

# **IKÄIHMISTEN KULUTTAJAONGELMIA**

Mika Saastamoinen  
Emma Kallio

# **IKÄIHMISTEN KULUTTAJAONGELMIA**

Mika Saastamoinen  
Emma Kallio

Kilpailu- ja kuluttajaviraston Tutkimusraportteja 2/2026

**Ikäihmisten kuluttajaongelmia**

Mika Saastamoinen, Emma Kallio

**Julkaisija**

Kilpailu- ja kuluttajavirasto

Puhelinvaihe: 029 505 3000 (pvm/mpm)

Sähköposti: kirjaamo@kkv.fi

Julkaisut: <https://www.kkv.fi/tutkimus-ja-vaikuttaminen/julkaisut/>

ISSN 2814-4929

ISBN 978-952-6684-96-3

Kilpailu- ja kuluttajaviraston Tutkimusraportteja 2/2026

### **Ikäihmisten kuluttajaongelmia**

Kirjoittajat: Mika Saastamoinen, Emma Kallio

Julkaisija: Kilpailu- ja kuluttajavirasto

Kieli: Suomi

Sivumäärä: 53

---

## **TIIVISTELMÄ**

Ikäihmiset voivat olla erityisen haavoittuvassa asemassa kuluttajina. Tässä tutkimusraportissa on kuvattu laadullisen tutkimuksen keinoin ikäihmisten kuluttajaongelmia. Aineistona on käytetty 506 Kilpailu- ja kuluttajavirastoon vuonna 2024 tullutta kuluttajayhteydenottoa. Tapaukset koskevat tilanteita, joissa kuluttajan korkea ikä on yhteydessä ongelman syntymiseen.

Ikäihmisten alentunut toimintakyky tuli esille kuluttajaviranomaiselle tulleissa yhteydenotoissa. Yleisimpiä olivat maininnat erilaisista muistisairauksista ja -ongelmista. Muistisairas ikäihminen saattaa tehdä hankinnan, mutta ei kunnolla ymmärrä, mitä on hankkinut, mihin hintaan tai ylipäätään mitä sopimuksessa on sovittu. Muistisairas ei välttämättä edes muista tehneensä kauppvoja.

Teknisten laitteiden, palveluiden tai taitojen puute voi aiheuttaa ongelmia ikääntyneille kuluttajille. Tällöin yrityksen kanssa asiointi ei onnistu ja raha-asioiden hoitaminen vaikeutuu. Ikäihmisten alentuneesta toimintakyvystä ja teknisten valmiuksien puutteesta saattaa kertoa myös se, että yhteydenoton Kilpailu- ja kuluttajavirastoon tekee usein ikäihmisen läheinen, yleensä hänen oma lapsensa.

Ikäihmisiä koskevissa yhteydenotoissa on runsaasti tapauksia, joissa esiintyy ongelmallisia myyntitapoja. Monesti ongelmalliset myyntitavat vaikuttavat kohdennetun juuri ikäihmisiin, joilla on alentunut toimintakyky ja heikot tekniset valmiudet.

Aggressiivista myyntiä tapahtuu tyypillisimmin erilaisten remonttien kotimyyynnissä. Myyjä tunkeutuu ikäihmisen kotiin ja yrittää sitten painostamalla, pelottelemalla tai väsyttämällä saada ikäihmisen suostumaan kauppoihin. Myyjä voi myös esittää ikäihmiselle erilaista väärää tai puutteellista tietoa edistääkseen kaupantekoa.

Aggressiivisella myynnillä ja virheellistä tietoa antamalla ikäihminen saadaan hankkimaan tavara tai palvelu, jota hän ei oikeasti tarvitse. Tyypillisesti tällaisia tuotteita ovat erilaiset remontit sekä puhelin- ja internetliittymät oheistuotteineen.

Ikäihmiselle kotimyyntinä kaupattavat remontit saattavat olla hyvin kalliita: hinnat voivat liikkua kymmenissä tuhansissa euroissa. Ikäihmisten ja heidän läheistensä tekemien vertailujen mukaan myydyt remontit ovat usein myös huomattavan ylihintaisia. Erityisesti työn hinnassa on korkeita tuntiveloituksia.

Ikäihmiset joutuvat kohtaamaan samoja asiakaspalvelun ongelmia, joita on tullut esille myös KKV:n aikaisemmissa tutkimuksissa. Asiakaspalvelun yhteydenottokanavat voivat olla puutteellisia tai asiakaspalveluun ylipäätään ei saada yhteyttä. Tämän vuoksi ikäihmisen tai hänen omaisensa on vaikea saada yhteyttä asiakaspalveluun, ja tämä tekee esimerkiksi reklamoinnista, irtisanomisesta tai kaupan peruuttamisesta vaikeaa tai jopa mahdotonta.

Tutkimustulokset osoittavat vakavia puutteita ikäihmisten kuluttajansuojassa etenkin kotimyyynnissä. Ikäihmisten asemaa parantavat ratkaisut parantaisivat myös muiden kuluttajaryhmien tilannetta.

**Asiasanat:** Ikäihmiset, kuluttajat, kuluttajavalitukset, laadullinen tutkimus

Konkurrens- och konsumentverkets Forskningsrapporter 2/2026

### **Konsumentproblem för äldre personer**

Författare: Mika Saastamoinen, Emma Kallio

Utgivare: Konkurrens- och konsumentverket

Språk: Finska

Sidantal: 53

---

## **SAMMANFATTNING**

Äldre personer kan vara särskilt sårbara som konsumenter. Denna forskningsrapport beskriver äldre personers konsumentproblem genom kvalitativa forskningsmetoder. Materialet består av 506 konsumentkontakter som inkommit till Konkurrens- och konsumentverket år 2024. Fallen handlar om situationer där konsumentens höga ålder är relaterad till uppkomsten av problemet.

Äldre personers nedsatta funktionsförmåga framkom i de kontakter som konsumentmyndigheten fick. De vanligaste var omnämnanden av olika minnessjukdomar och -problem. En äldre person med minnessjukdom kan göra ett köp, men förstår inte riktigt vad de har köpt, till vilket pris eller överhuvudtaget vad som avtalats i kontraktet. Den minnessjuka kanske inte ens kommer ihåg att de har gjort affärer.

Bristen på tekniska enheter, tjänster eller färdigheter kan orsaka problem för äldre konsumenter. Då blir det svårt att hantera ärenden med företaget och sköta ekonomin. Den äldre personens minskade funktionsförmåga och bristande tekniska färdigheter kan också avslöjas genom att det ofta är en nära anhörig, vanligtvis deras eget barn, som kontaktar Konkurrens- och konsumentverket.

Det finns många fall av problematiska försäljningsmetoder i kontakter som rör äldre personer. Ofta verkar de problematiska försäljningsmetoderna vara riktade just mot äldre personer med nedsatt funktionsförmåga och svaga tekniska färdigheter.

Aggressiv försäljning sker oftast vid hemförsäljning av olika renoveringar. Säljaren tränger sig in i den äldre personens hem och försöker sedan genom att pressa, skrämma eller trötta ut få den äldre personen att gå med på affären. Säljaren kan också ge den äldre personen olika felaktiga eller bristfälliga uppgifter för att främja affären.

Genom aggressiv försäljning och att ge felaktig information får man äldre människor att köpa varor eller tjänster som de egentligen inte behöver. Typiskt för sådana produkter är olika renoveringar samt telefon- och internetabonnemang med tillhörande produkter.

Renoveringar som säljs som hemförsäljning till äldre människor kan vara mycket dyra: priserna kan ligga på tiotusentals euro. Enligt jämförelser gjorda av äldre och deras anhöriga är de sålda renoveringarna ofta också betydligt överprissatta. Särskilt arbetskostnaden har höga timtaxor.

Äldre personer ställs inför samma kundserviceproblem som också har framkommit i KKV:s tidigare undersökningar. Kundservicekanaler kan vara bristfälliga eller så kan man överhuvudtaget inte få kontakt med kundservice. Detta gör det svårt för den äldre personen eller hans anhöriga att få kontakt med kundservice, vilket gör exempelvis reklamationer, uppsägningar eller annullering av köp svårt eller till och med omöjligt.

Forskningsresultaten visar allvarliga brister i konsumentskyddet för äldre, särskilt vid hemförsäljning. Lösningar som förbättrar de äldres situation skulle också förbättra situationen för andra konsumentgrupper.

**Ämnesord:** Äldre, konsumenter, konsumentklagomål, kvalitativ forskning

Research reports of the Finnish Competition and Consumer Authority 2/2026

**Consumer problems of the elderly**

Authors: Mika Saastamoinen, Emma Kallio

Publisher: Finnish Competition and Consumer Authority

Language: Finnish

Number of pages: 53

---

## ABSTRACT

Older people can be particularly vulnerable as consumers. This research report describes consumer problems of older people through qualitative research methods. The material consists of 506 consumer contacts received by the Competition and Consumer Authority (FCCA) in 2024. The cases involve situations where the consumer's advanced age is related to the emergence of the problem.

The reduced functional capacity of elderly people was highlighted in the contacts received by the consumer authority. The most common mentions were various memory diseases and problems. An elderly person with memory illness may make a purchase but does not fully understand what they have acquired, at what price, or generally what has been agreed in the contract. A person with memory illness may not even remember having made a deal.

The lack of technical devices, services, or skills can cause problems for elderly consumers. In such cases, dealing with the company is not feasible, and managing financial matters becomes difficult. The reduced functional capacity and the lack of technical readiness may also be indicated by the fact that contact with the FCCA is often made by a close contact of the elderly person, usually their own child.

There are numerous cases in contacts concerning the elderly where problematic sales practices occur. Often, these sales practices seem to be specifically targeted at the elderly, who have reduced functional capacity and weak technical skills.

Aggressive sales typically occur in the door-to-door sales of various renovations. The seller intrudes into the elderly person's home and then tries to pressure, intimidate, or exhaust the elderly person into agreeing to the deal. The seller may also present the elderly person with various false or incomplete information to promote the sale.

Through aggressive sales and providing misleading information, an elderly person can be persuaded to acquire goods or services they don't really need. Typically, such products include various renovations as well as phone and internet subscriptions.

Renovations sold as door-to-door sales to elderly people can be very expensive: prices can range in the tens of thousands of euros. According to comparisons made by the elderly and their relatives, the sold renovations are often also significantly overpriced. Especially the labor costs have high hourly charges.

Older people face the same customer service issues that have been highlighted in previous studies by FCCA. Customer service contact channels may be inadequate, or it may be impossible to reach customer service at all. As a result, it is difficult for the elderly or their relatives to contact customer service, making tasks such as filing complaints, cancellations, or withdrawals difficult or even impossible.

Research results indicate serious deficiencies in consumer protection for the elderly, especially in door-to-door sales. Solutions that improve the position of the elderly would also enhance the situation for other consumer groups.

**Keywords:** Elderly, consumers, consumer complaints, qualitative research

## SISÄLLYS

|                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tiivistelmä .....                                                                   | 3  |
| Sammanfattning .....                                                                | 4  |
| Abstract .....                                                                      | 5  |
| Esipuhe .....                                                                       | 8  |
| 1 Johdanto .....                                                                    | 9  |
| 2 Taustaa .....                                                                     | 10 |
| 2.1 Ikääntymisen ja toimintakyky .....                                              | 10 |
| 2.2 Ikäihmisten haavoittuvuuteen liittyvät ongelmat .....                           | 11 |
| 2.3 Myyntitavan ongelmat ja huijaukset .....                                        | 12 |
| 3 Aineisto ja analyysi .....                                                        | 15 |
| 3.1 Aineiston kuvaus .....                                                          | 15 |
| 3.2 Aineiston analyysi .....                                                        | 17 |
| 4 Yhteydenottaja on joku muu kuin ikäihminen itse .....                             | 19 |
| 5 Ikäihmisen haavoittuvuus .....                                                    | 20 |
| 5.1 Alentunut toimintakyky .....                                                    | 20 |
| 5.1.1 Muistisairas ei ymmärrä, mitä on tekemässä tai tehnyt .....                   | 20 |
| 5.1.2 Heikentyneet aistit vaikeuttavat sopimuksentekoa .....                        | 22 |
| 5.1.3 Heikkokuntainen ikäihminen ei pysty vastustamaan myyjää .....                 | 23 |
| 5.2 Teknisten valmiuksien puute vaikeuttaa ikäihmisten asiointia .....              | 23 |
| 6 Myyntitavan ongelmat .....                                                        | 25 |
| 6.1 Aggressiivinen myynti .....                                                     | 25 |
| 6.1.1 Myyjä tunkeutuu ikäihmisen kotiin .....                                       | 25 |
| 6.1.2 Ikäihminen painostetaan tekemään kaupat .....                                 | 26 |
| 6.1.3 Ikäihminen pelotellaan tekemään kaupat .....                                  | 29 |
| 6.1.4 Ikäihminen väsytetään tekemään kaupat .....                                   | 30 |
| 6.2 Väärä tai puutteellinen tieto .....                                             | 31 |
| 6.2.1 Myyjä luo vaikutelman, että edustaa jotain muuta tahoa .....                  | 31 |
| 6.2.2 Myyjä kertoo väärää tai puutteellisia tietoja asiakkaan omaisuudesta .....    | 32 |
| 6.2.3 Myyjä kertoo väärää tai puutteellisia tuotteista tai sopimuksesta .....       | 34 |
| 6.2.4 Myyjä kertoo väärää tai puutteellisia tietoja kotitalousvähennyksestä .....   | 35 |
| 6.2.5 Yritys mainostaa pitkään kestävästä loppuunmyyntiä .....                      | 36 |
| 6.3 Tarpeettomien tavaroiden tai palveluiden myynti .....                           | 36 |
| 6.3.1 Ikäihmisille myydään tarpeettomia remontteja .....                            | 36 |
| 6.3.2 Ikäihmiselle myydään tarpeettomia liittymiä sekä niiden oheispalveluita ..... | 37 |
| 6.3.3 Ikäihmiselle myydään muita tarpeettomia tuotteita .....                       | 38 |
| 6.4 Ylihintaisten tavaroiden tai palveluiden myynti .....                           | 39 |
| 6.4.1 Ikäihmiselle myydään ylihintaisia remontteja .....                            | 39 |
| 6.4.2 Ikäihmiselle myydään muita ylihintaisia tuotteita .....                       | 40 |
| 7 Asiakaspalvelun ongelmat .....                                                    | 41 |
| 7.1 Asiakaspalvelun yhteydenottotavat ovat puutteelliset .....                      | 41 |
| 7.2 Asiakaspalveluun ei saa yhteyttä .....                                          | 41 |
| 8 Peruuttamisen ongelmat .....                                                      | 43 |
| 8.1 Yritys ei suostu peruuttamiseen, vaikka ikäihmisellä olisi siihen oikeus .....  | 43 |
| 8.2 Ikäihminen saa peruuttamisen jälkeenkin laskuja tai tuotteita .....             | 44 |
| 9 Laskutuksen ongelmat .....                                                        | 45 |
| 9.1 Ikäihmistä laskutetaan tilaamattomista tuotteista .....                         | 45 |
| 9.2 Ikäihmisen laskut menevät väärään paikkaan .....                                | 46 |
| 9.3 Ikäihminen saa viivästyneitä laskuja .....                                      | 46 |
| 10 Johtopäätökset .....                                                             | 47 |

|               |    |
|---------------|----|
| Lähteet ..... | 49 |
|---------------|----|



## ESIPUHE

Suomessa ikääntyneiden määrä kasvaa, ja samalla yhä useampi arjen palvelu edellyttää digitaalisia taitoja ja toimintakykyä. Ikäihmiset kohtaavat tämän kehityksen erilaisista lähtökohdista: monet toimivat markkinoilla täysin sujuvasti. Osa on kuitenkin tilanteissa, joissa alentunut toimintakyky, muistisairaudet tai teknisten valmiuksien puute heikentävät mahdollisuuksia ymmärtää tarjouksia, arvioida päätösten seurauksia ja käyttää omia oikeuksiaan.

Tässä tutkimusraportissa Mika Saastamoinen ja Emma Kallio kuvaavat laadullisen analyysin avulla ikäihmisten kuluttajaongelmia Kilpailu- ja kuluttajavirastoon vuonna 2024 tulleiden yhteydenottojen perusteella. Aineisto antaa konkreettisen näkymän siihen, millaisissa tilanteissa korkea ikä on ollut yhteydessä ongelman syntymiseen tai sen pitkittymiseen.

Raportin havainnot korostavat kahta rinnakkaista viestiä. Ensinnäkin monet ongelmat – erityisesti asiakaspalveluun pääsy sekä sopimusten irtisanomisen ja kaupan peruuttamisen käytännön toteutuminen – eivät koske vain ikäihmisiä. Kun yritysten yhteydenottokanavat ovat puutteellisia tai asiointi edellyttää käytännössä digitaalista osaamista ja laitteita, ongelmat kasaantuvat ikäihmisille, mutta heijastuvat laajasti myös muihin kuluttajiin. Siksi ratkaisut, jotka parantavat asiakaspalvelun saavutettavuutta ja tekevät peruuttamisesta ja irtisanomisesta aidosti toimivaa, hyödyttävät laajaa joukkoa.

Toiseksi raportti tuo esiin räikeimmät, nimenomaan ikäihmisiin kohdistuvat ongelmat: remonttien ja erilaisten laitteiden kotimyynti, jossa korostuvat aggressiiviset myyntitavat sekä väärä tai puutteellinen tieto. Kotimyyntitilanteissa aikapaine, painostus ja harhaanjohtavat väitteet voivat johtaa tarpeettomiin ja ylihintaisiin hankintoihin – ja samalla heikentää mahdollisuuksia perua kauppa ajoissa. Nämä väärinkäytökset edellyttävät erityisratkaisuja, jotka poistavat hyväksikäytön mahdollisuudet tai tekevät niistä myyjälle kannattamattomia.

Raportti on suunnattu päätöksentekijöille, valvontatyötä tekeville viranomaisille, yrityksille sekä kaikille niille toimijoille, jotka tukevat ikäihmisten toimintaa kuluttajamarkkinoilla. Toivomme, että raporttimme havainnot tavoittavat myös ikäihmiset ja heidän läheisensä ja auttavat heitä vahingollisten myyntikäytäntöjen tunnistamisessa. Tavoitteena on markkinaympäristö, jossa ikääntyminen ei muodostu kuluttajasuojan kannalta riskitekijäksi ja kuluttajan oikeudet toteutuvat aidosti.

Kiitän kirjoittajia huolellisesta työstä sekä raporttia kommentoineita ja aineiston tulkintaa tukeneita kollegoita. Erityiskiitokset: Venla Happonen, Raija Marttala, Mira Mutru, Kristiina Vainio, Pasi Piilikangas ja Katja Järvelä. Lisäksi kiitän kuluttajaneuvonnan asiantuntijoita, joiden työ ja havaintoaineisto mahdollistavat tämänkaltaisen tutkimuksen.

Helsingissä maaliskuussa 2026

Samuli Leppälä  
tutkimusjohtaja

# 1 JOHDANTO

Suomen väestö on kansainvälisesti verrattuna sangen ikääntynyt. Ennusteet osoittavat, että tämä kehitys jatkuu tulevana vuosina. Ikääntyminen asettaa haasteita paitsi yhteiskunnalle myös yksilöille. Julkisessa keskustelussa ikääntyminen usein liitetään erilaisiin ongelmiin, mutta on syytä muistaa, että ikääntyminen on luonnollinen osa elämänsykliä, ja monet ikääntyneet osallistuvat aktiivisesti yhteiskuntaan ja elävät elämänsä nuorempien tavoin.

Osalla ikäihmisistä kuitenkin tapahtuu fyysisen, kognitiivisen tai sosiaalisen toimintakyvyn heikkenemistä. Tämä voi vaikuttaa monin tavoin heidän arkeensa ja hyvinvointiinsa. Toimintakyvyn aleneminen voi heikentää ikäihmisten terveyttä, vähentää heidän kykyään toimia itsenäisesti ja lisätä riippuvuutta muista ihmisistä.

Useat ikäihmiset kohtaavat haasteita myös uuden teknologian ja digitaalisten palveluiden käytössä. Monet palvelut siirtyvät verkkoon, mutta kaikki ikäihmiset eivät välttämättä omaa tarvittavia taitoja tai laitteita navigoidakseen digitaalisessa ympäristössä. Tämä digitaalinen kuilu voi rajoittaa heidän mahdollisuuksiaan osallistua yhteiskuntaan ja hyödyntää tarjolla olevia palveluita. Myös tulojen pienentyminen ja taloudelliset vaikeudet voivat aiheuttaa ongelmia ikäihmisten elämässä.

Kaikki tämä vaikuttaa myös ikäihmisten mahdollisuuksiin toimia kuluttajana. Ikäihmisten kohtaamat kuluttajaongelmat eivät vaikuta ainoastaan yksilöiden elämänlaatuun, vaan niillä on myös laajempia vaikutuksia taloudelliseen toimintaan ja yhteiskuntaan. Esimerkiksi, jos ikäihmiset eivät voi käyttää tiettyjä palveluja tai tavaroita, se voi johtaa markkinoiden supistumiseen ja taloudelliseen eriarvoisuuteen.

Toimintakyvyltään alentuneet ikäihmiset voivat olla erityisen haavoittuvassa asemassa kuluttajamarkkinoilla, mikä tekee heistä alttiita kyseenalaisille myyntitavoille ja erilaisille huijauksille. Ikäihmisten saattaa olla vaikea tehdä harkittuja päätöksiä painostavissa myyntitilanteissa. Lisäksi sosiaalisten verkostojen supistuminen ja eristyneisyys voivat heikentää heidän kykyään saada tukea ja neuvoja luotettavilta lähteiltä. Tällaiset olosuhteet luovat otollisen maaperän epärehellisille toimijoille, jotka saattavat käyttää hyväkseen ikäihmisten luottamusta ja tietämättömyyttä.

Tämä tutkimusraportti pyrkii laadullisen tutkimuksen keinoin valottamaan ikäihmisten kuluttajaongelmia. Tutkimuksessa etsitään Kilpailu- ja kuluttajavirastoon (KKV) tulleiden kuluttajayhteydenottojen avulla vastausta siihen, millaisia ovat ikäihmisten kuluttajaongelmat. Jotta ikäihmisten kuluttajaongelmia voidaan ratkaista ja ehkäistä, on tärkeää ymmärtää, millaisia ongelmia he kohtaavat. Tutkimus rajautuu tapauksiin, joissa juuri kuluttajan korkea ikä on yhteydessä ongelman syntymiseen.

## 2 TAUSTAA

### 2.1 Ikääntyminen ja toimintakyky

Ikäihmiselle voidaan asettaa monenlaisia määritelmiä. Se, kenet luokitellaan ikäihmiseksi, vaihtelee muun muassa biologisten, kulttuuristen ja subjektiivisten näkökulmien mukaan. Tilastollisessa tarkastelussa heidät määritellään useimmiten 65 vuotta täyttäneiksi. Taustalla on oletus siitä, että tähän ikäryhmään kuuluvat ovat pääsääntöisesti eläkkeellä. (Tilastokeskus, 2003.) 65 vuotta täyttäneitä on Suomessa 1,3 miljoonaa. (Tilastokeskus, 2025.)

Ikääntymistä tarkastellaan usein myös fyysisen, kognitiivisen ja sosiaalisen toimintakyvyn heikentymisen näkökulmasta. Toimintakykyä voidaan määritellä monella tavalla, mutta yleisesti sillä viitataan kykyyn tehdä itselle tärkeitä tai välttämättömiä asioita. (Jyväkorpi ym., 2020; Kippola-Pääkkönen & Karhula, 2025; Rantanen, 2022; Sainio ym., 2025; Terveystieteiden tutkimuskeskus [THL], 2013.) Toimintakyvyn fyysinen osa-alue kattaa liikuntakyvyn ja aistit. Fyysisen toimintakyvyn alentuminen voi merkitä muun muassa lihasvoiman sekä kuulo- ja näköaistin heikkenemistä. (Jyväkorpi ym., 2020; Sainio ym., 2025.) Näkö- ja kuulo-ongelmat ovat iäkkäillä varsin yleisiä ja esiintyvät usein yhtä aikaa hankaloittaen monesti arjen sujuvuutta (Dawes ym., 2014; Enroth & Pulkki, 2021; Tolkinen, 2023; Wedenoja, 2022; World Health Organization [WHO], 2021, s. 28). Kognitiivinen toimintakyky liittyy tiedonkäsittelykykyyn, ja ikääntyessä sen eri osa-alueet alkavat usein heiketä laaja-alaisesti. Tällöin muisti, uuden oppiminen, tiedon käsittelyn nopeus ja keskittymiskyky voivat huonontua. Dementiassa kognitio heikkenee niin, että arjesta selviytyminen vaikeutuu merkittävästi. Monet muistisairaudet, kuten Alzheimerin tauti, johtavat dementiaan. (Koskinen ym., 2023; Vuoksimaa, 2019.) Sosiaalinen toimintakyky puolestaan tarkoittaa kykyä toimia läheisissä ihmissuhteissa ja eri yhteisöissä, ja ikääntyvien ongelmat tällä osa-alueella voivat liittyä esimerkiksi yksinäisyyteen (Martelin ym., 2018).

Usein toimintakyvyn osa-alueiden ongelmat kasautuvat ja vahvistavat toisiaan, sillä haaste yhdellä alueella heijastuu helposti muuallekin (Kaartinen ym., 2025; Sainio ym., 2025). Esimerkiksi näkö- ja kuulo-ongelmat voivat rajoittaa monenlaista tekemistä ja sosiaalista kanssakäymistä (Enroth & Pulkki, 2021; Laitinen ym., 2007; Taipale ym., 2019). Kuulo-ongelmat ovat lisäksi yhteydessä kognition heikentymiseen ja dementiaan (Ying ym., 2023), ja kognitiiviset ongelmat puolestaan voivat herättää iäkkäässä pelkoa ja turvattomuuden tunnetta (Kaartinen ym., 2025). Toimintakyvyn heikentyminen voi siten pahimmillaan johtaa laaja-alaiseen elämän kapeutumiseen ja avun tarpeen kasvuun (mm. Sainio ym., 2025).

Yleinen tapa käsitellä ikääntymistä toimintakyvyn heikkenemisen kautta voi vahvistaa mielikuvia vanhenemisesta yksinomaan kielteisenä elämänvaiheena (Jyväkorpi ym., 2020). Toimintakyvyn muutokset eivät kuitenkaan ole samanlaisia kaikille ja jotkut sen osa-alueet voivat myös vahvistua iän karttuessa (Jyväkorpi ym., 2020; Sainio ym., 2025; Stone ym., 2010; Vuoksimaa, 2019). Ikäihmiset omaavat tärkeitä voimavaroja ja kyvyn sopeutua erilaisiin haasteisiin (Kaartinen ym., 2025). Osa esimerkiksi kehittää kekseliäitä keinoja kompensoimaan toimintakyvyn rajoitteita, jolloin mieluisien asioiden tekeminen säilyy mahdollisena (Enroth & Pulkki, 2021). Ikääntyvät muodostavatkin hyvin heterogeenisen joukon vapaa-ajan viettäjinä ja kuluttajina (Kekäläinen ym., 2017). Heitä ei siis ole syytä pitää pelkästään hauraina ja haavoittuvaisina, vaan myös monipuolisina ja aktiivisina toimijoina.

Tästä huolimatta ikääntyminen tuo usein tullessaan moniulotteisia haasteita, jotka kytkeytyvät myös senioreiden kohtaamiin kuluttajaongelmiin. Suomessa on tällä hetkellä arviolta 150 000 muistisairasta, ja määrä tulee kasvamaan voimakkaasti väestön ikääntyessä (THL, 2024). Yksin asuvien määrä on myös kasvanut, ja yleisintä yksin asuminen on vanhimmassa ikäryhmässä (Kauppinen, 2022). Yksin asuvilla on useammin puutteita toimintakyvyssä ja he ovat monin tavoin haavoittuvassa asemassa (Kauppinen ym., 2014). Jos iäkkäiden kotona asumista halutaan lisätä, on tärkeää varmistaa, etteivät he joudu kuluttajina huonoon asemaan. Ikäihmiset muodostavat suuren ja houkuttelevan kuluttajaryhmän monille myyjille, joiden joukkoon mahtuu sekä rehellisiä että epärehellisiä toimijoita. Varttuneemmat kuluttajat voivat joutua epäedulliseen asemaan esimerkiksi myyntitilanteissa, joissa heidän toimintakykynsä rajoitteita hyödynnetään tavalla, joka lisää haavoittuvuutta erilaisille huijauksille ja tarpeettomien tuotteiden ostamiselle. Monet ongelmat, kuten kuluttajahuijaukset, kuormittavat paitsi ikäihmisiä, myös heidän omaisiaan, tukiverkostojaan ja yhteiskuntaa laajemminkin (Yoon ym., 2009). Näitä ongelmia on paitsi tärkeää, myös mahdollista ratkoa, eikä niitä siksi kannata sivuuttaa.

## 2.2 Ikäihmisten haavoittuvuuteen liittyvät ongelmat

Tietyt asetelmat ja ympäristöt voivat yhdistyessään toimintakyvyn rajoitteisiin synnyttää haavoittuvuutta esimerkiksi kuluttajaoikeuksien toteutumisessa tai myyntitilanteissa. Kyse ei ole heikkoudesta, vaan siitä, että tietyt tilanteet asettavat ikäihmisen epäedulliseen asemaan.

Heikentynyt fyysinen ja kognitiivinen toimintakyky voi tehdä monien arkisten tuotteiden – erityisesti internetin ja digitaalisten palvelujen – ymmärtämisestä ja käytöstä vaikeaa (Heponiemi ym., 2023). Monet digituotteet on suunniteltu nuorempien, teknisesti taitavien kuluttajien ehdoilla, mikä näkyy siinä, etteivät ne aina vastaa ikäihmisten tarpeisiin (Kempainen ym., 2017a; Kempainen ym., 2017b; Korpela, 2025; Pirhonen ym., 2020; Tuorila, 2016; Vaarama, 2022). Tiedonkäsittelykyvyn, kuulon, näön sekä sorminäppäryyden heikentyminen voivat hankaloittaa esimerkiksi mobiililaitteiden ja tietokoneiden käyttöä sekä alati päivittyvien sovellusten ja verkkosivujen omaksumista (Enroth & Pulkki, 2021; Kempainen ym., 2017b; Pirhonen ym., 2020; Kuoppamäki & Taipale, 2017). Lukuisissa välttämättömyyspalveluissa, kuten pankki- ja telepalveluissa, asiakaspalvelu, laskutus, sopimusehdot, tiedottaminen ja reklamaatioiden teko on pitkälti siirretty sähköisiin ympäristöihin samalla, kun henkilökohtaisesta asioinnista on tehty vaikeampaa ja kalliimpaa (Tuorila, 2016). Huomattava osa iäkkäistä ei kuitenkaan käytä internetiä digitaaliseen asiointiin edes avustetusti (Kyytsönen ym., 2023; Sainio ym., 2025). Se, ettei digitalisoitunut arki ole ikäihmisille saavutettava, heikentää heidän kuluttajaoikeuksiensa toteutumista ja yhteiskuntaan osallistumista laajemminkin (Saukkonen ym., 2021; Tuorila, 2016).

Rajoitteet toimintakyvyssä voivat myös altistaa ikäihmisiä haavoittuvuuksille myyntitilanteissa. Jotta kuluttaja voi tehdä itselleen edullisia valintoja, hänellä on oltava kyky ymmärtää päätösten merkitys ja seuraukset. Ikääntyneillä tämä kyky voi heikentyä toimintakyvyn alenemisen myötä. (Griffiths & Harmon, 2011.) Puhelimitse tai kotona tapahtuvissa myyntitilanteissa voi olla vaikea kuulla ja hahmottaa tuotteen tietoja ja sopimusehtoja ilman, että näkee niitä. Heikkonäköisen voi puolestaan olla vaikea lukea sopimusehtoja, etenkin mobiililaitteen näytöltä. Tällaisissa tilanteissa tieto voi jäädä puutteelliseksi, ja kuluttajaa voidaan myös herkemmin ohjata valitsemaan tietty vaihtoehto. (Järvelä ym., 2017; Tuorila, 2016.) Ikääntyneet, joilla on heikentynyt kognitiivinen tai fyysinen toimintakyky, ovat alttiimpia allekirjoittamaan monimutkaisia asiakirjoja ilman niiden kunnollista ymmärtämistä (Griffiths & Harmon, 2011). Kognitiivisten haasteiden lisäksi epävarmuus ja ymmärtämättömyys digimaailmasta voi muutoinkin

tehdä monien kaupiteltavien tuotteiden hahmottamisesta hankalaa, ja tällöin voi olla vaikeaa tietää, mitä onkaan ostamassa, mitä oikeasti tarvitsee tai mitä edes on mahdollista käyttää. Ongelmia ilmenee erityisesti puhelinmyynissä, jossa ikäihminen saattaa päätyä tilaamaan täysin turhia tuotteita kerta toisensa jälkeen. Puhelinmyyjät eivät aina kerro oleellisia asioita tarpeeksi selkeästi, ja erityisesti iäkkäämmät kuluttajat kokevat jäävänsä ilman riittävää tietoa. Tilanteen yllätyksellisyys ei myöskään suo mahdollisuutta kunnolla perehtyä tarjoukseen tai vertailla hintoja. (Järvelä & Saastamoinen, 2020; Järvelä ym., 2017.)

### 2.3 Myyntitavan ongelmat ja huijaukset

Kuluttajansuojalaissa kielletään aggressiivinen menettely markkinoinnissa ja asiakassuhteissa. Tällä tarkoitetaan häirintää, pakottamista tai muuta painostusta, joka voi saada kuluttajan tekemään ostopäätöksen, jota hän ei muutoin olisi tehnyt (KSL 2:9 (561/2008)). Vanhempiin kuluttajiin kohdistuvaa markkinointia voidaan arvioida tiukemmin keskivertokuluttajaan verrattuna, sillä heidän voi olla haastavampaa ymmärtää olennaisia tietoja myytävästä tuotteesta ja sopimusehdoista. Siten toiminta, jota ei nuorempaan henkilöön kohdennettuna määritellä aggressiiviseksi, voi olla aggressiivista ikäihmisen tapauksessa. (Viitanen, 2017.)

Laista huolimatta ikäihmiset – joista aivan erityisesti yksin asuvat – voivat joutua herkästi epäasiallisen markkinoinnin kohteeksi. Hankaluuksia aiheuttavat erityisesti koti- ja puhelinmyyntitilanteet (mm. Järvelä ym., 2017; Tuorila ym., 2016; Sisäasianministeriö, 2011). Merkittävä osa kuluttajista kokee puhelinmyynnin painostavaksi, ja markkinointia luonnehditaankin monella tavalla aggressiiviseksi, ahdistavaksi tai pakottavaksi. Sinnikkäät myyjät eivät aina piittaa kieltävistä vastauksista, ja kuluttajia saatetaan muun painostuksen lisäksi uuvuttaa pitkillä ja vaikeasti keskeytettävillä myyntipuheilla. Painostava ja epäasiallinen markkinointi koetaan jo itsessään haitalliseksi, vaikka puhelu ei olisi johtanutkaan myöhempään kuluttajaongelmiin. Epämiellyttävä kokemus voi syntyä monen tekijän, kuten houkuttelevan tarjouksen, harhaanjohtavan ja painostavan myyntitavan sekä myöhemmin toimimattoman asiakaspalvelun yhdistymisestä. Nämä tilanteet saattavat olla erityisen vaikeita ikäihmisille, jotka eivät aina uskalla kieltäytyä tarjouksesta. (Järvelä ym., 2017; Järvelä & Saastamoinen, 2020; Järvelä ym., 2025; Konsumentverket, 2017.) He voivat myös olla tavallista haavoittuvaisempia keinoille, joita koti- ja puhelinmyyntitilanteissa saatetaan hyödyntää. Ikäihmiset ovat esimerkiksi alttiimpia aikapaineen psykologisille vaikutuksille, jolloin hoputtaminen voi johtaa hätiköityihin ostopäätöksiin (Carpenter & Yoon, 2011). Puhelinmyyntiä koskevat selvitykset herättävät epäilyn siitä, että korkeaan ikään liittyviä piirteitä hyväksikäytetään markkinoinnissa tietoisesti ja systemaattisesti (Järvelä ym., 2017). Huolestuttavaa on, että kuluttajat kokevat puhelinmyyjät jopa aiempaa painostavammiksi. Edes 1.1.2023 voimaan tullut puhelinmyyntiä koskeva sääntelymuutos ei vaikuta suojaavan riittävästi kuluttajia, sillä sääntelyn noudattamisessa on puutteita, eivätkä kaikki kuluttajat välttämättä ole edes tietoisia oikeuksistaan. (Järvelä ym. 2025.)

Taitava myyjä osaa herättää kuluttajassa ostohalun, mutta tätä voidaan myös käyttää kyseenalaisesti, erityisesti ikääntyneiden kohdalla, esimerkiksi tunteita manipuloimalla. Kognitiivisten muutosten takia ikääntyneet ovat taipuvaisempia tekemään päätöksiä enemmän tunteisiin kuin harkintaan nojaten, mikä lisää alttiutta tunteisiin vetoavalle markkinoinnille ja huijauksille (Carpenter & Yoon, 2011; Cole ym., 2008; Williams & Drolet, 2005). Puhelimitse myydään monenlaisia arkielämää, terveyteen, teknologiaan ja asumiseen liittyviä tuotteita, kuten sähkösopimuksia, puhelinliittymiä, remonttipalveluita ja terveystuotteita (Järvelä ym., 2025). Näihin tuotealueisiin voi liittyä vahvoja tunteita erityisesti varttuneilla kuluttajilla, joilla ne kytkeytyvät iän myötä entisestään korostuviin

tarpeisiin, kuten itsenäisen arjen sujuvuuteen ja turvallisuuteen. Esimerkiksi ikääntymisen tuomat fyysiset vaivat voivat lisätä kiinnostusta vitamiineihin, lisäravinteisiin ja vaihtoehtolääkkeisiin. Samalla monet tuotteet kehittyvät ja muuttuvat nopeasti, jolloin niistä voi olla vaikeaa pysyä perillä. (Kemppainen ym., 2017a; Kemppainen ym., 2017b; Koskinen & Ylilähti, 2017.) Kun ikäihmiselle myydään vaikeasti hahmotettavia mutta tärkeiltä tuntuvia tuotteita vetoamalla vaikkapa tulevaisuuteen liittyviin huoliin, hän saattaa päätyä ostamaan niitä ymmärtämättä kunnolla, mitä on oikeastaan hankkimassa ja millä ehdoilla. Erityisesti myyntitilanteet, joissa ratkaisu esitetään kiireellisenä tai välttämättömänä, saattavat johtaa tarpeettomien tai ylihinnoiteltujen tuotteiden ostoon. (Järvelä ym., 2025; Tuorila ym., 2016).

Oman lukunsa muodostavat viime vuosikymmenten aikana huomattavasti yleistyneet huijaukset, joista tyypillisimpiä ovat ns. tilausansat ja katteettomilla lupauksilla kaupitellut ihmetuotteet. Ne keskittyvät useimmiten sähköisiin markkinointikanaviin ja puhelinmyyntiin. Tilausansassa kuluttaja päätyy maksamaan tuotteista, joita ei ymmärtänyt tilanneensa. Yleisiä esimerkkejä ovat ”ilmainen” näyte, joka johtaakin kalliisiin lisätuotteisiin, tai arvontaan osallistuminen, joka paljastuuakin tilaukseksi. (Järvelä, 2018; Tuorila, 2018; Tuorila ym., 2016.) Huijaukset koskettavat erityisesti iäkkäämpiä. Moni iäkkäämpi pelkää huijatuksi tulemistä (Järvelä ym., 2017), ja pyrkii myös suojaamaan itseään huijaustilanteilta (Kaartinen ym., 2025). Toimintakykyä heikentävät sairaudet, kuten muistisairaus, voivat kuitenkin hankaloittaa kykyä tunnistaa huijaus, jolloin ikääntynyt voi joutua jopa toistuvien huijausyritysten kohteeksi (Tuorila ym., 2016; Järvelä, 2018). Riski koskettaa erityisesti niitä, jotka eivät itse tiedosta kognitiivisen toimintakykynsä heikkenemistä. Ihmiset ovat taipuvaisia aliarvioimaan kognitiivisten kykyjensä heikkenemistä merkittävästikin. (Mazzonna & Peracchi, 2024.) Puhelinmyynnissä yleisin ongelma vanhimpien ikäryhmien keskuudessa on, että kertaluonteiseksi tai määräaikaiseksi luultu tilaus osoittautuuakin jatkuvaksi (Järvelä ym., 2025). Koronapandemiasta johtuva koteihin eristäminen lisäsi ikääntyneiden haavoittuvuutta ja teki heistä entistä otollisemman kohderyhmän puhelin- ja verkkopohjaisille huijauksille (Teaster ym., 2023).

Myyntitavan ongelmiin on vaikuttanut myös kotimyyntin peruuttamisoikeutta koskeva sääntely, joka muuttui 13.6.2014. Sitä ennen kuluttajalla oli kotimyyntissä absoluuttinen 14 päivän peruuttamisoikeus. Sääntelymuutoksen myötä sekä etämyyntissä että kotimyyntissä alettiin soveltaa samoja peruuttamisoikeuden rajoituksia. Sen jälkeen peruuttamisoikeus ei ole koskenut esimerkiksi mittatilaustavaroita.

Sääntelymuutos on johtanut tilanteeseen, joka mahdollistaa heikossa asemassa olevien kuluttajien haavoittuvan aseman hyväksi käyttämisen. Muutos näkyi välittömästi myös KKV:n saamissa kotimyyntiä koskevissa yhteydenotoissa, joiden määrä moninkertaistui uuden sääntelyn tultua voimaan (HE 14/2022). Kuluttaja-asiamies on sittemmin joutunut puuttumaan kotimyyntissä esiintyneisiin ongelmiin lukuisissa valvontatapauksissa sekä laatinut alalla erillisen ohjeistuksen lainmukaisista toimintatavoista<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Ks. esim. <https://www.kkv.fi/paatokset/kuluttaja-asiat/kuluttaja-asiamiehen-ratkaisut/aurinkopaneelien-ja-aurinkosahkojarjestelmien-kotimyynti-2/>, <https://www.kkv.fi/paatokset/kuluttaja-asiat/kuluttaja-asiamiehen-ratkaisut/valokuituliittymän-markkinointi/>, <https://www.kkv.fi/paatokset/kuluttaja-asiat/kuluttaja-asiamiehen-ratkaisut/aurinkopaneelien-ja-aurinkosahkojarjestelmien-kotimyynti/>, <https://www.kkv.fi/paatokset/kuluttaja-asiat/kuluttaja-asiamiehen-ratkaisut/putkiremonttien-ilmanvaihto-ja-lammitysjarjestelmien-kotimyyntin-ongelmat/>, <https://www.kkv.fi/paatokset/kuluttaja-asiat/kuluttaja-asiamiehen-ratkaisut/kkv-882-14-08-01-05-2017/>, <https://www.kkv.fi/paatokset/kuluttaja-asiat/kuluttaja-asiamiehen-ratkaisut/kkv-880-14-08-01-05-2017/>, <https://www.kkv.fi/paatokset/kuluttaja-asiat/kuluttaja-asiamiehen-ratkaisut/kkv-1030-14-08-01-05-2017/>, <https://www.kkv.fi/paatokset/kuluttaja-asiat/kuluttaja-asiamiehen-ratkaisut/kkv-881-14-08-01-05-2017/>, <https://www.kkv.fi/paatokset/kuluttaja-asiat/kuluttaja-asiamiehen-ratkaisut/kkv-1031-14-08-01-05-2017/>, <https://www.kkv.fi/paatokset/kuluttaja-asiat/kuluttaja-asiamiehen-ratkaisut/kkv-260-14-08-01-05-2016/>, <https://www.kkv.fi/paatokset/kuluttaja-asiat/kuluttaja-asiamiehen-ratkaisut/kkv-990-14-08-01-05-2015/> sekä ohjeistus: <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tietoa-ja-ohjeita-yrityksille/kuluttaja-asiamiehen-ohjeistukset/ohjeistus-korjaus-ja-remonttialan-kotimyyntia-harjoittaville-yrityksille/>



### 3 AINEISTO JA ANALYYSI

#### 3.1 Aineiston kuvaus

Tutkimuksen aineistona on vuoden 2024 aikana KKV:n kuluttajaneuvontaan ja kuluttaja-asiamiehelle tulleet yhteydenotot, joissa kuluttajaoikeudelliseksi ongelmaksi oli määritelty ikäihmiset. Määritelmä tarkoittaa sitä, että tapauksessa on sellaisia piirteitä, että kuluttajan korkea ikä on vaikuttanut sopimuksen syntymiseen tai sopimuksen eri vaiheisiin. Määrittelyn kuluttajaoikeudellisesta ongelmasta tekee asiaa käsittelevä KKV:n asiantuntija.

KKV:lle tulevat kuluttajayhteydenotot tallennetaan Nova-tiedonhallintajärjestelmään. Yhteydenotoista kirjataan mm. tapauksen tuoteryhmä, myyntitapa, kuluttajaoikeudellinen ongelma sekä tapauskuvaus, jossa on vapaamuotoisesti kerrottu, mitä on tapahtunut. Tapauskuvaukset ovat joko kuluttajaneuvonnan asiantuntijoiden tai kuluttajien itsensä kirjoittamia. Tutkimuksen aineistona on käytetty juuri näitä sanallisia tapauskuvauksia.

Novaan tallennetut tapauskuvaukset soveltuvat hyvin laadulliseen tutkimukseen, jossa selvitetään kuluttajien ongelmakokemuksia. On kuitenkin syytä ymmärtää, että tapauskuvaus ei välttämättä sisällä kaikkia tapaukseen liittyviä seikkoja, vaan ainoastaan sen, mitä kuluttajaneuvonnan asiantuntija tai yhteyttä ottanut kuluttaja on siihen kirjannut. Osa tapauskuvauksista voi olla suppeita, toiset taas hyvinkin laajoja ja yksityiskohtaisia. Tämä ei kuitenkaan estä laadullisen analyysin tekemistä, koska tavoitteena ei ole kuvailla yksittäisiä tapauksia, vaan esittää yleisempiä tulintoja aineistosta löytyvistä kuluttajaongelmista<sup>2</sup>.

Vuoden 2024 aikana KKV:n kuluttajaneuvontaan ja kuluttaja-asiamiehelle tuli kaikkiaan 506 yhteydenottoa, joissa kuluttajaoikeudelliseksi ongelmaksi oli määritelty "ikäihmiset". Samana vuonna KKV:lle tuli yhteensä noin 45 000 yhteydenottoa, joten on oletettavaa, että tässä joukossa oli lukuisia muitakin yhteydenottoja, joissa kuluttaja oli iäkäs, mutta näissä tapauksissa korkea ikä ei ollut tapauskuvauksen perusteella vaikuttanut ongelmaan. Tutkimuksen aineisto ei siis kuvaa kaikkia kuluttajaongelmia, joita iäkkäillä ihmisillä voi olla. Oletettavasti monet iäkkäiden kuluttajien ongelmat ovat samanlaisia kuin nuoremmillakin kuluttajilla. Kun tässä tutkimuksessa puhutaan ikäihmisistä, sanalla viitataan siis juuri tilanteisiin, joissa korkea ikä on yhteydessä kuluttajan kokemaan ongelmaan ja joissa tapauksen tietoihin kuluttajaoikeudelliseksi ongelmaksi on merkitty "ikäihmiset".

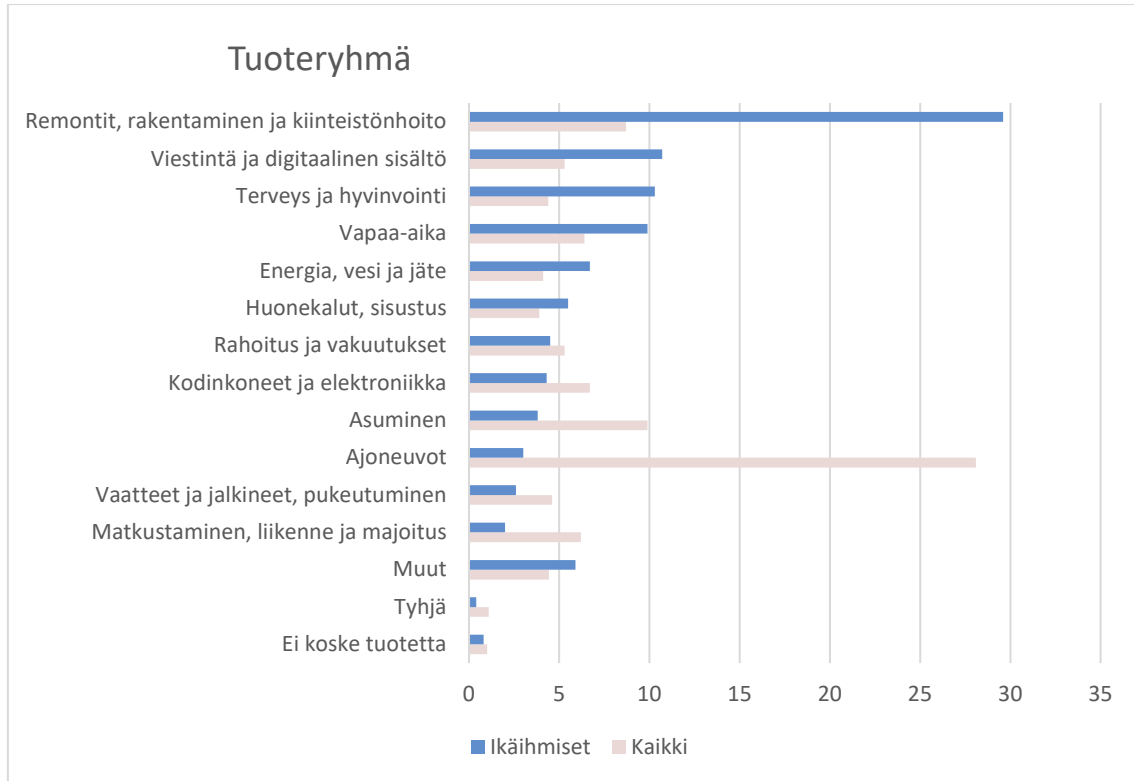
KKV:lle tulevat ikäihmisten yhteydenotot eroavat monella tavalla muista yhteydenotoista. Kuvioissa 1 ja 2 on vertailtu ikäihmisten yhteydenottoja kaikkiin yhteydenottoihin tuoteryhmän ja myyntitavan suhteen. Kuvioista 1 huomataan, että

---

<sup>2</sup> Sen sijaan tapauskuvausten mahdolliset epätäydellisyydet vaikuttavat siihen, että aineistosta ei juurikaan voi tehdä määrällistä analyysiä. Aineistosta voisi laskea määriä vain sellaisista asioista, mitä tapauskuvauksissa on tuotu esiin, esimerkiksi kuinka monessa tapauksessa on mainittu ikäihmisen muistisairaus. Voi kuitenkin olla, että jonkin tietyn tapauksen ikäihmisellä todellisuudessa on muistisairaus, mutta sitä ei jostain syystä ole mainittu tapauskuvauksessa. Laskemalla aineistosta yhteen tapaukset, joissa on mainittu muistisairaus, saataisiin selville ainoastaan muistisairaiden määrän minimi. Aineiston perusteella on mahdotonta arvioida, kuinka monella aineiston ikäihmisellä oikeasti on muistisairaus.



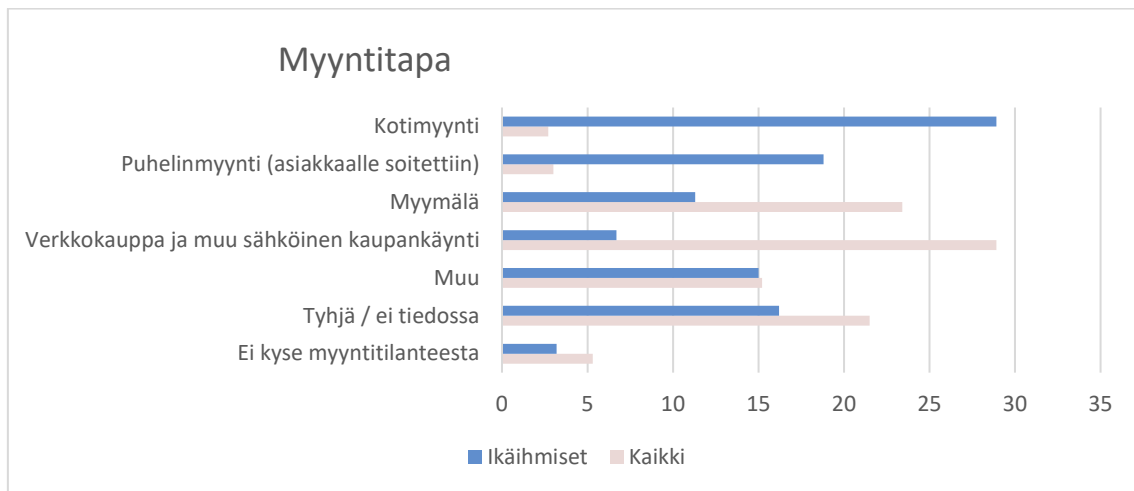
tuoteryhmä remontit, rakentaminen ja kiinteistönhoito<sup>3</sup> on voimakkaasti ylliedustettuna ikäihmisten yhteydenotoissa. Yli kaksinkertaisesti ylliedustettuina ovat myös tuoteryhmät terveys ja hyvinvointi (joka pitää sisällään mm. vitamiinit ja luontaistuotteet) sekä viestintä ja digitaalinen sisältö (joka sisältää mm. puhelin- ja internetliittymät).



**Kuvio 1. Ikäihmisten yhteydenotot (n=506) verrattuna kaikkiin yhteydenottoihin (n=44 771) tuoteryhmän mukaan tarkasteltuna vuonna 2024 (% yhteydenotoista).**

Kuviosta 2 puolestaan nähdään, että myyntitapana ylikorostuvat voimakkaasti kotimyynti ja puhelinmyynti.

<sup>3</sup> Jatkossa tästä tuoteryhmästä käytetään yksinkertaisuuden vuoksi nimitystä remontit.



**Kuvio 2. Ikäihmisten yhteydenotot (n=506) verrattuna kaikkiin yhteydenottoihin (n=44 771) myyntitavan mukaan tarkasteltuna vuonna 2024 (% yhteydenotoista).**

Kaikkein yleisimpänä yhteydenoton syynä ovat kotimyyntinä myydyt remontit, rakentaminen ja kiinteistönhoito. Näissä tapauksissa toistuvat usein samat yritykset. Noin 40 prosenttia tapauksista on kolmen useimmin esiintyneen yrityksen aiheuttamia, ja noin 55 prosenttia tapauksista on kuuden useimmin esiintyneen yrityksen aiheuttamia. Ilmoituksissa yleisimmin esiintyvien yritysten ulkopuolellekin jää kuitenkin lukuisia ongelmia aiheuttaneita yrityksiä.

### 3.2 Aineiston analyysi

Aineiston analyysin kohteena on tapauksen sanallinen kuvaus. Laadullisella analyysillä pyritään kuvaamaan, millaisia ovat ikäihmisten kuluttajaongelmat. Analyysimenetelmänä käytetään sisällönanalyysiä (ks. esim. Tuomi ym. 2018), jossa aineisto järjestetään tiiviiseen ja selkeään muotoon säilyttäen sen sisältämä informaatio.

Analyysissa siirryttiin asteittain aineiston kuvaamista konkreettisista tapauksista abstraktimpiin käsitteisiin. Ensimmäisessä vaiheessa perehdyttiin aineistoon lukemalla kaikki tapaukset läpi. Samalla aineisto teemoiteltiin erilaisten aihepiirien mukaan, esimerkiksi alentuneeseen toimintakykyyn liittyvät tapaukset tai aggressiiviseen myyntiin liittyvät tapaukset. Osa tarkasteltavista teemoista oli päätetty jo tutkimuksen käynnistyessä<sup>4</sup>, osa tuli esille aineistoa luettaessa.

Seuraavassa vaiheessa teemojen sisältä etsittiin samankaltaisuuksia ja erilaisuuksia: esimerkiksi millaisia yhteisiä ja erottavia piirteitä on aggressiiviseen myyntiin liittyvissä tapauksissa. Kunkin teeman alla samankaltaiset tapaukset tiivistettiin tyyppitarinoiksi, esimerkiksi "ikäihminen painostetaan tekemään kaupat".

Tyyppitarinat nimetään raportin tuloslukujen (luvut 4–9) alimpien otsikkotasojen nimissä. Otsikoiden alla on tarkempi kuvaus tyyppitarinoiden sisällöstä. Tyyppitarinoita

<sup>4</sup> Nämä teemat tulivat esille tutkimuksen aloituskokouksessa, jossa ikäihmisiä koskeneisiin yhteydenottoihin perehtyneet kuluttaja-asiamiehen ja kuluttajaneuvonnan asiantuntijat kertoivat havainnoistaan.

havainnollistetaan aineistosta poimituilla suorilla sitaateilla, jotka ovat lainausmerkeissä, sisennetty ja kursivoitu. Sitaateista on editoitu kirjoitusvirheitä sekä poistettu tunnistetiedot, kuten kuluttajien ja yritysten nimet sekä paikkojen nimet ja osoitteet. Sitaattien olennaisia kohtia on lihavoitu.

## 4 YHTEYDENOTTAJA ON JOKU MUU KUIN IKÄIHMINEN ITSE

Ikäihmistien kuluttajaongelmia koskevissa yhteydenotoissa on poikkeuksellista ja merkillepantavaa, että usein yhteydenottaja on joku muu kuin ikäihminen itse. Lähes 60 prosentissa tarkastelluista tapauksista joku toinen on ottanut ikäihmisen puolesta yhteyttä kuluttajaneuvontaan tai kuluttaja-asiamieheen.

Selvästi yleisintä on, että yhteydenottaja on ikäihmisen lapsi.

*"Kirjoitan siis isäni puolesta, koska hän on jo 85-vuotias ja tietokoneen käyttö on hieman hankalaa. [...]"*

*"Soitti 90-vuotiaan äitinsä asiassa. [...]"*

Myös monet muut läheiset saattavat tehdä yhteydenoton ikäihmisen puolesta: puoliso, lapsen puoliso, lapsenlapsi, sisarus, veljen tai sisaren lapsi, kummilapsi, naapuri, edunvalvoja, kotihoitaja, sosiaalityöntekijä, muu tuttava tai muu henkilö. Useimmiten yhteydenottaja on ikäihmistä nuorempaa sukupolvea.

*"Mummin asialla soittaa. [...]"*

*"Soittaa naapurin 90-v puolesta. [...]"*

Joissakin tapauksissa ikäihminen kertoo itse kohtaamastaan ongelmasta läheiselleen, mutta joskus läheiset saavat tietää asiasta vain sattumalta. Kun läheinen käy ikäihmisen kotona, hän saattaa löytää sieltä esimerkiksi uusia laitteita, remontin jälkiä tai laskuja. Vasta asiasta kysyessään läheiselle tulee ilmi ikäihmisen kokema kuluttajaongelma. Jos ikäihminen kärsii muistiongelmaista, asian selvittäminen voi olla läheiselle melkoista salapoliisityötä. Voi käydä myös niin, että läheiset eivät koskaan saa tietää ongelmasta tai saavat tietää siitä vasta, kun peruuttamisoikeus on umpeutunut.

Vaikuttaisi siltä, että on merkittävä joukko ikäihmisiä, jotka eivät syystä tai toisesta itse kykene ottamaan tai ymmärrä ottaa yhteyttä kuluttajaviranomaiseen ongelmissaan. Tämän vuoksi läheiset joutuvat tekemään yhteydenoton ikäihmisen puolesta ja näkemään paljon vaivaa tämän asioiden hoitamisessa.

Kaikilla ikäihmisillä ei ole omaisia tai muita läheisiä, jotka voisivat auttaa heitä. Jos tällainen ihminen ei pysty itse ottamaan yhteyttä kuluttajaviranomaiseen, hän ei saa ongelmaansa apua, eikä tapaus tällöin tule myöskään kuluttajaviranomaisen tietoon.

## 5 IKÄIHMISEN HAAVOITTUVUUS

Haavoittuvuus viittaa kuluttajien kykyyn toimia markkinoilla. Haavoittuvilla kuluttajilla on keskimääräistä suurempi riski tehdä heille itselleen epäedullisia sopimuksia. Haavoittuvuus voi johtua siitä, että kuluttajilla on vähäiset taloudelliset, tiedolliset tai taidolliset resurssit. Haavoittuvina kuluttajina mainitaan usein lapset, ikääntyneet ja vakavasta sairaudesta kärsivät.

Tässä tutkimuksessa ikäihmisten haavoittuvuus näyttäytyi alentuneena toimintakykynä sekä teknisten valmiuksien (eli laitteiden, palveluiden ja taitojen) puutteena.

### 5.1 Alentunut toimintakyky

Osalla ikäihmisistä toimintakyky on alentunut. Alentuma voi koskea niin fyysistä, psyykkistä, kognitiivista kuin sosiaalistakin toimintakykyä. Alentunut toimintakyky luonnollisesti heikentää myös ikäihmisen kykyä toimia kuluttajana.

Kuluttajaviranomaiselle tulleissa ilmoituksissa tuotiin usein esille ikäihmisen alentunut toimintakyky. Selvästi yleisimpiä olivat maininnat erilaisista muistisairauksista ja -ongelmista. Jonkin verran ilmoituksissa kerrottiin myös aistiongelmissä (huono näkö tai kuulo) sekä muunlaisista terveysongelmista ja sairauksista.

#### 5.1.1 Muistisairas ei ymmärrä, mitä on tekemässä tai tehnyt

Muistisairaus tai -ongelma vaikuttaa ikäihmiseen siten, että hän ei aina kunnolla ymmärrä, mitä on tekemässä tai tehnyt. Muistisairas saattaa tehdä hankinnan, mutta ei kunnolla ymmärrä, mitä on hankkinut, mihin hintaan tai ylipäättään mitä sopimuksessa on sovittu.

*"Muistisairaudesta kärsivillä vanhemmillani oli käynyt kotona [yrityksen] edustaja [myyjä] myymässä viemärisaneerausta. **Vanhempani allekirjoittivat sopimuksen urakasta (täysin ymmärtämättä, mihin sitoutuivat) [...]"***

*"[...] Olisin kysellyt hieman lisätietoja liittyen enoni käymään kauppatilanteeseen kyseisessä salongissa. Hän on muistisairas henkilö, jolle on myyty 10x hiustenleikkuu-sarjakortti. Tilanteessa on mielestäni käytetty hänen terveydentilaa hyödyksi ja myyty tällainen. **Hän myös itse kertoi, ettei ole ymmärtänyt kunnolla tätä kauppaa. [...]"***

Muistisairas ei välttämättä edes muista tehneensä mitään kauppvoja. Läheiset löytävät kuitenkin hänen kotoaan uusia tuotteita tai laskuja. Ikäihmiseltä kysyttäessä hän ei pysty kunnolla kertomaan, mitä on tapahtunut. Asiaa selvittävät läheiset joutuvat rekonstruoimaan tapahtumia dokumenteista tai ottamalla yhteyttä myyjään. Aina kaupasta ei edes ole mitään dokumentteja eikä myyjään välttämättä saada yhteyttä. Tällöin läheisillekin jää arvoitukseksi, että mitä oikein on tapahtunut.

*"K soittaa vanhan isänsä asialla. Isälle on viisi vuotta sitten asennettu aurinkopaneelijärjestelmä, joka on jo maksettu. Vuoden 2024 alussa kotiin tuli yritys kauppaamaan varastoinnin järjestelmää ja teki sen hintaan 19.815 euroa. 20.2. samasta yrityksestä tuli lisää porukkaa, jotka möivät lisää kapasiteettiä hintaan 19.000 (eli yhteensä lähes 40.000 euroa, vaikka jo vanha järjestelmä "pohjalla-"). **K:n isä ei juuri muista käyntejä eikä rahoitussopimuksia [...]"***

"[Yrityksen] edustajat tulivat myymään ilmastointilaitteita 1970-luvun omakotitalossa asuville iäkkäille vanhemmilleni (85 ja 83- vuotiaat). 85-vuotias isäni on muistisairas, ja hän oli yksin kotona, kun myyntiedustaja tuli paikan päälle esittelemään hiilidioksidimittauslaitteita, jätti laitteet muutamaksi päiväksi ja sanoi palaavansa myöhemmin. Äitini palasi kotiin ja ihmetteli huoneisiin leviteltystä mittareista. **Isäni ei osannut sanoa, kuka ne oli tuonut** ja arveli, että kaupungin toimesta mitataan arvoja. Myyntiedustaja ei jättänyt yhteystietojaan tai esim. käyntikorttiaan, koska ne olivat kuulemma juuri loppuneet. [...]"

"92-vuotiaalle muistisairaalle [kuluttajalle] on myyty ilmakeuhkustaulu, josta hänellä ei ole minkäänlaista muistikuvaa. [...]"

Joissakin tilanteissa vaikuttaa siltä, että muistisairas ikäihminen ei edes ole tehnyt mitään hankintaa. Tällöin epäilykseksi jää, että hän on joutunut jonkinlaisen huijauksen kohteeksi.

"Äidilleni (83 v) soitettiin [yritys] nimisestä yrityksestä ja verhoiltiin myyntitilanne tutustumispaketiksi tms., varmuutta ei ole miten keskustelu eteni, koska **äitini ei muista tapahtuman kulkua, mutta ei omien sanojensa mukaan ole tilannut mitään.** [...]"

"Muistisairaalle 87-vuotiaalle äidilleni ilmeisesti soitettu ja lähetetty "tutustumispakkaus" B12-vitamiineja ja lasku 49,95 €. **Äitini ei luonnollisestikaan muista tehneensä tällaista tilausta** ja lisäksi osoite on väärä. [...]"

Muistisairaiden ikäihmisten ongelmassa korostuivat kotimyyntinä kaupatut remontit sekä puhelimessa kaupatut vitamiinit ja luontaistuotteet. Jälkimmäisissä tapauksissa heräsi usein epäily huijauksesta, jossa ikäihminen ei ole tehnyt mitään tilausta, mutta silti hänelle on toimitettu vitamiineja ja luontaistuotteita sekä lasku.

Joissakin muistisairaiden ikäihmisten omaisten tekemissä yhteydenotoissa pohdittiin myös oikeustoimikelpoisuutta<sup>5</sup> ja edunvalvontavaltuutusta<sup>6</sup>. Omainen saattoi epäillä, onko ikäihminen enää oikeustoimikelpoinen.

"[Yritys] on myynyt kotimyyntinä vanhemmilleni 3kw aurinkopaneeli järjestelmän rahoituksella kauppasumma 11 490 € ja kokonaisluottohinta 22550,97 € 166kk maksuajalla. Isä 81-v ja äiti 70 ovat ikäihmisiä. **Heikon ymmärrys ja muistikyvyn takia he eivät ole olleet oikeustoimikelpoisia.** [...]"

---

<sup>5</sup> Kuluttajan oikeustoimikelpoisuus voi olla heikentynyt iän tai sairauden takia. Jos tämä on ilmeistä, kaupanteosta on syytä luopua kokonaan. Sopimus ei ole sitova, jos käy ilmi, että kuluttaja ei ole kyennyt ymmärtämään sopimuksen merkitystä. Sama pätee silloinkin, kun peruuttamisaika on jo päättynyt. (Ks. <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tietoa-ja-ohjeita-yrityksille/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/kotimyynti/#7>; ks. lisää mm. laki holhoustoimesta (442/1999).)

<sup>6</sup> Edunvalvontavaltuutuksen avulla kansalainen voi varautua tilanteisiin, joissa hän tarvitsee apua omien asioidensa hoitamiseen esimerkiksi sairastumisen tai vammautumisen takia. Edunvalvontavaltuutus annetaan laatimalla edunvalvontavaltakirja, jossa nimetään etukäteen valtuutettu eli henkilö, joka hoitaa kansalaisen asioita, jos hän ei pysty siihen itse. Edunvalvontavaltuutus tulee voimaan, kun Digi- ja väestötietovirasto on vahvistanut sen. (Ks. <https://dvv.fi/edunvalvontavaltuutus-eli-tuen-tarpeen-ennakointi>)

Joissakin tapauksissa ikäihmiselle oli haettu edunvalvontavaltuutusta, mutta täytäntöönpanoprosessin hitauden vuoksi se ei ollut vielä voimassa.

"[...] isä on tehnyt minun kanssa edunvalvontavaltuutuksen jo useampi vuosi sitten, tämän **edunvalvontavaltuutuksen täytäntöönpano on prosessissa, mutta se etenee melko hitaasti**, koska se hoidetaan julkisessa terveydenhuollossa ja siellä on kova ruuhka (muistitestin aika on sovittu maaliskuulle -24 ja sen jälkeinen lääkäriaika saatiin huhtikuun -24 alkupuolelle, sitten vielä Digi- ja viestintäviraston ruuhka) [...]"

Joskus taas edunvalvonta on voimassa, mutta silti yritys tekee sopimuksen ikäihmisen kanssa.

"[...] Onneksi **sisareni (jolle on tehty edunvalvojasopimus vanhempieni asioiden hoitamiseen)** meni käymään vanhemmillani seuraavana päivänä (5.10.2024) ja pääsi vähitellen kärryille, mitä oli tapahtunut. Puolet lauantaista ja koko sunnuntai meni siihen, että hän yritti saada [yrityksen] väkeä kiinni, ja saada peruttua tätä ylihintaista kohtuutonta urakkaa, jonka he olivat muistisairaalle asiakkaalle myyneet. [...]"

Edunvalvontavaltuutus ei vaikuta kunnolla suojaavan muistisairaita ikäihmisiä. Edunvalvontavaltuutus on hankala myös myyjän kannalta, sillä hänen on vaikea tietää asiakkaan edunvalvonnasta, jos asiakas ei sitä itse myyjälle ilmaise.

#### 5.1.2 Heikentyneet aistit vaikeuttavat sopimuksentekoa

Ikääntymisen myötä heikentyneet aistit vaikeuttavat joidenkin ikäihmisten toimintaa kuluttajamarkkinoilla. Aineistossa tuli esiin huonon näön ja kuulon aiheuttamia ongelmia.

Huonon näön vuoksi ikäihminen voi allekirjoittaa sopimuksen, joka poikkeaa siitä, mitä hän on ymmärtänyt myyjän puheista. Jos ikäihminen luottaa myyjän puheisiin ja allekirjoittaa sopimuksen pystymättä lukemaan sitä, sopimus voi osoittautua luultua kalliimmaksi tai pidempikestoiseksi.

"[...] Kauppias oli myynyt sängyn ja nojatuolin äidilleni käteiskauppana ja toimitus välittömästi, kunhan maksaa kortilla ensimmäisen osan maksusta. Hinnat oli näytetty äidille paperilla, jossa **summat olivat vaalean harmaalla ja ilman desimaaleja. Kun kysyin äidiltä, että näitkö hinnat, hän sanoi ajatelleensa, että siinä on desimaalit mukana.** Hän luuli ostaneensa sängyn ja tuolin noin tuhannella eurolla, joka vastaa normihinnoittelua huonekaluliikkeessä. [...] Äiti luuli ostaneensa tonnilla seniorisängyn ja nojatuolin, mutta lasku onkin 12 000 € ja hänellä ei rahaa ole. [...]"

"Vanhemmat tekivät viemärinsukitus sopimuksen 2–3 vkoa sitten maanantaina. Työ aloitettiin seuraavana päivänä, oli valmis perjantaina. Isä luuli, että sukituksen hinta on 1 400 e. Hinta onkin 16 400 e. Työ on tehty jo. **Isä melkein sokea, sanoi ettei nähnyt mitä allekirjoitti.** [...]"

"Läkäs äitini on solminut 11.11.2022 kuntosalisopimuksen [yrityksen] kanssa, sopimusta tehdessä on puhuttu vuoden sopimuksesta, mutta **sopimukseen oli kuitenkin kirjattu 2 vuoden sopimus, jota äitini ei näköongelmistaan johtuen huomannut paikan päällä.** [...]"

Huonon kuulon vuoksi ikäihminen ei saa kunnolla selvää, mitä myyjä puhuu. Tämän vuoksi ikäihmiselle voi jäädä epäselväksi, mitä hänelle ollaan myymässä ja mihin hintaan.

"K soitti iäkkään isänsä puolesta. Tälle [yrityksestä] soitettu 30.8.24 ja kaupattu uutta reititintä. Isällä kuluttajan mukaan ainakin 5 v vanha Huawei-reititin, joten vaihtotarvetta on, mutta **isä, jolla kuulolaitte ja ei ehkä kuullut/ymmärtänyt reitittimen kokonaishintaa 400 euroa, kun se osissa= 37 e/kk maksetaan**, ei myöskään saanut tilausvahvistusta käytössä olleeseen sähköpostiosoitteeseen. vaan toiseen osoitteeseen eli ei voinut siihenkään reagoida [...]"

### 5.1.3 Heikkokuntoinen ikäihminen ei pysty vastustamaan myyjää

Joissakin tapauksissa ikäihminen on niin heikossa psyykkisessä tai fyysisessä kunnossa, että hän ei pysty vastustamaan myyjää, joka puhuu hänet ympäri. Näin ikäihminen päätyy tekemään ostoksen, vaikka ei oikeastaan haluaisi.

"[...] [Kuluttajalla] on kognitiiviset kyvyt heikentyneet ja kun hänen kanssaan juttelee, tulee ilmi, ettei hän pysty hahmottamaan kokonaisuuksia. **Hän on helposti vietävissä päätöksiin, joita toinen osapuoli edistää.** [...]"

"[...] Pyytämättä tapahtunut aggressiivinen kotimyynti kohdistunut 77-vuotiaaseen äitiini. Hän kärsii kroonisista kivuista, joiden vuoksi nukkuu erittäin huonosti, mikä vaikuttaa muistiin, keskittymiseen ja kokonaisuuksien hallintaan. Hänellä on vaikea lukivaikeus, jonka vuoksi hän ei ole koskaan hoitanut mitään paperiasioita. Aikaisemmin kaikesta vastasi puoliso, ja hänen kuolemansa jälkeen tyttäret. **Painostavassa tilanteessa hänellä ei ole mitään mahdollisuutta pystyä keskittymään tekstiin niin, että hän sen ymmärtäisi.** [...]"

## 5.2 Teknisten valmiuksien puute vaikeuttaa ikäihmisten asiointia

Teknisten laitteiden, palveluiden tai taitojen puute voi aiheuttaa ongelmia ikääntyneille kuluttajille. Tällöin yrityksen kanssa asiointi ei onnistu, raha-asioiden hoitaminen vaikeutuu ja kauppojen sovelluksissa tarjottavat alennukset jäävät saamatta. Teknisten valmiuksien puute voi osittain johtua alentuneesta toimintakyvystä, joka on heikentänyt kykyä omaksua uutta teknologiaa.

Ikäihmiseltä saattaa puuttua tekninen laite tai palvelu, jota vaadittaisiin yrityksen kanssa asiointiin. Jos ikäihmisellä ei ole esimerkiksi sähköpostia, hän ei pysty reklamoimaan tai olemaan yhteydessä sellaiseen yritykseen, johon saa yhteyden vain sähköpostilla.

"[...] Älti ei osaa kirjoittaa sähköpostia, hänellä ei ole edes sähköpostia [...]"

Eräässä tapauksessa yrityksen edustaja oli ratkaissut sähköpostin puuttumisen ongelman luomalla itse ikäihmiselle sähköpostin.

"Hei, muistisairaalle isälleni myytiin jonkinlainen hälytysjärjestelmä. Tänään 27.5. tuli soitto järjestelmän asentamisesta. Tulin puheluun väliin, kun isä vain kuunteli ihmeissään puhelua. Saimme peruttua tilauksen, kun isä sanoi, että peruu tilauksen. Tilausvahvistus oli kuulemma lähetetty isälle sähköpostiin. Isällä ei ole sähköpostia, eikä hän osaa käyttää tietokonettaakaan. **Hänelle oli kuulemma tehty sähköpostiosoite Gmailiin.** Onko tämä asiallista markkinointia? Mielestäni ei ole. Kyllä tällaisessa tapauksessa tilausvahvistus pitäisi lähettää ymmärtääkseni postitse. Toiseksi jään pohtimaan tietosuojaa, onko todellakaan lainmukaista tehdä toiselle sähköpostia ja antaa sinne hänen henkilötietojaan. [...]"



Yritys saattaa vaatia reklamaation tekemiseen melko kehittyneitä taitoja, kuten videokuvan lähettämistä viallisesta tuotteesta. Tämä ei tietenkään onnistu, jos ikäihmisellä ei ole tarvittavia laitteita, palveluita ja taitoja.

*"Keittiöremontin yhteydessä laatikoston sarananoista kaksi ei toimi kunnolla. Asia reklamoiitiin myyjäliikkeeseen sekä myyjälle sähköisesti kuvien kera. Seuraavana päivänä reklamaatio-osastolta soitettiin, että **pitää lähettää videokuva viallisista laatikon kiskoista**. Onko todella niin, että ikäihmisten täytyy hommata älypuhelimet, sähköpostit niihin ja opetella käyttämään niitä reklamoidakseen virheen!? [...]"*

Teknisten valmiuksien puutteen vuoksi ikäihmiset kohtaavat ongelmia myös raha-asioissaan. Tarjolla olevat asiointi- ja maksutavat ovat ikäihmiselle mahdollittomia tai vähintään hankalia ja kalliita, jos hänellä ei ole tietokonetta, luottokorttia, mobiilimaksusovellusta, asioidenhoitotiliä tai älypuhelimien pankkisovellusta.

*"[...] Sitten ilmeni, että siellä **laskua ei voi maksaa kuin luottokortilla tai MobilePaylla**. Miksi ei vaihtoehtoa pankkiin!!! [...]"*

*"[...] pankki pakottaa vanhat eläkeläiset lataamaan jonkun sovelluksen kännykkäänsä, jotta pääsisi kirjautumaan tililleen. **Jos et lataa, niin tilimaksut ovat korkeammat kuin niillä, jotka lataavat palvelun**. Mielestäni meitä yli 70-vuotiaita ei voi pakottaa ottamaan palveluja, joita emme osaa käyttää."*

Jotkut yritykset antavat kuluttajille tarjouksia tai alennuksia, jotka ovat tarjolla vain yrityksen puhelinsovelluksen käyttäjille. Monilla ikäihmisillä ei ole älypuhelimia tai taitoja käyttää sen sovelluksia, joten he jäävät vaille näitä tarjouksia ja alennuksia.

*"[...] Epäkohta on hyvin yksinkertainen ja ilmeinen: monet yritykset markkinoivat tuotteitaan ja palveluitaan eri hinnalla applikaation kautta. Mielestäni tämä sotii yhdenvertaisuusperiaatetta vastaan, koska **applikaation lataamiseen tarvitaan ns. älypuhelin. Kaikilla ei ole sitä, ja vaikka olisikin, ei ole kykyä sitä käyttää**. Tämä koskee erityisesti ikäihmisiä. Toisaalta kaikilla ei ole halua täyttää oman puhelimensa muistia joka 'kioskin' applikaatiolla, kuten minulla. [...]"*

*"[...] Onko oikein, velottaa tuotteista enemmän vanhuksilta, pienituloisilta ja sairailta, joilla ei ole varaa älypuhelimeen, eivät osaa käyttää puhelinta tai ovat älylaitteiden kanssa muuten rajoitteisia?"*

## 6 MYYNITAVAN ONGELMAT

Ikäihmisiä koskevissa yhteydenotoissa on runsaasti tapauksia, joissa esiintyy ongelmallisia myyntitapoja. Monesti ongelmalliset myyntitavat vaikuttavat kohdennetun juuri ikäihmisiin, joilla on alentunut toimintakyky ja heikot tekniset valmiudet (ks. luku 5).

Aineistosta paikannettuja ongelmallisia myyntitapoja ovat aggressiivinen myynti, väärän tai puutteellisen tiedon antaminen, tarpeettomien tavaroiden ja palveluiden myyminen sekä ylihintaisten tavaroiden ja palveluiden myyminen ikäihmisille.

### 6.1 Aggressiivinen myynti

Aggressiivista myyntiä tapahtuu tyypillisimmin erilaisten remonttien kotimyyynnissä. Näissä tilanteissa myyjä tulee ikäihmisen kotiin kauppaamaan aurinkosähköjärjestelmää, putki-, viemäri-, ilmanvaihto-, sähkö-, kylpyhuone- tai keittiöremonttia. Aggressiivisessa myynnissä myyjä saattaa tunkeutua ikäihmisen kotiin ja yrittää sitten painostamalla, pelottelemalla tai väsyttämällä saada ikäihmisen suostumaan kauppoihin.

#### 6.1.1 Myyjä tunkeutuu ikäihmisen kotiin

Aggressiivinen kotimyynti saattaa alkaa sillä, että myyjä tunkeutuu ikäihmisen kotiin tämän vastusteluista huolimatta. Myyjä voi ensin ottaa yhteyttä puhelimella ja kertoa tulewansa ikäihmisen kotiin tarkastamaan esimerkiksi putkia tai sähköjä. Myyjä saattaa väittää, että käynnistä olisi sovittu ikäihmisen kanssa, vaikka näin ei ole. Ikäihmisen vastusteluista ei ole apua.

*"[...] Viemärinsukitusta kauppaava myyjä soittanut yksin asuvalle vanhukselle ja **väittänyt heillä olevan aika varattuna tarkastukseen**. Tähän rouva vastasi, ettei tälläistä aikaa ei ole koskaan sovittu/tilattu. Myyjä ilmoitti tulewansa silti paikalla. Myyjä tuppasi puoli väkisin tekemään tarkastusta, jonka jälkeen lähes pakotti allekirjoittamaan kauppasopimuksen."*

*"Puhelinmyyjä soitti ja painosti puhelimesta, oli väkisin tulossa tarkistamaan sähköjä eikä antanut edes puheenvuoroa. Ilmoitti vielä kelloajan, jolloin tulee. On kiertänyt täällä alueella muillakin. Ennen kaikkea yksinäisillä vanhuksilla ja tullutkin ovelle, vaikka ei ole annettu lupaa. [...]"*

Ikäihmisen ovelle saavuttuaan myyjä sitten tulee väkisin sisään, vaikka ikäihminen kieltäisi.

*"[...] Varsinaisen ilmoituksen jätön syy on että **eilen he olivat sitten avanneet oven ja myyjä oli änkeytynyt ovesta sisään** eikä ollut poistunut heidän kotoaan vaikka 70+ isäni oli moneen kertaan pyytänyt häntä poistumaan ja vasta poliisille soittamisella uhkaaminen oli hänet saanut ulos. Vanhat vanhempani kokivat tämän todella ahdistavaksi. Myyjä oli ollut todella aggressiivinen eikä ollut kuunnellut poistumispyyntöjä, vaikka oli heidän kotonaan. [...]"*

*"[...] Kotimyyntin kohteena 92 v. yksin ok-talossa asuva nainen. **Myyjä änkeytynyt sisään**. [...]"*

Eräessä tapauksessa myyjät käyttivät sisään päästökseen hyväksi ikäihmisten uskonnollista vakaumusta.

"Lähestymistapa: myyntiagentilta puhelinsoitto molempien puhelimiin (joissa nro kieltä). **Ei koputusta, hetkessä kaksi myyjää tunkeutunut sisälle.** Eli järjestelmällisesti suunniteltu toimintatapa. Totuuden vastaista markkinointia: "on tapahtunut virhe" kuluttajan säikäyttämiseksi. Helmikuussa asennettu invertteri, suuri jatkoa varten... Paneelien jatkamisesta ei silloin sovittu. - **Uskonnollisen vakaumuksen räikeää hyväksikäyttöä: sanoivat tuovansa meille "ilosanomaa." Esiintyivät "HERRAN työmiehinä". [...]"**

#### 6.1.2 Ikäihminen painostetaan tekemään kaupat

Myyjät painostavat ikäihmisiä kaupantekoon eri tavoin. Ilmoituksissa kerrotaan "pakkomyynnistä" ja "painostuksesta".

Painostavat myyntitilanteet liittyvät monesti hankinnan peruuttamisoikeuteen. Kotimyyynnissä kuluttajalla on tietyin rajoituksin 14 päivän peruuttamisoikeus. Remonttimyyjä yrittää kuitenkin usein saada työt alkamaan mahdollisimman nopeasti, jotta tätä peruuttamisaikaa ei tarvitsisi noudattaa. Myyjän kannalta remontin nopea aloitus myös pienentää mahdollisuutta, että ikäihmisen läheinen saisi kaupat tietoonsa ja yrittäisi tukea ikäihmistä peruuttamisessa.

"[...] Myyjää on vaikea saada ulos asunnosta ja **koittaa saada hyväksynnän heti ja työn aloituksen heti ettei asiakas pysty perumaan tarjousa.**"

Ikäihminen saatetaan painostaa rastimaan sopimuksesta kohta, jossa hän sallii töiden aloittamisen alle 14 vuorokauden kuluessa, ja siten luopuu peruuttamisoikeudestaan.

"[...] Myyjä änkeytynyt sisään. **Rastituttanut asiakkaalla kohdat, ettei remontista kysytä asunnon omistavilta perikunnan jäseniltä, eikä halua käyttää 14 vrk peruutusoikeutta.** Remontti toteutettu muutaman päivän kuluttua tuosta kotimyynnistä. [...]"

"[...] Elinkeinonharjoittaja vetoaa siihen, että sopimuksella ruksittu kohta jossa sanotaan: "haluan että palvelun suorittaminen aloitetaan ennen peruutusajan kulumista ja olen saanut tiedon peruuttamisoikeuden menettämisestä" **Tätä kohtaa ei korostettu eikä selitetty, sanottiin vain että "ja ruksi tuohon vielä" [...]"**

Joskus 14 vuorokauden peruuttamisoikeutta kierretään luomalla ikäihmiselle vaikutelma, että remontti pitää aloittaa pian tai muuten sen aloitus viivästyy monella viikolla. Yhdessä variaatiossa tämä toteutetaan niin, että myyjä sattuu saamaan juuri kotimyyntin aikana "konttorilta" soiton, jossa kerrotaan ensi viikolta vapautuneesta ajasta. Toisessa taas myyjä väittää ikäihmiselle, että tilauskalenterissa sattuisi juuri olemaan tilaa lähipäivinä. Näin ikäihminen saadaan myöntymään siihen, että remontti aloitetaan 14 vuorokauden sisällä, ja samalla hän menettää peruuttamisoikeutensa.

"[...] **Myyntitapahtuman aikana myyjät saivat puhelun, jossa heille kuulemma kerrottiin että "juuri nyt oli vapautunut pikainen asennusaika, vaikka muuten olisi kulunut toista kuukautta"** ja tätä he käyttivät vipukeinona painostaakseen vanhempiani ottamaan tarjous vastaan heti. [...]"

"[...] Asennus sovittiin alustavasti parin viikon päähän, mutta **sopimuksen teon aikana [myyjä] sai puhelun ja sai yllättäen tiedon, että heidän toinen**

**työ tulevalle maanantaille olikin peruuntunut ja he tulisivatkin heti viikonlopun jälkeen maanantaina klo 8.00.** Näin sovittiin. (myöhemmin ilmeni, että tämä [yritys] on säännönmukaisesti käyttänyt tätä peruuntumiskikkaa saadakseen työt nopeasti aloitettua). [Myyjä] myös korosti, että vanhempani eivät saa nyt tätä urakkaa peruuttaa, koska homma on sovittu alkavaksi näin pian, ja että mahdollisesta peruuttamisesta seuraisi tuntuva sakkomaksu. Ei siis ollut puhetta kotimyyntiin 14 pv peruutusoikeudesta. [...]"

"[...] Tästä alkoi myynti; kuinka korjattavaa on paljon ja se olisi pitänyt tehdä jo aikaisemmin. **Päätöksellä oli myös kiire, koska heillä oli juuri kuivausvaihe menossa muualla ja voisivat aloittaa pian.** [...]"

Jos myyntin kohteena on iäkäs pariskunta, painostus voidaan kohdistaa heikommassa kunnossa olevaan, kuten tämä aurinkopaneelien akkuja myyvä yritys teki:

"[Yritys] väkisin möivät Keski-Suomessa asuvalle vanhalle pariskunnalle olemassa oleviin aurinkopaneeleihin akun. Yritys soitti ensiksi pariskunnan emännälle, joka kielsi useaan otteeseen, mutta myyjät vaativat päästä näkemään aurinkopaneelilaitteet. **Paikalle saavuttuaan myyjät erottivat pariskunnan eri huoneisiin ja saivat pariskunnan lievästi dementoituneen isännän kirjoittamaan sopimuksen, ilman emännän lupaa.** [...]"

Eräässä tapauksessa ilmanvaihtoremontteja myyvä yritys edisti kauppooja irrottamalla vanhat ilmanraikastimet seinästä.

"Ikäihmiselle myytiin ilmanraikastimet pakolla. **Myyjä rupesi irrottamaan toisen yrittäjän laittamia raikastimia seinästä, ne kun kuulemma olivat jo huonoja.** Saatiin myytyä uudet. Veivät ne toisen yrittäjän raikastimet mennessään. [...]"

Ikäihmisen rahanpuutakaan ei aina ole este kalliin remontin hankinnalle: myyjä voi laittaa ikäihmisen ymmärtämättään hakemaan lainaa rahoitusyhtiöltä.

"[Yritys] pakkomyy eläkeläisille keittiöremontteja. He vaativat allekirjoituksen tilaukseen jo heti kotikäynnillä. **Lisäksi he hakevat asiakkaan nimissä asiakkaalle korkeakorkoisen kulutusluoton remontin rahoittamiseksi. Luoton haku tapahtuu ilman, että asiakas ymmärtää hakevansa kulutusluottoa pankista.** Asiakas laitetaan sähköisesti allekirjoittamaan kulutusluottohakemus, ilman että hänelle selitetään mistä on kysymys. [...]"

"[...] Yritys painostaa asiakkaan laittamaan pankkitunnukset ilman perusteluja mitä asiakas hyväksyy. Tämä hyväksyntä liittyy rahoitussopimuksen tekemiseen."

"[...] Myyjän mukaan luottosopimus on mukaan tehty sähköisellä allekirjoituksella mutta he eivät toimittaneet pyynnöstä huolimatta sopimusta nähtäväksi ennen kuin 16.10.2024. Kauppasumma ja siihen lisätyt rahoituskulut ovat yhteensä 34 838,00 € ja ostaja on 91-vuotias, kun summa on maksuohjelman mukaisesti maksettu viimeistä erää myöten. **[Kuluttajalla] ei ole mitään käsitystä, että hän olisi tehnyt sähköistä allekirjoitusta ja tosiasiallisesti hän ei sitä osaa tehdä.** Hänellä ei ole itsellään mitään käsitystä tästä rahoituksesta. Hänen kaikki pankkiasiat ym., jotka tarvitsevat tehdä tietokoneella tulee hoidetuksi vain avustettuna tai hänen

*puolestaan hoitaen. Olemme tästä erittäin huolissamme, että **miten ja kenen avustamana tämä sähköinen allekirjoitus on mahdollistunut.** [...]"*

Ikäihmisten kokema painostus ei aina pääty edes kaupantekohetkeen. Painostusta tehdään myös kaupan jälkeen, jos ikäihminen yrittää peruuttaa kaupan.

*"[...] Kun naapurini oli kahdesti yrittänyt perua tilausta puhelimitse, **yritys oli vastannut painostamalla häntä jatkamaan tilausta**, mikä aiheutti suurta stressiä ja hämmennystä. [...]"*

*"[...] Kuluttaja soitti yritykseen parin päivän päästä, että haluaa perua sopimuksen. Sen seurauksena **myyjä tullut paikan päälle uhkailemaan 25 % sopimussakolla** ja kuluttaja on suostunut pysymään sopimuksessa. [...]"*

Kotimyyntien organisatorisia ongelmia kuvaa kattavasti ilmoitus, jonka jättäjä ei ole ikäihminen tai hänen läheisensä, vaan erään kotimyyntiä harjoittavan yrityksen entinen työntekijä. Ilmoitus näyttää, kuinka monet edellä kuvatuista painostavista myyntitekniikoista kuuluivat suorastaan uuden myyjän koulutukseen.

*"Olin 2 päivää töissä [yrityksessä]. Ensimmäisenä päivänä meitä opetettiin myymään ja suurin piirtein valehtelemaan ja johdattelemaan asiakasta harhaan suunnitellusti. Ensinnäkin osoitteita kierrellessä yritettiin sopia esittely aikaa seuraavalle päivälle. Jo siinä neuvottiin sanomaan asiakkaille, että meillä on huomiseksi enää kaksi aikaa jäljellä. Ja luotiin tavallaan illuusiota siitä, että muut ajat ovat ikään kuin varattu, vaikka muita aikoja ei edes ollut vaihtoehtoina. Taloyhtiöissä asiakkaat saattoivat saada tilanteesta sellaisen kuvan, että esittely tehdään kyseisen talonyhtiön jokaisessa asunnossa. "Meillä on enää kaksi aikaa jäljellä... klo 17 ja klo 20... kumpi teille sopii paremmin..." Firmalla on ihan dataa siitä, että seuraavalle päivälle sovituista esittelyajoista noin 50 % peruu ajan. Minun myyntitiimini vetäjä kehotti valehtelemaan esim., että meillä on kampanja, joka kohdistuu vain tälle tielle tai alueelle ja tämän viikon ajan, kun teemme asennuksia tässä lähistöllä.*

*Ja kyllä erittäin painostavaa myyntiä. Ihan hävetti olla esittelytapaamisella myyntikouluttajan kanssa. Ensin niin imartelevaa ja mukailevaa ja ystävällistä. Ja kun asiakas sanoi, ettei tee ostopäätöstä heti, niin rupeesi menemään erittäin painostavaksi. Enää tämän viikon ajan tämä tarjous. Täyttä paskaa kirkkain silmin. Sama homma, kun asiakkaat soittivat ja yrittivät perua seuraavalle päivälle sovittuja esittely aikoja. Ei niin kuin millään meinattu suostua perumaan puhelimesta, vaan tarjottiin jotain eri ajankohtaa tai aikaa.*

*Asiakkaat siis soittivat ja sanoivat, että tänään ei sovikaan. Me olemme yhteydessä, jos tarvitsemme esittelyajan joskus toiste. Meni 5 minuuttia vääntää puhelimesta, että saa peruutettua sovitun ajan [yrityksen] myyjän kanssa.*

*Suurin osa asiakkaista vanhuksia tai muuten vähän heikompia ja manipuloitavissa olevia ihmisiä.*

*Oksettavaa. Muita myyjiä kannustetaan tekemään myyntiennätyksiä ja kovaa tulosta ja palkitaan joka viikko joka kuukausi joka vuosi paras myyjä. Psyko junnut jyräävät heikossa asemassa olevia ihmisiä ovella."*

Vaikka suurin osa ikäihmisten painostamisesta tapahtui kotimyyntin yhteydessä, painostusta esiintyi jonkin verran myös muissa myyntitavoissa. Puhelinmyyntissä tapahtunut painostus liittyi usein lisäravinteiden ja vitamiinien myyntiin sekä jalometallien ostamiseen. Myymälämyyntissä taas painostusta esiintyi huonekalujen sekä elektroniikan kaupoissa.

### 6.1.3 Ikäihminen pelotellaan tekemään kaupat

Remonttien kotimyyjät pyrkivät kaupantekoon myös pelottelemalla ikäihmisiä. Uhkakuvia maalaamalla voidaan saada ikäihminen tekemään nopeita, harkitsemattomia ostopäätöksiä.

Myyjä saattaa pelotella ikäihmistä kodin rikkoutumisella. Putkiremontteja kauppaava myyjä saattaa väittää putkistoa hyvin huonokuntoiseksi ja maalailla uhkakuvia, jotka voisivat toteutua ilman pikaista remonttia.

*"[Yritys] huijaa vanhuksia. Kesäkuussa 2023 olivat soittaneet 80-v tädilleni ja tulleet seuraavana päivänä tekemään sopimuksen putkiremontista. **Olivat sanoneet, että putket räjähtävät hetkenä minä hyvänsä.** [...]"*

*"[...] Yrityksen kaksi myyjää kertoivat, että vanhempieni talon viemäriputket ovat aivan tiensä päässä ja ne tulisi välittömästi sukittaa. **Käytettiin uhkakuvia ja pelottelua siitä, mitä tapahtuisi, jos viemäriputket yhtäkkiä menisivät rikki.** Hinta "tingittiin" edulliseksi (7 putkea 19140e). Myynti perustui vakuutteluun, pelotteluun ja lopuksi pieneen painostukseen, että nimet on laitettava paperiin saman tien. [...]"*

Edellä mainitussa tapauksessa jopa yrityksen omat putkimiehet huomasivat työn aloitettuaan, että myyjän luomat uhkakuvat eivät pitäneet paikkaansa:

*"[...] Toinen tekijöistä huomasi ensinnäkin, että putket eivät olleet mitenkään tiensä päässä, eivät huonokuntoiset eivätkä todellakaan sellaiset, mitä myyjät olivat antaneet ymmärtää. [...]"*

Kylpyhuoneremontin myyjä taas voi pelotella kylpyhuoneen pilaantumisella, jos remonttia ei tehdä heti.

*"[...] Myynti oli kotimyyntiä ja naisen mukaan hän yritti välttää ostamista, mutta kun myyjä lopuksi sanoi, että **kylpyhuone on siinä kunnossa, että se mätänee** ja sitten naiselle tulee 10 tuhannen euron remontti, niin hän suostui. [...]"*

Sähköremontteja kauppaavat myyjät säikyttelevät ikäihmisiä puhumalla tulipaloista, vaarallisista jännitteistä ja ohivuodoista.

*"Vanhuksille myydään sulakekaapin vaihtoa. Vaihtoa perustellaan tarpeellisena 40 vuoden välein tehtävänä remonttina. Lisäksi näytetään kuinka sähkökynä näyttää valoa sulakkeen lähellä ja väitetään, että niin ei saisi käydä. **Pelotellaan myös tulipalolla ja väitetään, että vakuutus ei korvaa.** Vaihdon hinta on yli 7000 euroa."*

*"[...]70-vuotiaille vanhemmilleni oli tullut ovelta ovelle myyjä myymään aggressiivisesti sähköremonttia. **Myyjä oli kommunikoinut uhkaavalla tavalla, kuten "hengenvaarallinen" ja puhunut "vaarallisesta jännitteestä kodinkoneissa".** [...]"*

Ikäihmisiä pelotellaan myös sähköjärjestelmän lainvastaisuudella ja sillä, että vakuutus ei korvaisi sähköistä alkanutta tulipaloa.

"[...] Nyt sama yhtiö kävi tarkistamassa sähköjä ja sanoi, että kaikki sähköt pitäisi uusida, **sulaketaulu on lainvastainen** [...]"

"[...] Sähköalan yritys oli lähestynyt aluksi puhelinmyynnillä ja saanut vanhempani suostumaan kotikäyntiin. Kotikäynnillä 27.8.2024 oli kartoitettu sähköasiat ja **"pelottelulla" herätetty remonttiarve (vakuutus ei korvaa, jos sähköistä alkaa tulipalo)**. [...]"

Ilmanvaihtojärjestelmää myyvä yritys saattaa pelotella ikäihmisiä kodin asumiskelvottomuudella.

"[...] Paikalla oli ensin käynyt esittelijä, joka tarjosi ilmaista ilmanlaadun mittausta toimittamalla paikalle "boksin", joka kuulemma mittasi ilmanlaatua viikon verran eri huoneista. Viikon kuluttua paikalle tulivat myyjät, jotka tarkastivat boksin rekisteröimän ilmanlaadun viikon ajalta, ja tämän jälkeen he olivat "erittäin huolestuneita tuloksista" Seurasi myyntimyylytys, jossa heidän kauppaamaansa järjestelmää keuhuttiin ja vakuuteltiin, että **ilman remonttia talo on asumiskelvoton**. [...]"

#### 6.1.4 Ikäihminen väsytetään tekemään kaupat

Näissä tapauksissa koti- tai puhelinmyyjä yrittää väsyttämällä saada ikäihmistä suostumaan kaupantekoon. Kotimyyjä saattaa olla ikäihmisen kotona useita tunteja. Aineistossa kotimyyjä jatkoi myyntiä pisimmillään yli viiden tunnin ajan. Myyjä ei ikäihmisen pyynnöistä huolimatta suostu poistumaan ennen kuin remonttisopimus on tehty<sup>7</sup>. Monesti ikäihmisen ainoa keino saada myyjä poistumaan kodista, on suostua sopimuksen tekoon.

"85-vuotiaalle myytiin omakotitaloon aurinkopaneelit 4,5 kW sekä 5 kW akku, hintaan 26 500 €. Kauppaa tehtiin kotimyyntinä, **Myyntitilanne kesti noin 3,5 h**. 85-vuotias ei kaupanteon jälkeen tiennyt mitä oli ostanut. Tilanne selvisi, kun naapuri keskusteli 85-vuotiaan kanssa. [...]"

"[...] Isovanhempani kieltäytyivät useaan otteeseen, mutta [myyjä] jatkoi myyntipuheitaan ja viivytti lähtöään. **Lopulta, lähes 4,5 tunnin painostuksen jälkeen, isovanhempani allekirjoittivat sopimuksen saadakseen hänet poistumaan**. [...]"

"Kotimyyjä möi 4 paneelia- laajennetaan jo olemassa olevaa aurinkovoimalaa. Asiakas on huononäköinen seniorikansalainen. Häntä on painostettu kauppaan. **5–6 tuntia on painostettu asiakasta**. [...]"

"[...] **Myyntipuhe kesti useamman tunnin**, jona aikana sairastunut äitini joutui vetäytymään levolle ja varsin heikossa kunnossa oleva **isäni allekirjoitti sopimuksen päästäkseen eroon kaupustelijoista**. [...]"

<sup>7</sup> Lain mukaan myyjän tulee noudattaa kuluttajan kehoitusta poistua tämän kodista ja kieltoa olla palaamatta takaisin tämän kotiin (<https://www.finlex.fi/fi/lainsaadanto/2008/601>).



*"Yritys on myynyt ilmavesilämpöpumpun 90-vuotiaalle yksinasuvalle miehelle pitkän, noin **viiden tunnin painostamisen jälkeen**. [...]"*

Väsytystä käytetään myös puhelinmyynnissä. Puhelinmyyjä saattaa soittaa jatkuvasti, vaikka ikäihminen on aikaisemmissa puheluissa kieltänyt myyjää soittamasta uudestaan ja kieltäytynyt ostamasta mitään<sup>8</sup>.

*"[Yritys], äärimmäisen aggressiivista (ja selvästi vanhempiin ihmisiin kohdistuvaa markkinointia) ja remonttien tuputtamista. **Soittaa miltei viikoittain yhä uudestaan, ihan jatkuvasti, vaikka useita kertoja on kielletty hyvin selvästi** ja sanottu, että on myös voimassa oleva puhelinmarkkinointikielto. Vastenmielistä ja raivostuttavaa!"*

*"Minä ilmoitan isäni puolesta **jatkuvasta ja häiritsevästä puhelinmyynnistä** [yrityksen] taholta. Hän ei halua ostaa mitään, eikä maksaa ylimääräisiä kuluja, mutta nämä puhelinmyyjät puhuvat iäkkään ihmisen niin ympäri asioista, että tämä ei enää tiedä mistä on kyse, ja suostuu tahtomattaan tilaamaan palvelun tai tuotteen. [...]"*

## 6.2 Väärä tai puutteellinen tieto

Myyjä voi esittää ikäihmiselle monenlaista väärää tai puutteellista tietoa edistääkseen kaupantekoa. Myyjä saattaa esittää edustavansa jotain muuta tahoa, tai hän saattaa kertoa virheellisiä tietoja joko asiakkaan omaisuudesta, myymästään hyödykkeestä, kotitalousvähenhennyksestä tai yrityksen loppuunmyynnistä. Väärän tai puutteellisen tiedon varassa ikäihminen päätyy tekemään hankinnan, jota hän ei tekisi oikean tiedon perusteella.

### 6.2.1 Myyjä luo vaikutelman, että edustaa jotain muuta tahoa

Kotimyyjä saattaa luoda iäkkäälle asiakkaalleen virheellisen vaikutelman, että hän edustaisi jotain muuta tahoa kuin yritystään. Ikäihmisen kotiin on helpompi päästä sisään, jos ikäihminen kuvittelee myyjän edustavan jotain julkista tahoa tai olevan taloyhtiön tai isännöitsijän asialla.

Myyjä voi esimerkiksi antaa ymmärtää, että hän edustaisi viranomaista tai kaupunkia. Tällainen mielikuva voi syntyä erityisesti, jos myyjä tulee kotiin pyytämättä ja kertoo tulleensa tekemään "tarkastusta".

*"**Vanhuksen asuntoon tultiin kutsumatta tekemään kylpyhuoneen kuntokartoitusta esittämällä viranomaistahoa.** Löydettyään runsaasti korjattavaa, esitettiin ylihintainen arvio ja sovittiin työ alkavaksi nopealla aikataululla"*

*"Torstaina 28.11.2024 isovanhempieni, [kuluttaja] ja [kuluttaja], kotiin saapui [yritys] -yrityksen myyntimies [myyjä]. Hän esitti olevansa "tarkastamassa kodin sähköturvallisuutta", mutta ei kertonut edustavansa kyseistä yritystä."*

---

<sup>8</sup> Sinnikkäät ja ei-toivotut myyntiyhteydenotot puhelimitse ovat lailla kiellettyjä (<https://www.finlex.fi/fi/lainsaadanto/2008/601>).



**Isovanhempani saivat käsityksen, että hän on [kaupungin] kaupungin henkilöitä. [...]"**

Kotimyyjä voi myös luoda ikäihmiselle vaikutelman, että hän olisi taloyhtiön tai isännöitsijän asialla.

*"Erittäin aggressiivista kotimyyntiä iäkkäille ihmisille. **Tulevat sisään muka isännöitsijän tilaamana**, sen jälkeen huijaavat löytämällä laatoituksesta reiän, joka pitää heti korjata, ja pinnat pinnoittaa. [...]"*

*"97-vuotiaan mummoni ovikelloa oli soitettu ja hän oli mennyt Eeva-telineen avulla avaamaan ovea ahtaaseen eteiseen. **Ovella oli seissyt mies, joka oli antanut ymmärtää, että talonyhtiössä yhteishankintana olisi halvemmalla saatavana keittiöremontti** ja että asiasta olisi parempi keskustella sisätiloissa ja mies oli tullut asuntoon sisälle. [...]"*

Vaikka virheellisen vaikutelman luominen tapahtuu yleensä kotimyyntin yhteydessä, joskus myyjä voi tehdä niin myös puhelimesta, esimerkiksi antamalla ymmärtää edustavansa julkista terveydenhuoltoa. Tässä tapauksessa virheellinen vaikutelma syntyi siitä, että yksityisen kuntosalin kanssa samassa kaupunginosassa toimii myös julkinen sairaala.

*"Puhelinsoitto "Fysikaalisesta hoidosta [kaupunginosasta]" iäkkäälle henkilölle, jolla molemmat nilkat murtuneet n. 8 kk sitten. Ilmainen käynti kehonkoostumusmittaukseen. Taksikuskin kanssa sitten ajelivat ristiin rastiin [kaupunginosaa] ja kyselivät [sairaalaan] missä teillä on tällainen vastaanotto. Jostain sitten juoksi mies, joka huuteli etunimellä "asiakasta" näin hän pääsi sisälle ensimmäisen kerran. Missään vaiheessa palveluntarjoajien sukunimiä ei tullut ilmi ja kuntosalisopimus kirjoitettiin hätäisesti asiakkaan puolesta, sääntöpaperi, jota "asiakas" ei nähnyt lukea paikan päällä lykättiin mukaan. **Asiakas luuli olevansa kunnallisessa terveydenhuollossa** juurikin näiden murtuneiden nilkkojen vuoksi. Kun asia alkoi hahmottua ja paperin näki omaiset, että kuntosalisopimus 2:ksi vuodeksi oli tullut tehtyä, niin alkoi soittoyritykset kolmeen eri numeroon, joita löytyi papereista. Mikään numero ei vastannut, soittoyrityksiä tehtiin useina viikkoina useamman henkilön avulla. [...]"*

## 6.2.2 Myyjä kertoo väärää tai puutteellisia tietoja asiakkaan omaisuudesta

Myyjä saattaa esittää iäkkään asiakkaan omaisuudesta väärää tai puutteellisia tietoja, joiden perusteella asiakas saadaan tekemään uusi hankinta. Joskus tällaisia tietoja esitetään pelottelutarkoituksessa, kuten luvussa 6.1.3 on kuvattu. Joskus tietojen esittäminen on asiallisempaa, mutta silti virheellistä.

Jos ikäihmisellä on puutteellinen ymmärrys teknisistä laitteista ja palveluista (ks. myös luku 5.2), myyjä saattaa väittää, että ikäihmisen nykyiset laitteet ja palvelut eivät toimi kunnolla. Myyjä voi esimerkiksi väittää, että ikäihmisen puhelin on rikki, televisio lakkaa toimimasta tai tabletti ei toimi.

*"Minulla oli mennyt puhelin puk-koodi tilaan, Menin [ensimmäisen yrityksen] myymälään, siellä **myyjä ilmoitti, että puhelin on rikki**, ei voi avata. Puhelin on ostettu 3.9.2023. Ostin sitten sieltä uuden puhelimen. Menin sitten [toiseen yritykseen], siellä myyjä laittoi siitä uudesta puhelimesta sim-kortin siihen entiseen puhelimeen ja totesi että toimii, kirjoitti todistuksen siitä. Nyt laskutetaan puk-koodin avaamisesta 16,99 €. Siinä [ensimmäisessä*

y yrityksessä] liikkeessä huijataan varsinkin vanhoja ihmisiä, olen 85-vuotias. Sama myyjä kysyi, minkälainen televisio minulla on, kerroin että minulla on LG Oled tv, hän kertoi, että **jos en osta [palvelua] niin televisio alkaa sakkaamaan ja sekoilemaan**. TV on vajaa 2vuotta vanha. Otin sen [palvelun]. Otin sitten selvää onko myyjän kertomus totta, satuahan se on. Palautin avaamattoman paketin myymälään, siitäkin laskutetaan avaus maksua ja puhelimen osto oli aivan turhaan. Oikein huijariporukka siinä myymälässä"

"Isä kävi [yrityksen] liikkeessä asioimassa, ja halusi vain selvitystä laskulle. Myyjä selvitti asian, ja rupesi tyrkyttämään digiboksi kuukausisopimusta isälle. Isä ei osaa käyttää, eikä ymmärrä nykYTEKNOLOGIAN termejä kovin hyvin. **Myyjä sanoi, että isä tarvitsee digiboksin, jotta näkee TV-kanavat vielä ensi vuoden puolella**. Isä sitten hyväksyi tämän sopimuksen, koska ei tiennyt, että tämä digiboksi on hänelle turha laite. [...]"

Myyjä voi väittää ikäihminen omaisuutta vialliseksi, vaikka se olisi ehjä ja vieläpä tehdastakuun alainen. Samoin ikäihmiselle voidaan myydä uusi osa väittäen sitä aikaisempaa tehokkaammaksi, vaikka todellisuudessa vanha osa on tehokkaampi.

"Aurinkosähkökauppias oli käynyt ikäihmisten luona myymässä järjestelmän päivitystä. Perusteena on päivitykselle ollut parempi hyötysuhde ja toisen "rikkinäisen" invertterin korvaaminen ja yhdistäminen 2 paneelijärjestelmää samaan invertteriin. Kauppahinnaksi on sovittu 4000 € joka sisälsi uuden asennuksen sekä "rikkinäisen" pois viennin. **Nyt oli kuitenkin käynyt niin että kumpikaan invertteri ei ole ollut rikki** ja se mikä on viety rikkinäisenä pois, on tehdastakuun alla oleva laite. [...]"

"[Yritys] myy vanhuksille ylihintoja ja käytännössä turhia aurinkopaneelijärjestelmiä (ml. akustot). Isälleni oli juuri myyty n. 13 000 euron hintaan "parempi" akusto nykyisen tilalle. Todellisuudessa nykyinenkin on vain muutaman vuoden vanha ja **uudessa oli huomattavasti pienempi kapasiteetti**. [...]"

Jos ikäihminen ei kunnolla ymmärrä mitä myyjä on tarjoamassa, hänen on vaikea arvioida myyjän esittämien väitteiden totuudenmukaisuutta. Eräässä kotimyyntitapauksessa ikäihminen sattui olemaan eläkkeellä oleva rakennusinsinööri, joka pystyi oman koulutuksensa ja työkokemuksensa avulla osoittamaan myyjän väitteet vääriksi, niin että myyjä itsekin lopulta myönsi, että talo ei tarvitse ilmanvaihtoremonttia.

"Olen 81-vuotias eläkkeellä oleva insinööri. 8.11 klo 11.41 joku nainen kauppasi ilmanvaihto tarkistusta, vieläpä vähän väkisin ja suostuin siihen koska ajattelin että hyvähän se olisi v. 81 rakennettuun taloon, ajaksi sovittiin 12.11. klo 16.00. Nuorehko mies tulikin ja esitteli itsensä talotekniikan koulutuksen saaneeksi, asuen [paikkakunnalla] ja minä sanoin, että olen rakennusinsinööri, hänen työnantajansa nimeä en muista. Hän esitteli lämpökameransa ja sanoi että tällä nähdään missä on ilmapuotoja. Sen mukaan vuotoja oli kaikissa ulkonurkissa ja kahdessa väliseinän ja ulkoseinän liitoksessa. Hän väitti, että niissä on vuotoja, kun seinämuoveja ei ole teipattu. Minä sanoin, että olen 101 % varma, että vuotoja ei ole vaan nurkissa on kaksi runkotolppa, joiden liitos ei ole täysin tiivis mutta muovi on tiivis eikä ilmapuotoja ole. Lopuksi hän ilmoitti, että olisi syytä laittaa ulkoseiniin kaksi ilmanvaihtolaitetta, joilla tasattaisiin ilmanpaine tasaiseksi ja hintatarjous oli 5 540 €. Meillä on koneellinen ilmalämmitys mikä vaihtaa

ilmaa jatkuvasti ja muodostaa pienen alipaineen mitä suositellaankin. **Lopuksi hän pitkän väittelyn jälkeen myönsi, että meillä on asiat riittävän hyvät eikä kannata tehdä mitään. [...]**"

### 6.2.3 Myyjä kertoo väärää tai puutteellisia tuotteesta tai sopimuksesta

Kaupanteon yhteydessä ikäihmiselle saatetaan antaa väärää tai puutteellista tietoa myytävänä olevasta asiasta. Joskus ikäihmiselle selviää kaupanteon jälkeen, että myyty tuote ei olekaan sellainen kuin myyjä on väittänyt: ominaisuudet tai hinta eivät vastaa myyjän puheita.

"[...] Myyjä kävi tarkastamassa meidän aurinkoenergialaitteemme. Myyjä lupasi, että optimointilaitte ohjaa laitteen lataamaan akkuja halvan pörssisähkön aikaan myös yöllä. **Optimointilaitteen asentaja (ei myyjä) kertoi meille, ettei laite lataa akkuja myyjän lupaamalla tavalla.** Optimointilaitteen valmistajan edustaja [edustajan] sähköposti liitteenä, missä kertoo, että **laite ei toimi kuten myyjä vanhemmilleni luvannut. [...]**"

"83-vuotiaalle äidilleni soitti sähköliittymän myyjä. Äidin määräaikainen sopimus on umpeutumassa, ja hän haluaakin tehdä uuden määräaikaisen sopimuksen kiinteällä sähkön hinnalla, koska hän asuu sähkölämmitteisessä omakotitalossa. Hänelle tehtiin määräaikainen tarjous 8,39 s/kwh, joka houkutti halvalla hinnallaan. Hän moneen kertaan kysyi, että onhan tämä kiinteä hinta, joka ei muutu, vaikka sähkön hinta muuten nousisi. "Kiinteä hinta ei muutu" hänelle vastattiin joka kerta kysymykseen. Hän vielä erikseen sanoi, että ei halua mitään sopimusta, josta ei etukäteen tiedä hintaa. No sopimus oli puhelimesta lyöty lukkoon ja hän soitti asiasta pojalleen (minulle). Pienen selvittelyn jälkeen kävi ilmi, että kyseessä on [sähkö sopimus] -sopimus, joka on määräaikainen, mutta **hintaan vaikuttaa sekä pohjahinta 8,39 s/kwh (he käyttävät tästä nimeä "kiinteä hinta"), että liikkuva osa, jonka muodostaa pörssisähkön hinta. [...]**"

Kotimyyjän on ennen sopimuksen tekemistä kerrottava, että peruuttamisoikeus on olemassa ja miten ja missä ajassa sitä voi käyttää (Kilpailu- ja kuluttajavirasto). Käytännössä kotimyyjä saattaa kuitenkin jättää kertomatta ikäihmiselle kotimyyntiin liittyvistä peruuttamisohjeista.

"[...] Myynnin aikana ei ollut mitään puhetta peruuttamisen mahdollisuudesta tai peruutusajan pituudesta. eikä miten peruutus tehdään. [...]"

"[...] Kotimyyntiasiakirjaa ja kaupan peruuttamisilmoitusta ei ole tuotu tädilleni tiedoksi eikä allekirjoitettu sopimusta tehtäessä. [...]"

"[...] Myyjät painostavat myyntitilanteessa ja jättävät asioita kertomatta. Sopimuksen kohtia ei käydä läpi ennen allekirjoitusta. **Myyntitilanteessa jätettiin kertomatta esim. se, että antamalla asennusluvan heti seuraavana päivänä perumisoikeus poistuu [...]**"

Joskus kotimyyjän käynnin jäljiltä ei löydy minkäänlaisia yhteystietoja, joiden avulla voisi esimerkiksi perua kaupan.

"[...] Sopimuspaperissa ei ole kerrottu myyjän yhteystietoja, vain nimi ja Y-tunnus. [...]"

"[...] Isän luona ei ollut käynnistä jätetty yhteystietoja, ei mitään mihin olisi voinut soittaa, ei siis käyntikorttia ei sopimuksia, eikä puhelinnumeroa mistä voi asiasta tiedustella tai perua kauppaa. [...]"

#### 6.2.4 Myyjä kertoo väärä tai puutteellisia tietoja kotitalousvähennyksestä

Remontin kotimyyjä saattaa myyntitapahtuman yhteydessä esittää laskelmia kotitalousvähennyksestä luodakseen vaikutelmaa edullisemmasta hankinnasta. Kotimyyjä esittää ikäihmiselle laskelmia, joissa remontin hinnasta on vähennetty maksimaalinen kotitalousvähennys, vaikka myyjä ei tiedä asiakkaan tuloja tai mahdollisen aikaisemmin hyödynnetyn kotitalousvähennyksen määrää. Myyjä esittää, että hänen laskemansa erotus olisi se hinta, joka ikäihmiselle tulisi maksettavaksi.

Käytännössä pienituloisen eläkeläisen maksamat verot voivat olla niin pienet, että hän ei voi saada täyttä kotitalousvähennystä kalliista remontista.

"[...] Tuotteen laskelmoinnissa käytetään/näytetään kotitalousvähennysetua. Epäilen että pieneläkeläinen ei etua saa (kun vero%0). [...]"

"[...] Paperien teon yhteydessä hinnaksi oli laskettu 7 900 euroa, naisen laskettiin saavan kotitalousvähennystä 3 500 euroa (virheellinen summa) joten lopulta maksettavaksi jäisi 4 400 euroa. Nainen oli kysynyt maksuvaihtoehtoja ja hänelle oli laskettu lomakkeelle osamaksun kuukausieräksi 143 euroa, mutta lomakkeella ei ole mitään mainintaa osamaksuajasta eikä koroista. **Kotitalousvähennystä nainen ei pysty saamaan verottajalta kuin maksimissaan maksamansa veron määrä, joka on hänen eläkkeellään ja 1,5 % verolla noin 1 800 euroa.** Myyjä oli kysynyt hänen kuukausieläkettään, joten todennäköisesti hänkin pystyi arvioimaan, että lopulta asiakkaalle maksettavaksi jäävä summa olisi huomattavasti suurempi kuin hänen laskelmassaan. [...]"

Voi myös olla, että ikäihminen on jo käyttänyt kaiken tai osan kalenterivuoden kotitalousvähennyksestä, eikä täten ole oikeutettu myyjän laskemaan kotitalousvähennyksen määrään.

"[...] Myyjät lupasivat ilmoittaa verottajalle myynnistä, jotta pariskunta saisi kotitalousvähennystä. **Emännän mukaan heillä ei ole mahdollista hakea kyseistä vähennystä kuin vasta ensi vuonna.** [...]"

"[...] Sopimukselle kirjattiin myös, kuinka koko urakasta 9 300 € jää kotitalousvähennyksen jälkeen maksettavaksi vain 6 500 € (**tietämättä kuinka paljon asiakkaalla ehkä olisi jo muuta kotitalousvähennykseen oikeuttavaa**). Vanhempani ymmärsivät, että heille tuleva lasku olisikin vain 6 500 € [...]"

Kotitalousvähennyksestä saatetaan esittää myös muita virheellisiä väitteitä ostopäätöksen kiirehtimiseksi.

"[...] remontti kannattaa tehdä nyt tämän vuoden puolella kun ensi vuonna ei saa kotitalousvähennystä. [...]"

"[...] Myös kotitalousvähennys oli selitetty virheellisesti niin, että kotitalousvähennys lähtee ensin pois ja maksettavaksi jää loppuosa. [...]"

### 6.2.5 Yritys mainostaa pitkään kestävästä loppuunmyyntiä

Yritys saattaa mainostaa loppuunmyyntiä, joka on kestänyt jo vuosia. Todellisuudessa kyse ei siis ole loppuunmyynnistä, vaan sanalla yritetään luoda vaikutelma edullisista hinnoista, joilla houkutellaan kuluttajia – myös ikäihmisiä – asiakkaaksi.

*"Tämä huijarifirma edelleen kiertelee maakunnissa huijaamassa vanhuksia ja ilmoittelee paikallislehdissä vuosia jatkuneesta "loppuunmyynnistä"."*

*"[...] Laitan liitteeksi heidän mainoksensa joka on vuodesta toiseen sama, ikuinen loppuunmyynti. [...]"*

*"Yritys on ties kuin monetta kertaa [paikkakunnalla] myymässä loppuun eläköitymisen vuoksi. **Loppuunmyynti, mutta samalla mainostetaan mittatilauksen mukaan tilattavia tuotteita.** Eikö loppuunmyynti kosketa varastotuotteita, eikä mittatilaustuotteita? Jo etukäteen tiedetään, että halvat 199 € sängyt on "loppuun myyty". Koroton maksuaika epäilyttää myös. Harmittaa vanhojen ihmisten puolesta, kun heitä vedätetään."*

## 6.3 Tarpeettomien tavaroiden tai palveluiden myynti

Ikäihmiselle voidaan myydä tavara tai palvelu, jota hän ei tarvitse. Myyjä saattaa käyttää hyväkseen ikäihmisen haavoittuvuutta (ks. luku 5), myydä aggressiivisesti (ks. luku 6.1) ja virheellistä tietoa antaen (ks. luku 6.2), ja näillä keinoilla saada myytyä ikäihmiselle tuotteita, joita hän ei oikeasti tarvitse. Tyypillisesti tällaisia tuotteita ovat aineistossa erilaiset remontit sekä puhelin- ja internetliittymät oheistuotteineen.

### 6.3.1 Ikäihmisille myydään tarpeettomia remontteja

Ikäihmisille myydään monenlaisia tarpeettomia remontteja: viemärisaneerauksia, aurinkosähköjärjestelmiä ja niiden komponentteja, keittiöremontteja, kylpyhuoneremontteja, ilmanvaihtojärjestelmän osia sekä sähköremontteja.

*"Kotimyynti vanhuksille monenlaisiin remontteihin ja uskottelu että pitää tehdä kalliita töitä, vaikka ei ole tarvetta. [...]"*

*"[Yritys] kauppasi muistisairaalle miehelle pakolla varavirtalaitteen aurinkopaneeleille. Sellaiselle ei ole tarvetta. [...]"*

Eräälle yli 80-vuotiaalle ikäihmiselle myytiin sähköauton latauspiste, vaikka hänellä ei ole sähköautoa, eikä hän ole ajanut minkäänlaista autoa 10 vuoteen.

*"[...] myivät myös auton latauspisteen 5 000 €, äiti ei ole ajanut autoa 10 vuoteen [...]"*

On myös tapauksia, joissa ikäihmiselle myydään useita tarpeettomia remontteja, vaikka hän ei tarvitsisi ensimmäistäkään. Vaikuttaa siltä, että kun yritys on löytänyt sopivan kohteen, jolle myydä remontteja, häntä hyödynnetään yhä uusien remonttien kauppaamiseksi.

*"[Yritys] pakkokauppaa vanhoille ihmisille remontteja ja lisälaitteita. Omat vanhempani (yli 70 v.) ovat joutuneet nyt tällaiseen kierteeseen. **[Yritys] on tehnyt vanhempien kotona vuosien aikana seuraavia remontteja: Ikkunaremontti, vesikalusteasennuksia, ilmavesilämpöpumpun asennus, aurinkopaneelit ja akkujen asennus, viemärien sukitus.** Myynti tehty*

käymällä kotona kauppaamassa. Nyt 23.9.2024 käyty tarjoamassa sähköremonttia. Vanhempani joutuivat ottamaan jo aiempiin remontteihin rahoituksen ja lainan. Tilit on nyt tyhjillään kun [yritys] on kupannut rahat osittain turhilla remonteilla. [...]"

"[...] On tekemässä reklamaatiota. Isä 86-v. **[Yritys] myi viemäriputkiston sukituksen, sen jälkeen vesijohtojen uusimisen, sitten sähkökeskus vaihdettu. Nyt elinkeinonharjoittaja ollut vaihtamassa kaikkia sähköjohtoja.** [...]"

"Tultu 92 v. yksinasuvan naishenkilön kotiin 25.1.2024 tekemään kotimyyntinä sähköremonttia ok-taloon. Yritystä ei ollut tilattu paikalle. **Sama yritysrypäs on myynyt jo aiemminkin useita ylihintaisia kotimyyntiremontteja samalle henkilölle.** [...]"

Toistuva remonttien myyminen voi jatkua, vaikka myyjä tietäisi, että ikäihmisellä ei ole vuokralaisena edes valtuutta remonttien ostamiseen.

"[...] kuluttajan omistamaan asuntoon on asennettu aurinkopaneeleja ym., vuokralainen (kuluttajan isä) tehnyt sopimukset. **3 kertaa elinkeinonharjoittaja myynyt lisää tavaraa kohteeseen sen jälkeen, kun kuluttaja ilmoitti elinkeinonharjoittajalle, ettei vuokralaisella ole valtuutta tehdä näitä sopimuksia**"

Eräässä tapauksessa yritys oli aikaisemmin myynyt ikäihmiselle sähköremontin, josta omaiset olivat reklamoineet, koska ikäihmisellä oli diagnosoitu Alzheimerin tauti. Siitä huolimatta yritys jatkoi remonttien kaupittelua hänelle.

"[...] Mielenkiintoisena yksityiskohtana on että kyseinen yritys yritti tänään 2.5.2024 puhelimitse tyrkyttää äidilleni jotain putkisaneerausta, täysin aiemmasta reklamaatiostani piittaamatta [...]"

### 6.3.2 Ikäihmiselle myydään tarpeettomia liittymiä sekä niiden oheispalveluita

Puhelin- ja internetliittymät oheistuotteineen (esimerkiksi tietoturvapalvelut ja kanavapaketit) ovat myös tyypillisiä tuotteita, joita ikäihmisille kaupataan, vaikka niille ei olisi tarvetta. Jos ikäihminen ei kunnolla ymmärrä nykyajan laitteita ja palveluita, hän helposti uskoo myyjän sanaan, ja päätyy ostamaan tuotteita, joita ei tarvitse.

Ikäihmiselle saatetaan myydä liittymiä ja niiden oheistuotteita, vaikka hänellä ei olisi edes laitteistoa niille.

"Olen asioinut [yrityksessä] anoppini (80+) sekä isäni asioissa. He ovat myyneet anopilleni kalleimman nettisopimuksen kännykkään, jossa ei ole edes nettiliittymää ja tämän lopetettuani kalliin turvapaketin nettiliittymälle. [...]"

"Yritys päivitti jo toistamiseen anopin puhelin- ja makkulaliittymät kalliimpiin 5G-liittymiin, vaikka hänellä ei ollut mitään tarvetta muutoksiin. **Hänellä ei ole edes 5G-puhelinta eikä 5G-mokkulaa.** [...]"

"Vanhemmilleni myytiin kummallekin omat tietoturvapaketit puhelimitse. **Vanhemmat eivät omista tietokoneita, eivät käytä nettiä, ainoastaan soittavat puhelimella.** Äitini osaa laittaa viestejä, isäni ei. Eli eivät käytä puhelinta kuin soittamiseen. Kuulemma puhelussa äidilleni on myyty tietoturvat heidän laitteidensa tarpeeseen. Tarpeeseen?? Äidille on siis



myyty hänen 10 vanhaan puhelimeen tietoturva ja isän Doro-puhelimeen myös oma tietoturva... kummallekin omat! [Yrityksen] palvelupisteellä sanottiin, että tuossa kohtaan on mennyt jo vikaan, että samaan talouteen omat tietoturvat, kun heille omisi riittänyt se yksi 8 €/ kk koska yleensä se hoitaa kaksi konetta kotona. [...]"

Ikäihmiselle voidaan myös myydä paljon kaikenlaisia oheispalveluita, joille hänellä ei ole tarvetta.

"Muistisairaalle äidilleni on [yrityksen] toimesta myyty puhelimitse erilaisia palvelupaketteja jopa peräkkäisinä päivinä. Kävimme viimeisimmät (5G-netti, [palvelu] ja seuraavana päivänä myyty [saman palvelun kalliimpi versio] jne., ymmärtänette yskän) reklamoimassa [paikkakunnan] [yrityksen] myymälässä paikan päällä ja teimme äitini kanssa heille kiellon/eston myydä äidilleni puhelimitse mitään palveluitaan. [...]"

Joskus ikäihmiselle myydään jopa lukuisia päällekkäisiä palveluita, esimerkiksi useita liittymiä.

"[...] Otin äitini viimeisiä [yrityksen] lähettämiä laskuja tarkasteluun selvittääkseni mistä laskujen suuret loppusummat koostuivat. Laskuissa oli selvästi laskutettu palveluista, joiden kanssa [kuluttajalla] ei voisi olla mitään tekemistä. **Lukuisia mobiililaajakaistoja (ainakin 6) sekä lisäpalveluita niihin, useita liittymätyypin vaihtoja niille, joista kaikista on laskutettu äitiäni.** Lisäksi [palveluita] on useita lisäpalveluineen kuten suoratoistopalveluita yms. [...]"

"Hei, vanhemmillani on ollut vuosia käytössä [yrityksen] puhelinliittymät sekä erilaisia nettiliittymiä. Nyt selvisi, että **aina kun heille on myyty uudet tarjousliittymät edellisten tilalle (noin 2v välein), on vanhat liittymät jääneet myös voimaan ja näistä tullut toki lasku.** Vanhempia ihmisiä ja eivät itse ole tätä ymmärtäneet. Onko puhelinmyyjällä mitään vastuuta näissä? Pystyy myymään päällekkäisiä liittymiä. Vai olisiko itse vaan pitänyt tajuta sulkea aina vanhat pois?"

### 6.3.3 Ikäihmiselle myydään muita tarpeettomia tuotteita

Remonttien ja liittymien lisäksi ikäihmisille myydään jonkin verran myös muita tarpeettomia tuotteita.

Ikäihmiselle myydään esimerkiksi tarpeettomia vaatteita.

"Min 87-åriga mor lär enligt företaget blivit uppringd av en representant som sålt ett tillsvidare abonnemang till henne som innehåller strumpor, underkläder och rakhyvlar- och blad. Min mor kommer inte ens ihåg att hon beställt varor än mindre att det skulle vara ett tillsvidare avtal. **Hon behöver inte varorna som kommit, än mindre vill hon ha dem.** [...]"

Ikäihmiselle saatetaan myös myydä digitaalisia palveluita, vaikka hänellä ei ole niihin vaadittavia laitteita.

"Edunvalvottavalleni muistihäiriöiselle 87-vuotiaalle myyty puhelinmyynnillä [lehti] digilehti (69 euroa) kahdesti, vaikka hänellä on puhelinmyyntikielto eikä hänellä ole tietokonetta tai muutenkaan laitetta millä lukea lehteä. [...]"

## 6.4 Ylihintaisten tavaroiden tai palveluiden myynti

Ikäihmiselle myydään tavara tai palvelu, joka maksaa selvästi enemmän kuin vastaavat tavarat tai palvelut normaalisti. Näissä tapauksissa korostuvat usein erilaiset kotiin tehtävät remontit, joiden hinnat voivat liikkua kymmenissä tuhansissa euroissa. Ikäihmisellä ei välttämättä ole ymmärrystä tuotteiden normaalista hintatasosta, jolloin hän voi päätyä ostamaan huomattavan ylihintaisia tavaroita tai palveluita. Usein näihin tapauksiin liittyy myös edellisissä luvuissa kuvattua aggressiivista myyntiä (luku 6.1), väärän tai puutteellisen tiedon antamista (luku 6.2) sekä tarpeettomien tavaroiden tai palveluiden myyntiä (luku 6.3).

### 6.4.1 Ikäihmiselle myydään ylihintaisia remontteja

Ikäihmisille myydään erilaisia remontteja, jotka ovat kalliita ja ylihintaisia: aurinkosähköjärjestelmiä, putki-, kylpyhuone-, ilmanvaihto- ja sähköremontteja. Ikäihmisten ja heidän läheistensä selvittelyjen mukaan kauppahinnat voivat olla moninkertaisia verrattuna vastaaviin normaalihintaisiin remontteihin.

*"[...] Järjestelmän hinnoittelua, myös asennustyön osalta, on tarkistettu nyt useasta paikasta ja jokaisen hinta-arvio on ollut 10 000–12 000 € asennuksineen. Tästä herää kysymys **miksi vanhoilta ihmisiltä on veloitettu 36 500 €?** [...]"*

*"[...] Teetettiin putkiremontti toisella yhtiöllä ja se oli puolet halvempi kuin [yrityksen] tarjous. [...]"*

*"[...] Kotimyyntiä erityisesti iäkkäille henkilöille. Hinta on kova, yli kaksinkertainen muihin alan firmoihin nähden. Painostetaan asiakasta ostamaan."*

*"[...] Remontti tehty melkein valmiiksi. Tulossa lasku 13 000 €. Asiakkaan mies on sähköalalla, laski hinnat ja lisäsi 40 %, sai hinnaksi 4 400 €. [...]"*

Erityisesti remonttikustannusten työn osuudessa tuntuisi olevan korkeita tuntihintoja.

*"[...] Harhaan johdetun kolmen asentajan sijasta tuli yksi asentaja suorittaen työn viidessä tunnissa. Laitteistojen osuus 2890 euroa, joten **työn osuus on 2 510 eli 502 euroa tunti.** [...]"*

*"[...] Ilmoittivat laskuttavansa 4 500 € päivässä mikä on yhden miehen sähkötyöstä aika paljon. [...]"*

Joissakin tapauksissa selitys korkeille tuntihinnoille saattaa olla kotitalousvähennys, jota myönnetään nimenomaan työn kustannuksista. Yritykset voivat siis remontin kokonaishinnassa kasvattaa työn osuutta, jotta siitä laskettava kotitalousvähennys näyttäisi asiakkaalle houkuttelevammalta.

*"[...] Appeni oli myös kysynyt, miksi työn osuus on niin iso, 5 500 € (kokonaissumman ollessa 7 600 €). **Hänelle oli vastattu, että se johtuu kotitalousvähennyksestä.** Asennus kesti noin viisi tuntia. [...]"*

Ylihinnoitteluun viittaa myös se, että jos ikäihminen tai hänen omaisensa lähtevät myöhemmin reklamoimaan kaupasta ja vaatimaan hinnanalennusta, yritys saattaa pudottaa hintaa huomattavan paljon.



"[...] Tekivät reklamaation ja pyydetty kirjallista vastausta. Elinkeinonharjoittaja soitti ja sanoi, että 3 500 euroa voidaan alentaa hinta, jolloin kuluttajalle 3 200 jäisi maksettavaa. [...]"

Rahoitusyhtiöillä voi joissakin tapauksissa olla merkittävä rooli kalliin hankinnan toteuttamisessa. Eläkeläisen tulot ja varallisuus eivät välttämättä riittäisi remontin ostamiseen, joten remontteja kauppaavat yritykset voivat ohjata ikäihmistä hakemaan lainaa rahoitusyhtiöltä. Tällainen rahoitusmalli nostaa hankinnan kokonaishintaa entisestään, kun ikäihmisen maksettavaksi tulevat myös lainan korot.

"[...] Maksu tapahtui [rahoitusyhtiön] kautta, isä ei muista allekirjoittaneensa mitään sopimusta. Tänäpä 24.8. isä näytti minulle ensimmäistä kertaa [rahoitusyhtiön] laskua ja ihmetteli sitä, [...]"

"[...] Tehty sopimus 15 000 € arvosta, kova hinta. [Rahoitusyhtiö] rahoitussopimus, korkoineen kokonaissumma 20 000 € [...]"

Eräessä tapauksessa remonttimyyjä otti rahoituksen hakemisessa niin aktiivisen roolin, että hän käytti ikäihmisen verkkopankkitunnuksia hakeakseen tälle lainaa.

"[...] Äitini joutui poistumaan hetkeksi naapurille, ja sillä aikaa [myyjä] eteni neuvottelemaan työn maksuehdoista. Muistisairas isäni, jolla on nykyään suuria vaikeuksia käyttää verkkopankkia, ajautui tilanteeseen, jossa **[myyjä] operoi isäni pankkitunnuksilla, kirjautui ja tunnistaui [rahoituspalvelun] sivuille ja sopia isälleni kolmen kuukauden korottoman ja kuluttoman maksujärjestelyn.** [...]"

#### 6.4.2 Ikäihmiselle myydään muita ylihintoisia tuotteita

Jonkin verran ikäihmisille myydään myös muita ylihintoisia tuotteita, kuten kylpyhuoneen ja keittiön puhdistusta tai taksimatkoja.

"Pintojen siivous myyty kylppärissä ja keittiössä. **10 000 euron lasku kuuden tunnin työstä.** K soittaa setänsä puolesta. Kotimyyntinä myyty. [...]"

"Vanhuksia törkeästi hyväksi käyttävä kotimyynti kylpyhuoneen ehostamiseen. Kaakeleiden puhdistuksesta hintapyynti 5 000–10 000 € välillä, asiakkaasta riippuen, kuinka röyhkeitä olivat. [...]"

"Vanhempani (75-v) ottivat taksin tänään 7.2.2024 klo 14 aikoihin Helsingin rautatieasemalta Scandic Meilahteen, matkaa Google Mapsin mukaan 3,2 km. Taksin katolla oli kyltti [taksiryitys] eli kyseessä huijaus, jolla pyritti antaa ymmärtää, että kyse olisi [toinen taksiryitys] yrityksen (luotettava toimija) taksista. Kyseinen matka maksoi vanhemmilleni 60 euroa! [...]"

## 7 ASIAKASPALVELUN ONGELMAT

Asiakaspalvelun ongelmat ovat nousseet esille myös aikaisemmissa tutkimuksissa, joissa on käytetty aineistona KKV:lle tulleita kuluttajien yhteydenottoja. Kuluttajat kohtaavat samanlaisia asiakaspalvelun ongelmia oli kyse sitten matkapuhelimesta, pikavipeistä, käytetyistä autoista tai sähkö Sopimuksista (Järvelä ym. 2018, Järvelä ym. 2019, Järvelä ym. 2024, Järvelä 2025): kuluttajien on vaikea saada yhteyttä asiakaspalveluun. Tämä tietysti tekee kuluttajien asioiden hoitamisesta, esimerkiksi reklamoinnista tai kaupan peruuttamisesta, vaikeaa tai jopa mahdotonta.

Myös ikäihmiset joutuvat kohtaamaan samat asiakaspalvelun ongelmat. Asiakaspalvelun yhteydenottokanavat voivat olla puutteellisia tai asiakaspalveluun ylipäättään ei saada yhteyttä.

### 7.1 Asiakaspalvelun yhteydenottotavat ovat puutteelliset

Yritysten asiakaspalvelun yhteydenottotavat voivat olla eri tavoin puutteellisia. Voi olla, että yhteystietoja ei ole annettu lainkaan tai että yhteystiedot ovat virheelliset.

*"[...] Tekstiviestissä annettu internetosoite johti väärälle sivulle, jossa ei ollut lomaketta peruutuksen tekemiseen. [...]"*

Joskus asiakaspalvelussa voi olla tarjolla pelkkä chatbot.

*"[...] Myyjää ei tavoita henkilökohtaisesti. Robotti vastaa viesteihin otsikkovalinnan perusteella sähköisen kaavakkeeseen reagoiden. [...]"*

*"Asiani koskee [yrityksen] asiakaspalveluunsa tekemää isoa huononnusta, koskien vanhempien ihmisten heikentyntä mahdollisuutta hoitaa/selvittää asioita siellä. Puhelinnumeroa tai sähköpostia ei enää ole käytössä ollenkaan, noin ovat ilmoittaneet - **Chattia pitäisi käyttää ja sielläkin vastaa vain robotti**, joka ei tunnu ymmärtävän mitään, eli asiointi sinne päin on tehty mahdottomaksi vanhemmille ihmisille. [...]"*

Asiakaspalvelu voi myös olla auki niin lyhyen aikaa, että kuluttajien on vaikea päästä puhelimella läpi.

*"[...] Firman "asiakaspalveluhan" on kätevästi tavoitettavissa puhelimessa peräti kaksi tuntia tiistaisin ja keskiviikkoisin. [...]"*

### 7.2 Asiakaspalveluun ei saa yhteyttä

Yrityksen asiakaspalvelu ei vastaa yhteydenottoon, kun ikäihminen tai läheinen yrittää peruuttaa hankinnan, reklamoida tai tiedustella jotain asiaa.

Tyypillistä on, että ikäihminen tai hänen läheisensä yrittävät lähestyä yritystä soittamalla, mutta puheluihin ei vastata.

*"[...] Yritin soittaa ko. firman asiakaspalveluun, mutta sain vain olla jonossa. [...]"*

*"[...] Olen yrittänyt soittaa 2 kuukauden ajan asiakaspalveluun ja peruuttaa tilauksen. Asiakaspalvelu on auki ma-to 11-14, mutta tänä aikana ei vastattu. [...]"*

*"[...] Går inte att nå deras kundtjänst... Svarar: är stängd.... [...]"*

Monesti yhteydenottoa on yritetty sekä puhelimella että sähköpostilla, joskus myös tekstiviestillä tai yrityksen verkkosivujen lomakkeella, mutta mitään kautta ei saa vastausta.

*"[...] Soitin puhelinpalveluun sen aukioloaikana maanantaina klo 10–14 aikana 17 kertaa, siihen ei vastattu. Meili palautuu, viestillä, ettei vastaanottajan järjestelmä hyväksy yhteyttä."*

*"Kuntosalisopimus. Elinkeinonharjoittaja ei vastaa puheluihin, tekstiviesteihin tai sähköposteihin. [...]"*

*"[...] Olemme yrittäneet purkaa sopimusta soittamalla [yrityksen] yhteysnumeroon, mutta **sieltä ei kukaan vastaa**, eikä myöskään numeroon voi jättää soittopyyntöä. Olen lähettänyt myös sähköpostia tähän firmaan, mutta **sähköpostiini ei ole vastattu**. Mieheni yritti käydä [yrityksessä], mutta **ovi oli lukossa**, eikä puhelinnumeroon vastattu edelleenkään. [...]"*

## 8 PERUUTTAMISEN ONGELMAT

Ikäihmiset kokevat monenlaisia ongelmia hankintojensa peruuttamisessa. Osa peruuttamisen ongelmista on kuvattu jo aikaisemmissa luvuissa: Ikäihmisiä painostetaan luopumaan kotimyyntiin 14 vuorokauden peruuttamisoikeudestaan (ks. luku 6.1.1) ja asiakaspalvelun toimimattomuus estää ikäihmistä tekemästä peruutusta (ks. luku 7). Näiden lisäksi peruuttamisen ongelmia aiheuttaa se, että yritys ei suostu peruuttamiseen, vaikka ikäihmisellä olisi siihen oikeus, ja se, että peruuttamisen jälkeenkin ikäihminen saattaa edelleen saada laskuja tai tuotteita.

### 8.1 Yritys ei suostu peruuttamiseen, vaikka ikäihmisellä olisi siihen oikeus

Ikäihmisellä olisi oikeus kaupan peruuttamiseen, mutta yritys ei suostu siihen. Yritys saattaa vedota esimerkiksi sopimuksen määräaikaaisuuteen

*"[...] Otin yhteyttä kuluttaja-asiamieheen ja sain kuulla, että minulla on oikeus purkaa sopimus. Kun ilmoitin siitä [yritykselle], **he väittivät, että olen tehnyt 6 kk:n määräaikaisen sopimuksen, enkä voisi näin ollen purkaa sitä.** Tutkin sopimuksen uudelleen ja totesin, että tällaista määräaikaaisuutta koskevaa kohtaa ei löydy. [...]"*

Joskus yritys saattaa vaatia ikäihmiseltä erityisiä syitä peruuttamiselle, kuten tässä lehden tilausta koskevassa yhteydenotossa.

*"[...] Tänään viimein sain vastauksen soittoon ja yritin peruuttaa tilauksen ja sanoin, että en maksa edellistä maksua, koska olen yrittänyt soittaa useaan otteeseen sekä laittanut nettisivun kautta viestiä. He eivät muka löytäneet tätä viestiä ja siksi eivät voi peruuttaa tätä. He vaativat selityksen peruutukselle. Pelkkä irtisanomisilmoitus ei riitä. **Heidän mukaansa voi vedota vain terveydellisiin tai muihin "heille päteviin syihin", jotta tilaus on mahdollista perua.** [...]"*

Joskus yritys uhkaa peruuttamista haluavaa ikäihmistä korkealla "sopimussakolla", vaikka lakisääteinen peruuttamisoikeus on yhä voimassa.

*"Aurinkopaneelikaupat tehty. Kuluttaja on luullut, että kyse on vain tarjouksesta. Saanut kaupanteon yhteydessä vain tilaussopimuksen, ei peruutuslomaketta tai tietoa peruutusoikeudesta. Tilaussopimuksessa on kerrottu, että jos sopimuksen purkaa, niin korvaus on vähintään 25 %. Kauppakirja on otettu mukaan ja sitä ei ole jätetty, jossa lukee kotimyyntiin peruutusehdoista. Se on toimitettu vasta eilen pyynnöstä. Kuluttaja soitti yritykseen parin päivän päästä, että haluaa perua sopimuksen. Sen seurauksena **myyjä tullut paikan päälle uhkailemaan 25 % sopimussakolla** ja kuluttaja on suostunut pysymään sopimuksessa. [...]"*

Joskus yritys ei edes anna mitään perusteluja, vaan pelkästään kieltäytyy peruuttamasta.

*"Puhelinkauppa autoa näkemättä. Kauppa sovittiin puhelimella 30.8.2024 ja sitten lähetetty asiakkaalle linkki, miten voi allekirjoituksen tehdä sähköisesti. Kauppa tehty ilman autoa näkemättä. Maksoi välirahan ennen auton vastaanottamista. 31.8.2024 on käyty auto hakemassa [paikkakunnalta] ja jätetty vaihtoauto liikkeeseen. Tänä aamuna tehty*

reklamaatio ja vaadittu kaupan perumista postilla tänä aamuna. **Myyjä soitti ja oli hyökkäävä. Ei antanut suunvuoroa ja kieltäytyi auton peruutusosoikeudesta.**"

## 8.2 Ikäihminen saa peruuttamisen jälkeenkin laskuja tai tuotteita

Ikäihminen tai hänen läheisensä on peruuttanut tilauksen tai ostoksen, mutta peruuttamisen jälkeenkin ikäihmiselle tulee laskuja tai tuotteita.

"[Yritys] pakkomyy vitamiineja vanhuksille. Tulee tilauksia, vaikka ne on peruttu. [...]"

"Tapaus koskee iäkkäämpää isääni. Hänellä on ollut tavallinen toimiva puhelinliittymä. Jotenkin puhelinmyyjät onnistuivat myymään hänelle oheistuotteita ja uuden nettiliittymän, näitä hän on maksellut yli vuoden, vaikka ei ole edes käyttänyt. Minä hoidin asiaa ja nämä sopimukset peruttiin. **Silti perässä tuli iso lasku, jossa silti oli näitä jo peruttuja palveluita.** [...]"

Laskuissa saattaa olla myös maksumuistutuksia ja varoituksia perintään joutumisesta.

"[...] Peruimme tilauksen ennen eräpäivää sähköpostitse. Tästä [asiakaspalvelija] lähetti vastauksen tilauksen perumisesta ja laskun mitätöinnistä [...] **Siitä huolimatta äitini sai maksumuistutuksen**, päivätty 2.12.2023. Tähän oli lisättynä "karhukulu" 5 € = 45 €. [...]"

"93-vuotiaalle tädilleni myytiin [palvelu], lasku 1.5.2024 (3x33€). Peruutin sen ja kerroin, että tädilläni on markkinointikielto. Pyysin, etteivät ole enää missään yhteyksissä häneen puhelimitse tai kirjeitse. Nyt (27.9.2024) **hänelle lähetettiin maksumuistutus 99 € sekä varoitus, jos maksua ei makseta nopeasti, niin se menee automaattisesti perintään.** [...]"

Joskus peruuttaminen on tehty monta kertaa, mutta sekään ei ole auttanut.

"[Yritys] lähettää muistisairaalle isälleni toistuvasti vitamiineja ym. postitse kotiin ja laskun perässä. **Olen perunut tilauksen kolmesti ja he ovat pyynnöstäni laittaneet isäni suoramarkkinointikieltoon. Edelleen postilaatikosta tipahtaa vitamiineja.** Joka kerta asiakasnumero laskussa vaihtuu. Olen tehnyt kaikki peruutukset sähköpostitse, joten peruutukset on dokumentoitu. [...]"

## 9 LASKUTUKSEN ONGELMAT

Ikäihmiset kokevat myös erilaisia laskutuksen ongelmia. Näissä tilanteissa ikäihminen saa yritykseltä laskuja, vaikka ei ole tilannut mitään, laskut menevät väärään paikkaan tai laskut tulevat viivästyneinä.

### 9.1 Ikäihmistä laskutetaan tilaamattomista tuotteista

Ikäihminen saa yritykseltä laskuja, vaikka hän ei ole tilannut tai ostanut mitään. Aiheettomia laskuja lähetetään tyypillisesti vitamiineista ja luontaistuotteista, arvoista sekä aikakauslehdistä.

*"Äidilleni oli soitettu 10.10.2023 [yrityksestä], puhelimesta soittaja on ollut [myyjä]. Puhelimesta on kaupiteltu monivitamiini + maitohappobakteeri - valmisteita. En tarkalleen tiedä, mitä äitini on puhelussa vastannut, mutta hän sai jälkivahvistuspyynnön yritykseltä. **"Ostoa" ei vahvistettu. Nyt hänelle oli kuitenkin tammikuussa lähetetty pakkaus näitä valmisteita ja mukana oli lasku sekä tiedot tilauksesta. [...]"***

*"[...] Äidilleni soitettiin [lehden] kampanjaan liittyen 5.4 klo 12.48. Tekstiviesti jälkivahvistuksesta saapui klo 12.54. Koska äitini ei vastannut viestiin, uusi jälkivahvistusviesti saapui klo 16.28, eikä vastannut tähänkään viestiin. Hän ei edes osaa vastata/ kirjoittaa tekstiviestillä ja on muistisairas. **Silti [lehden] myyjä lähettää laskun, vaikka jälkivahvistusta ei ole tehty. [...]"***

Joskus ikäihminen saa laskun ohella myös tuotteen, mutta aina ei sitäkään.

*"Muistisairas äitini sai tänään [yrityksen] lähettämän laskun [perintätoimistolta], jonka loppusumma on 68,95. Sieltä kenties on tulossa lisäksi, koska maksuvaatimus oli päivätty 19.7.2024 ja se saapui tänään, hain sen postilaatikosta. **Arpoja äiti ei ole kertomansa mukaan saanut. [...]"***

Ikäihmisille saattaa myös tulla tarjouksia, jotka näyttävät laskuilta. Tarkoituksena on ilmeisesti erehdyttää ikäihminen maksamaan tuotteesta, jota hän ei ole tilannut.

*"[...] **Kyseisen yrityksen toimintapa on lähettää ilman sopimusta tai lupaa vitamiinivalmisteita samanaikaisesti laskun kanssa.** Ymmärtääkseni kyseessä oleva toimintapa on lainvastaista markkinointia, jota ko. yritys harjoittaa. Omassa tapauksessani olin vielä ilmoittanut yritykselle, etten halua näitä paketteja ja siitä huolimatta sain paketin sekä laskun. [...]"*

*"[...] Laskussa lukee TARJOUS, mutta myöhemmässä tekstissä puhutaan tilauksesta, jonka voi kätevästi peruuttaa 14 vuorokauden kuluessa. [...]"*

Ikäihmiselle voi myös tulla aiheettomia muistutuslaskuja.

*"[Yritykseltä] saanut 2 maksukehotusta. Kuluttaja ei ole ollut ko. firman kanssa missään tekemissä. Minkäänlaista laskua ei ole koskaan tullut. [...]"*

*"Miehen äidille myyty puhelinmyynnissä luontaistuotteita. Toimitetut tuotteet vanhentuneita. Tilaus peruttu. Toimitetuista vanhentuneista tuotteista tullut lasku ja maksumuistutus [perintätoimistolta]."*

Joskus maksamattomat laskut ehtivät mennä perintään asti.

"Soittajan asiakkaalle (ilmeisesti kotihoidon asiakas?) lähetetty vitamiineja tms. tabletteja. Asiakas ei muista tehneensä minkäänlaista tilausta, ei tiedä onko puhelinmyynti vai muu. Asiakas kärsii aivoinfarkteista ja aivoverenvuodosta. Ei ole kykeneväinen tekemään tällaisia kauppvoja. Lähettäjä [yritys], norjalainen firma. Yritetty perua tilausta, mutta ei ole onnistunut. Yritys pyytänyt valtakirjaa, ilman sitä hoitaja ei saa toimia asiakkaan puolesta. Varmaankin kyseessä kesto-tilaus. **Lasku mennyt oikeudelliseen perintään käräjäoikeuteen.**"

## 9.2 Ikäihmisen laskut menevät väärään paikkaan

Ikäihmiselle lähetetyt laskut saattavat mennä väärään paikkaan, esimerkiksi käyttämättömään sähköpostiosoitteeseen tai yrityksen englanninkielisille sivuille. Ikäihminen ei näissä tilanteissa voi maksaa laskuja, kun laskut eivät tule perille oikeaan osoitteeseen tai muuten ikäihmisen tavoittavalla tavalla. Pahimmillaan laskut menevät tällaisissa tapauksissa perintään.

"[...] Asian ydin on, että vanhukselta oli myynnin yhteydessä tivattu sähköpostiosoite, vaikka hän ei käytä sitä, eikä muista salasanaa. Hän ei saanut mukaansa paperista asiakirjaa tehdystä sopimuksesta / kaupasta, (josta hän itse ei ymmärtänyt) vaan ne, sekä tulevat **laskut lähetettiin hänen vanhaan käyttämättömään sähköpostiosoitteeseensa**. Liike ei siis kysynyt vanhukselta hänen haluamaansa laskutus osoitetta, Tämä johti perintäyhtiön toimenpiteisiin."

"[Rahoituspalvelulta] [pankissa] tilattu e-lasku ikäihmiselle. Ihmettelimme kun laskua ei hänen pankkiinsa kuulunut, eikä mitään viestiä tai sähköpostia ongelmista laskutuksessa. Nyt kuulumme, että **laskutuksessa järjestelmävika ja lasku heidän sivuillaan. Sieltä tuli esiin vain englanninkielinen versio** eikä henkilö osaa kieltä. Ei suomeksi pitäisi olla tiedot heti etusivulla. Sitten ilmeni, että siellä laskua ei voi maksaa kuin luottokortilla tai MobilePaylla. Miksi ei vaihtoehtoa pankkiin!!! [...]"

## 9.3 Ikäihminen saa viivästyneitä laskuja

Ikäihminen saa laskun monen vuoden takaisesta hankinnasta. Kun on kyse vuosien takaisesta asiasta, ikäihminen ei välttämättä edes muista tehneensä tällaista hankintaa. Silloin voi jäädä epäselväksi, onko lasku lainkaan aiheellinen.

"[...] Kysymykseen miksi laskuttaa yli kolmen vuoden takaisia vastaus on, että tarvitsee rahaa ja muutkin maksaneet. Nyt hän uhkailee ulosotolla ja oikeudenkäynnillä. [...]"

"**Äidilleni tuli juuri nippu perintälaskuja vanhoista lehti-ilauksista. Vanhin on vuodelta 2014** ja sen alkuperäinen hinta on laskussa 0 €. Perimiskulujen jälkeen 59,30 €. Muut laskut kaikki alta satasen luokkaa. Äidilläni on alla 2 aivoinfarktia ja Alzheimer, joten käytin hänen asianumeroansa ja pyysin tuolta, että lähettävät hänelle hänen alkuperäiset laskunsa, jotta voidaan tietää mitä maksetaan. Ei onnistunut ilman valtakirjaa. Siis hänen laskujensa lähettäminen hänelle itselleen. Itselläni on vahva epäily, että mitään laskuja ei ole olemassa, tai ne on jo aikaa sitten maksettu. [...]"

## 10 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä tutkimusraportissa on laadullisen tutkimuksen keinoin kuvattu ikäihmisten kuluttajaongelmia. Aineistona on käytetty KKV:hen tulleita kuluttajayhteydenottoja, joissa kuluttajan korkea ikä on yhteydessä ongelmaan. Tutkimuksessa on tunnistettu ikäihmisten kohtaamia kuluttajaongelmia, joihin on syytä pyrkiä löytämään ratkaisuja.

### **Alentunut toimintakyky ja teknisten valmiuksien puute**

Tutkimus vahvistaa jo aiemmasta tutkimuskirjallisuudesta tuttua havaintoa, että ikäihmisten alentunut toimintakyky heikentää heidän kykyään toimia markkinoilla. Merkittäviä toimintakykyä alentavia tekijöitä ovat eri vaiheessa olevat muistisairaudet. Vaikka ikäihmisellä ei olisi virallista diagnoosia muistisairaudesta, hänen muistinsa ja kognitiiviset kykynsä ylipäätään saattavat olla heikentyneet.

Muistisairaus vaikuttaa kognitiivisiin kykyihin ja keskittymiskykyyn, mikä hankaloittaa harkittujen kulutuspäätösten tekemistä. Muistisairas ikäihminen ei aina kunnolla ymmärrä, mitä hän on tekemässä tai tehnyt. Hän saattaa tehdä hankinnan, mutta ei kunnolla ymmärrä, mitä on hankkinut, mihin hintaan tai ylipäätään mitä sopimuksessa on sovittu. Muistisairas ei välttämättä edes muista tehneensä kauppvoja. Muistisairaudet myös altistavat ikäihmiset epärehellisten toimijoiden tekemille huijauksille ja hyväksikäytölle. Muistisairaiden ikäihmisten ongelmissa korostuivat kotimyyntinä kaupatut remontit sekä puhelimessa kaupatut vitamiinit ja luontaistuotteet.

Myös teknisten valmiuksien puute vaikuttaa ikäihmisten kykyyn toimia kuluttajana. Ikäihmiseltä saattaa puuttua tekninen laite, palvelu tai osaaminen, jota vaadittaisiin yrityksen kanssa asiointiin. Jos ikäihmisellä ei ole esimerkiksi sähköpostia, ja yritykseen saa yhteyden vain sähköpostilla, ikäihminen ei pysty reklamoimaan, irtisanomaan tai peruuttamaan hankintaansa. Teknisten valmiuksien puute vaikeuttaa myös raha-asioiden hoitamista. Tarjolla olevat asiointi- ja maksutavat saattavat olla ikäihmiselle mahdottomia tai vähintään hankalia ja kalliita, jos hänellä ei ole esimerkiksi tietokonetta, älypuhelimien pankkisovellusta tai mobiilimaksusovellusta.

Ikäihmisten alentuneesta toimintakyvystä ja teknisten valmiuksien puutteesta saattaa kertoa myös se, että monella ikäihmisellä ei ole kykyä itse ottaa ongelmassaan yhteyttä KKV:hen, vaan yhteydenoton tekee hänen läheisensä.

### **Myyntitavan ongelmat remonttien kotimyyntissä**

Ikäihmisiä koskevissa yhteydenotoissa on runsaasti tapauksia, joissa esiintyy ongelmallisia myyntitapoja. Aggressiivista myyntiä, väärän tai puutteellisen tiedon antamista sekä tarpeettomien ja ylihintaisten tavaroiden ja palveluiden myymistä tapahtuu erityisesti remonttien kotimyyntissä. Monesti ongelmalliset myyntitavat vaikuttavat kohdennetun juuri ikäihmisiin, joilla on alentunut toimintakyky ja heikot tekniset valmiudet.

Aggressiivisessa myyntissä myyjä tunkeutuu ikäihmisen kotiin ja yrittää sitten painostamalla, pelottelemalla tai väsyttämällä saada ikäihmisen suostumaan kauppoihin. Painostusta käytetään esimerkiksi siihen, että ikäihminen saataisiin luopumaan 14 päivän peruuttamisoikeudestaan. Painostamalla ikäihminen saadaan myös hakemaan rahoituslaitokselta lainaa remontin kustannusten kattamiseen.

Remonttien myyjät yrittävät edistää kaupantekoa pelottelemalla ikäihmistä esimerkiksi tulipaloilla tai putkirikoilla, joita voisi tapahtua ilman remonttien tekemistä. Väsyttämistä tehdään viipymällä ikäihmisen kotona tuntikausia myymässä remonttia.



Remonttien kotimyyjä voi myös esittää ikäihmiselle monenlaista väärää tai puutteellista tietoa edistääkseen kaupantekoa. Myyjä saattaa esittää edustavansa jotain muuta tahoa – esimerkiksi isännöitsijää tai taloyhtiötä – tai hän saattaa kertoa virheellisiä tietoja joko asiakkaan kodista, myymästään tuotteesta tai kotitalousvähennyksestä.

Aggressiivisella myynnillä ja virheellisiä tietoja antaen myyjä voi saada ikäihmisen ostamaan remonteja, joita hän ei oikeasti tarvitse: viemärisaneerauksia, kylpyhuoneremonteja, keittiöremonteja, ilmanvaihtojärjestelmän osia, aurinkosähköjärjestelmiä ja niiden komponentteja sekä sähköremonteja. Joissakin tapauksissa ikäihmiselle myydään jopa useita tarpeettomia remonteja, vaikka hän ei tarvitsisi niistä ensimmäistäkään.

Usein nämä tarpeettomat remontit ovat myös huomattavan kalliita ja ylihintaisia: remonttien hinnat voivat liikkua kymmenissä tuhansissa euroissa. Ikäihmisten ja heidän läheistensä selvittelyjen mukaan kauppahinnat voivat olla moninkertaisia verrattuna vastaaviin normaalihintaisiin remonteihin. Erityisesti remonttikustannusten työn osuudessa tuntuisi olevan korkeita tuntihintoja. Joissakin tapauksissa selitys korkeille tuntihinnoille saattaa olla kotitalousvähennys, jota myönnetään nimenomaan työn kustannuksista. Yritykset voivat siis remontin kokonaishinnassa kasvattaa työn osuutta, jotta siitä laskettava kotitalousvähennys näyttäisi asiakkaalle houkuttelevammalta.

### **Asiakaspalvelun ongelmat**

Ikäihmiset joutuvat kohtaamaan samat asiakaspalvelun ongelmat, jotka ovat tulleet esille myös aikaisemmissa tutkimuksissa, joissa on käytetty aineistona KKV:lle tulleita kuluttajayhteydenottoja. Ikäihmisten on vaikea saada yhteyttä asiakaspalveluun, koska asiakaspalvelun yhteydenottokanavat voivat olla puutteellisia: yhteystietoja ei ole annettu tai ne ovat virheelliset, puhelinpalvelu on auki vain vähän aikaa viikossa tai asiakaspalvelijana on pelkkä keskustelubotti.

Vaikka asiakaspalvelun kanavat olisivat kunnossa, ikäihminen ja hänen läheisensä voivat silti jäädä vaille vastausta, vaikka he olisivat yrittäneet yhteydenottoa sekä puhelimella että sähköpostilla. Tämä tekee ikäihmisten asioiden hoitamisesta, esimerkiksi reklamoinnista, irtisanomisesta tai kaupan peruuttamisesta, vaikeaa tai jopa mahdotonta.

Tutkimustulokset osoittavat vakavia puutteita ikäihmisten kuluttajansuojassa etenkin kotimyyynnissä. Aggressiivisilla myyntitavoilla ja virheellisiä tietoja antaen myyjät saavat toimintakyvyiltään alentuneet ikäihmiset ostamaan tarpeettomia sekä kalliita ja ylihintaisia tuotteita. Ikäihmisten kokemuksiin ongelmiin tulee kiinnittää huomiota ja löytää ratkaisuja ongelmien ehkäisemiseksi. Ikäihmisten asemaa parantavat ratkaisut parantaisivat myös muiden kuluttajaryhmien tilannetta.

## LÄHTEET

- Arola, J. (3.6.2015). Härskit kotimyyjät: Rahat pois vanhuksilta. Kuluttaja.
- Carpenter, S. M. & Yoon, C. (2011). Aging and consumer decision making. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1235(1), E1–E12. <https://doi.org/10.1111/j.1749-6632.2011.06390.x>
- Cole, C., Laurent, G., Drolet, A., Ebert, J., Gutchess, A., Lambert-Pandraud, R., Mullet, E., Norton, M. I. & Peters, E. (2008). Decision making and brand choice by older consumers. *Marketing Letters*, 19(3–4), 355–365. <https://doi.org/10.1007/s11002-008-9058-x>
- Dawes, P., Dickinson, C., Emsley, R., Bishop, P. N., Cruickshanks, K. J., Edmondson-Jones, M., McCormack, A., Fortnum, H., Moore, D. R., Norman, P. & Munro, K. (2014). Vision impairment and dual sensory problems in middle age. *Ophthalmic and Physiological Optics*, 34(4), 479–488. <https://doi.org/10.1111/opo.12138>
- Enroth, L. & Pulkki, J. (2021). Aistivaikkeudet, arki ja toimintakyky 90 vuotta täyttäneillä. *Gerontologia*, 35(2), 121–137. <https://doi.org/10.23989/gerontologia.96102>
- Griffiths, M. A. & Harmon, T. R. (2011). Aging consumer vulnerabilities Influencing factors of acquiescence to informed consent. *The Journal of Consumer Affairs*, 45(3), 445–466. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2011.01212.x>
- HE 14/2022 vp. Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi kuluttajansuojalain ja kuluttajansuojaviraston eräistä toimivaltuuksista annetun lain muuttamisesta sekä eräiksi muiksi laeiksi. Valtioneuvosto 2022. <https://www.finlex.fi/fi/hallituksen-esitykset/2022/14>
- Heponiemi, T., Kainiemi, E., Virtanen, L., Saukkonen, P., Sainio, P., Koponen, P. & Koskinen, S. (2023). Predicting Internet Use and Digital Competence Among Older Adults Using Performance Tests of Visual, Physical, and Cognitive Functioning: Longitudinal Population-Based Study. *Journal of Medical Internet Research*; 25:e42287, <https://doi.org/10.2196/42287>
- Hänninen, R., Karhinen, J., Korpela, V., Pajula, L., Pihlajamaa, O., Merisalo, M., Kuusisto, O., Taipale, S., Kääriäinen, J. & Wilska, T.-A. (2021). Digiosallisuuden käsite ja keskeiset osa-alueet. Digiosallisuus Suomessa -hankkeen väliraportti. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 2021:25.URN:ISBN:978-952-383-287-9
- Jyväkorpi, S. K., Strandberg, T., Urtamo, A., Pitkälä, K., Suominen, M., Kokko, K. & Heimonen, S. (2020). Ikääntyneiden terveys, elämänlaatu, toimintakyky ja mielen hyvinvointi. *Gerontologia*, 34(4), 339–344. <https://journal.fi/gerontologia/article/view/99624>
- Järvelä, K. (2018). Tilausansat ja niiden aiheuttamat kuluttajahaitat: Kyselytutkimuksen tulokset. Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 3/2018. Kilpailu- ja kuluttajavirasto.
- Järvelä, K. (2025). Sähkösovimuksiin liittyvät kuluttajaongelmat. Kilpailu- ja kuluttajaviraston Katsauksia 2/2025. Kilpailu- ja kuluttajavirasto.
- Järvelä, K., Raijas, A. & Saastamoinen, M. (2019). Pikavippiongelman laatu ja laajuus. Kilpailu- ja kuluttajaviraston Selvityksiä 3/2019. Kilpailu- ja kuluttajavirasto.

- Järvelä, K. & Saastamoinen, M. (2018). Matkapuhelimien kuluttajaongelmat. Kilpailu- ja kuluttajaviraston Selvityksiä 4/2018. Kilpailu- ja kuluttajavirasto.
- Järvelä, K. & Saastamoinen, M. (2024). Käytettyjen autojen kaupan kuluttajaongelmat. Kilpailu- ja kuluttajaviraston Tutkimusraportteja 1/2024. Kilpailu- ja kuluttajavirasto.
- Järvelä, K., Saastamoinen, M. & Väänänen, K. (2017). Kuluttajat ja puhelinmyynti (Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 3/2017). Kilpailu- ja kuluttajavirasto.
- Järvelä, K., Saastamoinen, M. & Väättänen, A. (2025). Kuluttajien näkemyksiä ja kokemuksia puhelinmyynnistä (päivitetty versio 5/2025). Kilpailu- ja kuluttajavirasto.
- Kaartinen, J., Rappe, E. & Rajaniemi, J. (2025). Turvallinen vanhuus kaikille? – Väestötutkimus moninaisesta ikääntymisestä ja koetusta turvallisuudesta. Ikäinstituutti.
- Kauppinen, T. M. (2022). Yksinasumisen muutokset ja tulotaso (STTK:n julkaisusarja 1/2022). Terveiden ja hyvinvoinnin laitos.
- Kauppinen, T. M., Martelin, T., Hannikainen-Ingman, K. & Virtala, E. (2014). Yksin asuvien hyvinvointi: Mitä tällä hetkellä tiedetään? (Työpaperi 27/2014). Terveiden ja hyvinvoinnin laitos. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-302-266-9>
- Kekäläinen, T., Wilska, T.-A. & Kokko, K. (2017). Varttuneet kuluttajat, vapaa-aika ja hyvinvointi. Teoksessa T.-A. Wilska & S.-M. Kuoppamäki (toim.), Varttuneet kuluttajat, digitalisoituva arki ja kulutusympäristöjen muutos: Digi 50+ -hankkeen loppuraportti (s. 54–66). Jyväskylän yliopisto. JYU Reports 209/2017.
- Kemppainen, T., Viitala, J., Kuoppamäki, S.-M. & Uusitalo, O. (2017a). Asuminen, ikä ja digitalisaatio. Teoksessa T.-A. Wilska & S.-M. Kuoppamäki (toim.), Varttuneet kuluttajat, digitalisoituva arki ja kulutusympäristöjen muutos: Digi 50+ -hankkeen loppuraportti (s. 110–124). Jyväskylän yliopisto. JYU Reports 209/2017.
- Kemppainen, T., Ylilahti, M., Uusitalo, O. & Koskinen, V. (2017b). Varttuneet kuluttajat, sähköyhtiön asiakkuus ja palvelumuotoilu. Teoksessa T.-A. Wilska & S.-M. Kuoppamäki (toim.), Varttuneet kuluttajat, digitalisoituva arki ja kulutusympäristöjen muutos: Digi 50+ -hankkeen loppuraportti (s. 60–78). Jyväskylän yliopisto. JYU Reports 209/2017.
- Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Peruuttaminen ja palauttaminen kotimyyynnissä. <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/puhelin-ja-kotimyynti/peruuttaminen-ja-palauttaminen-kotimyyynnissa/>
- Kippola-Pääkkönen, A. & Karhula, M. (2025). Toimintakykyä kuvaavia teorioita, malleja ja viitekehyksiä. Teoksessa R. Kerätär & L. Koskela (toim.), Toimintakyky ja työkyky. Kustannus Oy Duodecim.
- Koivisto, K., Kuoppamäki, S.-M. & Frank, L. (2017). Digitaalisten palvelujen omaksuminen ja ikä. Teoksessa T.-A. Wilska & S.-M. Kuoppamäki (toim.), Varttuneet kuluttajat, digitalisoituva arki ja kulutusympäristöjen muutos: DIGI 50+ -hankkeen loppuraportti (s. 19–37). Julkaisusarja 209/2017, Jyväskylän yliopisto.
- Konsumentverket. (2017). Fortsatt missnöje med telefonförsäljning: En kvantitativ studie om allmänhetens erfarenheter av telefonförsäljning (Rapport 2017:2). Konsumentverket.

- Korpela, V. (2025). Signing in to society: Reflections on digital skills, support, and inclusion in later life. Jyväskylän yliopisto. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-86-1070-0>
- Koskinen, S., Paajanen, T., Hänninen, T., Kulmala, J., Ngandu, T., Elonheimo, H., Sainio, P. & Stenholm, S. (11.12.2023). Kognitiivinen toimintakyky. Terveysten ja hyvinvoinnin laitos. [https://www.thl.fi/terveysuomi\\_verkkoraportit/ilmioraportit\\_2023/kognitiivinen\\_toimintakyky.html](https://www.thl.fi/terveysuomi_verkkoraportit/ilmioraportit_2023/kognitiivinen_toimintakyky.html)
- Koskinen, V. & Ylilähti, M. (2017). Wellness, ikä ja terveyden digitalisoituminen. Teoksessa T.-A. Wilska & S.-M. Kuoppamäki (toim.), Varttuneet kuluttajat, digitalisoituva arki ja kulutusympäristöjen muutos: Digi 50+ -hankkeen loppuraportti (s. 126–139). Jyväskylän yliopisto. JYU Reports 209/2017.
- Kyytsönen, M., Aalto, A. M., Sääksjärvi, K. & Vehko, T. (2023). Digitaaliset palvelut ja digitaalinen asiointi (Terve Suomi -tutkimuksen ilmiöraportit). Terveysten ja hyvinvoinnin laitos. [https://www.thl.fi/terveysuomi\\_verkkoraportit/ilmioraportit\\_2023/digitaaliset\\_palvelut\\_ja\\_digitaalinen\\_asiointi.html](https://www.thl.fi/terveysuomi_verkkoraportit/ilmioraportit_2023/digitaaliset_palvelut_ja_digitaalinen_asiointi.html)
- Laitinen, A., Sainio, P., Koskinen, S., Rudanko, S. L., Laatikainen, L. & Aromaa, A. (2007). The association between visual acuity and functional limitations: Findings from a nationally representative population survey. *Ophthalmic Epidemiology*, 14(5), 333–342.
- Luukkonen Yli-Rahnasto, M. (2022). Kuluttajansuojan Omnibus-direktiivin täytäntöönpano sekä puhelin- ja kotimyyntisääntelyn tiukentaminen: Lausuntotiivistelmä (Oikeusministeriön julkaisuja, Mietintöjä ja lausuntoja 2022:5). Oikeusministeriö. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/server/api/core/bitstreams/7e43f4b0-c78b-4c55-a49d-393e4d54d738/content>
- Martelin, T., Nieminen, T., Sainio, P., Koskinen, S. & Tiikkainen, P. (2018). Sosiaalinen toimintakyky. Teoksessa P. Koponen, K. Borodulin, A. Lundqvist, K. Sääksjärvi & S. Koskinen (toim.), Terveysten, toimintakyky ja hyvinvointi Suomessa. FinTerveysten 2017 - tutkimus (s. 122–127). Terveysten ja hyvinvoinnin laitos.
- Mazzonna, F. & Peracchi, F. (2024). Are older people aware of their cognitive decline? Misperception and financial decision-making. *Journal of Political Economy*, 132(6), 1569–1608.
- National Trading Standards. (2015). Consumer Harm Report 2014–15. [https://www.nationaltradingstandards.uk/site\\_assets/files/National%20Trading%20Standards%20Consumer%20Harm%20Report%202014-15.pdf](https://www.nationaltradingstandards.uk/site_assets/files/National%20Trading%20Standards%20Consumer%20Harm%20Report%202014-15.pdf)
- Pirhonen, J., Lölch, L., Tuominen, K., Jolanki, O. & Timonen, V. (2020). "These devices have not been made for older people's needs" – Older adults' perceptions of digital technologies in Finland and Ireland. *Technology in Society*, 62, Article 101287. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101287>
- Rantanen, T. (2022). Toimintakyky ja osallistuminen. Teoksessa T. Rantanen, K. Kokko, S. Sipilä & A. Viljanen (toim.), Gerontologia (s. 104–119). Kustannus Oy Duodecim.
- Raijas, A. & Saastamoinen, M. (2015). Pankkipalvelut 2015. Kuluttajien näkemyksiä pankkien tarjonnasta. Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 5/2015. Kilpailu- ja kuluttajavirasto. <http://www.kkv.fi/globalassets/kkv->

[suomi/julkaisut/selvitykset/2015/kkv-selvityksia-5-2015-pankkipalvelut-2015-kuluttajien-nakemyksia-pankkien-tarjonnasta.pdf](https://suomi/julkaisut/selvitykset/2015/kkv-selvityksia-5-2015-pankkipalvelut-2015-kuluttajien-nakemyksia-pankkien-tarjonnasta.pdf)

- Sainio, P., Holm, M., Hammar, T., Ilmarinen, K., Pennanen, M., Aalto, A.-M., Sääksjärvi, K. & Koskinen, S. (2025). Iäkkäiden toimintakyky ja koettu avuntarve Suomessa – Terve Suomi -tutkimuksen tuloksia. *Gerontologia*, 39(3), 206–224.  
<https://doi.org/10.23989/gerontologia.159957>
- Saukkonen, P., Virtanen, L., Kaihlanen, A., Kainiemi, E., Koskinen, S., Sainio, P., Koponen, P. & Heponiemi, T. (2021). Sosiaaliselle syrjäytymiselle altistavien tekijöiden yhteys ikääntyneiden sähköiseen asiointiin: Tuloksia COVID-19-epidemian ensimmäisten aaltojen ajoilta (Tutkimuksesta tiiviisti 60/2021). Terveystieteiden tutkimuskeskus.
- Sisäasiainministeriö. (17.11.2011). Turvallinen elämä ikääntyneille – Toimintaohjelma ikääntyneiden turvallisuuden parantamiseksi. Sisäasiainministeriön julkaisuja 19/2011. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/server/api/core/bitstreams/5c9a306d-90ab-469a-b2d8-38b1b95cbb59/content>
- Stephens, A., Deaton, A. & Stone, A. A. (2015). Subjective wellbeing, health, and ageing. *The Lancet*, 385(9968), 640–648.
- Stone, A. A., Schwartz, J. E., Broderick, J. E. & Deaton, A. (2010). A snapshot of the age distribution of psychological well-being in the United States. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 107(22), 9985–9990.
- Taipale, J., Mikhailova, A., Ojamo, M., Nättinen, J., Väätäinen, S., Gissler, M., Koskinen, S., Rissanen, H., Sainio, P. & Uusitalo, H. (2019). Low vision status and declining vision decrease health-related quality of life: Results from a nationwide 11-year follow-up study. *Quality of Life Research*, 28(12), 3225–3236.  
<https://doi.org/10.1007/s11136-019-02260-3>
- Terveystieteiden tutkimuskeskus. (2013). ICF: Toimintakyvyn, toimintarajoitteiden ja terveyden kansainvälinen luokitus. Helsinki: Terveystieteiden tutkimuskeskus (THL).
- Terveystieteiden tutkimuskeskus. (7.11.2024). Muistisairauksien yleisyys. Viitattu 4.12.2025.  
<https://thl.fi/aiheet/kansantaudit/muistisairaudet/muistisairauksien-yleisyys>
- Tilastokeskus. (21.5.2003). Väestön ikääntyminen on suhteellista. Haettu osoitteesta: Tilastokeskus – Tietoaika – Väestön ikääntyminen on suhteellista.
- Tilastokeskus. (2025). Väestörakenne [verkojulkaisu]. Suomen virallinen tilasto (SVT).  
<https://stat.fi/tilasto/vaerak> (viitattu 4.9.2025).
- Tolkinen, L. (2023). Näkövammarekisterin vuosikirja 2023. Näkövammarekisteri, THL.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2018). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi, Helsinki
- Tuorila, H. (2016). Sähköisten palvelujen käyttämättömyyden seuraukset välttämättömyyspalveluissa. Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 6/2016. Kilpailu- ja kuluttajavirasto.
- Tuorila, H., Määttä, K. & Peltonen, A. (2016). Kuluttajahuijaukset (Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 1/2016). Kilpailu- ja kuluttajavirasto.
- Tuorila, H. (2018). Huijaukset heikentävät yhteiskunnallista hyvinvointia. *Yhteiskuntapolitiikka*, 83 (2018):2.  
[https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/136826/YP1802\\_Tuorila.pdf](https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/136826/YP1802_Tuorila.pdf)

- Vaarama, M. (2022). Toiveena tavallinen, hyvä elämä: Suomalaisten mielikuvat ja kokemukset vanhuudesta. Vanhustyön keskusliitto.
- Valtioneuvosto. (2008). Valtioneuvoston asetus kuluttajien kannalta sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhteissa. Finlex.  
<https://www.finlex.fi/fi/lainsaadanto/2008/601>
- Viitanen, K. M. (2017). Markkinointioikeus. Kauppakamari.
- Vuoksimaa, E. (2019). Kognitiivisten toimintojen muutokset – mikä on ikääntymistä, mikä sairautta? Lääketieteellinen Aikakauskirja Duodecim, 135(11), 1075–1084.
- Wedenoja, J. (2022). Näkö. Teoksessa T. Rantanen, K. Kokko, S. Sipilä & A. Viljanen (toim.), Gerontologia (s. 234–247). Kustannus Oy Duodecim.
- Williams, P. & Drolet, A. (2005). Age-related differences in responses to emotional advertisements. Journal of Consumer Research, 32(3), 343–354.  
<https://doi.org/10.1086/497545>
- World Health Organization. (2021). World report on hearing. Geneve: World Health Organization.
- Ying, G., Zhao, G., Xu, X., Su, S. & Xie, X. (2023). Association of age-related hearing loss with cognitive impairment and dementia: An umbrella review. Frontiers in Aging Neuroscience, 15, 1241224. <https://doi.org/10.3389/fnagi.2023.1241224>
- Yoon, C., Cole, C. A. & Lee, M. P. (2009). Consumer decision making and aging: Current knowledge and future directions. Journal of Consumer Psychology, 19(1), 2–16.  
<https://doi.org/10.1016/j.jcps.2008.12.002>

**Kilpailu- ja kuluttajaviraston Tutkimusraportteja 2/2026**

Kilpailu- ja kuluttajavirasto

PL 5, 00531 Helsinki

Puhelin 029 505 3000 (pvm/mpm)

kirjaamo@kkv.fi • [www.kkv.fi](http://www.kkv.fi)