



OPETUSHALLITUS  
UTBILDNINGSTYRELSEN

**KOULUJEN JA OPPILAITOSTEN  
SEKÄ YRITYSTEN JA YHTEISÖJEN  
VÄLINEN YHTEISTYÖ, MARKKINOINTI  
JA SPONSOROINTI**

**KOULUJEN JA OPPILAITOSTEN  
SEKÄ YRITYSTEN JA YHTEISÖJEN  
VÄLINEN YHTEISTYÖ, MARKKINOINTI  
JA SPONSOROINTI**



OPETUSHALLITUS  
UTBILDNINGSSTYRELSEN



Kilpailu- ja  
kuluttajavirasto

# Sisällys

1	Miksi kasvatuksessa ja opetuksessa tarvitaan yhteistyötä yritysten ja yhteisöjen kanssa?	4
2	Lasten ja nuorten erityisasema kuluttajansuojalaissa sekä henkilötietolain merkitys	5
3	Kuluttajansuoja koulujen ja oppilaitosten toiminnassa	6
3.1	Mainonnan tunnistettavuus ja oppimateriaali	6
3.2	Kaupallinen materiaali koulun ja oppilaitoksen tiloissa sekä mainosten ja tuotenäytteiden jakaminen	7
3.3	Kaupalliset liikuntapalvelut opetuskäytössä	8
3.4	Tieto- ja viestintäteknologian sekä median käyttö opetuksessa	8
3.5	Myynti oppilaille ja opiskelijoille	8
3.6	Välipala-automaatit ja välipalojen myynti	8
3.7	Valokuvaus	9
3.8	Kilpailut, tapahtumat ja markkinointi	9
3.9	Varojen keruu yhteiseen käyttöön	10
4	Sponsorointi	10
5	Yhteistyö huoltajien kanssa	11
6	Lisätietoja	12
7	Käsitteitä	13
8	Lyhenteet	13

Tässä muistiossa käsitellään koulujen ja oppilaitosten sekä yritysten ja yhteisöjen kanssa tehtävää yhteistyötä että niiden aineistojen tai palvelujen käyttöä opetuksessa. Tarkastelun painopiste on yritys-yhteistyössä ja siihen liittyvän kaupallisen vaikuttamisen pelisäännöissä. Koulun ja oppilaitoksen johdon sekä opettajien ja muun opetus- ja kasvatushenkilöstön tulee olla tietoisia markkinointia ja sponsorointia koskevista säädöksistä ollessaan yritys- ja yhteisöyhteistyössä koulun tai oppilaitoksen edustajana.

## 1 Miksi kasvatuksessa ja opetuksessa tarvitaan yhteistyötä yritysten ja yhteisöjen kanssa?

Opetussuunnitelmien perusteissa kouluja ja oppilaitoksia kannustetaan aktiiviseen yhteistyöhön yritysten ja yhteisöjen kanssa osana koulutyötä ja opiskelua. Tavoitteena on monimuotoisten oppimisympäristöjen käyttäminen osaamisen edistämiseen. Paikalliseen opetussuunnitelmaan tai siihen perustuvaan vuosittaiseen suunnitelmaan tulee sisältyä kuvaus yhteistyöstä. Yhteistyön muotoja voivat olla esimerkiksi

- vierailut yrityksissä, järjestöissä ja yhteisöissä
- yritysten ja yhteisöjen edustajien ja yrittäjien vierailut kouluissa ja oppilaitoksissa
- yhteiset projektit
- tapahtumat
- opinnäytetyöt
- kummiluokkatoiminta.

Erityisesti työelämään perehtymis- ja työssäoppimisjaksoilla sekä ammatillisen osaamisen näytöissä yritykset ovat oppilaiden ja opiskelijoiden oppimisympäristöjä.

Kaikkien koulutusmuotojen opetussuunnitelmien ja tutkintojen perusteissa painoalueina ovat yrittäjyyskasvatus ja yrittäjyyteen kasvaminen. Tämä tarkoittaa laaja-alaista asenne- ja valmiuskasvatusta sisäiseen yrittäjyyteen, joka ilmenee monin tavoin läpi yleissivistävän ja ammatillisen koulutuksen. Tavoitteena on tukea kehittymistä omatoimiseksi, aloitteelliseksi ja yhteistyökykyiseksi kansalaiseksi, jolla on todenmukainen kuva omista valinnan- ja vaikutusmahdollisuuksistaan. Sisäisen yrittäjyyden valmiuksien lisäksi tavoitteena on luoda pohjaa yrittäjämäisille toimintatavoille ja myöhemmin opiskeluvuosina myös yrittäjyydelle mahdollisena ammattina. Ammatillisen peruskoulutuksen yhtenä tavoitteena on valmius toimia itsenäisenä ammatinharjoittajana ja yrittäjänä.

Lukio on osa yleissivistävää koulutusta ja lukioissa toimitaan paljolti samojen periaatteiden mukaisesti kuin perusopetuksessa. Tärkein kosketus yritykseen oppimisympäristönä on työelämään tutustuminen tai työelämäyhteistyö eri muodoissaan, yrittäjyyskurssit ja niihin sisältyvä yritystoiminta tai työelämään perehtyminen. Ammatillisille oppilaitoksille yritys-yhteistyö on olennainen osa koulutuksen kehittämistä. Koulutuksen järjestäjän opetussuunnitelmat laaditaan yhteistyössä työ- ja elinkeinoelämän edustajien kanssa, jotta koulutus vastaisi mahdollisimman hyvin työelämän ammattitaitovaatimuksia opetussuunnitelman ja näyttötutkinnon perusteiden mukaisesti. Työssäoppimisjaksot suunnitellaan yhdessä työpaikan edustajan, opiskelijan ja opettajan kanssa. Työpaikan edustaja ohjaa opiskelijaa työelämän pelisääntöjen ja yrityksen toimintaohjeiden noudattamisessa. Opettaja puolestaan vastaa siitä, että toiminta on oppimistavoitteiden mukaista. Oppilaitoksen säännöt koskevat opiskelijaa työssäoppimisjaksonkin aikana. Samat periaatteet koskevat myös työelämään perehtymisen jaksoja eli TET-toimintaa perusopetuksessa ja lukiossa.

Yritys-yhteistyö liittyy koulujen ja oppilaitosten kuluttajakasvatukseen. Kuluttajan tarvitsemat taidot ovat monimutkaistuneet ja määrällisesti lisääntyneet. Arjessa selviytymiseen tarvitaan taitoja liittyvää sopimusoikeuden käsitteiden ymmärtämistä sekä taitoa toimia erilaisissa valinta- ja ongelmatilanteissa. Kuluttajaosaamiseen liittyvät tiedot ja taidot ovat keskeisiä oman elämän hallinnan, kestävän elämäntavan omaksumisen sekä kansalaisena toimimisen kannalta. Kuluttajietoutta tarvitsevat sekä kuluttajat että yritykset ja niiden työntekijät.

Yritysyhteistyössä ollaan tekemisissä kaupallisen viestinnän kanssa. Kaupallista vaikuttamista käsiteltäessä tavoitteena on, että oppilaat ja opiskelijat tuntevat mainonnan tavoitteet ja periaatteet sekä pystyvät analysoimaan ja tulkitsemaan kriittisesti kaupallisia sanomia eri medioissa. Oppilaiden ja opiskelijoiden on tärkeää tietää, että on olemassa mainontaa sääteleviä lakeja ja määräyksiä, joista heidän tulee myös osata etsiä tietoja.

## **2 Lasten ja nuorten erityisasema kuluttajansuojalaissa sekä henkilötietolain merkitys**

Tässä luvussa esitetään alle 18-vuotiaiden asemaa koskevia kuluttajansuojalainsäädännön periaatteita. Ne tulee ottaa huomioon kaikessa lasten ja nuorten kanssa tehtävässä työssä. Seuraavissa luvuissa tarkastellaan niiden soveltamista koulujen ja oppilaitosten käytännön työssä.

Alaikäiset, alle 18-vuotiaat lapset ja nuoret, ovat kuluttajansuojalaissa erityisasemassa. Alaikäisiin kohdistuvaa markkinointia arvioidaan keskimääräistä tiukemmin, koska alaikäisiä voidaan heidän tietojensa tai kokemustensa rajoittuneisuuden vuoksi pitää tavallista alttiimpina markkinoinnin vaikutuksille.

Lapsi ja nuori elää samanaikaisesti kodin ja koulun vaikutuspiirissä. Tämä edellyttää näiden kasvatusyhteisöjen vuorovaikutusta ja yhteistyötä kokonaisvaltaisen kasvun ja hyvän oppimisen tukemisessa. Huoltajilla on ensisijainen vastuu kasvatuksesta. Koulu ja oppilaitos tukee kotien kasvatustehtävää ja vastaa oppilaan ja opiskelijan kasvatuksesta ja opetuksesta kouluyhteisön jäsenenä. Yhteisvastuullisen kasvatuksen tavoitteena on edistää oppimisen edellytyksiä, turvallisuutta ja hyvinvointia koulussa ja oppilaitoksessa.

Vanhemmilla on lastensa kasvattajina oikeus päättää, minkälaisen markkinoinnin kohteeksi heidän lapsensa joutuvat. Vanhemmilla on oikeus päättää perheen hankinnoista ilman, että suoraan lapseen tai nuoreen vetoamalla sivuutetaan huoltajien kasvatusoikeus. Tämän takia mainonta ei saa asettaa huoltajien päätösvaltaa kyseenalaiseksi eikä antaa lapselle tai nuorelle väärää käsitystä omasta toimivallastaan. Markkinointi ei siten saa sisältää lapselle suunnattuja suorja ostokehotuksia eikä rohkaista lasta tai nuorta painostamaan huoltajia ostamaan sponsorin tai muun markkinoijan tuotteita. Tämä tulisi ottaa huomioon myös oppilas- ja opiskelijahuoltoon koskevissa tilanteissa, joissa jaetaan yritysten tuotenäytteitä tai materiaalia.

Koulun ja oppilaitoksen tehtävänä on tarjota lapselle ja nuorelle virikkeellinen ja turvallinen oppimisympäristö sekä mahdollisuus tasapainoiseen kehitykseen. Koulun ja oppilaitoksen tarkoitus ei ole yritysten kanssa tehtävässä yhteistyössäkään toimia markkinointikanavana, vaan kasvattajana ja ohjaajana sekä monipuolisten, puolueettomien tietojen ja taitojen tarjoajana. Alaikäisen on vaikea ymmärtää mainonnan kaupallista luonnetta ja opettajan tai muun auktoriteetin jakamana markkinointiaineisto voi saada oppilaan ja opiskelijan silmissä erityisen painoarvon. Vanhemmilla tulee olla mahdollisuus vaikuttaa koulussa ja oppilaitoksessa tapahtuvaan, alaikäisiin huollettaviin kohdistuvaan, markkinointiin. Tämän vuoksi alaikäiselle ei saa jakaa markkinointimateriaalia, kuten mainoksia, tuotenäytteitä tai mainoslahjoja koulujen ja oppilaitosten kautta tai järjestää markkinointitilaisuuksia ilman huoltajien suostumusta. Markkinointimateriaalia ovat myös sellaiset ilmaisjakelujulkaisut, jotka on rahoitettu suurelta osin mainostuotoin tai jotka sisältävät tekstimainontaa.

Lastenlehteä markkinoitiin siten, että peruskoulun opettajat jakoivat koululaisille lehden näytteenumeron ja tilauslipukkeen. Peruskoulun oppilaat toimittavat holhoojilleen erilaisia koulunkäyntiin liittyviä viestejä, jotka palautetaan opettajalle holhoojan allekirjoittamana. Jos samaa menettelytapaa käytetään koulunkäyntiin liittymättömässä kaupallisessa markkinoinnissa, on olemassa vaara, että koululaisen holhooja ei selkeästi käsitä menettelyn kaupallista tarkoitusta. Markkinatuomioistuin piti menettelyä hyvän tavan vastaisena. (MT1981:9)

Mainostoimisto ja rekisteröity yhdistys olivat jakaneet julkaisemaansa mainoslehteä kouluihin siinä tarkoituksessa, että julkaisu jaettaisiin edelleen oppilaille tai että julkaisu olisi koulussa op-

pilaiden vapaasti saatavilla. Julkaisu sisälsi kirjoituksia lapsia ja nuoria kiinnostavista tapahtumista ja tuotteista. Markkinatuomioistuimien piti menettelyä hyvän tavan vastaisena ja kielsi vastapuolta jakamasta markkinointiaineistoa suoraan alaikäisille lapsille tai nuorille koulujen kautta varmistumatta siitä, että vanhemmat ovat antaneet suostumuksensa aineiston jakamiseen. (MT 2000:12)

Henkilötietojen luovuttaminen suoramarkkinointia varten edellyttää oppilaan tai alaikäisen opiskelijan huoltajan lupaa (laki viranomaisten toiminnan julkisuudesta 16 § 3 mom). Opetuksessa ei tule käyttää sellaisia tieto- ja viestintätekniisiä palveluja, jotka keräävät henkilötietoja markkinointitarkoituksiin. Kaupallisten tiedotteiden jakamisen koulun kautta jokaisen oppilaan kotiin on katsottu olevan rinnastettavissa oppilaan henkilötietojen luovuttamiseen markkinoijalle. Koulun oppilaiden henkilötietojen käsittelyn tulee perustua oppilasrekisterin käyttötarkoitukseen eli opetuksen järjestämiseen. Lehti- ja muiden mainosten jakaminen oppilaiden kautta heidän koteihinsa ei liity varsinaisesti opetuksen järjestämiseen, joten se ei vastaa koulun oppilasrekisterin käyttötarkoitusta. Siten opettajan ei pidä jakaa kaupallisia tiedotteita edellä mainitulla tavalla. (Vrt TSV:n kannanotto 147/45/2001)

### 3 Kuluttajansuoja koulujen ja oppilaitosten toiminnassa

Opetuksen tai koulutuksen järjestäjällä on vapaus valita opetuksessa käytettävä materiaali ja sillä on myös vastuu materiaalin asianmukaisuudesta suhteessa opetuksen ja kasvatuksen tavoitteisiin sekä sen asianmukaisesta käytöstä opetuksessa. Aineisto voi olla yritysten tuottamaa kaupallista aineistoa tai erilaisten yhteisöjen tuottamaa materiaalia. Seuraavassa käsitellään erityisesti kaupallisen aineiston käyttöön liittyviä periaatteita kuluttajansuojalainsäädännön valossa. Myös aatteellisten yhdistysten ja muiden yhteisöjen tuottamaan materiaaliin tulee suhtautua samoja periaatteita noudattaen. Tekstissä käsitellään myös kaupallisten palvelujen käyttöä.

#### 3.1 Mainonnan tunnistettavuus ja oppimateriaali

Markkinoinnista on aina käytävä selkeästi ilmi sen kaupallinen tarkoitus eli mainos on voitava tunnistaa mainokseksi. Piilomainontaa tai muuta peiteltyä mainontaa ei saa käyttää. Opettajan tulee varmistaa, että mainosviestit pidetään erillään opetusmateriaalista ja muusta lapsille ja nuorille jaettavasta aineistosta. Mainonnan tunnistettavuus hämärtyy, jos mainos puetaan lehtiartikkelin, tehtävän, kilpailun, tarinan tai sarjakuvan muotoon.

Eräs lapsille ja nuorille suunnattu kaupallisista viesteistä koostuva julkaisu oli kokonaisuudessaan laadittu muistuttamaan toimituksellisia julkaisuja. Markkinatuomioistuimien piti markkinointia sopimattomana, kun julkaisu oli kohdistettu ensisijaisesti lapsille ja nuorille ja vaara siitä, että kohderyhmä ei ollut tunnistanut kirjoituksia mainoksiksi, oli tavallista suurempi. (MT 2000:12)

Lasten värityskirjan piirrosaiheissa oli kuvattu paikallisia yrittäjiä ja yksittäisiä nimettyjä tuotteita. Piirrosten lomaan oli sijoitettu tavuviivoin kirjoitettuja mainoslauseita ja yritysten logoja. Värityskirjoja oli jaettu suoraan lapsille päiväkotien kautta. Kuluttaja-asiamies piti menettelyä sopimattomana, kun markkinointimateriaalia jaettiin päiväkodin kautta ilman huoltajien suostumusta. Kuluttaja-asiamies piti värityskirjan sisältämää peiteltyä mainontaa sopimattomana. (KA 2001/40/0602)

Yrityksen maksaman suoran markkinoinnin tai piilomainonnan esiintyminen koulujen ja oppilaitosten käyttöön tuotetussa oppimateriaalissa on lähtökohtaisesti aina kuluttajansuojalain tarkoittamalla tavalla sopimatonta ja lain vastaista. Mikäli tällaista kuitenkin ilmenee, opettajan tulee saattaa asia opetuksen ja koulutuksen järjestäjän sekä oppimateriaalin julkaisijan tietoon. Tarvittaessa opettajan tulee lisäksi selvittää asia oppilaille siten, että he osaavat suhtautua asianmukaisella kriittisyydellä myös väärässä paikassa esiintyvään markkinointiin.

Jos kaupallista materiaalia käytetään opetustarkoituksessa, opettajan tulee selvittää oppilaille ja opiskelijoille,

- mitä aineisto on
- kuka aineiston on tuottanut

- miten markkinointiviestintä näkyy aineistossa
- mitkä ovat markkinointiviestinnän tavoitteet.

Mainosmateriaalin erottaminen muusta aineistosta voi olla oppilaille ja opiskelijoille vaikeaa. Opettajan tehtävänä on ohjata oppilaita ja opiskelijoita käyttämään erilaisia materiaaleja kriittisesti ja monipuolisesti. Aineistojen arviointi on osa media-, kuluttaja- ja yrittäjyyskasvatusta.

Piilomainonnasta on kyse silloin, kun mainonnasta ei ole selkeästi tunnistettavissa sen kaupallinen tarkoitus. Tällainen voi olla esimerkiksi lehtiartikkelin tai sarjakuvan muotoon laadittu mainos. Lasten ja nuorten ollessa kohderyhmänä vaatimukset ovat tavallista tiukemmat.

Mainonnan tunnistettavuuteen tulee kiinnittää huomiota esimerkiksi kouluissa järjestettävän niin sanotun sanomalehtiviikon yhteydessä tai tilanteissa, joissa yritys vieraillee koulussa antamassa taloustaidon valmennusta.

### **3.2 Kaupallinen materiaali koulun ja oppilaitoksen tiloissa sekä mainosten ja tuotenäytteiden jakaminen**

Kouluja ja oppilaitoksia kannustetaan yritys yhteistyöhön, kuten edellä tässä muistiossa on mainittu. Lisäksi voidaan pitää kannatettavana sitä, että kouluissa ja oppilaitoksissa pidetään esillä ja jaetaan tietoa myös esimerkiksi terveellisistä ruokailutavoista tai liikunnan merkityksestä terveydelle. Tämä ei kuitenkaan saa johtaa siihen, että koulujen tai oppilaitosten tiloissa on esillä yritysten tuotemarkkinointia. Tuotemarkkinoinnin kieltä koskee muun muassa koulujen ja oppilaitosten ilmoitustauluja, luokkahuoneita ja muitakin tiloja, kuten esimerkiksi liikunta- ja juhlasaleja sekä terveydenhuoltoon tarkoitettuja tiloja.

Alle 15-vuotiaille ei saa jakaa tai lähettää suoramarkkinointia ilman huoltajien suostumusta. Myös 15–17-vuotiaille suunnattuun suoramarkkinointiin on suhtauduttava erityisen pidättyvästi. Suoramarkkinointia ei voi lähettää myöskään oppilaskunnalle vaan se tulee osoittaa koululle.

Koulukirjoja markkinoiva yritys lähetti koulun oppilaskunnalle mainoksiaan, joita se pyysi levittämään koulun tiloihin. Valokuvaamalla mainoksen esillepanon oppilaskunta sai etusetelin yrityksen verkkokauppaan ja mahdollisuuden osallistua kameran arvontaan. Kuluttaja-asiamies piti markkinointia hyvän tavan vastaisena, kun markkinointiaineisto lähetettiin koulun sijaan suoraan opiskelijoille, eikä vanhempien suostumusta kampanjaan osallistumisesta pyritty varmistamaan. (KUV/5877/41/2012)

Huoltajilta on pyydettävä lupa kaikentyyppisen markkinointimateriaalin, kuten

- mainosten
- mainoksia sisältävien lehtien
- tuotenäytteiden ja mainoslahjojen antamiseen oppilaille (esimerkiksi ensimmäisen vuosiluokan aloitusreppu) ja opiskelijoille.

Yleisistä yhteistyön ja sponsoroinnin periaatteista ja lupakäytänteistä, kuten suhtautumisesta erityyppiseen markkinointiin, on hyvä sopia huoltajien kanssa tapauskohtaisesti tai lukuvuosittain. Yhteisesti sovittuihin pelisääntöihin tulee sitouttaa koulun ja oppilaitoksen koko henkilöstö.

Ulkomaan kielikursseja tarjoava yritys teki kouluvierailuja markkinoidakseen kielimatkoja oppilaille ja opettajille. Markkinointikampanjan jälkeen osa alaikäisistä oppilaista sai sekä tekstiviestimarkkinointia kännykkäänsä että osoitteellista suoramarkkinointia. Tällainen markkinointi edellyttää aina etukäteissuostumusta vanhemmilta. Kuluttaja-asiamies piti menettelyä hyvän tavan vastaisena ja katsoi, että yritys olisi voinut lähettää markkinointiaineiston ensin koululle tai sen rehtorille ja kiinnittää huomiota siihen, että aineiston jakamiselle oppilaille ja kilpailuun osallistumiseen on alaikäisten osalta saatava heidän huoltajiensa lupa. (KUV 6854/41/2012)

Materiaalin jakamiseen rinnastettavaa on pitää materiaalia esillä tai saatavilla oppilaitoksen tiloissa. On huomattava, että materiaalin pelkkä jakaminen oppilaille ja opiskelijoille tai esillä olo koulun tiloissa on eri asia kuin materiaalin käyttäminen opetuksessa. Materiaalin opetuskäyttöön ei tarvita huoltajien lupaa ja opettaja vastaa materiaalin käsittelytavasta (vrt. kohta 3.1).

### 3.3 Kaupalliset liikuntapalvelut opetuskäytössä

Koululiikunta tutustuttaa oppilaita ja opiskelijoita monipuolisesti liikunnan harrastamisen mahdollisuuksiin. Opetuksen osana voi olla tutustumista myös kaupallisiin liikuntapalveluihin sekä näiden palvelujen käyttöä. Tällöin tulee järjestelyissä pitää huoli siitä, että palveluihin tutustutaan monipuolisesti ja että jokaisella oppilaalla ja opiskelijalla on tasavertainen mahdollisuus osallistua yhteiseen toimintaan.

Mikäli peruskoulun opetustilanteissa käytetään kaupallisia liikuntapalveluja, joiden kustannuksiin tarvitaan huoltajien osallistumista (esimerkiksi urheilu- tai laskettelukeskuksiin suuntautuvat retket), osallistumisesta on hyvissä ajoin neuvoteltava huoltajien kanssa. Kustannuksiin osallistumisen on oltava huoltajille vapaaehtoista ja kaikille oppilaille on turvattava mahdollisuus osallistua toimintaan (Opetushallituksen tiedote: Retkien ja muun koulun ulkopuolisen toiminnan järjestäminen perusopetuksessa 20.4.2006 <http://www.oph.fi> → Säädökset ja ohjeet → Ohjeita koulutuksen järjestämiseen → Perusopetuksen järjestäminen → Kouluretket ja leirikoulut).

### 3.4 Tieto- ja viestintäteknologian sekä median käyttö opetuksessa

Tieto- ja viestintäteknologia sekä media ovat keskeinen opetuksen sisältö, väline ja kohde. Tieto- ja viestintäteknologian opetuskäyttöä ja mediakasvatusta toteutetaan kouluissa ja oppilaitoksissa suhteessa opetuksen tavoitteisiin ja oppilaan/opiskelijan ikäkauteen. Koulutus tavoittaa kattavasti eri ikäluokkia ja on siksi kiinnostava markkinointiväylä. Opetus, kasvatus ja ohjaus ei saa olla kaupallista vaikuttamista. Kouluissa ja oppilaitoksissa on tärkeää olla tietoisia kaupallisesta vaikuttamisesta ja sen jatkuvasta muutoksesta sekä uusista markkinointikeinoista median ja digitaalisten ratkaisujen kehittyessä.

On tärkeä huomata, että esimerkiksi kuluttajien henkilötiedot ja ostokäyttäytyminen on yrityksille arvokasta tietoa. Internetsivuja ylläpitävät yritykset keräävät tietoja esimerkiksi sen perusteella, millä sivuilla käyttäjät vierailevat ja määrittelevät niiden pohjalta kohderyhmiä suoramarkkinointinsa tarkemmaksi kohdentamiseksi. Tämä tulee ottaa huomioon käytettäviä sivustoja, ohjelmistoja ja opetuksen tavoitteita ja sisältöjä suunniteltaessa.

### 3.5 Myynti oppilaille ja opiskelijoille

Alaikäiset voivat ostaa taskurahoillaan hinnaltaan kohtuullisia ja heille tavanomaisia tuotteita ja määrätä työansioistaan. Muista ostoksista päättävät vanhemmat.

Alaikäinen ei voi ostaa tuotteita velaksi. Velaksi ostaminen on myös sitä, että lasku lähetetään ostajalle myöhemmin. Tämä koskee myös matkapuhelimella tapahtuvaa ostamista. Tämän takia alaikäinen tarvitsee huoltajien kirjallisen suostumuksen luokkasormusten, t-paitojen tai muiden tuotteiden tilaamiseen.

### 3.6 Välipala-automaatit ja välipalojen myynti

Juoma-, makeis- ja muiden automaattien hankintaa harkittaessa ja välipalatuotteiden myyntiä suunniteltaessa on hyvin tärkeää käydä niiden hyväksyttävyydestä periaatteellinen keskustelu, johon myös huoltajat voivat osallistua.

Automaattien ulkoasu voi toimia jo sellaisenaan markkinointiviestinä. Kuluttajansuojalainsäädännön mukaan alle 18-vuotiaiden huoltajilla on oikeus päättää, millaista markkinointia heidän lapsiinsa voi kohdistaa. Ei siis ole suositeltavaa hankkia kouluihin ja oppilaitoksiin sellaisia välipala-automaatteja, joiden ulkoasu sisältää tuotemarkkinointia. Koska alaikäinen ei voi ostaa velaksi, mikä koskee myös matkapuhelimella tapahtuvaa maksamista, tulee koulujen ja oppilaitosten omalta osaltaan myös varmistaa se, ettei matkapuhelimella maksamisen mahdollistavia välipala-automaatteja olisi lainkaan ainakaan alle 15-vuotiaiden käytettävissä.

Tarkoituksenmukaisesti järjestetyn ja ohjatun, täysipainoisen, maksuttoman kouluruokailun avulla edistetään koulutyössä jaksamista, terveyttä ja hyvinvointia. Koulujen ja oppilaitosten tu-



lee huolehtia siitä, ettei automaattien tai muun välipalamyynnin tuotetarjonta ole ristiriidassa kouluille ja oppilaitoksille kuuluvan terveyst-, ravitsemus- ja ruokakasvatuksen kanssa. Välipala- automaattien tuotetarjonta ja käyttö eivät saisi vähentää oppilaiden ja opiskelijoiden osallistumista kouluruokailuun. Makeiden, rasvaisten tai suolaisten välipalatuotteiden säännöllinen tarjoaminen ei ole suositeltavaa ja niiden korvaaminen terveellisemmällä vaihtoehdoilla on mahdollista. Koulujen ja oppilaitosten on huolehdittava siitä, että terveyst-, ruoka- ja ravitsemus- sekä talouskasvatukselliset seikat tulevat otetuiksi huomioon automaattien hankintaa ja välipalamyyntiä harkittaessa. Kasvatukselliset periaatteet sitovat myös oppilaskuntien toimintaa ja yhteisiä tilaisuuksia. (Opetushallituksen ja Kansanterveyslaitoksen tiedote 11/2007 Makeiset ja virvoitusjuomat kouluissa ja oppilaitoksissa löytyy osoitteesta: [http://www.edu.fi/download/119396\\_pdfMakevirkouopp.pdf](http://www.edu.fi/download/119396_pdfMakevirkouopp.pdf).)

### 3.7 Valokuvaus

Oppilaiden ja opiskelijoiden valokuvaaminen kouluissa ja oppilaitoksissa sekä kuvien myyminen on vakiintunutta ja laajalle levinnyttä toimintaa. Koulukuvauksista on muodostunut kouluissa ja oppilaitoksissa vuosittainen traditio.

Kouluvalokuvauksista kuluttaja-asiamies on julkaissut erillisen linjauksen (<http://kkv.fi/globalassets/kkv-suomi/julkaisut/linjaukset/toimialakohtaiset-linjaukset/valokuvaus-kouluissa-ja-paivakodeissa-2008.pdf>) ja se on luettavissa Kilpailu- ja kuluttajaviraston verkkosivulla. Vanhemmille on tiedotettava etukäteen kuvauksen

- ajankohdasta
- kuvalajitelmasta
- hinnasta ja
- kuvien palautusoikeudesta.

Vanhemmilla ei ole ostopakkoa, vaan kuvat voi palauttaa kuluttajansuojalain etämyyntiä koskevien säännösten mukaan.

Opetushallitus on 20.6.2011 antanut suosituksen koulukuvausten tilaamisessa ja järjestämisessä noudatettavista periaatteista. Tavoitteena on lisätä kuvauksiin liittyvien menettelyjen avoimuutta, vakiinnuttaa hyviä käytänteitä sekä varmistaa laadukkaiden ja kohtuuhintaisten koulukuvien saaminen. Suositus ja siihen liittyvä muistio ovat Opetushallituksen verkkosivun polussa: <http://www.oph.fi> -> Säädökset ja ohjeet -> Ohjeita koulutuksen järjestämiseen -> Perusopetuksen järjestäminen -> Suositus koulukuvauksen järjestämisestä

Valokuvaamojen tasapuolisen kohtelun sekä hankinnan laadun ja edullisuuden varmistamiseksi koulukuvausten tilaamisessa ja sopimusten tekemisessä on perusteltua noudattaa samoja periaatteita ja menettelytapoja kuin julkisista hankinnoista annetun laissa (348/2007) on säädetty kansallisten kynnyksiarvojen alle jäävissä niin sanotuista pienhankinnoissa.

Koulun puolesta koulukuvauksesta tehtävän sopimuksen valmisteluun ja tekemiseen osallistuvat henkilöt eivät saa vastaanottaa kuvaamoilta vieraanvaraisuutta, joka ylittää tavanomaisen tason, eivätkä muutoinkaan toimia siten, että heidän puolueettomuutensa vaarantuu.

Koulukuvauksisopimukseen ei tule sisällyttää koulun henkilökunnalle taikka oppilaille tai heidän huoltajilleen annettavia henkilökohtaisia etuuksia.

Koska sopimus koulukuvauksesta tehdään kuvien maksajan, yleisimmin huoltajien lukuun, on tärkeää, että huoltaja tai heidän edustajiaan kuullaan sopimuksen sisällöstä ja ehdoista paikallisesti päätettävällä tavalla.

### 3.8 Kilpailut, tapahtumat ja markkinointi

Jos oppilaat ja opiskelijat osallistuvat yritysten järjestämiin markkinointia sisältäviin kilpailuihin tai tapahtumiin, heille tulee selittää, mistä on kysymys. Alaikäisten oppilaiden ja opiskelijoiden vanhemmilta tulee pyytää osallistumislupa.

Mikäli yritys haluaa markkinoida järjestämäänsä kilpailua tai tapahtumaa oppilaitoksen tiloissa, tulee edellä esitetyn lisäksi ottaa huomioon myös kohdissa 3.2 Kaupallinen materiaali koulun ja oppilaitoksen tiloissa ja 4. Sponsorointi esitetyt asiat.

Vain sponsorointi on sallittua eikä materiaali saa sisältää suoraa tai epäsuoraa tuotemerkkinointia. Epäselvissä tilanteissa on suositeltavaa tiedustella Kilpailu- ja kuluttajaviraston kantaa.

Koulukirjoja markkinoiva yritys lähetti koulun oppilaskunnalle mainoksiaan, joita se pyysi levittämään koulun tiloihin. Valokuvaamalla mainoksien esillepanon oppilaskunta sai mahdollisuuden osallistua kameroiden arvontaan. Kuluttaja-asiamies piti markkinointia hyvän tavan vastaisena, kun markkinointiaineisto lähetettiin koulun sijaan suoraan opiskelijoille, eikä huoltajien suostumusta kampanjaan osallistumisesta pyritty varmistamaan. (KUV/5877/41/2012)

### 3.9 Varojen keruu yhteiseen käyttöön

Koulun opintokäyntejä ja -retkiä, leirikouluja sekä opetukseen liittyviä tapahtumia voidaan tukea oppilaiden ja huoltajien yhteisesti keräämillä varoilla. Varojen keruun tulee olla oppilaille ja huoltajille vapaaehtoista ja varojen keruussa tulisi ottaa huomioon myytävien tuotteiden terveys- ja turvallisuuskäsitteet. Jokaisella oppilaalla tulee olla mahdollisuus osallistua koulun opetussuunnitelman ja siihen perustuvan vuotuisen suunnitelman mukaiseen toimintaan siitä huolimatta, onko hän tai hänen huoltajansa osallistunut varojen keräykseen.

Huoltajien suorittama varojen keruu voi tapahtua itsenäisesti siten, että koulu ei ole keruussa mukana lainkaan. Tällöin huoltajat suunnittelevat ja toteuttavat varojen keruun itse ja päättävät, miten varat annetaan oppilaiden toimintaa varten. Varojen käytön periaatteet on kuitenkin hyvä selkiyttää heti alussa koulun kanssa neuvotellen, sillä valmistautuminen esimerkiksi leirikouluhankkeisiin saattaa kestää useamman vuoden. Huoltajien varojen keruu voi tapahtua myös yhteistyössä koulun kanssa, jolloin huoltajat ja koulu yhdessä päättävät varojen keruun ja käytön periaatteista. Molemmista tapauksista koulu kuitenkin viime kädessä vastaa siitä, että kaikilla oppilailta on yhdenvertainen mahdollisuus osallistua toimintaan.

Myös oppilaat ja opiskelijat voivat osallistua varojen keruuseen esimerkiksi leirikoulua varten. Tällöin on huomattava, että alle 15-vuotiaan toimiminen yrityksen tuotteiden myyjänä edellyttää huoltajien suostumusta. Jos alaikäiset tällöin esimerkiksi myyvät yhden yrityksen tuotteita, keskusteltaessa suhtautumisesta yrityksen tuotteisiin noudatetaan samoja periaatteita kuin silloin, kun opetuksessa käytetään kaupallista materiaalia. Varojen keruu tulisi toteuttaa tavalla, joka lisää yhteisöllisyyttä ja tukee opetukseen ja kasvatukseen liittyvien tavoitteiden saavuttamista.

Retkien ja muun koulun ulkopuolisen toiminnan järjestämistä ja niihin liittyvää varojen keruuta on käsitelty perusteellisemmin Opetushallituksen verkkosivun polussa olevassa tiedotteessa: <http://www.oph.fi> -> Säädökset ja ohjeet -> Ohjeita koulutuksen järjestämiseen -> Perusopetuksen järjestäminen -> Kouluretket ja leirikoulut

## 4 Sponsorointi

Koulu- ja oppilaitosponsorointi on yrityksen markkinointia, joka perustuu sponsorin ja koulun tai oppilaitoksen väliseen yhteistyösopimukseen. Sponsoroinnista on kyse silloin, kun jokin taho rahoittaa tai tukee taloudellisesti koulun tai oppilaitoksen hanketta. Sponsorilla on oikeus saada tunnistettava logonsa näkyviin hankkeen yhteydessä. Sponsorin ei pidä vaikuttaa hankkeen tavoitteisiin tai sisältöön.

Sponsorin vastike tuetaan rajoittuu logoon. Sponsorin voi myös mainita koulun tai oppilaitoksen ulkopuolelle suuntautuvassa markkinoinnissaan, että se tukee koulun tai oppilaitoksen hanketta. Kaikki muu mahdollinen toiminta on markkinointia, jota on tarkasteltava erikseen. Sponsorin ei ole sallittua esimerkiksi esitellä omien tuotteidensa kuvia tai mainoksia eikä kehottaa ostamaan tuotteitaan.

Logon tai muun tunnuksen näkyminen on tunnistettavuuden kannalta tärkeää. Se tiedottaa oppilaille ja opiskelijoille siitä, että kyseessä on sponsoroitu hanke ja siitä, kuka sen takana on. Tärkeää on myös kertoa, mikä on sponsorin osuus ja merkitys hankkeessa ja miksi sponsori haluaa tukea hanketta.

Koulun ja oppilaitoksen on hyvä kertoa vanhemmille ja huoltajille etukäteen sponsorin tuella toteutettavista hankkeista ja kaupallisen yhteistyön sisällöstä. Myös vanhemmat/huoltajat tarvitsevat tietoa sponsorin osuudesta ja merkityksestä hankkeessa. On toivottavaa, että vanhemmille/huoltajille tavalla tai toisella varataan mahdollisuus vaikuttaa koulun tai oppilaitoksen päätökseen ryhtyä sponsoroituun hankkeeseen. Parhaiten sponsorointia ja muuta markkinointia sisältävät hankkeet onnistuvat, kun niiden toteuttaminen suunnitellaan kolmikantayhteistyönä koulun ja oppilaitoksen, yritysten tai yhteisöjen ja kotien kesken, jolloin huoltajien mielipide tulee otetuksi huomioon. Keskustelu kotien kanssa on tärkeää myös yrittäjyyskasvatukseen, kummiluokkatoimintaan ja työelämään tutustumiseen liittyvissä hankkeissa.

Sponsorointi ja muu kaupallinen yhteistyö ei saa hämärtää koulutuksen järjestämisen perustaa, joka on lakisääteisessä julkisessa rahoituksessa, eikä se saa johtaa koulun ja oppilaitoksen tai sen ylläpitäjän riippuvuuteen tuen antajasta.

Sponsoroinnin ja muun kaupallisen yhteistyön ehdot ja toteuttamismuodot eivät saa olla ristiriidassa koulun ja oppilaitoksen kasvatusta ja opetustehtävän kanssa. Toimintaa suunniteltaessa ratkaisuja tulee pohtia erityisesti oppilas- ja opiskelijahuoltotyön sekä terveys-, kuluttaja-, ympäristö-, laillisuus- ja viestintäkasvatuksen näkökulmista.

Arvioitaessa mahdollisen sponsorin soveltuvuutta on syytä kiinnittää huomiota sponsorin julkiseen kuvaan sekä sponsorin koko toimialaan ja kaikkiin tuotteisiin, joiden ei tule olla ristiriidassa ravitsemus- ja terveyskasvatuksen tavoitteiden kanssa. Yritykset, joiden toimialana ovat esimerkiksi tupakkatuotteet tai alkoholi, eivät sovellu koulun tai oppilaitoksen sponsoreiksi. Myös erilaisten yhteisöjen sopivuutta sponsoriksi on syytä harkita tarkoin.

Koulun ja oppilaitoksen hyvän julkisuuskuvan ylläpitämisestä on syytä pitää huolta sponsorointiyhteistyötä toteutettaessa. Yhteistyöstä on hyvä sopia niin, että se tarvittaessa, esimerkiksi epäkohtien ilmetessä, voidaan nopeasti lopettaa. Sponsoroinnista on syytä aina tehdä kirjallinen sopimus. Sponsorointi ja mahdolliset osapuolten väliset muut taloudelliset suhteet, kuten esimerkiksi hankinnat, on syytä pitää selkeästi erillään.

## 5 Yhteistyö huoltajien kanssa

Perusopetusta, lukiokoulutusta ja ammatillista peruskoulutusta koskevat lait velvoittavat kouluja ja oppilaitoksia yhteistyöhön kotien kanssa. Yhteistyön keskeisenä tavoitteena on oppilaan ja opiskelijan oppimisen ja kasvun tukeminen. Myös opetussuunnitelmien ja tutkintojen perusteissa korostetaan kotien, muiden yhteisöjen ja yritysten kanssa tehtävän yhteistyön tärkeyttä kasvatusta ja opetusta suunniteltaessa ja toteutettaessa. Paikalliseen opetussuunnitelmaan tulee sisältyä kuvaus, miten yhteistyötä kotien sekä työ- ja elinkeinoelämän kanssa toteutetaan koko koulun ja oppilaitoksen toiminnan tasolla. Kotien kanssa tehtävän yhteistyön merkitys korostuu yrittäjyys- ja kuluttajakasvatuksessa sekä yritysten kanssa tehtävässä yhteistyössä ja sponsoroinnissa, josta tarkemmin luvussa 4. Niihin sisältyy asioita, joissa huoltajien oikeus vaikuttaa toimintatapoihin on erityisen suuri.

Koulun ja oppilaitoksen on tärkeää pitää huolta siitä, että se tiedottaa koteihin ajoissa ja selkeästi yritysten tai yhteisöjen kanssa tehtävästä yhteistyöstä, yhteistyön tavoitteista ja käytännön toteutuksesta. Tarvittaessa on myös syytä käydä yhteistä periaatekeskustelua toiminnan pelisääntöistä. Kaupallista aineistoa jaettaessa oppilaille tai opiskelijoille tulee huoltajilta aina pyytää lupa. Kouluissa ja oppilaitoksissa tulee sopia yhdessä, miten lupa vanhemmilta pyydetään ja huolehtia siitä, että koko koulun henkilökunta noudattaa yhteisesti sovittuja pelisääntöjä. Myös varainhankinnasta esimerkiksi leirikoulujen yhteydessä on tärkeä sopia huoltajien kanssa selkeästi etukäteen ja tehdä sopimus kirjallisesti. Näitä tilanteita on käsitelty tarkemmin luvussa 3. Suosi-

teltavaa on, että koulut ja oppilaitokset suunnittelevat yritysten ja yhteisöjen kanssa toteutettavan yhteistyön yhdessä kotien kanssa.

Koulujen ja oppilaitosten sekä yritysten ja yhteisöjen välinen yhteistyö, markkinointi- ja sponsoroitiohjeistus on hyvä olla myös huoltajien saatavilla esimerkiksi koulun verkkosivuilla.

## 6 Lisätietoja

Markkinointisäännökset ovat kuluttajansuojalaissa (38/1978). Kuluttaja-asiamies on laatinut seuraavia linjauksia yrityksille:

- Koulusponsorointi ja muu markkinointi koulussa (1997)
- Alaikäiset, markkinointi ja ostokset (2004)
- Lapset ja elintarvikkeiden markkinointi (2004)
- Valokuvaus kouluissa ja päiväkodeissa (2006)

Kilpailu- ja kuluttajaviraston tehtäviin kuuluu koulujen kuluttajakasvatuksen tukeminen. Viraston Internetsivuilla ([www.kkv.fi](http://www.kkv.fi)) on muun muassa kuluttajakasvatuksen osa-alueiden sisältökuvaukset. Virasto tuottaa myös kuluttajakasvatuksen opetusaineistoa, jota on saatavissa verkkosivuilla. Kuluttaja-asiamiehen linjaukset ja aineistot ovat kyseisillä sivuilla.

Kilpailu- ja kuluttajavirasto antaa puhelinneuvontaa kuluttajaoikeudellisissa asioissa, puh. 029 505 3002, ti-to klo 10–12.

Opetushallituksen verkkosivuilla [www.edu.fi](http://www.edu.fi) on yrittäjyys sivusto (<http://www.edu.fi> → Yleissivistävä koulutus → Aihekokonaisuudet → Osallistuva ja aktiivinen kansalaisuus sekä yrittäjyys → Aktiivinen kansalaisuus sekä Yrittäjyys), johon on koottu keskeistä aineistoa helpottamaan opettajien ja koulutuksen järjestäjien työtä yrittäjyyskasvatuksen ja yritystoiminnan opetuksen suunnittelussa ja toteutuksessa. Aineisto on ryhmitelty eri koulutusasteiden ja -muotojen mukaisesti. Sivujen käyttäjät kutsutaan sivujen täydentämisen ja päivittämistalkoisiin sekä lähettämään hyviä käytänteitä ja ideoita Opetushallituksen Hyvät käytännöt – verkkopalveluun (<http://hyvatkaytanot.oph.fi/>).

Opetushallitus, Hakaniemenranta 6; PL 380, 00531 Helsinki; puhelin 029 533 1000, faksi 029 533 1035; etunimi.sukunimi@oph.fi; [www.oph.fi](http://www.oph.fi); <http://www.oph.fi/yhteystiedot>

## 7 Käsitteitä

*Markkinoinnin* käsite on laaja ja sillä tarkoitetaan kaikkea kaupallista viestintää, jolla pyritään tuotteen tai palvelun myynnin edistämiseen. Mainonta on markkinointikeino. Sen tarkoitus on tietoisuuden lisääminen yrityksestä ja sen tuotteista ja palveluista, yrityskuvan parantaminen sekä tuotteiden ja palvelujen myyminen. Kanavia ovat esimerkiksi massamedia, suora kontakti, suoramainonta, asiakaskirjeet ja tietoverkot.

*Piilomainonta* tarkoittaa mainontaa, josta ei ole selkeästi tunnistettavissa sen kaupallinen tarkoitus.

*Suoramarkkinointi* on kyseessä silloin, kun yritys kohdistaa mainonnan tietylle vastaanottajaryhmälle esimerkiksi nimellä osoittaen.

*Markkinointimateriaalia* on kaikki tuotteen tai palvelun myynnin edistämiseksi tarjottava aineisto, kuten mainokset, julkaisut, tuotenäytteet, mainoslahjat sekä ilmaisjakelulehdet, jotka on rahoitettu suurelta osin mainostuotoin tai jotka sisältävät tekstimainontaa.

*Markkinointitilaisuus* on kaupallinen tapahtuma, jonka tarkoituksena on yrityksen tunnettavuuden lisääminen ja yrityksen tuotteiden tai palvelujen myynnin edistäminen.

*Markkinointiviestintä* pyrkii huomion herättämiseen, innostuksen aikaansaamiseen, ostohalun nostattamiseen ja ostopäätöksen aikaansaamiseen.

*Koulu- ja oppilaitosponsorointi* on sellaista yrityksen markkinointia, jossa yritys rahoittaa tai tukee taloudellisesti jotakin koulun tai oppilaitoksen hanketta. Yrityksen tavoitteena on luoda myönteistä julkisuuskuvaa.

*Sponsorointisopimus* on sponsorin ja koulun tai oppilaitoksen välinen yhteistyösopimus, jossa sovietaan sponsoroinnin sisällöstä ja ehdoista.

*Kuluttajakasvatusta* on osa kestävään tulevaisuuteen tähtäävää yhteiskunnallista kasvatusta. Kuluttajakasvatuksella tarkoitetaan elämäntaitojen opettamista, arkisen elämänpiirin ja sen ilmiöiden avaamista ja selittämistä kasvatuksellisella otteella. Tavoitteena on arjen taitojen oppiminen, joilla menestytään omassa elämässä ja globaalien yhteiskunnan aktiivisena jäsenenä.

*Yrittäjyyskasvatusta* on elämässä tarvittavien valmiuksien oppimista ja kehittämistä. Yrittäjyyskasvatusta on oma-aloitteista ja aktiivista toimintatapaa edistävää oppimista, joka antaa oppijalle mahdollisuuden kehittää omia taitojaan. Yrittäjyyskasvatuksen tarkoituksena on auttaa oppijoita näkemään mahdollisuuksia, toimimaan aktiivisesti, ottamaan vastuuta, toimimaan ryhmässä ja pitämään lupaukset.

## 8 Lyhenteet

Lyhenteet

MT = markkinatuomioistuin

KA = kuluttaja-asiamies

TSV = tietosuojavaltuutettu



OPETUSHALLITUS  
UTBILDNINGSSTYRELSEN