

TARTU ÜLIKOOL

ÕIGUSTEADUSKOND

Äriõiguse ja intellektuaalse omandi õppetool

Marko Mikk

**TEAVITAMISKOHUSTUS E-KAUBANDUSES:  
ÕIGUSLIK OLUKORD JA VAJADUSED**

Magistritöö

Juhendaja  
Prof Irene Kull

Tartu  
2015

# SISUKORD

<b>SISSEJUHATUS</b> .....	<b>4</b>
<b>1. TEAVITAMISKOHUSTUSE SÜSTEEM EUROOPA LIIDU JA EESTI ÕIGUSES</b> .....	<b>9</b>
1.1. TEAVITAMISKOHUSTUS EUROOPA LIIDU ÕIGUSES .....	9
1.2. TEAVITAMISKOHUSTUS EESTI ÕIGUSES .....	14
1.3. TEAVITAMISKOHUSTUS MITTESIDUVATES NORMISTIKES .....	20
1.3.1. EUROOPA LEPINGUÕIGUSE PÕHIMÕTTED (PECL) .....	20
1.3.2. RAHVUSVAHELISTE KAUBANDUSLEPINGUTE PÕHIMÕTTED (UPICC).....	22
1.3.3. EUROOPA ÜHISE RAAMNORMISTIKU EELNÕU (DCFR) .....	23
1.3.4. EUROOPA ÜHINE MÜÜGIÕIGUS (EÜM).....	26
<b>2. TEAVITAMISKOHUSTUSELE ESITATAVAD ÜLDISED NÕUDED</b> .....	<b>32</b>
2.1. ARUSAADAVUSE NÕUE .....	32
2.2. TEABE KEELELE ESITATAVAD NÕUDED .....	36
<b>3. LEPINGU ESEME, POOLTE JA HINNAGA SEOTUD TEAVITAMISKOHUSTUS</b> ....	<b>40</b>
3.1. TEAVE KAUBA, TEENUSE VÕI DIGITAALSE INFOSISU PÕHIOMADUSTE KOHTA .....	40
3.2. TEAVE KAUPLEJA KOHTA .....	43
3.3. TEAVE HINNA JA TÄIENDAVATE KULUDE KOHTA .....	47
<b>4. LEPINGU SISUGA SEOTUD TEAVITAMISKOHUSTUS</b> .....	<b>51</b>
4.1. TEAVE LEPINGUTINGIMUSTE KOHTA .....	51
4.2. TEAVE TARBIIJA TÄIENDAVATE KOHUSTUSTE KOHTA .....	54
4.3. TEAVE KOHALDUVA ÕIGUSE JA KOHTUALLUVUSE KOHTA .....	55

<b>5. TEAVITAMISKOHUSTUS LEPINGU SÕLMIMISE JÄRGSETE ÕIGUSTE KOHTA</b>	<b>59</b>
5.1. TEAVE TAGANEMISÕIGUSE KOHTA.....	59
5.2. TEAVE MÜÜGIJÄRGSETE TEENUSTE JA MUUDE ÕIGUSTE KOHTA.....	61
<b>6. ETTEPANEKUD TEAVITAMISKOHUSTUSE SÜSTEMATISEERIMISEKS.....</b>	<b>63</b>
<b>KOKKUVÕTE .....</b>	<b>69</b>
<b>PRE-CONTRACTUAL INFORMATION DUTIES IN E-COMMERCE: THE LEGAL SITUATION AND NECESSITIES .....</b>	<b>73</b>
SUMMARY .....	73
<b>LÜHENDID.....</b>	<b>77</b>
<b>KASUTATUD MATERJALIDE LOETELU.....</b>	<b>79</b>
KASUTATUD ALLIKAD .....	79
KASUTATUD KIRJANDUS .....	79
MUUD ALLIKAD .....	82
KASUTATUD ÕIGUSAKTID .....	86
KASUTATUD KOHTUPRAKTIKA .....	87

## SISSEJUHATUS

John F. Kennedy on aastal 1962 öelnud, et tarbija õiguste hulka kuulub õigus olla informeeritud – õigus olla kaitstud petliku, valeliku ja jämedalt eksitava teabe eest, ja õigus saada vajalikku teavet, tegemaks teadlikke valikuid.<sup>1</sup> Eesti Tarbijakaitseameti poolt 2014. aastal tellitud Faktum & Ariko poolt 2014. aasta detsembris läbi viidud uuringus avaldasid vastajad, et oma õigustest tarbijana on teadlik ligikaudu iga neljas vastanu ning kaks inimest kolmest ehk 66% vastanutest leidsid, et nad teavad oma õigusi osaliselt.<sup>2</sup> Infopuudust tarbija õigustest ja kohustustest tunneb kindlasti 19% vastanutest ja osaliselt 56% vastanutest, kusjuures ligikaudu samal määral tuntakse infopuudust müügieelse ja müügijärgse info osas.<sup>3</sup> Uuringus osalenud tarbijad avaldasid, et puudust tuntakse nt teabest, mis puudutab hinda, müüjat ja üldiselt tarbija õigusi,<sup>4</sup> samuti leiti, et neid poldud piisavalt informeeritud tarbija õigustest ostjana, garantiitingimustest ja erinevatest tähtaegadest<sup>5</sup>. Informatsiooni puudus, kehv kvaliteet ja varjatus, nt info peitmine pikkadesse kasutustingimustesse, on peamisteks põhjusteks, miks tarbijad leiavad, et neid ei ole täielikult informeeritud.<sup>6</sup>

Kaasaja lepinguõiguses ei lähtuta enam eeldusest, et lepingulistes suhetes osalejad on mõistlikud inividid, kellel on piisavalt teavet oma huvide kaitsmiseks turusuhetes. Tänapäeval ollakse seisukohal, et lepingupoolte ebavõrdne võimalus saada teavet ning teabe omamisest ühele poolele tulenevad eelised muudavad lepingupoolte seisundi läbirääkimistel ebavõrdseks, mistõttu on tarvilik leevendada teabe ebavõrdse jaotumise tagajärgi või siis tagada vajaliku teabe edastamine teisele poolele teavitamiskohustuse instituudi kaudu.<sup>7</sup> Üks levinumaid tarbija õigust kaitse viise on

---

<sup>1</sup> P. Jr. Legrand. Pre-Contractual Disclosure and Information: English and French Law Compared. – Oxford Journal of Legal Studies Vol. 6, No. 3, p. 322. Online: [http://heinonline.org/HOL/Page?handle=hein.journals/oxfjls6&div=23&g\\_sent=1&collection=journals](http://heinonline.org/HOL/Page?handle=hein.journals/oxfjls6&div=23&g_sent=1&collection=journals), 05.04.2015.

<sup>2</sup> Tarbijakaitseamet. Tarbijate teadlikkus oma õigustest paraneb. 15.03.2015. – Arvutivõrgus: <http://www.tarbijakaitseamet.ee/et/node/5217>, 24.03.2015.

<sup>3</sup> Faktum & Ariko. Tarbijakaitseamet. Tarbijakaitse olukord Eestis 2014. – Arvutivõrgus: [http://tarbijakaitseamet.ee/sites/default/files/veebihaldus/artikkel/files/tarbijakaitse-2014\\_aruanne\\_lisaga.pdf](http://tarbijakaitseamet.ee/sites/default/files/veebihaldus/artikkel/files/tarbijakaitse-2014_aruanne_lisaga.pdf), lk 3, 24.03.2015.

<sup>4</sup> *Ibid*, lk 22.

<sup>5</sup> *Ibid*, lk 40.

<sup>6</sup> S. Kuusik, K.Sein. Digitaalse infosisu lepingutingimustele vastavuse hindamine. Euroopa ühise müügiõiguse eelnõu. – *Juridica X/2014*, lk 758.

<sup>7</sup> I. Kull, I. Parrest. Teatamiskohustus võlaõigusseaduse kontekstis. – *Juridica IV/2003*, lk 214.

teavitamiskohustuse sätestamine, lähtudes loogikast, et teadlikud valikud on paremad, turvalisemad ja tõhusamad. T. Wilhelmsson leiab, et teavitamiskohustusel on viis peamist eesmärki: kaitsta tegelikku tahet, olla vahendiks ratsionaalse turukäitumise reguleerimisel, toetada teabe selgust, kontrollida õiglust ja toetada moraalselt kohustust olla aus.<sup>8</sup> Tarbijaõiguses on teavitamiskohustuse täitmise tagamiseks kaks lähenemist. Ühe lähenemise kohaselt on kauplejale kohustuslik tarbijatele mõnesuguse kohustusliku teabe jagamine. Teine võimalus on tagada teabe avaldamine vabatahtlikult, tehes seda järelevalve kaudu läbi pettuse instituudi.<sup>9</sup>

E-kaubanduse mõiste defineerimiseks on sobiv kasutada KaubTS<sup>10</sup> § 2 punkti 7, mille kohaselt on e-kaubandus kauba või teenuse müügiks pakkumine ja müük internetis ilma osapoolte üheaegse füüsilise kohalolekuta. E-kaubanduse tähtsus kogu maailma kaubanduses on pidevalt kasvanud ning on avaldatud arvamust, et peagi võib e-kaubanduse mõiste kaotada eraldiseisvana oma tähenduse ning õigem on e-kaubanduse asemel kasutada lihtsalt üldist mõistet kaubandus. Mida aeg edasi, seda keerulisem on erinevate kaubandusliikide vahele neid eristavat joont tõmmata, kuivõrd kaubandus leiab aset mitmes kanalis korraga<sup>11</sup> – vahetegemine e-kaubanduse ja klassikalise kaubanduse vahel on hääbumas. 2013. aasta lõpu seisuga kasutati 36% kaupluses sooritatud ostude puhul mõnd digitaalset seadet näiteks hindade võrdlemiseks või täiendava teabe otsimiseks. Oletatakse, et toodud näitaja oli käesoleva aasta alguseks tõusnud ligikaudu 50 protsendini.<sup>12</sup>

2014. aasta septembris Tarbijakaitseameti poolt korraldatud uuringu tulemuste põhjal on e-kaubanduse üheks oluliseks kitsaskohaks ettevõtjate inertsus valdkonnas toimuvate seadusemuudatustega kohanemisel. Uuringus kontrolliti 203 ettevõtet, millest üksnes neljal protsendil ehk kaheksal ettevõttel ei avastatud ühtegi rikkumist, kusjuures peamised puudused seisnevad asjaolus, et kauplejad ei olnud suutnud üle kanda oma tegevusse seadusemuudatusi.

---

<sup>8</sup> T. Wilhelmsson. European Rules on Pre-contractual Information Duties. – ERA Forum 2005, Volume 6, Issue 1. – Online: <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs12027-005-0004-6?LI=true>, p. 18, 28.04.2015.

<sup>9</sup> O. Bar-Gill, O. Ben-Shahar. Regulatory Techniques in Consumer Protection: A Critique of European Consumer Contract Law (June 1, 2012). Common Market Law Review, Vol. 50, p. 109, 2013; NYU Law and Economics Research Paper No. 12-12; University of Chicago Institute for Law & Economics Olin Research Paper No. 598. – Online: <http://ssrn.com/abstract=2061148> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2061148>, p. 116, 28.03.2015.

<sup>10</sup> Kaubandustegevuse seadus. – RT I 2004, 12, 78 ... RT I, 12.07.2014, 59.

<sup>11</sup> Inglise keeles *multichannel retailing* või *omnichannel retailing*.

<sup>12</sup> Ecommerce Europe. Western Europe B2C E-commerce Report 2014. – Online: <http://www.ecommerce-europe.eu/stream/b2c-ecommerce-report-western-europe-light-9c2b30544533126b1da435bf65846c2a>, p. 8, 22.02.2015.

Samas on kodulehel korrektsete tingimuste avaldamine tarbijate kaitsmise kõrval ka kauplejate endi kaitseks.<sup>13</sup>

Kuivõrd e-kaubandus ja kaubandus klassikalises mõistes on ühte sulandumas, ei ole mõistlik ka teavitamiskohustust e-kaubanduses käsitleda kui täiesti iseseisvate nõuete kogumit eraldiseisvana klassikalisest teavitamiskohustusest. Seetõttu leiab käesolevas töös käsitlust ka üldine teavitamiskohustus, kuid töö raskuskeskmeks on B2C<sup>14</sup> ehk ettevõtjalt tarbijale suunatud teavitamiskohustus, kuivõrd teavitamiskohustuse üks peamisi eesmärke on tarbijakaitse-alane. Tarbija määratlemisel lähtutakse VÕS<sup>15</sup> § 1 lõikes 5 sätestatust, mille kohaselt on tarbija füüsiline isik, kes teeb tehingu, mis ei seonu iseseisva majandus- või kutsetegevuse läbiviimisega.

Legitimeeritud õiguse kõrval eksisteerivad rahvusvahelisel tasandil mittesiduvad normistikud (kasutatakse ka mõistet pehme õigus, inglise keeles *soft law*). Guzmani ja Meyeri poolt antud üldise definitsiooni kohasel on *soft law* normistike puhul tegemist õiguslikult mittesiduvate, kuid rangelt soovitusliku<sup>16</sup> iseloomuga normidega.<sup>17</sup> Nagu võib mõistest „mittesiduvad normistikud“ tuletada, ei ole tegemist automaatselt kohalduva õigusega – vastav dokument kohaldub poolte vahel üksnes omavahelise vastavasisulise kokkuleppe sõlmimise korral (vt nt Euroopa lepinguõiguse põhimõtted (*the Principles of European Contract Law*, edaspidi nimetatud PECL<sup>18</sup>) art 1:101 lg 2 ja Euroopa ühine müügiõigus (*Common European Sales Law (CESL)*<sup>19</sup>), edaspidi nimetatud EÜM<sup>20</sup>) art 8). Vaatamata sellele on tegemist dokumentidega, milles on võrdlemisi põhjalikult püütud koondada olulisimaid lepinguõiguse sätteid ning nii on dokumendid saanud olulisteks

---

<sup>13</sup> Tarbijakaitseamet. E-poodide usaldusväärse kasvu eeldus on eeskätt korrektsus koduõuel. 10.11.2014. – Arvutivõrgus: <http://www.tarbijakaitseamet.ee/et/node/5108>, 24.03.2015.

<sup>14</sup> Inglise keeles *business-to-consumer*.

<sup>15</sup> Võlaõigusseadus. – RT I 2001, 81, 487 ... RT I, 11.04.2014, 13.

<sup>16</sup> Inglise keeles *hortatory*.

<sup>17</sup> A. T. Guzman, T. L. Meyer. *International Soft Law*. – Online: [https://editorialexpress.com/cgi-bin/conference/download.cgi?db\\_name=ALEA2010&paper\\_id=168](https://editorialexpress.com/cgi-bin/conference/download.cgi?db_name=ALEA2010&paper_id=168), p. 4, 03.03.2015.

<sup>18</sup> European Union. *The Principles of European Contract Law 2002 (Parts I, II, and III)*. – Online: <http://www.jus.uio.no/lm/eu.contract.principles.parts.1.to.3.2002>, 12.03.2015.

<sup>19</sup> European Commission. *Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on a Common European Sales Law*. – Online: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0635:FIN:EN:PDF>, 30.03.2015.

<sup>20</sup> Euroopa Komisjon. Ettepanek: Euroopa Parlamendi ja Nõukogu määrus Euroopa ühise müügiõiguse kohta. – Arvutivõrgus: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0635:FIN:ET:PDF>, 03.03.2015.

allikateks nii akadeemilise töö tegemisel kui osalt ka inspiratsiooniallikaks kehtiva õiguse aktide loomisel.

Käesoleva magistritöö eesmärgiks on hinnata õiguslikust aspektist seaduses sätestatud teabe olulisust tarbija jaoks ning uurida, millises ulatuses oleks võimalik süstematiseerida kohustuslikku tarbijateavet, mh seoses vajadusega korrastada seaduse struktuuri ja parandada selle arusaadavust. Põhieesmärgi raames on eesmärk luua eri õigusallikate, sh mittesiduvate normistike, baasil kataloog, mis sisaldaks süsteemselt kohustuslikku ja vajalikku tarbijateavet. Magistritöö hüpoteesina on asutud seisukohale, et kehtiv regulatsioon on liiga detailne ja keerukas. Samas on selge, et kuivõrd seaduses sätestatu põhineb Euroopa Liidu õigusaktides sisalduvatele teabekriteeriumitele, siis on võimalused reeglite sisuliseks muutmiseks piiratud, võimalik on aga teabe lühendamine ja ülevaatlikum esitamine. Tegemist on oma olemuselt pigem praktilise lahendusega, mis võimaldaks tarbijale lihtsalt ja ülevaatlikult vajalikku teavet esitada ja teiselt poolt tarbijal sellest ka tegelikult aru saada. Kogu teavitamiskohustuse paketti on võimalik esitada lühemalt ja ülevaatlikumalt. Teave, nagu ka seadus, peab olema arusaadav üldiselt, st kas ühiskonnale tervikuna või selle valdavale enamusele. Arusaadavuse probleem eksisteerib nii keelelisel kui normitehnilisel tasandil<sup>21</sup>, kuid käesoleva töö eesmärgiks ei ole seatud uurida tarbija võimet vastu võtta teavet või sellest aru saada.

Käesoleva töö esimeses peatükis avatakse teavitamiskohustuse sisu kehtivate Euroopa Liidu ja Eesti õigusaktide ning erinevate mittesiduvate normistike kaudu. Euroopa Liidu tasemel on peamine õigusallikas tarbija õiguste direktiiv 2011/83/EL ning Eesti siseriiklikul tasemel eelkõige VÕS. Mittesiduvate normistikena on võrdlusmaterjalina kasutatud Euroopa lepinguõiguse põhimõtteid (PECL), rahvusvaheliste kaubanduslepingute põhimõtteid (UNIDROIT *Principles of International Commercial Contracts*, edaspidi nimetatud UPICC<sup>22</sup>), Euroopa tsiviilkoodeksi eelnõu kavandit (*Draft Common Frame of Reference*, edaspidi nimetatud DCFR<sup>23</sup>) ja Euroopa ühist

---

<sup>21</sup> M. Maripuu. Seaduse arusaadavuse arusaadavus. – RiTo 30, 2014.

<sup>22</sup> UNIDROIT (International Institute for the Unification of Private Law). UNIDROIT Principles of International Commercial Contracts 2010. – Online: <http://www.unidroit.org/english/principles/contracts/principles2010/integralversionprinciples2010-e.pdf>, 16.03.2015.

<sup>23</sup> Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law. Draft Common Frame of Reference (DCFR). Outline Edition. – Online: [http://www.academia.edu/1131064/Principles\\_Definitions\\_and\\_Model\\_Rules\\_of\\_European\\_Private\\_Law.\\_Draft\\_Common\\_Frame\\_of\\_Reference\\_DCFR\\_Outline\\_Edition](http://www.academia.edu/1131064/Principles_Definitions_and_Model_Rules_of_European_Private_Law._Draft_Common_Frame_of_Reference_DCFR_Outline_Edition), 07.03.2015.

müügiõigust (EÜM). Töö esimeses peatükis antakse ülevaade normistike teemakohaste sätete ülesehitusest iga allika kaupa eraldi, tuues välja nii positiivseid kui negatiivseid tähelepanekuid teavitamiskohustust käsitlevate sätetega seoses. Käsitletavat mittesiduvat normistikud on valitud arvestades asjaolu, et nimetatud allikad on loodud eesmärgiga olla kohaldatavad kogu Euroopa Liidus piirülestehingute puhul ning on õigusalaselt aktuaalsed – PECL kui põhiprintsiibid, mis peaksid olema kohaldatavad kogu Euroopa Liidu lepinguõiguse raames, UPICC kui põhimõtted, mida oleks võimalik kohaldada laiemalt rahvusvahelises kaubandusõiguses, DCFR kui kodifitseeritud edasiarendus PECL-ist ja EÜM kui ettepanek kehtestada Euroopa Liidu siseselt ühine müügiõigust käsitlev regulatsioon.

Töö järgnevad peatükid keskenduvad teavitamiskohustuse sisu lahkamisele liigiti, püüdes leida töö esimeses peatükis käsitletud allikatest ühist joont ja välja selgitada kõige sobivamat sisu teavitamiskohustusele. Peatükkides luuakse ülevaade senistest sätetest ning koos erinevate seisukohtadega püütakse koondada teavitamiskohustuse sisu, järgides põhimõtet „nii palju kui võimalik, nii vähe kui vajalik“. Peatükkide jaotise kujundamisel on lähtutud EÜM-ist, kus on seni püütud teavitamiskohustust liigitada ja tehtud seda üsna eeskujulikult, kuigi jaotist on käesoleva töö tarbeks kohandatud.

Käesoleva magistr töö viimane peatükk toob lugejani autoripoolse ettepaneku, kuidas oleks efektiivsem reguleerida teavitamiskohustuse sisu, võttes arvesse e-kaubanduse üha laiemat levikut. Töö viimane peatükk võiks anda lugejale inspiratsiooni, kuidas saaks teavitamiskohustust sätestada selliselt, et teavitamiskohustuse nõuded oleks mõistlikud kauplejate suhtes, kuid samas tagades selle, et võimalikult palju asjakohast teavet jõuaks tarbijast lepingupooleni. Selleks püüab autor kujundada teavitamiskohustusele teatud süsteemsuse ja leida tasakaalu selliselt, et antav teave oleks minimaalselt maksimaalne ja ei tekiks teabe üleküllastumise olukorda. Teabe üleküllus ei taga ilmtingimata mõistlike otsuste tegemist, kuivõrd nii muutub keerulisemaks olemasoleva teabe hindamine.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> K. Siibak. On Imperative Regulation of Information Duties in Financial Services Contracts. – *Juridica International* XV/2008, p. 56.

# 1. TEAVITAMISKOHUSTUSE SÜSTEEM EUROOPA LIIDU JA EESTI ÕIGUSES

## 1.1. Teavitamiskohustus Euroopa Liidu õiguses

Euroopa Liidu põhiõiguste harta<sup>25</sup> art 38 näeb ette, et Euroopa Liidu poliitika peab tagama tarbijakaitse kõrge taseme. ELTL<sup>26,27</sup> art 12 sätestab ühe üldpõhimõttena kohustuse arvestada Euroopa Liidu poliitikas tarbijakaitse nõuetega. Teavitamiskohustus tuleneb ELTL art 169 lõikest 1, mille kohaselt peab Euroopa Liit mh panustama tarbijate majanduslike huvide kaitsmisesse ja rõhutama tarbija õigust teabele, et tagada tarbijakaitse kõrge tase.

Euroopa Liidu põhiline eesmärk on arendada ühist siseturgu ning toimiva siseturu üks põhiosa on tarbijakaitsepoliitika. Euroopa Liidu tarbijakaitse-alane seadusandlus on suunatud tarbijate majanduslike huvide kaitsmisele, st peamine eesmärk on majanduslik heaolu ja siseturu toimimine ning lähtutakse pigem majanduslikust kui sotsiaalsest aspektist. Üks liidu suuremaid tarbijakaitse-alaseid väljakutseid praegusel ajal on Euroopa Liidu siseturu potentsiaali ärakasutamine, sh e-kaubanduses. Selleks on vaja suurenda tarbijate kindlustunnet piiriüleses kaubanduses ja vähenda piiriüleses kaubanduses eksisteerivaid takistusi. Tarbija kaitsmisel lähtutakse teabe asümmeetria põhimõttest, mille kohaselt kaupleja omab toote või teenuse kohta tarbijast rohkem teavet.<sup>28</sup> Teabe asümmeetria tekib seetõttu, et kaupleja teab oma toodet ning sõlmib praktiliselt sama sisuga lepingud kõigi tarbijatega, kes samas sõlmivad selliseid lepinguid harvem.<sup>29</sup> Tarbijaõiguse ideaaliks ja eesmärgiks on teadlik tarbija<sup>30</sup>, mille kohaselt teadlik turuosaline mõistab oma tegevust paremini, teeb ratsionaalseid ja majanduslikult põhjendatud valikuid ning kelle eelistused ei kujune

---

<sup>25</sup> Charter of Fundamental Rights of the European Union (2000/C 364/01). – C 364/1, 18.12.2000.

<sup>26</sup> Euroopa Liidu lepingu ja Euroopa Liidu toimimise lepingu konsolideeritud versioonid (2012/C 326/01). – C 326/1 26.10.2012.

<sup>27</sup> Consolidated Versions of the Treaty on European Union and the Treaty on the Functioning of the European Union (2012/C 326/01). – C 326/1, 26.10.2012.

<sup>28</sup> European Commission. Consumer rights and law. – Online: [http://ec.europa.eu/consumers/consumer\\_rights/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/index_en.htm), 22.04.2015.

<sup>29</sup> M. W. Hesselink. Towards a Sharp Distinction between B2B and B2C? On Consumer, Commercial and General Contract Law after the Consumer Rights Directive (June 8, 2009). European Review of Private Law, Vol. 18, No. 18, pp. 57-102, 2010; Centre for the Study of European Contract Law Working Paper Series No. 2009/06. – Online: <http://ssrn.com/abstract=1416126>, pp. 33-34, 28.04.2015.

<sup>30</sup> Inglise keeles *the concept of informed consumer*.

välja fragmentaarse ja ühekülgse teabe põhjal<sup>31</sup>, kõrvaleesmärgiga tagada vaba valiku ja vaba otsuse tegemise õigus. Teabe asümmeetria võib muuta lepingud ebatõhusateks – rohkem teavet omav lepingupool võib püüda sellest kasu lõigata ja vähem teavet omavat lepingupoolt ära kasutada. Isiku poolt tehtud otsus peab olema teadlik otsus, kuivõrd üksnes teadlik otsus saab olla täielikult siduv.<sup>32</sup>

Euroopa Liidu sisene tarbijakaitse on muutunud üheks põhiliseks liidu poliitikaks. Tarbijakaitse alaselts lähtub praegusel ajal Euroopa Liit Euroopa tarbijakaitse tegevuskavast ja tarbijakaitse alasest programmist „Euroopa 2020“.<sup>33</sup> Tegevuskava kohaselt on praeguse aja probleemideks mh digirevolutsioon seoses interneti poolt loodud uuenduslike võimalustega. Samamoodi on probleemiks teabe üleküllus ja sellega kaasnev teadmiste puudujääk, mis kahjustab tarbijate võimet oma õiguste eest seista – 2011. aastal läbi viidud uuringus suutis üksnes 2% vastanutest õigesti vastata küsimustele taganemisõiguse, garantiide ja kaitse kohta ebaausate kaubandustavade eest.<sup>34</sup> Probleemide lahendamiseks on välja töötatud strateegia „Euroopa 2020“, mis seab eesmärkideks tarbijaohutuse parandamise, teadmiste suurendamise, õigusaktide rakendamise parandamise, jõustamise kiirendamise ja õiguskaitse parandamise ning õiguste ja võtmetähtsusega poliitikate joondamise majanduslike ja sotsiaalsete muudatustega.<sup>35</sup> Nii tarbijad kui kauplejad peaksid olema teadlikumad oma Euroopa Liidus kehtivatest õigustest ja kohustustest. Euroopa Komisjon on seadnud erieesmärkideks parandada teavitamist ja suurendada teadlikkust tarbijate õigustest ja huvidest nii tarbijate kui kaupmeeste seas ning suurendada teadmisi ja suutlikkust, et tarbijate osalus turul oleks tõhusam.<sup>36</sup> Teoorias on parim viis teabe asümmeetriast üle saada teabe jagamisega, st, et paremini informeeritud poolt kohustatakse asjakohast teavet edastama vähem

---

<sup>31</sup> S. Saaremäel. Tarbijateave ja tarbija esindusõiguse tagamine Eesti ja Euroopa Ühenduse õiguses. – *Juridica* VI/2000, lk 396.

<sup>32</sup> S. Grundmann, M. Schauer. *The Architecture of European Codes and Contract Law. Pre-Contractual Duties to Inform.* The Netherlands: Kluwer Law International BV: 2006, p. 331.

<sup>33</sup> M. Maciejewski, C. Piaget. *Consumer policy: principles and instruments.* – Online: [http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/en/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_5.5.1.html](http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/en/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.5.1.html), 22.04.2015.

<sup>34</sup> Euroopa Komisjon. *Euroopa tarbijakaitse tegevuskava – suurem usaldus ja kiirem kasv.* – Arvutivõrgus: [http://ec.europa.eu/consumers/archive/strategy/docs/consumer\\_agenda\\_2012\\_et.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/archive/strategy/docs/consumer_agenda_2012_et.pdf), lk 4-5, 23.04.2015.

<sup>35</sup> *Ibid*, lk 7 – 11.

<sup>36</sup> *Ibid*, lk 8.

informeeritud ja järelikult nõrgemale poolele. Peamine eesmärk on kaitsta lepingu nõrgemat poolt, kelleks B2C suhetes on tarbija.<sup>37</sup>

Euroopa Liidu õiguses on teavitamiskohustus kaupleja ja tarbija vahel sõlmitavates lepingutes sätestatud tarbija õiguste direktiivis 2011/83/EL<sup>38,39</sup>. Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL laiem eesmärk on direktiivi art 1 kohaselt aidata tarbijakaitse kõrge taseme saavutamisele kaasa Euroopa Liidu siseturu nõuetekohasele toimimisele, ühtlustades tarbijate ja kauplejate vahel sõlmitud lepinguid käsitlevate liikmesriikide õigus- ja haldusnormide teatavaid aspekte. Direktiivi eesmärk on tarbijakaitse valdkonnas õigusliku killustatuse vähendamine. Õiguslikku killustatust nähakse siseturu kontekstis kaubandust pärssiva takistusena, kuivõrd killustatuse korral kaasnevad uuele turule sisenemisega suuremad tehingukulud.<sup>40</sup> Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL preambulis juhitakse tähelepanu asjaolule, et just interneti teel toimuva müügi puhul on näha, et müügiimahtude kasv on piiratud ning mh takistab arengut siseriiklike tarbijakaitse-eeskirjade erinevus. Ebaoproportsionaalne killustatus kahjustab ka tarbijate usaldust siseturu suhtes.<sup>41</sup>

Tarbija õiguste direktiiv 2011/83/EL lähtub õiguse Euroopa Liidu sisesel ühtlustamisel direktiivi 4. artiklis sätestatud maksimumharmoniseerimise põhimõttest. Viidatud sätte kohaselt on liikmesriikidel keelatud siseriiklikes õigusaktides säilitada või kehtestada sätteid, mis erinevad tarbija õiguste direktiiviga kehtestatust, sh ei rangemaid ega vähem rangemaid sätteid, millega tagataks tarbijakaitse erinev tase, kui direktiivis eneses ei ole sätestatud teisiti. St, et liikmesriikidel ei ole õigust võtta vastu täiendavaid direktiivi reguleerimisala puudutavaid sätteid – liikmesriik

---

<sup>37</sup> P. Mankowski. Information and Formal Requirements in EC Private Law. – European Review of Private Law 6-2005. Online: <https://www.kluwerlawonline.com/abstract.php?area=Journals&id=ERPL2005049>, p. 782, 27.04.2015.

<sup>38</sup> Euroopa Parlamendi ja nõukogu 25.10.2011 direktiiv 2011/83/EL tarbija õiguste kohta, millega muudetakse nõukogu direktiivi 93/13/EMÜ ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi 1999/44/EÜ ja millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu direktiiv 85/577/EMÜ ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 97/7/EÜ. – ELT L 304/64, 22.11.2011.

<sup>39</sup> Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council. – OJEU L 304/64, 22.11.2011.

<sup>40</sup> Seletuskiri võlaõiguseaduse ja tarbijakaitseaduse muutmise seaduse eelnõu juurde. – Arvutivõrgus: <http://www.riigikogu.ee/download/a47cd4af-91a9-4974-83a1-cdb442383efd/a47cd4af-91a9-4974-83a1-cdb442383efd>, lk 2, 29.04.2015.

<sup>41</sup> Vt viide 39, lk 1.

peab tagama, et kõik direktiiviga nõutu on tagatud, kusjuures keelatud on ka rangemate nõuete kehtestamine.<sup>42</sup>

Tarbija õiguste direktiiv 2011/83/EL reguleerib peaaugult tarbija ja kaupleja vahel sõlmitavaid lepinguid (vt ka tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 3) ja kehtestab selle tarbeks eeskirjad teabe kohta, mida tuleb esitada seoses kõigi kauglepingute (vt definitsiooni tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 2 p 7) ja väljaspool äriruume sõlmitud lepingutega (vt definitsiooni tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 2 p 8)<sup>43</sup> ning muude kui kauglepingute või väljaspool äriruume sõlmitud lepingute korral. Arvutivõrgu abil sõlmitud lepinguid eraldiseisvalt tarbija õiguste direktiiv 2011/83/EL eraldiseisvalt ei käsitle, kuigi tarbijale maksekohustuse kaasa toova elektroonilisel teel sõlmitavate lepingute tarbeks on erisäte viidatud direktiivi art 8 lg 2. Kuivõrd tegemist on tarbija õiguste direktiiviga, ei käsitleta direktiivis B2B suhetega seonduvat lepingueelset teavitamiskohustust.<sup>44</sup>

Teavitamiskohustust puudutavad sätted on tarbija õiguste direktiivis 2011/83/EL jaotatud kaheks – direktiivi art 6 jj sätestatud nõuded kauglepingute ja väljaspool äriruume sõlmitavate lepingute tarbeks ning direktiivi art 5 sätestatud nõuded muude kui kauglepingute või väljaspool äriruume sõlmitavate lepingute korral. Üldise iseloomuga teavitamiskohustust käsitlevaid sätteid, mis kohalduksid mõlema juhtumi korral, direktiiv ei sisalda, kuigi mitmeid ühiseid nõudeid sisaldavad mõlema lepinguliigi erisätted.

Tarbija teavitamine kauglepingute ja väljaspool äriruume sõlmitavate lepingute puhul on reguleeritud tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL 6. artiklis. Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 6 lg 1 kohaselt peab kaupleja esitama teabe tarbijale selgel ja arusaadaval viisil enne tarbija sidumist kauglepingu või väljaspool äriruume sõlmitava lepingu või vastava pakkumisega.

---

<sup>42</sup> J. Steiner, L. Woods, C. Twigg-Flesner. EU Law. Harmonisation. – Online: [http://bookshop.blackwell.co.uk/jsp/id/EU\\_Law/9780199279593](http://bookshop.blackwell.co.uk/jsp/id/EU_Law/9780199279593) or [http://bookshop.blackwell.co.uk/extracts/9780199279593\\_steiner.pdf](http://bookshop.blackwell.co.uk/extracts/9780199279593_steiner.pdf), p. 326, 22.03.2015.

<sup>43</sup> Vt viide 39, lk 2.

<sup>44</sup> Euroopa Liidus puudub ühine liidusisene lepinguõigus B2B tüüpi lepinguliste suhete tarbeks ja lepinguliste suhetele kohalduv õigus määratakse kindlaks vastavalt poolte kokkuleppele või üldiste kohalduva õiguse sätete alusel. Eurobarometer 2011. aasta aruande raames kauplejate hulgas läbi viidud küsitluste põhjal leiti, et suurem osa kauplejaid sooviks võimalusel kasutada piiriüleste B2B tehingutega seonduvalt ühist lepinguõigust kogu Euroopa Liidus. Vt lähemalt: Eurobarometer. European contract law in business-to-business transactions. Analytical Report. – Online: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/flash/fl\\_320\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_320_en.pdf), 29.04.2015.

Nimetatud säte on üldise iseloomuga säte nii kauglepingute kui väljaspool äriruume sõlmitavate lepingute tarbeks.

Teatavad erisused loob tarbija õiguste direktiiv 2011/83/EL eeltoodud kahe lepingutüüpi tarbeks direktiivi artiklitega 7 ja 8, mis käsitlevad vorminõudeid. Väljaspool äriruume sõlmitava lepingu korral peab teave tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 7 lg 1 tulenevalt olema loetav, esitatud lihtsas ja arusaadavas keeles ning esitatud tarbijale paber kandjal või, kui tarbija on sellega nõus, mõnel muul püsival andmekandjal. Kauglepingu puhul tuleb teave tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 8 lg 1 kohaselt tarbijale esitada või teha kättesaadavaks asjakohasel viisil, pidades silmas kasutatavat kaugsidevahendit. Teave peab samuti olema esitatud lihtsas ja arusaadavas keeles ning püsival andmekandjal esitatud teave peab olema loetav. Täiendavate lepingueelse teavitamise vorminõuete kehtestamine liikmesriikide poolt on keelatud (vt tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 7 lg 5 ja art 8 lg 10).

Elektroonilisel teel sõlmitava kauglepingu korral, mis seab tarbijale maksekohustuse, peab kaupleja tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 8 lg 2 kohaselt esitama tarbijale vahetult enne tarbija poolt tellimuse tegemist selgelt ja esiletõstetult teabe lepingu eseme põhiomaduste, kogukulude suuruse, lepingu kestuse ja tarbija lepingust tulenevate kohustuste minimaalse kestuse kohta.

Teavitamiskohustus muude kui kauglepingute või väljaspool äriruume sõlmitud lepingute korral on sätestatud tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL 5. artiklis. Viidatud säte ei ole niivõrd detailne, kui eelpool käsitletud direktiivi 6. artikkel. Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 5 lg 1 kohaselt tuleb teave esitada selgel ja arusaadaval viisil, kui teave ei ole kontekstist niigi selge ning enne tarbija sidumist lepingu või vastava pakkumisega. Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 5 lg 4 loob sätte siseriiklikkusse õigusesse üle võtmiseks teatava erandi ja lubab sätte üle võtta miinimumharmoniseerimise printsiipi järgides ehk lubab vastu võtta või säilitada täiendavad nõuded teavitamiskohustusele juhtudeks, kus tegemist ei ole kauglepingu või väljaspool äriruume sõlmitud lepinguga.

Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL teavitamiskohustust käsitlevad sätted paistavad silma kordustega. Erinevate lepinguliikide all on käsitletud teemasid, mida võiks reguleerida üldsätetena

kõigi suhete tarbeks. Lisaks sellele on mõnevõrra segadust tekitav e-kaubanduse alaste erisuste käsitlemine direktiivis – preambulis viidatakse kauglepingu sõlmimise võimalusele interneti vahendusel ning interneti-põhiste platvormide kasutamisele (preambuli p 20) ning rõhutatakse, et tarvilik on tagada, et interneti teel sõlmitud kauglepingu puhul oleks tarbijal võimalik enne tellimuse esitamist lepingu põhiosad täielikult läbi lugeda ja neist aru saada (preambuli p 39), kuid e-kaubandusega seotud eripärasid käsitletakse kauglepingute vorminõudeid käsitlevas artiklis (tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 8). Arusaamatuks jääb, miks ei ole erisätteid kehtestatud olukorraks, kus elektroonilise teel sõlmitav leping on käsitletav väljaspool äriruume sõlmitava lepinguna.

Lisaks eelpool käsitletud direktiivile on vastu võetud hüpoteekkrediidi direktiiv 2014/17/EL<sup>45</sup>, mis tuleb üle võtta ka Eesti õigusesse, kuid milliste muudatuste väljatöötamine on hetkel mitteametliku muudatusseaduse versiooni tasandil, mistõttu käesoleval juhul nimetatud direktiivi raames Eesti õigusega seonduvat ei käsitleta. Viidatud direktiivi puhul tuleb arvestada, et direktiivi kohaldamisala on peamiselt hüpoteegiga tagatud krediidilepingud (vt ka hüpoteekkrediidi direktiivi 2014/17/EL art 3). Hüpoteekkrediidi direktiivi 2014/17/EL art 8 kohaselt edastatakse tarbijale teavet tasuta. Direktiivi art 14 lg 1 kohaselt tuleb anda tarbijale isikupärastatud teavet, mis võimaldaks tarbijal hinnata tagajärgi ja langetada teadlik otsus ning sama sätte lg 2 kohaselt esitatakse isikupärastatud teave direktiivi II lisas esitatud Euroopa standardinfo teabelehel. Teabeleht<sup>46</sup> on väga põhjalik, kuid kergesti haaratav ning lihtsustab olulisel määral kaupleja teabe andmise kohustuse täitmist.

## **1.2. Teavitamiskohustus Eesti õiguses**

Eesti õiguses on peamiseks õigusaktideks TsÜS<sup>47</sup> ja VÕS koosmõjus teiste valdkonda puudutavate aktidega oma käesoleva töö esitamise ajaks jõustunud redaktsioonides, millistest asjakohaseimad on TKS<sup>48</sup> ja KaubTS. 12.12.2013 võeti vastu võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseseaduse muutmise

---

<sup>45</sup> Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 2014/17/EL 4. veebruar 2014, elamukinnisvaraga seotud tarbijakrediidilepingute kohta ning millega muudetakse direktiive 2008/48/EÜ ja 2013/36/EL ja määrust (EL) nr 1093/2010. – ELT L 60/34, 28.02.2014.

<sup>46</sup> *Ibid*, lk 74 ff.

<sup>47</sup> Tsiviilseadustiku üldosa seadus. – RT I 2002, 35, 216 ... RT I, 12.03.2014, 103.

<sup>48</sup> Tarbijakaitseseadus. – RT I 2004, 13, 86 ... RT I, 19.03.2015, 56.

seadus<sup>49</sup> ning vastavasisulised muudatused jõustusid möödunud aasta 13. juunil. Muudatuste eesmärk oli Eesti õigusesse üle võtta käesoleva töö peatükis 1.1. käsitletud tarbija õiguste direktiiv 2011/83/EL, millega sisuliselt loodi uus väljaspool ärruume sõlmitavate lepingute ja sidevahendite abil sõlmitud lepingute regulatsioon.<sup>50</sup> Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseseaduse muutmise seaduse eelnõu seletuskirja kohaselt peaks muudatuste tagajärjel olema oluliselt tõusnud tarbijate teadlikkus sellest, millise lepingu nad sõlmivad, kuivõrd suurenes oluliselt ettevõtjate kohustus anda väljaspool ärruume sõlmitava lepingu ja sidevahendi abil sõlmitud lepingu puhul tarbijale enne lepingu sõlmimist teavet.<sup>51</sup> Üleüldine tarbijakaitsese tase peaks paranema.<sup>52</sup>

TsÜS sätestab üldosa seadusena seaduse § 1 kohaselt tsiviilõiguse üldpõhimõtted. TsÜS käsitleb teavitamiskohustust eksimuse (TsÜS § 92) ja pettuse (TsÜS § 94) instituutide kaudu, mis kohalduvad üldsätetena nii B2B kui B2C tüüpi suhetes. TsÜS § 95 kohaselt tuleb teavitamiskohustuse täitmisel arvestada, kas asjaolu on teisele poolele ilmselt tähtis, millised eriteadmised on pooltel, millised on teise poole mõistlikud võimalused vajalike andmete saamiseks ja kui suured on tema poolt nende andmete saamiseks tehtavad vajalikud kulutused. Pettus võib teavitamiskohustusega seonduvalt esineda nii tegudega, nt esitatakse valeandmeid, kui vaikimisega, nt varjatakse asjaolusid, mida hea usu põhimõttest tulenevalt oleks tulnud teisele poolele avaldada. Ilma teabenõuet esitama tuleks teisele poolele kindlasti teist poolt teavitada asjaoludest, mille vastu on tal äratuntav huvi – nt kui ostja soovib osta kinnistut ning müüja teab, et kinnistule on kavandatud Natura 2000 kaitseala, tuleks sellest ka teist poolt teavitada.<sup>53</sup> TsÜS-i kommenteeritud väljaandes on selgitatud, et üldjuhul langeb kohustus teisele poolele teavet avaldada ära, kui pool on andmete saamiseks teinud olulisi kulutusi, viinud läbi uuringuid või teostanud teisi sarnaseid toiminguid. TsÜS-i mõttes teavitamiskohustus võib ära langeda ka juhul, kui andmete saamiseks huvitatud poolel on endal võimalik mõistlikult hankida samu andmeid muust allikast.<sup>54</sup> Teavitamiskohustuse olemasolu sõltub mõistagi poolte eriteadmistest – mida suurem erinevus eksisteerib pooltel nende eriteadmiste tõttu tehinguga seonduvate asjaolude kohta, seda ulatuslikumat teavitamist võib reeglina eriteadmisteta pool teiselt poolelt oodata. Tarbijat aga

---

<sup>49</sup> Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseseaduse muutmise seadus. – RT I, 31.12.2013, 1.

<sup>50</sup> Vt viide 40, lk 1 – 2.

<sup>51</sup> *Ibid*, lk 1.

<sup>52</sup> *Ibid*, lk 64.

<sup>53</sup> K. Saare, K. Sein, M.-A. Simovart. Differentiation of Mistake and Fraud as Grounds for Rescission of Transaction. – *Juridica International XII/2007*, p. 148.

<sup>54</sup> M. Käerdi. TsÜS § 95/3.3. – P. Varul jt (koost). *Tsiviilseadustiku üldosa seadus*. Komm vlj. Tallinn: Juura 2010.

käsitletakse lepingulistes suhetes tihti nõrgema ja vähemteadliku poolena, mistõttu peaks B2C suhetes teavitamiskohustus olema ulatuslikum kui B2B suhtes, kus reeglina loetakse mõlemaks lepingupooleks eriteadmisi omavat isikud, kes lähtuvad oma tegevuses majanduslikest eesmärkidest.

Üldise iseloomuga säte on ka VÕS § 14, millise sätte lg 1 teine lause kohustab pooli esitama teineteisele lepingu sõlmimise ettevalmistamise käigus tõeseid andmeid. Sama sätte lg 2 kohaselt tuleb teisele poolele teatada kõigist asjaoludest, mille vastu on teisel poolel lepingu eesmärgi arvestades äratuntav oluline huvi, arvestades, et teatama ei pea asjaoludest, millest teatamist teine pool ei saa mõistlikult oodata. Pool peab teatavaks tegema eelkõige sellised andmed, mis ei ole teisele poolele kättesaadavad, eriti kui need puudutavad lepingu täitmist, lepingu eseme õiguslikke omadusi või muid olulisi lepingu esemega seotud asjaolusid. Näiteks on müüjal alati kohustus teavitada ostjat kauba erilistest omadustest, mis võivad ohustada ostja elu ja tervist. Täiendavalt tuleb igal juhul hinnata, kas hea usu põhimõtet ja käibetavasid arvesse võttes oleks võinud teiselt poolel teatamist oodata. Näiteks kui ostja avaldab müüjale, kuidas ta kavatseb müügilepingu objekti kasutada, on hea usu käitumise põhimõttest lähtudes tuletatav, et müüja on kohustatud ostjale asjakohast teavet andma. Teavet peab andma küsimata, kui informatsiooni olulisus on teise poole jaoks äratuntav, kuid teavet ei ole tarvis anda oma huvide kohta, mis ei lange kokku teise poole huvidega.<sup>55</sup> Riigikohus on jaatanud äratuntavat huvi olukorras, kus osteti magamisasemega veok ning tavapäraselt kasutatakse kaugsõitudel veokeid eesmärgipäraselt ka magamiseks. Sellisel juhul võib jaatada müüja kohustust pöörata tähelepanu asjaolule, et veokis ei tohi magada veoki tühikäigul töötamise ajal.<sup>56</sup> Teisalt puudub üldine kohustus teavitada kõigest, vaid ka lepingupoolel endal samuti oma huvide kaitseks kohustus teavet hankida. Kui teine pool teavet küsib, tuleb hea usu põhimõttest lähtudes vastata ausalt.<sup>57</sup>

E-kaubandus on KaubTS § 2 p 7 kohaselt kauba või teenuse müügiks pakkumine ja müük internetis ilma osapoolte üheaegse füüsilise kohalolekuta. KaubTS § 4 lg 1 p 11, mis kohaldub nii B2B kui B2C suhetes, kohaselt on kaupleja kohustatud kauba või teenuse müügil e-kaubanduse korras avaldama internetis kaupleja ärinime või nime, asukoha aadressi, kontaktandmed, kauba või

---

<sup>55</sup> I. Kull. VÕS § 14/4.3. – P. Varul jt (koost). Võlaõigusseadus I. Üldosa (§§ 1-207). Komm vlj. Tallinn: Juura 2006.

<sup>56</sup> RKTKo 3-2-1-171-14.

<sup>57</sup> Vt viide 55.

teenuse hinna vastavalt TKS-is sätestatud ning VÕS-is ja InfoTS-is sätestatud e-kaubandust puudutava teabe.

Käesoleva peatüki alguses viidatud võlaõiguse ja tarbijakaitseaduse muutmise seadusega lisandus VÕS-i § 14<sup>1</sup>. Viidatud sättest lähtutakse B2C tüüpi lepingute puhul juhul, kui VÕS-is ei ole ette nähtud eriregulatsiooni. VÕS § 14<sup>1</sup> ülevõtmisel siseriiklikku õigusesse otsustati laiendada teavitamiskohustus kõigile lepingutele, kus üheks pooleks on tarbija, milline seisukoht on ka käesoleva töö autori arvates mõistlik, arvestades vajadust kaitsta tarbijat kui lepingulistest suhetes nõrgemat poolt. Sarnaselt tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 5 lõikele 1 kitsendab VÕS § 14<sup>1</sup> lg 1 teavitamiskohustuse ulatust, kui teave on lepingu konteksti arvestades niigi selge. Tegemist on ühe potentsiaalse vaidlusmoment tekitava olukorraga, kuivõrd võib tekkida vajadus tõendada, kas lepingu konteksti arvestades oli mõni VÕS § 14<sup>1</sup> lõikes 1 toodud teavitamiskohustuse element lepingupoolele niigi selge. Tähelepanu tasub siiski juhtida asjaolule, et VÕS § 14<sup>1</sup> lg 2 annab võimaluse teavitamiskohustuse ulatust laiendada, kui tarbijal on äratuntav huvi teabe vastu. Äratuntav huvi on subjektiivne mõiste, mistõttu vaidluse korral võib osutuda asjaolu tõendamisele, kas tarbijal oli täiendava teavitamiskohustuse osas äratuntav huvi või mitte, keerukaks. Äratuntavat huvi on käsitletud eespool VÕS § 14 käsitlevas lõigus. Ka VÕS § 14<sup>1</sup> suhtes kehtib põhimõte, et kui ostja avaldab müüjale, millisel eesmärgil ta asja kasutada soovib, võib hea usu põhimõttest tulenevalt eeldada, et müüja talle kohast teavet edastab.<sup>58</sup> VÕS § 14<sup>1</sup> on tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 5 lg 4 sätestatud erandit järgides üle võetud lähtudes miinimumharmoniseerimise põhimõttest, mis tähendab, et VÕS § 14<sup>1</sup> lõikes 1 toodud teavitamiskohustuse sisu loetelu on mitteamendav (vt VÕS § 14<sup>1</sup> lg 2).<sup>59</sup>

Üldise iseloomuga sätte leiame ka TKS-ist. Seaduse § 4 lg 4 kohaselt on kaupleja kohustatud tarbijale andma teavet eesti keeles, kui tarbija ei ole nõustunud teabe esitamisega mõnes muus keeles. Sama sätte lg 2 kohaselt tuleb tarbijale anda enne kauba omandamist või teenuse kasutamist üksikasjalikku teavet kauba või teenuse omaduste ja kasutamistingimuste ning garantii olemasolu korral teavet garantii kohta, samuti hinna ja tasumise tingimuste ning lepingu täitmise ja sellest tulenevate õiguste, kohustuste ja vastutuse, sh kauba või teenuse suhtes pretensiooni esitamise võimaluste kohta, pidades silmas, et tarbijal on sama sätte lg 1 kohaselt õigus saada pakutava kauba

---

<sup>58</sup> *Ibid.*

<sup>59</sup> Vt viide 40, lk 6.

või teenuse kohta ohutuse, samuti tervise, vara ja majandushuvide kaitse seisukohalt vajalikku teavet. Lisaks eelnevale on sama sätte lg 3 kohaselt tarbijal õigus saada pakutava kauba või teenuse kohta lisateavet.

VÕS eristab väljaspool äriruume sõlmitavaid lepinguid (VÕS § 46 jj) ning sidevahendite abil sõlmitud lepinguid (VÕS § 52 jj), kuigi teavitamiskohustuse sisu on mõlema juhul mõne üksiku erisusega praktiliselt identne (võrdle VÕS § 48 lg 1 ja VÕS § 54 lg 1). Tegemist on tarbija õiguste direktiiv 2011/83/EL art 6 ülevõtmisega Eesti siseriiklikkusse õigusesse. Erinevalt VÕS §-st 14<sup>1</sup> on nimetatud sätetes, st VÕS §-d 48 ja 54, käsitletud teavitamiskohustuse loetelu ammendav ja on siseriiklikkusse õigusesse üle võetud maksimumharmoniseerimise põhimõtet järgides.<sup>60</sup> VÕS § 54<sup>1</sup> kehtestab omakorda erisätted tarbija lepingueelsele teavitamisele finantsteenuse lepingu puhul.

VÕS käsitleb eraldi ka arvutivõrgu abil sõlmitud lepingutega seonduvat – VÕS § 62<sup>1</sup> jj. Kõnealused sätted jõustusid 2004. aastal, kuid samuti muudeti möödunud aastal tarbija õiguste direktiiv 2011/83/EL art 8 ülevõtmisel tehtud täiendustega. VÕS § 62<sup>1</sup> eesmärk on tagada, et teisel lepingupoolel oleks ülevaade lepingu sõlmimise tehnilistest üksikasjadest, lepingu sõlmimine oleks kujundatud tema jaoks mugavalt ja arusaadavalt ning lepingupoolel oleks võimalus salvestada loodava õigussuhte seisukohalt olulisi andmeid.<sup>61</sup> VÕS § 62<sup>1</sup> on kehtiv nii B2B kui B2C suhetes ning kaupleja peab nimetatud sätte lg 1 kohaselt esitama lepingu teisele poolele enne tellimuse edastamist esitama teabe, mis puudutab lepingu sõlmimise tehnilisi etappe, kas lepingutekst säilitatakse pärast lepingu sõlmimist ja kas see jääb lepingu teisele poolele kättesaadavaks, milliseid tehnilisi vahendid kasutatakse sisestusvigade tuvastamiseks ja kõrvaldamiseks, millised on lepingu sõlmimiseks pakutavad keeled ning ettevõtja järgitavaid reegleid ja elektroonilisi võimalusi nendega tutvumiseks. Lepingutingimused tuleb teisele poolele VÕS § 62<sup>1</sup> lg 5 tulenevalt esitada sellisel viisil, et teisel poolel oleks võimalik neid salvestada ja taasesitada. Kuivõrd VÕS § 62<sup>1</sup> lg 8 kohaselt ei välista ega piira nimetatud teabe andmise kohustus kaupleja kohustust teha lepingu teisele poolele teatavaks muid seaduses ettenähtud andmeid, tähendab see, et täita tuleb ka eespool käsitletud tarbija õiguste direktiivist 2011/83/EL üle võetud kaupleja poolne teavitamiskohustus täies mahus. Sätte kohaldub kõigi interneti kaudu sõlmitud lepingute korral, olgu leping kvalifitseeritav kauglepingu ehk sidevahendi abil sõlmitud lepinguna

---

<sup>60</sup> *Ibid.*

<sup>61</sup> K. Parkel. VÕS § 62<sup>1</sup>/1. – P. Varul jt (koost). Võlaõigusseadus I. Üldosa (§§ 1-207). Komm vlj. Tallinn: Juura 2006.

või väljaspool äriruume sõlmitud lepinguna.<sup>62</sup> Märkusena võib siinjuures mainida töö eelmises alapeatükis mainitud, et tarbija õiguste direktiiv 2011/83/EL sätestab erireeglid üksnes sellisele elektroonilisel teel sõlmitavale lepingule, mis on käsitletav kauglepinguna.

Erisättena tarbijaga arvutivõrgu abil sõlmitud lepingu tarbeks näeb VÕS § 62<sup>2</sup> lg 1 ette kohustuse teavitada tarbijat esinevatest kättetoimetamise piirangutest ja vastuvõetavatest maksevahenditest. Lisaks eelnevale toob VÕS § 62<sup>2</sup> kauplejale kaasa täiendavad tingimused juhuks, kus arvutivõrgu abil sõlmitud lepingu teiseks pooleks on tarbija ning leping näeb ette maksekohustuse. Sellisel juhul peab VÕS § 62<sup>2</sup> olema teave lepingu eseme põhiomaduste, koguhinna, lepingust tulenevate kohustuste ja kestvuslepingute puhul teave lepingu tähtaja kohta teatavaks tehtud selgelt ja esiletõstetult. VÕS § 62<sup>2</sup> loob kauplejale kohustuse esitada sõnaselgelt asjaolu, et tellimus tähendab kohustus maksta, ja tagada, et tarbija seda ka kinnitaks. Eelnimetatud nõuete rikkumisel ja täitmata jätmisel ei ole tarbija lepingu ega tellimusega seotud.

Eesti õiguse puhul jääb detailsuse kõrval silma süsteemitus. Neist esimene ei ole otseselt negatiivne nähe, sest liiga üldsõnalised sätted tekitaksid segadust teavitamiskohustuse sisu täpsel määramisel. Teisalt võivad liialt detailsed nõuded potentsiaalseid kauplejaid turult eemale hoida, sest paratamatu on, et täiendavad kohustused toovad ettevõtjale kaasa täiendavad kulutused. Täiendavad kulutused aga reeglina kajastuvad toote lõpphinnas. Süsteemitus peegeldub pikkades loeteludes, millega tutvudes ei ole võimalik saada ülevaadet, millise teavitamiskohustuse osa sätte punktidega üritatakse katta. Saamaks aru, millise kvalifikatsiooniga peab mingit valdkonda, nt hinda või taganemisõigust, käsitlev teave olema, on vaja ulatuslikult sätteid uurida. Koosmõjus süsteemsuse puudumisega on võimalik, et detailsus toob kaasa teavitamiskohustuse eesmärgile kaitsta tarbijat ja kauplejat vastupidise mõju. Samuti jääb arusaamatuks vajadus dubleerida üldiseid sätteid erisätete all.

---

<sup>62</sup> Vt viide 40, lk 50.

### 1.3. Teavitamiskohustus mittesiduvates normistikes

#### 1.3.1. Euroopa lepinguõiguse põhimõtted (PECL)

Euroopa Liidu liikmesriikide lepinguõiguste vahel on märkimisväärsed erinevused, mis toovad endaga kaasa riskid piiriülestes kaubandussuhetes.<sup>63</sup> PECL<sup>64,65</sup> art 1:101 lg 1 kohaselt on Euroopa lepinguõiguse põhimõtete ehk PECL-i eesmärk olla kohaldatav Euroopa Liidus lepinguõiguse üldreeglitena. PECL-i koostamisel kavandati, et PECL-is sätestatud üldised lepinguõiguse põhimõtted võiksid lõpptulemusena saada ühtse Euroopa Tsiviilkoodeksi osaks.<sup>66</sup> PECL art 1:101 lg 2 kohaselt kohaldub PECL poolte vahel üksnes omavahelise kokkuleppe olemasolul.

PECL-i koostamise ajal ei eksisteerinud veel e-kaubandust ulatuses, mis oleks tinginud vajaduse tagada vajaliku teabe esitamist tarbijale, mistõttu ei leia PECL-ist erisätteid e-kaubanduse tarbeks. Puudub ka eraldi alajaotis kaupleva teavitamiskohustuse kohta, kuivõrd PECL ei reguleeri tarbijalepinguid.<sup>67</sup> PECL tegeleb lepinguõigusega üldiselt, mitte konkreetsete lepinguliikidega, mistõttu otseselt teavitamiskohustusele suunatud sätteid PECL-is praktiliselt ei esine. Samuti ei erista PECL tarbijalepinguid ja ärilepinguid, mistõttu puuduvad ka tarbijakaitse alased erinormid.

Põhimõtteliselt on PECL õiguskaitsevahenditele orienteeritud.<sup>68</sup> Teavitamiskohustus PECL-is on seotud pettuse instituudiga, mis võimaldab teavitamiskohustuse rikkumisel lepingust vabaneda.

---

<sup>63</sup> O. Lando. The Structure and the Salient Features of the Principles of European Contract Law. – *Juridica International* VI/2001, p. 4.

<sup>64</sup> Dokumendi väljatöötamiseks moodustati Euroopa Lepinguõiguse Komisjon (CECL), mis on komisjoni Taani õigusteadlasest eesistuja Ole Lando järgi tuntud ka kui Lando komisjon. Vt Introduction to the Principles of European Contract Law (PECL). – Online: <http://www.cisg.law.pace.edu/cisg/text/peclintro.html>, 12.04.2015.

<sup>65</sup> Töö PECL-i koostamiseks algas juba 1982. aastal. PECL avaldati osade kaupa alates 1995. aastast. PECL-i komisjoni viimane istung toimus 2001. aasta veebruaris. Vt. The Commission on European Contract Law. Introduction to the Principles of European Contract Law. – Online: <http://www.cisg.law.pace.edu/cisg/text/peclcomments.html>, 15.03.2015.

<sup>66</sup> *Ibid.*

<sup>67</sup> C. Cravetto, B. Pasa. The „Non-sense“ of Pre-Contractual Information Duties in Case of Non-concluded Contracts. *European Review of Private Law* 6-2011. – Online: <http://www.kluwerlawonline.com/document.php?id=ERPL2011056&PHPSESSID=87phglh8lg7q9bfvh6h7lfgaa2>, p. 768, 05.04.2015.

<sup>68</sup> M. E. Storme. Information Requirements and Remedies in the Principles of European Contract Law. – Online: <https://www.law.kuleuven.be/personal/mstorme/PECLinformationTrier.pdf>, 27.04.2015.

Teavitamiskohustuse rikkumine võib kaasa tuua ka õiguskaitsevahendite kasutamise õiguse.<sup>69</sup> Näiteks annab PECL art 4:107 lg 1 lepingupoolele võimaluse lepingust taganeda, kui teine lepingupool on jätnud avalikustamata teavet, mida ta oleks kooskõlas hea usu põhimõtte ja ausa kauplemise põhimõttega pidanud tegema. PECL üritab eeltoodud põhimõtete sisu PECL-i tarbeks lahti mõtestada. Kontrollimaks, kas lepingupoolt on teavitamiskohustuse täitmisel järginud hea usu ja ausa kauplemise põhimõtteid, tuleb PECL art 4:107 lg 2 kohaselt mh arvesse võtta, kas lepingupool omas eriteadmisi, kui suured on asjakohase informatsiooni saamise kulud, kas lepingupool oleks olnud mõistlikult suuteline informatsiooni ise saama ning kui oluline on informatsioon teisele lepingupoolele. Hea usu põhimõtet eeldatakse ning see tähendab ausust ja õiglust. Ausa kauplemise all tuleb mõelda õigluse tegelikku järgimist, nt teise poole huvidega arvestamist.<sup>70</sup>

Lisaks taganemise õigusele annab PECL art 4:106 võimaluse nõuda usalduskahju hüvitamist juhul, kui leping on sõlmitud ebaõigele informatsioonile tuginedes. Kahjuhüvitise ulatus on piiratud PECL art 4:117 lõigetega 2 ja 3, mille kohaselt hüvitatakse kahju üksnes ulatuses, milles kahju tekkis ebaõigele informatsioonile tuginemise tõttu.

PECL-i üheks oluliseks lüngaks on, et puuduvad sätted lepingueelsete kohustuste, kaugmüügi, e-kaubanduse, võrdse kohtlemise õiguse, taganemisõiguse, ebaõiglaste lepingutingimuste ja tasumisega hilinemise kohta.<sup>71</sup> Võrdlemisi üldsõnaliste teavitamiskohustuse tingimuste kaudu ei anna PECL võimalust tuvastada teavitamiskohustuse sisu. Kuivõrd tegemist on hea usu põhimõttele tugineva teavitamiskohustusega, mille eesmärk on tagada tegelikele asjaoludele vastava tahte kujunemine, on teavitamise riisiko jagatud mõlema poole vahel. Ühelt poolelt on tarvilik jagada omavahel asjakohast teavet, kuid teisel lepingupoolel on endal samuti kohustus teavet hankida. Samas ei saa detailsete sätete puudumist lugeda PECL-i puuduseks, kuivõrd, nagu ka käesoleva alapeatüki alguses sai mainitud, sätestab PECL üksnes üldiselt tunnustatud

---

<sup>69</sup> R. Brownsword, *et al.* The Foundations of European Private Law. – Online: via <https://books.google.com>, Chapter 3, A: Pre-contractual Information Duties, ii: PECL, 15.03.2015.

<sup>70</sup> Vt viide 63, lk 9.

<sup>71</sup> H. Schulte-Nölke. From the *Acquis Communautaire* to the Common Frame of Reference – the Contribution of the Acquis Group to the DCFR. – *Juridica International XIV/2008*, p. 28.

lepinguõiguse põhimõtted, mistõttu ei ole silmas peetud üksikute lepingulistes suhetes olevate poolt kaitsevajadusi.

### 1.3.2. Rahvusvaheliste kaubanduslepingute põhimõtted (UPICC)

UPICC<sup>72</sup> on ette nähtud mudelseadusena, mida kohaldatakse üksnes juhul, kui pooled on UPICC-ile kui kohaldatavatele kaubandustavale lepingus viidanud. UPICC-i eesmärgiks on sätestada üldised reeglid, mis kuuluksid kohaldamisele rahvusvahelistele kaubanduslepingutele ning mille abil oleks võimalik tõlgendada või täiendada rahvusvahelist ja ka siseriiklikku õigust. Lisaks eelnevale on UPICC kasutatav ka lepingute koostamisel ja õppematerjalina.<sup>73</sup>

Sarnaselt PECL-ile ei reguleeri UPICC eraldi teavitamiskohustuse sisu, vaid sisustab teavitamiskohustuse kohustuse rikkumise korral kasutatavate õiguskaitsevahendite kaudu. UPICC art 3.2.5. annab õiguse lepingust taganeda, kui leping on sõlmitud teise poole petturliku käitumise tagajärjel, kus üks pool on kas otseselt või kaudselt avaldanud valesid fakte või on lepingupoolt jätnud avaldamata tõeseid fakte, mida lepingupool oleks pidanud mõistlikust kaubandustavast või ausa kauplemise põhimõttest tulenevalt avaldama.<sup>74</sup> Taganemise alusena tulevad eeltoodud kontekstis kõne alla nii pettus kui eksimus. Sätte kommentaarides on eraldi rõhutatud, et piisav alus taganemiseks ei ole reklaamis või läbirääkimistel kaupleja poolt subjektiivse teabega liialdamine<sup>75</sup>.<sup>76</sup> Teavitamiskohustust täpsemalt e-kaubanduses UPICC ei käsitle, mistõttu ei ole ka UPICC-ile tuginedes võimalik teavitamiskohustuse sisu täpsemalt analüüsida. Samuti ei sisalda UPICC tarbija teavitamiskohustust.

---

<sup>72</sup> UPICC täistekst 2010. aasta versioonist on arvutivõrgus kättesaadav: UNIDROIT Principles of European Commercial Contracts. – Online: <http://www.unidroit.org/publications/513-unidroit-principles-of-international-commercial-contracts>, 16.03.2015.

<sup>73</sup> Preamble (Purpose of the Principles). – Online: <http://www.unidroit.org/instruments/commercial-contracts/unidroit-principles-2010/418-preamble/862-preamble-purpose-of-the-principles>, 12.04.2015.

<sup>74</sup> *Ibid*, lk 106.

<sup>75</sup> Inglise keeles *puff*, tegusõnana *puffing*.

<sup>76</sup> Article 3.2.5. (Fraud). – Online: <http://www.unidroit.org/instruments/commercial-contracts/unidroit-principles-2010/396-chapter-3-validity-section-2-grounds-for-avoidance/919-article-3-2-5-fraud>, 12.04.2015.

### 1.3.3. Euroopa ühise raamnormistiku eelnõu (DCFR)

DCFR-i näol on tegemist akadeemilise tekstiga, mille eesmärk on koondada harmoniseeritud eraõiguse normid ühte süstematiseeritud kodifikatsiooni sarnasesse normistikku, mis võiks olla aluseks tulevase Euroopa tsiviilkoodeksi väljatöötamisel. DCFR-i väljatöötamisel seati mh eesmärgiks Euroopa Liidu eraõiguse arendamine,<sup>77</sup> mis omakorda on eelduseks Euroopa Liidu siseturu sujuvamale toimimisele.<sup>78</sup> DCFR-i sissejuhatuse kohaselt on normistiku sisuks printsiidid, definitsioonid ja reeglid,<sup>79</sup> mis oma sisult ja vormilt vastavad kontinentaal-Euroopa kodifikatsioonide sisule. DCFR-i koostamise aluseks olid nii PECL kui UPICC, millega võrreldes on DCFR-i reguleerimisulatus olulisel laiem.<sup>80</sup> DCFR on koostatud ka eesmärgiga, et seda saaks kasutada õigusteaduses, uurimustes ja õigushariduse andmisel ning kõige kõrval olla ka potentsiaalseks inspiratsiooniallikaks seadusandjale.<sup>81</sup> DCFR on kujunenud oluliseks allikaks, sest sisaldab formuleeritud norme (nn *black letter rules*) ning võrdlev-õiguslikku materjali, mis võimaldab eri õigussüsteeme täpsemalt ja sügavamalt uurida ning tundma õppida.<sup>82</sup>

Nii nagu PECL-is on teavitamiskohustus DCFR-is kaetud eksimuse ja pettuse instituudiga – vastavalt DCFR II.–7:201 ja DCFR II.–7:205. Ka DCFR lähtub kõigis õigussüsteemides tuntud üldisest standardist, et teavitamiskohustusega seonduvalt tuleb järgida hea usu ja ausa kauplemise põhimõtteid, kuid täpsustab, millistel tingimustel tuleks lugeda, et teavitamiskohustusega seonduvalt ei ole hea usu ja ausa kauplemise põhimõtted järgitud.<sup>83</sup> Nii tuleb DCFR II.–7:205 lg 3 kohaselt arvestada, kas lepingupool omas eriteadmisi, millised kulud kaasnevad poolele asjakohase teabe saamisega, kas teisel poolel oleks olnud võimalik mõistlikult saada teavet muul viisil ning kui ilme on teabe olulisus teisele poolele.

---

<sup>77</sup> Vt viide 23, lk 7.

<sup>78</sup> *Ibid*, lk 17.

<sup>79</sup> *Ibid*, lk 9.

<sup>80</sup> *Ibid*, lk 23.

<sup>81</sup> F. Emmert. The Draft Common Frame of Reference (DCFR) – The Most Interesting Development in Contract Law Since the Code Civil and the BGB (March 17, 2012). Indiana University Robert H. McKinney School of Law Research Paper No. 2012-08. – Online: <http://ssrn.com/abstract=2025265> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2025265>, p. 7, 15.02.2015.

<sup>82</sup> I. Kull. Euroopa ühine müügiõigus – uus instrument Euroopa lepinguõiguses. – *Juridica* III/2013, lk 153.

<sup>83</sup> H. Beale: Pre-contractual Obligations: The General Contract Law Background. – *Juridica International* XIV/2008, pp. 47-48.

DCFR-i teise raamatu „Lepingud ja muud juriidilised aktid“ kolmas peatükk sisaldab sätteid turustamise ja lepingueelsete kohustuste kohta. Üldise sätena kõigi lepinguliste suhete tarbeks peab DCFR II.–3:101 lg 1 kohaselt lepingueelse teabe maht olema selline, mida teine pool saab mõistlikult oodata, arvestades samalaadses olukorras eksisteerivaid keskmisi standardeid. Teine üldise iseloomuga säte on DCFR II.–3:106, millise sätte lg 2 kohaselt peab kaupleja poolt antav teave olema selge, täpne ning väljendatud lihtsas ja arusaadavas keeles. DCFR II.–3:106 lg 4 rõhutab, et asjakohase informatsiooniga tutvumine tuleb kirjalikult kinnitada püsival andmekandjal lepingu sõlmimise hetkel.

Kõige üldisemate informeerimiskohustustena kõigi lepingulise suhete tarbeks võib DCFR II.–3:101 jj kohaselt välja tuua välja kaks: informatsioon hinna ja täiendavate kulude kohta (DCFR II.–3:107) ning informatsioon kaupleja kohta (DCFR II.–3:108).

Kõigi B2C tüüpi lepingute puhul on DCFR II.–3:102 lg 1 kohaselt kauplejal keelatud anda eksitavat informatsiooni ning teave peab olema asjakohane. Teave loetakse eksitavaks, kui esitatakse või omistatakse olukorrale valesid asjaolusid, millele tuginedes keskmine tarbija on võimeline tegema informeeritud otsuse, kas ta kavatseb sõlmida lepingut või mitte. Kohustuslik teave, mida kaupleja peab tarbijale andma, on sätestatud DCFR II.–3:102 lg-s 2.

DCFR II.–3:103 näol on kehtestatud erisäte olukorraks, kus leping sõlmitakse ebasoodsas olukorras oleva tarbijaga. Viidatud sätte lg 1 kohaselt tuleb selle all mõisata olukorda, kus tarbijal on märkimisväärne informatiivne puudujääk, mis on tingitud lepingu sõlmimiseks kasutatavast teabevahendist, füüsilisest distantsist kaupleja ja tarbija vahel või tehingu iseloomust. Sellisel juhul tuleb tarbijale esitada kohane teave mõistliku aja jooksul enne lepingu sõlmimist.

Sidevahendi abil tarbijaga sõlmitud lepingute tarbeks on erisäte DCFR II.–3:104, millise sätte lg 1 kohaselt peab kaupleja, kui ta suhtleb tarbijaga reaalselt kuid distantsilt, tarbijale andma sõnaselget teavet oma nime ja lepingu ärilise eesmärgi kohta. DCFR II.–3:104 lg 2 kohaselt kuuluvad sätte reguleerimisalasse suhtlus telefoni kaudu ning VoIP ja reaalselt internetivestluse kaudu, kuid mitte e-posti kaudu.

E-kaubanduse alase teavitamiskohustuse kohta sisaldab DCFR eraldi sätet – DCFR II.–3:105. Tegemist on sättega, mis kehtib nii B2B kui B2C tüüpi suhetes. Teave peab sellisel juhul DCFR II.–3:105 lg 2 kohaselt olema kättesaadav tekstivormis.

Võrreldes PECL-iga on DCFR-i puhul üks oluline täiendus kaupleja poolse teavitamiskohustuse sätete sissetoomine – vastavasisulised sätted, nagu käesoleva töö eelmises alapeatükis mainitud, PECL-is üleüldse puudusid<sup>84</sup>. DCFR-i puhul on positiivne ka see, et tähelepanu on pööratud elektroonilisel teel sõlmitavatele lepingutele, arvestades elektroonilisel teel sõlmitavate lepingute eripärasid.

Kriitika poolelt tuleb paratamatult välja tuua teavitamiskohustuse sisu peitmine pikkadesse sätetesse, mille omavaheline süsteemsus ei ole kergesti haaratav. Teavitamiskohustust sätestava peatüki alajaotus koosneb üheksast artiklist (DCFR II.–3:101 – DCFR II.–3:109), kuid vajaliku teabe leidmine võib osutuda keeruliseks. Näiteks on nõuded teabele, mis puudutab lepingu eset, tasumist ja keelt, sätestatud DCFR II.–3:102 lg-s 2 – sättes, mille pealkiri on „Täiendavad kohustused tarbijaga sõlmitud lepingute tarbeks“. Teise näitena võib tuua DCFR II.–3:106 – sätte, mis paneb paika nõuded teabe selgusele ja vormile, kuid asub DCFR-i teise raamatu asjakohase alajaotise teises pooles ehk võrdlemisi lõpuosas.

DCFR-i kriitilise poole pealt võib välja tuua ka selle, et peamiselt keskendutakse B2C tüüpi lepingute sõlmimise eelsele teabele ning B2B tüüpi lepingud jäävad tagaplaanile, mistõttu B2B tüüpi lepingute puhul DCFR-i kohaldamine sobida ei pruugi.<sup>85</sup> Tarbijakaitse vaatenurga alt vaadates seda mõistagi oluliseks puuduseks lugeda ei tarvitse.

Seega võib järeldada, et kuigi DCFR-i koostamisel on ära tehtud suur töö ja suudetud luua sätted tingimustele, millele peab teavitamiskohustus vastama, on kahjuks tagaplaanile jäänud süstematiseerimine – nõudeid, millele antav teave peab vastama, ei leia asjakohastest sätetest loogilises järjekorras ning tingimused on pigem laialipaisatult koondatud üheksa asjakohase artikli

---

<sup>84</sup> Vt viide 23, tabel lk 115-116.

<sup>85</sup> B. Fages. Pre-contractual Duties in the Draft Common Frame of Reference – What Relevance for the Negotiation of Commercial Contracts? ERCL 3/2008. – Online: <http://www.degruyter.com/view/j/ercl.2008.4.issue-3/ercl.2008.304/ercl.2008.304.xml>, p. 311, 05.04.2015.

sisse. Sellegipoolest saab DCFR-i kasutada arvestatava eeskujuna teavitamiskohustuse sisu oluliste tingimuste nimekirja sisustamisel.

### 1.3.4. Euroopa ühine müügiõigus (EÜM)

Euroopa Liidu piirüleses kaubanduses nähakse probleemina tehingute kulukust, mis on tingitud suuresti sellest, et alati on tarvis määratleda kohalduv õigus. Ühine eraõiguse süsteem aitaks piiriülestes tehingus vähendada tehingukulusid, mis tekivad vajaduse tõttu tunda eri õigussüsteeme, kaubandusriske ning ebakindlust lepingute sõlmimisel, tõlgendamisel ja täitmisel.<sup>86</sup> Euroopa Parlament on heaks kiitnud Euroopa Komisjoni poolt koostatud EÜM-i eelnõu. Tehtud on ettepanek, et alternatiivselt oleks iga liikmesriigi kohalduva õiguse kõrval võimalik valikuliselt kohaldada EÜM-i, mis annaks kauplejale võimaluse müüa oma tooteid ükskõik millise liikmesriigi kodanikule ühtede kindlate lepinguõiguse reeglite alusel. EÜM-i kohaldamine vähendaks oluliselt praeguseid kulusid, muudaks lihtsamaks piiriülese kaubanduse õiguskeskkonna, langetaks kaupade hindu ja tõstaks tarbijakaitse taset.<sup>87</sup> EÜM oleks võimalik kehtestada ELTL art 114 alusel, kuivõrd EÜM-i eesmärgiks on siseturu toetamine, ning kooskõlas ELTL art 114 lõikega 3 tagada tarbijate kõrge kaitsetase.<sup>88</sup>

Tasub märkida, et käesolevaks hetkeks on EÜM menetlusest tagasi võetud, et oleks võimalik keskenduda piiriülese e-kaubanduse arendamisele<sup>89</sup>, kuivõrd piiriülene e-kaubandus on hetkel digitaalajastu arengutest maha jäänud ning piiriülesel turul on tarvis kõrvaldada sellega seonduvaid barjääre<sup>90</sup>. Euroopa Komisjon võttis EÜM-i kõrval tagasi veel mitmed menetluses olnud ettepanekud, mis ei vasta praegustele Euroopa Komisjoni eesmärkidele, milleks on nt töökohtade loomine ja majanduskasv.<sup>91</sup> Komisjon on 2015. aasta prioriteediks seadnud reguleerimiskoormuse

---

<sup>86</sup> Vt viide 82, lk 152.

<sup>87</sup> Common European Sales Law. – Online: [http://ec.europa.eu/justice/contract/cesl/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/justice/contract/cesl/index_en.htm), 26.04.2015.

<sup>88</sup> Vt viide 82, lk 158.

<sup>89</sup> European Commission. Annex to the Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Commission Work Programme 2015. A New Start. – Online: [http://ec.europa.eu/atwork/pdf/cwp\\_2015\\_withdrawals\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/atwork/pdf/cwp_2015_withdrawals_en.pdf), p. 12, 24.04.2015.

<sup>90</sup> European Commission. Pillar I: Digital Single Market. – Online: <https://ec.europa.eu/digital-agenda/our-goals/pillar-i-digital-single-market#Article>, 22.04.2015.

<sup>91</sup> Euroopa Komisjon. Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide Komiteele. Komisjoni 2015. aasta tööprogramm. Uus algus. – Arvutivõrgus: [http://ec.europa.eu/atwork/pdf/cwp\\_2015\\_et.pdf](http://ec.europa.eu/atwork/pdf/cwp_2015_et.pdf), lk 2, 22.04.2015.

kergendamise, et eeskirjad annaksid kasu, mida kodanikud ootavad, kuid et selle kõrval ei kannataks sotsiaalne, tervise- ja keskkonnakaitse ning tarbijate valiku kõrge tase.<sup>92</sup> Komisjon on teinud ettepanekuid muudeks meetmeteks ja seadnud omale 2015. aastaks 10 prioriteeti, millega 2015. aastal tegeletakse, millest üks on e-kaubanduse arendamine – kaasaminek digitaalse revolutsiooniga, et tuua kasu Euroopa Liidu kodanikele ja ettevõtjatele.<sup>93</sup> EÜM-i edasine arendamine on käesolevaks hetkeks jäetud tagaplaanile ja nõ külmutatud, kuid see ei tähenda, et EÜM oleks kaotanud oma tähtsuse ning ei vajaks käesolevas töös käsitlemist.

Praegu Euroopa Liidu liikmesriigid liidu ühtsest turust täiel määral kasu ei saa – näiteks üksnes 8% Eesti tarbijatest sooritab internetis oste mõnest teisest Euroopa Liidu liikmesriigist, kui Eestist sooritavad oste 21% tarbijatest. Teisalt keelduvad ettevõtjad välismaal elavatele tarbijatele müümisest õiguslike takistuste tõttu.<sup>94</sup> EÜM peaks ühest küljest lihtsustama ettevõtjate jaoks piiriülese kaubanduse laienemist ning teisest küljest tarbijate jaoks piiriüleste ostude tegemist<sup>95</sup>, saavutades seejuures tarbijakaitse kõrge taseme<sup>96</sup>. EÜM-i üks eesmärkidest on selle kohaldamisel edendada piiriülest kaubandust vallasasjade müügi suhtes ning seda eelkõige e-kaubanduse näol.<sup>97</sup> Liikmesriikide vahelised erinevused takistavad piiriülese kaubandusega tegeleda soovivaid tarbijaid ja kauplejaid – tarbijad on erinevuste tõttu liikmesriikide õiguses sageli ebakindlad oma õigustes piiriülestes olukordades.<sup>98</sup> Selle saavutamiseks hõlmab EÜM olulisi lepinguõiguse alaseid küsimusi – lisaks poolte õigustele, kohustustele ja õiguskaitsevahenditele ka teavitamiskohustusi, lepingu sõlmimist käsitlevaid sätteid (sh vorminõudeid), õigust lepingust taganeda ja selle tagajärgi, lepingu tühisust eksimuse, pettuse, ähvarduse või raskete asjaolude ärakasutamise tõttu ja tühisuse tagajärgi, tõlgendamist, lepingu sisu ja õiguslikke tagajärgi, ebamõistlikult kahjustavate lepingutingimuste hindamist ja tagajärgi, tagasitaitmist lepingu tühistamise või lõpetamise korral ning nõudeõiguse aegumist ja õiguste välistamist.<sup>99</sup>

---

<sup>92</sup> *Ibid*, lk 3.

<sup>93</sup> *Ibid*, lk 6.

<sup>94</sup> Ühine müügiõigus Euroopas: Eestit käsitlev teabeleht. – Arvutivõrgus: [http://ec.europa.eu/justice/contract/files/common\\_sales\\_law/sales\\_law\\_estonia\\_et.pdf](http://ec.europa.eu/justice/contract/files/common_sales_law/sales_law_estonia_et.pdf), lk 1, 26.04.2015.

<sup>95</sup> Vt viide 20, lk 45.

<sup>96</sup> *Ibid*, lk 7.

<sup>97</sup> *Ibid*, lk 18.

<sup>98</sup> *Ibid*, lk 2 ja lk 4.

<sup>99</sup> *Ibid*, lk 20.

Mittesiduva normistikuna kohaldub EÜM poolte vahel üksnes kokkuleppeliselt. Tarbija kaitsmise eesmärgil peab teave kohalduva õiguse kokkuleppe kohta olema tarbijale teatavaks tehtud ja põhjendatud (vt ka EÜM art 8 lg 2). EÜM-i kasutamine kohalduva õigusena peab olema teadlik valik ning tarbija peab olema täielikult informeeritud sellest, et ta nõustub tavapärasest õigusest erineva õiguse kohaldamisega.<sup>100</sup> EÜM art 9 kohustab kauplejat B2C tüüpi lepingu sõlmimise korral lisaks EÜM-is sätestatud teavitamiskohustuse täitmisele juhtima enne EÜM-i kohaldamise kokkuleppe sõlmimist tarbijale arusaadaval viisil tarbija tähelepanu kavatsusele kohaldada EÜM-i normistikku, edastades tarbijale vastavasisulise teabelehe (EÜM II lisa), milles kirjeldatakse lühidalt tarbija peamisi õigusi nii enne kui pärast lepingule allakirjutamist. Teabelehes tuletatakse tarbijale meelde, et müüja kohustus on edastada tarbijale oluline teave lepingu kohta, nt toote info, hind, sh maksud ja muud kulud, ning kontaktandmed. Eraldi rõhutatakse asjaolu, et internetis ostu sooritades peab teave olema üksikasjalikum kui nt kaupleja kaupluses ostu sooritades.<sup>101</sup>

EÜM I lisa artikli 28 lg 1 kohaselt on pooltel üldine kohustus teavitamiskohustuse täitmiseks mõistlikult tagada, et esitatav teave on tõene ja ei ole eksitav, kusjuures B2C lepingutes on viidatud sätte lg 3 kohaselt keelatud tarbija kahjuks kõnealuse artikli kohaldamist välistada, sellest kõrvale kalduda või selle toimet muuta. Põhiline osa tarbijale lepingueelse teabe esitamise kohustusest on sätestatud EÜM I lisa artiklites 13 – 17 ning üldiste sätetena kohalduvad need ka e-kaubanduse tehingute puhul, kusjuures EÜM I lisa art 22 kohaselt ei ole lubatud tarbija kahjuks müüja teavitamiskohustuse kohaldamist välistada, selle toimest kõrvale kalduda ega seda muuta. Viimasena viidatud säte kehtib kõigi B2C lepingutüüpide puhul üldise sättena - nii väljaspool ärruume sõlmitavate lepingute, kauglepingute kui muude kui väljaspool ärruume sõlmitavate lepingute ja kauglepingute puhul.

Üldine teavitamiskohustus kõigi kauglepingute ja väljaspool ärruume sõlmitavate lepingute tarbeks tuleneb EÜM I lisa art 13 lõikest 1, millise sätte kohaselt peab kaupleja esitama tarbijale teabe selgelt ja arusaadaval viisil enne seda, kui leping on sõlmitud või kui pakkumus muutub tarbija suhtes siduvaks. EÜM I lisa art 13 lg 2 kohaselt saab kogu kaupleja poolt esitatud teave

---

<sup>100</sup> Vt viide 9, lk 117.

<sup>101</sup> Vt viide 20, lk 117.

peale ettevõtja aadressi lepingu lahutamatuks osaks, mida võib muuda üksnes poolte omavahelisel sõnaselgel kokkuleppel.

EÜM loob üldiseid kohustusi täiendavad reeglid teavitamiskohustusele nii väljaspool äriruume sõlmitavate lepingute kui kauglepingute tarbeks.

EÜM I lisa art 13 lg 4 kohaselt peab väljaspool äriruume sõlmitava lepingu puhul esitatav teave olema esitatud lihtsas ja arusaadavas keeles ning tarbijale esitatud paberkandjal või tarbija nõusolekul muul püsival andmekandjal. Täiendav teavitamiskohustus väljaspool äriruume sõlmitavate lepingute tarbeks tuleneb EÜM I lisa 18. artiklist, millise sätte lg 1 kohaselt peab kaupleja andma tarbijale allkirjastatud lepingu koopia või kinnituse lepingu sõlmimise kohta paberkandjal või tarbija nõusolekul muul püsival andmekandjal. Väljaspool äriruume sõlmitava lepingu all tuleb EÜM-i kontekstis mõista B2C lepingut, mis sõlmitakse olukorras, kus:

- a. kaupleja ja tarbija viibivad üheaegselt väljaspool kaupleja äriruume või kui tarbija teeb nimetatud asjaoludel pakkumuse lepingu sõlmimiseks, või
- b. kaupleja ja tarbija viibivad üheaegselt kaupleja äriruumides või leping sõlmitakse mis tahes sidevahendite abil, kuid pärast seda, kui tarbija poole on isiklikult ja individuaalselt pöördutud väljaspool kaupleja äriruume, või
- c. leping sõlmitakse kaupleja korraldatud väljasõidu ajal eesmärgiga reklaamida ja müüja tarbijale kaupa, digitaalset infosisu või seotud teenuseid.<sup>102</sup>

EÜM I lisa art 13 lg 3 kohaselt peab kauglepingu puhul lepingueelne teave olema esitatud või kättesaadavaks tehtud kasutatavat sidevahendit arvestades, lihtsas ja arusaadavas keeles ning, kui teave on esitatud püsival andmekandjal, loetav. Täiendav teavitamiskohustus kauglepingute tarbeks tuleneb EÜM I lisa 19. artiklist, mis käsitleb nt telefoni teel sõlmitud kauglepingutega seonduvat. Kauglepingu all tuleb EÜM-i kontekstis mõista kaupleja ja tarbija vahel sõlmitavat mis tahes müügi- või teenuslepingut, mis sõlmitakse organiseeritud kaugmüügiskeemi alusel ilma

---

<sup>102</sup> *Ibid.*

kaupleja ja tarbija üheaegse füüsilise kohalviibimiseta, kasutades eranditult kas üht või mitut kaugsidevahendit kuni ja kaasa arvatud ajani, millal leping sõlmitakse.<sup>103</sup>

Elektroonilisel teel tarbijaga sõlmitud kauglepingute puhul kaasneb müüjale täiendav teavitamiskohustus vastavalt EÜM I lisa artiklitele 24 ja 25. EÜM I lisa art 24 kohaldub juhul, kui leping sõlmitakse individuaalse e-kirjavahetuse või muu isikliku suhtluseta kaupleja poolt. Sellisel juhul on kaupleja lisaks üldise teavitamiskohustuse järgimisele kohustatud andma täiendavat lepingueelset teavet vastavalt viidatud artikli 3. lõikele, kusjuures lepingutingimused tuleb kättesaadavaks teha tekstina ning tarbijal peab olema võimalus tekstis sisalduvat teavet lugeda, salvestada ja materiaalses vormis reprodutseerida. EÜM I lisa art 25 sätestab täpsustused olukorraks, kus elektroonilisel teel sõlmitav kaugleping toob tarbijale kaasa maksekohustuse. Sellisel juhul peab müüja andma tarbijale selgelt ja arusaadavalt olulisema teabe vahetult enne seda, kui tarbija esitab tellimuse. Viidatud sätte lg 2 kohaselt peab müüja tagama, et tarbija kinnitaks tellimust esitades sõnaselgelt, et tellimust tähendab kohustus maksta. Samaks lõikes tuuakse näide, et kui tellimuse esitamiseks tuleb veebilehel vajutada nupule, tuleks nupp tähistada hästi loetavalt ainult sõnadega „tellimus koos kohustusega maksta“ või mõne muu sarnase ühemõttelise sõnastusega, et tarbija mõistaks, et tellimuse esitamisega kaasneb kohustus kauplejale maksta. Ka elektroonilisel teel sõlmitav kauglepingu puhul ei või lepingupooled EÜM I lisa artiklist 27 tulenevalt tarbija kahjuks eelnimetatud teavitamiskohustuste kohaldamist välistada, nendest kõrvale kalduda ega nende toimet muuta. Sarnaselt EL-i õigusele jääb selgusetuks, miks puudub eriregulatsioon olukorraks, kus elektroonilisel teel sõlmitav leping on kvalifitseeritav väljaspool äriruume sõlmitava lepinguna.

EÜM sätestab teavitamiskohustuse ka juhtudeks, kus sõlmitav leping on muu kui kaugleping või väljaspool äriruume sõlmitav leping. Vastavasisuline säte on EÜM I lisa art 20, millise säte lg 1 kohaselt peab kaupleja esitama tarbijale teabe selgel ja arusaadaval viisil enne lepingu sõlmimist või enne, kui pakkumus muutub tarbija suhtes siduvat. Teabe esitamise kohustus langeb ära, kui teave on asjaolusid arvestades niigi selge.

Lisaks B2C suhetele käsitleb EÜM teavitamiskohustust ka B2B suhete tarbeks. Vastavasisuline säte on EÜM I lisa art 23. Viidatud sätte lg 1 kohaselt peab üks kaupleja avaldama teisele kauplejale

---

<sup>103</sup> *Ibid*, lk 24.

kogu teabe lepingu eseme põhiomaduste kohta, mida kaupleja teab või peab teadma ja mille avaldamata jätmine teisele poolele oleks vastuolus hea usu ja ausa kauplemise põhimõttega, mis tahes asjakohasel viisil. EÜM I lisa art 23 lg 2 täpsustab, et selleks, kas üks kaupleja peab teabe teisele poolele lepingu eseme kohta teavet avaldama, tuleb arvestada kõiki asjaolusid, sh seda, kas müüjal või teenuse osutajal oli eriteadmisi, milliseid kulusid pidi müüja või teenuse osutaja asjaomase teabe saamiseks kandma, kui lihtne oluks teisel kauplejal muudest allikatest asjaomast teavet saada, teabe olemust, seda, kui tõenäoliselt on teave teisele kauplejale tähtis ning head äritava konkreetses olukorras.

EÜM-i puhul paistab silma püüd esitada teavitamiskohustust puudutavad sätted süstematiseeritult. Hea näide on EÜM art 13, mis esmalt loetleb üldised alateemad, millist teavet on kaupleja kohustatud tarbijale jagama, ning viitab teemat detailsemalt käsitlevale artiklile (nt EÜM art 13 lg 1 p b viitab EÜM-i artiklile 14 jne). Samuti on suudetud arvestada e-kaubanduse eripärasid ja sätestatud selleks puhuks täiendavad reeglid teavitamiskohustusele (EÜM artiklid 24 ja 25). Väga põhjalikult sätestatud erinevate lepingutüüpidega seotud teavitamiskohustuse tingimused (nt kaugleping, sh elektroonilisel teel sõlmitav kaugleping, ja väljaspool äriruume sõlmitav leping).<sup>104</sup>

Vaatamata süsteemse käsitluse loomisele, on praktikas sellest vähe kasu, kuivõrd tegemist ei ole legitimeeritud õigusega ja EÜM kohaldub üksnes kokkuleppeliselt. Seetõttu on EÜM käesoleval hetkel üksnes inspiratsiooniallikaks teavitamiskohustuse sätete süsteemi kujundamisel. Samas on tegemist hea eeskujuga, millise ülesehitusega võiks olla sätestatud teavitamiskohustus ka positiivses õiguses.

Kriitikat on EÜM-i suhtes jagatud selles osas, et seoses teavitamiskohustusega puuduvad EÜM-is üldsätted, mis kohalduksid nii B2B kui B2C tüüpi lepingutes, mis omakorda muudab EÜM-i kohaldamise B2B tüüpi lepinguliste suhete puhul ebamõistlikuks.<sup>105</sup> EÜM I lisa art 23 sätestab teavitamiskohustuse B2B tüüpi lepinguliste suhete tarbeks üldiste põhimõtete kaudu üsna üldsõnaliselt. Nii on põhilisteks lepingupoolte kohustuseks B2B lepingutes hea usu ja ausa kauplemise põhimõtete järgimine. Kriitika on osalt õigustatud ning peegeldab asjaolu, et EÜM-i koostamisel on järgitud üht EÜM-i suurimast eesmärgist kaitsta tarbijat kui tavaliselt lepingulistes

---

<sup>104</sup> Vt viide 67, lk 762-763.

<sup>105</sup> *Ibid.*

suhtes nõrgemat osapoolt. Samas, mäletatavasti on B2B suhtes mõlema lepingupoole eesmärgiks majandus- või kutsetegevus ning valdavalt käsitletakse ettevõtjaid kui võrdseid, mistõttu käesoleva töö autor ei pea ilmingimata vajalikuks kehtestada B2B tüüpi suhete tarbeks samavõrd kaitsev ja detailne teavitamiskohustuse süsteem kui B2C tüüpi suhetes.

EÜM on väga suur samm edasi õiges suunas, kuigi mõningad probleemid jäävad, mis on küll pigem seotud EÜM-i kohaldamisega. Näiteks keelelised probleemid – müügikirjandust on vaja tõlkida ning kaebuste ja garantiiga seotud pretensioonidega tegelevad töötajad peavad oskama ladusalt rohkem keeli kui üksnes oma emakeelt. Mõningate riikide puhul võib tekkida probleemse seoses tarnimise tagamise ja maksete teostamisega.<sup>106</sup> Siiski on tegemist võrdlemisi eeskujuliku üritusega kehtestada ühine Euroopa Liidu sisene lepinguõigus, kuid kuivõrd EÜM-i kehtestamise plaan on hetkel külmutatud, on edasisi arenguid keeruline ette prognoosida.

## **2. TEAVITAMISKOHUSTUSELE ESITATAVAD ÜLDISED NÕUDED**

### **2.1. Arusaadavuse nõue**

Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL preambuli punktis 39 rõhutatakse, et oluline on tagada, et interneti teel sõlmitud kauglepingute puhul oleks tarbijal võimalik enne tellimuse esitamist lepingu põhiosad täielikult läbi lugeda ja neist aru saada.<sup>107</sup>

Nii VÕS § 14<sup>1</sup> lg 1, § 48 lg 1 kui § 54 lg 1 näevad ette, et teave tuleb esitada selgel ja arusaadaval viisil. VÕS § 62<sup>2</sup> lg 1 sätestab arvutivõrgu abil sõlmitavate lepingute kohta, et tarbijale esitatav teave peab olema selge ja loetav, kuid tegemist on sättega, mis reguleerib täiendavaid nõudeid arvutivõrgu abil lepingu sõlmimisel tarbijaga. E-kaubanduse raames on asjakohane VÕS § 62<sup>1</sup> lg 5 lähenemine, mille kohaselt tuleb teave esitada sellisel viisil, et teisel poolel oleks võimalik neid salvestada ja taasesitada. Lähenemine on mõistlik, kuivõrd e-kaubanduses ei pruugita lepingu

---

<sup>106</sup> H. Beale. The CESL Proposal: An Overview. – *Juridica International* XX/2013, p. 31.

<sup>107</sup> Vt viide 38, lk 6.

sõlmimist kirjalikult fikseerida, mistõttu võib tarbija jaoks kogu lepingueelne teave kaduma minna. Viidatud säte võimaldab selliseid olukordi vältida.

Ka tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL on art 5 lg 1 ja art 6 lg 1 kohaselt peab teave olema selge ja arusaadav. Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 8 lg 2 sätestab, et kui elektrooniliselt sõlmitav kaugleping seab tarbijale maksekohustuse, esitab kaupleja tarbijale vahetult enne, kui tarbija teeb tellimuse, osa teabest selgelt ja esiletõstetult. Siinjuures on mõistlik arutleda, kas peaks selgelt ja esiletõstetult esitama kogu tarbijale esitatava teabe. Käesoleva töö autor jääb siinjuures jaatavale seisukohale, kuivõrd e-poodides on niigi palju infomüra (uudised, reklaamid, pildid), võib tarbijal tekkida probleeme olulisema teabe haaramisega. Seetõttu oleks sobilik, kui kohustuslik teave esitataks tarbijale selgelt ja esiletõstetult. Ka ELI on teinud ettepaneku, et teave lepingutingimuste kohta tuleb tarbijale esitada selliselt, et need tõmbaksid tarbija tähelepanu nende olemasolu kohta<sup>108</sup>. Tingimused tuleb esitada sellisel viisil, et tarbijal oleks võimalus neist aru saada enne lepingu sõlmimist<sup>109</sup>.<sup>110</sup> Käesoleva töö autor leiab, et eelnimetatud kohustus võiks olla laiendatud kogu teavitamiskohustusele üldiselt, kuivõrd selline kohustus aitab tagada teavitamiskohustuse peamisi eesmäärke.

Lepingupoold peavad EÜM § 28 lg 1 kohaselt mõistlikult tagama, et esitatav teave on tõene ja ei ole eksitav. Nii EÜM art 13 lg 1 kui art 20 lg 1 kohaselt peab teave olema selge ja arusaadav. Kauglepingute puhul täpsustab EÜM art 13 lg 3, et teave peab olema tarbijale esitatud või kättesaadavaks tehtud kasutatavad sidevahendit arvestades, esitatud lihtsas ja arusaadavas keeles ning loetav, kui teave on esitatud püsival andmekandjal. Elektroonilisel teel sõlmitavate kauglepingute puhul näeb EÜM art 24 lg 3 lisatingimustena kohustuse esitada tarbijale teavet selle kohta, kas kaupleja säilitab lepinguteksti, kas lepingutekst jääb teisele poolele kättesaadavaks ning milliseid tehnilisi vahendeid kasutatakse sisestusvigade tuvastamiseks ja kõrvaldamiseks enne, kui teine pool teeb või võtab vastu pakkumuse.

---

<sup>108</sup> Inglise keeles *to attract the attention of the consumer to their existence*.

<sup>109</sup> Inglise keeles *in a manner which provides the consumer with an opportunity to comprehend them before the contract is concluded*.

<sup>110</sup> European Law Institute. Statement of the European Law Institute on the Proposal for a Regulation on a Common European Sales Law COM(2011) 635 final. – Online: [http://www.europeanlawinstitute.eu/fileadmin/user\\_upload/p\\_eli/Publications/CESL\\_1st\\_Supplement.pdf](http://www.europeanlawinstitute.eu/fileadmin/user_upload/p_eli/Publications/CESL_1st_Supplement.pdf), p. 52, 30.03.2015.

DCFR II.–3:102 lg 1 kohaselt on kauplejal B2C tüüpi lepingutes keelatud anda eksitavat teavet, st teavet, milles esitatakse väärtalt fakte, millele tuginedes tarbija langetaks otsuse, kas leping sõlmida või mitte. DCFR II.–3:106 lg 2 kohaselt peab teave olema selge, täpne ning väljendatud lihtsalt ja arusaadavalt. Ka DCFR II.–3:103 lg 1 sätestab, et teave peab olema selge. DCFR II.–3:106 lg 4 kohaselt peab tarbijale esitatav teave olema kinnitatud kirjalikus vormis püsival andmekandjal lepingu sõlmimise hetkel.

R. Ligi on oma 2006. aasta artiklis jõudnud tulemuseni, et tarbijale esitatav lepingueelne teave peab vastama kindlatele kriteeriumitele: teave peab olema äratuntav, tõene, vajalik ja arusaadav<sup>111</sup>. Teave peab olema esitatud selgelt ning teabe kaubanduslik eesmärk peab olema tarbijale selgeks tehtud. Teave peab olema tõene, et tarbija omaks ülevaadet kõigist asjasse puutuvatest faktidest, tegemaks parima võimaliku valiku. Teave peab olema tarbija jaoks vajalik nii objektiivselt kui subjektiivselt – tarbija peab teadma toote kohta piisavalt üksikasju, nt teave lepingu poole, soorituse, kulude, lepingu ja õiguskaitsevahendite kohta (objektiivselt vajalik teave) ning teabe ulatuse juures tuleb arvestada tarbijate grupi, kellele kaup või teenus on suunatud, keskmise inimese omadusi (subjektiivselt vajalik teave). Samas on R. Ligi leidnud, et teabe maht ei tohi kasvada liiga suureks – liiga palju informatsiooni võib inimese piiratud infotöötlemise võime ja valikulise tajumise tõttu lõpptulemina osutada piltlikult öeldes liiga väheseks teabeks või teabe puudumiseks.<sup>112</sup>

Lahendis C-26/13<sup>113</sup> on Euroopa Kohus juhtinud tähelepanu asjaolule, et teabe arusaadavust ei saa tõlgendada üksnes formaalses ja grammatilises mõttes, vaid laiemalt, kuivõrd tarbija on suhetes müüja või teenuste osutajaga nõrgemal läbirääkimispositsioonil eelkõige teabe osas. Tarbijale tuleks anda tegelik võimalus kõigi lepingutingimustega põhjalikult tutvuda. Kohus sedastas kokkuvõtlikult, et nõuet, mille kohaselt lepingutingimus peab olema koostatud lihtsas ja arusaadavas keeles, tuleb mõista nii, et lisaks sellele, et asjaomane tingimus peab tarbija jaoks olema grammatiliselt arusaadav, peab tarbijal olema võimalik täpsete ja arusaadavate kriteeriumide põhjal ette näha konkreetsest lepingutingimusest talle tulenevaid majanduslikke tagajärgi.

---

<sup>111</sup> Inglise keeles *recognisable, correct, comprehensive and comprehensible*.

<sup>112</sup> R. Ligi. Teavitamiskohustus – tarbija huvide kaitse tagatis Euroopa Ühenduses. – *Juridica VIII/2006*, lk 531 – 535.

<sup>113</sup> EKo 30.04.2014, C-26/13, *Árpád Kásler, Hajnalka Káslerné Rábai vs. OTP Jelzálogbank Zrt.*

Euroopa Kohtu lahendis C-49/11 toodud seisukoha kohaselt ei ole teave tarbijale edastatud ning tarbija ei ole teavet saanud, kuid kaupleja veebilehel asuv teave on tarbijale kättesaadavaks tehtud üksnes tarbijale edastatud lingi kaudu. Tarbija peab asjakohase teabe saama kas kirjalikult või muu püsiva andmekandja kaudu, tagamaks, et tarbija käsutuses oleks teave oma õiguste vajaduse korral maksuma panemiseks. Veebilehte püsivaks andmekandjaks lugeda ei saa. Viidatud lahendi punktis 43 on sedastatud, et kui andmekandja võimaldab tarbijal isiklikult talle suunatud kõnesoleva teabe säilitada, tagab selle sisu muutumatuse ja teabe kättesaadavuse piisava ajavahemiku jooksul ning annab tarbijatele võimaluse see teave sellisena taasesitada, siis on see andmekandja püsiv.<sup>114</sup>

Eelnevat kokku võttes kajab toodud väljavõtetest enim läbi, et lepingueelne teave peab olema selge, täpne, arusaadav ning esitatud lihtsas ja arusaadavas keeles. Sellele seisukohale vastu vaielda on raske, kuivõrd on mõistlik, et kui lepingu teiseks pooleks on tarbija, keda tavaliselt käsitletakse tehingus nõrgema poolena, on tarbijast ostja kaitsmiseks tarvilik esitada teave võimalikult lihtsalt ja konkreetset. Teavitamiskohustus ei ole efektiivne, kui tarbijal ei ole võimalik aru saada antavast teabest.<sup>115</sup>

Siiski võiks üldise nõudena võtta eeskujuks ELI poolt soovitud – tarbijale esitatav teave peab olema esitatud selliselt, et tarbijast lepingupoolel on võimalik teabest aru saada<sup>116</sup> enne lepingu sõlmimist. ELI on näinud soovitanud sellist tingimust seoses tarbija lepingutingimustest teavitamisega<sup>117</sup>, kuid tegemist on pigem teavitamiskohustuse üldist iseloomu peegeldava sättega. Üldsättena peegeldab nimetatud sõnastus teavitamiskohustuse üht olulist eesmärki – teavitada. Täiendav nõue teabele peaks olema, et kaupleja peab avaldama teabe viisil, mis tõmbaks tarbija tähelepanu nende olemasolu kohta – üksnes nii on võimalik tagada, et tarbijale on reaalselt antud võimalus lepingueelse teabega tutvuda, mitte ei ole tegemist üksnes kaupleja poolt formaalsete teabe esitamise nõuete täitmisega. E-kaubandusega seonduvalt tuleks teave esitada sarnaselt VÕS § 62<sup>1</sup> lõikele 5 sellisel viisil, et teisel poolel oleks võimalik neid salvestada ja taasesitada sellisel

---

<sup>114</sup> EKo 05.07.2012, C-49-11, Content Services Ltd vs. Bundesarbeitskammer.

<sup>115</sup> M. Loos. The Regulation of Digital Content B2C Contracts in CESL (October 18, 2013). Centre for the Study of European Contract Law Working Paper Series No. 2013-10; Amsterdam Law School Research Paper No. 2013-60. – Online: <http://ssrn.com/abstract=2343176> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2343176>, p. 8, 11.02.2015.

<sup>116</sup> Inglise keeles *comprehend*.

<sup>117</sup> Vt viide 108, lk 52.

viisil, et teisel poolel oleks võimalik neid salvestada ja taasesitada, milline lähenemine vastab ka Euroopa Kohtu lahendis C-49/11 toodud seisukohale.

Kokkuvõtvalt peaks üldise sättena teavitamiskohustus vastama alljärgnevatele kriteeriumitele:

1. Tarbijale esitatav teave peab olema esitatud selliselt, et tarbijast lepingupoolel on võimalik teabest aru saada enne lepingu sõlmimist. Selleks peab lepingueelne teave olema selge, täpne, arusaadav ning esitatud lihtsas ja arusaadavas keeles.
2. Tarbijale esitatav teave tuleb esitada viisil, mis tõmbab tarbija tähelepanu teabe olemasolu kohta. Teisel poolel peab olema võimalik teavet salvestada ja taasesitada.

## 2.2. Teabe keelele esitatavad nõuded

Küsimus teabe arusaadavusest seondub ka küsimusega keelest, milles teave esitatakse. Vaieldav on, kas teavitamiskohustus tuleks täita mingis konkreetses keeles või oleks mõistlik anda kauplejale valikuvabadus. On teada, et suurem osa õigusalasest tööst toimub inglise, vähesel määral ka prantsuse keeles.<sup>118</sup> Inglise keel ei ole küll ainuõiguslik keel Euroopa Liidu eraõiguses, kuid kindlasti on tegemist kõige domineerivama keelega. Mitmed mittesiduvad normistikud, nagu nt PECL ja DCFR, on koostatud inglise keeles ning ka Euroopa Liidu seadusandja kasutab üha rohkem inglise keelt.<sup>119</sup>

Keelelised probleemid tekivad tavaliselt alles pärast seadusaktide jõustamist õiguse kohaldamise etapis<sup>120</sup> ja on tihti seotud tõlkimisega – igale terminile ei ole olemas teises keeles täpselt sama vastet.<sup>121</sup> Selleks, et teave vastaks nõuetele, peab seaduse tekst ise olema arusaadav selle kasutajale. Tõlkimine tekitab probleeme ka teksti sidususega ja terminite erinev kasutus muudab keeruliseks õigusaktide ühetaolise tõlgendamise. Sätet kohaldav kohtunik tõlgendab mõisteid paratamatult

---

<sup>118</sup> C. Busch. The Language in Which CESL Shall Be Taught: CESL and the Multilanguage Complexity of European Law – A Plea for Moderate Multilingualism. – Common European Sales Law Meets Reality, 2014. Online: <http://www.degruyter.com/view/books/9783866539945/9783866539945.151/9783866539945.151.xml>, p. 153, 18.04.2015.

<sup>119</sup> R. Sefton-Green. How far can we go when using the English language for private law in the EU? – ERCL 1/2012. Online: <http://www.degruyter.com/view/j/ercl-2012-8-issue-1/ercl-2012-0030/ercl-2012-0030.xml?format=INT>, p. 32, 18.04.2015.

<sup>120</sup> *Ibid*, lk 33.

<sup>121</sup> Vt viide 115, lk 156.

oma emakeele kaudu ning nii saavad terminid erinevates keeltes nõ kohaliku tähenduse. Mõned autorid on tõstatanud seepeale küsimuse, kas õigusakte on üldse võimalik tõlkida, kuid sellel seisukohale on ka vasturääkijaid.<sup>122</sup> C. Busch on seisukohal, et puhtalt ingliskeelne lähenemine tekitab ühetaolisusest kunstlikku nähtuse, mis oleks lahus Euroopa mitmekeeliselisest tegelikkusest. Näiteks EÜM on oma olemuselt mitmekeelne dokument.<sup>123</sup> Samuti lähtub Euroopa Liit mitmekeelsuse põhimõttest, mille kohaselt on kõik Euroopa Liidu ametlikud keeled võrdsed.<sup>124</sup>

Eesti siseriikliku õiguse puhul sätestavad VÕS § 48 lg 2 ja § 54 lg 2, et teave tuleb tarbijale esitada lihtsas ja arusaadavas keeles. Finantsteenuse lepingu puhul täpsustab VÕS § 54<sup>1</sup> lg 1 p 16, et tarbijale tuleb teavet anda, millises keeles lepingutingimused ja enne lepingu sõlmimist antav teave esitatakse. TKS § 4 lg 4 kohaselt peab tarbijale antav teave peab olema eestikeelne, kui tarbija ei ole nõustunud teabe esitamisega mõnes muus keeles. Kusjuures võimalus anda teavet muus keeles toodi seaduse sisse käesolevas töös eelpool käsitletud võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseseaduse muutmise seadusega ning seaduse seletuskirja kohaselt on täiendus on vajalik seetõttu, et kui tarbija on näiteks välismaalane, puudub mõistlik põhjus, miks ei võiks talle poolte kokkuleppel esitada teavet mõnes muus keeles.<sup>125</sup> Tegemist on sättega, mis võiks selguse mõttes olla kirja pandud VÕS-is, kuivõrd nimetatud TKS-i nõue täpsustab, mida tuleks mõelda arusaadava keele all.

Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 6 lg 7 annab liikmesriikidele õiguse säilitada või kehtestada siseriiklikus õiguses lepingulisele teabele esitatavad keelenõuded, tagamaks, et tarbija saaks teabest kergesti aru.

EÜM art 24 lg 2 p c näeb ette, et elektroonilisel teel sõlmitava kauglepingu korral peab kaupleja edastama tarbijale teabe lepingu sõlmimiseks pakutavate keelte kohta. Samas ei näe pane EÜM kauplejale sõnaselget kohustust anda teavet keeles, mida tarbija valdab või, juhul, kui leping sõlmitakse mingis teatavas keeles,<sup>126</sup> tõenäoliselt valdab. EÜM art 13 lg 3 sätestab kauglepingutega seonduvalt üksnes, et teave peab olema esitatud lihtsas ja arusaadavas keeles.

---

<sup>122</sup> *Ibid*, lk 157-158.

<sup>123</sup> *Ibid*, lk 167.

<sup>124</sup> *Ibid*, lk 152.

<sup>125</sup> Vt viide 40, lk 60.

<sup>126</sup> Vt viide 113, lk 9.

DCFR II.–3:102 lg 2 p c kohaselt peab tarbijale jagatavas teabes sisalduma info selle kohta, millises keeles pooled omavahel suhtlevad pärast lepingu sõlmimist, kui see erineb poolte ärialase suhtluse keelest.

Eestis kaupa pakkuvate e-poodide hulgast leiab mitmeid, kus pakutav teave ei ole eestikeelne – nt Osühing TeleBox veebipood<sup>127</sup> või Osühing Galador Grupp veebipood<sup>128</sup>, kus pakutava kauba kohta esitatav teave (nt kauba nimetus ja lühikirjeldus) on inglise keeles. Positiivse näitena võib tuua välismaise mootorrattavarustuse poe Louis, mis toob e-poe standardtingimustes eraldi välja, et kogu kirjavahetus kauplejaga toimub Saksa keeles ning seejuures sõlmitakse ka müügileping saksa keeles, kuid e-poes on võimalik kasutada inglise keelt.<sup>129</sup>

Keelelise nõude esmane tingimus peaks olema, et teave peab olema keeles, millest tarbija aru saab ehk arusaadavas keeles. Mõistlik oleks lähtuda eeldusest, et teavet peab andma vähemalt selle riigi ametlikus keeles, millisele turule on kaupleja tegevus suunatud. Siinkohal tuleb nentida, et väga hästi õnnestunud säte on TKS § 4 lg 4 – tarbijale tuleb anda teavet eesti keeles, kui tarbija ei ole nõustunud teabe esitamisega mõnes muus keeles, mis küll sätestab üksnes Eesti turule orienteeritud kauplejale kehtestatud keelenõudeid.

Lahtiseks jääb aga küsimus, kuidas tuvastada, kas tarbija on nõustunud teabe esitamisega mõnes muus keeles või mitte. Seletuskirja sõnastusele tuginedes peaks muu keele kasutamine olema võimalik üksnes poolte kokkuleppel, kuid seadus räägib üksnes nõustumusest ehk justkui olukorrast, kus kaupleja teeb tarbijale ettepaneku teabe esitamiseks muus keeles, millele tarbija annab omapoolse nõustumuse. Siinkohal oleks mõistlik hinnata olukorda tellimuse tegemise momendist lähtuvalt – kui tarbija esitab tellimuse selliselt, kus kogu teave on ühes kindlas keeles, on alust eeldada, et tarbija on nõustunud teabe esitamisega selles samas keeles. Vaidlusmoment võib sellisel juhul tekkida olukorras, kus tarbija kasutab ostu tegemiseks mõnd tõlkevahendit ning

---

<sup>127</sup> Arvutivõrgus: <https://www.digisalong.ee>. Vt nt [https://www.digisalong.ee/camera-lens-35mm-f1-8g-af-s-dx-jaa132da-nikon.html?\\_\\_store=default&\\_\\_from\\_store=default](https://www.digisalong.ee/camera-lens-35mm-f1-8g-af-s-dx-jaa132da-nikon.html?__store=default&__from_store=default), 04.04.2015.

<sup>128</sup> Arvutivõrgus: <http://www.galador.ee>. Vt nr <http://www.galador.ee/195/2683209-camera-lens-35mm-f1-8g-af-s-dx-jaa132da-nikon>, 04.04.2015.

<sup>129</sup> Important Information, Standard Terms and Conditions and Service Guide. 2. Ordering, conclusion of contract and delivery. – Online: <https://www.louis.de/en/service/louis/agb#lieferung>, 16.04.2015.

teabe originaalkeelt tegelikult ei mõista. Siiski peaks ühe liikmesriigi piires asutatud ettevõtjad olema kohustatud teavet andma vähemalt liikmesriigi ametlikus keeles.

Võib tekkida küsimus, kas tarbijale peaks üldse andma võimaluse valida keelt. Võib ju asuda seisukohale, et tarbija on niigi kaitstud ja ta ei pea ilmtingimata mõistma keelt, milles leping sõlmitakse.<sup>130</sup> Pealegi on võimalik kasutada erinevaid tõlkeprogramme nii telefonis kui arvutis, nt *Google Translate*, mis võimaldab tõlkida sõnu, lauseid, pikemaid tekste kui isegi veebilehekülgi.<sup>131</sup> Siiski võib väita, et selline seiskoht ei ole poliitiliselt korrektne. Samas ei soovita liidu tasemel keelega seonduvat sätestada.<sup>132</sup> Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL preambuli punktis 15 kohaselt ei tohiks tarbijate direktiiv ühtlustada tarbijalepingutele kohaldatavaid keelenõudeid ning liikmesriigid võivad säilitada või kehtestada oma siseriiklikus õiguses lepingulisele teabele ja lepingutingimustele esitatavad keelenõuded (vt ka direktiivi art 6 lg 7). Ka EÜM-i preambuli p. 27 rõhutab, et keele kindlaksmääramist ei sätestata EÜM-is. Keelealaselts sätestab EÜM üksnes artiklis 76, et kui lepingutekst on koostatud kahes või enamas keeles ja tekstidel on võrdne jõud, lähtutakse tekstide lahknevuse korral lepingu tõlgendamisel algselt koostatud tekstist, ning lepingu tõlgendamiseks sätestab täiendavalt art 61, et kui lepinguga või sellest tulenevate õiguste ja kohustustega seotud suhtluse keelt ei saa teisiti määrata, kasutatakse keelt, milles leping on sõlmitud. Lepingueelse teabe keelelisi külgi ei sätestata.

Samas on leitud, et keel ei ole ainus võimalus teabe arusaadavaks tegemiseks – infot on võimalik arusaadavaks teha ka muude meetmete abil, mis annavad edasi informatsiooni, nt kavandid, joonistused, sümbolid ja piktogrammide.<sup>133</sup> Eeltoodud käsitlusega võib nõustuda, kuid sellisel viisil teabe andmine ei tohiks olla üldreegel. Pigem on õigustatud selline teabe andmine nt kaupade pakenditel, mis oma olemusel on väikesed. Siiski tuleb nentida, et eelnimetatud seisukohta saab kasutada teabe sisu tõlgendamisel ning universaalsed sümbolid, nt digiboksi koodeki või teleri eraldusvõime kohta, on universaalsed ning selline sümbol on sama tähendusega olenemata sellest, mis keeles on muu teave. Kokkuvõtlikult, keel ei pea olema klassikalises mõttes keel, kuid

---

<sup>130</sup> H.-W. Micklitz, N. Reich. The Commission Proposal for a „Regulation on a Common European Sales Law (CESL)“ – Too Broad or Not Broad Enough? – EU Working Papers, LAW 2012/04. – Online: [http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/20485/LAW\\_2012\\_04\\_ERPL\\_03.pdf](http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/20485/LAW_2012_04_ERPL_03.pdf), p. 46, 28.12.2015.

<sup>131</sup> Arvutivõrgus: <https://translate.google.ee>, 30.04.2015.

<sup>132</sup> Vt viide 127.

<sup>133</sup> Vt viide 110, lk 537.

nimetatud eripära ei vaja eraldi rõhutamist, vaid selle tulemuseni on võimalik jõuda sätte tõlgendamise kaudu.

Kokkuvõtlikult võib öelda, et keeleline üldnõue peaks olema, et tarbijale tuleb teave esitada keeles, millest tarbija aru saab. Võib eeldada, et tarbija saab aru keelest, milles ta vormistab tellimuse, kuivõrd mõistlik on sellisel juhul eeldada, et tarbija teab, mida ta teeb. Kas ja millises keeles peab olema koostatud e-pood, ei tuleks sätestada üldseadustes, kuigi üldpõhimõttena võiks lähtuda loogikast, et veebileht peab olema koostatud selles keeles, millise riigi turule kaupleja oma pakkumised suunab – nt kui Eesti äriühing tahab müüa kaupa eelkõige Soome tarbijatele, peaks veebileht ja seal antav teave olema soome keeles ning alusetu oleks kohustada kauplejat edastama teavet ka eesti keeles, kui kauplejal Eesti tarbija vastu huvi puudub.

### **3. LEPINGU ESEME, POOLTE JA HINNAGA SEOTUD TEAVITAMISKOHUSTUS**

#### **3.1. Teave kauba, teenuse või digitaalse infosisu põhiomaduste kohta**

VÕS § 14<sup>1</sup> lg 2 p 2 näeb üldise sättena ette, et tarbijaga sõlmitavas lepingus tuleb tarbijale anda teavet lepingu eseme põhiomaduste kohta lepingu esemele ja teabe esitamise viisile kohases ulatuses. Erisätted väljaspool äriruume sõlmitavate lepingute ja sidevahendi abil sõlmitud lepingute tarbeks on sisult sarnased – VÕS § 48 lg 1 p 4 ja § 54 lg 1 p 4 näevad ette, et teave lepingu eseme põhiomaduste kohta peab olema lepingu esemele ja teabe edastamise viisile kohases ulatuses.

Samalaadne säte on tarbija õiguste direktiivis 2011/83/EL, mille art 6 lg 1 p a kohaselt peab teave põhiomaduste kohta olema kommunikatsioonivahendile ning kaubale või teenusele kohases ulatuses.

EÜM art 13 lg 1 p a kohaselt peab tarbijale antav teave põhiomaduste kohta olemas kaubale, digitaalsele infosisule ja teenusele kohases ulatuses.

DCFR II.–3:101 lg 1 kohaselt peab kaupleja avaldatava teabe maht kauba põhiomaduste olema selline, mida lepingu teine pool võib mõistlikult eeldada. Nii DCFR II.–3:103 lg 1 kui DCFR II.–3:102 lg 2 p a rõhutavad eraldi, et B2C lepingu korral tuleb eraldi teavitada tarbijat kauba või teenuse põhiomadustest.

Lepingu eseme põhiomaduste kohta teabe avaldamine on kohustuslik, kuid lahtiseks jääb, milline on mõiste põhiomadused maht. Teave põhiomaduste kohta peab olema kohases ulatuses. Kohane ulatus on samuti määratlemata õigusmõiste, mille täpset täitmist on tarvilik analüüsida iga üksikjuhtumi raames eraldi. Millised omadused kvalifitseeruvad lepingu eseme põhiomadusteks, tuleb hinnata igal üksikjuhtumil eraldi, olenevalt sellest kaubast, teenusest või muust hüvest, mida tarbijale pakutakse. Oluline on, et tarbijal tekiks põhimõtteline ettekujutus lepingu alusel saadavast.<sup>134</sup>

Mõistlik tundub kasutada DCFR-i lähenemist, mille kohaselt peab tarbijat teavitama kauba või teenuse põhiomadustest ulatuses, mida võib tarbija mõistlikult eeldada. St, et kindlasti peab olema kajastatud lepingu eseme võimalikult täpne nimetus, kuid ka muud iseloomulikud omadused, mille vastu ostjal tõenäoliselt huvi on – nt teleri ostmise puhul teleri mõõtmed, kaal ja ekraani parameetrid, mälukaardi ostmise puhul mälukaardi mahutavus, kiirus ja tüüp jne. Praktikas esitatakse e-kaubanduse puhul teave tihti kahes osas – ülevaatlikum põhiteave ning detailsem teave omaduste kohta.<sup>135</sup>

Digitaalse infosisuga, nt muusikafailide, filmide või arvutiprogrammide, müügiga kaasnevad teatavad eripärad lepingu eseme vormi tõttu. Sellisel juhul peaks kohustuslik olema avaldada teavet digitaalse infosisuga kaasnevate erituste kohta.

Digitaalse infosisuga seotud tehingute tarbeks näeb VÕS § 14<sup>1</sup> lg 1 p 3 üldsättena ette, et tarbijat tuleb teavitada digitaalse infosisu kasutusviisist, selle suhtes rakendatavatest tehnilistest kaitsemeetmetest ning selle ühilduvusest riist- ja tarkvaraga, mida ettevõtja teab või peab teadma. VÕS § 48 lg 1 p 5 ja § 54 lg 1 p 5 sätestavad väljaspool äriruume sõlmitavate lepingute ja

---

<sup>134</sup> Vt viide 40, lk 16 ja lk 35.

<sup>135</sup> Vt nt arvutivõrgus: [http://www.1a.ee/arvutitehnika/malukaardid/sandisk\\_64gb\\_ultra\\_micro\\_sdxc\\_class\\_10\\_adapter](http://www.1a.ee/arvutitehnika/malukaardid/sandisk_64gb_ultra_micro_sdxc_class_10_adapter) ja <https://pood.elisa.ee/webshop/private/device/nokia/lumia-830/NOK830>, 04.04.2015.

sidevahendi abil sõlmitud lepingutega seonduvalt erinormina täpselt samasisulise kohustuse – tarbijale tuleb anda teavet digitaalse infosisu kasutusviisist, selle suhtes rakendatavatest tehnilised kaitsemeetmetest ning selle ühilduvuses riist- ja tarkvaraga, mida ettevõtja teab või peab teadma. Teavitada tuleb nt asjaolust, kui arvutiprogramm töötab vaid kindla operatsioonisüsteemiga või kui arvutiprogramm nõuab käivitamiseks võimsamat riistvara.<sup>136</sup>

Kui lepingu esemeks on digitaalne infosisu, peab tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 5 lg 1 punktidest g ja h ning art 6 lg 1 punktidest r ja s tulenevalt teave sisaldama infot digitaalse infosisu funktsioonide ja sobivate tehniliste kaitsemeetmete kasutamise kohta ning digitaalse infosisu koostalitusvõime kohta riist- ja tarkvaraga, mis on kauplejale teada või mille puhul võib põhjendatult eeldada, et kaupleja seda teab.

Digitaalse infosisu, nt muusikafailide, filmide või arvutiprogrammide,<sup>137</sup> müügi korral on EÜM art 13 lg 1 p h ja p i tulenevalt kohustuslik anda infot ka funktsioonide, sh sobivate digitaalse sisu tehniliste kaitsemeetmete kasutamise, kohta ning digitaalse infosisu koostöövõime kohta riist- ja tarkvaraga, mis on kauplejale teada või peab teada olema, kui teave on asjakohane.

Kaupleja ei saa kindlasti teada etteulatuvalt, kuidas ostja digitaalset infosisu kasutada kavatseb, kuid nt arvutiprogrammide puhul on mõistlik eeldada, et teavet tuleb anda operatsioonisüsteemidega ühilduvuse kohta või arvutimängu korral graafikakaartidega ühilduvuse kohta. Osa eelnimetatud põhimõttest võiks olla rakendatav ka muude lepingu esemete suhtes, so ühilduvus, mis on kauplejale teada või mille puhul võib põhjendatult eeldada, et kaupleja seda teab. Kui müüakse elektroonikatooteid, nt arvutihiirt või MP3-mängijat, on mõistlik eeldada, et kaupleja teab nimetatud eseme tavapäraseid kasutusviise, mistõttu peaks teave sisaldama ka võimalikke ühilduvusvõimalusi, nt nõutud ühendusvõimaluste olemasolu arvutil.

Lisaks eelnevale võib olla täiendavalt vajalik viidata olemasolevatele lepingu eset puudutavatele asjaoludele, seda eriti juhul, kui tegemist ei ole füüsiliselt kohale toimetatava kaubaga. Kasutusjuhend küll ei identifitseeri otseselt kauba olemust, kuid võimaldab tarbijal enne lepingu sõlmimist mõista, kas tal on mõistlik ostu sooritada. Näitena võib tuua olukorra, kus isik soovib

---

<sup>136</sup> *Ibid.*

<sup>137</sup> Vt viide 40, lk 17 ja lk 35.

osta endale pilditöötlusprogrammi ning ta on tuvastanud kaupleja poolt esitatud andmetelegituginedes, et programm ühildub tema süsteemiga ning kirjeldusest on tuvastatav, et programm peaks olema sobilik. Kuna kvaliteetsed arvutiprogrammid ei ole odavad ning kaupleja ei pea olema teadlik detailselt sellest, mida arvutiprogramm võimaldab ning digitaalset infosisu müües ei pruugi toimida füüsilist kätte toimetamist, et ostjale esitada kasutusjuhend paberkandjal, on mõistlik, kui võimalusel saab ostja tutvuda juba varasemalt lepingu eseme võimalustega, et veenduda, kas käesolevas näites arvutiprogramm on võimeline sooritama neid operatsioone, milleks ostja programmi vajab. Mõistagi ei ole e-kaubanduse kontekstis taunitav, kui kasutusjuhend esitatakse tarbijale ka muude lepingu esemete puhul, millega muidu kasutusjuhend füüsilisel kujul kaasneb. Näitena võib tuua pesumasina ostmise, kus ostukeskusesse minnes on ostjal võimalik kasutusjuhendiga tutvuda poes, mistõttu peaks olema võimalik kasutusjuhendiga tutvumine ka e-poes.

Eelnevalt kokku võttes peaks teave kauba, teenuse või digitaalse infosisu põhiomaduste kohta kajastama lepingu eseme põhiomadusi ulatuses, mida tarbija võib mõistlikult eeldada, arvestades lepingu eseme eripärasid, kui lepingu esemeks on nt digitaalne infosisu või elektroonikakaubad. Digitaalse infosisu kohta avaldatav teave peaks olema sätestatud erinormina. Võimalusel ja vajadusel tuleks viidata asjakohaste kasutusjuhendite olemasolule ja edastada teavet, kust juhendeid võib saada.

### **3.2. Teave kaupleja kohta**

VÕS § 14<sup>1</sup> lg 1 p 1 näeb üldise sätena ette, et tarbijale tuleb esitada andmed, mis võimaldavad tuvastada ettevõtja isikut, milleks eelkõige on tema ärinimi, ning ettevõtja asukoha aadressi ja telefoninumbri. Väljaspool äriruume sõlmitavate lepingute ja sidevahendi abil sõlmitud lepingutega seonduvad VÕS § 48 lg 1 punktid 1 – 3 ja § 54 lg 1 punktid 1 – 3 suurendavad kauplejat puudutava teavitamiskohustuse ulatust. Teave peab sisaldama andmed, mis võimaldavad tuvastada ettevõtja isikut, milleks eelkõige on tema ärinimi, ning ettevõtja asukoha aadressi ja olemasolu korral tema telefoni- ja faksinumbrit ning e-posti aadressi. Teave peab sisaldama ettevõtja tegevuskoha aadressi, kuhu tarbija võib kaebusi esitada, kui see erineb ettevõtja asukoha aadressist. Kui see on asjakohane, peab tarbijale antav teave sisaldama selle ettevõtja nime ja asukoha aadressi, kelle nimel ta tegutseb. Kehtivates õigusaktides on rõhutatud, et identifitseerimise aluseks

on eelkõige kaupleja ärinimi, mis tähendab, et isikud, kellel ärinime ei ole, ei pea seda ka esitama.<sup>138</sup>

Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 6 lg 1 punktide b – d kohaselt peab teave sisaldama kaupleja isiku tuvastamiseks tarvilikke andmeid<sup>139</sup> (nt ärinime), aadressi, sidevahendite andmeid (telefoninumber, faksinumber, e-posti aadress) ning vajadusel selle kaupleja aadressi ja nime, kelle nimel kaupleja tegutseb. Aadressi all on mõeldakse juriidilise isiku aadressi, mitte ettevõtte kui majandusüksuse aadressi.<sup>140</sup> Kui kaupleja tegutseb kellegi teise nimel, siis mingil põhjusel esindatava kaupleja sidevahendite andmeid tarbijale esitada ei ole tarvis. Ühtlasi tuleb esitada kaupleja tegevuskoha aadress, kuhu võib tarbija kaebusi esitada, kui see erineb eelpool mainitud kaupleja aadressist.

EÜM art 13 lg 1 p c ja art 15 kohaselt peab kaupleja kohta antav teave sisaldama kaupleja isikuandmeid, nt ärinime, tegevuskoha täpset aadressi, kaupleja olemasolevaid sidevahendite andmeid kauplejaga kiireks ja vahetuks suhtlemiseks (eeskätt telefoninumber, faksinumber ja e-posti aadress). Asjakohast teavet peab tarbijale andma ka selle kaupleja kohta, kelle volitusel kaupleja tegutseb (isikuandmed ja täpne aadress). Samuti peab teave sisaldama täpset aadressi, kuhu tarbija võib esitada kaebusi, kui see erineb kaupleja või kaupleja, kelle volitusel kaupleja tegutseb, aadressist.

ELI on teinud ettepaneku, et kaupleja kohta esitatav teave peaks kajastama ka viidet kaupleja ettevõtlusvormile ning aadressile, kus ühing on asutatud<sup>141</sup>.<sup>142</sup> Käesoleva töö autor leiab nimetatud ettepaneku olema liialdase, kuivõrd viide ettevõtlusvormile kajastub tavapäraselt ettevõtte täispikas ärinimes (nt Eestis OÜ, Soome Oy, Saksamaal AG jne). Internetiaadress, mis lõpeb domeeniga .eu, .ee, .de või muu EL-i liikmesriigi domeeniga ei taga, et ettevõtja asub ja on registreeritud EL-is.<sup>143</sup> Pealegi on nt Eestis võimalik taotleda e-residendi digi-ID, mis annab isikule

---

<sup>138</sup> Vt viide 40, lk 16 ja lk 34.

<sup>139</sup> Inglise keeles *the identity of the trader*.

<sup>140</sup> Vt viide 40, lk 16 ja lk 34.

<sup>141</sup> Inglise keeles *the geographic address at which he [the seller] is established*.

<sup>142</sup> Vt viide 108, lk 50-51.

<sup>143</sup> Ostude tegemine internetis. – Arvutivõrgus: [http://europa.eu/youreurope/citizens/shopping/buy-sell-online/rights-e-commerce/index\\_et.htm](http://europa.eu/youreurope/citizens/shopping/buy-sell-online/rights-e-commerce/index_et.htm), 23.04.2015.

võimaluse asutada Eestis äriühing, olemata ise Eestiga seotud<sup>144,145</sup> mis võib omakorda muuta asutamise aadressi avaldamise mõtteks – aadress peaks olema selline, mille kaudu realselt on võimalik tarbijal ka kauplejaga ühendust saada. Lisaks soovitab ELI, et kui kaupleja on käibemaksukohustuslane, tuleb ostjale esitada kaupleja käibemaksukohustuslasena registreerimise number. Kui ostjaga suhtlev tarbija erineb tegelikust müüjast, tuleks teavet anda nii müüja kui suhtleva isiku kohta.<sup>146</sup>

DCFR II.–3:103 lg 1 kohaselt tuleb tarbijale anda teavet selle kaupleja aadressi ja identiteedi kohta, kellega tarbija tehingusse astub. DCFR II.–3:108 kohaselt peab teave kaupleja aadressi ja isiku kohta sisaldama kaupleja ärinime ja asjakohaseid kauplemisnimesid, ametliku registri nime, milles on kaupleja registreeritud, ning kaupleja registrikoodi, kaupleja aadressi, sidevahendite andmeid, tarbija asukohariigis asuvate kaupleja esinduste nimesid ja aadresse, kui kaupleja tegutseb tegutsemisloakohustusega valdkonnas, asjakohase järelevalveorgani andmeid ning käibemaksukohustuslasena tegutsemise korral käibemaksukohustuslasena registreerimise number.

Kaupleja tuvastamiseks antava info puhul tekib küsimus, kui detailne peaks olema antav teave. Kohustuslikud peaksid kindlasti olema olemasolul täispikk ärinimi, st viitega asjakohasele ettevõtlusvormile, ja asjakohase registri registrikood, äriühingu korrektne aadress ja asjakohased sidevahendite andmed (eelkõige e-posti aadress ja telefoninumber). Kontaktandmete edastamine on tarvilik, et tarbija saaks ettevõtjaga kiiresti ühendust võtta ja temaga tõhusalt suhelda.<sup>147</sup> Kuivõrd eri riikide äriregistrite alased praktikad erinevad, on mõistlik anda teavet ka käibemaksukohustuse kohta, kuigi tuleb nentida, et keskmisele tarbijale see teave midagi öelda ei pruugi. Samas on käibemaksukohustuslasena registreerimise number tarbija jaoks on täiendav võimalus kontrollida, kas kaupleja on see, kellena ta end esitleb.

Tasub mõelda, kas tarvilik oleks kaupleja andmete juures viidata ka asjakohasele registrile või registritele, mille vahendusel oleks tarbijal võimalik kontrollida äriühingu andmete vastavust

---

<sup>144</sup> Ainus erisus hetkel on äriühingu stardikonto avamine, mis nõuab reaalset visiiti pangakontoris. Vt lähemalt: Estonian e-Residency. – Online: <https://e-estonia.com/e-residents/services-and-benefits>, 29.04.2015.

<sup>145</sup> Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. Eesti alustas e-residentsuse programmiga. – Arvutivõrgus: <https://www.mkm.ee/et/eesti-alustas-e-residentsuse-programmiga>, 29.04.2015.

<sup>146</sup> *Ibid.*

<sup>147</sup> Vt viide 40, lk 34.

tegelikkusele ja nt, kas äriühing on ka tegelikkuses käibemaksukohustuslane. Käesoleva töö autor on pigem eitaval seisukohal ning asjakohasele registrile viitamise kohustuslikuks tegemine oleks ülearune. Eesti äriregistri kanded on küll ÄS<sup>148</sup> § 28 lg 1 esimesest lausest tulenevalt avalikud ning EMTA võimaldab sooritada päringut äriühingu käibemaksukohustuslase registreerimise numbriga otsimiseks<sup>149</sup>, kuid sellised võimalused, kus registrist sooritataval päringul omab õiguslikku tähendust, ei eksisteeri kõigis riikides ning ei pruugi alati olla tasuta<sup>150</sup>. Lisaks räägib siin lähenemise kahjuks praktiline külg, kuivõrd keskmine tarbija ei pruugi näha vajadust e-poest ostu sooritamiseks teha kaupleva kohta täiendavaid päringuid. Pigem on tarbija jaoks olulisem, kas kaupleva on usaldusväärne tehingupartner. Eesti äriühingute puhul on tarbijal võimalik kontrollida, kas müüja on lisatud nn musta nimekirja<sup>151</sup> või on tegemist mõne turvalise kauplemise usaldusmäärgisega, nt turvaline ostukoht<sup>152</sup> või OstuKaitse Garantii<sup>153</sup>, tunnustatud e-poega, mis peegeldab kaupleva usaldusväärset tehingupartnerina.

Täiendav küsimus tekib, kui kauplevat esindab vahendaja. Siinkohal on väga hästi olukord lahendatud EÜM-i asjakohastes sätetes. Asjakohast teavet peab tarbijale andma ka selle kaupleva kohta, kelle volitusel kaupleva tegutseb (isikuandmed ja täpne aadress). Samuti peab teave sisaldama täpset aadressi, kuhu tarbija võib esitada kaebusi, kui see erineb kaupleva või kaupleva, kelle volitusel kaupleva tegutseb, aadressist. See tähendab, et tarbija peab saama teavet kõigi asjakohaste äriühingute kohta, et tarbija saaks veenduda, kellega ta lepingulistesse suhetesse astumas on.

Kokkuvõtlikult tuleb tarbijale anda teavet nii kaupleva kui teiste lepinguga seotud osapoolte kohta ning piisaval määral, et kaupleva oleks üheselt tuvastatav.

---

<sup>148</sup> Äriseadustik. – RT I 1995, 26, 355 ... RT I, 19.03.2015, 45.

<sup>149</sup> KMKR numbriga otsing. – Arvutivõrgus: <https://apps.emta.ee/e-service/doc/a0003.xsql>, 16.04.2015.

<sup>150</sup> Asjakohaseim näide siinjuures on Euroopa Äriregister, mis võimaldab saada andmeid 24 riigi äriühingute kohta, kuid teenus on tasuline ning päringu tulemus ei pruugi omada õiguslikku tähendust. – Arvutivõrgus: <http://www.rik.ee/et/euroopa-ariregister>, 16.04.2015.

<sup>151</sup> E-poed kes ei täida seadusest tulenevaid nõudeid. – Arvutivõrgus: <http://www.tarbijakaitseamet.ee/et/ametist/e-poed-kes-ei-taida-seadusest-tulenevaid-noudeid>, 29.04.2015.

<sup>152</sup> Usaldusmäärgisega tunnustatud e-poed. – Arvutivõrgus: <http://e-kaubanduseliit.ee/kvaliteedimark/kvaliteedimargiga-e-poed>, 29.04.2015.

<sup>153</sup> Sertifitseeritud e-poed. – Arvutivõrgus: <http://ostukaitse.ee/e-pood/sertifitseeritud-e-poed>, 29.04.2015.

### 3.3. Teave hinna ja täiendavate kulude kohta

ELI on ära märkinud, et kaupleja peab ostjat teavitama lepingu eseme koguhinnast, sh täiendavatest tasudest ja kuludest.<sup>154</sup> Samuti on oluline, et kaupleja juhiks tarbijast ostja tähelepanu üheselt mõistetavas sõnastuses asjaolule, et tellimuse esitamine toob kaasa kohustuse teha kauplejale makse.<sup>155</sup>

Hinnaga seotud teabe osas on asjakohasteks säteteks VÕS § 14<sup>1</sup> lg 1 p 4 (üldsäte), VÕS § 48 lg 1 punktid 6 ja 7 ning lg 7 ja § 54 lg 1 punktid 6 ja 7 ning lg 7 (erisätted väljaspool äriruume sõlmitavate lepingute ja sidevahendi abil sõlmitud lepingute tarbeks), tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 6 lg 1 p e (väljaspool äriruume sõlmitav leping või sidevahendi abil sõlmitud leping), EÜM art 13 lg 1 p b ja art 14 (kaugleping või väljaspool äriruume sõlmitav leping), ning DCFR II.–3:107 (üldsäte). Nimetatud sätted kattuvad märkimisväärses osas ning ühiste punktidenä kõigi nimetatud sätete puhul võib tuua välja, et teave hinna ja täiendavate kulude kohta peab kajastama alljärgnevat:

- a. lepingu eseme koguhind koos maksudega;
- b. juhul, kui põhjendatult või lepingu eseme olemusest tulenevalt ei ole hinda mõistlike jõupingutustega võimalik enne arvutada, hinna arvutamise viis;
- c. kõik täiendavad veo-, tarne-, posti- või muud kättetoimetamise kulud, kui need kulud tuleb kanda tarbijal või teave selle kohta, et täiendavate kulude tasumist võidakse nõuda;
- d. kui täiendavaid kulusid ei ole mõistlike jõupingutustega võimalik enne arvutada, teave selle kohta, et võidakse nõuda selliste täiendavate kulude tasumist.

Väljaspool äriruume sõlmitavate lepingute ja sidevahendi abil sõlmitud lepingute tarbeks on täiendavad eelnimetatud nõudeid VÕS § 48 lg 1 punktid 6 ja 7 ning lg 7 ning § 54 lg 1 punktid 6 ja 7 ning lg 7. Viidatud sätete kohaselt peab teave hinna ja täiendavate kulude kohta kajastama lisaks alljärgnevat:

---

<sup>154</sup> Vt viide 108, lk 51.

<sup>155</sup> Vt viide 38, lk 6.

- a. kui tegemist on tähtajatu lepingu või kestvuslepinguga, mille esemeks on püsivad või korduvad tellimused, peab koguhind sisaldama tellimuse kogukulu arveldusperioodi kohta. Kui sellise lepingu tasu on kindla määraga, tähendab koguhind igakuist kulude kogusummat;
- b. tasu lepingu sõlmimiseks kasutatava sidevahendi kasutamise eest, välja arvatud juhul, kui see tasu vastab sellise sidevahendi kasutamise tavalisele tasule.

Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 6 lg 1 p e täiendab veel, et kui perioodilise lepingu puhul ei ole kogukulu võimalik mõistlikkuse piires eelnevalt arvutada, tuleb tarbijat teavitada hinna arvutamise viisis.

EÜM art 13 lg 1 p b ja art 14 kohaselt peab teave koguhinna ja täiendavate kulude kohta samuti sisaldama tähtajatu lepingu puhul teavet kogumaksumuse kohta perioodi kohta, mille osas arve esitatakse või tasu määr ühe kuu kohta või eelneva arvutamise ebamõistlikkuse korral hinna arvutamise viis. Elektroonilisel teel sõlmitava kauglepingu puhul näeb EÜM art 25 lg 1 lisakohustusena ette, et kaupleja peab tagama, et tarbija selgesõnaliselt tellimust esitades kinnitaks, et tellimus tähendab kohustust maksta.

DCFR II.–3:107 kohaselt peab teave hinna kohta sisaldama lisaks teavet deposiitmakse kohustuse kohta ja, kui tegemist pole ühekordse tasumisega, teave maksegraafiku kohta.

Ehk siis kokkuvõtlikult koosneb lõplik hind kahes osast – lepingu eseme hind ja täiendavad kulud. Kuidas peaks nimetatud koguhind olema kaupleja poolt kajastatud?

Vastu ei saa vaielda väitele, et tarbija peab olema teadlik kõigist kuludest, mis tehinguga kaasnevad. Tarbijat tuleb kaitsta varjatud kulude ees ning seda ka e-kaubanduses. Tarbijat ei saa kohustada maksuma täiendavate tasude või kulude eest, kui ta ei olnud nendest eelnevalt teadlik. Lisaks peab tarbija sõnaselgelt kinnitama, et ta saab aru, et ta peab toote või teenuse eest maksuma.<sup>156</sup>

---

<sup>156</sup> Tarbijaõigused: ELi uus direktiiv tugevdab kümnel eri viisil tarbijate õigusi kauba ostmisel Internetist. MEMO/11/450. Brüssel, 23.06.2011. – Arvutivõrgus: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-11-450\\_et.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-11-450_et.htm), 05.04.2015.

Teave hinna kohta peaks, nagu on ka kehtivas õiguses, kajastama lisaks põhihinnale kaasnevaid makse. Maksudest on asjakohane eelkõige käibemaks, kuid lisaks summale tuleks kajastada ka rakendatav maksumäär. Selliselt oleks tarbijal võimalik kontrollida kauba või teenuse lõplikku hinda, samuti on nii võimalik vahet teha kaupadel, millele rakendub soodsam käibemaksumäär. Tarbija peab Euroopa Liidus kaupa ostes käibemaksu maksma vaid korra – riigis, kus tarbija sooritab ostu.<sup>157</sup> Maksude puhul on mõistlik lõpphinna kujunemise läbipaistvuse eesmärgil välja tuua maksu leidmise arvutuskäik. Seetõttu on õigustatud esitada lepingu eseme koguhind kolmes osas – lepingu eseme lõplik hind ehk hind maksudega, hind maksudeta ning maksu suurus ja osakaal.

Lisaks käibemaksule on võimalik, et lepingu eseme pealt tuleb tasuda ka muid täiendavaid makse – nt aktsiisi või tollimakse. Kuivõrd tarbija on ostjana tavaliselt vähem teadlikum pool, tuleks juhtida sarnaselt kehtivatele sõnastustele tähelepanu kõigile võimalikele kaasnevatele maksudele. Kuna aga kõigi võimalike maksude lõplikku suurus ei ole alati kaupleja suuteline iseseisvalt kindlaks määrama, peaks kaupleja juhtima vähemalt osja tähelepanu asjaolule, et ostmisega võib kaasneda kohustus tasuda nt tollimaksu. See annab tarbijale võimaluse vastavatest ametitest uurida, kui suur maksukohustus talle tekkida võib enne tehingu sooritamist, sest maksu suurus oleneb tavaliselt kogusest, massist ja/või väärtusest, ning need parameetrid on tarbijale teada, kui kaupleja täidab teavitamiskohustust nõuetekohaselt.

Viidata tuleb võimalusele, et tarbijale võib kaasneda täiendav maksukohustus lisaks kaupleja poolt näidatud summadele, peaks olema rakendatav üksnes erandlikel juhtudel. Nii võiks teoorias olla võimalik viidata nt tollimaksu kohustuse tekkimise võimalusele, kuid kaupleja ei saa jätta tarbijat teavitamata nt tasumisele kuuluvast müügitulust, milliste maksu suurus või arvestamise viis on kauplejale üsna suure tõenäosusega teada.

Samamoodi tuleks täielik hind esitada kestvuslepingute puhul. Kestvuslepingu puhul peab kaupleja olema suuteline välja arvutama kas kogu perioodi või tähtajatu lepingu puhul mingi väiksema perioodi, milleks tavalises praktikas on üks kalendrikuu, jooksul kantavate kulutuste kogumäära. Tarbijal on vaja enne lepingu sõlmimist teada, kui suuri kulutusi ta kandma peab. Mõistlik on

---

<sup>157</sup> Käibemaks. – Arvutivõrgus: [http://europa.eu/youreurope/citizens/shopping/shopping-abroad/vat/index\\_et.htm](http://europa.eu/youreurope/citizens/shopping/shopping-abroad/vat/index_et.htm), 23.04.2015.

erandjuhtudel kasutada kestvuslepingute puhul tarbija õiguste direktiivist 2011/83/EL tulenevat lähenemist – kui perioodilise lepingu puhul ei ole kogukulu võimalik mõistlikkuse piires eelnevalt arvutada, hinna arvutamise viis. Sellisel juhul on võimalik tarbijal vähemalt hinnanguliselt arvestada lepingu eseme hinda ja selle kaudu teadlikult otsustada, kas lepingut on mõtet sõlmida või mitte. Samas, nagu eelnevalt mainitud, peaks hüpoteetiline hinna määramine rakendust leidma üksnes erandjuhtudel.

Asjakohane teave täiendavate kulude kohta tuleb samuti tarbijale teatavaks teha enne lepingu sõlmimist, kui nimetatud kulud peab kandma tarbijast ostja. Täiendavate kulude teadmine e-kaubanduse puhul eriti oluline, kuivõrd erinevalt klassikalisel viisil poest ostmisest ei ole e-poest ostu sooritades alati võimalik ise otsustada, kas ostja soovib ise kauba koju viia, kasutada kaupleja poolt pakutavat teenust või kasutada mõnd kolmandat transpordiettevõtet. Praktikas pakuvad e-poed erinevaid tarneviise – nt võimalust ise kaubale järele minna, postiautomaati saatmist, kullerteenuse kasutamist jne.<sup>158</sup> Erinevate variantide puhul tuleb kindlasti eraldi välja tuua, kui suured kulud tarbijale ühe või teise valiku tegemisel kaasnevad ning praktikas see nii ka toimib.<sup>159</sup>

Siinjuures on võrdlemisi eeskujulikult sõnastatud vastav tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL säte – asjakohane teave täiendavate veo-, tarne-, posti- ja muude kulude kohta või teave selle kohta, et täiendavate kulude tasumist võidakse nõuda. Nimetatud sätet lugedes jääb segaseks vaid see, miks jätab sõnastus kauplejale võimaluse mitte määrata kindlaks kaasnevaid transpordikuluseid. Kauplejale on reeglina võimalik kindlaks määrata, kui suured kulud kauba tarnimisega kaasnevad, mistõttu peaks olema kohustuslik avaldada kogu kaasnevate tarnekulude suurus. Tarbija peaks teada saada enne lepingu sõlmimist, kui suureks kujuneb tasumisele kuuluv lõppsumma. Nimetatud kulude kindlaks määramine peaks olema võimalik igal juhul kas või kaupleja poolt keerulisemate lepingu objektide tarnimise puhul vastavasisuliste päringute tegemisega transpordifirmadesse. Tarbija peaks saada enne lepingu sõlmimist teavet tõenäolise lepingu eseme lõpliku hinna kohta.

---

<sup>158</sup> Vt nt Garmin Eesti e-poe tingimused. Punkt 4.1. – Arvutivõrgus: <http://www.garmin.ee/e-poe-tingimused>, 16.04.2015.

<sup>159</sup> Vt nt KLICK e-poe tarneviisid. – Arvutivõrgus: <https://www.klick.ee/tarneviisid>, 16.04.2015.

Põhjendatud on elektroonilisel teel sõlmitava kauglepingu puhul sarnaselt EÜM art 25 lõikele 1 kohustatud kauplejat tagama, et tarbija selgesõnaliselt tellimust esitades kinnitaks, et tellimus tähendab kohustust maksta, kuid nimetatud kohustus on pigem eraldiseisev lisakohustus, kui teave hinna ja täiendavate kulude kohta.

## 4. LEPINGU SISUGA SEOTUD TEAVITAMISKOHUSTUS

### 4.1. Teave lepingutingimuste kohta

Euroopa Kohus on oma lahendi C-92/11<sup>160</sup> punktis 44 rõhutanud, et tarbija lepingutingimustest ja lepingu sõlmimise tagajärgedest teavitamine on ülimalt oluline. Tarbija otsustab eelkõige selle teabe alusel, kas ta soovib ennast siduda kaupleja (müüja või teenuse osutaja) poolt eelnevalt koostatud tingimustel. Kirjeldatud põhimõttele on Euroopa Kohus tähelepanu juhtinud ka oma hilisemastes lahendites, nagu nt C-226/12<sup>161</sup> ja C-26/13<sup>162</sup>.

VÕS § 14<sup>1</sup> lg 1 p 5 kohaselt tuleb tarbijale anda teavet maksmise, kättetoimetamise ja tellimuse täitmise korra ning asja kättetoimetamise, teenuse osutamise või muu soorituse tegemise aja kohta. Sama sätte p 6 näeb ette, et kestvuslepingute puhul tuleb tarbijat teavitada lepingu tähtajast, või kui leping on tähtajatu või automaatselt pikenev, lepingu lõpetamise tingimustest. Samasisulised sätted sidevahendi abil sõlmitud lepingute ja väljaspool äriruume sõlmitavate lepingute tarbeks on VÕS § 48 lg 1 p 9 ja § 54 lg 1 p 9 ning VÕS § 48 lg 1 p 11 ja § 54 lg 1 p 11. Tarbijale tuleb selgitada lepingu korralise ülesütlemise võimalusi, sh seda, kas lepingus nähakse ette etteteatamistähtaeg.<sup>163</sup>

Täiendavalt näevad VÕS § 48 lg 1 p 10 ja § 54 lg 1 p 10 ette, et tarbijat tuleb teavitada tarbija lepingust tulenevate kohustuste minimaalsest kestusest, kui see on olemas. Näitena võib siin tuua mobiilsidelepingud, milles tarbija on paketiiga seotud kindla tähtaja jooksul ning paketi vahetamine selle aja jooksul on seotud märkimisväärsete lisakuludega.<sup>164</sup> VÕS § 48 lg 1 p 7 ja § 54 lg 1 p 7

---

<sup>160</sup> EKo 21.03.2011, C-92/11, RWE Vertrieb AG vs. Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen eV.

<sup>161</sup> EKo 16.01.2014, C-226/12, Constructora Principado SA vs. José Ignacio Menéndez Álvarez.

<sup>162</sup> Vt viide 111.

<sup>163</sup> Vt viide 40, lk 17 ja lk 35-36.

<sup>164</sup> *Ibid.*

näevad ette kohustuse teavitada tarbijat lepingu sõlmiseks kasutatava sidevahendi kasutamise eest võetava tasu kohta, va juhul, kui see tasu vastab sellise sidevahendi kasutamise tavalisele tasule.

Arvutivõrgu abil sõlmitav lepingute puhul sätestab VÕS § 62<sup>1</sup> lg 5, et lepingutingimused, sh tüüptingimused, tuleb nii B2C kui B2B tüüpi suhetes lepingu teisele poolele esitada selliselt, et tal on võimalik need salvestada ja taasesitada. B2C suhetes näeb VÕS § 62<sup>2</sup> lg 1 p 1 ette, et tarbijat tuleb teavitada kättetoimetamise piirangutest, kui neid esineb, ning p2 näeb ette kohustuse teavitada tarbijat vastuvõetavatest maksevahenditest. Ka ELI on teinud ettepaneku, et tarbijat peaks teavitama tasumisviisidest, mida kaupleja aktsepteerib, sh turvalise tasumise võimalustest.<sup>165</sup>

Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 6 lg 1 p g kohaselt tuleb tarbijale anda teavet maksmise, tarne ja tellimuse täitmise korra kohta ning aeg, mille jooksul peab kaupleja kauba tarnima või teenuse osutama. Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 6 lg 1 p o kohaselt peab teave kajastama lepingu kestust või tähtajatu või automaatselt pikeneva lepingu puhul lepingu lõpetamise tingimusi. Sama sätte p p kohaselt tuleb anda asjakohast teavet tarbija lepingust tulenevate kohustuste minimaalse kestuse kohta. Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 6 lg 1 p q kohaselt tuleb tarbijale anda asjakohast teavet selle kohta, kui tarbija peab kaupleja nõudel maksma ettemaksu ning sellise ettemaksu tingimused. Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 6 lg 1 p f kohaselt peab tarbijale andma teavet kaugsidevahendi kasutamise maksumuse kohta lepingu sõlmimiseks, kui seda ei arvutata põhitariifi alusel.

EÜM art 13 lg 1 p d ja art 16 kohaselt peab teave lepingutingimuste kohta sisaldama alljärgnevat teavet:

- a. maksmise kord, sh vajadusel teave ettemaksu tasumise või finantstagatise andmise kohustuse kohta;
- b. lepingu eseme üleandmise või teenuse osutamise kord ja aeg, mille jooksul on kaupleja kohustatud lepingu eseme tarbijale kätte toimetama või teenuse osutama;
- c. teave asjakohaste tegevusjuhendite olemasolu ja selle kohta, kust juhendeid võib saada.

---

<sup>165</sup> Vt viide 108, lk 52.

Elektroonilisel teel sõlmitava kauglepingu puhul tuleb EÜM art 24 lg 4 kohaselt teha lepingutingimused teisele poole kättesaadavaks püsival andmekandjal ja tekstina ning võimalik peab olema tekstis sisalduva teabe lugemine, salvestamine ja reprodutseerimine materiaalses vormis.

Olulised lepingutingimused peaksid võimaldama lepingupoolel täiendavat uurimistööd tegemata mõista, millise sisuga lepingut sõlmima hakatakse. Teavitamiskohustusega kaetud tingimused peaksid tõepoolest olema olulised – teavitamiskohustust ei saa lugeda täidetuks, kuid tarbijale näidatakse lõplikku näidislepingut. Teave peab olema sellise ulatusega, et tarbija saaks aimu kõige olulisematest lepingutingimustest. Arvestades erinevate lepingutüüpide arvukust ja erisusi, ei ole mõistlik sätestada iga lepingutüübi jaoks eraldi täpsed nõuded, vaid tuleb leida teatav ühisosa olulistest tingimustest. Eelpool viidatud lahendis C-26/13 on Euroopa Kohus sedastanud, et lepingu põhiobjekti mõiste alla tuleb lugeda tingimused, mis määravad kindlaks lepingu põhitingimused ja mis lepingut sellisena iseloomustavad.<sup>166</sup>

Elektroonilisel teel sõlmitava kauglepingu puhul tuleb EÜM art 24 lg 4 kohaselt lepingu eelne teave lepingutingimuste kohta teha teisele poole kättesaadavaks püsival andmekandjal ja tekstina ning võimalik peab olema tekstis sisalduva teabe lugemine, salvestamine ja reprodutseerimine materiaalses vormis.

Milliseid olulisimaid alapunkte peaks teave lepingutingimuste kohta sisaldama?

Esmalt peaks olema kajastatud teave maksmise kohta. Oluline on anda teavet kaupleja poolt aktsepteeritud maksevahendite kohta, mis peaks kajastama ka turvalise tasumise võimalusi. Teave peaks lisaks kajastama üldist maksmise kohta – kas ühekordse maksena või ositi, kas tarbija on kohustatud tasuma ettemaksu ja kui, siis millisel määral. Esitada tuleks ka teave maksegraafiku kohta, kui see on asjakohane (nt kas tasuta tuleb igakuiselt või kord kvartalis mõneks kindlaks kuupäevaks).

Teiseks peab tarbijale andma teavet selle kohta, millise aja jooksul peab kaupleja tegema omapoolse soorituse. See tähendab, et kaupleja peab andma teavet tarne ja lepingu täitmise korra

---

<sup>166</sup> Vt viide 111.

kohta ehk lepingu eseme üle andmise ja või teenuse osutamise korra kohta ning märkima ära aja, mille jooksul on kaupleja kohustatud lepingu eseme tarbijale kätte toimetama või teenuse osutama.

Lisaks ei saa tähelepanuta jätta kestvuslepingutega kaasnevaid eripärasid. Kestvuslepingute puhul on alati vajalik teada lepingu kestust. Tarbijale tuleb selgitada, kuidas on tal võimalik leping üles öelda, seda nii tähtajaliste, tähtajatute kui automaatselt pikenevate lepingute puhul, sh seda, kas lepingus nähakse ette etteteatamistähtaeg. Teavet tuleks anda ka tarbija lepingust tulenevate kohustuste minimaalse kestuse kohta, kui see on asjakohane.

#### **4.2. Teave tarbija täiendavate kohustuste kohta**

Tarbija kohustused ei pruugi alati piirduda üksnes müügihinna ning selle kaasnevate transpordikulude ja maksude tasumise kohustusega. Seetõttu tuleks tarbijat informeerida lepingu sõlmimisega kaasnevatest kohustustest, et tarbijal oleks võimalik hinnata lepingulisse suhtesse astumise mõttekust.

VÕS § 48 lg 1 p 8 ja § 54 lg 1 p 8 näevad ette, et kui tarbija peab maksma tagatisena rahasumma või andma muu rahalise tagatise, peab kaupleja teavitama tarbijat asjaolust, et ettevõtja nõudel tuleb tarbijal seda teha ning teavitada tarbijat tagatise tingimustest. Samasisulise nõude sätestab tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 6 lg 1 p q.

ELI on teinud ettepaneku, et ka EÜM peaks reguleerima kohustuslikku teavitamiskohustust selle kohta, kui tarbijal on kohustus tasuda deposiitmakseid või anda muid finantstagatise.<sup>167</sup> Vastav säte on olemas nt DCFR II.–3:107, millise sätte kohaselt peab tarbijale andma teavet deposiitmakse kohustuse kohta.

DCFR II.–3:103 lg 1 kohaselt tuleb tarbijale anda teavet mõlema lepingupoole õiguste ja kohustuste kohta.

Tarbija täiendavate kohustuste loetelu ei tohiks olla suletud loetelu, vaid mõistlik oleks tuua deposiitmaksmise kohustus ja finantstagatise andmise kohustus ühtede näidetena, mida võidakse

---

<sup>167</sup> Vt viide 108, lk 51.

mõelda tarbija täiendavate kohustuste all. Samas peab täiendavate kohustuste kohta teave olema esitatud ning seda ei saa jätta tähelepanuta, kuivõrd just lepingueelsele teabele tuginedes tarbija otsustab kauplajaga lepingulisse suhtesse astumise ning üldjuhul e-kaubanduses hilisemaid läbirääkimisi lepingutingimuste üle ei peeta ning oleks mõeldamatu, kui tarbija avastab alles pärast lepingu sõlmimist, et tema kohustused ei piirne üksnes lepingu eseme eest tasumisega. Seejuures on siin piisavalt üldsõnaline säte DCFR II.–3:103 lg 1, mille kohaselt tuleb tarbijale anda teavet lepingupoolte õiguste ja kohustuste kohta.

### **4.3. Teave kohalduva õiguse ja kohtualluvuse kohta**

Piiriülestele lepingutele kohaldatav õigus määratakse lepingulistes suhtes Rooma I määruse<sup>168</sup> alusel.<sup>169</sup> Rooma I määruse artikli 6 lõike 1 kohaselt kohaldatakse juhul, kui pooled ei ole valinud kohaldatavat õigust, tarbijalepingute suhtes tarbija hariliku viibimiskoha õigust. Rooma I määrus lubab küll ka tarbijalepingute puhul kokku leppida lepingule kohaldatavas õiguses Rooma I määruse art 3 kohaselt, kuid näeb artikli 6 lõikes 2 ette tarbijaid kaitsva piirangu, mille kohaselt ei tohi sel juhul tarbijat jätta ilma tema hariliku viibimiskoha riigi kohustuslike tarbija kaitse normidega ettenähtud kaitsest. St, et kui tarbija hariliku viibimiskoha õigus pakub tarbijale ulatuslikumat kaitset, kui kokkuleppe kohaselt kohaldatav õigus, peab kaupleja viima lepingu ulatuslikumat kaitset pakkuvate normidega kooskõlla. See tähendab omakorda, et müüja peab arvestama kõigi Euroopa Liidu liikmesriikide tarbijakaitse normistikega.

Ühe lahendusena on siin nähtud EÜM-i, mis kaotaks vajaduse selgitada välja tarbija hariliku viibimiskoha tarbijakaitse sätteid, kuivõrd EÜM sisaldaks täielikult ühtlustatud tarbijakaitse norme.<sup>170</sup> Kriitikat sellele, et kõigis suhetes võiks kohalduda EÜM, on jaganud Euroopa Tarbijakaitseorganisatsioon BEUC, kes leiab, et EÜM-i kohaldamine välistaks tarbija valikuvõimaluse, kuivõrd EÜM-i kohaldamise või kohaldamata jätmise otsustaks üksnes kaupleja. Samuti võib tarbijates tekkida segadus, kuivõrd kehtestatakse paralleelselt kaks õigusliku

---

<sup>168</sup> Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrus (EÜ) nr 593/2008, 17. juuni 2008, lepinguliste võlasuhte suhtes kohaldatava õiguse kohta („Rooma I“). – ELT L 177/6, 04.07.2008.

<sup>169</sup> K. Sein. Tarbija õiguste kaitse Euroopa müügiõiguse eelnõus: kas kõrgem tase Eesti tarbija jaoks? – *Juridica I*/2013, lk 66.

<sup>170</sup> *Ibid*, lk 66-67.

reeglistikku ning mõnes liikmesriigis toimuks BEUC hinnangul tarbijakaitse alane tagasimine. <sup>171</sup>  
K. Sein asus oma 2013. aasta artiklis seisukohale, et Eesti tarbijale annaks EÜM oluliselt soodsama positsiooni, kui praegu Eestis kehtiv reeglistik tarbijaga sõlmitud müügilepingute tarbeks. <sup>172</sup>

Keeruliseks kujuneva võivate kohalduva õiguse alaste vaidluste vältimiseks tasub mõelda, kas ja kui mõttekas oleks kohustada kauplejat avaldama teavet kohalduva kohta ning sõlmida vastav kokkulepe tarbijast ostjaga.

Arvestades e-kaubanduse rahvusvahelist iseloomu ja poolte õigust kokkuleppeliselt kohaldada lepingulistes suhtes ka mittesiduvaid normistikke, tuleks tarbijale teavet anda ka kohalduva õiguse kohta. See annab tarbijale võimaluse teada ette, millistele õigusaktidele ta vaidluse korral tugineda saab. Lisaks annab selline teave tarbijale täiendava võimaluse kontrollida kaupleja usaldusväärsust – kui nt Eesti kaupleja teavitab tarbijat, et ta kavatseb lepingulistes suhetes kohaldada mõnd kaugel asuva väikeriigi õigust, peaks selline teave manitsema tarbijast ostjat ettevatlikkusele. Tarbija õiguste direktiiv 2011/83/EL ja Eesti siseriiklik õigus ei kohusta kauplejat teavitama tarbijat kohalduvast õigusest ning kuigi kõik poed praktikas seda ka ei tee <sup>173</sup>, esineb e-poode, kes annavad enne lepingu sõlmimist tarbijale teavet kohalduva õiguse kohta <sup>174</sup>.

EÜM kohaldub EÜM art 8 lg 1 kohaselt lepingupoolte kokkuleppel, kusjuures B2C lepingutes kehtib kokkulepe viidatud sätte lg 2 tulenevalt üksnes juhul, kui tarbija on andnud oma nõusoleku sõnaselge avalduse vormis, mis on tehtud eraldi avaldusest, milles väljendatakse nõusolekut lepingu sõlmimiseks. Kaupleja peab andma tarbijale püsival andmekandjal kinnituse saavutatud kokkuleppe kohta. EÜM art 8 lg 2 kohaselt on EÜM-i võimalik kohaldada üksnes tervikuna, mitte osaliselt. St, et kui pooled otsustavad kohaldada EÜM-i, loobuvad nii kaupleja kui tarbija põhimõtteliselt võimalusest kohalduva õiguse küsimust läbi rääkida. <sup>175</sup>

---

<sup>171</sup> *Ibid*, lk 68.

<sup>172</sup> *Ibid*, lk 73.

<sup>173</sup> Vt nt Elioni e-poe tingimused seisuga 01.07.2014. – Arvutivõrgus: <https://pood.elion.ee/e-poe-tingimused-kehtivad-seisuga-01-07-2014>, 16.04.2015.

<sup>174</sup> Vt nt 1A.EE OÜ kohustused ja garantii. Punkt 12.1. – Arvutivõrgus: <http://www.1a.ee/disclaimer>, 16.04.2015; ja Arvutitark OÜ e-poe kasutusleping. Punkt 2.1. – Arvutivõrgus: <http://www.arvutitark.ee/est/InfoE-poe-kasutusleping>, 16.04.2015.

<sup>175</sup> Vt viide 127, lk 12.

Kohalduva õiguse kõrval teine aktuaalne valdkond on kohtualluvus. Kui pooled ei ole sõlminud kohtualluvuse kokkulepet, kohalduvad Euroopa Liidus piiriüleste tehingute puhul üldised kohtualluvuse sätted ning kohtualluvus määratakse Brüssel I määruse<sup>176</sup> abil, mille kohaselt üldreeglina määratakse kohtualluvus kostja asukoha järgi, kuid tarbijale on erandina Brüssel I määruse art 16 lg 1 tulenevalt antud võimalus esitada hagi oma elukohariigis (kohtualluvus tarbijalepingute puhul on sätestatud Brüssel I määruse art 15 jj). Selline olukord tekitab aga kauplejatele täiendavaid riske seoses asjaoluga, et kohtuvaidlused võivad aset leida võõras õigusruumis ja sageli geograafiliselt kauges riigis.<sup>177</sup>

Praktikas on kerkinud probleeme eelkõige olukordades, kus kaupade ja teenuste pakkumine toimub interneti vahendusel. Kui toimub müük e-poes ning kaupleja tarnib kauba tarbija elukohariiki, probleemi ei teki. Keerulisemad on olukorrad, kus tegemist on lihtsalt internetis avaldatud reklaami või broneerimiskeskonnaga. Sellisel juhul on alati tarvilik täiendavalt analüüsida, kas kaupleja otsis potentsiaalseid kliente mh tarbija elukoha liikmesriigis. Ainuüksi asjaolu, et veebileht on kättesaadav tarbija elukoha liikmesriigis, ei anna alust pidada ettevõtja tegevuse suunamist tarbija elukohariiki. Kui aga nt Eestis asuva ettevõtja veebilehel on paralleelselt info nii eesti kui nt soome keeles, viitab see asjaolule, et ettevõtja suunab oma tegevuse ka Soome turule ehk otsib endale kliente ka Soomest.<sup>178</sup> Seega jääb tulevikus kohtualluvuse üle otsustamisel keskseks küsimus, kas ettevõtja on oma tegevuse tarbija elukoha riiki suunanud, millele veebilehtede kasutamise korral tuleb vastata Euroopa Kohtu liidetud kohtuasjas C-585/08 ja C-144/09 on antud juhiste, millal võib järeldada, et ettevõtja suunab oma tegevust tarbija alalise elukoha liikmesriiki.<sup>179</sup> Nendeks elementideks on nt kirjeldus selle kohta, kuidas on võimalik muudest liikmesriikidest jõuda ettevõtja tegutsemise riiki, keele või vääringu kasutamine, mis erineb sellest, mida tavapärast kasutatakse ettevõtja asukoha riigis, võimalus teha broneeringuid ja saada selle kohta kinnistus

---

<sup>176</sup> Nõukogu määrus (EÜ) nr 44/2001, 22. detsember 2000, kohtualluvuse ja kohtuotsuste täitmise kohta tsiviil- ja kaubandusajades. – EÜT L 12/1, 16.01.2001.

<sup>177</sup> K. Sein. Tarbijalepingute kohtualluvuse probleemid Brüssel I määruses: milliste ohtudega peavad arvestama oma kaupu või teenuseid piiriüleselt pakkuvad ettevõtjad? – *Juridica* II/2014, lk 127.

<sup>178</sup> *Ibid*, lk 128 – 130.

<sup>179</sup> *Ibid*, lk 133.

teises keeles, telefoninumbri näitamine koos rahvusvahelise suunakoodiga, viide rahvusvahelisele klientuurile, mis koosneb eri liikmesriikidest pärit klientidest jne.<sup>180</sup>

Brüssel I määruse art 23 lg 1 lubab kohtualluvuse kokkulepet sõlmida. Praktikast leidub e-poode, kus antakse teavet ka kohtualluvuse kohta, kuigi tarbijates võib selline teave segaseks jääda, kui kohtualluvus peaks olema kohtule, mida juba kümnekond aastat ei eksisteeri (nt Tallinna Linnakohus)<sup>181</sup>.

Siinkohal tuleb juhtida tähelepanu asjaolule, et piirüleste vaidluste lahendamiseks on Euroopa Liit loonud vaidluste veebipõhise lahendamise võimaluse, mis peaks võimaldama vaidluste lahendamist eelkõige internetis sooritatud ostude puhul, kui tarbija ja kaupleja asuvad enamasti teineteisest kaugel. Eesmärk on tagada kõigile Euroopa Liidu tarbijatele juurdepääs kohtuvälise lahendamise menetlusele ja seeläbi hoida kokku kulusid ning aega. Eesmärk on luua vaidluste lahendamise veebipõhine platvorm, mis oleks kättesaadav kõigis Euroopa Liidu keeltes.<sup>182</sup> Euroopa Parlamendi ja nõukogu on heaks kiidetud määruse, milles käsitletakse tarbijavaidluste veebipõhist lahendamist (tarbijavaidluste veebipõhise lahendamise määrus)<sup>183</sup>. Ettepanek avaldati 29.11.2011.<sup>184</sup> Määruse art 13 lg 1 näeb ette, et kauplejad, kelle asukoht on Euroopa Liidus ja kes tegelevad piirülese veebipõhise kaupade müügi või teenuste osutamisega, peavad tarbijale esitama teavet veebipõhise vaidluste lahendamise platvormi kohta ning teatama oma e-posti aadressi. See teave peab olema kergesti, otseselt, nähtavalt ja pidevalt kättesaadav kaupleja veebisaidil ning juhul, kui pakkumine tehakse e-posti teel või muu elektroonilise vahendi kaudu edastatava tekstisõnumi vormis, selles sõnumis. Teave peab sisaldama elektroonilist linki veebipõhise vaidluste lahendamise platvormi kodulehele. “ Piiriülese kaebuse vorm on internetis kättesaadav ning seejuures ka eesti keeles.<sup>185</sup>

---

<sup>180</sup> EKo 07.12.2010, C-585/08 ja C-144/09, Peter Pammer vs. Reederei Karl Schlüter GmbH & Co KG ja Hotel Alpenhof GesmbH vs. Oliver Heller.

<sup>181</sup> Vt nt Euronicsi e-poe üld- ja tellimistingimused. Punkt 9.3. – Arvutivõrgus: <https://www.euronics.ee/e-poe-ostutingimused>, 16.04.2015.

<sup>182</sup> Tarbijavaidluste lahendamine kohtuväliselt ja veebipõhiselt: küsimused ja vastused. – Arvutivõrgus: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-11-840\\_et.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-11-840_et.htm), 29.04.2015.

<sup>183</sup> Euroopa Komisjon. Ettepanek. Euroopa parlamendi ja Nõukogu määrus, milles käsitletakse tarbijavaidluste veebipõhist lahendamist (tarbijavaidluste veebipõhise lahendamise määrus). – Arvutivõrgus: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011PC0794&from=EN>, 29.04.2015.

<sup>184</sup> Online dispute resolution for consumer disputes (Regulation on consumer ODR). 2011/0374(COD). – Online: [http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?lang=en&reference=2011/0374\(COD\)](http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?lang=en&reference=2011/0374(COD)), 29.04.2015.

<sup>185</sup> ECCNET. Piiriülese kaebuse vorm. – Arvutivõrgus: [http://www.consumer.ee/public/Piiriulese\\_kaebuse\\_vorm\\_2013.pdf](http://www.consumer.ee/public/Piiriulese_kaebuse_vorm_2013.pdf), 29.04.2015.

Sellise teabe esitamise kohustus tuleb suhtuda positiivselt. See aga muudab ebatarvilikuks koormata tarbijat teabega kohtualluvuse kohta, kuivõrd kohtuvälistes organitest tarbijat tuleks teavitada ning suure tõenäosusega soovib tarbija lahendada vaidlused vähemate kuludega ja rutem.

## 5. TEAVITAMISKOHUSTUS LEPINGU SÕLMIMISE JÄRGSETE ÕIGUSTE KOHTA

### 5.1. Teave taganemisõiguse kohta

Üks tarbija kaitsmise võimalus on taganemisõiguse sätestamine.<sup>186</sup> Taganemisõiguse eesmärk on kaitsta tarbijat eriolukorras, mis valitseb nt sidevahendi abil sõlmitava lepingu korral, arvestades, et tarbija ei saa tegelikult toodet näha ega osutatava teenuse laadiga tutvuda enne lepingu sõlmimist. Lepingust taganemise õigus on seega mõeldud kompenseerima ebasoodsat olukorda, milles on tarbija sidevahendi abil sõlmitava lepingu korral, nähes talle ette sobiva nn järelemõtlemisaja, mille jooksul ta saab omandatud asja kontrollida ja järele proovida.<sup>187</sup>

VÕS § 48 lg 1 ja § 54 lg 1 näevad vastavate sätete punktides 12 – 16 ette, et väljaspool äriruume sõlmitavate lepingute ja sidevahendi abil sõlmitud lepingutega seonduv taganemisõigust puudutav tarbijale esitatav teave peab kajastama alljärgnevat:

- a. taganemisõiguse olemasolu korral taganemisõiguse kasutamise tingimused, tähtaeg ja kord, mis tähendab teavitamist selle kohta, et tarbija võib lepingust taganeda, kasutades taganemisavalduse tüüpvormi või esitades muu ühemõttelise taganemisavalduse (vt VÕS § 49 lg 2<sup>1</sup> ja § 56 lg 2<sup>2</sup>);
- b. taganemisõiguse olemasolu korral tuleb tarbijale esitada taganemisavalduse tüüpvorm;
- c. asjaolu, et tarbijapoolsel lepingust taganemisel kannab lepinguesemeks olnud asja tagastamise kulud tarbija, kui need kulud tasub tarbija;

---

<sup>186</sup> EKo 25.10.2005, C- 350/03, Elisabeth Schulte, Wolfgang Schulte vs. Deutsche Bausparkasse Badenia AG.

<sup>187</sup> EKo 03.09.2009, C- 489/07, Pia Messner vs. Firma Stefan Krüger.

- d. kui taganemisõigust ei ole tarbijale ette nähtud, teave selle kohta, et tarbijal taganemisõigus puudub, või kui tarbija võib oma taganemisõiguse kaotada, teave selle kohta, millistel asjaoludel taganemisõigus kaotatakse;
- e. asjaolu, et kui tarbija kasutab seadusest tulenevat 14-päevalist lepingust taganemise õigust (vt VÕS § 49 lg 1 ja § 56 lg 1) põhjust avaldamata, kui ta on nõustunud teenuse osutamise või muu kestva soorituse tegemisega eeltoodud 14-päevase perioodi jooksul, et tarbija on kohustatud ettevõtjale hüvitama mõistlikud kulud.

Eesti õiguses on taganemise avalduse tüüpvorm ja taganemise näidisjuhend kehtestatud VÕS § 48 lg 4 ja § 54 lg 4 alusel justiitsministri 17.12.2013 määrusega „Sidevahendi abil sõlmitud lepingust ja väljaspool ärruume sõlmitud lepingust taganemise avalduse tüüpvormi ja taganemise näidisjuhendi kehtestamine“.<sup>188</sup> Eeskujulikuks näiteks siinjuures on Elioni e-pood, kus on eraldi toodud nii taganemise avaldus (paraku küll mitte eeltäidetav)<sup>189</sup> kui lepingust taganemise juhend tarbijale.<sup>190</sup>

Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 6 lg 1 p h kohaselt tuleb tarbijat taganemisõiguse olemasolul teavitada selle õiguse kasutamise tingimustest, tähtajast ja korrast ning p k kohaselt tuleb anda teavet, millistel asjaoludel tarbija kaotab oma taganemisõiguse. Tarbijale tuleb esitada taganemisteate näidisvorm (vt tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL I lisa B osa). Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 6 lg 1 p i kohaselt peab teave kajastama, kui tarbija peab katma kauba tagastamise kulud ning, kui kaupa ei saa oma olemuse tõttu posti teel tagastada, kauba ära toomise kulud. Suuremõõtmeliste esemete, nt diivanite, tagastamiskulude suurus võib olla hinnanguline. Tarbijal peab olema võimalus enne tellimuse esitamist vastu võtta teadlik otsus, kui suure rahalise riski ta võtab, kui tekib vajadus kauba tagastamiseks.<sup>191</sup> Oluline on rõhutada, et teave kulude kandmise kohta ei kajasta, kes peaks kauba ära viimise korraldama.<sup>192</sup> Siinkohal oleks mõistlik vastav teave ka anda, sest kuigi võiks eeldada, et kui tarbija kohustub tasuma kauba tagastamise kulud, peaks ta ise ka selle organiseerima, ei pruugi alati see nii olla (nt kui müüakse juveele, ei

---

<sup>188</sup> Sidevahendi abil sõlmitud lepingust ja väljaspool ärruume sõlmitud lepingust taganemise avalduse tüüpvormi ja taganemise näidisjuhendi kehtestamine. JMm 17.12.2013 nr 41. – RT I, 03.01.2014, 1.

<sup>189</sup> Vt arvutivõrgus: <https://pood.elion.ee/pdf/taganemise-taotlus.pdf?0.09468691679649055>, 16.04.2015.

<sup>190</sup> Vt arvutivõrgus: <https://pood.elion.ee/lepingust-taganemise-juhend>, 16.04.2015.

<sup>191</sup> Vt viide 150.

<sup>192</sup> Vt viide 40, lk 36.

pruugi olla kauplejale sobilik, kui tarbija tagastab eseme tähtkirjaga). Seetõttu tuleks kajastada ka kauba tagastamise kord.

EÜM art 13 lg 1 p e ja art 17 kohaselt peab tarbijale esitama teabe taganemisõiguse kasutamise tingimuste, tähtaja ja korra kohta. Vajadusel peab tarbijale andma teavet ka selle kohta, kui tarbija peab katma kauba tagastamise kulud. Nõuetekohaseks taganemisõigusega seotud teavitamiskohustuse täitmiseks on EÜM-i juurde liidetud taganemise näidisjuhised (vt EÜM 1. liide). Samuti tuleb tarbijale esitada taganemisteate näidisvorm (vt EÜM 2. liide).

DCFR II.–3:103 lg 1 kohaselt tuleb tarbijale anda teavet kõigi olemasolevate taganemise võimaluste ja hüvitise saamise korra kohta. DCFR-is rõhutatakse, et lepingust taganemise kohta antav info peab olema asjakohane DCFR II.–5:104 mõttes (nt DCFR II.–3:103 lg 1 või DCFR II.–3:106 lg 4), st, et informatsioon peab haarama kohustatud isiku tähelepanu, informatsioon peab olema kirjalikult talletatud püsival andmekandjal ning lihtsas ja arusaadavas keeles. Lisaks peab olema kajastatud, kuidas taganemisõigust kasutada ning isiku nimi ja aadress, kellele taganemisavaldus tuleb esitada.

Kokkuvõtlikult peaks teave taganemisõiguse kohta kajastama teavet taganemisõiguse kasutamise tingimuste, tähtaja ja korra kohta ning selle kohta, kuidas toimub taganemisõiguse kasutamisel lepingu tagasitäitmine ning kes kohustub kandma kauba tagastamise kulud. Nagu kehtivas õiguses on kehtestatud, tuleks tarbijale lisaks teha kättesaadavaks taganemise avalduse tüüpvorm, et tarbija saaks soovi korral seda kasutada. Käesoleva töö autor leiab, et e-kaubanduse kontekstis tuleks pigem viidata tüüpvormi asukohale, milleks eelduslikult on kaupleja e-poe veebileht, et vajadusel saaks kaupleja selle alla laadida ning täita nõutud väljad. Nõue, et tüüpvorm tuleb tarbijale kindlasti esitada enne lepingu sõlmimist, tundub töö autori arust e-kaubanduse kontekstis liigne. Eelkõige soovitakse sõlmida kehtivaid lepinguid, mitte ei sõlmita neid sooviga lepingust taganeda.

## **5.2. Teave müügijärgsete teenuste ja muude õiguste kohta**

ELI on märkinud ära, et tarbijat tuleb informeerida tarbija müügijärgsetest õigustest – nt müügijärgsest klienditoest, müügijärgsest teenindusest, garantiitingimustest, kaebuste käsitlemise

poliitikast, tarbija müügijärgsetest õigustest, asjakohasest käitumiskoodeksist ja alternatiivsest vaidluste lahendamise korrast<sup>193</sup> – kuid seda tarbija nõudel.<sup>194</sup>

VÕS § 14<sup>1</sup> lg 1 näeb üldiste nõuetena sätte punktides 7 – 10 ette, et tarbijat peab teavitama alljärgnevast:

- a. lepingu täitmise järgse lepingu eseme hooldusteenuse pakkumisel selle olemasolu ja kasutamise tingimused;
- b. meeldetuletus, et tarbija saab lepingu eseme lepingutingimustele mittevastavuse korral tugineda seaduses sätestatud õiguskaitsevahenditele;
- c. täiendava garantii andmisel selle olemasolu ja tingimused;
- d. ettevõtja rakendatav kaebuste lahendamise kord, kui see on olemas.

Erisätetena väljaspool ärruume sõlmitavate lepingute ja sidevahendi abil sõlmitavate lepingute tarbeks on samasisulised sätted VÕS § 48 lg 1 ja § 54 lg 1 punktid 17 – 19 ja 21. Täiendavalt tuleb tarbijat VÕS § 48 lg 1 p 20 ja § 54 lg 1 p 20 kohaselt teavitada ettevõtja järgitava käitumiskoodeksi olemasolust, kui ettevõtja sellest oma tegevuses lähtub, ning sellest, kuidas on võimalik käitumiskoodeksist koopiat saada. VÕS § 48 lg 1 p 22 ja § 54 lg 1 p 22 sätestavad, et kaupleja peab esitama andmed tarbija võimaluste kohta pöörduda kohtuvälise kaebusi ja vaidlusi lahendava organi poole ning pöördumise tingimused.

Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 6 lg 1 p 1 kohaselt peab teabes sisalduma meeldetuletus seadusjärgse garantii olemasolu kohta. Tarbijale tuleb meelde tuletada, et ta saab lepingu eseme lepingutingimustele mittevastavuse korral tugineda seaduses sätestatud õiguskaitsevahenditele. Samas ei ole ettevõtjal ilmselt kohustust avada kõigi nende õiguskaitsevahendite kasutamise eeldusi.<sup>195</sup> Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 6 lg 1 p m kohaselt tuleb anda asjakohast teavet müügijärgse klienditeeninduse, müügijärgse hoolduse ning müügigarantii olemasolu ja tingimuste kohta. Sätte eesmärk on tagada, et tarbija oleks teadlik täiendavatest õigustest, mida ettevõtja on

---

<sup>193</sup> Inglise keeles *aftersale customer assistance, after-sale services, commercial guarantees and complaints handling policy, after-sales consumer rights, relevant codes of conduct and availability of Alternative Dispute Resolution*.

<sup>194</sup> Vt viide 108, lk 49 ja lk 53.

<sup>195</sup> Vt viide 40, lk 18 ja lk 37.

nõus talle lisaks seadusest tulenevatele õigustele andma, nii et tarbijal oleks võimalik vajaduse korral viidatud õigustele tugineda.<sup>196</sup>

Tarbija õiguste direktiivi 2011/83/EL art 6 lg 1 p t kohaselt tuleb tarbijale anda asjakohast teavet võimaluse kohta kasutada kaupleja suhtes kohtuvälist kaebuse lahendamise ja kahjuhüvitisnõuete mehhanismi, millele kaupleja on allutatud, ning sellele juurdepääsutingimused. Tarbijat tuleb teavitada kaupleja rakendatavast kaebuste lahendamise korrast. Näiteks võib kõnesoleva punkti kohaselt antav teave olla teave kaebustega tegeleva töötaja kontaktandmete ja vastuvõtuaegade kohta või konkreetse e-posti aadressi kohta, kuhu oleks kõige mõistlikum kaebused esitada jms.<sup>197</sup>

Kui vastav info on asjakohane, tuleb EÜM art 13 lg 1 p f ja p g kohaselt tarbijale anda teavet kaupleja müügijärgse klienditeeninduse, kauba müügijärgse hoolduse ning müügiгарantii olemasolu ja tingimuste kohta. Asjakohast infot tuleb anda ka kaebuste lahendamise korra kohta ning teavet võimaluse kohta kasutada kaupleja suhtes rakendatavat vaidluste kohtuvälise lahendamise menetlust.

Siinjuures tunduvad kehtivad sätted asjakohased, kuid täiendavalt tuleks kohtuvälise kaebuste ja vaidluste lahendamise seonduvalt esitada teave käesoleva töö punktis 4.3. viidatud veebipõhise vaidluste lahendamise platvormile.

## **6. ETTEPANEKUD TEAVITAMISKOHUSTUSE SÜSTEMATISEERIMISEKS**

Kaupleja peaks andma tarbijale selget ja arusaadavat teavet, enne kui tarbija on seotud kauglepingu või väljaspool äriruume sõlmitava lepinguga. Kaupleja poolt tarbijale esitatav teave peaks olema kohustuslik ning seda ei tohiks muuta.<sup>198</sup>

---

<sup>196</sup> *Ibid*, lk 19 ja lk 37.

<sup>197</sup> *Ibid*, lk 18 ja lk 37.

<sup>198</sup> Vt viide 38, lk 5.

Teavitamiskohustuse üks keskne murekoht on leida teavitamiskohustuse ulatuses tasakaal. Esmapilgul võiks justkui asuda seisukohale, et mida rohkem teavet tarbijale anda, seda kaitstum tarbija on. Ulatuslik teavitamiskohustus on tarvilik, et lepingu sõlmimisel sidevahendi abil ei ole tarbijal võimalik ei tulevase lepingupartneri ega pakutava asja või teenusega vahetult tutvuda ning ta saab otsuse tegemisel tugineda üksnes sidevahendi abil esitatud informatsioonile. Et tarbija saaks langetada kaalutletud otsuse, peab talle esitatav teave olema piisavalt põhjalik.<sup>199</sup> Paraku tekib ülemäära detailse teavitamiskohustusega probleem, et teavitamiskohustus võib kaotada oma mõttekuse. Liiga mahuka ja keeruka teksti puhul on tõenäosus, et tarbija teksti ei loe, äärmisel kõrge ning lugedes ei pruugi tarbija tekstist aru saada. Lisaks kulutustele, mida laiaulatuslik teavitamiskohustus oma täiendavate vormide, allkirjade, klikkide ja muuga kaasa toob, võib liialt mahukas teavitamiskohustus kasu asemel tarbijale kaasa tuua vastupidise mõju ja nullida teavitamiskohustuse eesmärgi. Tagamaks teavitamiskohustuse tõhusamat toimimist, ei ole mõistlik lähtuda põhimõttest rohkem on parem, vaid teave peaks olema piisavalt lihtne ja koondatud, et tarbija suudaks teabest kergesti aru saada ja seda võrrelda.<sup>200</sup> Samalaadsele seisukohale on jõudnud ka ELI, kes leiab, et teavitamiskohustuse regulatsioon peab olema esitatud sidusalt.<sup>201</sup>

Teisalt tekib küsimus, kuidas oleks mõistlik kohandada teavitamiskohustus e-kaubanduse tarbeks. Kauglepingute puhul tuleks kohandada teavitamisnõudeid nii, et arvesse võetaks teatavate kommunikatsioonivahendite tehnilisi piiranguid, näiteks teatavate mobiiltelefonide ekraanidel kuvatavate tähemärkide piiratud arv või telepoodide reklaami ajaline piiratus.<sup>202</sup> Ka e-kaubanduses võib arutleda tehniliste piirangute küsimuste üle, kuivõrd ostu sooritamiseks ei ole vaja ilmtingimata kasutada arvutit – lepingut sõlmida ning ostu sooritada ja selle tasuda saab ka mobiiltelefoni või tahvelarvutiga, sh vajadusel lepingut allkirjastada.

Kolmandana tasuks mõelda vorminõuete sätestamisele teavitamiskohustuse täitmise fikseerimiseks. Kuigi võlaõigusseadus ei näe teavitamiskohustusele ette vorminõuet, tuleks müüjal

---

<sup>199</sup> K. Parkel. VÕS § 54/4.2. – P. Varul jt (koost). Võlaõigusseadus I. Üldosa (§§ 1-207). Komm vlj. Tallinn: Juura 2006.

<sup>200</sup> Vt viide 9, lk 118-119.

<sup>201</sup> Vt viide 108, p. 8.

<sup>202</sup> Vt viide 38, lk 5.

või teenusepakkujal seda teha siiski viisil, mis võimaldab tal seda hiljem tõendada.<sup>203</sup> Praktikast lahendatakse olukord tihti olukord selliselt, et ostu sooritamine e-poest ei ole võimalik, kui tarbija ei ole pannud kasti linnukest, et ta tutvunud lepingu sõlmimise tingimustega. Lisaks sätestavad VÕS § 48 lg 11 ja § 54 lg 11, et kui pooled ei ole sõnaselgelt kokku leppinud teisiti, muutuvad lepingueelse teabena antud andmed lepingu osaks.

Alljärgnevalt toob käesoleva töö autor välja oma nägemuse, kuidas võiks olla süstematiseeritud ja millise sisuga peaks olema teavitamiskohustus kohandatuna e-kaubanduse tarbeks. Klassikalisest ideoloogiast tarbijakaitse sätete taga, mille kohaselt turuosaline on arukas, hästi teavitatud ja innukas hindu võrdlema, et leida parim pakkumine ja lõigata turust maksimaalset kasu, tuleks astuda samm edasi. Lähtuma peaks põhimõttest, et teavitamiskohustus on suunatud internetitarbijale – isikule, kes kulutab oma aega arvuti taga hindu võrreldes, jättes kõrvale sotsiaalsed ja paikkonna sidemed ning kes on valmis eelkõige vaatama raha.<sup>204</sup>

U. Reifner ja I. Herwig on kokkuvõtlikult leidnud, et lepingueelse teabe puhul tuleks arvestada teatud kriteeriumitega, millest eelkõige on asjakohased järgmised: teavet peab olema piisavalt, et tarbija suudaks teha otsuse, kuid teavet ei tohi seejuures olla liiga palju; teave tuleb esitada selliselt, et see oleks selge ja arusaadav ning tarbija peab saama teabe piisavalt varakult, et tal oleks piisavalt aega järele mõtlemiseks.<sup>205</sup>

Sätete ülesehitus peaks vastama üldisele loogikale, et esmalt üldsätted ning seejärel konkreetsemad sätted teemade kaupa. Ülesehitus tugineb käesolevas töös varasemalt käsitletud peatükkidele. Töö autor tahab rõhutada, et tegemist ei ole seadusakti tekstiga, vaid autoripoolse nägemusega sellest, kuidas oleks võimalik esitleda teavitamiskohustuse sätteid arusaadavamalt, ülevaatlikumalt ja loogilisemalt.

---

<sup>203</sup> S. Kruusmaa. Juristi töölaualt: Lepingueelse info andmise kohustus suureneb. – Arvutivõrgus: <http://www.rmp.ee/uudised/eelnoud/juristi-toolauvalt-lepingueelse-info-andmise-kohustus-suureneb-2013-08-21>, 14.04.2015.

<sup>204</sup> Vt viide 127, lk 43.

<sup>205</sup> U. Reifner, I. Herwig. Consumer Education and Information Rights in Financial Services. – Information & Communications Technology Law, Volume 12, Issue 2, 2003. – Online: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1360083032000106908#>, p. 137, 28.04.2015.

Üldised kriteeriumid, millele peaks vastama kogu teavitamiskohustus, peaksid olema alljärgnevad:

1. enne elektroonilisel teel lepingu sõlmimist tarbijaga on kaupleja kohustatud esitama tarbijale kohustuslikku teavet selliselt, et tarbijale on tehtud võimalikuks teabest aru saamine enne lepingu sõlmimist (kaupleja teavitamiskohustus);
2. kaupleja poolt antav lepingueelne teave peab olema täpne, selge, arusaadav ning esitatud lihtsas ja arusaadavas keeles;
3. kaupleja peab esitama kohustusliku teabe tarbijale viisil, mis tõmbab tarbija tähelepanu teabe olemasolu kohta. Kaupleja peab tegema võimalikuks teabe salvestamise ja taasesitamise;
4. tarbijale esitatav teave peab olema keeles, millest tarbija aru saab. Kaupleja peab esitama teabe vähemalt selle riigi ametlikus keeles, millise riigi tarbijatele on kaupleja tegevus suunatud.

Teavitamiskohustus peaks koosnema üldiselt suurematest blokkidest, milline lähenemine on sarnane EÜM-i lähenemisele. Teavitamiskohustus peaks hõlmama järgnevaid teemasid:

1. teave lepingu eseme põhiomaduste kohta;
2. teave kaupleja kohta;
3. teave hinna ja täiendavate kulude kohta;
4. teave lepingutingimuste kohta;
5. vajadusel teave tarbija täiendavate kohustuste kohta;
6. vajadusel teave kohalduva õiguse ja kohtualluvuse kohta;
7. teave taganemisõiguse kohta;
8. vajadusel teave müügijärgsete teenuste ja muude õiguste kohta.

Iga alapunkti kohta peaks juhul, kui tingimus vajab täiendavaid täpsustusi, olema eraldi säte, kus on kirjas põhilised teabele esitatavad nõuded. Järgnevalt täpsustame liigiti eelnevalt esitatud punkte.

1. Teave lepingu eseme põhiomaduste kohta peab vastama alljärgnevatele tingimustele:

- teave kauba, teenuse või digitaalse infosisu (lepingu eseme) kohta peab kajastama lepingu eseme põhiomadusi ja funktsioone ulatuses, mida tarbija võib mõistlikult eeldada;
- digitaalse infosisu korral kuuluvad lepingu eseme põhiomaduste hulka teave digitaalse infosisu funktsioonide ja koostalitusvõime kohta;
- kaupleja peab võimalusel juhtima tarbija tähelepanu kasutusjuhendite olemasolule ja kättesaadavusele ning võimaldama võimaluste piires kasutusjuhendite allalaadimise.

2. Teave kaupleja kohta peaks kajastama teavet, mis võimaldaks tarbijal üheselt identifitseerida isiku, kellega ta lepinguliselt suhtesse astub. Vajadusel tuleb lisaks anda teavet selle kaupleja kohta, kelle volitusel kaupleja tegutseb. Teave peab kindlasti kajastama alljärgnevat:

- isikuandmed, milleks eelkõige on ärinimi koos ettevõtlusvormile viitava liitega;
- kaupleja tegevuskoha täpne aadress;
- kaupleja olemasolevate sidevahendite andmed.

3. Teave hinna ja täiendavate kulude kohta peaks kajastama alljärgnevat teavet:

- lepingu eseme koguhind koos maksudega, sh maksu nimetus ja arvestatav maksumäär;
- juhul kui põhjendatult või lepingu eseme olemusest tulenevalt ei ole hinda mõistlike jõupingutustega võimalik enne arvutada, on erandina lubatud esitada hinna arvutamise viis;
- kõik täiendavad veo-, tarne-, posti- või muud kätetoimetamise kulud, kui need kulud tuleb kanda tarbijal;
- kui täiendavaid kulusid ei ole mõistlike jõupingutustega võimalik enne arvutada, on erandina lubatud esitada teavet selle kohta, et tarbijalt võidakse nõuda täiendavate kulude tasumist.

4. Teave lepingutingimuste kohta peaks kajastama alljärgnevat teavet:

- teave maksmise kohta, st milliseid maksevahendeid kaupleja aktsepteerib (sh turvalise tasumise võimalused) ning millisel viisil peab tarbija maksekohustuse täitma (nt tasuma ettemaksu, sooritama ühekordse makse, tasuma ositi maksegraafiku kohaselt);
- millise aja jooksul peab kaupleja tegema omapoolse soorituse;

- kehtvuslepingute puhul lepingu kestus ning kuidas on tarbijal võimalik leping üles öelda ning kas lepingus nähakse ette etteteatamistähtaeg;
- tarbija lepingust tulenevate kohustuste minimaalne kestus, kui see on asjakohane.

5. Teavet tarbija täiendavate kohustuste kohta peaks olema kohustuslik kajastada vaid sellisel juhul, kui selline teave on asjakohane. Täiendavate kohustuste loetelu peaks olema lahtine loetelu ning tarbijale tuleks anda teavet kõigi tema täiendavate kohustuste kohta. Nende kohustuste näidisloetelusse kuuluvad näiteks deposiitmaksmise kohustus ja finantstagatise andmise kohustus.

6. Teave kohalduva õiguse ja kohtualluvuse kohta peaks samuti olema valikuline ning kui kaupleja ei näe soovi sõlmida kohalduva õiguse või kohtualluvuse kokkulepet tavapärasest erinevalt, ei ole tarvis kauplejat kohustada ka sellekohast teavet esitama. Tuleb nentida, et B2C suhetes on kehtiv õigus neis teemades rohkem tarbijat kaitsev. Siiski peab kaupleja kindlasti esitama tarbijale teavet, kui ta soovib kohaldada lepingulisele suhtele EÜM-i või soovib kaupleja määrata kindlaks kohtualluvuse.

7. Teave taganemisõiguse kohta peaks kajastama teavet taganemisõiguse kasutamise tingimuste, tähtaja ja korra kohta ning selle kohta, kuidas toimub taganemisõiguse kasutamisel lepingu tagasitäitmine ning kes kohustub kandma kauba tagastamise kulud. Tarbija tähelepanu tuleb juhtida asjaolule, et tal on võimalik lepingust taganeda, täites selleks vastavasisulise tüüpvormi ning kaupleja peaks tegema tüüpvormi tarbijale kättesaadavaks kaupleja veebilehe vahendusel ning juhtima sellele tarbija tähelepanu.

8. Teave müügijärgsete teenuste ja muude õiguste kohta peaks olema kajastatud üksnes juhul, kui kaupleja midagi sellist ette näeb. Teave peaks sisaldama eelkõige alljärgnevat:

- teavet kaupleja müügijärgse klienditeeninduse kohta;
- teave kauba müügijärgse hoolduse ning müügiгарantii olemasolu ja tingimuste kohta;
- teave kaebuste lahendamise korra kohta ning teavet võimaluse kohta kasutada kaupleja suhtes rakendatavat vaidluste kohtuvälise lahendamise menetlust. Siinjuures peaks kaupleja juhtima tarbija tähelepanu asjaolule, et tarbijal on võimalik lahendada vaidlusi veebipõhise vaidluste lahendamise platvormi kaudu.

Eeltoodud lähenemine on üks võimalik viis läheneda teavitamiskohustusele süsteemselt ja selliselt, et teavitamiskohustuse nõuded oleks subjektidele paremini haaratavad. Käesoleva töö autor ei väida, et tegemist on ainuõige lahendusega, kuid soovib juhtida lugeja tähelepanu asjaolule, et teavitamiskohustuse nõudeid on võimalik esitada ülevaatlikumalt ja konkreetsemalt. Teavitamiskohustuse eesmärk on kaitsta tarbijat kui vähem teadmisi omavat poolt, et tarbija omaks enne lepingu sõlmimist võimalikult palju teavet, kuid teabe üleküllus ei taga ilmtingimata mõistlike otsuste tegemist.<sup>206</sup>

## KOKKUVÕTE

T. Wilhelmsson leiab, et teavitamiskohustusel on viis peamist eesmärki: kaitsta tegelikku tahet, olla vahendiks ratsionaalse turukäitumise reguleerimisel, toetada teabe selgust, kontrollida õiglust ja toetada moraalset kohustust olla aus.<sup>207</sup> Tarbijaõiguses on teavitamiskohustuse täitmise tagamiseks kaks lähenemist. Ühe lähenemise kohaselt on kauplejale kohustuslik tarbijatele mõnesuguse kohustusliku teabe jagamine. Teine võimalus on tagada teabe avaldamine vabatahtlikult, tehes seda järelevalve kaudu läbi pettuse instituudi.<sup>208</sup> Kuivõrd e-kaubandus ja kaubandus klassikalises mõistes on ühte sulandumas, ei käsitletud käesolevas töös teavitamiskohustust e-kaubanduses kui täiesti iseseisvat nõuete kogumit, vaid käsitlust leidis teavitamiskohustus laiemalt.

B2C tüüpi lepingulistest suhetes on teavitamiskohustus kehtestatud eesmärgiga kaitsta tarbijat kui tehingus nõrgemat ja teadmisi vähem omavat poolt. Teavitamiskohustuse täitmisega peaks vähenema teabe asümmeetria, kuivõrd kaupleja jagab oma teavet tarbijaga. Eesmärgiks on vabasid iseseisvaid valikuid tegev teadlik tarbija. Võiks ju eeldada, et mida rohkem teavet tarbijaga jagada, seda teadlikum tarbija on, kuid tegelikkuses olukord nii mustvalge ei ole – teabe puudumise kõrval

---

<sup>206</sup> Vt viide 24, lk 56.

<sup>207</sup> Vt viide 8, lk 18.

<sup>208</sup> Vt viide 9, lk 116.

on probleemiks teabe üleküllus ning sellega kaasneb lõpptulemina teadmiste puudujääk, mis kahjustab tarbijate võimet oma õiguste eest seista.<sup>209</sup>

Käesoleva magistritöö eesmärgiks oli uurida, millises ulatuses oleks võimalik süstematiseerida kohustuslikku tarbijateavet, mh seoses vajadusega korrastada seaduse struktuuri ja parandada selle arusaadavust. Põhieesmärgi raames seati eesmärgiks luua eri õigusallikate, sh mittesiduvate normistike, baasil kataloog, mis sisaldaks süsteemselt kohustuslikku ja vajalikku tarbijateavet. Magistritöö hüpoteesina asuti seisukohale, et kehtiv regulatsioon on liiga detailne ja keerukas. Tegemist on oma olemuselt pigem praktilise lahendusega, mis võimaldaks tarbijale lihtsalt ja ülevaatlikult vajalikku teavet esitada ja teiselt poolt tarbijal sellest ka tegelikult aru saada. Kogu teavitamiskohustuse paketti on võimalik esitada lühemalt ja ülevaatlikumalt.

Käesoleva töö avas teavitamiskohustuse sisu kehtivate Euroopa Liidu ja Eesti õigusaktide ning erinevate mittesiduvate normistike kaudu. Põhilisteks allikateks olid tarbija õiguste direktiiv 2011/83/EL ja VÕS ning mittesiduvatest normistikest Euroopa lepinguõiguse põhimõtted (PECL), rahvusvaheliste kaubanduslepingute põhimõtted (UPICC), Euroopa tsiviilkoodeksi eelnõu kavand (DCFR) ja Euroopa ühine müügiõigus (EÜM). Nagu töös ilmnes, ei ole ükski käsitletud dokumentidest ideaalne. Esineb nii väga üldisi dokumente, kus teavitamiskohustus jääb võrdlemisi üldsõnaliseks (nt UPICC) kui väga detailseid dokumente, kus normides navigeerimine on keeruline ja süsteemsus on jäetud tagaplaanile (nt Euroopa Liidu õigus). Käsitletutest kõige eeskujulikumaks võib lugeda EÜM-i, mis küll ei ole hetkel legitiimne õigus ning mille edasine arendamine on määramata ajani külmutatud, mistõttu ei ole dokumendi edasine saatus teada.

Eelnimetatud normistike ning muude allikate analüüsi tulemusel loodi süsteemne kataloog teavitamiskohustuse sisust, kus analüüsiti liigiti erinevaid teavitamiskohustuse sisu elemente, tuues välja nii eeskujulikke sätteid kui analüüsides puudujääke. Nimetatud analüüsi tulemused koondati kokku töö viimases peatükis ühtsesse kataloogi ning nii sai loodud autoripoolne nägemuse kompaktsemast ja konkreetsemast teavitamiskohustusest, arvestades e-kaubanduse eripärasid. Sellega täideti magistritöö eesmärgid analüüsida kehtivat teavitamiskohustuse regulatsiooni ning

---

<sup>209</sup> Vt viide 34, lk 4-5.

kinnitatud sai magistritöö hüpotees, et teavitamiskohustust on võimalik esitada lühemalt ja ülevaatlikumalt.

Kokkuvõtlikult jõudis autor tulemuseni, et teavitamiskohustusega seonduvalt on kõige mõistlikum esmalt eraldi välja tuua teavitamiskohustuse üldised reeglid, mis kehtiks kogu teavitamiskohustuse ulatuses. Seejärel on teavitamiskohustus võimalik koondada kaheksasse suuremasse üldisesse blokki, mida on võimalik vastavalt vajadusele omakorda täpsustada. Nii tekib loogiline süsteem, mida on kerge mõista ja jälgida, kus ülesehitust järgides saab arusaadavate sammudega minna üldisest detailsemaks.

Üldised kriteeriumid, millele peaks vastama kogu teavitamiskohustus, peaksid olema alljärgnevad:

1. enne elektroonilisel teel lepingu sõlmimist tarbijaga on kaupleja kohustatud esitama tarbijale kohustuslikku teavet selliselt, et tarbijale on tehtud võimalikuks teabest aru saamine enne lepingu sõlmimist (kaupleja teavitamiskohustus);
2. kaupleja poolt antav lepingueelne teave peab olema täpne, selge, arusaadav ning esitatud lihtsas ja arusaadavas keeles;
3. kaupleja peab esitama kohustusliku teabe tarbijale viisil, mis tõmbab tarbija tähelepanu teabe olemasolu kohta. Kaupleja peab tegema võimalikuks teabe salvestamise ja taasesitamise;
4. tarbijale esitatav teave peab olema keeles, millest tarbija aru saab. Kaupleja peab esitama teabe vähemalt selle riigi ametlikus keeles, millise riigi tarbijatele on kaupleja tegevus suunatud.

Teavitamiskohustus peaks laias laastus hõlmama alljärgnevat kaheksat punkti:

1. teave lepingu eseme põhiomaduste kohta;
2. teave kaupleja kohta;
3. teave hinna ja täiendavate kulude kohta;
4. teave lepingutingimuste kohta;
5. vajadusel teave tarbija täiendavate kohustuste kohta;
6. vajadusel teave kohalduva õiguse ja kohtualluvuse kohta;

7. teave taganemisõiguse kohta;
8. vajadusel teave müügijärgsete teenuste ja muude õiguste kohta.

Autor ei väida, et tegemist on ainuõige lähenemisega, kuid autor jõudis tulemuseni, et kehtiv teavitamiskohustuse regulatsioon on liialt detailne ja segadusttekitav, mistõttu võib juhtuda, et teavitamiskohustus realselt oma eesmärgi ei täida. Seda seisukohta kinnitavad 2014. aastal läbi viidud uuringu tulemused, kus tarbijad avaldasid, et infopuudust tarbija õigustest ja kohustustest tunneb kindlasti 19% vastanutest ja osaliselt 56% vastanutest, kusjuures ligikaudu samal määral tuntakse infopuudust müügieelse ja müügijärgse info osas.<sup>210</sup> Praktilisest küljest on käesolevas töö tulemina välja toodud kriteeriumitele tuginedes võimalik restruktureerida ka praegu kehtivas õiguses kirja pandud teavitamiskohustuse sätteid, muutes teavitamiskohustust ülevaatlikumaks ja vältides asjatuid üldise iseloomuga sätete kordamist eriolukordi reguleerivates sätetes, mille osas üldised reeglid niigi kehtivad. Siiski on käesoleva töö näol tegemist pigem tööga, mis võimaldaks alata diskussiooni teavitamiskohustusega seotud teemadel ja näha teavitamiskohustuse teematikale lähenemist teise nurga alt – rohkem ei ole alati parem.

---

<sup>210</sup> Vt viide 3, lk 3.

# **PRE-CONTRACTUAL INFORMATION DUTIES IN E-COMMERCE: THE LEGAL SITUATION AND NECESSITIES**

## **SUMMARY**

In 1962 John F. Kennedy said that the rights of the consumer include the right to be informed – to be protected against fraudulent, deceitful, or grossly misleading information, and to be given the facts he needs to make an informed choice. According to a survey carried out last year only one in four consumers is aware of his rights as a consumer and 66% of respondents stated that they are partially aware of their rights. It was also found that consumers lack pre-sale and after-sale information, especially information concerning total costs, the trader and consumer rights in general. The consumers also stated that they were not informed of their consumer rights as a buyer, warranty conditions and different deadlines. Lack of information, poor quality and intimacy of the information, e.g. hiding information in long terms of use, are the main reasons why consumers find they are not fully informed.

In modern contract law it is not presumed anymore that in contractual relationships both parties are reasonable individuals who have enough information to protect their interests in market relations. Nowadays the prevailing opinion is that the contract parties have an unequal opportunity to obtain knowledge and as one party gains advantages because he has more information, the contractual parties' state while negotiating is unequal. Therefore it is necessary to alleviate the consequences of unequal distribution of the knowledge and the most widely used approach in consumer law is the application of pre-contractual information duties as informed choices are better, more secure and more efficient. T. Wilhelmsson finds that pre-contractual information duties have five main purposes: protection of real consent, equipment for rational market behaviour, upholding informational clarity, controlling fairness and upholding a moral duty of honesty. In consumer law there are two approaches to pre-contractual information duties. Firstly, you can oblige the trader to share some certain information with the consumer. Secondly, you can ensure that the necessary information is shared by implementing it through fraud.

As e-commerce and commerce in its traditional meanings are blending it is not reasonable to deal with pre-contractual information duties in e-commerce apart of pre-contractual information duties in its classical meaning. Therefore this thesis also deals with pre-contractual information duties in general, although the main purpose of this thesis is to deal with B2C (business-to-consumer) contracts as one of the main purposes of pre-contractual information duties is consumer protection. According to Estonian Law of Obligations Act paragraph 1 section 5 a consumer is a natural person who concludes a transaction not related to independent economic or professional activities.

Besides legitimised law in international level there exist legally non-binding so called soft law norms. Guzman and Meyer define soft law norms as legally non-binding but strictly hortatory norms. As they are non-binding they apply only when contractual parties agree on that (e.g. see the Principles of European Contract Law (PECL) art 1:101 section 2 and Common European Sales Law (CESL) art 8). Despite this they are documents that are meant to contain the most important contractual law provisions and therefore they have become important sources in academic work as well as an inspiration to legislation.

The purpose of this thesis is to evaluate the importance of pre-contractual information duties for consumers provided by law from a legal aspect and examine that in which scope it would be possible to systematise compulsory information for consumers, *inter alia* the necessity to tidy the structure of law and improve its intelligibility. Among the main objective the purpose is to create a directory on the basis of different sources of law, including soft law norms, which would systematically contain compulsory and necessary information for consumers. The hypothesis of this thesis is that the current legislation is too detailed and intricate. However, it is clear that as the legislation is based on information criteria from the legislation of the European Union, the possibilities to alter the legislation substantively is limited, yet it is possible to abbreviate the information and present the information in a more comprehensive manner. Essentially it is a practical solution, which would enable to present the information to the consumer simply and at a glance and, on the other hand, to enable the consumer to actually understand the information. Although, the purpose of this thesis is not to study the consumers' capabilities to receive or understand information.

The first chapter of this thesis deals with pre-contractual information duties in European Union and Estonian acts currently in force and with pre-contractual information duties in soft law norms. The main sources are the Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights and the Estonian Law of Obligations Act and as of soft law norms the Principles of European Contract Law (PECL), UNIDROIT Principles of International Commercial Contracts (UPICC), Draft Common Frame of Reference (DCFR) and Common European Sales Law (CESL). In the first chapter a review about pre-contractual information duties in the aforementioned sources one at a time is provided regarding the positive sides and downsides of the legislation. As it turned out, the most common shortages are regarding the structure of the act or the scope of regulation, although it has to be said, that some of the used norms are about general principles, i.e. PECL and UPICC. As it turned out, CESL is the best composed act so far, but the biggest issues with CESL is that it is being withheld and it is applicable only when the contractual parties agree on so.

The next chapters dissect the pre-contractual information duties by finding common features of pre-contractual information duties from the sources from the first chapter of this thesis by determining the most suitable content for pre-contractual information duties. The chapters provide a detailed overview of appropriate norms and as a result will try to find the most suitable content for different subjects of pre-contractual information duties.

The last chapter of this thesis will provide a proposal of how it would be more effective to regulate the contents of pre-contractual information duties, by taken into account the spreading of e-commerce. The last chapter could be considered as an inspirational chapter for the reader about how pre-contractual information duties could be regulated so that the requirements would be reasonable for the business, yet enough to ensure that as much information as possible reaches the consumer. The author tries to find a balance as to where there will be provided the least information possible but the most information needed.

As a result of this thesis it is found that the general criteria that the pre-contractual information should satisfy should be the following:

1. before concluding a contract with a consumer a business has an obligation to provide pre-contractual information to the consumer in a manner which makes it possible for the consumer to understand the information before concluding the contract;
2. the information provided by business has to be correct, distinct, intelligible and provided in a plain and intelligible language;
3. the information has to be presented in a manner which provides the consumer with an opportunity to comprehend the information before the contract is concluded. The buyer has to make it possible to record and reproduce the information;
4. the information has to be in a language that the consumer understands. The information has to be provided at least in the official language of the state to which the business of the seller is directed to.

The pre-contractual information duties should cover 8 main topics:

1. the main characteristics of the purpose of the agreement;
2. information about the trader;
3. information about the total price and additional charges and costs;
4. information about the contract terms;
5. where applicable, information about the additional obligations of the consumer;
6. where applicable, information about the law applicable and the jurisdiction;
7. information about the rights of withdrawal;
8. where applicable, information about after-sale services and other rights of the consumer.

The aforementioned 8 topics should also be, where applicable, dealt with separately in a more detailed manner. That way the pre-contractual information would be more comprehensive by starting with general rules and ending with the detailed rules for specific situations. The solution in this thesis is not meant to be rewritten into current legislation but it should inspire the reader to initiate discussions and to see that, regarding pre-contractual information duties, extensive and detailed information duties is not the best solution and it is possible to present the information in a more comprehensive and clearer manner so that the information duties would fulfil its main purpose – to inform the consumer.

## LÜHENDID

B2B – *business-to-business*

B2C – *business-to-consumer*

BEUC – *Bureau Européen des Unions de Consommateurs*

CECL – *Commission on European Contract Law*

DCFR – *Draft Common Frame of Reference*

EL – Euroopa Liit

ELI – *European Law Institute* (Euroopa Õigusinstituut)

ELTL – Euroopa Liidu toimimise leping

EMTA – Eesti Maksu- ja Tolliamet

EÜM – Euroopa ühine müügiõigus (Euroopa Komisjoni ettepanek „Euroopa Parlamendi ja Nõukogu määrus Euroopa ühise müügiõiguse kohta“, inglise keeles *Common European Sales Law*)

InfoTS – infoühiskonna teenuse seadus

KaubTS – kaubandustegevuse seadus

PECL – *Principles of European Contract Law*

TKS – tarbijakaitse seadus

TsÜS – tsiviilseadustiku üldosa seadus

UNIDROIT – *International Institute for the Unification of Private Law*

UPICC – UNIDROIT *Principles of International Commercial Contracts*

VÕS – võlaõigusseadus

ÄS – äriseadustik

# KASUTATUD MATERJALIDE LOETELU

## Kasutatud allikad

### Kasutatud kirjandus

1. A. T. Guzman, T. L. Meyer. International Soft Law. – Online: [https://editorialexpress.com/cgi-bin/conference/download.cgi?db\\_name=ALEA2010&paper\\_id=168](https://editorialexpress.com/cgi-bin/conference/download.cgi?db_name=ALEA2010&paper_id=168), 03.03.2015.
2. B. Fages. Pre-contractual Duties in the Draft Common Frame of Reference – What Relevance for the Negotiation of Commercial Contracts? ERCL 3/2008. – Online: <http://www.degruyter.com/view/j/ercl.2008.4.issue-3/ercl.2008.304/ercl.2008.304.xml>, pp. 304 – 316, 05.04.2015.
3. C. Busch. The Language in Which CESL Shall Be Taught: CESL and the Multilanguage Complexity of European Law – A Plea for Moderate Multilingualism. – Common European Sales Law Meets Reality, 2014. Online: <http://www.degruyter.com/view/books/9783866539945/9783866539945.151/9783866539945.151.xml>, pp. 151 – 170, 18.04.2015.
4. C. Cravetto, B. Pasa. The „Non-sense“ of Pre-Contractual Information Duties in Case of Non-concluded Contracts. European Review of Private Law 6-2011. – Online: <http://www.kluwerlawonline.com/document.php?id=ERPL2011056&PHPSESSID=87phglh8lg7q9bfvh6h7lfgaa2>, pp. 759 – 785, 05.04.2015.
5. F. Emmert. The Draft Common Frame of Reference (DCFR) – The Most Interesting Development in Contract Law Since the Code Civil and the BGB (March 17, 2012). Indiana University Robert H. McKinney School of Law Research Paper No. 2012-08. – Online: <http://ssrn.com/abstract=2025265> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2025265>, 15.02.2015.
6. H.-W. Micklitz, N. Reich. The Commission Proposal for a „Regulation on a Common European Sales Law (CESL)“ – Too Broad or Not Broad Enough? – EU Working Papers, LAW 2012/04. – Online: [http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/20485/LAW\\_2012\\_04\\_ERPL\\_03.pdf](http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/20485/LAW_2012_04_ERPL_03.pdf), 28.12.2015.
7. H. Beale. The CESL Proposal: An Overview. – Juridica International XX/2013, pp. 20 – 31.

8. H. Beale: Pre-contractual Obligations: The General Contract Law Background. – *Juridica International* XIV/2008, pp. 42 – 50.
9. H. Schulte-Nölke. From the *Acquis Communautaire* to the Common Frame of Reference – the Contribution of the Acquis Group to the DCFR. – *Juridica International* XIV/2008, pp. 27 – 31.
10. I. Kull. Euroopa ühine müügiõigus – uus instrument Euroopa lepinguõiguses. – *Juridica* III/2013, lk 151 – 162.
11. I. Kull, I. Parrest. Teatamiskohustus võlaõigusseaduse kontekstis. – *Juridica* IV/2003, lk 213 – 224.
12. J. Steiner, L. Woods, C. Twigg-Flesner. EU Law. Harmonisation. – Online: [http://bookshop.blackwell.co.uk/jsp/id/EU\\_Law/9780199279593](http://bookshop.blackwell.co.uk/jsp/id/EU_Law/9780199279593) and [http://bookshop.blackwell.co.uk/extracts/9780199279593\\_steiner.pdf](http://bookshop.blackwell.co.uk/extracts/9780199279593_steiner.pdf), 22.03.2015.
13. K. Saare, K. Sein, M.-A. Simovart. Differentiation of Mistake and Fraud as Grounds for Rescission of Transaction. – *Juridica International* XII/2007, pp. 142 – 151.
14. K. Sein. Tarbijalepingute kohtualluvuse probleemid Brüssel I määruses: milliste ohtudega peavad arvestama oma kaupu või teenuseid piiriüleselt pakkuvad ettevõtjad? – *Juridica* II/2014, lk 127 – 134.
15. K. Sein. Tarbija õiguste kaitse Euroopa müügiõiguse eelnõus: kas kõrgem tase Eesti tarbija jaoks? – *Juridica* I/2013, lk 67 – 73.
16. K. Siibak. On Imperative Regulation of Information Duties in Financial Services Contracts. – *Juridica International* XV/2008, pp. 54 – 62.
17. M. E. Storme. Information Requirements and Remedies in the Principles of European Contract Law. – Online: <https://www.law.kuleuven.be/personal/mstorme/PECLInformationTrier.pdf>, 27.04.2015.
18. M. Loos. The Regulation of Digital Content B2C Contracts in CESL (October 18, 2013). Centre for the Study of European Contract Law Working Paper Series No. 2013-10; Amsterdam Law School Research Paper No. 2013-60. – Online: <http://ssrn.com/abstract=2343176> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2343176>, 11.02.2015.
19. M. Maripuu. Seaduse arusaadavuse arusaadavus. – *RiTo* 30, 2014.
20. M. W. Hesselink. Towards a Sharp Distinction between B2B and B2C? On Consumer, Commercial and General Contract Law after the Consumer Rights Directive (June 8, 2009). *European Review of Private Law*, Vol. 18, No. 18, pp. 57-102, 2010; Centre for the Study of

- European Contract Law Working Paper Series No. 2009/06. – Online: <http://ssrn.com/abstract=1416126>, 28.04.2015.
21. O. Bar-Gill, O. Ben-Shahar. Regulatory Techniques in Consumer Protection: A Critique of European Consumer Contract Law (June 1, 2012). *Common Market Law Review*, Vol. 50, p. 109, 2013; NYU Law and Economics Research Paper No. 12-12; University of Chicago Institute for Law & Economics Olin Research Paper No. 598. – Online: <http://ssrn.com/abstract=2061148> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2061148>, 28.03.2015.
22. O. Lando. The Structure and the Salient Features of the Principles of European Contract Law. – *Juridica International VI/2001*, pp. 4 – 15.
23. P. Jr. Legrand. Pre-Contractual Disclosure and Information: English and French Law Compared. – *Oxford Journal of Legal Studies Vol. 6, No. 3*. Online: [http://heinonline.org/HOL/Page?handle=hein.journals/oxfjls6&div=23&g\\_sent=1&collection=journals](http://heinonline.org/HOL/Page?handle=hein.journals/oxfjls6&div=23&g_sent=1&collection=journals), pp. 322 – 352, 05.04.2015.
24. P. Mankowski. Information and Formal Requirements in EC Private Law. – *European Review of Private Law* 6-2005. Online: <https://www.kluwerlawonline.com/abstract.php?area=Journals&id=ERPL2005049>, pp. 779 – 796, 27.04.2015.
25. P. Varul jt (koost). *Tsiviilseadustiku üldosa seadus*. Komm vlj. Tallinn: Juura 2010.
26. P. Varul jt (koost). *Võlaõigusseadus I. Üldosa (§§ 1-207)*. Komm vlj. Tallinn: Juura 2006.
27. R. Brownsword, *et al.* *The Foundations of European Private Law*. – Online: via <https://books.google.com>, 15.03.2015.
28. R. Ligi. Teavitamiskohustus – tarbija huvide kaitse tagatis Euroopa Ühenduses. – *Juridica VIII/2006*, lk 530 – 540.
29. R. Sefton-Green. How far can we go when using the English language for private law in the EU? – *ERCL* 1/2002. Online: <http://www.degruyter.com/view/j/ercl-2012-8-issue-1/ercl-2012-0030/ercl-2012-0030.xml?format=INT>, pp. 30 – 46, 18.04.2015.
30. S. Grundmann, M. Schauer. *The Architecture of European Codes and Contract Law*. The Netherlands: Kluwer Law International BV: 2006.
31. S. Kuusik, K. Sein. Digitaalse infosisu lepingutingimustele vastavuse hindamine. Euroopa ühise müügiõiguse eelnõu. – *Juridica X/2014*, lk 751 – 761.
32. S. Saaremäel. Tarbijateave ja tarbija esindusõiguse tagamine Eesti ja Euroopa Ühenduse õiguses. – *Juridica VI/2000*, lk 395 – 401.

33. T. Wilhelmsson. European Rules on Pre-contractual Information Duties. – ERA Forum 2005, Volume 6, Issue 1. – Online: <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs12027-005-0004-6?LI=true>, pp. 16 – 25, 28.04.2015.
34. U. Reifner, I. Herwig. Consumer Education and Information Rights in Financial Services. – Information & Communications Technology Law, Volume 12, Issue 2, 2003. – Online: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1360083032000106908#>, pp. 125 – 142, 28.04.2015.

### **Muud allikad**

35. Article 3.2.5. (Fraud). – Online: <http://www.unidroit.org/instruments/commercial-contracts/unidroit-principles-2010/396-chapter-3-validity-section-2-grounds-for-avoidance/919-article-3-2-5-fraud>, 12.04.2015.
36. Common European Sales Law. – Online: [http://ec.europa.eu/justice/contract/cesl/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/justice/contract/cesl/index_en.htm), 26.04.2015.
37. E-poed kes ei täida seadusest tulenevaid nõudeid. – Arvutivõrgus: <http://www.tarbijakaitseamet.ee/et/ametist/e-poed-kes-ei-taida-seadusest-tulenevaid-noudeid> 29.04.2015.
38. ECCNET. Piiriülese kaebuse vorm. – Arvutivõrgus: [http://www.consumer.ee/public/Piiriulese\\_kaebuse\\_vorm\\_2013.pdf](http://www.consumer.ee/public/Piiriulese_kaebuse_vorm_2013.pdf), 29.04.2015.
39. Ecommerce Europe. Western Europe B2C E-commerce Report 2014. – Online: <http://www.ecommerce-europe.eu/stream/b2c-ecommerce-report-western-europe-light-9c2b30544533126b1da435bf65846c2a>, 22.02.2015.
40. Eurobarometer. European contract law in business-to-business transactions. Analytical Report. – Online: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/flash/fl\\_320\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_320_en.pdf), 29.04.2015.
41. Euroopa Äriregister. – Arvutivõrgus: <http://www.rik.ee/et/euroopa-ariregister>, 16.04.2015.
42. European Commission. Annex to the Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Commission Work Programme 2015. A New Start. – Online: [http://ec.europa.eu/atwork/pdf/cwp\\_2015\\_withdrawals\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/atwork/pdf/cwp_2015_withdrawals_en.pdf), p. 12, 22.04.2015.
43. European Commission. Consumer rights and law. – Online: [http://ec.europa.eu/consumers/consumer\\_rights/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/index_en.htm), 22.04.2015.

44. European Commission. Pillar I: Digital Single Market. – Online: <https://ec.europa.eu/digital-agenda/our-goals/pillar-i-digital-single-market#Article>, 25.04.2015.
45. European Commission. Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on a Common European Sales Law. – Online: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0635:FIN:EN:PDF>, 30.03.2015.
46. Euroopa Komisjon. Ettepanek: Euroopa Parlamendi ja Nõukogu määrus Euroopa ühise müügiõiguse kohta. – Arvutivõrgus: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0635:FIN:ET:PDF>, 03.03.2015.
47. Euroopa Komisjon. Ettepanek. Euroopa parlamendi ja Nõukogu määrus, milles käsitletakse tarbijavaidluste veebipõhist lahendamist (tarbijavaidluste veebipõhise lahendamise määrus). – Arvutivõrgus: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011PC0794&from=EN>, 29.04.2015.
48. Euroopa Komisjon. Euroopa tarbijakaitse tegevuskava – suurem usaldus ja kiirem kasv. – Arvutivõrgus: [http://ec.europa.eu/consumers/archive/strategy/docs/consumer\\_agenda\\_2012\\_et.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/archive/strategy/docs/consumer_agenda_2012_et.pdf), 23.04.2015.
49. Euroopa Komisjon. Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide Komiteele. Komisjoni 2015. aasta tööprogramm. Uus algus. – Arvutivõrgus: [http://ec.europa.eu/atwork/pdf/cwp\\_2015\\_et.pdf](http://ec.europa.eu/atwork/pdf/cwp_2015_et.pdf), lk 1, 22.04.2015.
50. European Law Institute. Statement of the European Law Institute on the Proposal for a Regulation on a Common European Sales Law COM(2011) 635 final. – Online: [http://www.europeanlawinstitute.eu/fileadmin/user\\_upload/p\\_eli/Publications/CESL\\_1st\\_Supplement.pdf](http://www.europeanlawinstitute.eu/fileadmin/user_upload/p_eli/Publications/CESL_1st_Supplement.pdf), 30.03.2015.
51. Euroopa Liidu lepingu ja Euroopa Liidu toimimise lepingu konsolideeritud versioonid (2012/C 326/01). – C 326/1 26.10.2012.
52. European Union. The Principles of European Contract Law 2002 (Parts I, II, and III). – Online: <http://www.jus.uio.no/lm/eu.contract.principles.parts.1.to.3.2002>, 12.03.2015.
53. Faktum & Ariko. Tarbijakaitseamet. Tarbijakaitse olukord Eestis 2014. – Arvutivõrgus: [http://tarbijakaitseamet.ee/sites/default/files/veebihaldus/artikkel/files/tarbijakaitse-2014\\_aruanne\\_lisaga.pdf](http://tarbijakaitseamet.ee/sites/default/files/veebihaldus/artikkel/files/tarbijakaitse-2014_aruanne_lisaga.pdf), 24.03.2015.
54. Introduction to the Principles of European Contract Law (PECL). – Online: <http://www.cisg.law.pace.edu/cisg/text/peclintro.html>, 12.04.2015.

55. KMKR numbri otsing. – Arvutivõrgus: <https://apps.emta.ee/e-service/doc/a0003.xsql>, 16.06.2015.
56. Käibemaks. – Arvutivõrgus: [http://europa.eu/youreurope/citizens/shopping/shopping-abroad/vat/index\\_et.htm](http://europa.eu/youreurope/citizens/shopping/shopping-abroad/vat/index_et.htm), 23.04.2015.
57. M. Maciejewski, C. Piaguet. Consumer policy: principles and instruments. – Online: [http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/en/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_5.5.1.html](http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/en/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.5.1.html), 22.04.2015.
58. Majandus- ja Kommunikatsiooniministerium. Eesti alustas e-residentsuse programmiga. – Arvutivõrgus: <https://www.mkm.ee/et/eesti-alustas-e-residentsuse-programmiga>, 29.04.2015.
59. Online dispute resolution for consumer disputes (Regulation on consumer ODR). 2011/0374(COD). – Online: [http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?lang=en&reference=2011/0374\(COD\)](http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?lang=en&reference=2011/0374(COD)), 29.04.2015.
60. Ostude tegemine internetis. – Arvutivõrgus: [http://europa.eu/youreurope/citizens/shopping/buy-sell-online/rights-e-commerce/index\\_et.htm](http://europa.eu/youreurope/citizens/shopping/buy-sell-online/rights-e-commerce/index_et.htm), 23.04.2015.
61. Preamble (Purpose of the Principles). – Online: <http://www.unidroit.org/instruments/commercial-contracts/unidroit-principles-2010/418-preamble/862-preamble-purpose-of-the-principles>, 12.04.2015.
62. Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law. Draft Common Frame of Reference (DCFR). Outline Edition. – Online: [http://www.academia.edu/1131064/Principles\\_Definitions\\_and\\_Model\\_Rules\\_of\\_European\\_Private\\_Law\\_Draft\\_Common\\_Frame\\_of\\_Reference\\_DCFR\\_Outline\\_Edition](http://www.academia.edu/1131064/Principles_Definitions_and_Model_Rules_of_European_Private_Law_Draft_Common_Frame_of_Reference_DCFR_Outline_Edition), 07.03.2015.
63. S. Kruusmaa. Juristi töölaualt: Lepingueelse info andmise kohustus suureneb. – Arvutivõrgus: <http://www.rmp.ee/uudised/eelnoud/juristi-toolaualt-lepingueelse-info-andmise-kohustus-suureneb-2013-08-21>, 14.04.2015.
64. Seletuskiri võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseaduse muutmise seaduse eelnõu juurde. – Arvutivõrgus: <http://www.riigikogu.ee/download/a47cd4af-91a9-4974-83a1-cdb442383efd/a47cd4af-91a9-4974-83a1-cdb442383efd>, 29.04.2015.
65. Sertifitseeritud e-poed. – Arvutivõrgus: <http://ostukaitse.ee/e-pood/sertifitseeritud-e-poed>, 29.04.2015.

66. Tarbijakaitseamet. E-poodide usaldusväarsuse kasvu eeldus on eeskätt korrektsus koduõuel. 10.11.2014. – Arvutivõrgus: <http://www.tarbijakaitseamet.ee/et/node/5108>, 24.03.2015.
67. Tarbijakaitseamet. Tarbijate teadlikkus oma õigustest paraneb. 15.03.2015. – Arvutivõrgus: <http://www.tarbijakaitseamet.ee/et/node/5217>, 24.03.2015.
68. Tarbijavaidluste lahendamine kohtuväliselt ja veebipõhiselt: küsimused ja vastused. – Arvutivõrgus: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-11-840\\_et.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-11-840_et.htm), 29.04.2015.
69. Tarbijaõigused: ELi uus direktiiv tugevdab kümnel eri viisil tarbijate õigusi kauba ostmisel Internetist. MEMO/11/450. Brüssel, 23.06.2011. – Arvutivõrgus: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-11-450\\_et.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-11-450_et.htm), 05.04.2015.
70. The Commission on European Contract Law. Introduction to the Principles of European Contract Law. – Online: <http://www.cisg.law.pace.edu/cisg/text/peclcomments.html>, 15.03.2015.
71. UNIDROIT (International Institute for the Unification of Private Law). UNIDROIT Principles of International Commercial Contracts 2010. – Online: <http://www.unidroit.org/english/principles/contracts/principles2010/integralversionprinciples2010-e.pdf>, 16.03.2015.
72. UNIDROIT Principles of European Commercial Contracts. – Online: <http://www.unidroit.org/publications/513-unidroit-principles-of-international-commercial-contracts>, 16.03.2015.
73. Usaldusmargisega tunnustatud e-poed. – Arvutivõrgus: <http://e-kaubanduseliit.ee/kvaliteedimark/kvaliteedimargiga-e-poed>, 29.04.2015.
74. Ühine müügiõigus Euroopas: Eestit käsitlev teabeleht. – Arvutivõrgus: [http://ec.europa.eu/justice/contract/files/common\\_sales\\_law/sales\\_law\\_estonia\\_et.pdf](http://ec.europa.eu/justice/contract/files/common_sales_law/sales_law_estonia_et.pdf), 26.04.2015.

## **E-poed**

75. 1a.ee veebipood. – Arvutivõrgus: <http://www.1a.ee>, 16.04.2015.
76. Arvutitark OÜ e-pood. – Arvutivõrgus: <http://www.arvutitark.ee>, 16.04.2015.
77. Detlev Louis Motorradvertriebs GmbH e-shop. – Online: <https://www.louis.de/en>, 16.04.2015.
78. Digisalong. – Arvutivõrgus: <https://digisalong.ee>, 04.04.2015.
79. Elioni e-pood. – Arvutivõrgus: <https://pood.elion.ee>, 16.04.2015.

80. Elisa seadmepood. – Arvutivõrgus: <https://pood.elisa.ee>, 16.04.2015.
81. Euronicsi e-pood. – Arvutivõrgus: <http://www.euronics.ee>, 16.04.2015.
82. Galador Grupp OÜ e-pood. – Arvutivõrgus: <http://www.galador.ee/arvutikaubad>, 04.04.2015.
83. Garmin Eesti e-pood. – Arvutivõrgus: <http://www.garmin.ee>, 16.04.2015.
84. KCLICK e-pood. – Arvutivõrgus: <https://www.klick.ee>, 16.04.2015.

### **Kasutatud õigusaktid**

85. Charter of Fundamental Rights of the European Union (2000/C 364/01). – C 364/1, 18.12.2000.
86. Consolidated Versions of the Treaty on European Union and the Treaty on the Functioning of the European Union (2012/C 326/01). – C 326/1, 26.10.2012.
87. Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council. – OJEU L 304/64, 22.11.2011.
88. Euroopa Parlamendi ja nõukogu 25.10.2011 direktiiv 2011/83/EL tarbija õiguste kohta, millega muudetakse nõukogu direktiivi 93/13/EMÜ ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi 1999/44/EÜ ja millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu direktiiv 85/577/EMÜ ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 97/7/EÜ. – ELT L 304/64, 22.11.2011.
89. Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 2014/17/EL 4. veebruar 2014, elamukinnisvaraga seotud tarbijakrediidilepingute kohta ning millega muudetakse direktiive 2008/48/EÜ ja 2013/36/EL ja määrust (EL) nr 1093/2010. – ELT L 60/34, 28.02.2014.
90. Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrus (EÜ) nr 593/2008, 17. juuni 2008, lepinguliste võlasuhete suhtes kohaldatava õiguse kohta („Rooma I“). – ELT L 177/6, 04.07.2008.
91. Kaubandustegevuse seadus. – RT I 2004, 12, 78 ... RT I, 12.07.2014, 59.
92. Nõukogu määrus (EÜ) nr 44/2001, 22. detsember 2000, kohtualluvuse ja kohtuotsuste täitmise kohta tsiviil- ja kaubandusajades. – EÜT L 12/1, 16.01.2001.
93. Sidevahendi abil sõlmitud lepingust ja väljaspool äriruume sõlmitud lepingust taganemise avalduse tüüpvormi ja taganemise näidisjuhendi kehtestamine. JMm 17.12.2013 nr 41. – RT I, 03.01.2014, 1.

94. Tarbijakaitseadus. – RT I 2004, 13, 86 ... RT I, 19.03.2015, 56.
95. Tsiviilseadustiku üldosa seadus. – RT I 2002, 35, 216 ... RT I, 12.03.2014, 103.
96. Võlaõigusseadus. – RT I 2001, 81, 487 ... RT I, 11.04.2014, 13.
97. Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseaduse muutmise seadus. – RT I, 31.12.2013, 1.
98. Äriseadustik. – RT I 1995, 26, 355 ... RT I, 19.03.2015, 45.

### **Kasutatud kohtupraktika**

99. EKo 25.10.2005, C- 350/03, Elisabeth Schulte, Wolfgang Schulte vs. Deutsche Bausparkasse Badenia AG.
100. EKo 03.09.2009, C- 489/07, Pia Messner vs. Firma Stefan Krüger.
101. EKo 07.12.2010, C-585/08 ja C-144/09, Peter Pammer vs. Reederei Karl Schlüter GmbH & Co KG ja Hotel Alpenhof GesmbH vs. Oliver Heller.
102. EKo 21.03.2011, C-92/11, RWE Vertrieb AG vs. Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen eV.
103. EKo 05.07.2012, C-49-11, Content Services Ltd vs. Bundesarbeitskammer.
104. EKo 16.01.2014, C-226/12, Constructora Principado SA vs. José Ignacio Menéndez Álvarez.
105. EKo 30.04.2014, C-26/13, Árpád Kásler, Hajnalka Káslerné Rábai vs. OTP Jelzálogbank Zrt.
106. RKTko 3-2-1-171-14.

## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, **Marko Mikk**:

1. Annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Teavitamiskohustus e-kaubanduses: õiguslik olukord ja vajadused“, mille juhendaja on prof Irene Kull:

1.1. reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sh digitaalarhiivi DSpace lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sh digitaalarhiivi DSpace kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. Olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandit ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus, **04.05.2015**