OIKEUSMINISTERIÖ
JUSTITIEMINISTERIET

Lainsäädäntöneuvos Marja Luukkonen Yli-Rahnasto
Yksityisoikeus- ja oikeudenhoito-osasto
Siviilioikeusyksikkö

11.2.2026

Eduskunnan talousvaliokunnalle

Kansalaisaloite Krääsätalous kuriin – suomalaisyritysten ja kuluttajien oikeuksien puolesta (KAA 7/2025 vp)

Talousvaliokunta on pyytänyt oikeusministeriöltä lausuntoa otsikkoasiassa. Oikeusministeriö toteaa asiasta kunnioittavasti seuraavaa.

Kansalaisaloite KAA 7/2025 vp

Eduskunnalle on jätetty 9.10.2025 kansalaisaloite *Krääsätalous kuriin – suomalaisyritysten ja kuluttajien oikeuksien puolesta*. Kansalaisaloitteessa esitetään, että ultrapikamuodin ja krääsäkaupan mainonta kielletään Suomessa. Lisäksi eduskuntaa vaaditaan selvittämään mahdollisuutta vaikuttaa krääsäkaupan kasvuun verotuksen keinoin.

Kansalaisaloitteen mukaan krääsäkauppojen, kuten Temun ja Sheinin, mainontatavat aiheuttavat merkittäviä ongelmia kuluttajien oikeuksille ja markkinoiden reiluudelle. Asiaan on ollut vaikea puuttua nykyisen lainsäädännön keinoin. Kansalaisaloitteessa mainitaan ongelmallisina mainontatapoina muun muassa valheelliset tarjoukset, painostus ostamiseen, pakotettu pelillistäminen, puuttuvat ja harhaanjohtavat tiedot, väärennetyt arvostelut sekä piilotetut yhteystiedot.

Kansalaisaloitetta perustellaan suomalaisten yritysten kilpailukyvyn ja elinvoiman säilyttämisellä, ympäristöhaitoilla ja luonnonvarojen tuhlaamisella, kuluttajien turvallisuudella sekä yleisellä talous- ja turvallisuusriskillä. Kansalaisaloite ei sisällä esimerkiksi säädösehdotusta ehdotetuksi mainonnan kielloksi.

Markkinointisääntely

Sopimusvelvoitteisiin sovellettavasta laista annetun asetuksen (EY) N:o 593/2008 (Rooma I) 6 artiklan 1 kohdan mukaan kuluttajasopimuksiin sovelletaan lähtökohtaisesti sen maan lakia, jossa kuluttajan asuinpaikka on, edellyttäen että elinkeinonharjoittaja harjoittaa kaupallista tai ammattitoimintaansa maassa, jossa kuluttajan asuinpaikka on, tai suuntaa millä tahansa tavalla

Postiosoite
Postadress
Oikeusministeriö
PL 25
FI-00023 Valtioneuvosto
Finland

Käyntiosoite
Besöksadress
Meritullinkatu 10
00170 Helsinki
Finland

Puhelin
Telefon
0295 16001
Internat.
+358 295 16001

Faksi
Fax
09 160 67730
Internat.
+358 9 160 67730

S-posti, internet
E-post, internet
kirjaamo.om@gov.fi
www.oikeusministerio.fi
www.justitieministeriet.fi

tällaista toimintaa kyseiseen maahan tai useisiin maihin kyseinen maa mukaan lukien, ja edellyttäen että sopimus kuuluu kyseisen toiminnan piiriin. Tämä tarkoittaa sitä, että myös kolmansista maista Suomeen kuluttajille suunnattu kulutushyödykkeiden markkinointi edellyttää, että Suomen kuluttajansuojalainsäädäntöä noudatetaan.

Temu ja Shein ovat verkkoalustoja, joiden kautta myydään sekä alustantarjoajan omia tuotteita että mahdollistetaan muiden elinkeinonharjoittajien tuotteiden myynti. Alustojen on noudatettava lähtökohtaisesti verkkoalustoja koskevaa sääntelyä, kuten digipalvelusäädöstä. Toimiessaan elinkeinonharjoittajina, jotka myyvät kulutushyödykkeitä kuluttajille, niiden tulee lisäksi noudattaa aineellista kuluttajansuojalainsäädäntöä. Alustoilla toimivien muiden elinkeinonharjoittajien on vastaavasti noudatettava kuluttajansuojalainsäädäntöä.

Temu ja Shein ovat käyttäneet markkinoinnissaan muun muassa aggressiivisia ja harhaanjohtavia markkinointikeinoja. Temu ja Shein hyödyntävät esimerkiksi niin sanottuja pimeitä käytäntöjä markkinoinnissaan. Pimeillä käytännöillä tarkoitetaan erilaisia verkkosivujen, ohjelmistojen, mobiilisovellusten, muiden käyttöliittymien tai palvelupolkujen rakenteen suunnittelussa käytettäviä keinoja, joilla harhautetaan tai muuten saadaan kuluttaja tekemään jotain sellaista, jota hänen ei ollut alun perin tarkoitus tehdä. Temu ja Shein noudattavat myös tiedonantovelvollisuuksia puutteellisesti. Euroopan komissio on puuttunut esimerkiksi Sheinin toimintaan ja todennut sen rikkovan EU:n kuluttajansuojalainsäädäntöä.

Euroopan unionissa säädetään jo nyt kattavasti elinkeinonharjoittajien kuluttajiin kohdistamasta markkinoinnista. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä 2005/29/EY säädetään markkinoinnissa noudatettavista menettelytavoista, joihin kuuluvat muun ohella kielto antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja sekä kielto käyttää aggressiivisia menettelyjä. Direktiivi on pantu täytäntöön kuluttajansuojalain (38/1978) 2 luvun säännöksillä. Luvun 3 §:n 1 momentin mukaan menettelyä pidetään sopimattomana, jos se on elinkeinotoiminnassa yleisesti hyväksyttävän asianmukaisen menettelytavan vastainen ja omiaan selvästi heikentämään kuluttajan kykyä tehdä perusteltu ostopäätös tai kulutushyödykkeeseen liittyvä muu päätös ja johtamaan siihen, että kuluttaja tekee päätöksen, jota hän ei ilman menettelyä olisi tehnyt. Kuluttajansuojalain 2 luvussa säädetään myös muun muassa tiedonantovelvollisuudesta tarjottaessa yksilöityä kulutushyödykettä ja saman lain 6 luvussa etämyynnistä, mukaan lukien etämyynnissä annettavista tiedoista. Mainitussa luvussa säädetään myös erikseen verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan tiedonantovelvollisuudesta. Sääntely perustuu EU:n kuluttajaoikeusdirektiiviin 2011/83/EU.

Euroopan unionissa sovelletaan lisäksi asetusta kuluttajansuojalainsäädännön täytäntöönpanosta vastaavien kansallisten viranomaisten yhteistyöstä (EU) 2017/2394 (nk. CPC-asetus), jonka sisältämien mekanismien avulla voidaan varmistaa EU:n kuluttajansuojalainsäädännön noudattaminen ja sisämarkkinoiden toimivuus sekä tehostaa kuluttajien taloudellisten etujen suojaa rajat ylittävissä rikkomustapauksissa.

Oikeusministeriön näkemys

Kansalaisaloitteessa ehdotetaan, että ultrapikamuodin ja krääsäkaupan mainonta kiellettäisiin.

Oikeusministeriö kiinnittää huomiota siihen, että kansalaisaloitteessa mainitut toimintatavat (valheelliset tarjoukset, painostus ostamiseen, pakotettu pelillistäminen, puuttuvat ja harhaanjohtavat tiedot, väärennetyt arvostelut sekä piilotetut yhteystiedot) ovat lähtökohtaisesti kiellettyjä jo nyt voimassa olevan lainsäädännön nojalla. Haasteena nykytilassa on se, etteivät Temu, Shein tai verkkoalustan kautta myyvät muut elinkeinonharjoittajat noudata sääntelyä.

EU:ssa kulutushyödykkeiden markkinoinnista, mukaan lukien mainonnasta, säädetään edellä mainitusti sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä. Direktiivi on lähtökohtaisesti täysharmonisoiva. Oikeusministeriö on tiedustellut Euroopan komissiolta, olisiko mainonnan

rajoittaminen kansallisesti sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaista. Komission alustavan vastauksen mukaan jos mainonnan rajoittamisen tarkoituksena on ympäristönsuojelu, tällainen rajoittaminen voisi olla sallittua, sillä kyseinen direktiivi ei koske ympäristönsuojelullisia seikkoja. Sen sijaan jos tarkoitukset ovat kuluttajansuojaoikeudellisia, asiaa olisi arvioitava direktiivin sallimissa rajoissa.

Mainitulla direktiivillä ei rajoiteta yhteisön tai jäsenvaltioiden sääntöjä, jotka liittyvät tuotteiden terveys- ja turvallisuusnäkökohtiin (3 artiklan 3 kohta). Mikäli mainonnan rajoittaminen tai kieltäminen kohdistuisi esimerkiksi turvallisuudeltaan puutteellisiin tuotteisiin, olisi sääntely kuitenkin ristiriidassa sen lähtökohdan kanssa, ettei tällaisia tuotteita ylipäänsä tulisi olla tarjolla.

Oikeusministeriö toteaa edelleen, että tällaiseen kansalliseen sääntelyyn liittyy EU-oikeuden näkökulmasta myös muita haasteita. Epäselvää on esimerkiksi se, olisiko mainonnan rajoittaminen ristiriidassa sisämarkkinaperiaatteen toteutumisen kanssa. Sääntelyn asianmukaisuutta olisi tarpeen arvioida myös esimerkiksi ns. sähkökauppadirektiivin (2000/31/EY) ja digipalveluasetuksen ((EU) 2022/2065) valossa. Kyseiset säädökset kuuluvat liikenne- ja viestintäministeriön vastuulle.

Mikäli mainonnan rajoittaminen kansallisesti olisikin mahdollista, sääntelyn muotoileminen siten, että sääntely olisi tehokasta ja samaan aikaan sellaista, ettei sillä kohtuuttomasti vaikeutettaisi kulutushyödykkeiden mainontaa, olisi hyvin hankalaa. Pelkästään kolmansista maista suunnatun mainonnan kieltäminen johtaisi oletettavasti siihen, että sääntelyä kierrettäisiin EU-maihin sijoittautuneiden toimijoiden kautta. Edelleen hyvin ongelmallista olisi määritellä ”ultrapikamuoti” ja ”krääsäkauppa”, joiden mainontaa on vaadittu kiellettäväksi. Sääntelyn tekniseen toteutukseen liittyisi useita hankalia kysymyksiä.

Kuten edellä on todettu, Temu ja Shein rikkovat jo tällä hetkellä räikeästi EU:n lainsäädäntöä. Oikeusministeriö arvioikin, että kansallisia toimia kuluttajansuojan alalla voidaan joka tapauksessa pitää tehottomina tällaisessa tilanteessa. Sääntelyn noudattamisen valvonta vaatisi ensinnäkin merkittäviä valvontaresursseja. Valvontaresurssien lisäksi kuluttajansuojaviranomaisella tulisi olla sellaiset täytäntöönpanokeinot, joilla se pystyisi tehokkaasti puuttumaan Temun ja Sheinin toimintaan. Temun ja Sheinin lainvastainen toiminta on kuitenkin niin laajamittaista ja koko Euroopan unionin alueelle ulottuvaa, ettei yksittäisillä jäsenvaltioilla ole käytännössä keinoja valvoa tai pysäyttää sitä omilla toimillaan. Tosiasialliset puuttumismahdollisuudet yksittäisellä jäsenvaltiolla ovat siten hyvin vähäiset.

Edellä mainittujen syiden vuoksi oikeusministeriö ei pidä kansallisia mainonnan rajoittamistoimia kannatettavina. Sen sijaan puuttuminen Temun ja Sheinin kaltaisiin toimijoihin olisi seikka, johon tulisi aktiivisesti pyrkiä EU-tasolla.

Tehokkaimmaksi keinoksi arvioidaan vaikuttaminen tulevan EU-lainsäädännön sisältöön. Asian kannalta merkittäviä ovat erityisesti oikeudenmukaisuutta digiympäristössä koskeva säädös (Digital Fairness Act, DFA) sekä CPC-asetuksen uudistus. Kummankin ehdotuksen valmistelu komissiossa on jo pitkällä, ja molemmat ehdotukset on tarkoitus antaa vielä tulevana syksynä. DFA-ehdotuksessa on tarkoitus puuttua entistä tehokkaammin erilaisiin kuluttajiin kohdistuviin haitallisiin käytäntöihin ja menettelyihin digiympäristössä. Kyseisessä säädöksessä tullaan oletettavasti sääntelemään esimerkiksi pimeitä käytäntöjä nykyistä kattavammin. CPC-asetuksen uudistushankkeen tarkoituksena on puolestaan päivittää CPC-asetusta, jotta pystytään mm. vahvistamaan EU:n kuluttajansuojalainsäädännön täytäntöönpanoa erityisesti laajalle levinneiden laittomien käytäntöjen osalta.

Suomi on DFA:ta koskevassa komission julkisessa kuulemisessa lokakuussa 2025 pitänyt tärkeänä, että viranomaisverkostot pystyvät puuttumaan myös EU:n ulkopuolelta eurooppalaisille kuluttajille kohdistuvaan toimintaan ja että eri viranomaisverkostot tekevät yhteistyötä. Lisäksi olisi perusteltua selvittää digipalvelusäädöksestä saatujen kokemusten perusteella, tulisiko Euroopan komission

toimivaltuuksia tehostaa CPC-asetuksen uudistamistyössä erityisesti siltä osin kuin kyse on puuttumisesta EU:n ulkopuolelle sijoittautuneiden ja useisiin EU-maihin toimintaansa kohdistavien elinkeinonharjoittajien ongelmallisiin käytänteisiin.[1] Myös esimerkiksi eduskunnan talousvaliokunta on Euroopan komission verkkokauppatiedonantoa koskevan E-kirjeen lausunnossa todennut, että tarvitaan myös EU:n laajuista yhteistyötä jo olemassa olevien viranomaisverkostojen puitteissa ja keinoja vaikuttaa ylikulutukseen ohjaavaan markkinointiin ja kuluttajien ostokäyttäytymiseen.[2]

Yhteenvetona todettakoon, että oikeusministeriö ei kannata mainonnan kansallista rajoittamista, sillä sitä olisi pidettävä tehottomana toimenpiteenä ottaen huomioon kansallisen valvovan viranomaisen rajalliset resurssit ja rajatut puuttumiskeinot sekä sääntelyn muotoilemiseen liittyvät merkittävät haasteet. Ongelman ratkaisemiseen on syytä etsiä ratkaisua EU-tasolta, ja oikeusministeriö pyrkii osaltaan tehokkaasti vaikuttamaan edellä mainittujen EU-säädösehdotusten sisältöön.

[1] Public Consultation on the Digital Fairness Act – Finland’s views, 24 October 2025. Asiaa koskeva E-kirje E 78/2025 vp, talousvaliokunnan lausunto TaVL 36/2025 vp ja suuren valiokunnan lausunto SuVEK 69/2025 vp.
[2] TaVL 27/2025 vp – E 38/2025 vp.