



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
VASA YRKESHÖGSKOLA
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Mari Peltonen

VÄLITYSLIIKKEEN KULUTTAJA- MARKKINOINTI

Liiketalous ja matkailu
2013

TIIVISTELMÄ

Tekijä	Mari Peltonen
Opinnäytetyön nimi	Välitysliikkeen kuluttajamarkkinointi
Vuosi	2013
Kieli	suomi
Sivumäärä	57
Ohjaaja	Marjo Nyström

Valtaosa, noin neljä viidestä asunnosta ja kiinteistöstä myydään kiinteistönvälittäjän kautta. Asuntokaupan merkitys on yksittäisen kuluttajan elämässä suuri ja sillä on kauaskantoiset vaikutukset. Välityspalkkiotkin voivat muodostua euromääräisesti hyvin suuriksi. On tärkeätä että kuluttajalle annetaan jo markkinointivaiheessa oikeanlaiset ja riittävät tiedot ja että kuluttajan etua asuntokaupassa valvotaan alusta lähtien.

Työ käsittelee niitä seikkoja, joita tulee kiinteistönvälitysliikkeiden kuluttajasuh-teissa huomioida ennen ostoneuvotteluvaihetta, eli ennen sitä vaihetta kuin yksit-täinen ostajaehdoka ja myyjä ryhtyvät välitysliikkeen kautta neuvottelemaan tar-kemmin asuntokaupan tai vuokrasopimuksen syntymiseksi. Työssä keskitytään pääasiassa välityspalveluiden tarjoamista ja markkinointia koskeviin seikkoihin, sekä välityskohdetta koskevien tietojen antamiseen liittyvään säätelyyn. Työssä käsitellään myös välitysliikkeiden ja niiden markkinoinnin valvontaa.

Tämän työn päämääränä on sitoa yhteen kiinteistönvälitysliikkeiden markkinoin-nissa sovellettavaa lainsäädäntöä ja niitä viranomaisohjeita, joista markkinointia suunnittelevan kiinteistönvälitysalan toimijan on hyvä olla tietoinen. Työhön on koottu myös jonkin verran erilaisia kiinteistönvälitysliikkeiden markkinoinnin ta-poja sekä niitä seikkoja, joita kyseisissä markkinointitavoissa on kuluttajansuojan toteutumisen kannalta huomioitava.

Työmenetelmäni on ollut tutustua aihealuetta käsittelevään kirjallisuuteen, lain-säädäntöön ja valvovien viranomaisten kannanottoihin ja ohjeisiin.

ABSTRACT

Author	Mari Peltonen
Title	Consumer protection in brokerage marketing
Year	2013
Language	Finnish
Pages	57
Name of Supervisor	Marjo Nyström

In real estate sales approximately four out of five sales are executed via a real estate broker. A real estate deal is a significant event in a single consumer's life. Consequences may be prolonged. Even a brokerage commission can become costly. It is important that the consumer is correctly and adequately informed in marketing and that the consumer's rights are followed from the very beginning.

This thesis studied the factors that need attention in real estate broker's consumer marketing before the phase when a single consumer and the seller start to negotiate closer over the terms of trade or a rental contract. The focus was mainly in offering and marketing brokerage services and in giving correct and adequate information about the real estate that is on sale or for rent. In addition, there is information about overseeing officers and supervision of brokerage business and marketing in the thesis.

The aim of this thesis was to bring together law and statute that a broker needs to be aware of in consumer marketing, as well as instructions and statements given by public officers. The thesis consists of some different ways of marketing brokerage services and as well it highlights those factors that need attention in consumer protection aspects.

The method used in this thesis was to study law and literature, as well as instructions and statements given by public officers.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO.....	4
2	KIINTEISTÖNVÄLITYS JA MARKKINOINTI	6
	2.1 Kiinteistönvälitys elinkeinonalana.....	6
	2.1.1 Kiinteistönvälitys	7
	2.1.2 Vuokrahuoneiston välitys	7
	2.1.3 Välitysliike	8
	2.1.4 Kiinteistönvälittäjä	8
	2.1.5 Vuokrahuoneiston välittäjä	8
	2.1.6 Vastaava hoitaja	8
	2.2 Markkinoinnin käsitteestä.....	9
	2.3 Suoramarkkinointia vai asiakasviestintää.....	10
3	LAINSÄÄDÄNTÖ.....	11
	3.1 Laki kiinteistönvälitysliikkeistä ja vuokrahuoneiston välitysliikkeistä..	11
	3.2 Laki kiinteistöjen ja vuokrahuoneistojen välityksestä	11
	3.3 Kuluttajansuojalaki	11
	3.3.1 Asetus kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa	13
	3.3.2 Valtioneuvoston asetus asuntojen markkinoinnissa annettavista tiedoista.....	13
	3.3.3 Asetus kuluttajien kannalta sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhteissa	14
4	OHJEET	15
	4.1 Kiinteistönvälittäjän eettiset säännöt	15
	4.2 Hyvä välitystapa.....	15
5	VALVONTA JA OHJEISTUS.....	17
	5.1 Aluehallintovirastot.....	17
	5.1.1 Pakkokeinot.....	17
	5.1.2 Rekisteristä poistaminen	19

5.2	Välitystoimintarikkomus.....	20
5.3	Kilpailu- ja kuluttajavirasto	20
5.3.1	Kuluttaja-asiamies.....	21
5.3.2	Valvontakeinot	21
5.4	Tuomioistuimet.....	22
6	VÄLITYSPALVELUIDEN JA KOHTEIDEN MARKKINOINTI.....	23
6.1	Markkinointi ja menettelyt asiakassuhteissa.....	23
6.2	Myyty- ja varattu- merkinnät	25
6.3	Referenssit.....	26
6.4	”Ostajat valmiina”-ilmoittelu.....	26
6.5	Hakuilmoittelu	27
6.6	Markkinointi itsemyyjille.....	27
6.7	Kylkiäiset	28
6.8	Vastikkeettomuutta kuvaavat sanat.....	28
6.9	Kotimyynti- ja etämyynti.....	29
7	VÄLITYSPALKKIO JA PALVELUN HINNAN ILMOITTAMINEN.....	32
7.1	Yksilöity palvelu.....	33
7.2	Hintatiedon selkeä ilmoittaminen	34
7.3	Kulukorvaukset.....	35
7.4	Erottuva hintamerkintä.....	36
7.5	Imagomarkkinointi.....	36
7.6	Kohdeilmoittelu	36
7.7	Alkaen hinnat	37
8	KOHTEEN MARKKINOINNISSA ANNETTAVAT TIEDOT	38
8.1	Asuntomarkkinointiasetuksen mukaiset vähimmäistiedot ilmoittelussa	38
8.1.1	Vähimmäistiedot myytävästä kohteesta.....	39
8.1.2	Vähimmäistiedot vuokrakohteesta.....	39
8.2	Asuntomarkkinointiasetuksen mukaiset vähimmäistiedot esitteessä.....	40
8.2.1	Asunto-osakkeen esite.....	40
8.2.2	Kiinteistön esite.....	42
8.2.3	Vuokrakohteen esite.....	43
8.3	Aikaosuusasuntojen markkinointi.....	44

8.4	Valokuvien käyttö	45
9	TOIMINIMEN ILMOITTAMINEN	46
10	UUDENTYYPPISET MARKKINOINTIMALLIT	48
10.1	Side By Side- myynti	48
10.2	Tarjouskauppamalli.....	49
11	YHTEENVETO	52
	LÄHTEET	54

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aihe kiinteistönvälitysliikkeiden markkinointi, on valittu mielenkiinnosta markkinointia ja kuluttajansuojan toteutumista kohtaan. Kiinnostukseni aiheeseen heräsi harjoittelujaksollani Länsi- ja Sisä-Suomen aluehallintoviraston elinkeinovalvontayksikössä.

Suurin osa asunnoista ja kiinteistöistä vaihtaa omistajaa kiinteistönvälittäjän kautta. Asuntokaupan merkitys on yksittäisen kuluttajan kannalta ajatellen hyvin suuri. On tärkeää, että kuluttajan etua valvotaan ja että kiinteistönvälitysalalla toimivat osaavat tarkastella markkinointiaan myös kuluttajansuojan toteutumisen kannalta. Välitysliikkeiden kaikessa toiminnassa, siis myös markkinoinnissa, yhtenä huomioon otettavana osatekijänä on aina välityslainsäädännöstä johtuva hyvän välitystavan vaatimus.

Työn alussa tarkastellaan kiinteistönvälityksen luonnetta elinkeinotoimintana ja käydään läpi sekä kiinteistönvälitykseen ja vuokrahuoneiston välitykseen että markkinointiin keskeisesti liittyviä määritelmiä. Tämän jälkeen on koottu yhteen tietoa kiinteistönvälitysliikkeiden kuluttajamarkkinointia säätelevästä lainsäädännöstä ja ohjeista, sekä syvennetty niitä hyvän välitystavan käytännön soveltamisen kannalta ja tuomalla esiin muun muassa valvovien ja ohjaavien viranomaisten kannanottoja eri tilanteisiin liittyen.

Palvelun hinta on luonnollisesti kuluttajan valintojen kannalta yksi oleellisimmista tiedoista. Välityspalkkiota ja sen ilmoittamista koskevassa osiossa tarkastellaan lähemmin hinnanilmoittamisvelvollisuutta. Työssä on myös oma lukunsa erityyppisten kohteiden markkinoinnissa annettavista vähimmäistiedoista.

Kiinteistönvälitysliikkeiden markkinointi on siirtymässä yhä suuremmalta osin internetiin ja tämä mahdollistaa myös uudentyyppisten markkinointimenetelmien käytön. Tässä työssä tuodaan esille myös perinteisen kiinteistönvälityksen rinnalle nousseita uudempia markkinointimalleja ja niihin liittyviä kannanottoja.

Työ on suositeltavaa luettavaa kiinteistönvälitysalalla toimiville sekä alalle aikoville opiskelijoille jotka työssään ovat tai tulevat olemaan tekemisissä kuluttajansuojalain ja hyvän välitystavan mukaisen markkinoinnin toteuttamisen kanssa.

2 KIINTEISTÖNVÄLITYS JA MARKKINOINTI

Tässä luvussa käsitellään ensin kiinteistönvälitysalan luonnetta yleisesti ja käydään läpi keskeisimpiä kiinteistönvälitysalan määritelmiä. Tämän jälkeen tarkastellaan, mitä markkinointiin juridisesti liitetään.

2.1 Kiinteistönvälitys elinkeinonalana

Suomessa tehdään vuosittain noin 100 000 asunto- ja kiinteistökauppaa. Asunto- ja kiinteistökaupassa on myyjän ja ostajan lisäksi usein mukana kolmas toimija, kiinteistönvälittäjä. Merkittävä osuus, yli 80 % asuntokaupoista solmitaan kiinteistönvälitysliikkeen kautta. Välitysliikkeillä on siis merkittävä rooli asuntokaupoissa. Välityspalveluiden suosio selittynee muun muassa sillä, että yksityishenkilöt eivät ole halukkaita perehtymään asuntokaupan juridiikkaan. Asuntokaupan tietovaatimukset ovat kasvaneet ja monelle on helpointa käyttää apunaan ammattilaista. Välitysliikkeillä on myös paras asiantuntemus markkinatilanteesta ja hintatasosta, vaikkakin yleisesti saatavilla oleva markkinatieto on myös lisääntymässä. (Kasso 2011, 133–134.)

Välittäjän tehtävä on siis saattaa kaupan osapuolet yhteen ja saada aikaan kauppa tai muu luovutussopimus myyjän ja ostajan välillä. Välitysliike toimii useimmiten myyjän tai vuokranantajan toimeksiannosta ja pyrkii saamaan tälle parhaan mahdollisen hinnan tai vuokran kohteesta. Välittäjä ei ole kaupan osapuoli mutta sillä on erityisesti kuluttajasuhteissa paljon velvollisuuksia kaupan osapuolia kohtaan. (Kasso 2011, 134.)

Lähtökohtaisesti jokaisella on oikeus vapaasti harjoittaa elinkeinoa. Tämä toteutetaan laissa elinkeinonharjoittamisen oikeudesta (L 27.9.1919/122). Tätä oikeutta on kuitenkin joidenkin alojen kohdalla yleisen edun ja yksilön oikeuksien turvaamiseksi rajoitettu. Kiinteistönvälitystoiminnan harjoittaminen oli 30.4.1993 saakka luvanvaraista, nykyisin toiminta on kuitenkin ilmoituksenvaraista. (Jokimäki 2001, 12.) Välitystoimintaa saavat harjoittaa vain aluehallintoviraston välitysliikerekisteriin merkityt liikkeet. Yksi välitystoiminnan muoto on vuokrahuoneiston välitys ja myös vuokravälitystä harjoittava liike on ilmoitettava rekisteriin. Väli-

tysliikkeen toiminnalle ei siis enää nykyisin tarvitse hakea lupaa, mutta välityслиikkeen rekisteröinnille on kuitenkin olemassa monia edellytyksiä (Kasso 2011, 1-2.)

Välitystoiminta luetaan siis luonteeltaan sellaiseksi elinkeinotoiminnaksi, jonka harjoittamiseen katsotaan liittyvän taloudellisia, turvallisuus- tai terveysriskejä. Kiinteistönvälitysalalla käsitellään kuluttajien kannalta erittäin arvokkaita kohteita ja välitettävänä voi joskus olla jopa kuluttajan koko omaisuus, joten asuntokaupan vaikutukset voivat olla hyvin kauaskantoisia. Tämän vuoksi on myös hyvin tärkeätä, että kuluttajan ja välityслиikkeen välistä suhdetta on säädelty. (Nevala, Palo, Sirén & Haulos 2010, 27.)

2.1.1 Kiinteistönvälitys

Lain kiinteistönvälityслиikkeistä ja vuokrahuoneiston välityслиikkeistä (1075/2000), eli välityслиikelain mukaan kiinteistönvälityksellä tarkoitetaan toimintaa, jossa sopijapuolet saatetaan tulon tai muun taloudellisen hyödyn saamiseksi kosketuksiin toistensa kanssa luovutettaessa kiinteistöä tai sen osaa, rakennusta taikka osakkeita tai osuuksia, jotka antavat hallintaoikeuden tiettyyn kiinteistöön tai sen osaan, rakennukseen taikka huoneistoon. (L 15.12.2000/1075.)

Kiinteistönvälitystä on myös toiminta, jonka tarkoituksena on saada aikaan edellä mainittua omaisuutta koskeva vuokrasopimus tai muu käyttöoikeuden luovutus-sopimus, lukuun ottamatta vuokrahuoneiston välitystoimintaa. Käytännössä tällä tarkoitetaan lähinnä maanvuokrasopimuksen tai sitä vastaavan sopimuksen osapuolten saattamista yhteen. Käyttöoikeuden luovutus-sopimus voi koskea myös asumisoikeusasunnon tai asunto-osuuskunnan asunnon käyttöoikeutta. Osaomistus-asunnon välitys on myös laissa tarkoitettua kiinteistönvälitystä. (L 15.12.2000/1075; Kasso 2005, 572.)

2.1.2 Vuokrahuoneiston välitys

Lain mukaan vuokrahuoneiston välityksellä tarkoitetaan sellaista toimintaa, jossa tulon tai muun taloudellisen hyödyn saamiseksi saatetaan sopijapuolet kosketuksiin huoneenvuokrasopimuksen aikaansaamiseksi. Kysymyksessä voi olla asuin-

huoneiston vuokrasopimus tai liikehuoneiston huoneenvuokrasopimus. (L 15.12.2000/1075)

2.1.3 Välitysliike

Välitysliikkeellä voidaan tarkoittaa sekä kiinteistönvälitysliikettä että vuokrahuoneiston välitysliikettä. Kiinteistönvälitysliike saa harjoittaa sekä kiinteistönvälitystä että vuokrahuoneiston välitystä. Vuokrahuoneiston välitysliike saa kuitenkin harjoittaa vain vuokrahuoneiston välitystä. Kiinteistönvälitysliike saa käyttää laillistetun kiinteistönvälittäjän lyhennettä ”LKV” ja vuokrahuoneiston välitysliike saa käyttää laillistetun vuokrahuoneiston välittäjän lyhennettä ”LVV”. (KVKL 2009.)

2.1.4 Kiinteistönvälittäjä

Kiinteistönvälittäjä-nimikettä saa käyttää vain Keskuskauppakamarin välittäjälautakunnan järjestämän kiinteistönvälittäjäkokeen suorittanut henkilö. Ainoastaan kokeen suorittanut kiinteistönvälittäjä saa käyttää lyhennettä LKV. Kiinteistönvälittäjäkoe on vaativa ja se mittaa hyvin henkilön ammattitaitoa. Vaativuudesta kertoo se, että 10 vuoden aikana kokeeseen osallistuneista noin 37 % on läpäissyt kokeen (Kauppakamari, 2012). Muita kiinteistönvälitysalalla toimivien ammattihenkilöiden nimikkeitä voivat olla esimerkiksi kiinteistö- tai myyntiedustaja sekä myyntineuvottelija (KVKL, 2009).

2.1.5 Vuokrahuoneiston välittäjä

Vuokrahuoneiston välittäjän nimikettä, tai lyhennettä ”LVV”, voi käyttää vain kiinteistönvälittäjäkokeen tai vuokrahuoneiston välittäjäkokeen suorittanut henkilö. (KVKL, 2009.)

2.1.6 Vastaava hoitaja

Vastaavalla hoitajalla tarkoitetaan henkilöä, jolla on Keskuskauppakamarin välittäjälautakunnan järjestämässä kiinteistönvälittäjäkokeessa osoitettu LKV- pätevyys ja joka toimii kiinteistönvälitysliikkeen vastaavana hoitajana (KVKL, 2009).

Vastaavan hoitajan tulee huolehtia siitä, että välitystoiminnassa noudatetaan hyvää välitystapaa ja että toimintaa muutenkin harjoitetaan lainmukaisesti. Vastaavan hoitajan on lisäksi huolehdittava siitä, että välitysliikkeen jokaisessa toimipaikassa on laissa tarkoitetun ammattipätevyyden omaava välitystoimintaan osallistuva henkilö ja että myös muilla välitystoimintaan osallistuvilla henkilöillä on tehtävien suorittamiseksi vaadittava riittävä ammattitaito (L 15.12.2000/1075). Välitysliikkeen on ennen toiminnan aloittamista rekisteröidyttävä ja rekisteröintivaiheessa edellytetään, että välitysliikkeellä on vaatimukset täyttävä vastaava hoitaja (Nevala ym. 2010, 33–34).

2.2 Markkinoinnin käsitteestä

Markkinoinnin käsite ja määritelmät saattavat hieman vaihdella näkökulmasta riippuen. Markkinointia luonnehditaan toisinaan esimerkiksi yrityksen kaikeksi vuorovaikutukseksi ja kommunikoinniksi. On hyvä käydä läpi, mitä markkinointiin juridisesti liitetään.

Kuluttajansuojalain esitöissä (HE 8/1977 ja HE 32/2008) markkinoinnin käsitteestä on todettu seuraavasti:

”Markkinointiin luetaan esimerkiksi mainonta, kuluttajiin välittömästi tai välillisesti kohdistuvat muut myynninedistämistoimenpiteet sekä hyödykkeiden tai myyntitapahtuman yhteydessä annettavat tiedot hyödykkeistä. Markkinointi käsittää myös sekä tarjonnan että myynnin. Markkinoinnissa on lähinnä kyse tiedottamisesta kuluttajille.”

”Markkinoinnin käsite on laaja. Sillä tarkoitetaan kaupallista viestintää, kuten mainontaa, tavarankäytössä tai käyttöohjeissa taikka kaupanteon yhteydessä muuten annettuja tietoja sekä erilaisia myynninedistämiskeinoja, kuten alennuksia, lisäetuja ja markkinointiarpajaisia. Markkinoinnilla voidaan edistää paitsi tietyn kulutushyödykkeen myyntiä myös elinkeinonharjoittajan imagoa yleisemmin.”

Markkinoinnin käsite on siis laaja ja markkinoijan on osattava huomioida siihen liittyvät säännöt monipuolisesti toiminnassaan ja kanssakäymisessä asiakkaiden ja

mahdollisten tulevien asiakkaiden kanssa. (Häkkinen & Koivumäki 2011, 13.) Hallituksen esityksessä laiksi kiinteistönvälitysliikkeistä ja vuokrahuoneiston välitysliikkeistä markkinointi tiivistetään hyvin lyhyesti toteamalla, että markkinoinnilla tarkoitetaan kaikkea palvelua koskevaa tiedottamista kuluttajille, jonka tarkoituksena on myynnin edistäminen (HE 61/2000).

2.3 Suoramarkkinointia vai asiakasviestintää

Puhdasta asiakasviestintää ei katsota markkinoinniksi. Tästä syystä olisi hyvä pyrkiä selventämään rajanvetoa suoramarkkinoinnin ja asiakasviestinnän välillä. Suomesta ei kuitenkaan löydy oikeuskäytäntöä, jossa olisi paneuduttu näiden kahden väliseen eroon. Tietosuojavaltuutettu on antanut oman tulkintansa rajanvedosta vuonna 2006 julkaistussa ohjeessaan ”Tietosuoja markkinoinnissa”. Tietosuojavaltuutettu katsoo, että asiakasviestinnällä tarkoitetaan toimintaa joka perustuu lakiin, yrityksen asiakkaalta saamaan toimeksiantoon tai palveluun, johon kiinteästi liittyy asiakkaalle suunnattava viestintä. (Häkkinen & Koivumäki 2011, 146.)

Sähköisen viestinnän tietosuojalain esityössä (HE 125/2003) todetaan, että suoramarkkinointina ei pidetä asiakasviestintää, jonka tarkoituksena on asiakassuhteen hoitamiseksi tarvittava yhteydenpito. Puhdas asiakasviestintä ei siis sisällä markkinoinnillisia elementtejä, joilla pyrittäisiin myynnin edistämiseen. (HE 125/2003.)

3 LAINSÄÄDÄNTÖ

3.1 Laki kiinteistönvälitysliikkeistä ja vuokrahuoneiston välitysliikkeistä

Laki kiinteistönvälitysliikkeistä ja vuokrahuoneiston välitysliikkeistä koskee kiinteistönvälityksen ja vuokrahuoneiston välityksen harjoittamista. Laissa säädetään muuan muassa siitä kenellä on oikeus harjoittaa välitystoimintaa ja millä edellytyksin. Lain 4 §:ssä säädetään hyvän välitystavan noudattamisesta. Laissa säädetään myös aluehallintoviraston valvontatehtävästä sekä niistä keinoista, jotka aluehallintovirastolla alan valvontaviranomaisena on käytettävissään. Lakia ei sovelleta satunnaiseen välitystoimintaan, jossa palveluja ei markkinoida. Lakia ei myöskään sovelleta luottolaitostoimintaan liittyvään välitykseen tai asianajotoimeksiantoon tai muuhun sellaiseen toimeksiantoon, jonka pääasiallinen tarkoitus on muu kuin välitystoiminta. Myös majoitusliikkeiden majoituspalvelut ja loma-asuntojen lyhytaikaisten käyttöoikeuksien välitys on rajattu lain soveltamisalan ulkopuolelle. (L 15.12.2000/1075.)

3.2 Laki kiinteistöjen ja vuokrahuoneistojen välityksestä

Laissa kiinteistöjen ja vuokrahuoneistojen välityksestä säädetään välitysliikkeen kanssa tehtävästä toimeksiannosta, kun välitettävänä on kiinteistö tai sen osa, rakennus tai huoneisto, joka ei kuulu toimeksiantajan elinkeinotoimintaan. Laissa säädetään myös välitysliikkeen ja toimeksiantajan vastapuolen oikeuksista ja velvollisuuksista. Laki sisältää muun muassa toimeksiantosopimuksen tekemistä, välitystehtävän suorittamista ja tiedonantovelvollisuutta koskevia määräyksiä. Lakia ei sovelleta sellaiseen satunnaiseen välitykseen, jota ei markkinoida. Lakia ei sovelleta myöskään majoitusliikkeiden majoitustilojen välitykseen tai loma-asunnon lyhytaikaisen käyttöoikeuden välitykseen. (L 15.12.2000/1074.)

3.3 Kuluttajansuojalaki

Kuluttajansuojalaki (38/1978) on keskeisin kuluttajamarkkinointia sääntelevä laki Suomessa. Laki on astunut voimaan jo 1.9.1978 ja siihen on tehty laajennuksia ja muutoksia useita kertoja, mutta lain markkinointia koskevat perussäädökset ovat

olleet osana lakia alusta asti. Markkinointia koskeva luku uudistettiin vuonna 2008 EU-direktiivin (2005/29/EY) perusteella. Samassa yhteydessä lukuun tehtiin myös kansallisia muutoksia, muun muassa alaikäisiä koskeva erityissäännös astui voimaan. Kuluttajansuojalain 2 luvussa säädetään nykyisin sekä markkinoinnista että menettelystä asiakassuhteissa. Säännökset koskevat kaikkea kuluttajille suunnattua markkinointia, toimialasta riippumatta. (Koivumäki & Häkkänen 2011, 15–16.) Kuluttajansuojalaki on yleislaki ja sitä sovelletaan myös sellaiseen toimintaan, josta on olemassa erityissääntelyä, jollei erityissäännöksissä nimenomaisesti rajata pois kuluttajansuojalain soveltamista. (Nevala ym. 2010, 42.) Markkinointia ja menettelyä asiakassuhteissa kuluttajansuojan toteutumisen kannalta valvoo kuluttaja-asiamies. Kulutushyödykkeen tai palvelun hinnan ilmoittamista markkinoinnissa valvovat lisäksi aluehallintovirastot. (L 20.1.1978/38.)

Kiinteistönvälityspalveluiden kuluttajasuhteet ovat kuuluneet kuluttajansuojalain piiriin lain voimaantulosta saakka. Välitysliike katsotaan kuluttajansuojalain tarkoittamaksi elinkeinonharjoittajaksi ja sen tarjoamat palvelut lain tarkoittamiksi kulutushyödykkeiksi. Kuluttajansuojalaki koskee välityspalveluiden ja kohteiden tarjontaa, myyntiä ja markkinointia elinkeinonharjoittajalta kuluttajille. (Nevala ym. 2010, 42–43.)

Kuluttajansuojalakia ollaan parhaillaan uudistamassa kuluttajan oikeuksia koskevan EU-direktiivin mukaiseksi. Direktiivin tarkoituksena on yhtenäistää kuluttajansuojan tasoa EU-alueella. Uudistukset lainsäädännössä tulevat vaikuttamaan muun muassa siten, että kuluttaja saa entistä laajemmat oikeudet perua koti- tai etämyynnissä tehdyn sopimuksen ja kotimyynnin määritelmä laajenee nykyisestä. Elinkeinonharjoittajan tulee jatkossa antaa kuluttajalle nykyistä yksityiskohtaisemmat tiedot itsestään ja markkinoitavasta hyödykkeestä sekä sopimuksen osapuolten oikeuksista ja velvollisuuksista. Direktiivin mukaisia säännöksiä on ryhdyttävä soveltamaan koko EU:n alueella kesäkuussa vuonna 2014. (Valtiokonttori.)

3.3.1 Asetus kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa

Kuluttajansuojalain toisen luvun 6:n nojalla annettu asetus kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa (1359/1999), myöhemmin hintamerkintäasetus, pitää sisällään säännöksiä siitä, miten tarjottavien kulutushyödykkeiden, kuten välityspalveluiden hinnat tulee markkinoinnissa ilmoittaa. Hintamerkintäasetuksen säännöksiä sovelletaan kaikkeen kulutushyödykkeiden markkinointiin. (Koivumäki & Häkkänen 2011, 16–17.) Asetus ei kuitenkaan koske asuntojen myyntihintojen ilmoittamista. Asuntojen myyntihintojen ilmoittamisesta säädetään valtioneuvoston asetuksessa asuntojen markkinoinnissa annettavista tiedoista (130/2001). (A 30.12.1999/1359.)

3.3.2 Valtioneuvoston asetus asuntojen markkinoinnissa annettavista tiedoista

Valtioneuvoston asetus asuntojen markkinoinnissa annettavista tiedoista (130/2001), eli niin kutsuttu asuntomarkkinointiasetus, täsmentää tiedonantovelvollisuutta joka kiinteistönvälittäjällä välityslain 8 §:n mukaan on markkinoidessaan asuntoja kuluttajalle. Asetuksessa säädetään siis lähinnä kaupan tekoa edeltävistä vaiheista ja se vaihe, jossa myyjä ja yksittäinen ostajaehdokas ryhtyvät tarkemmin neuvottelemaan kaupan ehdoista ei enää kuulu tämän asetuksen piiriin. Asetuksessa on lueteltuna yksityiskohtaisesti ne vähimmäistiedot, jotka kiinteistönvälittäjän on annettava markkinoidessaan asuntoja kuluttajille. (Jokimäki 2001, 23.)

Asuntomarkkinointiasetuksessa asunnolla tarkoitetaan asumistarkoitukseen tai vastaavaa asumiskäyttöä varten markkinoitavaa kiinteistöä, kiinteistön määräosaa tai määrääalaa sekä vuokramaalla olevaa rakennusta tai huoneistoa, jonka hallitseminen perustuu osakkeiden tai osuuksien omistamiseen. Asetus koskee myös loma-asuntojen, lomatonteiksi myytävien määrääalojen, osaomistusasuntojen ja asumisoikeusasuntojen markkinointia. Myös suunnitteilla olevien asuntojen markkinointi kuuluu tämän asetuksen piiriin. Asetus ei kuitenkaan koske aikaosuuksien markkinointia. (Nevala ym. 2010, 81.)

Asetus koskee myös vuokrahuoneiston välitystä ja se määrittelee vuokrahuoneiston välityksen ilmoittelu- ja esittelyvaiheessa kuluttajalle annettavat vähimmäistiedot. (Nevala ym. 2010, 130.)

3.3.3 Asetus kuluttajien kannalta sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhteissa

Valtioneuvoston asetus kuluttajien kannalta sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhteissa (601/2008) täsmentää sitä, mitä sopimattomasta menettelystä kuluttajansuojalaissa säädetään. Asetus sisältää kaksi pykälää joista ensimmäisessä on lueteltuna harhaanjohtaviksi katsottavat menettelyt ja toisessa aggressiivisiksi katsottavat menettelyt. Asetus sisältää yhteensä 27 kiellettyä menettelyä markkinoinnissa ja asiakassuhteissa. (Koivumäki & Häkkänen 2011, 16.)

4 OHJEET

Tässä luvussa viitataan välitysliikkeille annettuihin ohjeisiin, jotka ovat Kiinteistönvälitysalan keskusliiton laatimia. Kiinteistönvälitysalan keskusliitto pyrkii kehittämään alan toimintatapoja muun muassa alan koulutusta kehittämällä ja hyvää kiinteistönvälitystapaa edistämällä. Liitto osallistuu myös kiinteistönvälitysalaan liittyvään lainsäädäntötyöhön ja tekee välitystoimintaa kartoittavia tutkimuksia. (KVKL.)

4.1 Kiinteistönvälittäjän eettiset säännöt

Kiinteistönvälitysalan keskusliitto on laatinut jäsenyrityksilleen eettiset säännöt. Eettisiin sääntöihin on koottu kiinteistönvälitysalalla noudatettavia yleisiä eettisiä periaatteita kuten asiakassuhteissa huomioitavia seikkoja. Eettisissä säännöissä kiinnitetään alalla toimivien huomiota myös toisiin kiinteistönvälittäjiin suhtautumiseen sekä taloudellisiin näkökohtiin, kuten vastuuvakuutusasioiden ja asiakkaan omaisuuden käsittelyyn liittyvien asioiden huomioimiseen. Sääntöjen tarkoituksena on varmistaa Kiinteistönvälitysalan keskusliiton jäsenyritysten eettinen perusta ja palvelujen laatu. Eettiset säännöt on laadittu ottaen huomioon kiinteistönvälitysalan ammattilaisille heidän yhteiskunnallisen, taloudellisen ja sosiaalisen roolinsa vuoksi asetetut velvollisuudet. Eettisiä sääntöjä täydentävät ohjeet hyvästä välitystavasta. (KVKL, 2009.)

4.2 Hyvä välitystapa

Kiinteistönvälityslainsäädännössä säädetään, että välitystoiminnassa tulee noudattaa hyvää välitystapaa. Hyvä välitystapa on käsitteenä eettis-moraalinen ja hyvin laaja. Keskeisimpiä hyvän välitystavan vaatimuksia ovat toiminnan luotettavuus, avoimuus, tunnollisuus sekä lojaalisuus molempia osapuolia kohtaan (Kasso 2005, 573). Laissa ei tarkemmin määritellä hyvää välitystapaa. Hyvä välitystapa on joustava normi, joka muotoutuu koko ajan ja sen sisältöön vaikuttavat tuomioistuinten päätökset, kuluttajariitalautakunnan suositukset, viranomaisten ohjeet ja alalla vallitseva käytäntö. Myös uudet menettelytavat ja arvostukset vaikuttavat hyvän välitystavan sisältöön. (SKVL.)

Hyvää välitystapaa on ohjeistettu jossain määrin jo 1980-luvulta. Hyvää välitystapaa koskevia seikkoja ei ollut kuitenkaan aikaisemmin kattavasti koottu yhteen. Tästä syystä Kiinteistönvälitysalan Keskusliiton laki- ja lausuntovaliokunta on laatinut ohjeen hyvästä välitystavasta ja ohjeen hyvästä vuokravälitystavasta. Keskeiset ohjeet koottiin kokonaisuuksiksi ensimmäisen kerran vuonna 2008 (Kasso 2011, 53). Nämä ohjeet ovat avuksi välitysliikkeiden kuluttajapalveluissa ja ne antavat kiinteistönvälittäjälle konkreettisia neuvoja siitä, miten välitystoiminnassa tulee toimia. Ohjeet vähentävät tulkintojen tarvetta ja luovat varmuutta välitystyötä tekeville. Edellä mainittujen ohjeiden lisäksi on laadittu ohjeet päällekkäisistä tarjousista, välitysliikkeiden toimipaikkojen rekisteröimisestä sekä myyty- ja varattumerkintöjen käyttämisestä kohteiden markkinoinnissa. (SKVL.)

Hyvän välitystavan ohjeessa käsitellään muun muassa välityspalveluiden markkinointiin, toimeksiantosopimukseen, välitystehtävän hoitamiseen, kohteen markkinointiin, tarjousmenettelyyn, kaupantekoon sekä salassapitovelvollisuuteen ja rahanpesusäännöksiin liittyviä asioita. Ohjeessa hyvästä vuokravälitystavasta on suosituksia vuokraustoimeksiantosopimuksesta, vuokra-asunnon markkinoinnista, asunnon esittelystä, välityspalkkiosta ja muista mahdollisista kuluista sekä vuokrasopimuksen sisältöä koskevista seikoista. (Kasso 2011, 55–57.)

Kiinteistönvälitysalan Keskusliiton laatimat ohjeet toimivat välityslainsäädännön rinnalla ja välitysalaa valvova viranomainen on antanut kommenttinsa hyvän välitystavan ohjeen suhteen jo sen valmisteluvaiheessa. (KVKL). On kuitenkin huomattava, että nämä ohjeet eivät oikeusvaikutuksiltaan vastaa lakia ja oikeuskäytäntöä. Se mitä kussakin tapauksessa on pidettävä hyvän välitystavan mukaisena toimintana, jää viimekädessä tuomioistuinten ratkaistavaksi. Ohjeet kuitenkin edustavat vallitsevaa käsitystä hyvästä välitystavasta ja niiden vastainen tulkinta edellyttää painavia perusteluja (Kasso 2011, 53).

Kiinteistönvälitysalan Keskusliiton laatimaa hyvän välitystavan ohjetta noudattamaan sitoutuneet välitysliikkeet saavat käyttää Hyvän Välitystavan tunnusta. Välittäjät saattavat joutua tarkistamaan omia menettelytapojaan, mikäli haluavat sitoutua noudattamaan ohjetta. (KVKL.)

5 VALVONTA JA OHJEISTUS

Välitysliikkeiden toimintaa valvovat aluehallintovirastot. Välitysliikkeen markkinointia valvovat aluehallintovirastot ja kuluttaja-asiamies. Luvussa esitellään lyhyesti nämä välitysliikkeitä ja välitysliikkeiden harjoittamaa markkinointia valvovat tahot sekä käydään läpi keinoja, joita valvovilla viranomaisilla on käytettävissään valvontatehtävää suorittaessaan.

5.1 Aluehallintovirastot

Yksi aluehallintovirastojen peruspalvelut, oikeusturva ja luvat -vastuualueen tehtävistä on kuluttajien aseman turvaaminen. Aluehallintovirastot valvovat kiinteistöjen ja vuokrahuoneistojen välitystä ja välitysliikkeiden harjoittamaa markkinointia. Kiinteistöjen ja vuokrahuoneistojen välittäjien tulee ennen toimintansa aloittamista rekisteröityä siihen aluehallintovirastoon, jonka alueella liikkeen hallintoa on tarkoitus pääasiallisesti hoitaa. (Länsi- ja Sisä-Suomen aluehallintovirasto.) Aluehallintovirastot pitävät välitysliikkeistä rekisteriä, josta kenellä tahansa on oikeus saada rekisteriotteita tai muita tietoja (L 15.12.2000/1075).

Aluehallintoviraston valvontatehtävästä säädetään lain kiinteistönvälitysliikkeistä ja vuokrahuoneiston välitysliikkeistä 17 §:ssä. Lain mukaan välitysliikkeen on pyynnöstä toimitettava aluehallintovirastolle toimeksiantopäiväkirja ja siihen liittyvät asiakirjat sekä muut valvontaa varten tarvittavat tiedot. Aluehallintovirastolla on myös oikeus saada sakkorekisteristä tiedot, jotka ovat välitysliikkeen vastaavan hoitajan luotettavuuden arvioinnin kannalta tarpeen. Aluehallintovirastolla on välitysliikelain nojalla valtuudet puuttua vastoin määräyksiä harjoitettavaan välitystoimintaan. (L 15.12.2000/1075.)

5.1.1 Pakkokeinot

Välitysliikelaisissa säädetään valvovalla viranomaisella käytössään olevista pakkokeinoista. Aluehallintoviraston on välitysliikelain 18 §:n mukaan kiellettävä sellainen toiminta, jota harjoitetaan lainvastaisesti tai ilman asianmukaista rekisteröintiä. Kielto kohdistetaan tällöin yleensä välitystoimintaa harjoittavaan yrityk-

seen tai elinkeinonharjoittajaan, mutta erityisestä syystä kiello voidaan kohdistaa välitystoimintaa harjoittavan palveluksessa olevaan henkilöön tai muuhun tahoon joka toimii välitystoimintaa harjoittavan lukuun. Erityinen syy voi olla esimerkiksi se, että on syytä uskoa yritykselle määrättyä kiello kierrettävän jatkamalla kiellettyä toimintaa uudessa yrityksessä. Kiellon tehosteeksi on asetettava uhkasakko, jollei sitä erityisestä syystä katsota tarpeettomaksi. (L 15.12.2000/1075; Nevala ym. 2010, 39.)

Välitysliikkeellä on velvollisuus ilmoittaa aluehallintovirastoon viipymättä, jos välitysliikerekisteriin merkityissä tiedoissa on tapahtunut muutoksia. Tästä säädetään välitysliikelain 7 § 3 momentissa. Välitysliikkeellä on myös velvollisuus pitää toimeksiantopäiväkirjaa, johon on kirjattava toimeksiantoja koskevat tiedot. Toimeksiantopäiväkirjaa on säilytettävä 5 vuotta toimeksiannon päättymisestä. Toimeksiantopäiväkirjaan merkittävistä tiedoista sekä päiväkirjan säilyttämisestä säädetään lain 10 §:ssä. Lain 11 §:ssä velvoitetaan puolestaan välitysliike käsittelemään asiakasvaroja siten että ne ja liikkeen omat varat eivät sekoitu. Asiakasvarat on säilytettävä luotettavalla tavalla, kuten tallettamalla sitä tarkoitusta varten olevalle pankkitilille. 17 § 2 momentissa säädetään valvovan viranomaisen tiedonsaantioikeudesta. Tämä tiedonsaantioikeus tarkoittaa sitä, että välitysliikkeen on pyynnöstä annettava aluehallintovirastolle toimeksiantopäiväkirja siihen liittyvine asiakirjoinen sekä muut mahdolliset valvontaa varten tarvittavat asiakirjat. Mikäli välitysliike kuitenkin laiminlyö edellä mainittuja velvollisuuksiaan, voi aluehallintovirasto kehottaa välitysliikettä täyttämään kyseisen velvollisuuden määräajassa ja tämän kehotuksen tehosteeksi voidaan tarvittaessa asettaa uhkasakko. (L 15.12.2000/1075.)

Välitysliikelain 5 § mukaan välitysliikkeessä oltava vastaava hoitaja, joka on velvollinen huolehtimaan siitä, että välitystoiminnassa noudatetaan hyvää välitystapaa ja että toimintaa muutoinkin harjoitetaan lainmukaisesti. Jos vastaava hoitaja laiminlyö säädettyjä velvollisuuksiaan, voi aluehallintovirasto antaa välitysliikkeelle kirjallisen varoituksen. (L 15.12.2000/1075; Nevala ym. 2010, 40.)

Aluehallintovirasto voi kieltää välitysliikkeen toiminnan määräajaksi osin tai kokonaan, mikäli laista johtuvien velvollisuuksien laiminlyönnit ovat vakavia ja toistuvat kehotuksesta tai varoituksesta huolimatta. Määräaikaisen toimintakiellon enimmäispituus on kuusi kuukautta. Hallituksen esityksen (HE 61/2000) mukaan määräaikainen toimintakielto voidaan katsoa aiheelliseksi esimerkiksi silloin, kun liike on laiminlyönyt kokonaan velvollisuutensa toimeksiantopäiväkirjan pitämisestä tai sekoittanut asiakasvaroja liikkeen omiin varoihin tai jos vastaava hoitaja on varoituksesta huolimatta toistuvasti laiminlyönyt velvollisuuksiaan. (Nevala ym. 2010, 40.)

5.1.2 Rekisteristä poistaminen

Aluehallintoviraston tulee poistaa välitysliike rekisteristä silloin, kun välitysliike on lopettanut toimintansa, välitysliikelain 8 §:n mukaisia rekisteröinnin edellytyksiä ei enää ole tai välitysliike on vakavasti laiminlyönyt velvollisuuksiaan. Välitysliike poistetaan rekisteristä silloin kun;

- välitysliike on lopettanut toimintansa;
- välitysliikkeen kotipaikka on siirtynyt Euroopan talousalueen ulkopuolelle;
- luonnollisen henkilön toimintakelpoisuutta on rajoitettu tai välitysliikkeellä ei ole enää vastuuvakuutusta;
- välitysliike harjoittaa välitystoimintaa toisen välikätenä;
- välitysliikkeellä ei syystä tai toisesta ole enää vaatimukset täyttävää vastaavaa hoitajaa, eikä liike ole aluehallintoviraston kehotuksesta huolimatta ilmoittanut uutta vastaavaa hoitajaa;
- välitysliikkeelle on aikaisemmin asetettu määräaikainen toimintakielto ja liikkeen tai sen vastaavan hoitajan vakavat tai toistuvat laiminlyönnit ovat jatkuneet yhä toimintakiellon jälkeen;
- välitysliike on asetettu konkurssiin. Liike säilyy kuitenkin konkurssin estämättä rekisterissä kuuden kuukauden ajan. (L 15.12.2000/1075; Nevala ym. 2010, 40–41.)

Välitysliike voi valittaa aluehallintoviraston antamasta päätöksestä hallintolainkäyttölaissa säädetyllä tavalla hallinto-oikeuteen. Aluehallintoviraston päätöstä rekisteristä poistamisesta ja määräaikaista toimintakiellosta on kuitenkin noudatettava muutoksenhausta huolimatta, jollei valitusviranomaisen toisin määrää. (L 15.12.2000/1075.)

5.2 Välitystoimintarikkomus

Välitystoimintaa koskevien säännösten rikkomisesta voidaan tuomita sakkorangaistukseen. Tämä tulee kyseeseen esimerkiksi silloin, jos välitysliike tahallaan tai törkeästä huolimattomuudesta harjoittaa välitystoimintaa ilman rekisteröitymistä tai käyttää lainvastaisesti nimikkeitä kiinteistönvälittäjä, vuokrahuoneiston välittäjä tai asunnonvälittäjä tai niiden lyhenteitä LKV tai LVV. Sakkorangaistukseen johtaa myös asiakasvarojen käsittelyssä tapahtunut rikkomus. Sakkorangaistuksen välitystoimintarikkomuksissa asettaa käräjäoikeus. Sakkorangaistusta ei voida kuitenkaan tuomita jos samasta laiminlyönnistä on kiellon tai kehotuksen tehosteeksi jo annettu uhkasakko. (L 15.12.2000/1075.)

5.3 Kilpailu- ja kuluttajavirasto

Kilpailuvirasto ja kuluttajavirasto yhdistyivät vuoden 2013 alussa Kilpailu- ja kuluttajavirastoksi. Kilpailu- ja kuluttajaviraston tehtävät liittyvät muun muassa kilpailu- ja kuluttajapolitiikan toteuttamiseen, kilpailulain täytäntöönpanoon, markkinoiden toimivuuden varmistamiseen sekä kuluttajan taloudellisen ja oikeudellisen aseman turvaamiseen. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto.)

Yksi kilpailu- ja kuluttajaviraston kuluttaja-asioiden vastualueen tehtävistä on markkinoinnin lainmukaisuuden valvonta. Valvovana tahona se antaa ala- ja aihekohtaisia linjauksia siitä, miten lainsäädäntöä tulisi tulkita. Kuluttajien etua valvovan viranomaisen tulkinnat saattavat toisinaan olla linjoiltaan jopa tiukempia kuin mitä lainsäädäntö markkinoinnilta edellyttää. (Koivumäki & Häkkänen 2011, 19.)

5.3.1 Kuluttaja-asiamies

Kuluttaja-asiamiehenä toimii Kilpailu- ja kuluttajaviraston kuluttaja-asioiden vastualueen johtaja. Kuluttaja-asiamiehen tehtävä on valvoa kuluttajansuojalain mutta myös useiden muiden kuluttajan suojaksi säädettyjen lakien noudattamista. Valvonta suuntautuu erityisesti markkinoinnin ja sopimusehtojen sekä perinnän laillisuuteen. Kuluttaja-asiamies ei tavallisesti ota käsiteltäväkseen yksittäisiä riita-asioita, mutta voi kuitenkin harkintansa mukaan avustaa kuluttajaa riita-asian hoitamisessa, jos kyseisen asian ratkaisemisella on lain soveltamisen tai kuluttajien yleisen edun kannalta huomattava merkitys. Yksittäiset elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan väliset riita-asiat käsitellään kuitenkin ensisijaisesti kuluttajaoikeusneuvojen välityksellä ja kuluttajariitalautakunnassa. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto.)

Kuluttaja-asiamies valvoo kuluttajiin kohdistuvaa välitystoiminnan markkinointia ja kuluttajien kanssa tehtäviä toimeksiantosopimuksia ja alan käytäntöjä kuluttajansuojalain perusteella (Kuluttajavirasto). Kuluttaja-asiamies on antanut linjauksia ja ohjeita välityspalveluiden markkinoinnissa huomioitavista seikoista, kuten ohjeet ”ostajat valmiina” -ilmoittelusta sekä välityspalvelun hinnan ilmoittamisesta.

5.3.2 Valvontakeinot

Kuluttaja-asiamiehellä on Kilpailu- ja kuluttajavirastosta annetun lain (661/2012) 2 luvun 9 §:n perustuva neuvotteluvollisuus. Kuluttaja-asiamiehen on pyrittävä saamaan elinkeinonharjoittaja vapaaehtoisesti luopumaan lainvastaisesta menettelystä. Mikäli neuvottelut eivät tuota tulosta, on kuluttaja-asiamiehen ryhdyttävä asian edellyttämiin pakkotoimiin tai saatettava asia tuomioistuimen käsiteltäväksi. (L 30.11.2012/661.)

Kilpailu- ja kuluttajavirastosta annettuun lakiin on sisällytetty mahdollisuus kiellon määräämiseen. Lain 2 luvun 10 §:n 2 momentin mukaan, kuluttaja-asiamies voi määrätä kiellon sellaisessa asiassa, joka ei ole lain soveltamisen kannalta tai muuten merkitykseltään huomattava (L 30.11.2012/661). Mikäli asia kuitenkin on

merkitykseltään huomattava, on kuluttaja-asiamiehen saatettava asia toimivaltaisen tuomioistuimen ratkaistavaksi. (Koivumäki & Häkkänen 2011, 246.)

Kuluttaja-asiamies voi tarvittaessa tehostaa kieltoaan uhkasakolla. Uhkasakon tuomitsemisesta maksettavaksi päättää markkinaoikeus. Markkinoijalla on kuitenkin oikeus saada kuluttaja-asiamiehen kielto raukeamaan vastustamalla sitä määräjassa. Tällöin kiellon rautessa raukeaa myös sakon uhka. Mikäli asiaa ei saada ratkaistuksi kuluttaja-asiamiehen näkemyksen mukaan tyydyttävällä tavalla, on tällä mahdollisuus saattaa asia markkinaoikeuden tai yleisten tuomioistuinten ratkaistavaksi. (Koivumäki & Häkkänen 2011, 246–247.)

5.4 Tuomioistuimet

Viime kädessä kuluttajansuojalain 2 luvun markkinointia koskevia säännöksiä koskevat erimielisyydet käsitellään markkinaoikeudessa. Kuluttaja-asiamies voi jättää markkinaoikeuteen joko kieltohakemuksen tai sekä kieltohakemuksen että väliaikaisen kieltohakemuksen. (Koivumäki & Häkkänen 2011, 247.)

Markkinaoikeuden päätökset olivat aikaisemmin lopullisia, eikä niistä voinut valittaa. Vuonna 2002 laki kuitenkin muuttui ja valitusmahdollisuus korkeimpaan oikeuteen säädettiin koskemaan myös kuluttaja-asiamiehen kieltohakemuksista annettuja markkinaoikeuden päätöksiä. (Koivumäki & Häkkänen 2011, 252.)

6 VÄLITYSPALVELUIDEN JA KOHTEIDEN MARKKINOINTI

Luvussa käsitellään ensin sitä, mitä kuluttajansuojalain toisessa luvussa markkinoinnista säädetään. Tämän jälkeen käydään läpi muutamia välityspalveluiden ja välityskohteiden markkinoinnista annettuja ohjeita sekä koti- ja etämyynneissä huomioitavia asioita.

6.1 Markkinointi ja menettelyt asiakassuhteissa

Yleisesti kuluttajapalveluiden markkinoinnissa huomioitavista seikoista säädetään kuluttajansuojalain toisessa luvussa. Kuluttajansuojalain toisen luvun mukaan markkinointi ei saa olla hyvän tavan vastaista eikä siinä saa käyttää kuluttajan kannalta sopimatonta menettelyä. Markkinoinnissa käytetty menettely katsotaan sopimattomaksi, jos se on yleisesti hyväksyttävän asianmukaisen menettelyn vastaista ja omiaan selvästi heikentämään kuluttajan kykyä tehdä ostopäätös kuten toimeksiantosopimus. (L 20.1.1978/38.)

Markkinatuomioistuimen ratkaisu MT:2002:001 koskee sopimatonta menettelyä vuokra-asunnon välityksessä.

Vastaajayhtiöllä oli ollut lehdissä ja ”vapaat vuokra-asunnot”-nimisillä internet-sivuilla ilmoituksia, joissa oli luettelo vuokrattavana olevista asunnoista. Ilmoituksista välittyi kuluttajille kuva, että yhtiöllä on ilmoituksien mukaiset vuokrakohteet välitettävänä. Vuokra-asunnosta kiinnostuneen henkilön ottaessa yhteyttä lisätietoja saadakseen, oli yhtiö kuitenkin ilmoittanut tälle, että lisätietoja saadakseen hänen tulisi tehdä yhtiön kanssa toimeksiantosopimus jossa sitoutuu maksamaan välityspalkkion jos vuokrasopimus syntyy. Markkinatuomioistuin katsoi, että tällaisessa tilanteessa tehtyä toimeksiantoa ei voida pitää todellisena toimeksiantosopimuksena. Yhtiön ilmoitusten katsottiin olevan välityspalvelujen ja vapaiden vuokra-asuntojen markkinointia. Ilmoitukset olivat antaneet vuokra-asuntoa etsiville väärän kuvan ja ne katsottiin kuluttajien kannalta sopimattomiksi. (MT:2002:001.)

Markkinoinnista on myös käytävä selkeästi ilmi sen kaupallinen tarkoitus, eikä sitä saa naamioida muuksi tiedonvälitykseksi. Markkinoinnista on myös aina käytävä ilmi se, kenen lukuun markkinoidaan (ks. 10. Toiminimen ilmoittaminen).

Kuluttajansuojalain toisen luvun mukaan vertailevasta markkinoinnista ei saa aiheutua sekaannuksen vaaraa. Markkinoinnista ei saa siis aiheutua sitä, että välityslikkeet ja/tai niiden tarjoamat palvelut ovat sekoitettavissa toisiinsa. Vaarana voisi tällaisessa tapauksessa olla, että kuluttaja tekee sellaisen ostopäätöksen, jota hän ei ilman kyseistä markkinointia olisi tehnyt. (L 20.1.1978/38).

Markkinoinnissa ei saa myöskään antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja. (L 20.1.1978/38.) Välityslikkeen palvelun tulee luonnollisesti vastata niitä tietoja joita siitä on markkinoinnissa annettu. Kuluttajan on voitava luottaa siihen, että välityslieke sitoutuu niihin suorituksiin joita liike on markkinoinnissaan tuonut esille. Totuudenvastaiset tai harhaanjohtavat tiedot voivat liittyä esimerkiksi markkinoivan välityslikkeen toiminimen ja yhteystietojen ilmoittamiseen tai palvelun hintaan ja sen määräytymisen perusteisiin (Koivumäki & Häkkänen 2011, 49).

Välityslieke ei saa markkinoinnissaan jättää antamatta sellaisia olennaisia tietoja, jotka kuluttaja tarvitsee palveluun liittyvän päätöksen tekemiseksi ja joiden puuttuminen on omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee sellaisen päätöksen, jota hän ei olisi riittävät tiedot saatuaan tehnyt. Kuluttajansuojalain 2 luvun 7 § 2 momentin mukaan elinkeinonharjoittajan antamien tietojen riittävyttä arvioidaan ottaen huomioon tietojen selkeys, ymmärrettävyys ja oikea-aikaisuus mutta myös käytettyyn markkinointiviestimeen liittyvät mahdolliset rajoitteet. Myös elinkeinonharjoittajan muut toimenpiteet tietojen antamiseksi otetaan arvioinnissa huomioon. Markkinoinnissa voisi siten olla sallittua esimerkiksi käyttää viittausta internet-sivuille kattavampien tietojen saamiseksi, kunhan kuluttajalle ainoastaan alkuperäisen televisio- tai radiomainoksen perusteella syntyvä vaikutelma ei ole harhaanjohtava. (Koivumäki & Häkkänen 2011, 55–56.)

Kuluttajansuojalain toisessa luvussa on säädetty markkinoijan tiedonantovelvollisuudesta. Toisen luvun 8 §:ssä on lueteltuna se seikat jotka elinkeinonharjoittajan

on vähintään annettava silloin, kun se tarjoaa yksilöityä kulutushyödykettä, kuten välityspalvelua, tiettyyn hintaan. Markkinoinnista on tällöin käytävä ilmi palvelun pääominaisuudet, elinkeinonharjoittajan nimi ja maantieteellinen osoite ja palvelun kokonaishinta veroineen tai jos täsmällistä hintaa ei voida ilmoittaa, on ilmoitettava hinnan määräytymisen perusteet. Lisäksi markkinoinnista on käytävä ilmi jos maksua, sopimuksen täyttämistä tai asiakasvalituksia koskevat käytännöt poikkeavat siitä mitä kuluttajalla on yleensä aiheutta olettaa. Markkinoinnista on tarvittaessa käytävä ilmi myös mahdollinen oikeus irtisanoa tai peruuttaa sopimus. Tämä koskee käytännössä lähinnä etämyynnin peruuttamisoikeutta. (Koivumäki & Häkkänen 2011, 58–59.)

Aikaisemmin sellaisen sattumanvaraisen edun lupaaminen kuluttajalle, jonka saaminen edellyttää palvelun ostamista, oli kiellettyä. Nykyisin sattumanvaraista etua luvatta ei tarvitse enää tarjota mahdollisuutta osallistua arvontaan myös ilman palvelun ostamista, vaan arpajaisiin osallistuminen on mahdollista rajoittaa markkinoidun palvelun ostajiin (HE 220/2010). Markkinointiarpajaisia järjestettäessä osallistumisen ehtojen on kuitenkin oltava selkeitä ja ymmärrettäviä sekä helposti saatavilla (L 20.1.1978/38).

Kuluttajansuojalain toisessa luvussa on myös kielto aggressiivisten menettelyjen käyttämisestä markkinoinnissa. Aggressiivisena menettelynä pidetään häirintää, pakottamista painostamista, joka on omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee päätöksen tai sopimuksen, jota hän ei ilman painostamista olisi tehnyt. (L 20.1.1978/38.)

6.2 Myyty- ja varattu- merkinnät

Välitysliike saa markkinoida ainoastaan sellaisia kohteita, joista liikkeellä on olemassa myyntitoimeksianto. Myytyjen kohteiden markkinointi on kielletty. Tästä johtuen jo myydyin kohteen esittäminen ilmoittelussa myyty-merkinnällä ei ole sallittua. Myyty-merkinnän käyttö kohteen markkinoinnissa on kiellettyä myös siinä tilanteessa, että välitysliike on ottanut vastaan käsirahallisen ostotarjouksen kohteesta, sillä tuolloin välitysliike ei saa ottaa samasta kohteesta muuta tarjousta vastaan. (SKVL, 2003.)

Välitysliike ei voi lähtökohtaisesti ottaa uusia tarjouksia vastaan silloinkaan, kun kohteesta on annettu ehdollinen ostotarjous ja kaupan tekemisestä on sitovasti sovittu. Kun välitysliike ei voi ottaa vastaan tarjouksia kohteesta, ei se hyvän välitystavan mukaan saa myöskään markkinoida kyseistä kohdetta. Myyjä on kuitenkin voinut hyväksyä ostotarjouksen myös omalta osaltaan ehdollisena siten, että on varannut oikeuden hyväksyä muita tarjouksia. Välitysliike on tällöin oikeutettu markkinoimaan kohdetta normaalisti. (SKVL, 2003.)

Myyty-merkinnän käyttö markkinoinnissa voi kuitenkin olla poikkeuksellisesti sallittua tilanteessa, jossa kohdeilmoitus on jo ehditty toimittaa sanomalehteen ja ostajaehdokas tekee kohteesta käsirahallisen ostotarjouksen tai ehdollisen ostotarjouksen joka hyväksytään. Ilmoituksen poistaminen sanomalehdestä voi olla mahdotonta tai se saattaa aiheuttaa liiaksi kustannuksia. Myyty-merkintää voidaan siis poikkeuksellisesti käyttää kohteen printtimainonnassa. Verkkosivuilla sitä ei kuitenkaan ole mahdollista käyttää. Aluehallintoviraston vakiintuneen valvontakäytännön mukaan myyty-merkinnät, ostotarjous hyväksytyt-merkinnät ja muut vastaavat merkinnät välitysliikkeiden www-sivuilla ovat aina vastoin hyvää välitystapaa. (Länsi- ja Sisä- Suomen aluehallintovirasto.)

6.3 Referenssit

Välitysliike voi halutessaan markkinoida toimintaansa kertomalla aikaisemmista jo myydyistä kohteista. Tulee kuitenkin muistaa, että tämä edellyttää suostumusta sekä kyseisten kohteiden myyjiltä että ostajilta. Myytävät ja myydyt kohteet eivät saa myöskään sekoittua markkinoinnissa, vaan myydyistä kohteista ilmoitettaessa voidaan muodostaa esimerkiksi erillinen referenssiluettelo, josta tulee käydä selkeästi ilmi, että kohteet ovat jo myytyjä. (KVKL, 2012.)

6.4 ”Ostajat valmiina”-ilmoittelu

Kiinteistönvälitysliikkeillä on toisinaan ostaja valmiina juuri tietyn tyyppiselle kohteelle. Olemassa oleva ostotoimeksianto ei kuitenkaan anna takeita kaupan syntymisestä ja ”ostajat valmiina”-ilmoittelun vuoksi välitysliikkeeseen yhteyttä ottanut myyjä ei välttämättä saa asuntoaan kaupaksi ilmoittelussa tarkoitettulle os-

tajalle. Välitysliike saattaa tällöin tarjota välityspalveluaan myyjälle. Kuluttajasi-
asiamies onkin ohjeistanut, että ”ostajat valmiina”- ilmoittelussa tulee olla mainin-
ta siitä, että jos ilmoituksen mukaista kauppaa ei synny, niin välitysliike tulee tar-
joamaan välityspalveluaan, ilmoituksesta ilmenevään hintaan. (Nevala ym. 2010,
43–44.)

Toisinaan ”ostajat valmiina”- ilmoittelua on esiintynyt kiinteistönvälitysliikkeiden
markkinoinnissa myös silloin, kun valmiita ostotoimeksiantoja ei ole. Kuluttaja-
asiamies onkin puuttunut sellaiseen markkinointiin, jossa ”ostajat valmiina”- il-
moittelulla pyritään ainoastaan luomaan vaikutelma nopean asuntokaupan mah-
dollisuudesta sekä saamaan uusia myyntitoimeksiantoja, eikä toimeksiannon teh-
neitä ostajia todellisuudessa ole valmiina. Silloin kun välitysliike antaa markki-
noinnissaan kuvan valmiista ostajista, tulee sillä olla olemassa kirjalliset toimek-
siannot ostajilta. (Kuluttajavirasto 2006; Nevala ym. 2010, 43.)

6.5 Hakuilmoittelu

Hakuilmoittelusta on kyse silloin, kun toimeksiantosopimus on tehty vuokralaisen
kanssa. Tällöin välitysliike pyrkii ilmoituksilla tavoittamaan vuokranantajia. Il-
moituksissa annetaan tietoja etsittävän kohteen tyypistä ja usein myös tietoja
vuokralaisesta. Hakuilmoittelu edellyttää aina todellista olemassa olevaa vuok-
raustoimeksiantosopimusta ja välityspalvelu on tällöin jo myyty. Hakuilmoittelul-
la ei voida pyrkiä hankkimaan vuokranantajilta toimeksiantosopimuksia. Hakuil-
moittelussa on lisäksi muistettava, että välitysliikkeen on pyydettävä toimeksian-
tosopimuksen tehneeltä vuokralaiselta lupa, jos tämä tulee ilmoittelussa yksi-
löidyksi esimerkiksi iän tai ammatin perusteella. (Nevala ym. 2010, 130.)

6.6 Markkinointi itsemyyjille

Välitysliike voi tarjota välityspalvelua myös itsemyyjille, eli yksityisille henkilöil-
le jotka myyvät itse omaa asuntoaan tai kiinteistöään. Hyvän välitystavan ohjeen
mukaan välitysliikkeen tulee tällöin selkeästi tuoda esiin, että myyjälle ollaan tar-
joamassa välityspalvelua ja kertoa tälle sekä välityspalvelun hinta että muut pe-
rusasiat. Tilanteessa on luonnollisesti huomioitava myös kotimyyntiä koskevat

säännökset. Ostajaehdokkaaksi tekeytyminen on siis hyvän välitystavan vastaista. Hyvän välitystavan vastaista on myös ottaa yhteyttä sellaisiin itsemyyjiin, jotka jo ilmoituksessaan kieltävät välittäjien yhteydenotot. Välitysliike voi olla ilmoittajaan yhteydessä kuitenkin siinä tapauksessa, että sillä on olemassa ostotoimeksianto ja yhteydenoton tarkoituksena on kysellä tietoja ostajaa varten. (KVKL, 2012.)

6.7 Kylkiäiset

Välitysliike voi markkinoida välityspalveluaan tarjoamalla esimerkiksi myyntitoimeksiantosopimuksen tekeville asiakkailleen kaupan päälle jotain lisäetuutta, vaikka kodin elektroniikkaa tai sisustustuotteita. Tarjottaessa kuluttajalle tällaista lisätua eli niin kutsuttua kylkiäistä, on otettava huomioon, että kylkiäinen ei voi kuitenkaan olla ilmoituksen pääsanoma. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto.)

Kylkiäistä ei voi luonnehtia markkinoinnissa ilmaiseksi tai lahjaksi, sillä se ei ole ilmainen, kun sen saadakseen on ostettava päätuote, joka maksaa. Kylkiäisen arvo on myös tavallisesti ilmoitettava markkinoinnissa. Jos kylkiäisen arvo erikseen ostettuna on kuitenkin alle 10 €, sitä ei tarvitse mainita ilmoituksessa. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto.)

Tarjouksen ehdot on myös kylkiäisiä tarjottaessa ilmoitettava selkeästi. Kuluttajan on voitava ilmoitusta silmäilemällä saada käsitys siitä, onko hänellä mahdollisuus hyödyntää tarjous. Markkinoinnista on käytävä ilmi tarjouksen kesto sekä määrälliset tai muut mahdolliset rajoitukset. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto.)

6.8 Vastikkeettomuutta kuvaavat sanat

Vastikkeettomuutta kuvaavien sanojen, kuten ”ilmainen” tai ”maksuton”, käyttäminen markkinoinnissa vaatii tarkkuutta. Maksullisen tuotteen luonnehtiminen ilmaiseksi on kuluttajansuojalain nojalla kiellettyä harhaanjohtavaa markkinointia. Myöskään välitysliikkeen palveluita ei voida markkinoida maksuttomina, mikäli niiden käyttäminen todellisuudessa edellyttää maksua. Tuotteen tai palvelun maksuttomuus ei voi olla ehdollista sillä tavoin, että asiakkaalta vaaditaan aktiivisia toimia, jotta kuluja ei synny. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto.)

Kiinteistönvälitysliikkeiden kohdalla tällainen tilanne tulee kyseeseen esimerkiksi silloin, kun liike tarjoaa kuluttajalle asunnon hinta-arviota ilmaiseksi. Kuluttajavirastoon tehdyn ilmoituksen mukaan eräs kuluttaja oli saanut kiinteistönvälitysliikkeeltä laskun ilmaisena markkinoidusta arviokäynnistä, kun oli ilmoittanut että ei aio lähiaikoina myydä asuntoaan. Kuluttajavirasto katsoi, että peruslähtökohtana on pidettävä sitä, että välitysliike pitää lupauksensa ilmaisesta palvelusta. Ilmaise-
na markkinoidusta palvelusta ei voida lähettää kuluttajalle laskua. Jos liike ilmai-
sen arviokäynnin sijaan markkinoikin välityspalvelua, asia on kerrottava kulutta-
jalle markkinoinnissa selkeästi, kuten myös palvelun hinta. (Kuluttajavirasto, 2007.)

Kilpailu- ja kuluttajavirasto suosittelee markkinoinnissa käytettävän ilmaisuja ”kaupan päälle”, ”samaan hintaan” tai ”ilman eri maksua”, silloin kun niin sano-
tun maksuttoman tuotteen tai palvelun saaminen tosiasiaassa edellyttää asiakkaalta
sitoutumista maksulliseen palveluun tai jonkin tuotteen ostamista. (Kilpailu- ja
kuluttajavirasto.)

6.9 Kotimyynti- ja etämyynti

Välityspalveluihin sovelletaan kuluttajansuojalain 6 luvun mukaisia koti- ja etä-
myyntiä koskevia säännöksiä. Kotimyyynnistä on kyse silloin, kun välityspalvelui-
ta tarjotaan kuluttajalle henkilökohtaisesti tai puhelimitse muualla kuin välitys-
liikkeen toimipaikassa. Kotimyynti ei siis välttämättä tapahdu kuluttajan kotona,
vaan palvelun tarjoaminen voi tapahtua myös muualla välitysliikkeen toimipaikan
ulkopuolella. Kotimyyntitilanteesta on kyse esimerkiksi silloin, kun välittäjä saa-
puu kuluttajan luokse tämän pyynnöstä tekemään asunnosta ainoastaan hinta-
arviota ja samassa yhteydessä päädytäänkin tekemään toimeksiantosopimus. Täl-
löin välittäjä tarjoaa siis muuta palvelua kuin mitä kuluttaja on alun perin tilannut
ja kotimyyntiä koskevat säännökset tulevat sovellettaviksi. (Nevala ym. 2010, 44–
45.)

Keskeisin kotimyyntiä koskeva erityispiirre on kuluttajan 14 päivän peruuttamis-
oikeus. Kuluttajalla täytyy siis olla kaksi viikkoa aikaa harkita, haluaako hän py-
syä sopimuksessa. Kotimyyntin yhteydessä kuluttajalle on annettava kotimyynti-

asiakirja, joka sisältää säännökset peruuttamisoikeudesta ja sen käyttämisestä. Jos kotimyyntiasiakirjaa ei ole kuluttajalle annettu, tehty sopimus ei sido kuluttajaa ja välittäjällä ei ole myöskään perusteita velkoa kuluttajalta maksua, vaikka kotimyyntissä myyty palvelu olisi jo ehditty täyttää. Kotimyyntiasiakirjan antamatta jättäminen on myös rangaistava teko. (Nevala ym. 2010, 44–45.)

Kotimyyntistä ei kuitenkaan ole siis kyse silloin kun välittäjä saapuu kuluttajan kotiin tai muuhun paikkaan tämän pyynnöstä nimenomaisesti tekemään toimeksiantosopimusta ja tilanteessa ei muita palveluja tarjota. (Nevala ym. 2010, 44–45.)

Etämyynnillä tarkoitetaan kulutushyödykkeen tarjoamista kuluttajalle sellaisen etätarjontamenetelmän avulla, jossa sopimuksen tekemiseen ja sitä edeltävään markkinointiin käytetään yksinomaan yhtä tai useampaa etäviestintä. Etäviestimeksi katsotaan puhelin, televisio, tietoverkko tai muu väline, jota voidaan käyttää sopimuksen tekemiseen ilman että osapuolet ovat yhtä aikaa läsnä. (L 20.1.1978/38.)

Välitystoiminnassa etämyyntitilanteen voi ajatella tulevan kyseeseen esimerkiksi silloin kun toiselle paikkakunnalle muuttoa suunnitteleva asiakas nähtyään välityслиikkeen ilmoituksen verkossa ottaa puhelimitse tai sähköpostitse yhteyttä kiinteistönvälittäjään ostotoimeksiantosopimuksen tehdäkseen tai löytääkseen itselleen sopivan vuokra-asunnon. Internetin välityksellä, esimerkiksi sähköisesti allekirjoitettavan toimeksiantosopimuksen markkinointi täyttää etämyynnin määritelmän (Kasso 2011, 73). Etämyyntissä osapuolten on päästävä yksimielisyyteen sopimuksen ehdoista tapaamatta toisiaan. Tämä edellyttää tarkkuutta. Etämyyntissä markkinoijan on annettava selkeästi ja ymmärrettävästi perustiedot itsestään, tarjotusta palvelusta, sopimusehdoista sekä peruuttamisoikeudesta jo ennen sopimuksen tekemistä. (Nevala ym. 2010, 45–46.)

Sopimuksen teon jälkeen etämyyntiä koskevat tiedot on vahvistettava kirjallisesti tai sähköisesti. Vahvistuksen tarkoituksena on se, että kuluttaja saa säilytettäväkseen sopimuksen tiedot ja keskeiset ehdot ja voi vedota niihin tarvittaessa. Vahvistusta ei tarvitse toimittaa siinä tapauksessa, jos tiedot on annettu kuluttajalle jo

ennen sopimuksen tekemistä kirjallisesti tai sähköisesti. (Nevala ym. 2010, 45–46.)

Kuluttajalla on oikeus peruuttaa kotimyynnissä tai etämyynnissä tehty sopimus 14 päivän kuluessa. Kuluttajan ei tarvitse ilmoittaa peruutusoikeuden käyttämiselle mitään erityistä syytä. Välittäjä ei myöskään voi peruuttamisen perusteella vaatia kuluttajalta hyvitystä tai korvausta. Peruuttamisilmoituksella ei ole muotovaatimusta ja sen voi tehdä joko suullisesti tai kirjallisesti. Peruuttamisaika on kolme kuukautta siinä tapauksessa että vahvistusilmoitus on puutteellinen. Jos puutteellinen vahvistusilmoitus kuitenkin oikaistaan tänä aikana, on kuluttajalla oikeus peruuttaa sopimus 14 päivän kuluessa oikaistun vahvistusilmoituksen saamisesta. (Nevala ym. 2010, 46.)

Peruuttamisoikeutta ei ole silloin, kun sopimuksen mukainen palveluksen suorittaminen on aloitettu ennen peruuttamisajan päättymistä kuluttajan suostumuksella. Välittäjä ei kuitenkaan voi vedota tähän rajoitukseen, ellei siitä ole vahvistusilmoituksessa mainittu. (Nevala ym. 2010, 46.)

7 VÄLITYSPALKKIO JA PALVELUN HINNAN ILMOIT- TAMINEN

Välitysliikkeellä on oikeus välityspalkkioon lähtökohtaisesti vain silloin, kun kauppa, vuokrasopimus tai muu käyttöoikeussopimus syntyy. Tosin toimeksiantosopimuksessa on kuitenkin mahdollista sopia tästä myös toisin. Välityspalkkio voidaan periä kuitenkin ainoastaan toimeksiantajalta. Välitysliikkeen toimeksiantaja on usein kohteen myyjä tai vuokranantaja, mutta toimeksiantaja voi olla myös ostaja tai vuokralainen. Jos yhtä kohdetta koskevan sopimuksen molemmat osapuolet ovat olleet välitysliikkeen toimeksiantajina, saa välitysliike periä vain yhtä välityspalkkiota vastaavan määrän. Välityspalkkion on oltava kohtuullinen, huomioon ottaen välitystehtävän laatu, työmäärä ja suoritustapa. (L 15.12.2000/1074.)

Kulutusmarkkinoilla tuotteen hinta on yksi kilpailun ja kuluttajien valintojen peruselementti joten sen ilmoittaminen markkinoinnissa on välttämätöntä. Suomessa asiasta on olemassa EU-direktiiviin pohjautuva erillissäädös, kuluttajasuojalain nojalla annettu hintamerkintäasetus. (Saine 2008, 21.) Hintamerkintäasetus koskee myös kulutuspalveluita, kuten kiinteistönvälitys- ja vuokrahuoneistonvälityspalveluita. Soveltamisalan ulkopuolelle jää kuitenkin liiketeollisten kohteiden, kuten toimitilojen, varastojen tai hallirakennusten välityspalveluiden markkinointi. (Nevala ym. 2010, 47.)

Hintamerkintäasetuksen mukaan silloin, kun palvelualan elinkeinonharjoittaja markkinoi yksilöityä kulutushyödykettä kuluttajalle mainoksilla tai muulla vastaavalla tavalla, hyödykkeen myyntihinta on ilmoitettava. (A 30.12.1999/1359.) Hintojen ilmoittamatta jättäminen kokonaan tai osittain, on tästä huolimatta varsin yleistä. On tavallista, että myyjä ilmoittaa hinnat kaikessa muussa markkinoinnissaan, mutta ei esimerkiksi nettisivuillaan, vaikka tuotteet tai palvelut ovat sielläkin näytillä yksilöityinä. On myös tavallista, että hinnasta kerrotaan vain osa, jonka päälle kuluttajan pitää maksaa vielä erilaisia lisiä. Tästä seuraa se, että kuluttaja saa tietää lopullisen hinnan vasta laskussa. (Saine 2008, 21.)

Länsi- ja Sisä-Suomen aluehallintovirastoon saapuneessa kantelussa ilmoitettiin kiinteistönvälitysliikkeen hinnanilmoittamisvelvollisuuden laiminlyönnistä.

Kantelija oli kiinnittänyt huomiota erään kiinteistönvälitysliikkeen markkinointiin ja ilmoitti, että kyseinen liike ei lehti-ilmoituksissaan ilmoita välityspalkkiotietoja lainkaan. Kiinteistönvälitysliikkeen vastaava hoitaja myönsi selityksessään, että huolimatta valvovan viranomaisen aikaisemmasta kehotuksesta, liike on edelleen pienissä ilmoituksissaan jättänyt välityspalkkiota koskevat tiedot ilmoittamatta. Selityksessään vastaava hoitaja kyseenalaisti hintojen merkitsemisen järkevyyden ja kertoi katsovansa, että välityspalvelun hinnan ilmoittaminen pikkuilmoituksissa on epärelevantti yksityiskohta.

Aluehallintovirasto antoi välitysliikelain 18 §:n 2 momentin nojalla kiinteistönvälitysliikkeelle varoituksen. Aluehallintovirasto perusteli ratkaisuun muun muassa siten, että kiinteistönvälitysliike oli jatkanut kuluttajan suojalain, hintamerkintäasetuksen ja viranomaisten ohjeistuksen vastaista markkinointiaan siitä huolimatta, että valvova viranomainen oli toistuvasti ottanut välitysliikkeeseen yhteyttä liikkeen markkinoinnissa ilmenneistä epäkohdista. Aluehallintovirasto katsoi, että välitysliikkeen toiminnasta ja välitysliikkeen antamasta selityksestä välittyi liikkeen ja sen vastaavan hoitajan välinpitämätön suhtautuminen annettujen säädösten noudattamiseen. (LSSAVI, diaarinumero LSSAVI/01049/05.11.07/2010.)

7.1 Yksilöity palvelu

Korkein oikeus on todennut ennakkopäätöksessään (KKO:2007:37), että kysymys hinnan ilmoittamisvelvollisuudesta tulee ratkaista sen perusteella, voiko kuluttaja mainoksen perusteella mieltää kyseessä olevan yksilöidyn tuotteen tai palvelun mainonnan. Kun tuote tai palvelu on yksilöitävissä, on elinkeinonharjoittajan ilmoitettava tuotteelle myös myyntihinta (Kuluttajavirasto, 2007).

Välityspalvelu tulee yksilöidyksi silloin, kun kiinteistönvälitysliike markkinoinnissaan nimenomaisesti tarjoaa välityspalvelua tai antaa tietoja tarjoamastaan välityspalvelusta. Välityspalvelu yksilöityy esimerkiksi seuraavin ilmaisin:

- ”välittäjämme hoitavat asunnonvaihtosi vahvalla ammattitaidolla”
- ”etsimme jälleen uusia kohteita välitettäväksi”
- ”otathan meihin yhteyttä asuntonsi myynnissä”

Kun välityspalvelua markkinoidaan edellä kuvatuin tai vastaavanlaisin ilmaisin välityspalvelun hinta on siis aina ilmoitettava. (Nevala ym. 2010, 47.)

7.2 Hintatiedon selkeä ilmoittaminen

Välityspalvelun hinta tulee aina ilmoittaa selkeällä ja yksiselitteisellä tavalla. Hintamerkinneen tulee olla kuluttajan kannalta helposti havaittava ja ymmärrettävä. Palvelun hintaa ei saa ilmoittaa osina sillä tavoin, että kuluttaja joutuu itse laskemaan lopullisen myyntihinnan. Hinta on ilmoitettava kokonaishintana, johon sisältyy arvonlisäveron osuus. (Länsi- ja Sisä- Suomen aluehallintovirasto 2012.)

Usein välityspalvelun hinta määräytyy prosentteina kaupan kohteen toteutuneesta hinnasta ja tässä tapauksessa asiakkaalle tulee jo palvelua markkinoitaessa kertoa, lasketaanko palkkio kauppahinnasta vai velattomasta hinnasta. Jos laskentaperustetta ei kuitenkaan ole mainittu lainkaan, oletetaan hinnan tällöin tulevan laskettavaksi kauppahinnasta. (Nevala ym. 2010, 48)

Länsi- ja Sisä- Suomen aluehallintoviraston kiinteistönvälitysliikkeiden markkinointia koskevan valvontakirjeen liitteessä on avattu välityspalvelun hinnanilmoittamista muutamien esimerkein.

"Seuraavat arvonlisäveron sisältävät hinnanilmoittamisen esimerkit täyttävät hinnanilmoittamisvelvollisuuden:

- välityspalkkio X % velattomasta kauppahinnasta
- välityspalkkio X % kauppahinnasta, sis. alv. 24 %
- välityspalkkio X % velattomasta kauppahinnasta, sis. alv. 24 %

- välityspalkkio X % velattomasta kauppahinnasta, vähimmäispalkkio X €
- vuokranvälityspalkkio X % kuukauden vuokraa vastaavasta summasta
- väl. palk. X kk:n vuokra

Seuraavat esimerkki-ilmaisut eivät yksin täytä hinnanilmoittamisvelvollisuutta:

- palkkio alkaen X €
- palkkio X %
- palkkio X % velattomasta kauppahinnasta + alv. 24 %
- kysy tarjoustamme
- välityspalkkio sopimuksen mukaan
- vuokranvälityspalkkio X kk + alv. 24 %"

(Länsi- ja Sisä-Suomen aluehallintovirasto 2012.)

7.3 Kulukorvaukset

Toisinaan välittäjä perii prosenttiperusteisen tai euromääräisen välityspalkkion lisäksi myös kulukorvauksia esimerkiksi ilmoittelusta tai asiakirjojen hankkimisesta koituvista kustannuksista. Tällöin myös korvauksen peruste ja määrä on ilmoitettava markkinoinnissa. Hinta voidaan ilmoittaa esimerkiksi seuraavasti:

- välityspalkkio X %, sis. alv. 24 % + asiakirjakulut enintään X €
- välityspalkkio X % kauppahinnasta + ilmoituskulut

Välityspalvelun hinnaksi ilmoitetaan tavallisesti se hinta, joka peritään toimeksiantajalta silloin kun kauppa syntyy. Mikäli välittäjä soveltaa sopimusehtoa, jonka mukaan välittäjällä on oikeus korvauksiin, jotka ovat syntyneet välitystehtävää suoritettaessa, vaikka varsinaista palkkioperustetta eli kauppaa ei olisikaan syntynyt, tulee korvauksen peruste ja määrä ilmoittaa myös markkinoinnissa. (Kuluttaja-asiamies, 1997.)

7.4 Erottuva hintamerkintä

Lopullinen myyntihinta on kuluttajalle tärkein hintatieto ja siksi sen tulee myös erottua. Ilmoituksen ulkoasua suunniteltaessa hintatiedon selkeyttä kannattaa arvioida kuluttajan näkökulmasta vaikka seuraavin kysymyksin:

- Onko kuluttajan helppo havaita hinta ilmoituksesta?
- Saako hinnasta hyvin selvän?
- Onko kirjasinkoko riittävän suuri?

Toisinaan, erityisesti printtimainonnassa, välityspalkkio on merkitty hyvin pienen tilaan ja pienellä kirjasinkoolla jolloin lopputulos tavallisesti on epäselvä. Nyrkkisääntönä on hyvä pitää sitä, että hintatietojen tulee olla niin selkeät, että ne ovat ymmärrettävissä jo mainosta silmäilemällä. (Saine 2008, 22.) Lyhenteitä on mahdollista käyttää hintailmoittelussa, mutta merkintöjen tulee olla selkeitä ja ymmärrettäviä (Nevala ym. 2010, 47).

7.5 Imagomarkkinointi

Imagomarkkinoinnissa välityspalvelun hinnan ilmoittaminen ei ole välttämätöntä. Imagomarkkinoinnista on kyse silloin, kun liike ei tarjoa markkinoinnissaan yksilöityä palvelua. Imagomarkkinoinnissa käytetään esimerkiksi seuraavankaltaisia ilmaisia ”Olemme myyneet lukuisia asuntoja tällä alueella” tai ”Olemme toimineet alueella jo yli 20 vuotta”. (KVKL, 2012.)

7.6 Kohdeilmoittelu

Kun välitysliikkeen markkinoinnissa on kyse ainoastaan kohdeilmoittelusta, eli ilmoituksessa esitellään ainoastaan välitysliikkeen kautta myytäviä kohteita, ei välityspalvelun hintaa tarvitse ilmoittaa. Myytävien kohteiden hinnat on luonnollisesti kuitenkin ilmoitettava (ks. 8. Kohteen markkinointi). (KVKL, 2012; Kuluttaja-asiamies, 1997.) Kuluttaja-asiamies toteaa välityspalvelun hinnan ilmoittamisesta antamassaan ohjeessa, että kohdemarkkinoinnin kohdalla maksullinen välityspalvelu on jo myyty ja se on otettu tavallisesti huomioon kohteen kauppahinnassa. Samassa mainoksessa voidaan toisinaan markkinoida lisäksi myös välitys-

palvelua ja tällöin palvelun hinta tulee ilmoittaa. (Kuluttaja-asiamies 1997.) Välityspalvelun hinnan ilmoittamisesta kohdemarkkinoinnissa on kuitenkin myös toisenlainen näkemys. Sen mukaan välitysliikkeiden kohdeilmoitukset katsotaan palvelun markkinoimiseksi, jonka yhteydessä palvelun hinta on ilmoitettava. (Kasso 2005, 570.) Kirjallisuudessa on lisäksi todettu, että kohdemarkkinointi on olennainen osa välitysliikkeen arkea, johon on syytä panostaa ja sen suunnittelussa tulee huomioida se, että kohdemarkkinointi markkinoi samalla liikkeen tuotetta eli palvelua. (Kasso 2011, 220.)

7.7 Alkaen hinnat

Välityspalvelun hintaa ei voida ilmoittaa siten, että käytetään ainoastaan sanaa alkaen, vaikkapa ”Välityspalkkio alkaen X %”. Välityspalvelun hinta voidaan kuitenkin ilmoittaa esimerkiksi seuraavasti: ”Välityspalkkio asunto-osakkeet X %, kiinteistöt Y %, minimi Z € tai sopimuksen mukaan”. Välityspalkkion määrästä voidaan näin sopia vapaasti. (KVKL 2012.)

8 KOHTEEN MARKKINOINNISSA ANNETTAVAT TIEDOT

Kohteen markkinointi voidaan jakaa ilmoitteluvaiheeseen ja esittelyvaiheeseen. Asuntomarkkinointiasetus sääntelee näitä vaiheita ja niitä vähimmäistietoja, jotka kuluttajille on annettava erityyppisistä kohteista. Välittäjän on annettava markkinoinnissaan kaupan kohteesta kaikki sellaiset tiedot, joilla on olennaista merkitystä kuluttajan harkitessa kohteen ostoa tai vuokrausta. Tärkeätä on, että kuluttajan on voitava annettujen tietojen perusteella verrata eri kohteita toisiinsa.

Nykytilanne on se, että asunnon hakuprosessissa ylivoimaisesti tärkein kanava on internet. Yli 90-prosenttisesti asunnon etsiminen aloitetaan internetissä ja lehti-ilmoittelun asema on tasaisesti vähentynyt. Tähän nähdään vaikuttavan luonnollisesti ihmisten toimintaympäristön muutokset mutta erityisesti internetin hakupalveluiden tehokkuus lisää sen suosiota. (Kasso 2011, 197.) Kuluttaja voi asuntoa etsiessään syöttää internetin palveluun hakutiedot, kuten esimerkiksi kohteen tyyppin, huoneluvun sekä hintaluokan, jolloin hän pääsee nopeammin vertaamaan juuri omiin tarpeisiinsa sopivia kohteita.

Internetissä kohteesta annettavat tiedot eivät sellaisenaan suoraan muodosta esitetä vaan tietoja pidetään myynti-ilmoituksena. Jos kyse kuitenkin on esitteestä, se on kerrottava selkeästi ja tällöin siihen tulee sisältyä kaikki asuntomarkkinointiasetuksen mukaiset esitteeltä vaadittavat tiedot. (Nevala ym. 2010, 82.)

8.1 Asuntomarkkinointiasetuksen mukaiset vähimmäistiedot ilmoittelussa

Ilmoittelulla tarkoitetaan perinteisen lehti-ilmoittelun lisäksi muun muassa koteihin jaettavia lehtisiä ja kiinteistövälityslähteen toimiston ikkunaan kiinnitettäviä mainoksia sekä kohteiden markkinointia televisiossa tai internetissä. Asuntomarkkinointiasetuksen mukaan ilmoittelussa on annettava kohteesta aina samat vähimmäistiedot, kun sitä markkinoidaan kuluttajille jaettavassa tai kuluttajien saatavilla olevassa mainoksessa taikka muulla vastaavalla tavalla. (A 15.2.2001/130.)

8.1.1 Vähimmäistiedot myytävästä kohteesta

Ilmoitettaessa myytävästä kohteesta kuluttajalle, ilmoituksesta on käytävä ilmi kohteen tyyppi, kuten esimerkiksi onko kyseessä kerrostaloasunto, rivitaloasunto tai rakentamaton maa-alue. Kohteen sijainnista on annettava riittävät tiedot, ilmoittamalla kohteen sijaintikunta sekä kylä tai kaupunginosa tai muu kohteen sijaintia tarkemmin ilmaiseva tieto. Asumiskäyttöön myytävästä kohteesta tulee markkinoinnissa ilmoittaa asuintilojen pinta-ala ja lisäksi huoneluku. Mikäli markkinoidaan rakentamatonta maa-aluetta tai vapaa-ajan asuntoa, tulee ilmoittaa maa-alueen pinta-ala. Suunnitteilla tai rakenteilla olevasta kohteen markkinoinnissa on käytävä ilmi kohteen arvioitu valmistumisaika. Lisäksi markkinoinnista tulee luonnollisesti tulla selkeästi esille markkinoinnista vastaavan välityслиikkeen nimi ja yhteystiedot sekä kohteen myyntihinta ja velaton hinta, jos se poikkeaa myyntihinnasta. (A 15.2.2001/130.)

Asumisoikeusasunnosta ilmoitettaessa tulee ilmoituksessa tuoda esille asumisoikeusmaksu ja käyttövastike. Osaomistusasunnon kohdalla ilmoituksesta tulee käydä ilmi ensimmäisessä vaiheessa myytävän osuuden suuruus ja sen hinta. Lisäksi on annettava tieto siitä, onko loppuosuus mahdollista ostaa myöhemmin sekä ilmoittaa asunnon käyttöoikeudesta perittävät maksut. (A 15.2.2001/130.)

Asuntomarkkinointiasetuksen 2 § 4 momentti koskee rakennuksen energiatehokkuuden ilmoittamista. Momentti tulee voimaan 1.6.2013. (A 15.2.2001/130.)

8.1.2 Vähimmäistiedot vuokrakohteesta

Ilmoitettaessa vuokrattavasta asunnosta, ilmoituksesta on käytävä ilmi vähintään asunnon sijainti ja sen tyyppi, huoneluku ja vuokralaisen yksinomaisessa käytössä olevien tilojen pinta-ala. Ilmoituksesta tulee käydä selkeästi ilmi vuokra sekä mahdollinen ennakkovuokra ja vakuus. Vuokranantaja saattaa toisinaan haluta solmia määräaikaisen vuokrasopimuksen ja tällöin määräaikaisen vuokrasopimuksen kesto tulee tuoda esille jo markkinointivaiheessa. Myös vuokrakohteesta ilmoitettaessa on luonnollisesti muistettava ilmoittaa markkinoinnista vastaavan välityслиikkeen nimi ja yhteystiedot. Asuntomarkkinointiasetuksen 3 §:n 2 mo-

mentissa säädetään rakennuksen energiatehokkuuden ilmoittamisesta. Energiatehokkuuden ilmoittamista koskeva momentti tulee voimaan 1.6.2013. (A 15.2.2001/130.)

8.2 Asuntomarkkinointiasetuksen mukaiset vähimmäistiedot esitteessä

Kuluttajalle on annettava kohteesta laadittu esite aina silloin, kun hänelle annetaan tilaisuus tutustua kohteeseen. Sillä ei ole merkitystä, onko kyseinen myyntikohteen esittely kaikille avoin yleisesittely vai tietyille ostajaehdokkaalle järjestetty. Ei ole estettä sille, että esite on yhdistelmä, jossa on useamman kuin yhden myytävänä olevan kohteen tiedot (Kasso 2005, 624.). Esite on ostajaehdokkaalle keskeisin tietolähde ja sen sisällöstä on säädetty hyvin yksityiskohtaisesti. Esitteen tulee sisältää asuntomarkkinointiasetuksen edellyttämät vähimmäistiedot kohteesta.

Esitteen laatimisen kanssa on syytä olla huolellinen. Esitteen tietojen kanssa on oltava suora ja avoin. Asunnon puutteilla on jälkeinpäin kuluttajan tietoon tullessa huomattavasti suurempi merkitys kuin silloin, kun ne kerrotaan avoimesti heti alkumetreillä. Tietojen kattavuus ja oikeellisuus ovat esitteen ehdottomia vaatimuksia. (Kasso 2011, 196.)

8.2.1 Asunto-osakkeen esite

Asunto-osakkeen esitteessä on oltava ainakin seuraavat tiedot:

1. Markkinoinnista vastaavan välitysliikkeen nimi ja yhteystiedot
2. Asunnon osoite
3. Asunnon tyyppi
4. Asunnon hallintamuoto
5. Asunnon huoneluku ja asunnon pinta-ala eriteltynä asuintiloihin ja muihin tiloihin
6. Asunnon hallintaan oikeuttavien osakkeiden tai muiden osuuksien yksilöintitiedot
7. Rakennuksen kerrosluku ja myynnissä olevan asunnon asuinkerros (kerrostaloasunnoista)

8. Asunnon vapautuminen (suunnitteilla tai rakenteilla olevasta kohteesta arvioitu valmistumisaika)
9. Poikkeukselliset asunnon arvoa tai asumisviihtyvyyttä vähentävät seikat
10. Taloyhtiön tai muun yhteisön nimi
11. Rakennuksen käyttöönottovuosi
12. Rakennuksen pääasiallinen rakennusmateriaali
13. Kattotyyppi ja katon päällysmateriaali (pientaloasunnot)
14. Lämmitysjärjestelmä
15. Taloyhtiön huoneistojen lukumäärä ja muiden tilojen esittely
16. Taloyhtiön asuinhuoneistojen ja liikehuoneistojen pinta-alat
17. Yhtiölle kuuluvat asukkaiden käytössä olevat pysäköintitilat
18. Asunnon käyttöä ja luovutusta koskevat rajoitukset
19. Isännöitsijän tai muun vastaavan yhteystiedot
20. Tiedossa olevat rakennuksen tai kiinteistön huomattavat korjaukset ja perusparannukset sekä arvio niiden toteuttamisajankohdasta ja niistä aiheutuvista kustannuksista
21. Velvoitteet, jotka voivat myöhemmin aiheuttaa asunnon ostajalle kustannuksia
22. Yhtiön maa-alueen pinta-ala, vuokramaasta vuokranantajan nimi, jäljellä oleva vuokra-aika ja vuokran suuruus
23. Asumiskustannukset kuten vastikkeet ja vesimaksut (suunnitteilla tai rakenteilla olevasta kohteesta arvio asumiskustannuksista)
24. Asuinalueen kaavoitustilanne ja viranomainen jolta voi saada asiasta lisätietoja, jollei näiden mainitseminen asunnon sijainti huomioon ottaen ole tarpeetonta
25. Palvelut ja liikenneyhteydet, ellei näiden mainitsemista voida pitää tarpeettomana esimerkiksi asunnon sijaitessa kaupungin tai suuremman taajaman keskustassa
26. Asunnon myyntihinta ja velaton hinta (suunnitteilla tai rakenteilla olevasta kohteesta kauppahinnan maksuaikataulu)
27. Asunto-osakkeen osuus yhteisön pitkäaikaisista lainoista ja myös maininta siitä voiko lainaosuuden maksaa pois

28. Maininta siitä, jos myyjä varaa itselleen mahdollisuuden tehdä muutoksia asunnon ominaisuuksiin tai kauppakirjan tai muun kohdetta koskevan sopimuksen ehtoihin (suunnitteilla tai rakenteilla oleva kohde)
29. Osaomistusasunnon osalta selvitys mahdollisuudesta ostaa loppuosa ja sen hinnasta ja määräytymisperusteista sekä muista kaupan keskeisistä ehdoista.

Esitteen lisäksi asunto-osakkeen esittelyssä on oltava nähtävänä kohteen pohjapiirros ja energiatodistus. Nähtävänä on oltava myös taloyhtiön tilinpäätös ja muu taloudellisen aseman arvioimiseksi tarvittava selvitys, kuten talousarvio ja jos asunnon hallintaan saanti edellyttää kauppakirjan lisäksi muita sopimuksia, niin niistä tulee olla mallit. Suunnitteilla tai rakenteilla oleva kohde kohdalla nähtävillä on oltava taloussuunnitelma ja rakennustapaseloste. (A 15.2.2001/130; Nevala ym. 2010, 84-86.)

8.2.2 Kiinteistön esite

Kiinteistön esitteessä on oltava ainakin seuraavat tiedot:

1. Markkinoinnista vastaavan välitysliikkeen nimi ja yhteystiedot
2. Kohteen tyyppi (esimerkiksi oma-kotitalo tai rakennuspaikka)
3. Kohteen lähiosoite ja yksilöintitiedot (kunta, kaupunginosa, kiinteistötunnus)
4. Kohteen laatu (esimerkiksi määräala)
5. Maa-alueen pinta-ala
6. Vuokramaasta vuokranantaja, vuokran suuruus, jäljellä oleva vuokra-aika ja mahdolliset vuokraoikeuden siirtoa koskevat rajoitukset
7. Alueen kaavoitustilanne ja viranomaisen, jolta voi saada lisätietoja, jollei mainitseminen sijainnin vuoksi ole tarpeetonta
8. Rakennusoikeus
9. Kiinnitykset ja muut rasitukset ja rasitteet
10. Vapautuminen tai arvioitu valmistumisaika
11. Alueen käyttöä ja luovutusta koskevat rajoitukset
12. Poikkeukselliset kohteen arvoa tai asumisviihtyvyyttä vähentävät seikat

13. Alueella sijaitsevat rakennukset ja rakennelmat
14. Hinta (suunnitteilla tai rakenteilla olevan kohteen maksuaikataulu)
15. Muut ostajan maksettavaksi tulevat maksut
16. Liikenneyhteydet ja palvelut, ellei mainitsemista kohteen sijainnin vuoksi voida pitää tarpeettomana

Asumiskäyttöön tarkoitettusta kiinteistöstä on esitteessä edellä mainittujen lisäksi oltava seuraavat tiedot:

1. Rakennuksen valmistumisaika tai jos se ei ole selvitetävissä, arvio siitä
2. Pääasiallinen rakennusmateriaali
3. Kattotyyppi ja katon päällysmateriaali
4. Huonelukku ja pinta-ala eriteltynä asuintiloihin ja muihin tiloihin
5. Lämmitysjärjestelmä
6. Keskimääräiset lämmityskustannukset tai sähkölämmitteisestä rakennuksesta kokonaissähkönkulutuksen keskimääräiset kustannukset, suunnitteilla tai rakenteilla olevan rakennuksen kohdalla arvio näistä kustannuksista (vain vakituiseen asumiseen tarkoitettussa rakennuksessa)

Esitteen lisäksi kiinteistön esittelyssä on oltava nähtävänä kartta, josta tulee käydä ilmi kohteen sijainti ja alueen rajat. Kartta voi olla kiinteistörekisterikartta, lohkomiskartta tai asemapiirros. Nähtävillä on oltava myös maanvuokrasopimus tarvittaessa. Asumiskäyttöön tarkoitettusta rakennuksesta on oltava nähtävillä pohjapiirros ja energiatodistus jos sellainen vaaditaan ja on saatavilla. Suunnitteilla tai rakenteilla olevan kohteen esittelyssä nähtävillä on oltava selosta rakennuksen kalusteista, varusteista ja pinnoitteista. (A 15.2.2001/130; Nevala ym.2010, 86–87.)

8.2.3 Vuokraohteen esite

Asuntomarkkinointiasetuksen 9 §:n mukaan vuokrattavaa asuntoa koskevassa esitteessä on mainittava asetuksen 3 §:n mukaisten ilmoituksen vähimmäistietojen lisäksi vähintään seuraavat tiedot:

1. Vuokrasuhteen tyyppi, eli tieto siitä jos kyseessä on alivuokrasuhde tai jälleenvuokrasuhde

2. Tieto asunnon vapautumisesta vuokralaisen hallintaan
3. Vuokralaisen käytettävissä olevat asunnon ulkopuoliset tilat, kuten pesutupa
4. Liikenneyhteydet ja palvelut, ellei mainitsemista asunnon sijainnin vuoksi voida pitää tarpeettomana
5. Tiedossa olevat huomattavat korjaukset ja perusparannukset sekä arvio niiden toteuttamisen ajankohdasta.(A 15.2.2001/130.)

8.3 Aikaosuusasuntojen markkinointi

Aikaosuusasunnolla tarkoitetaan asuinhuoneistoa tai asumiskäyttöön tarkoitettua rakennusta, jonka hallintaoikeus on jaettu toistuvina ajanjaksoina käytettäviin osuuksiin. Aikaosuusasuntojen markkinointia ja kauppaa koskevat säännökset löytyvät kuluttajansuojalain 10 luvusta. Luvussa säädetään muun muassa kuluttajalle annettavista ennakkotiedoista. Kuluttajalle on annettava ennen sopimuksen tai sitä koskevan sitovan tarjouksen tekemistä selkeät ja yksityiskohtaiset tiedot ensinnäkin sopimuksen osapuolena olevasta elinkeinonharjoittajasta ja aikaosuusien luonteesta, sisällöstä ja käytöstä, sekä hinnasta ja muista mahdollisista kuluista. Myös kohteesta itsestään, sopimuksen kestosta ja sen irtisanomisesta, sekä sopimukseen sisältyvistä palveluista on annettava selkeät ja riittävän yksityiskohtaiset tiedot. (L 20.1.1978/38.)

Kuluttajalla on oikeus peruuttaa sopimus 14 päivän kuluessa sopimuksen tekemisestä tai siitä ajankohdasta, kun kuluttaja on saanut sopimuskappaleen. Kuluttajalle onkin annettava jo ennakkoon tieto peruuttamisoikeudesta ja sen käyttämisestä. Ennakkotiedoissa on kerrottava kuluttajalle myös ennakkomaksukiellosta, sekä mahdollisuudesta saattaa sopimusta koskevat erimielisyydet kuluttajaviranomaisen käsiteltäväksi. Ennakkotiedot on annettava vahvistetulla vakiomuotoisella tietolomakkeella. (L 20.1.1978/38.)

Markkinoidessaan aikaosuusasuntoja välittäjän on ilmoitettava tietolomakkeesta sekä mistä ja miten kuluttaja voi sen saada. Silloin kun aikaosuusasuntoja tarjotaan kuluttajalle henkilökohtaisesti sitä varten järjestetyssä tilaisuudessa, on jo kutsussa ilmoitettava tilaisuuden kaupallisesta tarkoituksesta. Kuluttajalle on

myös annettava mahdollisuus saada asianmukainen aikaosuuasunnon tietolomake milloin tahansa tilaisuuden aikana. Luvun 10 5 §:n 3 momentin mukaan aikaosuutta ei saa markkinoida sijoituksena. Kuluttajansuojalain 10 luvun säännöksiä sovelletaan lisäksi pitkäkestoisen lomatuotteen myyntiin ja välitykseen sekä aikaosuuden vaihtoon. (L 20.1.1978/38.)

8.4 Valokuvien käyttö

Tehokas markkinointi edellyttää, että kohteesta on saatavilla riittävästi laadukasta tietoa. Kuvien merkitys markkinoinnissa on huomattava. Kuluttajat tekevät hyvin paljon esikarsintaa kuvien ja mahdollisen pohjapiirroksen perusteella (Kasso 2011, 197). Lähtökohta on, että mikäli ilmoittelussa käytetään valokuvia kohteesta, niiden tulee olla myös otettu juuri kyseisestä kohteesta. Jos näin ei kuitenkaan jostain syystä ole, niin tämä tulee tuoda ilmoituksessa hyvin selkeästi ilmi. On myös muistettava, että kohteen valokuvaaminen ja valokuvien käyttäminen markkinoinnissa edellyttää aina sitä, että asiasta on sovittu asunnon asukkaiden kanssa. (KVKL. Ohje hyvästä välitystavasta.)

9 TOIMINIMEN ILMOITTAMINEN

Aina silloin kun tarjotaan yksilöityä kulutushyödykettä tiettyyn hintaan, on markkinoinnista käytävä ilmi elinkeinonharjoittajan nimi ja maantieteellinen osoite. Mikäli elinkeinonharjoittaja toimii toisen elinkeinonharjoittajan asiamiehenä tai edustajana, hänen on annettava samat tiedot päämiehestään. (L 20.1.1978/38.) Myös ilmoitettaessa myytävästä asunnosta lehti-ilmoituksessa, kuluttajille jaettavassa tai kuluttajien saatavilla olevassa mainoksessa taikka muulla vastaavalla tavalla on ilmoituksesta käytävä ilmi markkinoinnista vastaavan elinkeinonharjoittajan nimi ja yhteystiedot. (15.2.2001/130.) Kuluttaja-asiamiehen kannan mukaan nimellä tarkoitetaan kaupparekisterin mukaisen toiminimen käyttämistä (Kuluttaja-asiamies. Diaarinumero 85/40/1784).

Aluehallintovirasto on ohjeistanut välitysliekkettä ilmoittamaan sekä välityskohteita markkinoidessaan että välityspalvelua markkinoidessaan kaupparekisteriin rekisteröidyn toiminimen tai kaupparekisteriin ilmoitetun aputoiminimen. Välitysliekkettä voi halutessaan näiden lisäksi ilmoittaa myös yrityksen toissijaisen tunnuksen tai tavaramerkin. Ohjeessa kiinnitetään välitysliekkettä huomiota myös välitysliekkettä maantieteellisen osoitteen ilmoittamiseen markkinoinnissa. Pelkkä välitysliekkettä www-osoitteen ilmoittaminen ei täytä osoitteenilmoitusvelvollisuutta. (Länsi- ja Sisä- Suomen aluehallintovirasto.)

Kuluttaja-asiamiehen huomiota oli kiinnitetty eräiden välitysliekkettä vuokrahuoneistojen välityspalveluiden markkinointiin.

Välitysliekkettä lehti-ilmoittelussa oli ilmennyt puutteita ja niistä ei muun muassa käynyt ilmi lainkaan, että kyse on välitysliekkettä harjoittamasta markkinoinnista. Toisin sanoen liekkettä toiminimeä ei tuotu mitenkään esille ilmoituksissa. Ilmoittelua oli esimerkiksi muodossa ”Vanhempi naishenkilö etsii yksiötä/ 2h + k/kk! Kiire! p.2330571”.

Kuluttaja-asiamies totesi ratkaisussaan, että lehti-ilmoittelu, jossa välittäjä markkinoi välityspalveluaan ilmoittamatta liekkettä nimeä ja esiintyen yksityishenkilönä on sopimatonta ja kuluttajansuojalain 2 luvun 1 §:n 2 mo-

mentin vastaista markkinointia. Markkinointia, joka ei sisällä kuluttajan taloudellisen turvallisuuden kannalta tarpeellisia tietoja, on aina pidettävä sopimattomana. (Kuluttajavirasto, diaarinumero 98/41/1995.)

10 UUDENTYYPPISET MARKKINOINTIMALLIT

Internet on kuluttajille helppo ja nopea tapa etsiä tietoa vaikkapa mahdollisesta uudesta kodista. Internetistä on myös luontevaa hakea tietoa välityspalveluiden tarjoajista. Internetin suosion kasvaessa perinteisen kiinteistönvälityksen rinnalle kehittyy myös uudentyyppisiä markkinointimalleja, näistä esimerkkeinä Side By Side- myynti ja Kiinteistömaailma Oy:n markkinoille tuoma Tarjouskaupamalli.

10.1 Side By Side- myynti

Side By Side- myynnillä, eli SBS-myyntillä tarkoitetaan markkinointimallia, jota tarjotaan yksityishenkilöille, jotka haluavat myydä asuntonsa itse. SBS- myynti on asiakkaan tukena myyntiprosessissa ja asiakas voi valita mitä välitysliikkeen markkinoinnin palveluja hän ottaa käyttöönsä. Asiakas voi halutessaan ostaa vain peruspaketin, jossa hänen myymänsä asunnon tiedot tulevat netin myyntisivuille mutta hänelle tarjotaan myös lisäpalveluja kuten lehtimainontaa, myyntikohteen esittelyä ja kaupantekoon liittyviä toimia. (Kuluttajavirasto; KVKL laki- ja lausuntovaliokunta.)

Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto ry:n laki- ja lausuntovaliokunta ja kuluttajavirasto ovat antaneet lääninhallitukselle omat lausuntonsa yhden yrityksen SBS-myyntistä. Valkeatalo Oy Oulu- nimisen välitysliikkeen SBS- markkinoinnin kohdalla päällimmäisenä kysymyksenä oli ollut se, onko liikkeen palveluissa kyseessä vain liikkeen markkinointitilan luovuttamisesta vai tuleeko liikkeen toimintamallin mukainen palveluiden tarjoaminen tulkita välitysliikelain tarkoittamaksi kiinteistönvälitykseksi. Sekä Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto ry:n laki- ja lausuntovaliokunta että kuluttajavirasto ovat asiasta antamissaan lausunnoissaan todenneet, että mitä enemmän SBS-myyntiin lisäpalveluita asiakas ostaa, sitä lähempänä toiminta on laissa tarkoitettua kiinteistönvälitystä, jossa on luonnollisesti noudatettava kaikkia välitystoimintaa koskevia säädöksiä. Valiokunta on arvioinnissaan todennut, että liikkeen koko SBS-toimintaa tulisi pitää välitysliikelain tarkoittamana välitystoimintana. (Kuluttajavirasto; KVKL laki- ja lausuntovaliokunta.)

Kuluttajien kannalta on tärkeää, että markkinoinnista käy selkeästi ilmi se, milloin kyse on välittäjän toimesta tapahtuva markkinointi ja milloin taas asunnon omistaja myy kohdetta itse. SBS-myyntien vaarana on tämän rajan hämärtyminen. Markkinointi voi tällöin muodostua harhaanjohtavaksi ja lain sekä hyvän välitystavan vastaiseksi. (Kuluttajavirasto; KVKL laki- ja lausuntovaliokunta.)

10.2 Tarjouskaupamalli

Tarjouskaupamalli on kiinteistönvälitysliikkeiden uudehkona markkinointimenetelmänä herättänyt myös keskustelua. Tarjouskauppa on kauppatapa, jossa ostajaehdokkaat tekevät kohteista tarjouksia lähtöhinnasta ylöspäin. Tarjouksia ei ole mahdollista tehdä koskaan alle lähtöhinnan ja ostajaehdokkaiden tekemät tarjoukset tulevat kaikkien nähtäväksi verkkosivulla. Saadessaan tarjouksen myyjä voi luonnollisesti joko hyväksyä sen, tai hylätä sen ja odottaa muita tarjouksia. Tarjouskauppa päättyy, kun myyjä on hyväksynyt jonkun tarjouksen ja silloin tarjouksen tehneet tai kohdetta muuten seuranneet saavat tästä tiedon. (Kiinteistömaailma.) Kuluttaja-asiamies ja aluehallintovirastot ovat valvontaviranomaisina keskustelleet tarjouskaupamallista ja sen toteuttamistavoista kyseisen markkinointimallin edelläkävijän, Kiinteistömaailma Oy:n kanssa. Mallia on myös kehitetty viranomaisten muutosehdotusten pohjalta. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2012.) Kiinteistömaailma Oy on lanseerannut tarjouskaupamallin Suomen markkinoille vuonna 2007. Myyntiä nousevin tarjouksin tarjoavat nykyään muutkin kiinteistönvälitysliikkeet. (Kuluttajavirasto, KUV/3794/09/2012.)

Keskeisin ero perinteisen kaupamallin ja tarjouskaupamallin välillä on siis hinnanilmoittamistapa. Perinteisessä mallissa asunnon hinnaksi ilmoitetaan myyntihinta, josta voi tinkiä alaspäin, kun taas tarjouskaupassa ilmoitetaan velaton lähtöhinta, josta ostajaehdokkaiden odotetaan tekevän korkeampia tarjouksia. (Kuluttajavirasto, KUV/3794/09/2012.)

Tarjouskaupamalli on herättänyt kysymyksiä. Yksi niistä on ollut se, onko malli voimassaolevan lainsäädännön mukainen. Muodollisesti lakia tulkittaessa näin ei näyttäisi olevan. Kuluttaja-asiamies on kuitenkin selvityksissään päätenyt siihen, että Kiinteistömaailman lanseeraama tarjouskaupamallia ei yksiselitteisesti voi-

da pitää kuluttajien etujen vastaisena ja tehnyt myös aloitteen asuntomarkkinointiasetuksen muuttamiseksi siten, että se mahdollistaisi myös muun kuin perinteisen mallin mukaisen asuntojen markkinoinnin. (Kilpailu ja kuluttajavirasto 2012.)

On epäilty, että tarjouskaupamalliin sisältyisi hinnanmuodostumista vääristäviä piirteitä kuten hintojen vedättämistä fiktiivisin tarjouksin. Epäilyjä asuntokaupassa liikkuvista mahdollisista fiktiivisistä tarjouksista on kuitenkin myös esitetty perinteisen myyntitavan kohdalla. Tarjouskaupassa, kuten perinteisessäkin mallissa kaikki tarjoukset tehdään kirjallisesti kiinteistönvälittäjän kautta. Välittäjä kirjaa saadut tarjoukset toimeksiantokirjanpitoonsa, jota aluehallintovirasto valvontaviranomaisena voi vaatia nähtäväkseen. Epäilyt ovatkin saattaneet liittyä siihen luuloon, että tarjouskaupassa avoimesti nähtävinä olevat tarjoukset nettisivuilla olisivat ostajaehdokkaiden itse laittamia. Tästä ei siis kuitenkaan ole kysymys. (Kuluttajaviraston muistio, KUV/3794/09/2012.)

Tarjouskaupamallin mukainen markkinoinnissa ilmoitettu lähtöhinta näyttäytyy perinteisen mallin hinnannoittamistapaan verrattuna kuluttajalle poikkeuksellisen alhaisena. Viranomaisille on tullut ilmoituksia, joissa on epäilty tarjouskaupassa käytettävän niin alhaisia lähtöhintoja, että markkinointia tulisi jo pitää harhaanjohtavana, sillä on päivänselvää, että asunnon myyjä ei todellisuudessa tulisi hyväksymään sen suuruusluokan tarjouksia. Kiinteistömaailma onkin antanut välittäjilleen asiasta tarkempaa ohjeistusta, jonka mukaan alle 30 % tavoitehinnasta olevia lähtöhintoja ei saa käyttää. Nykytilanne Kiinteistömaailman mukaan on se, että lähtöhinnat ovat yli 90 % tavoitellusta myyntihinnasta. Liian alhaisten lähtöhintojen käyttöä onkin ollut lähinnä poikkeustapauksissa eikä sitä näin ollen ole pidettävä kovin merkittävänä ilmiönä. (Kuluttajavirasto KUV/3794/09/2012.)

Tarjousmenettelyssä myyntihinta elää ja ajantasaisin tieto siitä on siis verkkosivuilla. Myytävien kohteiden samanaikaisella printtimainonnalla ei ole mahdollista esittää myyntihintaa. Mainos tulee tavallisesti jättää lehden toimitukseen noin kaksi päivää ennen sen julkaisua. Ilmoitukseen painettu hintatieto ei ole ajantasainen enää silloin, kun kohteesta on tehty tarjouksia. Jos lehdessä ilmoitettu hinta ei ole ajantasainen, eikä ilmoitetulla hinnalla kukaan voi kohdetta ostaa, on

markkinointi vastoin asuntomarkkinointiasetusta. (Kuluttajavirasto 2007.) Kiinteistömaailma merkitseekin lehti-ilmoittelussaan tarjouskauppakohteet erillisellä merkillä ja kertoo tarjouskaupan perustoimintatavan ostajaehdokkaiden näkökulmasta (Kuluttajavirasto, KUV/3794/09/2012).

Kuluttajavirasto on asiasta laatimansa muistion johtopäätöksissä todennut, että ei ole sellaisia painavia syitä, joiden vuoksi tarjouskaupamalliin tulisi suhtautua kuluttajien näkökulmasta torjuvasti ja näkee perusteltuna sen, että markkinoilla oleviin tarjontatapoihin otettaisiin kantaa lainsäädännöllä, asuntojen markkinointia koskevassa erityissäätelyssä. (Kuluttajavirasto, KUV/3794/09/2012.)

11 YHTEENVETO

Välitystoiminta kuuluu niihin aloihin joiden harjoittamiseen katsotaan liittyvän taloudellisia, turvallisuus- tai terveysriskejä. Alalla käsitellään kuluttajien kannalta arvokkaita kohteita. On tärkeää, että kiinteistönvälitysalalla toimivat osaavat tarkastella markkinointiaan myös kuluttajansuojan toteutumisen kannalta. Yhteenvetona voi todeta, että välitysliikkeiden kuluttajamarkkinoinnissa huomioon otettavia seikkoja on runsaasti ja niiden huomioon ottaminen vaatii markkinoijalta hyvää ammattitaitoa sekä asiaan paneutumista. Välityslainsäädännöstä johtuva hyvän välitystavan noudattamisen vaatimus tuo myös kiinteistönvälitysliikkeiden markkinointiin joitain erityispiirteitä. Hyvän välitystavan ollessa joustava normi, alan käytännöt ovat liikkeessä ja siksi myös niiden seuraamisessa on oma haasteensa. Tässä kohdin viranomaisten antamat tarkemmat ohjeistukset sekä Kiinteistönvälitysalan Keskusliiton laki- ja lausuntovaliokunnan laatimat ohjeet tuovat selkeyttä.

Kuluttajien suojaksi säädettyjä lakeja ollaan EU-alueella yhtenäistämässä ja tämä näyttäisi tulevan vaikuttamaan ainakin siten, että elinkeinonharjoittajan tulee kuluttajamarkkinoinnissaan jatkossa antaa entistä yksityiskohtaisemmat tiedot itseltään ja markkinoitavasta palvelusta.

Opinnäytetyötä tehdessäni mieleeni tuli useita jatkotutkimusajatuksia. Ensinnäkin olisi mielenkiintoista haastatella kiinteistönvälittäjiä ja vuokrahuoneiston välittäjiä ja saada mahdollisesti kuva siitä, millä tavoin markkinointia suunnitellaan erikoisissa kiinteistönvälitysliikkeissä. Toiseksi olisi mielenkiintoista saada käsitys siitä, miten kiinteistönvälittäjät kokevat kuluttajansuojan huomioimisen markkinoinnissa ja myös siitä, kokevatko he saavansa asiasta helposti lisätietoa tarvittaessa. Myös kuluttajien ajatukset kyseisen aihepiirin asioista olisivat tärkeitä.

LÄHTEET

- Asetus kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa 30.12.1999/1359. Asetus säädöstietopankki Finlexin sivuilla. Viitattu 20.2.2013. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19991359>
- Hallituksen esitys Eduskunnalle laeiksi kuluttajansuojalain ja eräiden siihen liittyvien lakien muuttamisesta 220/2010. Esitys säädöstietopankki Finlexin sivuilla. Viitattu 3.5.2013. <http://www.finlex.fi/fi/esitykset/he/2010/20100220>
- Hallituksen esitys Eduskunnalle laiksi kiinteistönvälitysliikkeistä ja vuokrahuoneiston välitysliikkeestä sekä laiksi rahanpesun estämisestä ja selvittämisestä annetun lain 3 §:n muuttamisesta 61/2000. Esitys säädöstietopankki Finlexin sivuilla. Viitattu 28.3.2013 ja 4.4.2013. <http://www.finlex.fi/fi/esitykset/he/2000/20000061>
- Hallituksen esitys Eduskunnalle sähköisen viestinnän tietosuojalaiksi ja eräksi siihen liittyviksi laeiksi 125/2003. Esitys säädöstietopankki Finlexin sivuilla. Viitattu 26.3.2013. <http://finlex.fi/fi/esitykset/he/2003/20030125>
- Jokimäki A. 2001. Kiinteistönvälittäjän oikeudellinen vastuu ja velvollisuudet. Saarijärvi. Talentum Media Oy.
- Kasso M. 2005. Asunto- ja kiinteistökauppa. Jyväskylä. Talentum Media Oy
- Kasso M. 2011. Kiinteistönvälitys- ja arviointi. Hämeenlinna. Talentum Media Oy.
- Kauppakamari.2012. Viitattu 4.4.2013. <http://news.cision.com/fi/keskuskauppakamari/r/kiinteistonvalityksala-valmistautuu-lakimuutokseen--lkv-kokeen-osallistujamaarissa-uusi-ennatys,c9260139>
- Keskitalo P. 2012. Käytetyn asunnon kauppa. Jyväskylä. Edita Publishing Oy.
- Kiinteistömaailma. Tarjouskauppa. Viitattu 28.2.2013. <http://www.kiinteistomaailma.fi/tarjouskauppa>
- Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Ajankohtaista kuluttajaoikeudesta 4/2012. Asuntojen tarjouskauppaan otettava kantaa lainsäädännöllä. Viitattu 2.3.2012. <http://www.kuluttajavirasto.fi/Page/7689e6c0-7e9b-40cb-9cfc-78f572372512.aspx?groupId=50302b56-b48d-4d0f-b814-ec1f0870e1cb&announcementId=56280fe8-c127-4061-8672-54e6399bb378>
- Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Kuluttaja-asiamies. Viitattu 17.3.2013. <http://www.kkv.fi/Page/8d21d53c-6e5f-494f-af70-72d3c8ae57b1.aspx>
- Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Viitattu 21.3.2013. <http://www.kkv.fi/fi-FI/>

Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Yritykselle. Ilmaisen tuotteen oltava aidosti maksuton. Viitattu 21.2.2013. <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/yritykselle/markkinointi/ilmainen/>

Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Yritykselle. Kytkäinen ei voi olla mainoksen pääasana. Viitattu 21.3.2013. <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/yritykselle/markkinointi/kytkiaiset/>

Koivumäki E. & Häkkänen P. 2011. Markkinointijuridiikka 2011. Jyväskylä. Bookwell Oy.

Kuluttaja-asiamies. Diaarinumero 85/40/1784. Kuluttajansuojaviranomaisten oikeustapausrekisteri.

Kuluttajavirasto. 1997. Kuluttaja-asiamiehen ohjeita: Kiinteistönvälityspalveluiden hinnan ilmoittaminen.

Kuluttajavirasto. 2000. Diaarinumero 98/41/1995.

Kuluttajavirasto. 2009. Lausunto SBS-myynnistä. KUV/12521/48/2008.

Kuluttajavirasto. Ajankohtaista kuluttajaoikeudesta 7/2007. Asunnon ilmaisen arvioinnin sisältämät palvelut ilmoitettava selkeästi. Viitattu 26.3.2013. <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/120707/>

Kuluttajavirasto. Ajankohtaista kuluttajaoikeudesta 7/2007. Kiinteistön ja vuokrahuoneiston välitystä koskevat lait osoittautuneet toimiviksi. Viitattu 26.3.2013. <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/060707/>

Kuluttajavirasto. Ajankohtaista kuluttajaoikeudesta 7/2007. KKO:n täsmennys hintailmoittelun pelisääntöihin asettaa pisteen keskustelulle imagomarkkinoinnista. Viitattu 22.2.2013. <http://www.kuluttajavirasto.fi/Page/c54818c1-7e86-4e7c-955f-451ccd78cf83.aspx>

Kuluttajavirasto. Ajankohtaista kuluttajaoikeudesta 7/2007. Uusien myyntimenetelmien vastattava hintailmoittelua koskevia säädöksiä. Viitattu 3.3.2013. <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/090707/>

Kuluttajavirasto. Ajankohtaista kuluttajaoikeudesta 8/2006. ”Asiakas etsii” asuntoa vasta kun toimeksianto on tehty. Viitattu 25.2.2013. <http://www.kuluttajavirasto.fi/Page/b7f835fe-3c34-4997-b1a0-da15839c4115.aspx>

Kuluttajaviraston muistio. Tarjouskaupamallin arviointi ja asuntomarkkinointiasetuksen uudistaminen. Viitattu 3.3.2010. <http://www.kuluttajavirasto.fi/File/59c2d164-fc40-44b3-b267-7d7bddd2a1b2/0/Tarjouskaupamallimuistio.pdf>

KVKL laki- ja lausuntovaliokunta. 2009. Lausunto SBS-myynnistä.

- KVKL. Eettiset säännöt. 2009. Viitattu 4.3.2013.
www.kvkl.fi/files/Kiinteistonvalittajan%20eettiset%20saannot.doc
- KVKL. Hyvä Välitystapa. Viitattu 4.4.2013. <http://www.kvkl.fi/kysyttya.html#03>
- KVKL. Ohje hyvästä välitystavasta. Viitattu 10.3.2013.
<http://www.kvkl.fi/files/05062012hyvanvalitystavahanohje.pdf>
- L 15.12.2000/1075. Laki kiinteistönvälitysliikkeistä ja vuokrahuoneiston välitysliikkeistä. Laki säädöstietopankki Finlexin sivuilla. Viitattu 10.3.2013.
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2000/20001075#P19>
- L 20.1.1978/38. Kuluttajansuojalaki. Laki säädöstietopankki Finlexin sivuilla. Viitattu 10.3.2013. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1978/19780038>
- L 27.9.1919/122. Laki elinkeinon harjoittamisen oikeudesta. Laki säädöstietopankki Finlexin sivuilla. Viitattu 27.3.2013.
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1919/19190122>
- L 30.11.2012/661. Laki Kilpailu- ja kuluttajavirastosta. Laki säädöstietopankki Finlexin sivuilla. Viitattu 17.3.2013.
<http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2012/20120661>
- Länsi- ja Sisä- Suomen aluehallintovirasto. 2012. Aluehallintoviraston liite kiinteistönvälitysliikkeiden markkinointia koskevaan valvontakirjeeseen.
- Länsi- ja Sisä- Suomen aluehallintovirasto. Kiinteistön ja vuokrahuoneiston välitysliikkeet. Viitattu 20.2.2013.
<http://www.avi.fi/fi/virastot/lansijasisasuomenavi/Kilpailujakuluttajaasiat/Sivut/Kiinteistoja%20vuokrahuoneisto.aspx>
- Länsi- ja Sisä- Suomen aluehallintoviraston päätös. 2011. Diaarinumero LSSA-VI/01049/05.11.07/2010.
- Länsi- ja Sisä-Suomen aluehallintovirasto. Ohjeita välitysliikkeiden harjoittamaan markkinointiin. 2011. Viitattu 20.2.2013 ja 4.3.2013.
http://www.avi.fi/fi/virastot/lansijasisasuomenavi/Kilpailujakuluttajaasiat/Documents/V%C3%A4litysliikkeiden%20harj.markkinointi_22.2.2011.pdf
- Markkinatuomioistuimen päätös. 2001. Diaarinumero 28/2000.
- Markkinatuomioistuimen päätös. MT:2002:001. Viitattu 19.3.2013.
<http://www.oikeus.fi/markkinaoikeus/13278.htm>
- Nevala T., Palo M., Sirén M. & Haulos S. 2010. Kiinteistönvälittäjän käsikirja. Helsinki. Yliopistopaino.
- Ohje hyvästä välitystavasta. 2012. Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto ry.

Saine M. 2008. Kuluttajamarkkinoinnin opas, lakipykälät käytännössä. 1. painos. Helsinki. Edita Publishing Oy.

SKVL. Hyvä välitystapa. Viitattu 28.2.2013.
http://www.skvl.fi/liitto/hyva_valitystapa

SKVL. Ohje hyvästä välitystavasta. Myyty- ja varattu-merkintöjen käyttäminen markkinoinnissa. 2003. Viitattu 4.3.2013. http://www.skvl.fi/files/162/OHJE_HYVASTA_VALITYSTAVASTA_myyty_ja_varattu_merkinnat.pdf

Valtiokonttori. Suomi.fi. Kuluttajansuojalaki uudistetaan. Viitattu 15.3.2013.
http://www.suomi.fi/suomifi/suomi/ajankohtaista/uutisarkisto/kuluttajansuojalaki_uudistetaan/index.html

Valtioneuvoston asetus asuntojen markkinoinnissa annettavista tiedoista. 15.2.2001/130. Asetus säädöstietopankki Finlexin sivuilla. Viitattu 10.3.2013.
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2001/20010130>