

Lausuntopyyntö OM082:00/2020; lausuntopalvelu

Kuluttajansuojan Omnibus-direktiivin täytäntöönpano sekä puhelin- ja kotimyyntisääntelyn tiukentaminen

Medialiitto kiittää oikeusministeriötä mahdollisuudesta antaa lausunto kuluttajansuojan Omnibus-direktiivin täytäntöönpanoa sekä puhelin- ja kotimyyntisääntelyn tiukentamista koskevasta mietinnöstä. Media-alan toimintaedellytyksille ja elinvoimalle ensiarvoisen tärkeä merkitys on puhelinmyynnin sääntelyllä, johon liitto seuraavassa keskittyy:

1. On erittäin tervetullutta ja tärkeää, ettei mietinnön valmistellut työryhmä ehdota lehtitilausten puhelinmyyntiin lisäsääntelyä. Mainonnan siirtyessä kasvavassa määrin kansainvälisille verkkoalustoille lukijatulot ovat jatkossa entistäkin tärkeämpiä laadukkaan ja moniäänisen journalismin tuottamiselle. Puhelin on Suomen yhdyskuntarakenteessa tilausten tärkein markkinointikanava. Se ei ole muilla kanavilla korvattavissa, minkä vuoksi markkinoinnin lisäsääntely johtaisi väistämättä kotimaisen lehtivalikoiman kaventumiseen kuluttajienkin vahingoksi. Puhelinmyynnissä on jo käytössä 14 päivän peruutusosoikeus, lehtitilausten irtisanomisehdot sen jälkeenkin ovat nykyisellään joustavia ja lehtitilauksia koskevia ongelmatilanteita on kuluttajilla vain hyvin vähän.

Media-alan tilanne ja sanoma- ja aikakauslehtitilausten erityisasema on mietinnössä perustellusti nostettu esiin (s. 53 ja 71). Tärkeää on myös, että näiden tuotteiden erityiskohtelu on mukana työryhmän kirjaamassa toissijaisessa sääntelymallissa (s. 91 ja 110), vaikka lisäsääntelyä ei nyt ehdotetakaan.

Kuten työryhmäkin katsoo, ennen mahdollista lisäsääntelyä tulisi tarkastella, miten kuluttajaviranomaisten vastikään uusituilla toimivaltuuksilla voidaan puuttua markkinan ongelmiin. Voimassa olevaa sääntelyratkaisua ei myöskään ole tarkoituksenmukaista muuttaa, ennen kuin on tiedossa, mitä tulevassa Euroopan unionin sähköisen viestinnän tietosuoja-asetuksessa puhelinmyynnin ehdoista säädetään.

2. Medialiiketoiminnan edellytyksiä kaventava lainsäädäntö kaventaa herkästi myös jokaisen edellytyksiä käyttäen sananvapautta eli ilmaista, levittää ja ottaa vastaan tietoa ja ajatuksia. Mietinnössä mainitaan puhelinmyynnin sääntelyn kielteiset vaikutukset markkinoille pääsyyn, vapaaseen kilpailuun, kannattavuuteen ja sitä kautta elinkeinovapautteen ja lukijan saatavilla olevan tuotevalikoiman supistumiseen.

Mietinnöstä jää kuitenkin puuttumaan tärkeä viittaus mediatuotteiden erityispiirteeseen eli saatavilla olevan tuotevalikoiman yhteys sananvapauteen. On oletettavaa, että myyntikanavaa supistava sääntely poistaisi markkinoilta ennen muuta erikoistuneempaa journalismia ja siten kaventaisi nopeasti mahdollisuuksia tuottaa ja vastaanottaa moniäänistä ammattimaisesti luotua journalismia. Samalla se vaikeuttaisi entisestään yksityisen media-alan kilpailuasemaa yhtäältä suhteessa alustapalvelujen tarjoajiin ja toisaalta suhteessa julkisen palvelun yleisradiotoimintaan, mikä niin ikään kaventaisi kuluttajan vastaanotettavissa olevan tarjonnan moniäänisyyttä. Myyntikanavan sulkeminen olisi sananvapauden rajoituksena vielä raskaampi ja vaikeammin oikeutettavissa kuin elinkeinovapauden rajoituksena.

Elinvoimaisen median merkityksen yhteiskunnalle voidaan arvioida jatkossa kasvavan entisestään. Riippumaton ja moniääninen media on perusedellytys toimivalle demokratialle, vallankäytön valvonnalle ja kulttuuriselle kehitykselle. Riittävä määrä laadukasta moniäänistä sisältöä on saatavilla vain, jos medialiiketoimintaa voi tehdä kannattavasti. Myyntikanavien sääntelyllä on merkittävä vaikutus kannattavuuteen.

3. Kuten mietinnössäkin todetaan (s. 52), lehtitilaukset eivät ole monimutkaisia tuotteita sen enempää sisällöltään kuin sopimusrakenteeltaankaan. Voimassa olevan lainsäädännön puhelinmarkkinointikielloissa noudatetut perusteet eivät siten sovellu lehtitilauksiin.
4. Mietinnössäkin otetaan esiin kuluttajaviranomaisille tulleiden yhteydenottojen vähäinen määrä suhteessa myyntitapahtumien määrään. Ongelmat painottuvat muihin toimialoihin kuin lehtiin sekä merkittävältä osalta vain kouralliseen toimijoita markkinoilla.

Mietinnössä huomautetaan (s. 41 ja 44), että yleisön suhtautumista puhelinmyyntiin koskevista tutkimuksista on vastaajia rekrytoitaessa kerrottu käsiteltävä aihe ja että siten on mahdollista, että vastauksissa painottuvat niiden kuluttajien mielipiteet, joilla on vahva näkemys puhelinmyynnistä. Tässä viitatus mahdollisen tulosvääristymän lisäksi on syytä huomioida, että puhelinmyynnissä on kyse aktiivisista yhteydenotoista, jotka jo luonteensa vuoksi keskeyttävät puhelun vastaanottajan kulloisenkin käynnissä olevan toiminnan. Siten se saatetaan helposti joskus kokea häiritsevänsäkin. Tuotteiden ja palveluiden

aktiivisella tarjonnalla on samoja ominaisuuksia kaikissa myyntikanavissa, eikä niitä voi sellaisenaan lukea perusteeksi sulkea myyntikanavia lainsäädännössä.

Tutkimukset eivät myöskään anna viitteitä siitä, kuinka suurelta osalta kyse on ongelmista, joihin työryhmän mainitsemat kuluttajaviranomaisten uudet valvontakeinot ja sanktiovaltuudet jatkossa purevat. Ennen uutta lisäsääntelyä lainsäädännön jo tarjoamat keinot tulisi ottaa tehokkaammin käyttöön. Kuten työryhmä mietinnössä myös ottaa esille (s. 54), puhelinmyynnissä keskeinen myyntitapahtuman yllättävyyttä tasapainottava säännös on voimassa oleva laaja peruutusoikeus.

5. Työryhmä on työssään kartoittanut tilannetta asiantuntevasti ja riittävän yksityiskohtaisesti perustellakseen puhelinmyynnin osalta poikkeamisen huomattavasti yleisemmällä tasolla kirjatusta hallitusohjelmavoitteesta.
6. Mietintöön liitetyissä kahdessa eriävässä mielipiteessä (työryhmän jäsenet Vainio ja Meriranta) kannatetaan yksioikoisesti ja erittelemättä kaikkia eri lisäsääntelyn muotoja. Niistä puuttuu kokonaan eri sääntelyvaihtoehtojen vertailu tai punninta suhteessa niistä aiheutuviin vaikutuksiin elinkeinovapaudelle, toimivalle kilpailulle, työllisyydelle tai mediatuotteiden tapauksessa sananvapauden käytölle. Puhelinmyyntiä myös verrataan epäjohdonmukaisesti sellaisiin myyntitapoihin, joissa kuluttajalla ei ole käytössä peruutusoikeutta. Tällainen argumentaatio on hyvän lainvalmistelun periaatteiden vastaista.

Medialiitto ry

Jukka Holmberg
toimitusjohtaja

Mikko Hoikka
toimialajohtaja (aikakausmedia)

Medialiitto on media-alan ja graafisen teollisuuden yritysten edunvalvontajärjestö. Jäsenjärjestömme ovat Aikakausmedia, Graafinen Teollisuus, RadioMedia, Suomen Kustannusyhdistys ja Uutismedian liitto. Yhdessä edustamme noin 650:tä yritystä uutismedian, aikakausmedian, kirjojen ja oppimateriaalin kustantamisen sekä painamisen, radio- ja tv-toiminnan ja jakelun alueilla. Media-alan ja painoalan yritykset työllistävät Suomessa suoraan 22 000 henkilöä ja yritysten yhteenlaskettu liikevaihto on 3,7 miljardia euroa.