

1.4.2015

Liikenne- ja viestintäministeriö
PL 31
00023 Valtioneuvosto

Lausuntopyyntö tietoyhteiskuntakaaren muuttamisesta (LVM/2071/01/2014)

Liikenne- ja viestintäministeriö on valmistellut tietokuntayhteiskuntakaarta koskevan muutosesityksen, jonka mukaan puhelinliittymien puhelinmarkkinoinnin kieltä jatkettaisiin kolmella vuodella. Lisäksi Viestintävirastolle ehdotetaan oikeutta antaa määräyksiä televisiovastaanottimien ja suojauksen purkujärjestelmien teknisistä ominaisuuksista. Vaikka ministeriö ei ole pyytänyt lausuntoa Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry:ltä, Kuluttajaliitto haluaa tuoda kantansa esiin tässä lausunnossa. Kuluttajaliitto toivoo voimakkaasti, että siltä pyydetään lausuntoa kaikista lainmuutoksista, joilla voi olla vaikutuksia kuluttajiin. Lausunnossa otetaan kantaa vain puhelinmarkkinoinnin kieltöön.

Kuluttajaliiton mielestä puhelinmyynnin keskeisin ongelma ei ole se, että tuotteita sinänsä markkinoidaan puhelimitse, vaan se että myyntipuhelun yhteydessä syntyy sitova sopimus. Puhelimessa kuluttajalla ei ole riittävästi aikaa eikä mahdollisuuksia harkita mihin hän sitoutuu ja tutustua kaupan ehtoihin. Erityisen ongelmallista tämä on viestintäpalveluita koskevien sopimusten kohdalla, koska myytävät tuotteet ovat monimutkaisia ja sopimusehdot vaikeasti ymmärrettäviä. Lisäksi heikoimmassa asemassa olevat kuluttajat (esimerkiksi vanhukset ja mielenterveysongelmaiset) ovat alttiita painostukselle ja muille epäasiallisille myyntimenetelmille.

Yleisellä tasolla Kuluttajaliitto on sitä mieltä, että puhelinmyynnin ongelmien vähentämiseksi puhelimitse tehtävien etäsopimusten osalta elinkeinonharjoittajan olisi vahvistettava tarjous kirjallisesti (esimerkiksi kirjeellä tai sähköpostilla) kuluttajalle, joka tulee sidotuksi vasta lähetettyään kirjallisen hyväksyntänsä. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että elinkeinonharjoittajan olisi lähetettävä kuluttajalle tarjous, jossa kerrotaan, että sopimus sitoo kuluttajaa vasta, kun hän on hyväksynyt sen kirjallisesti. Lisäksi kuluttajalle olisi kerrottava hyödykkeen ominaisuudet, kokonaishinta ja sopimuksen kesto. Kuluttajan hyväksyntä voisi tapahtua esimerkiksi tekstiviestillä, sähköpostilla tai kirjeellä.

Perusteluiden mukaan vaikutusarvioinnin pohjaksi on laadittu kolme erilaista skenaariota: puhelinmarkkinoinnin kiellon säätäminen uudestaan muuttumattomana, säännöksen raukeaminen tai säännöksen laajentaminen muihin viestintäpalveluihin, kuten esimerkiksi kiinteisiin laajakaistaliittymiin tai maksullisiin tv-viihdepalvelupaketteihin. Perusteluna sille, että säännöstä ei laajenneta koskemaan kaikkien viestintäpalveluiden puhelinmyyntiä mainittiin se, että puhelinmyynnin kieltäminen heikentäisi kilpailua, koska kuluttajille ei enää tarjottaisi tietoa uusista tai edullisemmista palveluista – erityisesti ongelman katsottiin koskevan harvaan asutuilla alueilla asuvia kuluttajia. Säännöksen raukeamisen katsottiin taas lisäävän kil-

1.4.2015

pailua myös puhelinliittymien osalta, mutta toisaalta johtavan epäterveiden ja harhaanjohtavien myyntikäytäntöjen paluuseen.

Tilanne, jossa puhelinmarkkinointi ei johtaisi sitovaan sopimukseen vaan viestintäoperaattorin kuluttajalle lähettämään operaattoria sitovaan tarjoukseen, mahdollistaisi sekä kilpailun lisääntymisen että takaisi kuluttajan oikeusturvan. Tarjouksen saatuaan kuluttajalla olisi aikaa tutustua sopimukseen rauhassa ja päättää haluaako hän sitoutua siihen. Lisäksi kuluttaja voisi selvittää muiden kuluttajien kokemuksia palveluntarjoajasta esimerkiksi netin avulla. Samoin kuluttajalla, joka kokee tulleen painostetuksi tai johdetuksi harhaan, jäisi aikaa harkita sitoutumisestaan sopimukseen.

Kilpailun kannalta Kuluttajaliiton esittämä malli mahdollistaisi uusien tai nykyistä halvempien palvelujen tarjoamisen kuluttajille. Nykytilanteessa on ongelmallista se, että kun puhelimessa syntyy sitova ja usein vielä määräaikainen sopimus, kuluttajalla ei ole todellista mahdollisuutta kilpailuttaa palveluntarjoajaa, vaan päinvastoin kuluttaja sidotaan pahimmillaan kahden vuoden määräajaksi uuteen sopimukseen. Toisaalta jos puhelinmarkkinointi johtaisi vain operaattoria sitovaan tarjoukseen, kuluttajalle jäisi mahdollisuus vertailla eri operaattorien palveluja ja hintoja sekä pyytää näiltä kilpailevia tarjouksia. Ainakin osaa kuluttajista puhelinmarkkinoinnin tuloksena tullut tarjous voisi aktivoida kilpailuttamaan palveluntarjoajia.

Ehdotettu lainmuutos on tarkoitus saada voimaan jo tämän vuoden heinäkuun alusta lukien, koska nykyisin voimassa oleva puhelinliittymiä koskeva puhelinmarkkinoinnin kieltö päättyy kesäkuun lopussa. Ottaen huomioon aikataulun kiireellisyyden Kuluttajaliitto pitää perusteltuna, että laki säädetään ministeriön ehdottamassa muodossa. Toisaalta Kuluttajaliitto pitää tärkeänä, että sinä kolmen vuoden aikana, jolla kieltoa jatketaan, selvitetään laajemmin tarpeet viestintäpalveluja koskevan puhelinmyynnin sääntelylle ja otetaan huomioon Kuluttajaliiton tässä lausunnossa esitetyt näkökannat. Selvittelyssä voidaan harkita myös sitä onko ylipäänsä tarpeen kieltää minkään viestintäpalvelun puhelinmarkkinointia, jos tähän liittyvät ongelmat saadaan ratkaistua muilla tavoin ja jos puhelinnumeron siirrettävyyteen liittyvät ongelmat pystytään ratkaisemaan.

Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry

Juha Beurling
pääsihteeri

Timo Niemi
lakimies