

www.humak.fi

Opinnäytetyö

Haasteena lipunmyynnin jälkimarkkinat

Näkökulmia trokaamisesta ja sen tuomista ongelmista

Laura Oikarinen ja Johanna Pulsa

Kulttuurituotanto
(240 op)

Arvioitavaksi jättämisaika
(5/2020)



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

TIIVISTELMÄ

Humanistinen ammattikorkeakoulu
Kulttuurituotannon koulutusohjelma 240 op

Tekijät: Laura Oikarinen ja Johanna Pulsa
Opinnäytetyön nimi: Haasteena lipunmyynnin jälkimarkkinat - Näkökulmia trokaamisesta ja sen tuomista ongelmista
Sivumäärä: 51 ja 2 liitesivua
Työn ohjaaja: Jyrki Simovaara
Työn tilaaja: LiveFIN ry

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on lisätä tietoisuutta pääsylippujen epärehellistä jälleenmyyntiä eli trokaamista kohtaan. Epäviralliset jälleenmyyntisivustot myyvät lippuja usein kovalla katteella ja liput voivat olla esimerkiksi väärennetyjä tai mitätöityjä niin, että asiakas estyy pääsemästä tapahtumaan. Asiakkaalle aiheutuvien ongelmien lisäksi epävirallisten kanavien kautta ostetut liput aiheuttavat päänvaivaa myös tapahtumajärjestäjille sekä lippukaupoille reklamaatioiden ja ylimääräisen työn muodossa. Tällöin myös pääsylippujen myyntituotot valuvat epävirallisia jälleenmyyntisivustoja pyörittävien, tapahtuman järjestämiseen millään tavalla osallistumattomien henkilöiden taskuihin.

Trokaaminen on koko ajan enemmän esillä oleva ongelma myös Suomessa. Joissain Euroopan maissa, sekä esimerkiksi Yhdysvalloissa, trokaamisesta on tullut jo huomattavasti suurempi ongelma. Niinpä monet maat ovatkin tehneet erilaisia lakimuutoksia pyrkimyksenä vähentää lippujen epärehellistä jälleenmyyntiä sekä sen mukana tuomia ongelmia. Lakimuutokset eivät valitettavasti kuitenkaan ole aina toimineet toivotulla tavalla ja lippujen epärehellinen jälleenmyynti onkin osoittautunut vaikeaksi ongelmaksi, johon puuttuminen on haastavaa. Käymme tässä opinnäytetyössä läpi erilaisia trokaamisen hillitsemiseksi asetettuja rajoituksia ja pohdimme niiden toimivuutta käytännössä. Opinnäytetyötä varten olemme myös haastatelleet eri alojen ammattilaisia ja kysyneet heidän näkökulmaansa siihen, millaisia ongelmia lippujen epärehellinen jälleenmyynti tuo ja millä keinoilla trokaamista voitaisiin Suomessa tehokkaasti vähentää.

Opinnäytetyössä tutustumme myös Suomen lainsäädäntöön ja siihen, miten lain puitteissa lippujen trokaamiseen voitaisiin puuttua. Pohdimme myös sitä millaiset lakimuutokset voisivat auttaa asiakkaita ja tapahtumajärjestäjiä ilman, että ne toisivat mukanaan kohtuuttomasti lisätyötä. Kartoitamme lisäksi voimassaolevaa lainsäädäntöä ja pohdimme, mitä sen turvin voi tehdä jos asiakas joutuu huijatuksi lippukaupoilla. Opinnäytetyöllämme haluamme lisätä tietoisuutta, sekä herättää ajatuksia ja keskustelua niin kuluttajien kuin päättäjienkin suunnassa siitä, miten suuri ongelma pääsylippujen epärehellinen jälleenmyynti on ja millaisin keinoin siihen voitaisiin puuttua.

Asiasanat: Jälleenmyynti, lait, petos, kuluttajansuoja

ABSTRACT

Humak University of Applied Sciences
Degree Programme in Cultural Management 240 ECTS

Author: Laura Oikarinen & Johanna Pulsa
Title: Ticket resale as a challenge - Viewpoints on ticket touting and problems relating to it
Number of Pages: 51 and 2 attachment pages
Supervisor: Jyrki Simovaara
Subscriber: LiveFIN ry

The purpose of this thesis is to raise awareness about the dishonest resale of tickets and generate ideas among both consumers and policymakers about the problems that ticket touting brings, and how could we reduce it. Unofficial ticket resale sites often sell tickets with a high sales margin. Furthermore, tickets can also be fake or cancelled, so the customer is unable to access the event. In addition to the problems customer have to face, tickets that are purchased from unofficial resale sites also cause problems for event organizers and ticket shops because of complaints and extra work that needs to be done. In many cases the profits from the ticket sales goes to the people who run the unofficial resale sites, even they have not done any work in organizing the event.

Ticket touting is an increasing problem also in Finland. In some other European countries and in the United States ticket touting has been a major problem for longer time. As a result, many countries have made various amendments in an effort to reduce dishonest ticket resale and the problems it causes. Unfortunately, the amendments have not always worked as intended, and ticket touting has turned out to be a challenging problem that is hard to overcome. In this thesis we adduce various means that could help to reduce ticket touting and consider how they would work in practice. We have interviewed professionals from different businesses and examined their view on what kind of problems they face in their work because of dishonest ticket resale, and what would be the most effective ways to reduce it.

We found out that neither the problem, nor solutions are not unambiguous. In this thesis we get acquainted with Finnish law and how it could be utilized with ticket touting. We also consider what kind of changes could help customers and event organizers without bringing an unconscionable amount of extra work. We also map out the present legislation and reflect on what could be done if a customer gets scammed when purchasing a ticket.

Keywords: Retail, laws, scam, consumerism

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO.....	6
2	TILAAJA JA TYÖN TARVE.....	7
2.1	LiveFIN ry.....	7
2.2	Työn tarve ja tavoitteet.....	7
3	KESKEISIMMÄT KÄSITTEET.....	8
3.1	Trokaaminen	8
3.2	Trokari	8
3.3	Viralliset myyntikanavat	8
3.4	Epäviralliset jälleenmyyntikanavat.....	9
3.5	Nimetyt liput	9
3.6	Ostorajoitukset	9
4	AINEISTONKERUUMENETELMÄT	9
4.1	Kysely.....	9
4.2	Asiantuntijahaastattelut.....	10
4.3	Benchmarking	10
4.4	Havainnointi.....	10
5	KYSELYN TULOKSET	10
6	TROKAAMISEN AIHEUTTAMAT ONGELMAT.....	14
6.1	Kuluttajat.....	15
6.1.1	Tarkemmin epävirallisista lippukaupoista	17
6.1.2	Viagogo	17
6.1.3	StubHub.....	18
6.1.4	Online Ticket Shop	19
6.2	Tapahtumajärjestäjät ja lippukaupat.....	20
6.3	Kilpailu- ja kuluttajavirasto	21
6.4	Poliisi	23
7	BENCHMARKING – ESIMERKKEJÄ MAAILMALTA.....	25
7.1	Norjan lainsäädäntö.....	25
7.1.1	Norske Konserttarrangører (NKA).....	25

7.1.2	Haastattelu - Tone Østerdal	26
7.2	Italian lainsäädäntö.....	27
7.2.1	Kritiikki.....	27
7.3	New Yorkin osavaltion lainsäädäntö	28
7.3.1	Kritiikki.....	30
8	KÄYTTÖEHDOT JA LAINSÄÄDÄNTÖ	31
8.1	Käyttöehdot	31
8.2	Huijatuksi tuleminen	32
8.3	Rikoslaki 36 luku - petoksesta ja muusta epärehellisyydestä	32
9	RATKAISUEHDOTUKSET JA POHDINTA	35
9.1	Ratkaisuehdotukset.....	35
9.2	Virallisten lippukauppojen jälleenmyyntialustat	35
9.2.1	LiputOn.....	36
9.3	Tietoisuuden lisääminen	37
9.4	Lippujen nimeäminen	38
9.5	Ostorajoitukset	40
9.6	Lainsäädäntö	41
9.7	Lopuksi	42
	LÄHTEET	44
	LIITTEET	49

1 JOHDANTO

Erilaisiin tapahtumiin voi tänä päivänä ostaa pääsylippuja monien kanavien kautta. Pitkälle on tultu siitä ajasta, jolloin liput saatiin käsiin vain ja ainoastaan paperisina, tapahtuman ovella sijaitsevalta lippuluukulta. Nykyään pääsylippuja voi hankkia eri tahoilta muun muassa puhelimitse, netin välityksellä tai sosiaalisen median kanavista. Maksuvälineinä toimivat käteisen ja pankkikortin ohella lukuisat erilaiset kulttuuri-maksuvälineet sekä osamaksumahdollisuudet.

Monet uudet mahdollisuudet lippumarkkinoilla eivät kuitenkaan ole pelkästään hyvä asia, sillä samalla myös lippujen trokaaminen eli epärehellinen jälleenmyynti on lisääntynyt ja tuonut mukanaan monenlaisia ongelmia eri osapuolille. Trokaaminen on myös muuttanut vuosien saatossa muotoaan ja siitä on tullut yhä ammattimaisempaa. Lippujen hinnat ovat karanneet käsistä ja huijaaminen on entistä yleisempää.

Tässä opinnäytetyössä avataan trokaamisen käsitettä, läpikäydään trokaamisen aiheuttamia ongelmia muun muassa kuluttajan, tapahtumajärjestäjän, lipunmyyjän ja viranomaisen näkökulmasta, kartoitetaan tilannetta ulkomailla ja perehdytään lainsäädännöllisiin seikkoihin. Opinnäytetyön tavoitteena on lisätä tietoisuutta trokaamiseen liittyen ja pohtia mahdollisia keinoja trokaamisen kitkemiselle. Opinnäytetyössä toimii tilaajana LiveFIN ry.

Opinnäytetyön ovat kirjoittaneet Laura Oikarinen ja Johanna Pulsa. Oikarinen on vastannut opinnäytetyön benchmark -osuudesta, Fullsteam Agency Oy:n lipunmyynnin vastaavan Hanna Kouran haastattelusta, käsiteluettelon laatimisesta sekä teoria-osuuksien kirjoittamisesta yhdessä Pulsan kanssa. Pulsan vastuualueena ovat olleet muun muassa kuluttajakyselyn tekeminen, lainsäädännön tulkitseminen ja viranomaisten haastattelemineen. Sekä Oikarinen että Pulsa työskentelevät lipunmyynnin ja tapahtumien parissa, josta myös mielenkiinto opinnäytetyöhön on saanut alkunsa. Lisäksi opinnäytetyölle nähtiin selkeä tarve, sillä trokaamisesta löytyy hyvin vähän tietoa entuudestaan suomeksi.

2 TILAAJA JA TYÖN TARVE

2.1 LiveFIN ry

LiveFIN ry on Suomen musiikkitapahtumien verkosto ja etujärjestö, joka ajaa populaarimusiikkitapahtumien ja niiden järjestäjien etuja. Yhdistyksen jäseniä ovat erilaiset keikkapaikat, festivaalit sekä tapahtumajärjestäjät. LiveFINin tavoitteena on ajaa jäseniensä etuja ja kehittää alaa sekä parantaa alan toimintaedellytyksiä. Yhdistys on myös Euroopan tapahtumapaikkojen ja festivaalien kattojärjestön LiveDMA:n jäsen. LiveFIN on alkanut toimia nykyisessä muodossaan vuonna 2017 (LiveFIN ry 2020).

2.2 Työn tarve ja tavoitteet

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on lisätä tietoisuutta trokaamiseen ja sen tuomiin lieveilmiöihin liittyen. Opinnäytetyössä kerrotaan mitä trokaaminen on, millaisia ongelmia se eri osapuolille aiheuttaa ja mitä erilaisia keinoja toiminnan kitkemiselle on olemassa.

Suomen mittakaavassa trokaaminen on vielä suhteellisen pienimuotoista toimintaa, eikä sitä ole kielletty lailla. Monissa muissa maissa kuten esimerkiksi Norjassa tai Yhdysvaltojen New Yorkissa lippujen epärehellinen jälleenmyynti on todella ammatti- maista bisnestä ja toimintaan on puututtu lainsäädännön avulla. Tätä opinnäytetyötä varten on selvitetty Norjan, Italian sekä New Yorkin lippujen jälleenmyyntiä koskevaa lainsäädäntöä. Tarkoituksena on näiden kerättyjen tietojen avulla lisätä eri tahojen kiinnostusta myös Suomen päässä siihen, miten trokaamiseen voitaisiin puuttua. Lisäksi tavoitteena on lisätä opinnäytetyön tekijöiden omaa ammatillista osaamista.

3 KESKEISIMMÄT KÄSITTEET

3.1 Trokaaminen

Pääsylippujen trokaamisella tarkoitetaan lippujen epärehellistä jälleenmyyntiä ylihintaan. Trokaamiseen liittyy usein myös huijaamista, kuten olemattomien lippujen myymistä sekä väärentämistä. Tapausten seuraaminen ja estäminen on hankalaa, sillä toiminta ei ole Suomessa laitonta.

“Konserttilippujen jälkikauppa on asia, mistä ei ole kovin paljon puhuttu. Kyseessä näyttää kuitenkin olevan rahakas kansainvälinen bisnes. Jälkikaupassa loppuunmyydyt liput vaihtavat omistajaa moninkertaisesti suuremmalla summalla, kuin mitä alkuperäiset liput maksoivat” (Ilkka-Pohjalainen 2015).

3.2 Trokari

Trokariksi kutsutaan henkilöä, joka harjoittaa vilpillistä ja epärehellistä voittoa tavoittelevaa lippujen jälleenmyyntiä. Trokari ostaa liput ja myy ne korkeammalla hinnalla eteenpäin epävirallisia jälleenmyyntikanavia tai esimerkiksi sosiaalista mediaa käyttäen. Trokari voi myös väärentää lippuja tai myydä saman lipun useammalle ostajalle.

3.3 Viralliset myyntikanavat

Virallisilla myyntikanavilla tarkoitetaan valtuutettuja, suoraan tapahtumajärjestäjän tai -paikan kanssa sopimuksen tehneitä lippujen myyntikanavia eli lippukauppoja. Suurimmat viralliset lippukaupat Suomessa ovat Ticketmaster, Lippu.fi sekä Tikketti. Liveto, Lipputoimisto sekä Ticted ovat puolestaan esimerkkejä pienemmistä lippukaupoista. Lisäksi keikkapaikoilla voi olla oma lipunmyynti, jonka kautta myydään lippuja tapahtumiin. Tällaisia paikkoja ovat esimerkiksi Lutakko Jyväskylässä sekä Kerubi Joensuussa.

3.4 Epäviralliset jälleenmyyntikanavat

Epävirallisilla jälleenmyyntikanavilla tarkoitetaan internetissä toimivia alustoja, joissa kuluttajat myyvät lippuja ilman tapahtumajärjestäjän, -paikan tai lippukaupan suostumusta. Tällaisia sivustoja ovat esimerkiksi Tori.fi, Huuto.net sekä sosiaalisen median kanavat. Epävirallisia jälleenmyyntikanavia ovat esimerkiksi myös entistä ammattimaisemmin toimivat kansainväliset organisaatiot Viagogo, Online Ticket Shop sekä StubHub.

3.5 Nimetyt liput

Nimetyillä lipuilla tarkoitetaan lippuja, joihin ostoprosessissa tulostuu asiakkaan nimi. Lippuihin tulostuu yleensä sen henkilön nimi, kuka liput on maksanut ja sama nimi tulostuu kaikkiin yhdellä kerralla ostettuihin lippuihin. Usein vaatimuksena onkin, että tapahtumaan saapuessa liput ostaneen henkilön tulisi olla mukana ja kyetä tarvittaessa todistamaan henkilöllisyytensä.

3.6 Ostorajoitukset

Tapahtumajärjestäjä voi halutessaan asettaa lipuille ostorajoituksen lippukaupan ostotapahtuman yhteyteen. Ostorajoituksella säädellään sitä, kuinka monta lippua kukin asiakas voi kerralla ostaa. Säännöstelyn avulla pyritään estämään suuria kertaostoja ja tätä kautta trokaamista.

4 AINEISTONKERUUMENETELMÄT

4.1 Kysely

Tätä opinnäytetyötä varten laadittiin verkkokyselylomake joulukuussa 2019, johon saatiin 95 vastausta. Kysely toimi alkukartoituksena, jonka avulla kerättiin perustie-

toja kuluttaja-asiakkaiden lipunostotavoista ja -tottumuksista. Lisäksi haluttiin selvittää, miten tunnettu käsite trokaaminen on kuluttajien keskuudessa. Kysely oli levityksessä sosiaalisessa mediassa ja vastaajat valikoituivat sattumanvaraisesti. Kyselylomake sisälsi sekä monivalintakysymyksiä että avoimia kysymyksiä ja ne löytyvät liitteestä 1.

4.2 Asiantuntijahaastattelut

Opinnäytetyötä varten suoritettiin myös useampi asiantuntijahaastattelu. Haastateltavina olivat poliisitarkastaja Ari Järvenpää, Kilpailu- ja kuluttajaviraston erityisasiantuntija Saija Kivimäki, Fullsteam Agency Oy:n lipunmyynnin vastaava Hanna Koura sekä Tiketin toimitusjohtaja Mirva Merimaa.

4.3 Benchmarking

Käytimme opinnäytetyön benchmark -esimerkkinä sitä, millainen Norjan, Italian sekä New Yorkin osavaltion lainsäädäntö on lippujen trokaamisen osalta. Erilaisia lippujen epävirallista jälleenmyyntiä koskevia säädöksiä vertailemalla halusimme saada lukijassa aikaan pohdintaa siitä, voisiko lainsäädäntö olla erilainen myös Suomessa.

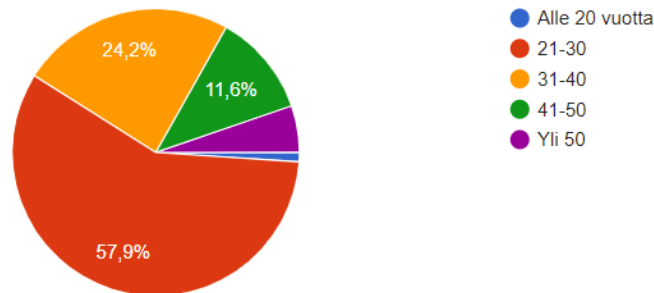
4.4 Havainnointi

Lisäksi aineistoa on kerätty havainnoimalla. Opinnäytetyön tekijät ovat suorittaneet havainnointia oman ammattinsa parissa, jossa ovat päässeet seuraamaan esimerkkitalanteita hyvin läheltä.

5 KYSELYN TULOKSET

Verkkokyselyyn osallistui 95 henkilöä, joista 60,9 prosenttia oli naisia ja 39,1 prosenttia miehiä. Vastaajista yli puolet (57,9%) oli iältään 21-30-vuotiaita ja 24,2 prosenttia

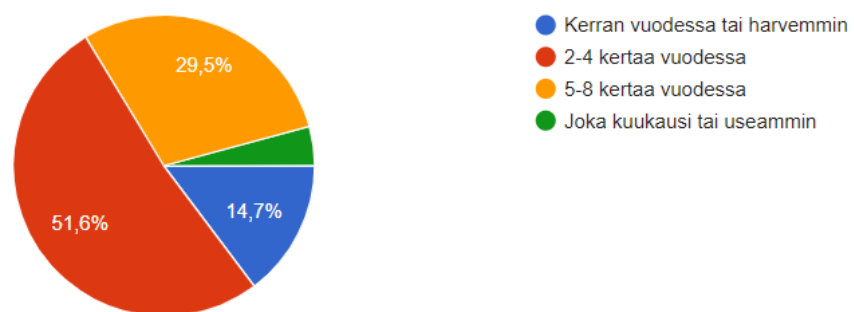
31-40-vuotiaita. Alle 20-vuotiaita oli vain yksi ja yli 40-vuotiaita puolestaan kuusi-toista. Voidaan siis sanoa, että valtaosa kyselyyn vastanneista oli 20-40-vuotiaita aikuisia.



Perustietojen jälkeen kyselyssä selvitettiin kuluttajien ostokäyttäytymistä kysymällä kuinka usein he ostavat pääsylippuja erilaisiin tapahtumiin. Noin puolet vastaajista kertoi ostavansa tapahtumiin pääsylippuja keskimäärin 2-4 kertaa vuodessa. Maksimissaan kerran vuodessa tapahtumalippuja hankkivia oli 14,7 prosenttia ja vähintään kerran kuussa ostajia puolestaan neljä prosenttia. 5-8 kertaa vuodessa lippuja ostavia oli 29,5 prosenttia.

Kuinka usein ostat pääsylippuja erilaisiin tapahtumiin?

95 vastausta



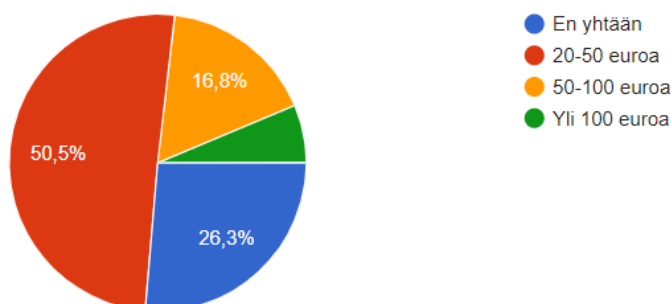
Seuraavassa kysymyksessä puolestaan haettiin vastauksia siihen mistä pääsylippuja ostetaan. Kysymykseen oli mahdollista valita useampi sopiva vastausvaihtoehto tai kirjoittaa vaihtoehtojen lisäksi vapaamuotoinen vastaus. Äänimäärät ostopaikkojen suh-

teen jakautuivat seuraavanlaisesti: Tiketti 82, Ticketmaster 75, Lippupiste 72, ovimyynti 28, Facebook 5, Tori.fi 3, Viagogo 2 ja ovimyynti 28. Yksittäisiä mainintoja saivat Huuto.net, Stubhub, Playlogic, Kide.app, Eventbrite, Holvi, Uefa ja Fifa. Eniten ääniä saivat siis viralliset lippukaupat.

Monesti pääsylippuja jälleenmyydään eri hinnalla kuin millä ne on alun perin ostettu. Erityisesti loppuunmyydyissä ja hyvin suosituissa tapahtumissa hinnat saattavat nousta pilviin. Viidennessä kysymyksessä haluttiin selvittää, kuinka paljon ekstraa kulluttaja olisi valmis maksamaan 50 euron hintaisesta pääsylipusta loppuunmyytyyn tapahtumaan, johon haluaisi ehdottomasti päästä. Vastausvaihtoehdot olivat: en yhtään, 20-50 euroa, 50-100 euroa ja yli 100 euroa.

Kuinka paljon olisit valmis maksamaan ylihintaa 50€ pääsylipusta loppuunmyytyyn tapahtumaan, johon ehdottomasti haluaisit?

95 vastausta

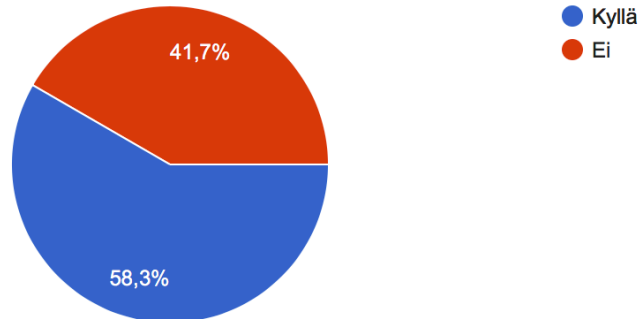


Puolet vastaajista (50,5%) oli valmiita maksamaan lipusta 20-50 euroa ekstraa. Se tarkoittaisi sitä, että pääsylipulle tulisi hintaa yhteensä 70-100 euroa. Vielä enemmän, 50-100 euroa, ekstraa maksavia vastaajia oli 16,8 prosenttia. Sen sijaan 26,3 prosenttia vastasi, ettei haluaisi maksaa lainkaan ekstraa ja vain 6,3 prosenttia suostuisi laittamaan lipun hintaan 100 euroa lisää.

Kyselyyn osallistuneille sana trokaus oli entuudestaan hyvinkin tuttu. Jopa 92,7 prosenttia vastaajista kertoi tuntevansa termin entuudestaan ja ainoastaan 6,3 prosenttia ei tiennyt käsitettä. Kyselyn mukaan trokaamisen haluaisivat kieltää lailla vastaajista 58,3 prosenttia. Ainoastaan yksi vastaajista kertoi, että on joutunut huijatuksi pääsylippuja ostaessa.

Pitäisikö trokaaminen (lippujen epävirallinen jälleenmyynti) mielestäsi olla laitonta?

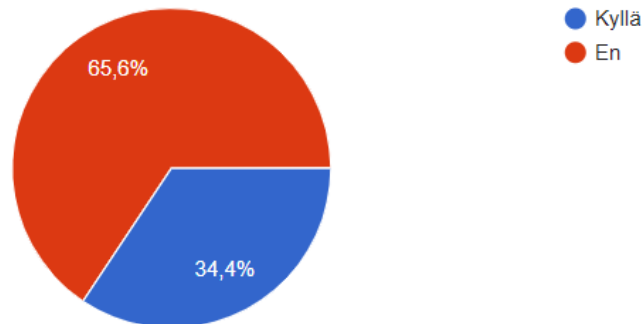
96 vastausta



Kyselyn viimeisessä osiossa selvitettiin, olivatko vastaajat itse jälleenmyyneet ostamiinsa lippuja ja jos olivat, niin missä kanavissa ja millaisella hinnalla. Vastaajista 34,4 prosenttia kertoi jälleenmyyneensä lippuja eteenpäin.

Oletko itse jälleenmyynyt pääsylippuja?

96 vastausta



Seuraavassa kysymyksessä “Missä olet jälleenmyynyt lippuja?” oli mahdollisuus valita useampi sopiva vastausvaihtoehto tai kirjoittaa oma vapaamuotoinen vastaus. Vastaukset jakautuivat seuraavanlaisesti: suoraan tutulle myyminen 42,3 prosenttia, Facebook tai muu sosiaalisen median kanava 36,8 prosenttia, Tori.fi 14,5 prosenttia, ka-tukauppa 2,2 prosenttia, Seatwave 2,2 prosenttia ja Huuto.net 2,0 prosenttia. Useimmiten oma lippu siis jälleenmyydään suoraan jollekin tuttavalle tai vaihtoehtoisesti lähes yhtä usein sosiaalisen median kautta.

Viimeisessä kysymyksessä selvitettiin millaisella hinnalla vastaajat ovat jälleenmyyneet lippujaan. Vastaajista jopa 81,2 prosenttia kertoi jälleenmyyneensä lipun eteenpäin ostohinnalla, eli sillä hinnalla millä ovat lipun alunperin itsekin ostaneet. Puolestaan 12,7 prosenttia kertoi myyneensä lipun kalliimmalla ja 6,1 prosenttia halvemmalla.

Voidaan siis todeta, että tällainen rehellinen lippujen jälleenmyynti on hyvinkin yleistä toimintaa. Tyypillisesti lippu myydään eteenpäin sosiaalisen median kautta ja ostaja on useimmiten myyjälle jo entuudestaan tuttu henkilö. Hinnaksi lipulle asetetaan samainen ostohinta, jolla myyjä itsekin on alunperin lipun ostanut. Kalliimmalla tai halvemmalla myyminen riippuu esimerkiksi siitä, onko tapahtuma loppuunmyyty tai muuten kovin suosittu. Jos lippuja on edelleen jäljellä myös virallisissa lippukaupoissa, saa harvemmin jälleenmyynnillä aikaan voittoa. Sen sijaan loppuunmyytyt tapahtumat lisäävät jälleenmyytävien lippujen kysyntää ja täten mahdollistavat korkeammat myyntihinnat.

Käsitteenä trokaaminen tunnettiin kyselyyn vastanneiden kesken hyvin. Kysymys siitä, pitäisikö trokaaminen kieltää lailla Suomessa, aiheutti vastanneissa mielipideeroja ja se kertonee muun muassa siitä, miten trokaamisen rajoittaminen lainsäädännöllisin keinoin ei ole yksiselitteistä. Pohdintaa herättää varmasti esimerkiksi kysymykset siitä millainen lain pitäisi olla, jotta se ei estäisi tai vaikeuttaisi tavallista jälleenmyyntiä? Saisiko lippuja myydä lainkaan ylihintaan vai rajoitettaisiinko hinnoittelua prosentuaalisesti? Miten epärehellistä toimintaa pystyttäisiin kyllin hyvin valvomaan esimerkiksi sosiaalisessa mediassa?

6 TROKAAMISEN AIHEUTTAMAT ONGELMAT

Trokaamisesta aletaan puhua siinä vaiheessa, kun lippuja jälleenmyydään selvään ylihintaan ja myyjä tavoittelee toiminnallaan itselleen taloudellista hyötyä. Trokaami-

seen liittyy hyvin monenlaisia ikäviä ongelmia, eivätkä ne rajoitu vain myyjän ja ostajan välille. Erilaiset huijaustapaukset voivat työllistää myös muun muassa lippukauppoja, tapahtumajärjestäjiä sekä viranomaisia kuten poliisia ja kuluttajaneuvontaa. Internetin ja sosiaalisen median lisääntynyt käyttö tuovat tilanteeseen omat haasteensa, sillä trokaaminen on entistä helpompaa. Tässä kappaleessa käydään läpi ongelmia eri tahojen näkökulmasta, haastatteluja ja havainnointia hyödyntäen.

6.1 Kuluttajat

Aiemmin lippujen jälleenmyynti tapahtui lähinnä yksityishenkilöiden kesken netin markkinapaikkojen kuten Tori.fi:n ja Huuto.netin kautta, mutta nykyään olemassa on myös varta vasten epäviralliseen jälleenmyyntiin tarkoitettuja organisaatioita. Tällaisia yrityksiä ovat esimerkiksi Viagogo ja StubHub, joiden liiketoiminnan ydin on epärehellinen lippujen jälleenmyynti. Sivustoilta löytyy lippuja ympäri maailman niin teatteriesityksiin kuin festivaaleillekin. Myös yksityishenkilöiden on mahdollista myydä lippuja Viagogon ja StubHubin kautta, joten sivustoilta löytyy konserttilippuja niin pienempiin maakunnissa järjestettäviin tapahtumiin kuin isoihin stadionkonserteihinkin.

Lippujen trokaaminen keskittyy erityisesti isojen artistien tähdittämiin tapahtumiin sekä festivaaleihin, joihin lippujen menekki on muutenkin suurta. Trokareille on tuotavinta ostaa lippuja sellaisiin tapahtumiin, joiden ennustetaan myyvän nopeasti loppuun ja joiden lipuista kuluttajat ovat valmiita maksamaan korkeamman hinnan. Usein tapahtumat, joiden uskotaan myyvän loppuun houkuttelevat lippuhuijarit apajille. Hyvänä esimerkkinä tällaisesta tapahtumasta on Turun Ruissalossa järjestettävä Ruisrock. Heinäkuussa järjestettävä festivaali myytiin esimerkiksi vuonna 2018 loppuun jo huhtikuussa ja lippuja alettiin välittömästi kaupata netissä jopa tuplahinnoin. Myös seuraavana vuonna Ruisrock myytiin ajoissa loppuun ja tällöin festivaali oli ottanut käyttöön lippujen nimeämisen, jotta saisi hillittyä trokaamista (Yle 2019). Asiakkailla oli mahdollisuus vaihtaa lippujen nimitiedot yhden kerran maksua vastaan Ruisrockin virallisen lippukaupan, eli Tiketin kautta (Rumba 2019).



Ruisrock Festival on paikassa Ruisrock Festival.

20. helmikuuta 2019 · Turku, Varsinais-Suomen maakunta · 🌐

Nyt tulee pitkä, mutta tärkeä postaus: älä tule huijatuksi ja älä tue lipputrokaamista - Won't get fooled again ja do the right thing! Lue tämä postaus huolella ja kerro myös kaverille, jonka tiedät tulevan Ruissiin.

TIKETTI ON AINOA VIRALLINEN LIPUNMYYNTIKANAVA:

Pääpointti on tämä: Vain aidoilla ja virallisilla lipuilla pääsee Ruisrockiin ja sellaisia myy vain TIKETTI. Miten tiedän, että lippuni on aito? Aidot liput voi ostaa verkossa turvallisesti Tiketin sivustolta tiketti.fi/ruisrock2019 tai Ruisrockin sivustolta ruisrock.fi/liput. Verkosta ostetut liput voit tulostaa itse tai noutaa ne miltä tahansa R-kioskilta tilausnumeroa vastaan. Liput voi hankkia myös Tiketin toimipisteistä ympäri maata (lista postauksen lopussa). Hotellipakettien virallinen myyntipaikka on Visit Turku -verkkokauppa: http://www.visitturku.fi/ruisrock_fi-2. Pystymme takaamaan vain suoraan näistä lähteistä ostettujen lippujen toimivuuden ja aitouden. Älä osta lippuja muista paikoista - esim. Viagogon kaltaisista jälleenmyyntipalveluista.

Opinnäytetyötä varten haastateltiin Fullsteam Agency Oy:n lipunmyynnin vastaavaa Hanna Kouraa. Koura kertoo ylihintaisten lippujen jälleenmyynnin lisäksi isona ongelmana olevan väärennetyt liput. Esimerkiksi samaa PDF-lippua on saatettu myydä usealle henkilölle ja käytännössä lipulla pääsee tapahtumaan se, joka ehtii ensimmäisenä paikalle. Myöskään paperinen lippu ei takaa sisäänpääsyä, sillä lippu saattaa olla esimerkiksi varastettu, jolloin alkuperäinen ostaja on voinut pyytää lippukauppaa mitätöimään kyseisen lipun (Hanna Koura, haastattelu, 6.3.2020). *“Joka vuosi porteilla selvitetään huijauksia, joissa sama lippu on myyty useampaan kertaan”* toteaa myös Ilosaarirockin vastaava tuottaja Petri Varis Ylen haastattelussa (Yle 2018).

Koura kertoo, että rahallisten menetysten lisäksi lippujen trokaamisella evätään oikeiden fanien pääsy tapahtumaan. Lisäksi trokaaminen asettaa asiakkaat epätasa-arvoiseen asemaan, koska trokareilta lippuja voivat ostaa ne, joilla on eniten rahaa käytettävissään. Loppuunmyydyissä tapahtumissa rahallisen menetyksen lisäksi surullista on se, etteivät asiakkaat voi ostaa tapahtumaan uutta pääsylippua, vaan odotettu esitys saattaa jäädä kokonaan näkemättä. Joskus näissä tilanteissa tapahtumajärjestäjät joutuvat kokemaan asiakkaan suunnasta vihaa, vaikka epävirallisista kanavista ostettuihin lippuihin liittyvistä riskeistä olisikin infottu etukäteen (Hanna Koura, haastattelu, 6.3.2020).

On hyvin tyypillistä, että kuluttaja hankkii pääsylipun virallisen lippukaupan sijaan sosiaalisen median tai netin markkinapaikkojen kautta toiselta yksityishenkilöltä. Internet on huijarille mieluisa myyntipaikka, sillä toimintaa voi peitellä esimerkiksi valeprofiilien ja anonymiteetin avulla, eikä ostajaa tarvitse kohdata yleensä kasvokkain. Tällaista yksityishenkilöiden välistä kaupankäyntiä ei suojaa kuluttajansuoja. Aihetta käydään tarkemmin läpi kappaleessa 8.

Kuluttaja voi siis kohdata monenlaisia ongelmia jouduttuaan trokaamisen uhriksi. Pääsylippu voi olla väärennetty tai myyty useampaan kertaan eri henkilöille, eikä se täten kelpaakaan tapahtuman ovella. Tililtä saatetaan veloittaa luultua enemmän tai lipusta tulee maksettua huomattavaa ylihintaa, eikä rahoja saa välttämättä koskaan takaisin. Lisäksi trokarit saavat lippuja hamstraamalla tapahtumat loppuunmyydyiksi ennen kuin kaikki rehelliset ostajat ehtivät hankkimaan oman lippunsa. Jälleenmyynti kalliimmalla hinnalla puolestaan asettaa kuluttajat epätasa-arvoiseen asemaan varallisuuden mukaan. Tilanne on epämiellyttävä monella tapaa.

6.1.1 Tarkemmin epävirallisista lippukaupoista

Tässä kappaleessa käymme tarkemmin läpi Suomessa toimivia epävirallisia lippujen jälleenmyyntisivustoja. Esittelemme myös näiden jälleenmyyntisivustojen historiaa, sekä annamme käytännön esimerkkejä keskeisimmistä ongelmakohdista.

6.1.2 Viagogo

Sveitsissä päämajaansa pitävä amerikkalaisen Eric Bakerin vuonna 2007 perustama Viagogo on yksi ammattimaisella lippujen trokaamisella pyörivä yritys, joka on viime aikoina laajentanut toimintaansa myös Suomeen. Viagogo toimii noin 70 eri maassa ja on erityisen suosittu lippujen jälleenmyyntisivusto Manner-Euroopassa sekä Isossa-Britanniassa (The New York Times 2019a). Kuluttajaviranomaiset ovat saaneet useita reklamaatioita sivuston toiminnasta ja esimerkiksi siitä, että asiakkaiden luottokortilta onkin veloitettu suurempi hinta kuin mitä sivustolla on ostovaiheessa ilmoitettu (Yle 2018).

Viagogossa on myynnissä lippuja esimerkiksi kesän 2020 Provinssiin roimalla ylihinalla. Kallein kolmen päivän lippu on Viagogossa joulukuussa 2019 ollut myynnissä 257 euron hintaan, kun virallisten jälleenmyyjien sivuilta sama lippu maksaa 159 euroa. VIP -lippuja myytiin Viagogossa vuoden 2019 joulukuussa 490 euron hintaan, kun virallisten jälleenmyyjien kautta VIP -lipun saa ostettua 219 eurolla.

<p>Lohko: GA 1 lippu 2 lippua jäljellä tässä listauksessa sivuillamme <i>E-lippu</i> 👍 Esteetön näkyvyys. ⓘ</p>	<p>194 € per lippu Valitse</p>
<p>Lohko: 1. 3 päivää 1 lippu <i>E-lippu</i> 👍 Esteetön näkyvyys. ⓘ</p>	<p>210 € per lippu Valitse</p>
<p>Lohko: 3 DAYS pass 1 lippu 2 lippua jäljellä tässä listauksessa sivuillamme <i>E-lippu</i> 👍 Esteetön näkyvyys. ⓘ</p>	<p>257 € per lippu Valitse</p>
<p>Lohko: General Admission 1 lippu 2 lippua jäljellä tässä listauksessa sivuillamme <i>E-lippu</i> 👍 Esteetön näkyvyys. ⓘ</p>	<p>257 € per lippu Valitse</p>
<p>Lohko: General Admission VIP 1 lippu 2 lippua jäljellä tässä listauksessa sivuillamme <i>E-lippu</i> 👍 Sisältää VIP-passin ⓘ 👍 Esteetön näkyvyys. ⓘ ⚠️ Yli 18-vuotiaiden lippu</p>	<p>490 € per lippu Valitse</p>

Kuvakaappaus Viagogon vuoden 2020 Provinssin lippujen myyntisivulta. Kaappaus otettu 15.12.2019.

6.1.3 StubHub

StubHub on amerikkalaislähtöinen vuonna 2000 perustettu epävirallinen lippujen jälleenmyyntialusta. Yrityksen ovat perustaneet Eric Baker ja Jeff Fluhr. Vuonna 2006 Baker jätti kuitenkin StubHubin ja perusti Viagogon, josta tuli vaikutusvaltainen Euroopassa toimiva lippujen jälleenmyyntialusta. Vuonna 2007 eBay osti StubHubin 310

miljoonan dollarin hintaan, ja Fluhr jätti samalla yrityksen. StubHub myytiin vuonna 2019 Viagogolle, eli takaisin Bakerille 4,05 miljardin dollarin hintaan (The New York Times 2019b).

Myös StubHubissa on myynnissä lippuja vuoden 2020 Provinssiin. Lippuja myydään vielä kovemalla hinnalla kuin Viagogossa. Sivustolla kolmen päivän peruslipun hinta on huimat 699 euroa, jolloin verrattuna tämänhetkisiin Provinssin virallisten jälleenvyyjien kautta ostettaviin lippuihin hinta on lähes viisinkertainen.

✕

TO
25.6.
2020

Provinssi Festival Seinäjoki liput 3 days
ticket regular

Ilmoitetaan myöhemmin aika [Törnävänsaari](#), Seinäjoki, FI

VALITUT PAIKAT

OSIO	RIVI	PAIKAT
Pääsylippu	-	- ⓘ
<small>Paikka on merkitty lippuun</small>		

TOIMITUS

Sähköinen

Valmiina ladattavaksi ja tulostettavaksi viimeistään: **to 25.6.2020**

LIPUN HINTA	LIPPUJEN MÄÄRÄ
699,00 € / kpl	1 lippu ▼

Siirry maksamaan

Kuvakaappaus StubHubin vuoden 2020 Provinssin lippujen myyntisivulta. Kaappaus otettu 15.12.2019.

6.1.4 Online Ticket Shop

Online Ticket Shop on huomattavasti Viagogo ja StubHubia pienempi toimija, jonka alkuperästä löytyy myös vähemmän tietoa. Yrityksen LinkedIn -sivujen mukaan yritys on lähtöisin Hollannista ja perustettu vuonna 1995. LinkedIn -sivun mukaan Online

Ticket Shop toimii yli 15 maassa (LinkedIn 2020). Yritys tarjoaa myös nettisivujensa mukaan palvelua, jossa se etsii asiakkaalle liput hänen haluamaansa tapahtumaan, vaikka tapahtuma olisi loppuunmyyty. Yksityishenkilöt eivät itse pysty myymään lippuja sivuston kautta, vaan sivuston esittelytekstin mukaan sen tekee yrityksen leivissä työskentelevä tiimi (Online Ticket Shop 2020).

6.2 Tapahtumajärjestäjät ja lippukaupat

Trokaaminen aiheuttaa lisätyötä niin tapahtumajärjestäjille kuin lippukaupoillekin. Asiakkaiden reklamaatiot, lukuisat kysymykset ja epäselvät tilanteet lippujen jälleenmyymistä koskien työllistävät tapahtumajärjestäjiä ja lippukauppoja jo ennen tapahtumaa. Jos asiakas ostaa lipun esimerkiksi Viagogon sivuilta ja kääntyy tapahtumajärjestäjän tai virallisen lippukaupan puoleen ongelmatilanteessa, asiakasta voi olla vaikea auttaa, sillä lippu on ostettu epävirallisen jälleenmyyjän kautta. Epävirallisilla jälleenmyyjillä ei puolestaan aina ole asiakaspalvelua, johon olisi mahdollista ottaa yhteyttä ongelmatilanteessa. Tai vastaavasti asiakaspalvelusta on lähes mahdotonta saada vastauksia ongelmiin. Ongelmat jatkuvat tapahtuman aikana, kun asiakkaat eivät pääse väärennetyillä lipuilla sisään tapahtumaan. Joskus tapahtuman ovella voi myös paljastua, että lippu on väärennetty tai nimettyjen lippujen kohdalla nimi ei täsmää lippuun, jolloin sisäänpääsy tapahtumaan estyy. Reklamaatio kohdistuu hyvin usein lippukauppaa ja tapahtumanjärjestäjää kohtaan, vaikka lipunosto olisikin todellisuudessa hoitunut joltain ihan muuta kautta.

Tiketin toimitusjohtaja Mirva Merimaa kommentoi haastattelussa, että trokaamista on toki aina ollut, mutta nykyään toimintaan liittyy yhä useammin huijaaminen. Myös lippujen hinnat ovat karanneet jälkimarkkinoilla käsistä ja ne saattavat olla jopa nelinkertaisia. Merimaa kertoo, että lippukauppojen keinot huijareiden kiinnisaamiseen ovat melko mitättömät, sillä Suomessa mikään laki ei kiellä trokaamista. Lippukaupat voivat poistaa trokaajaksi paljastuneen profiilin ja mitätöidä jo ostetut liput, mutta huijari voi halutessaan luoda uuden profiilin uusia ostoja varten (Mirva Merimaa, haastattelu, 17.4.2020). Lippukauppoja työllistää tilanteiden ratkominen ja huijareiden jäljille pääseminen, eikä työ edes aina johda haluttuun lopputulokseen.

Lisätyötä aiheuttaa myös kehitystyö trokaamisen hillitsemiseen liittyen. Nämä pohdinnat nousevat pinnalle etenkin isojen loppuunmyytyjen tapahtumien jälkeen, joissa on kohdattu useampi huijaustapaus ja lipunmyynti on saanut asiakkailta negatiivisävytteistä palautetta. Lippukaupat ja tapahtumajärjestäjät joutuvat pohtimaan, miten tilanteeseen voitaisiin valmistautua paremmin ja mahdolliset huijaustapaukset pitää kurissa. Tällaisia keinoja voisivat olla muun muassa ostorajoitusten asettaminen, pakollinen rekisteröityminen ja tunnistautuminen nettiosoissa sekä lippujen nimeäminen.

Lippujen nimeäminen on ollut Suomessa käytössä suuressa mittakaavassa esimerkiksi Ed Sheeranin konsertissa Malmin lentokentällä heinäkuussa 2019. Kaksipäiväiseen konserttiin myytiin yhteensä 90 000 lippua, joista kaikki nimettiin. Uusi tapa herätti asiakkaissa runsaasti kysymyksiä, joista suurin osa koski sitä, miten lippuihin voisi vaihtaa nimen jos itse onkin estynyt tulemasta paikalle (Ilta-Sanomat 2019).

Haastattelussa Hanna Koura kommentoi, että ostorajoitukset ja nimetyt liput ovat mahdollisia tapoja kitkeä trokaamista, mutta ne vaativat paljon resursseja niin lippukaupoilta kuin tapahtumajärjestäjiltäkin. Kaikissa tapahtumissa nimeäminen ei hänen mielestään välttämättä ole järkevää, mutta isoissa ja suosituissa tapahtumissa se varmasti vähentää trokaamista. Nimetyt liput tuottavat myös kuluttajille enemmän vaihua, mikäli he estyvätkin pääsemästä tapahtumaan. Kuluttajan kannalta olisi tärkeää, että virallisten lippukauppojen kautta olisi mahdollista myydä lippu eteenpäin turvalisesti ja esimerkiksi maksimissaan 10 prosenttia kalliimmalla hinnalla. Näin myös lipunostaja voisi ostaa lipun ilman pelkoa huijatuksi tulemisesta (Hanna Koura, haastattelu, 6.3.2020).

6.3 Kilpailu- ja kuluttajavirasto

Opinnäytetyötä varten haastateltiin myös Kilpailu- ja kuluttajaviraston (KKV) erityisasiantuntija Saija Kivimäkeä. Kilpailu- ja kuluttajavirasto huolehtii markkinoiden toimivuudesta, valvoo kuluttajan suojaksi säädettyjen lakien noudattamista ja yritysten laatimien sopimusehtojen asianmukaisuutta (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2020).

Saija Kivimäki kertoo haastattelussa, ettei heillä ole antaa tarkkoja lukuja lippuhuijausten määrästä, sillä tapaukset tilastoidaan nettihuijauksiin, joihin kuuluu lippuhuijausten lisäksi myös useita muita huijaustyyppisiä (Kivimäki, haastattelu, 14.2.2020). Tällaisia ovat esimerkiksi huijausviestit, ihmetuotteet, arpajaisvoitot ja luottotietojen kalastelu. Vuonna 2017 Kilpailu- ja kuluttajavirasto sai yhteensä 1 453 yhteydenottoa erilaisista nettihuijauksista ja tämä luku antaa hieman kokonaiskuvaa sille miten huijaustapaukset työllistävät virastoa (Kuluttajaliitto, 2018). Kivimäki mainitsee, että isoimpana ongelmana ovat suurten kansainvälisten yritysten toiminta, eikä niinkään yksittäisten kuluttajien tekemät ilmoitukset. Esimerkkinä Kivimäki mainitsee Viagogon, jossa kuka tahansa voi jälleenmyydä ostamansa lipun eteenpäin (Kivimäki, haastattelu, 14.2.2020).

Sveitsiläisestä Viagogosta tehdään Kilpailu- ja kuluttajavirastolle useita valituksia vuosittain. Kilpailu- ja kuluttajavirasto on tiedottanut Viagogosta tehdyistä valituksista helmikuussa 2019. Tiedotteen mukaan kuluttajaviranomaiset ovat vastaanottaneet viimeisen kahden vuoden aikana noin viisisataa ilmoitusta Viagogosta. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2019b). Kivimäki kertoo haastattelussa, että Viagogosta tehdyt valitukset liittyvät usein yrityksen antamaan vajanaiseen ja harhaanjohtavaan tiedottamiseen lipunostotilanteessa. Tyypillisessä esimerkkitilanteessa asiakkaalta veloitetaan enemmän rahaa kuin mitä ostotilanteessa aluksi mainitaan. Lisäksi sivuilla on myyty lippuja tapahtumiin, joita ei todellisuudessa ole olemassa lainkaan.

Kilpailu- ja kuluttajaviraston tiedotteessa kerrotaan, miten Viagogon sijoittautumismaassa Sveitsissä yhtiöstä on nostettu siviilikanne vuonna 2017 ja oikeuskäsittely on yhä kesken. Myös Kivimäki mainitsee haastattelussa tästä oikeudenkäynnistä ja kertoo, ettei tilanne ole vuoden aikana edennyt, vaan tapaus on edelleen käsittelyssä. Kilpailu- ja kuluttajaviraston keinot puuttua tällaisten isojen organisaatioiden toimintaan ovat melko mitättömiä, sillä Kivimäen mukaan tilanteisiin eivät tehoa tyypilliset neuvottelukeinot. Tilanteiden selvittämistä vaikeuttaa esimerkiksi Viagogon kohdalla se, että yrityksen asiakaspalveluun on lähes mahdotonta saada yhteyttä ja yritys sijaitsee EU:n ulkopuolella. Kilpailu- ja kuluttajavirasto saa ilmoituksia myös yksityishenkilöiden välisistä huijaustapauksista, mutta asiantuntijavirasto tarkastelee vain tilanteita,

jotka koskevat yksityishenkilön sekä yrityksen välistä kauppaa (Kivimäki, haastattelu, 14.2.2020).

Tyypillinen kuluttajaviranomaisen selvittämä riitatilanne on petoksen yritys, jossa kuluttaja on tehnyt sopimuksen kaupasta, muttei ole vielä ehtinyt maksaa tuotetta. Mikäli kuluttajaa kohdannut huijaus ei jää pelkäksi petoksen yritykseksi, vaan petoksen tunnusmerkistö täyttyy, tapauksen tutkinta siirtyy kuluttajaviranomaisen ilmoituksen kautta poliisille (Kuluttajaliitto, 2018). Petosta käsitellään laajemmin kappaleessa 8.

Kivimäki toteaa haastattelun lopuksi, että kuluttajia pitäisi entistä enemmän tiedottaa nettiostamisen vaaroista ja mahdollisista merkeistä, jotka voivat kertoa epärehellisestä toiminnasta. Näin huijaustilanteita voitaisiin mahdollisesti estää jo etukäteen. Kivimäen mukaan yritysten laatimat myyntiehdot ja virastojen nettisivuilla julkaistut tiedotteet eivät ole riittäviä keinoja, sillä ne jäävät usein kuluttajilta kokonaan lukematta (Kivimäki, haastattelu, 14.2.2020).

6.4 Poliisi

Trokaaminen työllistää Suomessa myös poliisia. Opinnäytetyötä varten haastateltu poliisitarkastaja Ari Järvenpää kertoo, että trokaustapauksista tulee poliisille jonkin verran petosrikosilmoituksia, mutta useimmiten ilmoitukset jätetään kokonaan tekemättä ja asianomistajat jäävät niin sanotusti nuolemaan haavojaan. Järvenpää mainitsee erityisen ongelmalliseksi ulkomailla toimivat lippujen hamstraajat, jotka laskuttavat lipuista selkeästi alkuperäistä hintaa enemmän. Järvenpää huomauttaa myös, miten sosiaalisen median kasvanut käyttö on selkeästi lisännyt trokaamistapauksia ja niistä tehtyjä ilmoituksia (Järvenpää, haastattelu, 17.12.2019).

Tyypillisenä tapausesimerkkinä Järvenpää mainitsee tilanteen, jossa myydään väärennettyjä festivaalilippuja netissä sillä verukkeella, että myyjä itse olisi muka estynyt tulemaan paikalle. Todellisuudessa ostajan mennessä festivaaleille käykin ilmi, ettei lipulla pääsekään sisään tapahtuma-alueelle. Pääsylippu on usein myyty eteenpäin useana kopiona ja vain yksi lipun haltijoista onnistuu pääsemään sillä sisälle festivaal-

leille. *“Onneksi ainakin osa festarijärjestäjistä pyrkii nykyään informoinnillaan estämään tällaisten petosrikosten onnistumisen”* Järvenpää kommentoi haastattelussa (mt.).

Mitä poliisi sitten voi tehdä tilanteessa, jossa lipunostaja ei pääse sisään tapahtuma-alueelle, sillä hänen lippunsa on väärennetty tai jo kertaalleen käytetty? Järvenpää vastaa: *“Poliisi ei henkilöä pysty sisään auttamaan. Ainut asia mitä voidaan tehdä, on suorittaa asiassa esitutkinta, mikä sitten saatetaan poliisin esityksestä ja syyttäjän toimesta rajoittaa.”* Järvenpää myös kertoo, että nämä esitutkintatoimet ovat oikeastaan ainoita toimenpiteitä, joihin poliisi voi ryhtyä estääkseen epärehellisen kaupan teon (mt.).

Esitutkinta aloitetaan, kun on syytä epäillä rikosta. Esitutkinnassa poliisin tulee selvittää, onko todella tapahtunut rikos, kuka on uhri ja epäilty, mitä vahinkoa rikos on aiheuttanut ja mitä hyötyä tekijä on vastaavasti rikoksesta saanut. Esitutkinta tulee tehdä viipymättä. Esitutkinnan jälkeen poliisi antaa tiedot syyttäjälle ja syyttäjä päättää, syytetäänkö tekijää rikoksesta. Jos tekijä saa syytteen, rikos käsitellään oikeudessa (Poliisi 2020).

Järvenpään mainitsemasta esitutkinnan rajoittamisesta puhutaan esitutkintalain pykälässä 10. Rajoittamisella tarkoitetaan, että esitutkinta voidaan lopettaa esimerkiksi kustannussyistä, mikäli katsotaan, että tutkinnan jatkamisesta aiheutuvat kulut olisivat selvässä epäsuhteessa tutkittavana olevan asian vakavuuteen ja tutkinnan seurauksiin nähden. Lisäksi esitutkintaa voidaan rajoittaa, jos kyseessä on enimmillään sakkorangaistuksen alainen vähäinen rikos, eikä rikoksen uhrilla ole vaatimuksia. (Esitutkintalaki 805/2011). Rajoittaminen on hyvin tyypillistä yksittäisissä lippuhuijaustapauksissa, joista yksityishenkilöt tekevät poliisille rikosilmoituksia. Taloudellinen panos kasvaa kohtuuttomaksi selvitettävän asian seuraamuksiin verrattuna, joten esitutkinta päätetään lopettaa ja asia jää tutkimatta.

Järvenpään mukaan on hyvin selvää ja näkyvää, että trokaamista Suomessa tapahtuu ja keinot sen estämiseen ovat poliisilla perin vähäiset. *“Niin sanottu trokaaminen ei sinällään ole Suomessa rikos, mutta sen sijaan se, että myy väärennettyjä lippuja tai*

ei lähetä niitä ollenkaan jo maksaneelle asiakkaalle, täyttää Suomessa toki petosrikkoksen tunnusmerkistön, tosin usein lievänä sellaisena” Järvenpää kommentoi (Järvenpää, haastattelu, 17.12.2019). Lainsäädännöllisiin seikkoihin, kuten haastattelussa Järvenpään mainitsemaan petoksen tunnusmerkistöön, perehdytään tarkemmin luvussa 8.

7 BENCHMARKING – ESIMERKKEJÄ MAAILMALTA

Moni maa on tehnyt muutoksia lippujen jälleenmyyntiä koskevaan lainsäädäntöön. Muutoksia on tehty hyvin laidasta laitaan ja niitä on laitettu käytäntöön hyvin erilaisina ja eri laajuisina. Tässä kappaleessa esittelemme muutaman esimerkin maailmalta ja pureudumme siihen, millaisia toimia eri maissa on tehty sen eteen että trokaamisia saataisiin vähennettyä ja ovatko lakimuutokset olleet toimivia. Kappaleessa käydään läpi Norjan, Italian, sekä New Yorkin osavaltion lippujen jälleenmyymistä koskevaa lainsäädäntöä.

7.1 Norjan lainsäädäntö

Norjan lainsäädännössä on kiellettyä jälleenmyydä pääsylippuja korkeammalla hinnalla, kuin millä ne on alkuperäiselle ostajalle myyty. Mikäli lippu on järjestäjän ja ostajan välisellä sopimuksella myyty korkeammalla lipun hinnalla, voidaan se siinä tapauksessa jälleenmyydä ekstra-lippumaksun kanssa. Mikäli lippu myydään kalliimmalla hinnalla, on ostajalla lain mukaan oikeus vaatia myyjältä takaisin katteen osuus (Lovdata 2020).

7.1.1 Norske Konsertarrangører (NKA)

Opinnäytetyötä varten benchmarkasimme Norjan lippujen jälleenmyyntiä koskevaa lainsäädännöllistä tilannetta. Norjasta haastattelimme Tone Østerdalia Norske Kon-

sertarrangørerilta. Norske Konsertarrangører eli NKA on vuonna 1982 perustettu norjalainen asiantuntijaorganisaatio joka edustaa konserttijärjestäjiä, festivaaleja, klubeja, tapahtumapaikkoja, opiskelijayhteisöjä sekä kulttuuritaloja. NKA toimii kattoorganisaationa ympäri maan toimiville kulttuurin parissa työskenteleville organisaatioille ja yrityksille. Sillä, millainen tapahtumapaikka on tai millaista taidetta siellä esitetään ei ole mitään väliä. NKA:n tehtävä on helpottaa konserttijärjestäjien verkostoitumista ja tuoda heitä yhteen niin että he voivat oppia toinen toisiltaan, minkä lisäksi NKA tarjoaa myös koulutuksia ja lakiapua jäsenilleen (Norske Konsertarrangører 2020).

7.1.2 Haastattelu - Tone Østerdal

Tone kertoo, että Norjassa lippujen jälleenmyyminen alkuperäistä ostohintaa korkeammalla hinnalla on ollut kiellettyä vuodesta 2007 alkaen. Lakimuutos tehtiin jotta pimeiden markkinoiden organisoitunut lippubisnes saataisiin kuriin. Koko ongelmaa lakimuutos ei kuitenkaan ole poistanut, mutta organisoitu ammattimainen trokaaminen on jollain tasolla saatu aisoihin. Tietoisuuden lisääminen on myös auttanut, ja esimerkiksi norjalainen jälleenmyyntisivusto www.finn.no poistaa sellaiset myynti-ilmoitukset sivuiltaan, joissa se epäilee trokaamisen mahdollisuutta. Sivusto on yhteydessä myös suoraan promoottoreiden kanssa esimerkiksi silloin, jos tiedetään että suosittuun konserttiin vapautuu lisää lippuja myyntiin (Tone Østerdal, haastattelu, 11.2.2020).

Tonen mukaan trokareiden rangaistukset Norjassa riippuvat täysin trokaamisen mittakaavasta, myös vankilatuomioita voidaan myöntää jos rikos on tarpeeksi iso. Norjan viranomaiset eivät Tonen mukaan kuitenkaan ole järin kiinnostuneita yksittäisistä trokareista, vaan huomio keskittyy enemmän ammattimaiseen ja suuremmissa mittakaavassa tapahtuvaan trokaamiseen. Sitä, kuinka paljon trokareita jää vuosittain Norjassa kiinni, ei Tone osaa kommentoida (mt.)

Omaan työhönsä Tone kokee lakimuutoksen tuoneen positiivisia muutoksia, ja muutokset ovat selkeyttäneet mikä on sallittua ja mikä ei. Hän kertoo myös, että he tekevät

aiheesta erilaisia tietoisuutta lisääviä kampanjoita. Norjassa lippujen jälleenmyyntiin käytetään jo yllämainittua www.finn.no sivustoa, sekä esimerkiksi Facebookia. Yksittäisiin trokaamistapauksiin puuttuminen on myös sen takia haastavaa. Hän kuvaakin lakimuutoksen olevan samaan aikaan toimiva ja toimimaton. Toimiva siksi, että suuressa mittakaavassa tapahtuvat trokaamiset on saatu kuriin, mutta toimimaton koska yksittäiset trokarit pystyvät edelleen toimimaan ilman rangaistuksia (mt.).

7.2 Italian lainsäädäntö

Maaliskuussa 2018 Italia säätöi uudesta laista, joka kieltää muiden kuin satunnaisten ei-kaupallisten myyjien harjoittaman pääsylippujen voitollisen jälleenmyynnin kokonaan. Italian suurimman ensisijaisen TicketOne -lippukaupan toimitusjohtaja Stefan Lionetti sanoo lain vähentäneen huomattavasti trokaamista, mutta kertoo myös kolmen suuren epävirallisen jälleenmyyntisivuston jatkaneen lippujen jälleenmyyntiä lainsäädännön porsaanreikiä käyttäen. Näihin sivustoihin lukeutuvat mukaan myös StubHub ja Viagogo. Sivustojen toimintaa rajoittaakseen Italia säätöi heinäkuussa 2019 uuden lain, jonka mukaan liput tulee nimetä kaikkiin yli 5000 henkilön kapasiteetin ylittäviin tapahtumiin (IQ 2019a).

7.2.1 Kritiikki

Lippujen nimeämistä koskeva laki on saanut paljon suitsutusta alan ihmisiltä ja etenkin osa konserttijärjestäjistä on kokenut lain käytännössä hyvinkin epätoimivaksi. Vuoden 2019 lokakuun lopussa Milanossa pidetyssä Live Nationin järjestämässä Stingin konsertissa henkilöllisyystodistusten tarkistaminen aiheutti kaaoksen, jonka vuoksi konsertti alkoi yli tunnin sovittu aikataulua myöhemmin. Syynä konsertin myöhästymiselle olivat jonot, joihin fanit jumittuivat henkilöllisyystodistusten tarkistamisen vuoksi. Useita faneja käännytettiin myös pois tapahtuman porteilla, koska heidän henkilöllisyystodistuksensa eivät täsmänneet lipussa lukevaan nimeen. Tapahtuma oli ensimmäinen, jossa lippujen nimeämistä testattiin käytännössä, eikä se osoittautunut kovinkaan toimivaksi. Italian Live Nationin hallituksen puheenjohtaja Roberto De Lucan mukaan laki rankaisee kansalaisia ja järjestäjiä asettamalla koko live-alan vaaraan. Myös moni muu musiikkialan toimija jakaa De Lucan näkemyksen lain toimivuudesta.

Lain toteen viemisessä mukana ollut Sergio Battelli taas sanoo ongelman olevan tapahtumajärjestäjissä, eikä laissa itsessään. Laista huolimatta myös Stingin konserttiin oli saatavilla runsaasti lippuja epävirallisten jälleenmyyjien kautta (IQ 2019b).

Italian suurimman lippujen virallisen jälleenmyyjän TicketOnen mukaan lakimuutoksista huolimatta trokaaminen kukoistaa Italiassa ja epävirallisten jälleenmyyntisivustojen kitkemisessä on epäonnistuttu. Lippujen nimeämistä koskevasta laista huolimatta pääsylippuja myydään edelleen toissijaisilla jälleenmyyntialustoilla runsaasti. TicketOnen toimitusjohtajan Stefano Lionettin mukaan Italian viestintävirasto AGCOM (Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni) ei ole tehnyt tarpeeksi sen eteen että epäviralliset jälleenmyyntisivustot suljettaisiin tai niiden toimintaa rajoitettaisiin, vaikka heille on toimitettu kirjallisia todisteita sivustojen haittapuolista. Lionettin mukaan AGCOM ei käytä hyödyksi valta-asemaansa, jonka Italian talous- ja valtiovarainministeri sille antoi vuonna 2018 kun uusista lippujen voitollista jälleenmyyntiä koskevasta lakipykälästä päätettiin. TicketOnen laatimassa lausunnossa todetaan, että todennäköisin syy AGCOMin vajavaisiin toimiin on se, että heidän vastaanottamat kantelut koskevat jo menneitä tapahtumia. Kun tapahtumat ovat jo menneet, on hankalampi tuoda käytäntöön sivuston sisällön poistamiseen tai maksujen perimiseen liittyviä toimia (IQ 2019c).

7.3 New Yorkin osavaltion lainsäädäntö

New Yorkissa lippujen trokaaminen on ollut ongelma jo pitkään ja trokaamista koskeva lainsäädäntö on säädetty ensimmäisen kerran jo noin 80 vuotta sitten. Aikojen saatossa laki on muuttanut muotoaan ja pykälää on muokattu useita kertoja (Gothamgazette 2020). Vuonna 2007 kuvernööri Eliot Spitzer poisti lippujen katteellista myyntiä koskevan lain kokonaan ja avasi vapaan katteen jälleenmyynnin markkinat New Yorkissa. Ennen kuin Spitzer poisti lain, sai lippuja jälleenmyydä 45 prosentin katteella yli 6000 hengen tapahtumapaikkoihin ja pienempiin 20 prosentin katteella. Vaikka jälleenmyynnin hintakatto poistettiin, säilytettiin laista kuitenkin osuus, jossa lippujen myyminen on kielletty alle 1500 jalan eli noin 460 metrin päässä isoista tapahtumapaikoista ja alle 500 jalan eli noin 150 metrin päässä pienemmistä (The Washington Post 2007).

Vuoden 2016 kesäkuussa New Yorkin lippujen epävirallista jälleenmyyntiä koskeva laki sai merkittävän muutoksen, kun lippujen ostamiseen tarkoitettujen bottien käyttö kriminalisoitiin. Botit ovat tietokoneohjelmia, joiden avulla trokarit pystyvät ostamaan jopa tuhansia pääsylippuja nopeammin kuin tavallinen lipunostaja ehtii painaa ostapainiketta. Botit ovat aiheuttaneet New Yorkin lippubisneksessä paljon ongelmia ja esimerkiksi LCD Soundsystemin jäähyväiskeikan liput myytiin loppuun vain viidessä sekunnissa. Ikävä kyllä iso osa lipuista päätyi myyntiin StubHubin kaltaisille epävirallisille jälleenmyyntisivustoille moninkertaisilla hinnoilla ja tosifanit jäivät ilman lippuja (Consequence Of Sound 2011). Botit ovat olleet New Yorkissa laittomia jo kauan, mutta keinot viedä ohjelmien kehittäjät oikeuteen ovat olleet hankalasti toteutettavissa. Vuodesta 2016 alkaen rikos on luokiteltu A-luokan rikokseksi ja kehittäjät voivat saada rangaistukseksi sakkoja tai jopa vankilatuomion (Consequence Of Sound 2016).

Viimeisin iso lakimuutos on tehty New Yorkin osavaltion pääsylippujen myymistä koskevaan lakiin vuonna 2018. Voimassa olevan lain mukaan yritykset ja henkilöt, jotka jälleenmyyvät lippuja tarvitsevat lisenssin lippujen myymistä varten New Yorkin osavaltiossa. Myös nettisivut tarvitsevat lisenssin, pois lukien huutokauppaa harjoittavat sivustot, sekä voittoa tavoittelemattomat organisaatiot. Myöskään alun perin henkilökohtaiseen käyttöön hankittuihin lippuihin ei tarvitse lisenssiä, mikäli ne haluaa jälleenmyydä. Lisenssin myöntää New Yorkin osavaltion ulkoministeriö (NYSDOS). Huolimatta siitä onko kysymyksessä lisensoitu jälleenmyyjä, New Yorkin lain mukaan on edelleen kiellettyä myydä lippuja alle 460 metrin päässä yli 5000 hengen tapahtumapaikoista tai alle 150 metrin päässä pienemmistä tapahtumapaikoista (NYC Business 2020). Lipun myyjän tulee ilmoittaa ostajalle lipun alkuperäinen hinta ja jos lippu on ostettu huutokaupasta, tulee myyjän puolestaan kertoa huutokauppahinta. Jälleenmyyjän on myös palautettava ostajalle lipun hinta, mikäli tapahtuma peruuntuu tai ostaja ei pääsekään sisälle lipussa osoitettuun tapahtumaan.

Rahojen palautusehdoissa voi olla myös eroavaisuuksia riippuen siitä, millaisen sopimuksen lipun myyjä ja ostaja ovat tehneet ennen oston tapahtumista. Myyjän ja osta-

jan onkin tärkeää sopia esimerkiksi lipun palautusta koskevista ehdoista jo ennen oston tapahtumista ehkäistäkseen mahdollisia riitatilanteita (New York State Department of State 2018).

7.3.1 Kritiikki

Vaikka New Yorkin lippujen trokaamista koskeva laki on kattava, pitkä ja monivaiheinen, ei se ole poistanut lippujen epävirallista jälleenmyyntiä koskevia ongelmia osavalttiosta kokonaan. Myös konserttijärjestäjät ovat lisätienestin toivossa myyneet lippuja suoraan StubHubin ja Viagogon kaltaisille jälleenmyyntisivustoille korkeammalla hinnalla, kuin mitä lippuja on myyty asiakkaille. Live Nation jäi kiinni vuonna 2017 myytään 88 000 Metallican kiertueen konserttilippua suoraan StubHubille, kun Live Nationin Yhdysvaltojen johtajan Bob Rouxin ja Metallican riveissä työskentelevän Tony DiCioccion puhelua oli salakuunneltu. Asian tultua julkisuuteen Live Nation myönsi toimineensa samalla tavalla myös noin tusinan muun artistin kanssa vuosien 2016-2017 välillä, mutta kertoo tämän jääneen vain muutamaankin kokeiluun, koska esimerkiksi VIP -pakettien myyminen suoraan kuluttajille on osoittautunut tehokkaammaksi keinoksi saada lipuille lisäkatetta (VOX 2019).

Jos artistit ja järjestäjät myyvät lippuja suoraan epävirallisille jälleenmyyntisivuille korkeammalla hinnalla he ikään kuin vapautuvat siitä vastuusta, että olisivat itse asettaneet pääsylipuille liian korkeat hinnat. Tämä mahdollistaa tietenkin myös sen, että asiakkaille voidaan myydä pääsylippuja eteenpäin halvemmalla hinnalla. Epärehellinen jälleenmyyjä ottaa "pahantekijän" leiman myymällä lippuja eteenpäin kalliilla ja artistit ja tapahtumajärjestäjät voivat kohauttaa olkiaan ja sanoa etteivät voi tehdä asialle mitään. Myös New Yorkin laki mahdollistaa tämän toiminnan, mutta eri asia on se kuinka hyvin asia kestää päivänvaloa ja kuinka paljon siitä halutaan puhua ääneen (mt.)

8 KÄYTTÖEHDOT JA LAINSÄÄDÄNTÖ

Lippujen jälleenmyyntiä ei voida täysin lailla kieltää, sillä pääsylippu on omaisuutta siinä missä mikä tahansa muukin tavara ja näin ollen lipun voi halutessaan myydä eteenpäin. Lippujen jälleenmyynti on monissa tapauksissa eduksi niin myyjälle kuin ostajallekin, mikäli kauppaa käydään rehellisesti. Eteen voi esimerkiksi tulla tilanteita, joissa kuluttaja estyy itse käyttämästä jo ostamaansa lippua ja tällöin sen myyminen eteenpäin on eduksi kaikille osapuolille.

Jälleenmyynti nousee kuitenkin ongelmalliseksi siinä vaiheessa, kun toiminta käy tietoiseksi rahallisen voiton tavoitteluksi ja lippuja myydään selvällä ylihinnalla. Epärehelliseen jälleenmyyntiin liittyy lisäksi myös lippujen hamstraus ja jopa väärentäminen. Tekniikan kehittyminen ja internetin kasvanut käyttö ovat lisänneet trokaamista selvästi. Tässä kappaleessa käydään läpi sitä, millainen tilanne Suomessa on tällä hetkellä trokaamisen suhteen ja miten siihen voidaan puuttua, vaikkei sitä varsinaisesti olekaan lailla kielletty.

8.1 Käyttöehdot

Lippujen jälleenmyynti, luovuttaminen oheistuotteena tai toisen tuotteen tai palvelun myynnin yhteydessä vastikkeellisesti tai vastikkeetta on kielletty ilman Ticketmaster Suomen nimenomaista kirjallista suostumusta (Ticketmaster Suomi, ostoehdot).

Viralliset lippukaupat pyrkivät kieltämään lippujen jälleenmyynnin omissa osto- ja käyttöehdoissaan. Näiden ehtojen noudattamisen seuraaminen on kuitenkin lähes mahdotonta. Valtaosa kuluttajista ei ole edes tietoisia siitä, mihin he ostotilanteessa lupautuvat, sillä ehdot jäävät usein lukematta.

Suosittu osto- ja myyntisivusto Huuto.net puolestaan mainitsee käyttöehdoissaan, ettei palveluntarjoaja ole vastuussa käyttäjätietojen oikeellisuudesta tai käyttäjien ilmoittamien kohteiden virheettömyydestä tai laillisuudesta. Palveluntarjoaja ei myöskään ole kaupan osapuoli, vaan kaupankäynti tapahtuu ainoastaan ostajan ja myyjän

kesken (Huuto.net, 2020). Myös Tori.fi:n käyttöehdoissa kerrotaan, että *“Kaupat tehdään myyjän ja ostajan kesken, eikä Tori tai maksun välittäjä ole vastuussa niissä mahdollisesti tapahtuvista väärinkäytöksistä”* (Tori.fi, 2020). Palveluntarjoajilla on silti oikeus tutkia käyttäjien toimia ja poistaa käyttöehtoja tai lakia rikkovia ilmoituksia sekä profileja. Käyttäjien toimintaan kuitenkin puututaan monesti vasta niistä tehtyjen ilmoitusten perusteella, joten osa epäilyttävästä toiminnasta jää huomaamatta.

8.2 Huijatuksi tuleminen

Ostajalla on nettikaupoissa kuluttajansuojalain mukainen turva silloin, kun osto tehdään yritykseltä tai muulta elinkeinonharjoittajalta. Kuluttajansuojalaki suojaa kuluttajaa taloudellisilta menetyksiltä, jotka johtuvat esimerkiksi virheellisistä tuotteista tai kohtuuttomista sopimusehdoista (Kuluttajansuojalaki 38/1978).

Kilpailu- ja kuluttajavirasto ohjeistaa verkkosivuillaan ottamaan yhteyttä kuluttajaneuvontaan, mikäli kuluttaja tulee huijatuksi kotimaisessa verkkokaupassa, eikä yritykselle tekemä reklamaatio tuota tulosta. Jos yritys on toisesta EU-maasta, Norjasta tai Islannista, on yhteyttä otettava Euroopan kuluttajakeskukseen. Rikollisesta toiminnasta kehoitetaan ilmoittamaan poliisille (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2014).

Kuluttajansuoja ei kuitenkaan koske kahden yksityishenkilön välisiä kauppvoja, joita esimerkiksi osto- ja myyntisivustoilla sekä sosiaalisessa mediassa tehdyt kaupat ovat. Tällöin ostaja ei voi ongelmatilanteissa vedota kuluttajansuojalakiin tai kääntyä kuluttajaviranomaisen puoleen. Kahden yksityishenkilön välistä kauppaa säätelee kauppalaki (Kauppalaki 355/1987). Mahdollisissa huijaustapauksissa osto- ja myyntisivustot kehottavat käyttäjiä ottamaan yhteyttä asiakaspalveluun ja maksun välittäneeseen pankkiin sekä tekemään tapauksesta rikosilmoituksen (Huuto.net 2020).

8.3 Rikoslaki 36 luku - petoksesta ja muusta epärehellisyydestä

Vaikkei trokaamista olekaan Suomessa lailla kielletty, laittomaksi lippujen jälleenmyyminen muuttuu esimerkiksi silloin, kun toiminta täyttää petoksen tunnusmerkistön. Suomen rikoslain 36 luvun 1§:ssä säädetään petoksesta:

Joka, hankkiakseen itselleen tai toiselle oikeudetonta taloudellista hyötyä taikka toista vahingoittaakseen, erehdyttämällä tai erehdystä hyväksi käyttämällä saa toisen tekemään tai jättämään tekemättä jotakin ja siten aiheuttaa taloudellista vahinkoa erehtyneelle tai sille, jonka eduista tällä on ollut mahdollisuus määrätä, on tuomittava petoksesta sakkoon tai vankeuteen enintään kahdeksi vuodeksi (Rikoslaki 2020 1889/36).

Petoksesta tuomitaan myös se, joka 1 momentissa mainitussa tarkoituksessa dataa syöttämällä, muuttamalla, tuhoamalla tai poistamalla taikka tietojärjestelmän toimintaan muuten puuttumalla saa aikaan tietojenkäsittelyn lopputuloksen vääristymisen ja siten aiheuttaa toiselle taloudellista vahinkoa Yritys on rangaistava (mt.).

Petos voi olla joko lievä tai törkeä, riippuen teon vakavuudesta. Petos luokitellaan lieväksi silloin, kun rikoksen avulla tavoiteltu hyöty ja aiheutettu vahinko ovat kokonaisuudessaan vähäisiä. Lievästä petoksesta voidaan tuomita sakkoon. Törkeä petos taas puolestaan on kyseessä silloin, kun tavoitellaan huomattavaa hyötyä, aiheutetaan erityisen tuntuva vahinko tai käytetään hyväksi toisen erityistä heikkoutta. Törkeästä petoksesta voidaan tuomita enintään neljäksi vuodeksi vankeuteen. Myös petoksen yritys on rangaistava (mt.).

Petoksessa oleellista on erehdyttäminen ja sen avulla vastapuolelle aiheutettu taloudellinen vahinko. Erehdyttämistä voi olla esimerkiksi virheellisen tiedon antaminen tai tahallinen väärinymmärrys, jota ei korjata. Netissä pääsylippuja kaupitteleva myyjä voi esimerkiksi myydä pääsylippuja, joita ei todellisuudessa ole edes olemassa. Hän kuitenkin vastaanottaa ostajien maksamat rahat, vaikkei tarkoituksena ole toimittaa lippuja ostajille. Toiminta on rikoksena rangaistava petos mikäli myyjä on tietoinen toiminnastaan ja tekee sen tahallaan (Minilex 2020).

Oikeusministeriön julkaisun mukaan poliisin tilastoimat petokset ja petosten yritykset ovat lähes kaksinkertaistuneet vuodesta 2010 (20 380 tapausta) vuoteen 2016 (40 416

tapausta). Syyt petosrikollisuuden roimalle kasvulle ovat muun muassa tekniikan kehitys sekä internetin käytön ja nettiostamisen lisääntyminen (Oikeusministeriö 2017, 9). Netti on huijarille mieluisa ympäristö, sillä valeprofiilin taakse on helppo piiloutua ja samalla tavoittaa helposti valtava ihmismassa lähes olemattomin kustannuksin. Kaupanteko myös yleensä hoituu ilman kasvokkain kohtaamista.

“Nettihuujari tuomittiin 40 petoksesta ehdottomaan vankeuteen - Olemattomia muumimukeja ja festarilippuja kaupitellut kotkalaisnainen sai maksettavakseen tuhansien eurojen korvaukset” (Kymen Sanomat 2019).

“Mies on saanut olematonta tavaraa myymällä noin 19 000 euron rikoshyödyn” (Yle 2019).

“Nuorimies sai tuomion 300 nettipetoksesta. 24-vuotias mies on tehtaillut uusia petoksia tuomioista huolimatta” (Helsingin Sanomat 2014).

“Nainen tehtaili nettipetoksia Mikkelistä käsin: shoppaili toisen ihmisen henkilötiedoilla ja kauppasi olemattomia puhelimia - Käräjäoikeus tuomitsi ehdolliseen vankeuteen” (Länsi-Savo 11.12.2019).

Rikoskomisario Hannu Kortelainen kertoo Ylen uutisessa, että pääkaupunkiseudulla tulee tutkintaan vuosittain noin parituhatta digihuujauksesta johtuvaa petostapausta. Nettihuujauksen todellista määrää on mahdotonta arvioida, sillä läheskään kaikista tapauksista ei tehdä ilmoitusta (Yle 2019). Syynä voi esimerkiksi olla se, ettei huijauksen kohteeksi joutunut usko hyötyvänsä ilmoittamisesta tai aiheutunut vahinko on taloudellisesti pieni. Monesti huijatuksi joutuminen saattaa myös hävettää, eikä siksi tapauksista haluta kertoa. Ongelma voi olla myös epäselvyys siitä, minkä viranomaisen puoleen pitäisi kääntyä lukuisista vaihtoehdoista.

9 RATKAISUEHDOTUKSET JA POHDINTA

9.1 Ratkaisuehdotukset

Lippujen trokaaminen on ongelma, johon ei ole olemassa yhtä yksiselitteistä ratkaisua. Monissa hyvissä vaihtoehtoissa on kääntöpuoli, joka ei tee muutostyöstä yksinkertaista. Trokaaminen tuntuu myös koko ajan muuttuvan yhä ammattimaisemmaksi, joten huijarit löytävät halutessaan uusia tapoja toimia. Fanit ja lippukaupat ovat myös muualla maailmassa epäilleet, että promoottoreiden, tapahtumapaikkojen tai bändien kautta mahdollisesti vuotaisi suoraan lippuja epävirallisille jälleenmyyntisivustoille. Yhteyttä on ollut kuitenkin vaikea todistaa, mutta kuten vahingossa julkisuuteen vuonna 2017 vuotaneella Live Nationin järjestämällä Metallica:n kiertueella kävi ilmi, ei tämäkään ole mahdotonta (The Guardian 2019).

Joskus artistiorganisaatio sanelee tarkkaan sen, miten lippujen kanssa tulee toimia ja joskus taas tapahtumajärjestäjä määrittää käytännöt. Eroavaisuuksia on myös siinä, millaisiin käytäntöihin lippukauppojen järjestelmät sekä resurssit taipuvat ja onko kaikkia ratkaisuja mahdollista edes toteuttaa.

9.2 Virallisten lippukauppojen jälleenmyyntialustat

Virallisten lippukauppojen ylläpitämät jälleenmyyntialustat ovat yksi keino, jolla trokaamisia voitaisiin ehkäistä. Tällä hetkellä Tiketin ylläpitämä LiputOn-palvelu on ainoa virallinen Suomessa toimiva lippujen jälleenmyyntialusta. Eventimillä eli Suomessa toimivalla Lippupisteellä on muualla Euroopassa toimiva ”fanSALE” -niminen jälleenmyyntialusta, mutta se ei ole käytössä vielä Suomessa. Myös Ticketmasterilla on olemassa ”Fan-To-Fan Resale” -niminen palvelu, joka ei myöskään ole käytössä Suomen lippumarkkinoilla. Jos kaikilla lippukaupoilla olisi käytössään oma jälleenmyyntipalvelu, vähenisi lippujen epävirallinen jälleenmyynti varmasti. Tällöin asiakkaat voisivat ostaa lippunsa ilman huijatuksi tulemisen pelkoa, kohtuullisella hinnalla.

Jälleenmyyntialustojen toimivuus edellyttäisi, että onnistuneen markkinoinnin avulla kuluttajat löytäisivät nämä palvelut ja tietäisivät miksi pääsyliput kannattaa jälleenyä alustojen kautta muiden keinojen sijasta. Jälleenmyyntialustojen toimivuus ja eettisyys verrattuna epävirallisiin jälleenyämyntikanaviin edellyttäisi myös sitä, että lippukaupat asettaisivat esimerkiksi jonkin prosentuaalisen katon sille, kuinka suurella katteella myyjä voi lippuja myydä.

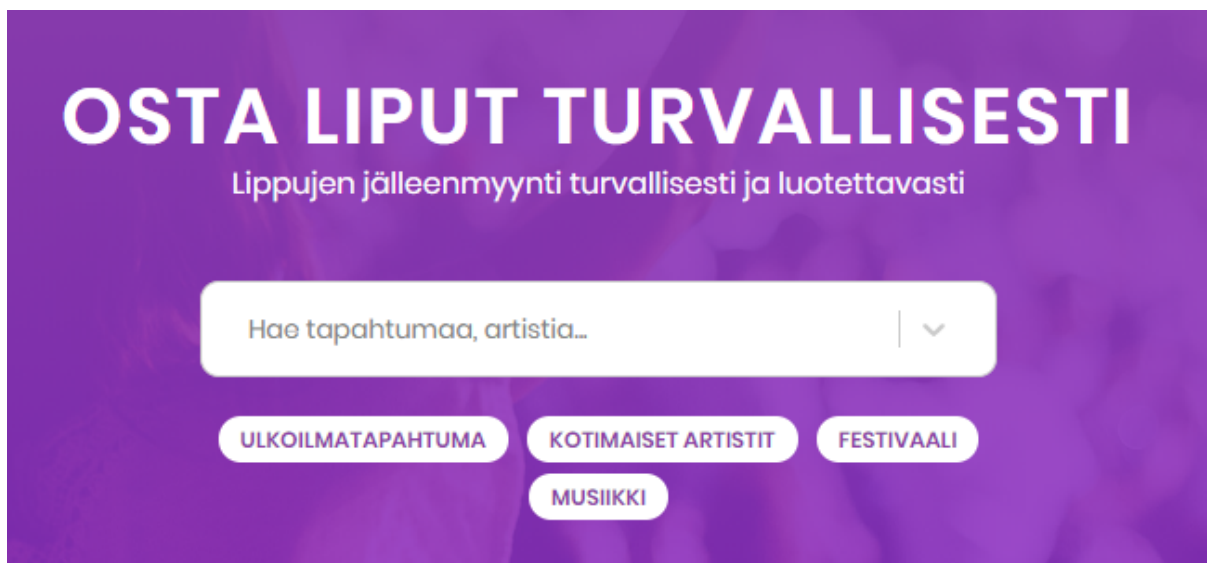
Alustojen ylläpitäminen aiheuttaa toki myös lisätyötä lippukaupoille, joten resursseja tarvittaisiin mahdollisesti lisää. Jokaiseen jälleenyämyyntiin lippuun täytyy vaihtaa lippukoodi ja lähettää lippu uudelle asiakkaalle, alustan muun ylläpitämisen lisäksi. Yksi kysymys on myös se, pystyykö Suomen sisällä toimiva jälleenyämyntialusta kilpailemaan kansainvälisesti toimivien epävirallisten jälleenyämyntikanavien kanssa? Vai olisiko Suomessakin toimivilla kansainvälisillä lippukaupoilla mahdollisuus avata esimerkiksi EU:n sisäinen lippujen jälleenyämyntialusta?

Myös Fullsteam Agency Oy:n lipunmyynnin vastaavan Hanna Kouran mielestä on hyvä, että lippukaupat ovat luoneet omia järjestelmiä joissa voi myydä lippuja eteenpäin. Erittäin tärkeää on, että näissä palveluissa on maksimihinnat lipuille. Asiakkaan on myös turvallisempaa ostaa lippu tällaisilta sivuilta kuin esimerkiksi Viagogosta, joissa ei voi millään tavalla varmistua lipun aitoudesta (Hanna Koura, haastattelu, 6.3.2020).

9.2.1 LiputOn

Tiketti Oy avasi kesäkuussa 2019 turvallisen jälleenyämyntialustan, jossa rekisteröitynyt käyttäjä voi myydä tai ostaa Tiketin välittämiä pääsylippuja. Mirva Merimaa kommentoi haastattelussa, että palvelu avattiin pitkän suunnittelun jälkeen etenkin festivaalijärjestäjien toiveesta. *“Lippujen trokaaminen on kasvanut festivaaleilla räjähdysmäisesti”* Merimaa kommentoi (Mirva Merimaa, haastattelu 17.4.2020).

LiputOn-palvelussa jokaisen lipun kelpoisuus tarkistetaan ennen myyntiinlaittoa ja liput toimitetaan ostajalle sähköpostitse. Osa lipunmyynnin komissiosta maksetaan palvelun kautta välitettävien tapahtumien järjestäjille. Merimaa kommentoi, ettei palvelu ole Tiketille suuri lisätyöllistäjä, sillä järjestelmä toimii automaattisesti. Ainoastaan tilitys joudutaan tekemään osittain manuaalisesti (Mirva Merimaa, haastattelu 17.4.2020).



Palvelussa ostaja ei maksa roimaa ylihintaa, sillä lippuja voi jälleenmyydä korkeintaan 20 prosenttia alkuperäistä hintaa kalliimmalla. Myyjä saa itse määrittää lipulle hinnan ylähintarajaa noudattaen. Lippu voi olla myynnissä palvelussa niin kauan kuin kyseisen tapahtuman lipunmyynti kestää Tiketin verkkopalvelussa. Myyntiajasta päättää myyjä. Palvelussa on myös mahdollista myydä nimettyjä lippuja ja Merimaa kommentoi, että palvelu oli erittäin kovassa suosiossa 2019 Ruisrockin aikaan, jolloin festivaalin kaikki liput nimettiin (Mirva Merimaa, haastattelu 17.4.2020).

9.3 Tietoisuuden lisääminen

Yksi keino vähentää trokaamista on myös kuluttajien tietoisuuden lisääminen. Jos kuluttajien tietoisuutta trokaamisen aiheuttamista ongelmista ja huijatuksi tulemisen

mahdollisuudesta osattaisiin onnistuneesti lisätä, vaikuttaisi tämä varmasti myös siihen mitä kautta kuluttajat lippunsa ostavat. Yllättävän moni kuluttaja on edelleen epä-tietoinen epävirallisten jälleenmyyntikanavien tuomista ongelmista ja huijauksista.

Myös Kilpailu- ja kuluttajaviraston Saija Kivimäki mainitsee haastattelussa kuluttajien tietoisuuden lisäämisen olevan tärkeä keino taistelussa trokaamista vastaan (Kivimäki, haastattelu, 14.2.2020). On oleellista löytää oikeat kanavat ja keinot kuluttajien tavoittamiseen, jotta tiedottaminen ei jäisi pelkkien verkkosivuilla julkaistujen artikkelien tasolle. Sosiaalinen media, videot, podcastit ja vaikuttajien hyödyntäminen ovat esimerkkejä tällaisista tuoreista keinoista tiedon levittämiseen.

Kuluttajaliitolla käynnissä olleet kampanjat Varo huijareita verkossa! ja Huijarit kuriin! ovat hyviä esimerkkejä kampanjoista, joissa käytetään monipuolisesti erilaisia keinoja kuluttajien tiedottamiseen. Näiden kampanjoiden tavoitteena on tuoda esille ajankohtaista tietoa nettihuijauksista ja antaa apukeinoja niiden selvittämiseen muun muassa webinaarien, vertaistukiryhmien ja ilmaisen neuvonnan avulla. Kampanjat toimivat myös aktiivisesti sosiaalisessa mediassa. Kampanjoissa ovat olleet mukana muun muassa poliisi, Tulli, Viestintävirasto, Kilpailu- ja kuluttajavirasto, Euroopan kuluttajakeskus, Tukes ja Kaupan liitto (Kuluttajaliitto 2020).

Kuluttajia pitäisi myös kannustaa ilmoittamaan huijauksista viranomaisille entistä herkemmin, jotta viranomaiset saisivat tapauksista tietoa ja samalla myös todellinen kuva huijaustapausten yleisyydestä hahmottuiksi. Ilmoittaminen jätetään monesti tekemättä esimerkiksi siksi, että ollaan epävarmoja mihin tapauksesta tulisi ilmoittaa. Tätä ongelmaa varten esimerkiksi Isossa-Britanniassa on kehitetty kattava ilmoitusjärjestelmä, joka osaa ohjata kuluttajan ilmoittamien tietojen perusteella huijaustapausten oikealle viranomaiselle (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2016, 28).

9.4 Lippujen nimeäminen

Lippujen nimeäminen on myös yksi keino, jonka avulla voitaisiin hillitä lippujen trokaamista. Lippujen nimeämisellä tarkoitetaan sitä, että kerralla ostettuihin yhden ti-

lauksen lippuihin tulostuu ostajan nimi. Tapahtumaan saapuessa ostajan henkilöllisyystodistuksen tulee täsmätä lipussa lukevaan nimeen ja muu seurue pääsee sisään ostajan kanssa samanaikaisesti. Jos jokaiselta tapahtumaan saapuvalta seurueelta tarkistetaan että lipussa lukeva nimi täsmää henkilöllisyystodistukseen, on huijauksen riski erittäin pieni. Muun muassa poliisitarkastaja Ari Järvenpää liputtaa haastattelussa nimettyjen lippujen puolesta ja uskoo sen olevan erinomainen keino trokaamisen hillitsemiseen. Tämä muutos toki edellyttäisi hänen mukaansa kohtalaista lisäpanostusta lippujen myyntikäytäntöihin ja ennen kaikkea lisäresursseja (Järvenpää, haastattelu, 17.12.2019). Maailmalla on myös ollut käytössä tapa, jossa konsertteihin pääsee sisään ainoastaan näyttämällä luottokorttia, jolla pääsylippu on ostettu (Yle 2018).

Ongelmallista lippujen nimeämisessä on sen tuoma lisätyö. Lisätyötä tulee niin etukäteen, tapahtuman aikaan kuin sen jälkeenkin. Varsinkin käytännön ollessa vielä tuore, aiheuttaa se paljon ennakovalmisteluja ja -kysymyksiä. Asiakkaat ovat ostaneet lipun esimerkiksi lahjaksi, mutta lippuihin onkin tulostunut heidän oma nimensä, tai asiakas on estynyt tulemaan tapahtumaan ja haluaisi myydä lippunsa eteenpäin eikä tiedä miten pitäisi toimia. Varsinkin isojen konserttien kohdalla voi syntyä kysymysvyöry tapahtumajärjestäjän ja lippukaupan suuntaan. Kattavien ohjeiden kirjoittaminen ja asiakkaiden informoiminen etukäteen onkin ensiarvoisen tärkeää, jotta lukuisilta lisäkysymyksiltä vältyttäisiin.

Isojen tapahtumien kohdalla korostuu myös se, kuinka paljon enemmän aikaa asiakkaiden tapahtuma-alueelle saapumiseen on varattava. Se, että tapahtuma-alueen portit aukeavat aiemmin ei siltikään takaa sitä että asiakkaat ehtivät tulla sisälle ennen konsertin alkamista, koska monet asiakkaat eivät halua saapua tapahtuma-alueelle monta tuntia ennen konsertin alkamista. Henkilöllisyyden tarkistaminen on siis otettava huomioon tapahtuman sisääntulon infrastruktuuria rakentaessa, porteille on varattava sisääntulokaistoja niin paljon että pullonkauloja ei synny ja kaikki asiakkaat saadaan tapahtuma-alueelle ajoissa. Ulkoilmakonserteissa tämä voikin olla mahdollista, mutta jäähalleissa tai muissa tapahtumapaikoissa ei sisääntulokaistojen määrän kasvattaminen välttämättä aina onnistu.

Lippujen ollessa nimetyt tapahtuma-alueen portille varataan usein myös Ticket Help -pisteitä, joihin asiakkaat ohjataan selvittämään mahdollisia lippuongelmia. Ticket Help -pisteillä työskentelee lippukaupan työntekijöitä, eli nimetyt liput vaativat runsaasti lisäresursseja myös tapahtuma-aikana. Käytännön ollessa uusi ja tuntematon tapahtumajärjestäjät ja lippukaupat joutuvat usein tapahtuman jälkeen käsittelemään reklamaatioita lippujen nimeämiseen liittyen. Varsinkin loppuunmyydyissä tapahtumissa ihmiset sortuvat ostamaan lippuja epävirallisista jälleenmyyntikanavista ja mikäli henkilöllisyystodistus ei täsmää lipussa olevaan nimeen, ei tapahtumaan pääse sille.

Joissain nimettyjen lippujen konserteissa on ollut käytäntönä, että asiakkaat voivat vaihtaa nimen ostamiinsa lippuihin yhden kerran. Tämä mahdollistaa lippujen eteenpäin myymisen kertaalleen, mikäli esimerkiksi sairastuu ja estyy saapumasta tapahtumaan. Jälleenmyynti tapahtuu lippukaupan kautta, jolloin lippukauppa pystyy asettamaan hintakaton myytävälle lipulle. Tällöin myyjän ei ole mahdollista myydä lippuja kohtuuttoman suurella voitolla eteenpäin. Joissain tapahtumissa on ollut käytössä myös lahjalippu, jossa lipun ostaja voi määritellä lippuun tulostuvan nimen, eikä siihen automaattisesti tulostu ostajan nimi. Tällaiset keinot vähentävät painetta lippukaupan sekä tapahtumajärjestäjän suuntaan ja asiakkaat voivat myös huolettomammin ostaa lipun tapahtumaan ilman pelkoa rahojen menettämisestä, mikäli pääsy tapahtumaan estyy. Toki tämä vaatii lisäresursseja lippukaupalta ja tapahtumajärjestäjältä käytäntöjä suunniteltaessa ja asiakkaita tiedottaessa. Hyvät ja toimivat käytännöt valuvat hukkaan, jos asiakas ei tiedä niiden olemassaolosta tai osaa hyödyntää niitä oikein. Joskus myös artistiorganisaatio voi määrittää raamit sille, saako lippuja myydä eteenpäin ja kuinka suurella katteella sen saa tehdä.

9.5 Ostorajoitukset

Lippukauppojen sivuille on asetettu usein ostorajoituksia, jotka rajoittavat sitä kuinka monta lippua yksi asiakas voi kerrallaan ostaa. Ostorajoitukset ovat usein alle kymmenen lipun suuruisia, yhdellä ostokerralla voi ostaa useimmiten noin 4-6 lippua. Tällöin yksi asiakas ei pysty ostamaan esimerkiksi sataa lippua ja trokaamaan niitä eteenpäin. Ostorajoitus ei kuitenkaan ole absoluuttisen aukoton tapa rajoittaa lippujen ostamista,

koska yksi asiakas voi tehdä useamman oston rekisteröitymällä lippukaupan sivuille eri tiedoilla. Tämä vaatii kuitenkin hieman lisävaivaa, eikä suurien ostojen tekeminen tapahdu nopeasti, mikä rajoittaa lippujen epärehellisiä jälleenmyyntiyrityksiä ja antaa oikeille faneille mahdollisuuden ostaa lippuja. Tilanne korostuu varsinkin sellaisissa tapahtumissa, jotka myydään nopeasti loppuun. Ostorajoitus määritellään yleensä tapahtumajärjestäjän puolesta.

9.6 Lainsäädäntö

Kuten aiemmin todettiin, ei trokaaminen sinällään ole Suomessa rikos, mutta esimerkiksi väärennettyjen tai olemattomien lippujen myyminen täyttää petoksen tunnusmerkistön ja teot luokitellaan rikokseksi. Lainsäädännöllisillä muutoksilla trokaamista voitaisiin varmasti ehkäistä tehokkaammin, mutta uuden lain säätäminen tai jo olemassa olevien lakien muuttaminen ei kuitenkaan ole ihan yksinkertaista.

Lainsäädäntövalta on Suomessa eduskunnalla. Uuden lain säätäminen tai vanhan lain muuttaminen tapahtuu hallituksen esityksestä tai kansanedustajan aloitteesta. Lisäksi eduskunnan on otettava käsittelyyn vähintään 50 000 kansalaisen allekirjoittamat kansalaisaloitteet. Useimpien lakiesitysten käsittely kestää 2-4 kuukautta ja suuriin hankkeisiin voi mennä jopa vuosia (Eduskunta 2020). Lakiuudistus voi tulla tarpeelliseksi esimerkiksi yhteiskunnan muutoksista, talouden ja teknologian kehityksestä sekä ihmisten käsitysten muuttumisesta johtuen (Ravanti 2017, 8).

Jotta ajatus lakimuutosten tarpeesta trokaamista koskien heräisi, pitäisi etenkin tietoisuuden lisääntyä. Läheskään kaikki trokaustapaukset eivät tällä hetkellä tule ilmi, huijarit eivät jää kiinni, eivätkä yksittäiset tapaukset välttämättä edes herätä kiinnostusta viranomaisissa. Niinpä tilastotkaan eivät kerro totuutta siitä, minkä verran trokaamista tapahtuu tai millaisia summia trokaajat sen avulla tienaa. Kuluttajia pitäisi kannustaa ilmoittamaan tapauksista viranomaisille herkemmin ja ilmoittamisen kynnystä pitäisi madaltaa esimerkiksi siihen kehitetyn ilmoitusjärjestelmän avulla. Lisäksi kuluttajien tietoisuutta huijauksiin ja niiden tunnistamiseen liittyen pitäisi lisätä.

Mahdollinen lakimuutos edellyttäisi valtavasti pohdintaa, jotta laista saataisiin toimiva. Ensinnäkään jälleenmyyntiä ei tulisi kokonaan kieltää, vaan rajoitus pitäisi asettaa esimerkiksi ylihintaan myymistä kohtaan. Pitäisikö lippujen jälleenmyynti kieltää kokonaan sitä tekeviltä organisaatioilta? Tämä vaihtoehto ei poistaisi yksityishenkilöiden harjoittamaa trokaamista, eikä myöskään koskisi niitä organisaatioita, jotka ovat rekisteröityneet johonkin muuhun maahan kuin Suomeen. Entä miten lainsäädännöllä voitaisiin puuttua botteihin ja erilaisiin tietojenkalasteluohjelmiin, joita trokarit käyttävät lippujen ostamiseen?

Pohdittavaa on paljon ja kuten aiemmin muiden maiden esimerkkejä käyttäen todettiin, eivät lakimuutoksetkaan ole välttämättä ongelmaton ratkaisu. Oleellista kuitenkin on, että tilanteen vakavuus ymmärrettäisiin myös Suomessa, vielä kun toiminta on suhteellisen pienimuotoista. Ennakoiva muutostyö olisi tässä tapauksessa jälkivii-sautta fiksumpaa.

9.7 Lopuksi

Tämän opinnäytetyön päätteeksi voimme todeta, että pääsylippujen epärehellinen jälleenmyynti on Suomessa alati lisääntyvä ongelma. Monissa valtioissa on alettu tehdä tiukkojakin toimenpiteitä trokaamisen kitkemiseksi. Trokarit tuntuvat kuitenkin usein löytävän uusia porsaanreikiä, joita hyödyksi käyttämällä he voivat jatkaa toimintaansa. Ongelmia epärehellistä jälleenmyyntiä harjoittavien tahojen vastuuseen saattamisessa tuottaa myös myyntisivustojen kotimaa, joka on usein rekisteröity muualle kuin siihen maahan jossa toimintaa harjoitetaan. Ongelmallista on myös rajan vetäminen pääsylippujen voitollisen jälleenmyynnin rajoittamiseen, sillä pääsyliput ovat ostajan omaisuutta siinä missä astiat tai taidekin, eikä näin ollen jälleenmyyntiä voida täysin kieltää. Muut rajoituskeinot, kuten esimerkiksi lippujen nimeäminen, aiheuttavat puolestaan lisätyötä tapahtumajärjestäjille ja lippukaupoille. Nimeäminen vaatii onnistunutta tiedottamista ja uuden asian vakiinnuttamista käytännön tasolla.

Se, mistä saataisiin kuluttajille, tapahtumajärjestäjille ja lippukaupoille toimiva ratkaisu trokaamisen kitkemiseen, ei ole yksinkertainen kysymys. Toimme opinnäytetyössämme esille useita erilaisia esimerkkejä siitä, mitä lippujen trokaamisen hillitsemiseksi voitaisiin tehdä. Kerroimme myös keinojen ongelmakohdista ja toivomme, että opinnäytetyömme herättäisi keskustelua esimerkiksi päättäjien suunnassa siitä, mikä heidän näkökulmastaan voisi olla toimiva ratkaisu epärehellisen jälleenmyynnin rajoittamiseksi. Toivomme myös, että työmme toimii tiedon lisääjänä kuluttajille ja näin ollen vähentää epävirallisten jälleenmyyntikanavien kautta tehtäviä ostoja. Mielestämme ongelmaan olisi hyvä tarttua ja ratkaisumalleja miettiä ennen kuin tilanne on riistäytynyt käsistä.

LÄHTEET

Consequence Of Sound 2011. LCD Soundsystem announce four more farewell shows. Consequence Of Sound 12.2.2011. Viitattu 9.4.2020.

<https://consequenceofsound.net/2011/02/lcd-soundsystem-announce-four-more-farewell-shows/>

Consequence Of Sound 2016. New York criminalizes the use of concert ticket buying bots. Consequence Of Sound 21.6.2016. Viitattu 9.4.2020.

<https://consequenceofsound.net/2016/06/new-york-criminalizes-the-use-of-concert-ticket-buying-bots/>

Eduskunta 2020. Lakien säätäminen eduskunnassa. Viitattu 16.4.2020.

https://www.eduskunta.fi/FI/naineduskuntatoimii/eduskunnan_tehtavat/lakien-saataminen/Sivut/default.aspx

Gothamgazette 2020. Ticket scalping. Viitattu 9.4.2020.

<https://www.gothamgazette.com/index.php/archives/1601-ticket-scalping>

Helsingin Sanomat 2014. Nuorimies sai tuomion 300 nettipetoksesta. Viitattu 3.4.2020.

<https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002763829.html>

Huuto.net 2020. Luotettava kaupankäynti Huuto.netissä. Viitattu 30.3.2020.

<https://www.huuto.net/ohjeet/luotettava-kaupankaynti>

Ilkka-Pohjalainen 2015. Konserttilippujen trokaus harmittaa. Ilkka Pohjalainen 23.3.2015. Viitattu 8.4.2020.

<https://www.ilkka.fi/mielipide/kolumnit/konserttilippujen-trokaus-harmittaa-1.1800462>

Ilta-Sanomat 2019. Ed Sheeranin konsertin armoton lippujärjestely suututtaa faneja - moni kallis lippu jäi käyttämättä: "Harmittaa aivan mielettömästi". Ilta-Sanomat 20.7.2019. Viitattu 2.4.2020.

<https://www.is.fi/viihde/art-2000006179269.html>

IQ 2019a. Industry still against Italy named ticket law. IQ 29.3.2019. Viitattu 7.4.2020.

<https://www.iq-mag.net/2019/03/biz-divided-italy-nominated-tickets/#.XohmvC1DzOQ>

IQ 2019b. Criticism of Italy ticket law mounts after sting “chaos”. IQ 31.10.2019. Viitattu 7.4.2020.

<https://www.iq-mag.net/2019/10/criticism-italy-named-ticket-law-mounts-sting-chaos/#.Xod1Gi1DzOS>

IQ 2019c. TicketOne: touts thriving under named ticket law. IQ 10.9.2019. Viitattu 7.4.2020.

<https://www.iq-mag.net/2019/09/ticketone-touts-thriving-under-named-ticket-law/#.Xpx71C1DzOQ>

Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2014. Ilmoita huijauksesta. Viitattu 30.3.2020.

<https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Ostaminen-myyminen-ja-sopimukset/huijaukset/ilmoita-huijauksesta/>

Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2016. Kuluttajahuijaukset. Viitattu 30.3.2010

<https://www.kkv.fi/globalassets/kkv-suomi/julkaisut/selvitykset/2016/kkv-selvityksia-1-2016-kuluttajahuijaukset.pdf>

Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2020a. Kuluttaja-asiamies: Lippujen hankkiminen Viagogolta sisältää riskejä. Tiedote 19.2.2019. Viitattu 4.3.2020.

[Kuluttaja-asiamies: Lippujen hankkiminen Viagogolta sisältää riskejä](#)

Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2020b. Tietoa kilpailu- ja kuluttajavirastosta. Viitattu 4.3.2020.

<https://www.kkv.fi/Tietoa-KKVsta/>

Kuluttajaliitto 2018. Varo huijareita verkossa -kampanja varoittaa nettimaailman saalistajista 15.3.2018. Viitattu 2.4.2020.

<http://superapp1.superapp.fi/kuluttajaliitto//wp-content/uploads/2018/01/Huijari-kampanjatiedote.pdf>

LinkedIn 2020. Online Ticket Shop: Overview. Viitattu 19.3.2020. <https://www.linkedin.com/company/onlineticketshop/about/>

LiveFIN 2020. Tietoa LiveFIN ry:stä ja sen toiminnasta. Viitattu 15.4.2020.

<http://www.livefin.fi/yhdistys/>

Lovdata 2020. Lov om forbud mot prispåslag ved ideresalg av billetter til kultur- og idrettsarrangementer. Viitattu 6.4.2020.

<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2007-06-29-86>

Länsi-Savo 2019. Nainen tehtiin nettipekoksia Mikkelistä käsin: shoppaili toisen ihmisen henkilötiedoilla ja kauppasi olemattomia puhelimia - Käräjäoikeus tuomitsi ehdolliseen vankeuteen. Viitattu 3.4.2020.

<https://lansi-savo.fi/uutiset/lahella/5b9a1ddd-2f75-4ae9-aaff-64b4ef263bof>

Minilex 2020. Petos nettikaupassa. Viitattu 30.3.2020.

<https://www.minilex.fi/a/petos-nettikaupassa>

New York State Department of State 2018. Licensing of Ticket Resellers. Viitattu 10.4.2020.

<https://www.dos.ny.gov/licensing/lawbooks/TicketReseller.pdf>

Norske Konsertarrangører 2020. Om Norske Konsertarrangører. Viitattu 6.4.2020.

<https://www.konsertarrangor.no/om-oss/>

NYC Business 2020. Ticket Reseller License. Viitattu 9.4.2020.

<https://www1.nyc.gov/nycbusiness/description/ticket-reseller-license>

Oikeusministeriö 2017. Petosrikollisuus ja sen ehkäisy. Rikoksantorjuntakatsaus 2017. Viitattu 25.3.2020.

<https://www.kkv.fi/globalassets/kkv-suomi/julkaisut/selvitykset/2016/kkv-selvityksia-1-2016-kuluttajahuijaukset.pdf>

Online Ticket Shop 2020. How does it work? Viitattu 19.3.2020. <https://www.onlineticketsshop.com/fi/toimintatapa>

Poliisi 2020. Rikoksen esitutkinta. Viitattu 6.3.2020.

https://www.poliisi.fi/rikokset/rikoksen_esitutkinta

Ravantti, Silja-Maria 2017. Kuuleminen säädösvalmistelussa. AMK-opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu, liiketalouden koulutus. Viitattu 16.4.2020.

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/130777/ONT_Ravantti_Kuuleminen%20saadosvalmistelussa.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rumba 2019. Ruisrock radikaaleihin ratkaisuihin lipputrokareita vastaan: muista tämä ostaessasi lippua! Rumba 21.2.2019. Viitattu 9.4.2020.

<https://www.rumba.fi/uutiset/ruisrock-radikaaleihin-ratkaisuihin-lipputrokareita-vastaan-muista-tama-ostaessasi-lippua/>

The Guardian 2019. Live Nation admits to placing Metallica tickets to resale sites. The Guardian 22.7.2019. Viitattu 20.4.2020.

<https://www.theguardian.com/music/2019/jul/19/live-nation-metallica-tickets-resale-sites-concerts>

The New York Times 2019a. StubHub Sold to Smaller Rival Viagogo for Over \$4 Billion. New York Times 25.11.2019. Viitattu 9.3.2020.

<https://www.nytimes.com/2019/11/25/business/stubhub-viagogo-ebay-sale.html>

The New York Times 2019b. StubHub Sold to Smaller Rival Viagogo for Over \$4 Billion. New York Times 25.11.2019. Viitattu 9.3.2020.

<https://www.nytimes.com/2019/11/25/business/stubhub-viagogo-ebay-sale.html>

The Washington Post 2007. N.Y. Ends Ticket Scalping Caps. The Washington Post 1.6.2007. Viitattu 9.4.2020.

<https://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/06/01/AR2007060100240.html>

Tori.fi 2020. Torin säännöt ja käyttöehdot. Viitattu 11.4.2020.

<https://tuki.tori.fi/hc/fi/categories/200465822-Torins%C3%A4%C3%A4nn%C3%B6t-ja-k%C3%A4ytt%C3%B6ehdot>

VOX 2019. Live Nation admits to helping artists scalp their own tickets to make more money. VOX 22.7.2019. Viitattu 10.4.2020.

<https://www.vox.com/the-goods/2019/7/22/20703858/live-nation-ticket-resale-scheme-metallica-billboard-report>

Yle 2018. Kuluttajavirasto kehottaa varovaisuuteen pääsylippujen jälleenmyyjän Viagogon kanssa. Yle 24.9.2018. Viitattu 25.3.2020.

<https://yle.fi/uutiset/3-10416830>

Yle 2019. 50:ttä kertaa järjestettävä Ruisrock loppuunmyyty – Ruissaloon kulkua rajoitetaan tällä viikolla. Yle 1.7.2019. Viitattu 19.3.2020.

<https://yle.fi/uutiset/3-10856358>

Yle 2019. Nettihuijaukset lisääntyvät varoituksista huolimatta. Viitattu 25.3.2020.

<https://yle.fi/uutiset/3-11062205>

ASIAANTUNTIJAJAHAASTATTELUT

Järvenpää, Ari, Poliisitarkastaja. Helsinki 17.12.2019. Haastattelijana Johanna Pulsa.

Kivimäki, Saija, Erityisasiantuntija. Helsinki 14.2.2020. Haastattelijana Johanna Pulsa.

Koura, Hanna, Lipunmyynnin vastaava. Helsinki 6.3.2020. Haastattelijana Laura Oikarinen.

Merimaa, Mirva, Toimitusjohtaja. Helsinki 17.4.2020. Haastattelijana Johanna Pulsa.

Tone Østerdal, Toimitusjohtaja. Helsinki 11.2.2020. Haastattelijana Laura Oikarinen.

LIITTEET

Liite 1: Kyselylomake kuluttajille, 12/2019

Ikä

Alle 20 (1%)

21-30 (57,9%)

31-40 (24,2%)

41-50 (11,5%)

Yli 50 (5,2%)

Sukupuoli

Nainen (60,9%)

Mies (39,1%)

Muu

Kuinka usein ostat pääsylippuja erilaisiin tapahtumiin

Kerran vuodessa tai harvemmin (14,7%)

2-4 kertaa vuodessa (51%)

5-8 kertaa vuodessa (29,5%)

Joka kuukausi tai useammin (4%)

Mistä ostat pääsylippusi

Tiketti (85,4%)

Ticketmaster (78,1%)

Lippupiste (75%)

Facebook (5,2%)

Tori.fi (3,1%)

Huuto.net (1%)

Viagogo (2,1%)

Tapahtuman ovelta (29,2%)

Muualta, mistä? (Stubhub, Playloic, Kide.app, Eventbrite, Holvi, Uefa, Fifa)

Kuinka paljon olisit valmis maksamaan ylihintaa 50€ pääsylipusta loppuunmyytyyn tapahtumaan, johon ehdottomasti haluaisit?

En yhtään (26,3%)

20-50 euroa (50,5%)

50-100 euroa (16,8%)

Yli 100 euroa (6,3%)

Onko sana trokaus sinulle entuudestaan tuttu?

Kyllä (92,7%)

Ei (6,3%)

Pitäisikä trokaaminen olla mielestäsi laitonta?

Kyllä (58,3%)

Ei (41,7%)

Oletko joutunut huijatuksi lippukaupoilla?

Kyllä (1%)

En (99%)

Oletko itse jälleenmyynyt pääsylippuja?

Kyllä (65,6%)

En (34,4%)

Missä olet jälleenmyynyt pääsylippuja?

Facebookissa tai muussa sosiaalisen median kanavassa (36,8%)

Huuto.netissä (2%)

Tori.fissä (14,5%)

Katukaupassa (2,2%)

Suoraan tutulle (42,3%)

Muualla, missä? Seatwave (2,2%)

Jälleenmyytkö pääsylippusi

Ostohinnalla (81,2%)

Kalliimmalla (12,7%)

Halvemmalla (6,1%)