännöksiä.¹⁸

Jos sisältöpalvelusta kerrotaan tai siihen viitataan radiossa, puhelimessa ja vastaavissa markkinointikanavissa, kohdan 5.2 tiedot on kerrottava selkeästi.

Kaikissa ilmoituksissa hinta on lisäksi ilmoitettava niin, että sen painoarvo on sama tai lähes sama kuin lyhytsanomapalvelunumeron.

WAP-yhteyttä käytettäessä kohdassa 5.2 mainitut tiedot on annettava suoraan WAP-valintaikkunassa ennen kuin kuluttaja hyväksyy ne ja maksaa palvelusta.

¹⁷ Mahdollisesti STOP tai vastaava sana maan virallisella kielellä/virallisilla kielillä.

¹⁸ Norja: Lov om kringkasting 3-1 §, <http://www.lovdato.no/all/tl-19921204-127-003.html> - 3-1

Tanska: Bekendtgørelse om reklame og sponsorering i radio og fjernsyn 17 §,

<http://www.kum.dk/sw5903.asp>

Suomi: Laki televisio- ja radiotoiminnasta, <http://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/1998/19980744>

Ruotsi: Radio- och TV-lag (1996:844) 7 kappale 4 §,

http://rixdagen.se/htbin/thw?%24%7BHTML%7D=SFST_DOK&%24%7BSHTML%7D=SFST_ERR&%24%7BBASE%7D=SFST&BET=1996%3A844&%24%7BTIPSHOW%7D=format%3DTHW

6 Mobiilisisältöpalvelujen ostamista koskeva sopimus - sopimuksen tekemistä ja toteuttamista koskevat vaatimukset

6.1 Yleistä

Jotta mobiilisisältöpalvelujen toimittamissopimuksen voitaisiin katsoa syntyneen sen sisältöisenä kuin yritys on tarkoittanut, käyttäjälle on ennen palvelun toimittamista annettava kohdassa 5 mainitut tiedot.

Kun kuluttaja tilaa palvelun lyhytsanomapalvelunumerosta, palvelu ja kaikki siihen liittyvät viestit tulisi toimittaa saman lyhytsanomapalvelunumeron kautta, ellei palvelun tarjoaja ole etukäteen ilmoittanut, että lähettämiseen voidaan käyttää muita lyhytsanomapalvelunumeroita.

Kuluttajan on voitava pyynnöstä saada eritelty lasku, josta näkyy, milloin palvelu on tilattu tai toimitettu ja mihin hintaan. Tämän lisäksi kuluttajan pitäisi saada tieto siitä, mistä numerosta palvelu on toimitettu. Erittelyn tulisi olla maksuton.

6.2 Suostumuksen hankkiminen markkinoinnin lähettämiseen tekstiviestin välityksellä

Suostumus voidaan hankkia vain, jos kuluttajalle on annettu tieto suostumuksen merkityksestä ja hän tekee sen jälkeen aktiivisen toimen antaakseen suostumuksensa. Lisätietoja on henkilötietojen hankkimista ja käyttöä koskevassa lainsäädännössä (vrt. kohta 2.5).

Sisältöpalvelujen ostamisen ehdoksi ei tule asettaa sitä, että kuluttaja antaa suostumuksen mainosten vastaanottamiseen tekstiviesteinä, multimediateksteinä, sähköpostitse tai vastaavalla tavalla. Tietyissä tilanteissa saattaa olla jopa lainvastaista houkutella kuluttajaa ilmaisilla sisältöpalveluilla, jos kuluttajan edellytetään vastineeksi antavan suostumuksensa mainosviestien vastaanottamiseen. Tällöin kutakin markkinointitoimenpidettä on arvioitava tapauskohtaisesti, jotta voitaisiin ratkaista, onko tällainen menettelytapa sallittu.

Kuten Pohjoismaiden kuluttaja-asiamiesten kannanotossa *Internetin välityksellä harjoitettava kauppa ja markkinointi* on mainittu, henkilötietoja voidaan lähtökohtaisesti kerätä vain 18 vuotta täyttäneiltä henkilöiltä. Elinkeinonharjoittajien tulisi välttää henkilötietojen keräämistä alaikäisiltä, koska alaikäiset eivät ole sopimuskelpoisia. Jos elinkeinonharjoittaja kuitenkin haluaa kerätä tällaisia tietoja, hänen on ensin hankittava suostumus lapsen vanhemmalta.¹⁹

Kuluttaja-asiamiehet ovat antaneet myös yksityiskohtaisempia ohjeita siitä, miten hankitaan suostumus mainosten lähettämiseen lapsille ja nuorille sähköpostitse, tekstiviesteinä, multimediateksteinä tms. Lisätietoja on kunkin maan kuluttaja-asiamiehen ohjeissa.²⁰

6.3 Maksaminen

Palvelun tarjoaja ei voi periä maksua palvelun toimittamisesta usealla eri maksutapahtumalla. Palvelun tarjoajan tulee sen vuoksi käyttää määriteltyjä maksuluokkia ja periä maksu vain kerran. Palvelun

¹⁹ Kts. "Pohjoismaiden kuluttaja-asiamiesten kannanotto Internetin välityksellä harjoitettavaan kauppaan ja markkinointiin", <http://www.kuluttajavirasto.fi/user/loadFile.asp?id=5954>

²⁰ Tanska: Kuluttaja-asiamiehen markkinointilain 6a §:ää koskeva ohje (Spam), <http://www.forbrug.dk/markedsforing/love/forbrugerlove/mfl-loven/retningslinier/spamvejledning/>

Suomi:

http://www.kuluttajavirasto.fi/user_nf/default.asp?site=35&tmf=7953&lmf=9711&id=15477&mode=readdoc

Norja: http://forbrukerombudet.no/asset/1211/1/1211_1.pdf

Ruotsi: http://www.konsumentverket.se/Documents/konsumentratt/vagledning_mf_barn.pdf og <http://www.datainspektionen.se/pdf/skrifter/nr11.pdf>

tarjoaja ei esimerkiksi voi käyttää useita maksutapahtumia ylittääkseen korkeimman määritellyn tariffin.²¹

Kuluttajalta ei saa periä sisältöpalvelun hintaa, ennen kuin palvelu on kuluttajan käytettävissä tai toimitettu hänen puhelimeensa.

Jos matkapuhelintili on tyhjä tai matkapuhelin on suljettu, palvelun toimittaminen on keskeytettävä. Maksutapahtumaa tai palvelun toimittamista ei tule yrittää uudelleen, ennen kuin kuluttaja on tilannut uuden palvelun.

Viestien, joilla kuluttaja pyytää ohjeita tai ilmoittaa virheistä, on oltava ilmaisia.

6.4 Saldoraja

Täysi-ikäisten saldoraja

Kaikilla pohjoismaisilla operaattoreilla ja palvelun tarjoajilla tulisi olla käytössään joko

- järjestelmiä, joiden avulla kuluttajat voivat itse määritellä sen summan, joka heiltä voidaan enintään veloittaa kuukaudessa matkapuhelimen käytöstä, tai
- saldorajoja, joiden perusteella kuluttajilta ei voida kalenterikuukaudessa veloittaa lyhytsanomapalvelunumerosta ostettavista palveluista tiettyä summaa enempää.²²

Kuluttajalle tulisi ilmoittaa maksuttomalla tekstiviestillä voimassa olevan saldorajan ylittymisestä.

Alaikäisten saldoraja

Kun palvelu on tarkoitettu lapsille ja nuorille, operaattorin tai palvelun tarjoajan asettaman mahdollisen saldorajan on oltava huomattavasti alhaisempi kuin aikuisille asetettu saldoraja.²³

Jos tarjottavia palveluita voidaan pitää lapsille ja nuorille suunnattuina, saldorajat on asetettava kaikille asiakkaille, ellei operattorilla ole käytössä järjestelmää, jolla on mahdollista rekisteröidä liittymän todellinen käyttäjä.

Arvioitaessa sitä onko palvelu suunnattu lapsille ja nuorille, on otettava huomioon muun muassa se, missä kyseisiä palveluita markkinoidaan. Jos niitä markkinoidaan tyyppillisissä lasten- ja nuortenlehdissä tai lapsille ja nuorille tarkoitetuilla Internet-sivuilla, palveluita voidaan yleisesti ottaen pitää lapsille ja nuorille suunnattuina.

6.5 Kestotilattavien palvelujen myyntiin liittyviä erityiseikkoja

Kuluttaja-asiamiehet ovat havainneet, että kestotilattavien palvelujen markkinointiin ja myyntiin liittyy huomattavia ongelmia.

Esimerkkeinä voidaan mainita ongelmat palvelun lopettamisessa, puutteelliset hintatiedot ja kustannusten hallintaan liittyvät vaikeudet.

²¹ Suomessa ei ole maksuluokkia.

²² Norja: Norjassa tämä summa on 5.000 kruunua kuukaudessa, vrt. alakohtaiset säännöt.

Tanska: Tanskassa operaattoreiden on tarjottava saldotarkastus kuluttajan itsensä valitsemalla summalla. Kuluttaja voi peruuttaa tarkastuksen koodilla. Vrt. 20.6.2005 annettu tiedonanto nro 638 koskien elektronisten viestintäverkkojen ja -palvelujen tarjontaa.

Suomi: Suomessa ei ole lakisäätöistä saldorajoitusta. Saldorajoitus on valinnanvarainen ja maksullinen lisäpalvelu, jonka summan kuluttaja valitsee itse.

Ruotsi: Saldorajoitus ei ole lakisäätöinen Ruotsissa, mutta operaattorit voivat tarjota sellaista SOU 2005:20:ssä ehdotetaan mobiilisisältöpalvelujen estojärjestelmää ja laskun saldokattoa.

²³ Norjan kuluttaja-asiamiehen mielestä on markkinointilain vastaista, jos lyhytsanomapalvelunumerosta ostettaville palveluille ei aseteta noin 1 000 kruunun rajaa kalenterikuukaudessa arvonlisävero mukaanlukien.

Seuraavassa esitellään yleiset vaatimukset, joita sovelletaan kaikissa Pohjoismaissa ja erityiset kansalliset säännökset, jotka ovat voimassa kestopalveluja tilattaessa. Erityiset kansalliset säännökset ilmenevät kunkin maan laeista ja alakohtaisista säännöistä. Viittaukset niihin löytyvät tämän kannanoton 2 ja 3 kohtien alaviitteistä.

Tiedotusviestit

Yksittäiset maat ovat asettaneet vaatimuksia, joiden mukaan palvelun tarjoajan on kestopalvelun palvelun tilauksen vastaanotettuaan lähetettävä asiakkaalle ilmoitus, jossa kerrotaan, mitä palvelu maksaa, miten se peruutetaan yms. Yksityiskohtaisemmat tiedot löytyvät kunkin maan alakohtaisista säännöistä.²⁴

Palvelun lopettaminen

Eri mailla on kansallisia säännöksiä/alakohtaisia sopimuksia kestopalvelujen automaattisesta sulkemisesta, kun kustannusten ja/tai toimitettujen viestien lukumäärä on saavuttanut tietyn tason.²⁵

Laajuus

Eri maissa saattaa olla rajoituksia sen suhteen, kuinka monta viestiä mobiilisäilytyspalvelun tilaajalle voidaan toimittaa esimerkiksi minuutissa.²⁶

Lopetuskomento

Kuluttajan tulisi voida peruuttaa mikä tahansa kestopalvelu lähettämällä koodisana "STOP" tekstiviestinä siihen lyhytsanomapalvelunumeron, josta palvelu on toimitettu. Sillä, käyttääkö kuluttaja peruutusilmoituksessaan suuria vai pieniä kirjaimia, ei saa olla merkitystä.

Kun lopetuskomento on vastaanotettu, kaikkien kestopalvelujen (tekstiviesteinä, WAP-muodossa tai multimediateksteinä jne.) toimittamisen kuluttajalle on päätyttävä välittömästi. Jos aktiivisia palveluja on enemmän kuin yksi, kuluttajalle on lähetettävä tekstiviestinä ilmoitus kaikista aktiivisista palveluista ja ohjeet siitä, miten hän voi peruuttaa yksittäiset palvelut tekstiviestillä. Kun kuluttaja on lopettanut kestopalvelun, hänelle on lähetettävä siitä vahvistus.²⁷

²⁴Tanska: Alakohtaisissa sopimuksissa tai lainsäädännössä ei ole tällaisia vaatimuksia.

Suomi: Vaatimus vahvistuksen lähettämisestä kestopalvelujen osalta perustuu kuluttajansuojalain etämyyntisääntöihin (6 luku 14 §)

Norja: Kuluttaja-asiamiehen mobiilisäilytyspalvelujen markkinointia koskevat ohjeet, kohta 5.5,

http://www.forbrukerombudet.no/asset/1617/1/1617_1.pdf

Ruotsi: Eettisen Neuvoston säännöt, kohta B.1 c),

<http://www.etiskaradet.se/regler/documents/EtiskaRegler2004.pdf>

²⁵Tanska: Mobiilisäilytyspalveluja koskeva puitesopimus, http://www.teleindustrien.dk/Billeder/SMS-gruppen/TI_Rammeaftaleformobileindholdstjenester_V3.1_FINAL_03.12.2004.doc

Suomi: Ei ole Suomessa.

Norja: Kuluttaja-asiamiehen mobiilisäilytyspalvelujen markkinointia koskevat ohjeet, kohta 5.5,

http://www.forbrukerombudet.no/asset/1617/1/1617_1.pdf

Ruotsi: Morganin alakohtaiset säännöt, kohta 3.1.2,

http://www.morganforum.com/pdf/Morgan_Code_Of_Conduct_20050525.pdf

²⁶Tanska: Mobiilisäilytyspalveluja koskeva puitesopimus, http://www.teleindustrien.dk/Billeder/SMS-gruppen/TI_Rammeaftaleformobileindholdstjenester_V3.1_FINAL_03.12.2004.doc

Suomi: Ei ole Suomessa.

Norja: Kuluttaja-asiamiehen mobiilisäilytyspalvelujen markkinointia koskevat ohjeet, kohta 5.5,

http://www.forbrukerombudet.no/asset/1617/1/1617_1.pdf

Ruotsi: Eettisen Neuvoston säännöt, kohta B.1 c),

<http://www.etiskaradet.se/regler/documents/EtiskaRegler2004.pdf>

²⁷ Suomessa ei ole tällaista määräystä.

Jos kuluttaja lähettää koodisanan "STOPALL" tai vastaavan, tulisi kaikki hänen tilaamiensa kestotilattavat palvelut (tekstiviesteinä, WAP-muodossa tai multimediaviesteinä jne.) sulkea välittömästi ilman enempää neuvotteluja kuluttajan kanssa.²⁸

7 Estojärjestelmät

Mobiilisisältöpalvelujen käyttö eri Pohjoismaissa voidaan estää kansallisilla erityissäännöksillä.

Tanska: Tanskan maksuvälinelain mukaan (Lov om visse betalingsmidler, 7 kappale 11 §) maksuvälineen käyttö voidaan estää milloin tahansa.

Suomi: Lisätietoja estoluokista osoitteessa:
<http://www.ficora.fi/suomi/tele/estoluokitus.htm>

Norja: Katso kuluttaja-asiamiehen mobiilisisältöpalvelujen markkinointia koskevat ohjeet, kohta 6:
http://www.forbrukerombudet.no/asset/1617/1/1617_1.pdf

Ruotsi: Säännöksiä mobiilisisältöpalvelujen käytön estämisestä ei ole, mutta operaattorit voivat tarjota tällaista mahdollisuutta. Kiinteiden puhelimien ja matkapuhelimien estojärjestelmää sisältöpalvelujen ja laskun saldorajan osalta on pohdittu kuluttajansuojaa modeemikaappausten yhteydessä käsittelevän modeemikaappauskomitean osamietinnössä "Konsumentskydd vid modemkapning" (SOU 2005:20)

8 Asiakaspalvelu ja valitusten käsittely

Asiakaspalvelu

Kaikilla mobiilisisältöpalvelujen tarjoajilla on oltava asiakaspalvelu, joka kattaa kaikki tarjotut palvelut. Kuluttajille on kerrottava, miten he saavat helposti yhteyden sisällöntuottajaan voidakseen esimerkiksi valittaa palvelusta.

Tämän lisäksi palvelun tarjoajien asiakaspalvelulle voidaan asettaa muita kansallisia vaatimuksia, esimerkiksi aukioloaikojen suhteen.²⁹

Yhteydenotto asiakaspalveluun ei saa maksaa loppukäyttäjälle enempää kuin matkapuhelimien normaali puheluvuoroitus.

Valitusten käsittely

Valitukset on käsiteltävä kohtuullisen ajan kuluessa niiden vastaanottamisesta. Kaikki valitukset on tutkittava tosiasioihin perustuen. Jos valitusta ei oteta huomioon, vähimmäisvaatimuksena on, että valitusta koskeva ratkaisu perustellaan ja että valittajan esittämiin seikkoihin vastataan mahdollisimman perusteellisesti.

²⁸ Suomessa ei ole tällaista määräystä.

²⁹Tanska: Mobiilisisältöpalveluja koskeva puitesopimus, kohta 9.4,
http://www.teleindustrien.dk/Billeder/SMS-gruppen/TI_Rammeaftaleformobileindholdstjenester_V3.1_FINAL_03.12.2004.doc

Suomi: Ei ole.

Norge: Kuluttaja-asiamiehen mobiilisisältöpalvelujen markkinointia koskevat ohjeet, kohta 7,
http://www.forbrukerombudet.no/asset/1617/1/1617_1.pdf

Ruotsi: Toimialajärjestö MORGANin eettiset säännöt, kohta 1.2.5,
http://www.morganforum.com/pdf/Morgan_Code_Of_Conduct_20050525.pdf