

Keskustelupalstojen tuotepuffeista mojovat rapsut

15.7.2009 16:33 — Aleksis Moisio aleksi.moisio@sanoma.fi

Yhdysvaltalaisfirma maksaa 300 000 euron rapsut New Yorkin osavaltiolle patistettuaan työntekijänsä mainostamaan yhtiön tuotteita verkon keskustelupalstoilla. Kuluttajaviraston mukaan ilmiö tunnetaan Suomessakin. Asiasta ei ole kuitenkaan tullut valituksia merkittävässä määrin.

Kauneuskirurgiapalveluita myyvä Lifestyle Lift on sopinut keskustelupalstoilla tapahtunutta markkinointia koskeneen oikeusjutun New Yorkin osavaltion kanssa.

LifeStyle Liftin työntekijät olivat markkinoineet yhtiön tuotteita keskustelupalstoilla ja muilla nettisivuilla tekeytymällä tavallisiksi kuluttajiksi. Työntekijät olivat myös pyrkineet poistamaan keskustelupalstoilta yhtiön palveluista kirjoitettuja negatiivisia kommentteja.

New Yorkin osavaltion [oikeusministerin Andrew Cuomon toimiston](#) mukaan LifeStyle Lift pidättäytyy vastaavasta toiminnasta jatkossa ja maksaa osavaltiolle 300 000 dollarin korvaukset.

Kyseessä on tietävästi ensimmäinen kerta, kun yhdysvaltalainen firma joutuu vastuuseen astroturfingiksi kutsutusta toiminnasta netissä.

Astroturfingissa kaupallinen tai poliittinen mainostus saadaan näyttämään ruohonjuuritason toiminnalta.

Suomessa ei valituksia

Astroturfing-ilmiö tunnetaan myös Suomessa.

Toisinaan suosituilla keskustelupalstoilla esimerkiksi epäillään jonkun keskustelijan vain mainostavan oman yhtiönsä tuotteita.

- Ilmiön olemassaolo on tiedostettu ja sen kehittymistä seurataan, Kuluttajaviraston lakimies **Miina Ojajärvi** sanoo.

Yksittäisiä valituksiakin on tullut virastoon. Ojajärven mukaan

Kuluttajavirasto ei ole kuitenkaan saanut läjäpäin valituksia firmojen mekastuksesta keskustelupalstoilla.

Ojajärvi muistuttaa, että suomalaista kuluttajaa suojeleva lainsäädäntö on yksiselitteinen markkinoinnin suhteen: kuluttajan on voitava tunnistaa markkinointi markkinoinniksi.

- Jos kyse on selvästi yrityksen markkinoinnista, eikä yksityishenkilön arviosta, sitä arvioidaan mainonnan tunnistettavuutta koskevan sääntelyn valossa.

Todistaminenvaikeaa

Astroturfingin todistaminen on usein vaikeaa. Jotta yhtiötä voitaisiin syyttää järjestelmällisestä valheellisten kuluttaja-arvioiden toimittamisesta keskustelupalstoille, pitäisi se pystyä jotenkin todentamaan.

LifeStyle Liftin tapauksessa tämä oli helppoa, sillä viranomaiset olivat saaneet haltuunsa yhtiön sisäisiä sähköposteja, joissa työntekijöitä kehoitettiin vartioimaan yhtiön mainetta keskustelupalstoilla.

- Perjantaista tulee hiljainen päivä. Teidän pitäisi käyttää tämä päivä postittaaksenne nettiin lisää kommentteja tyytyväisen asiakkaan roolissa, yhdessä sähköpostissa sanottiin.

Kuluttajavirasto ei ole käynnistänyt minkäänlaisia tutkimuksia vastaavista tapauksista Suomessa.

Ojajärven mukaan prosessi lähtisi kuitenkin todennäköisesti liikkeelle siten, että harhaanjohtavasta markkinoinnista syytetylle yritykselle lähetettäisiin selvityspyyntö asiasta. Jatkotoimenpiteet riippuisivat puolestaan selvityspyyntöön annetusta vastauksesta.

<http://www.digitoday.fi/bisnes/2009/07/15/keskustelupalstojen-tuotepuffeista-mojovat-rapsut/200916364/66>