

Seadusemuudatused digivallas teevad tarbija elu lihtsamaks ja lisavad ettevõtjaile kohustusi

Uue aasta alguses on kombeks seada endale eesmärged ja tihti kaasneb sellega ka mõne uue toote või teenuse soetamine. Näiteks ostetakse nutikell, mis aitab endale seatud trennieesmärgi paremini saavutada, või soetatakse mõne voogedastusplatvormi tellimus, et uuest aastast rohkem dokumentaalfilme vaadata. Või lihtsalt jätkatakse oma tavapärasel elul, kuhu kuulub ilmselt ka vahetevahel internetipoest millegi meelepärase tellimine.

Sellest aastast hakkasid kehtima mitmed seadusemuudatused, mis reguleerivad digitaalse sisu ja teenuse pakkumist ning tarbija õigusi.



Puuduse parandamist võib nõuda pikema aja jooksul

Samas suureneb ka ettevõtja vastutus. Kui tegemist on digitaalse sisu või teenuse ühekordse üleandmisega (nt mõne e-raamatu ostmisel), vastutab ettevõtja puuduse eest, mis oli olemas üleandmise hetkel ja mis ilmneb kahe aasta jooksul (enne seadusemuudatust ühe aasta jooksul). Näiteks kui ostad e-raamatu, mis jääb aasta alguse tuhina möödumise tõttu mõneks ajaks seisma ja avastad alles järgmise aasta alguses, et soetatud raamatust on puudu viimased peatükid, saad e-raamatu müüjalt siiski terviklikku raamatut nõuda. Kestva üleandmise korral (nt voogedastusteenused) vastutab ettevõtja kogu lepingu kestel ilmnevate puuduste eest.

Sealjuures eeldatakse, et kui puudus ilmneb ühe aasta jooksul digitaalse sisu üleandmisest või teenuse osutamisest, oli see olemas ka üleandmise ajal (varasemalt kehtis selline eeldus 6 kuud). Digitaalse sisu või teenuse kestva üleandmise korral eeldatakse seda kogu lepingu kestel.

Tasub meeles pidada, et ettevõtja peab tarbijale pakkuma ka kõiki uuendusi (sh turvauuendused), mis on vajalikud, et soetatud digitaalne sisu või teenus vastaks lepingutingimustele. Kui üleandmine toimub kehtvalt, on ettevõtjal see kohustus kogu lepingu kehtivuse ajal. Kui aga üleandmine on ühekordne sündmus, tuleb lepingu sisu pinnalt tuletada, mis oleks see mõistlik aeg, mille jooksul ettevõtjal tarbijat uuendustest teavitada tuleb.

Tarbija peab saama rohkem infot

Digitaalset teenuse või digitaalse elemendiga eseme müügi korral tuleb ostjat eraldi teavitada nii selle funktsionaalsusest kui ka ühilduvusest. See tähendab, et tarbijal peab olema enne ostu võimalik hinnata, kas soetatav uhke uus tehnoloogia (näiteks nutikell) töötab ka koos tema varasema tehnikaga (näiteks tema telefon). Samuti tuleb internetipoodide puhul tarbijat teavitada sellest, kas ta sõlmib lepingu ettevõtja või eraisikuga, sest sellest oleneb Euroopa Liidu tarbijakaitse reeglite kohaldumine.

Isikuandmete andmine võrdsustus tasu maksmisega

Erinevate digitaalsete teenuste puhul on tavapärase, et tarbija saab teenust kasutada küll tasuta, kuid peab vastutasuna jagama oma isikuandmeid (loe sel teemal rohkem SIIT). Kirjeldatud olukorda ei saa võrdsustada olukorraga, kus isikuandmeid kogutakse teenuse enda osutamise eesmärkidel, vaid eristada tuleb olukordi, kus kasutajatelt kogutud isikuandmeid kasutab ettevõtja oma äriistel eesmärkidel. Näiteks ei pea me Facebooki kasutamise eest maksma, kuid sealäbi kogutud andmeid kasutab Facebook (uue nimega Meta) omakorda reklaamipakkujatele teenuse osutamiseks, läbi mille teenib ettevõtja tulu. Sellist ärimudelit käsitletakse alates sellest aastast ettevõtja vastutuse ja teenuse kvaliteedi hindamisel võrdväärseks raha maksmisega.

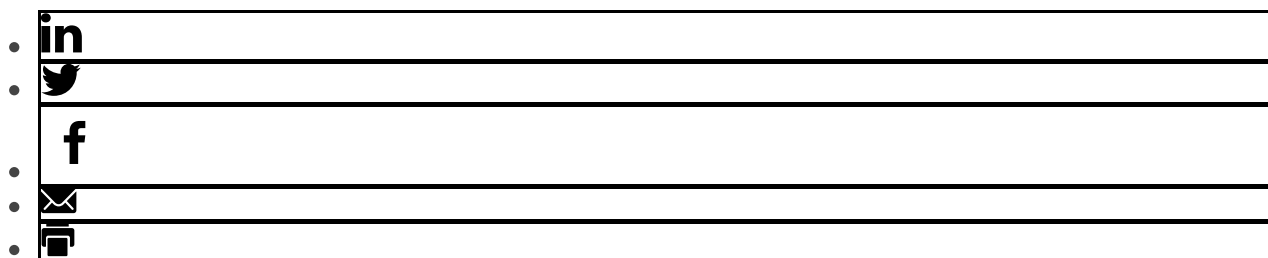
Seega, kui tarbija kasutab sellist digitaalset teenust nagu Spotify tasuta, võib ta ikkagi nõuda, et teenuseosutaja uuendaks ka tasuta versiooni selliselt, et tagatud on teenuse vastamine lepingutingimustele ja et teenuse kasutamine oleks turvaline. Juhul, kui sellise kohustuse mittejärgimine põhjustab tarbijale kahju, on tarbijal õigus vajadusel ka kohtusse pöörduda. Selleks, et ettevõtjatele ei tekiks ebameeldivaid üllatusi seoses tasuta versiooni kasutavate tarbijate nõuetega, on soovitatav neid teenust arendades teenuse eest tasu maksvate klientidega võrdselt kohelda – päeva lõpuks teenivad ka tasuta teenust kasutatavalt klientidelt kogutud isikuandmed ju ettevõtja ärihuve.

Mis on mis?

Digitaalne sisu: kõik andmed, mis on koostatud ja mida antakse üle digitaalsel kujul, näiteks arvutiprogrammid, rakendused, e-raamatud, digimängud jms. Ka füüsiliselt eksisteerivad esemed, nagu nutikell, võivad sisaldada digisisu.

Digitaalne teenus: teenused, mis võimaldavad tarbijal digitaalsel kujul andmeid luua ja muul moel kasutada või mis võimaldavad digitaalsel kujul andmeid jagada. Näiteks sotsiaalmeedia teenused nagu Facebook, voogedastusteenuseid nagu Netflix, veebipõhised isikutevahelise side teenused nagu Zoom.

(Autor: Gerda Grauberg)



LIISI JÜRGEN

VANDEADVOKAAT, PARTNER

(+372) 66 76 440

LIISI.JURGEN@NJORDLAW.EE

