

Lausunto liikenne- ja viestintäministeriölle

HALLITUKSEN ESITYSLUONNOS VIESTINTÄMARKKINALAIN YM. LAKIEN MUUTTAMISESTA

Olette pyytänyt lausuntoa hallituksen esitysluonnoksesta viestintämarkkinalain ym. lakien muuttamisesta. Kuluttajavirasto esittää lausuntonaan seuraavaa:

Erityisryhmien asema

Kuluttajavirasto pitää erittäin kannatettavina vammaisten käyttäjien asemaa parantavia muutoksia. On tärkeää, että vammaisilla käyttäjillä on kaikissa tilanteissa yhtäläiset mahdollisuudet viestinnän peruspalveluihin kuin muillakin käyttäjillä. Kuluttajavirasto haluaa lisäksi korostaa lisääntyntä tarvetta vanhusväestön aseman huomioimiselle. Väestö ikääntyy tihenevällä tahdilla. Koska viestintäpalveluihin liittyy voimakas teknologinen kehitys ja kyse on välttämättömyyspalveluista, on varmistettava, että myös vanhempi väestö saa riittävästi omiin tarpeisiinsa sopivaa selkeää tietoa eri palveluista, niiden vaihtoehtoista sekä myös laissa säädetyistä oikeuksistaan.

Viestintäpalvelusopimus (67 §)

Viestintämarkkinalain 67 §:ssä säädetään niistä asioista, jotka tulee vähintään mainita viestintäpalvelusopimuksessa. Uusia vaatimuksia ehtojen sisältöön olisivat mm.:

18) toimitettavan päätelaitteen käyttöä koskevat rajoitukset

Tätä kohtaa Kuluttajavirasto pitää erityisen tärkeänä. Esimerkiksi tekninen yhteensopivuus on noussut yhä keskeisemmäksi kuluttajan asemaan vaikuttavaksi tekijäksi (esim. tekniset suojaukset liittyen tekijänoikeuksiin, laitteiden vaihtuvat tekniset ominaisuudet ja muutosten vaikutukset palveluiden käyttöön yms.).

20) laskun eri maksutavat ja niistä aiheutuvat hintaerot

Esitysluonnoksessa todetaan, että sopimuksessa riittäisi tältä osin esimerkiksi viittaus teleyrityksen verkkosivuilla olevaan tai laskun mukana lähetettävään tarkempaan hinnastoon, jossa eri maksutavoista johtuvat kustannukset on eritelty tarkoin.

Luonnoksesta ei täysin selviä, mitä sanalla *maksutavat* tarkoitetaan. Tätä olisi hyvä täsmentää perusteluissa. Yleisessä kielenkäytössä sana voinee esimerkiksi tarkoittaa laskun maksamista korteilla/verkkopankissa, suoraveloituksella yms. Näistä syntyvät kustannukset usein muotoutunevat käyttäjän pankkipalveluiden mukaan. Viitataan tässä yhteydessä *maksutavalla* eri laskutusvaihtoehtoihin? Esimerkiksi viestintäpalveluissa tarjotaan jo maksutonta e-laskua vaihtoehtona maksulliselle paperilaskulle. **Kuluttajavirasto pitää kuluttajansuojalain vastaisena sitä, jos sopimuksentekohetkellä vain viitataan verkkosivuilla olevaan hinnastoon tai vasta jälkikäteen laskussa tulevaan informaatioon niiden maksujen osalta, joihin hän sitoutuu sopimusta tehdessään.** Kuluttajan on aina sopimuksen tekohetkellä saatava tietoonsa kaikki kustannukset, jotka sopimuksen solmiminen hänet velvoittaa.

Käytäntö on osoittanut, että on hyvä säätää tarkasti niistä tiedoista, joita viestintäpalvelusopimuksessa on mainittava. Kuluttajavirasto tuo esille kuitenkin myös toisen sääntelyn tavoitteeseen keskeisesti

liittyvän näkökohdan. Käytännössä ongelmana on nimittäin ollut myös se, ettei kuluttajalla ole ollut mahdollisuutta riittävällä tavalla tutustua sopimusehtoihin ennen sopimuksen tekemistä. Sopimusoikeudenkin yleisenä periaatteena kuitenkin on, että ehdot, joilla sopimus tehdään, pitää käydä selväksi ennen sopimuksen tekemistä. Erityisen tärkeä tilanne on silloin, jos kyseessä on pitkä määräaikainen sopimus. Kuluttaja-asiamiehen valvontatoiminnassa on jopa käynyt ilmi, ettei sopimusehtoja ole lainkaan annettu kuluttajalle myymälässä sopimuksen teon yhteydessä. Lisäksi esimerkiksi etämyynnissä kuluttajalle on toimitettu jälkikäteen kotiin yleiset toimitusehdot, mutta itse liittymää koskevia erityisehtoja ei ole lainkaan selvitetty tai hyvin puutteellisesti.

Viestintäpalvelusopimuksen kesto (70 a § 1 mom)

Kuluttajavirasto on jo pitkään seurannut huolestuneena määräaikaisten sopimusten laajaa ja koko ajan yleistyvää käyttöä viestintäpalveluiden tarjonnassa. Esimerkiksi laajakaistapuolella suurin osa tarjottavista sopimuksista on määräaikaisia, usein esim. 18kk/24 kk:n pituisia. Varsinaisten kytkysopimusten lisäksi matkapuhelinliittymiin puolestaan kytketään ns. määräaikaisia etusopimuksia, jotka tekevät toistaiseksi voimassa olevasta liittymäsopimuksesta myös määräaikaisen.

Markkinoilla tulisi toteutua toimiva kilpailu, joilla kuluttaja selkeää, oikeaa ja kattavaa tietoa vertailemalla voisi aidosti hyötyä kilpailusta ja vaihtaa palveluntarjoajaa joustavasti niin halutessaan hintatason sekä palveluiden laadun ja monipuolisuuden perusteella. Eri käyttäjäryhmien asema tulee myös ottaa huomioon. Erityisesti heikkojen kuluttajaryhmien näkökulmasta pitkät määräaikaiset sopimukset ovat aiheuttaneet ongelmia.

Kahden vuoden määräaikainen sopimus on kuluttajan kannalta hyvin pitkä. Hintojen ja eri tarjousten vertailu on jo lähtökohtaisesti usein haastavaa. Joka tapauksessa kuluttajan on vaikeaa arvioida tulevaa hintakehitystä tai omia käyttötarpeitaan myöhemmin sopimussuhteen aikana. Kuluttajien yhteydenotoista on myös tullut ilmi monenlaisia elämäntilanteiden muutoksia, jotka eivät ole kuitenkaan aina mahdollistaneet sopimuksen päättämistä kesken sopimuskauden, vaikka selvä tarve sellaiseen olisi ollut.

Kuluttajavirasto pitää tärkeänä sitä, että sopimusten maksimipituutta rajoitetaan lainsäädännöksillä. **Kuluttajaviraston näkemys kuitenkin on, että 24 kk:n maksimipituus on liian pitkä yleiseksi viestintäpalveluiden pituudeksi.** Viestintäpalvelut ovat luonteeltaan palveluita, joiden suhteen kuluttajien tarpeet vertailla ja vaihtaa palvelutyyppejä ovat nimenomaisesti suuret. Tietoyhteiskunnan kehittyessä uusia palveluita ja tuotemuotoja syntyy nopeallakin tahdilla. Lisäksi ko. palveluiden käyttötilanteisiin vaikuttavat paljon erilaiset elämäntilanteiden muutokset ja kuluttajien käyttömieltyymysten ja -tarpeiden muuttuminen. Koko tietoyhteiskuntakehityksen kannalta olisi kannattavinta, että kuluttajat voisivat valita kulloiseenkin elämäntilanteeseen itselleen sopivimman palvelun. Pitkät määräaikaiset sopimukset heikentävät kilpailun toimivuutta ja rajoittavat kuluttajien valinnanvapautta. **Kuluttajien liikkuvuutta tulisi nimenomaan edistää kilpailun toimivuuden turvaamiseksi.**

Muissa Pohjoismaissa määräaikaisten sopimuskausien pituutta on katsottu tarpeelliseksi rajoittaa tiukemmin. Esimerkiksi määräaikaisen sopimuskauden enimmäispituus Norjassa on 12 kuukautta ja Tanskassa sekä Islannissa vain 6 kuukautta. **Kuluttajavirasto pitää tarpeellisenä vastaavanlaisten rajoitusten sisällyttämistä myös Suomen lainsäädäntöön.**

Kuluttajan asemaa ehdotetaan turvattavaksi säätämällä velvollisuudesta tarjota 1 vuoden sopimuksia. Ko. velvollisuus laajennetaan kytkykaupan puolelta koskemaan kaikkia viestintäpalvelusopimuksia. Kuten aikoinaan kytkykaupan osaltakin Kuluttajavirasto jo totesi, huolena on kuitenkin se, että **yhden**

vuoden sopimusten todellinen merkitys voi jäädä käytännössä hyvin vähäiseksi. Yhden vuoden sopimukset voidaan hinnoittelulla tehdä kuluttajille niin kannattamattomiksi, että 24 kk:n sopimukseen päätyminen tuntuu helposti mielekkäämmältä vaihtoehdolta. Lisäksi lyhyempiä sopimuskausia voidaan markkinoida vähemmän tai pienemmällä huomioarvolla tai lisätä niitä koskevat tiedot vain hinnastoihin siten, että kaikki kuluttajat eivät edes huomaa niiden olemassaoloa. **Kun operaattori voi vapaasti valita markkinoinnin painotukset ja erilaisten sopimusten toisistaan poikkeavan hinnoittelun, ei 12 kk:n sopimuksesta tule käytännöstä kuluttajalle todellista vaihtoehtoa.** Säännös jää tällöin vaille merkitystä.

Edellä kuvattu huoli on käytännössä toteutunut jo kytkeykaupan osalta. Ongelmia on ollut mm. siinä, ettei 12 kk:n kytkysopimuksia ole edes ollut tarjolla kaikissa myyntikanavissa. Lisäksi alalta itseltäänkin on välittynyt tietoa, ettei 12 kk:n kytkysopimuksia käytännössä tehdä paljoakaan, mikä lienee osoitus niiden asemasta todellisena vaihtoehtona kuluttajille.

Määräaikaisten sopimusten automaattinen ketjuttaminen (70 a § 2 mom)

Uutena säännöksenä 70 a §:n 2 momenttiin säädettäisiin **kielto ketjuttaa määräaikaista sopimusta kuluttajan passiivisuuteen perustuen.** Mikäli kuluttaja määräajan päätyttyä pysyttelee passiivisena, määräaikainen sopimus jatkuisi toistaiseksi voimassa olevana. **Kuluttajavirasto pitää ehdotettua säännöstä erittäin tärkeänä kuluttajan aseman turvaamiseksi viestintäpalveluiden käyttäjänä.**¹

Nyt lausunnolla olevassa esityksessä viitataan direktiivin artiklan 6-kohtaan, jonka mukaan **sopimuksen irtisanomista koskevat ehdot ja menettelyt eivät saa estää palveluntarjoajan vaihtamista.** Kuluttajaviraston näkemyksen mukaan määräaikaisten sopimusten automaattisella ketjuttamisella nimenomaan estetään käytännössä palvelun tarjoajan vaihtaminen direktiivin edellyttämällä tavalla. Määräaikaisen sopimuksen tekemisen tulisi aina pohjautua kuluttajan nimenomaiseen aktiiviseen tahdonilmaisuuksiin ei passiivisuuteen.

Yleispalveludirektiivin (2002/22/EY) peruslähdekohta ja tavoite onkin nimenomaan 30 artiklan otsikonkin tapaan **palveluntarjoajan vaihtamisen helpottaminen.** Direktiivin johdanto-osan kohdan 40 mukaan numeron siirrettävyys on keskeinen kuluttajan valinnanvaraa helpottava ja todellista kilpailua telealan kilpailumarkkinoilla lisäävä tekijä. **Numeron siirrettävyyden tarkoituksena on siten lisätä kuluttajien mahdollisuuksia hyötyä kilpailujen markkinoiden mukanaan tuomista eduista helpottamalla liittymän vaihtoa.** Yleispalveludirektiivistä käy ilmi, että erityisen tärkeänä pidetään kuluttajien mahdollisuutta hyötyä hintakilpailusta. Kun kuluttaja voi säilyttää vanhan numeronsa, hän voi aikaisempaa helpommin vaihtaa liittymää itselleen edullisimpaan.

Siirrettävyyden toteutumisen jälkeen teleoperaattorit ovat ottaneet käyttöön keinoja, joiden avulla olemassa olevia asiakkaita pyritään pitämään saman liittymäoperaattorin asiakkaana mahdollisimman pitkään. Tällaisia keinoja erilaisten etuohjelmien sisältämien määräaikaisten sopimusten tarjonnan lisääntyminen (varsinaisten 3 G –kytkysopimusten ohella). Kuluttajan sitominen automaattisesti ketjutetuilla määräaikaisilla sopimuksilla tietyn operaattorin asiakkuuteen heikentää kuluttajan valinnanmahdollisuuksia sekä todellisen kilpailun toimivuutta, joihin numeron siirrettävyyden toteuttamisella nimenomaisesti pyrittiin.

¹ Kuluttajavirasto vei markkinaoikeuden ratkaistavaksi samansisältöisen vaatimuksen. Markkinaoikeuden päätös 186/2010 annettiin 30.4.2010 ja siinä markkinaoikeus asetti useita vaatimuksia ketjutuksen toteuttamiselle, muttei suoraan katsonut itse ketjuttamista kuluttajansuojalain vastaisella tavalla kohtuuttomaksi. Päätökseen voi kuitenkin kumpikin osapuoli (kuluttaja-asiamies/Teliasoijery Oy) kuitenkin hakea vielä valituslupaa korkeimmalta oikeudelta.

Velvollisuudella 12 kuukauden sopimusten tarjoamisesta pyritään myös siihen, että kuluttajille on turvattava aina mahdollisuus lyhyempien sopimusten tekemiseen. Kuluttajaviraston katsoo, että nyt **käytössä olevat määräaikaiset etusopimukset ja niiden automaattinen ketjuttaminen ovat täysin ristiriidassa sekä numeronsiirtosääntelyn tarkoituksen kanssa että 12 kuukauden sopimusten tarjoamisvelvollisuuden kanssa.** Ketjuttamalla automaattisesti määräaikaisia sopimuksia ilman kuluttajien nimenomaista tahdonilmaisua syntyy tilanne, jossa kuluttajalle tarjottu 12 kk:n sopimus ei päätykään 12 kk:n jälkeen vaan jatkuu automaattisesti. Eli direktiivin tarkoitus turvata kuluttajille 12 kk:n sopimus estetään käytännössä tällä ketjuttamisella. Automaattisesti syntyvä sopimusketju tekee sopimuksista helposti myös yli 24 maksimirajan pituisia.

Käytännössä automaattisen ketjuttamisen kuluttajan asemaa huonontavat vaikutukset liittymien vaihtotilanteissa ovat olleet merkittävät. Ala itsekin on voimakkaasti tuskaillut ongelmien kanssa ja tuonut tätä viestiä myös viranomaisten tietoon. Kuluttajavirastoon päin ongelmat ovat näkyneet esim. puhelinmyyntiä koskevissa yhteydenotoissa. Kuluttajat ovat tehneet sopimuksen uudesta liittymästä, mutta numeronsiirto on kuitenkin estynyt määräaikaisen sopimuksen ketjutuksen vuoksi. Kuluttaja on lisäksi usein jäänyt epätietoiseksi sopimusprosessin tilanteesta. Ongelmana on ollut nimenomaisesti myös se, että kuluttajat ovat tulleet sidotuksi automaattiseen ketjuttamiseen tietämättään. Eli tämä sopimuksen ehto on usein kerrottu markkinoinnissa harhaanjohtavasti tai jätetty kokonaan kertomatta.

Tällä hetkellä ketjutetuissa määräaikaisissa sopimuksissa operaattorit katsovat siis määräaikaisen sopimuksen olevan aina voimassa, ellei asiakas aktiivisesti irtisano määräaikaista etuaan. Käytännössä siten joko vanha määräaika on voimassa tai sitten uusi, ja molemmat estävät numeron siirtymisen.

Suomessa Viestintäviraston määräyksen mukaan uuden operaattorin vanhalle tekemän numeronsiirtopyynnön pitäisi toimia kuluttajan irtisanomisilmoituksena. Jos numeronsiirtopyyntö tehdään kuitenkin kesken määräaikaisen sopimuksen sopimuskauden, vanha operaattori hylkää sen. Ketjutetuissa määräaikaisissa sopimuksissa numero ei ole siirrettävissä edes määräajan päättyessä, koska vanha operaattori katsoo uuden sopimuskauden alkaneen saman tien ja hylkää sitten siirtopyynnön vedoten uuteen sopimuskauteen. Asiakas ei siten tällä hetkellä saa numeroaan siirrettyä määritellyn prosessin mukaisesti, vaikka hän itse sitä haluaisi ja vaikka hän tietäisi määräaikaisen sopimuskautensa päättymisajan ja pyytäisi siirtoa sen mukaisesti kaikkien sääntöjen mukaan.

Viestintäviraston määräykseen liittyy siten ns. yhden luukun periaate, jonka mukaan asiakkaan ei tarvitse eikä hänen edes pidä asioida lainkaan vanhan operaattorin luona. Jos asiakas irtisanoisi sopimuksensa vanhan operaattorin luona, numero jäisi vanhalle operaattorille ja voitaisiin sitten antaa jollekin uudelle asiakkaalle. Ketjutetuissa määräaikaisissa sopimuksissa asiakas on tällä hetkellä pakotettu asioimaan kahden luukun kautta ja se on paitsi kuluttajalle vaivalloista, myös vaarantaa numeron siirrettävyyden. Asiakkaan täytyy tällä hetkellä nimittäin ymmärtää irtisanoa vain liittymään mahdollisesti liitetty määräaikainen etusopimus, koska muuten hän ei saa numeroaan enää siirrettyä.²

Kuluttajavirasto **pitää erittäin tärkeänä** sitä, että kuluttajan pysytellessä määräajan päättyttyä passiivisena **määräaikainen sopimus jatkuisi toistaiseksi voimassa olevana**, vaikka tämä merkitsi poikkeusta siitä sopimusosoikeudellisesta peruseriaatteesta, että määräaikainen sopimus lakkaa aina määräajan päättyttyä. **Puhelin- ja laajakaistapalvelut ovat välttämättömyyspalveluita, joiden katkeamaton turvaaminen on kuluttajan terveyden ja turvallisuuden kannalta ehdottoman**

² Markkinaoikeus totesi päätöksessään 186/2010, että numeron on aina oltava siirrettävissä viipymättä riippumatta sopimuksen määräaikaisesta kestosta. Markkinaoikeus katsoi, että muunlainen menettely on viestintämarkkinalain 51 §:n 1 momentin vastaista.

tärkeää. Kyse on sopimusmallista, joka on jo yleisesti käytössä toisen välttämättömyyspalvelun eli sähkösopimusten osalta.

Kuluttajan asemaa sopimuksen jatkumistilanteessa turvaa lisäksi palveluntarjoajilla oleva velvollisuus tiedottaa kuluttajalle sopimuksen määräajan loppumisesta ja siitä, millä ehtoilla uusi toistaiseksi voimassa oleva sopimus alkaa. Tässä yhteydessä kuluttaja voi halutessaan irtisanoa liittymän ja valita toisen palveluntarjoajan.

70 § 2 mom Irtisanomisaika ja laskutus sopimuksen päättymishetkellä

Kuluttajavirasto pitää hyvin tärkeänä sitä, että kaikkien viestintäpalvelusopimusten irtisanomisajaksi säädetään 2 viikkoa. Kuluttajan kannalta on kuitenkin myös keskeistä, miten palvelusta laskutus hoidetaan sopimuksen päättyessä. **Kuluttajien kannalta keskeinen ongelma on ollut se, että he ovat joutuneet irtisanomistilanteissa maksamaan joko päällekkäin maksuja kahdesta eri liittymästä tai koko kuukauden/laskutuskauden maksun,** vaikka irtisanomisaika on jo kulunut umpeen. Yleisten sopimusoikeudellisten periaatteiden mukaan sopimussuhde päättyy irtisanomisajan jälkeen eikä sen jälkeiseen aikaan kohdistuvia maksuja saa periä kuluttajilta. Sopimussuhde on tällöin lakannut eikä perustetta maksujen keräämiseen tämän ajan jälkeen ole. Myöskään kuukausimaksujen/pakettimaksujen osuutta tämän jälkeen ei saa periä.

Direktiivin 21 artiklan 1 kohdan mukaan tiedot sopimusten vakioehdoista, sovellettavista hinnoista ja kaikista sopimuksen päättymiseen liittyvistä maksuista tulee olla loppukäyttäjien saatavilla. Päinvastoin kuin esitysluonnoksen sivulla 71 todetaan, Kuluttajavirasto näkisi keskeisenä tarpeena selkiyttää kuluttajan asemaa siten, että perusteluissa todettaisiin maksuvelvollisuuden aina päättyvän irtisanomisajan loppuun. Sen jälkeiseen aikaan perustuvia maksuja ei kuluttajalta saa periä.

70 § 3 ja 4 mom Irtisanomisen kulut/korvaukset

Nykyiset kytkykauppaa koskevat säännökset määräaikaisen sopimuksen irtisanomisesta ehdotetaan siirrettäväksi 70 §:ään (koskevat jatkossa kaikkia sopimuksia). Kuluttajavirasto kannattaa muutosta, mutta pitää sosiaalista suorituskestää koskevaa 3 momentin sanamuotoa nykyistä huonompana. Lause *Irtisanomisesta ei saa vaatia kuluttajalta korvauksia* ei riittävän selkeästi määrittele kuluttajan oikeusasemaa. Nykyinen säännös kuuluu *Teleyritys ei saa periä kuluttajalta liittymäsopimuksen käyttämättä jäävään sopimusaikaan kohdistuvia maksuja*. Tämän pääsäännön olisi käytävä ilmi myös uudesta säännöksestä. Korvaus-sanan käyttäminen voi aiheuttaa vääriä tulkintoja.

70 §:n 4 momentin mukaan kuluttaja saisi irtisanoa sopimuksen ilman 3 momentin mukaista perustetta, jos hän maksaa teleyritykselle **ennenaikaisen irtisanomisen johdosta suoritettavan sopimusehdoissa yksilöidyn korvauksen**. Sääntely vastaa tältä osin voimassa olevan lain 70 §:n 6 momenttia. Korvaus ei 4 momentin mukaan saisi määrältään ylittää niitä maksuja, jotka tulisivat kuluttajan suoritettaviksi jäljellä olevalta sopimusajalta. Ehdotuksessa todetaan, että säännös vastaa yleisiä kuluttajansuojaoikeuden periaatteita ja sääntelyä muilla elinkeinotoiminnan alueilla.

Ehdotettuun 4 momentin sääntelyyn liittyen on huomattava muutamia keskeisiä näkökohtia. Kuluttajaoikeuden periaatteiden mukaan **korvauksen ei tulisi olla aina sama**. Käytännössä eroa olisi oltava sillä, onko kuluttaja ollut sopimussuhteessa 1 kk:n verran 24 kk:n sopimuksesta vaiko 23 kk. Esim. jos sopimuksen mukana on tullut päätelaite, on laitteen arvon suhteen huomattavasti eroa sillä, paljon sopimuskautta olisi jäljellä. Lisäksi on otettava huomioon, että kiellon niiden maksujen ylittämisestä, jotka tulisivat kuluttajan suoritettaviksi jäljellä olevalta sopimusajalta, tulee tarkoittaa **yläraja**, ei aina toistuvaa vakiosummaa.

Laajakaistasopimusten osalta yhdeksi keskeiseksi tilanteeksi on noussut muutto kotimaassa. Muutto ulkomaille katsotaan sosiaalisesti suoritusesteeksi, mutta kuluttajan kannalta muutto kotimaassa ei kuitenkaan eroa ulkomaille muuttamisesta, jos palvelua ei voi hyödyntää uudessa asuinpaikassa. Kyse voi olla esim. tilanteesta, jossa uudella paikkakunnalla ei ole tarjolla lainkaan vanhan palveluntarjoajan liittymää. Tällöin kuluttajalla ei edes tosiasiansa ole vaihtoehtona pitää vanhaa liittymää. Kun laajakaistaa ei uudessa kodissa voi lainkaan enää käyttää, on kohtuutonta, että palvelusta joutuu silti maksamaan. Käytännössä kuluttaja joutuisi maksamaan samaan aikaan myös toisesta liittymästä, jos mielisi käyttää uudessa kodissaan verkkoyhteyttä. Jos sopimustasapaino keikahtaa tällä tavoin kuluttajasopimuksissa ääripäähän elinkeinonharjoittajan hyväksi, on sopimus kuluttaja-asiamiehen ratkaisukäytännön mukaan tulkittava kohtuuttomaksi. Yrityksellä voi toki olla listahintaisia vakiokorvauksia käytössään, mutta tapauksen olosuhteiden tulisi aina vaikuttaa korvauksen lopulliseen määräytymiseen. Korvaus ei voi aina joka tilanteessa olla samansuuruinen.

Vaarana onkin, että **säännös kannustaa siihen, että teleyritys hinnoittelee liittymän mahdollisimman pitkälti kiinteähintaiseksi eli pakettihinnoitelluksi.** Tällöin kuluttajalta voidaan vaatia mahdollisimman suurta summaa irtisanomistilanteessa, eivätkä kuluttajat käytännössä tällaisessa tilanteessa juurikaan käyttäne mahdollisuutta irtaantua sopimuksesta ennenaikaisesti. Lisäksi on huomattava, että **teleyritys saisi perusteetonta etua** kuluttajan kustannuksella, mikäli kuluttajalta voidaan veloittaa **täysi korvaus myös sellaisesta palvelusta, jota teleyritys ei lainkaan toimita kuluttajalle.**

Näiltä osin voidaan viitata myös kuluttajariitalautakunnan ratkaisusuositukseen, joissa lautakunta on nykyisin voimassaolevien säännösten pohjalta sovitellut operaattorin laskutusta tilanteissa, joissa kytkyliittymäsopimus on purettu kuluttajan puolella olevasta syystä eli esimerkiksi maksuviiästyksen vuoksi kesken määräaikaisen sopimuskauden. Kuukausimaksun periminen kokonaisuudessaan myös ajalta, jona liittymä on suljettuna, johtaa kuluttajan kannalta kohtuuttomuuteen, koska liittymä ei tällöin ole kuluttajan käytössä eikä operaattorille tältä ajalta aiheudu kustannuksia palvelun käyttömahdollisuuksien ylläpidosta tai palvelun käytöstä.

Ehdotuksen mukaan teleyrityksen olisi viipymättä saatuaan irtisanomisesta tiedon ilmoitettava kuluttajalle korvauksen perusteet ja täsmällinen määrä. On kuitenkin huomattava, että **vähintäänkin korvausten määräytymisperusteet tulee olla kuluttajalle selvillä jo sopimuskentekohetkellä.**

71 § Sopimusehtojen muutoksesta ilmoittaminen / 81 § Erinäisistä muutoksista ilmoittaminen

Sopimuksen muuttamista koskevaa 71 §:ää ehdotetaan myös muutettavaksi. Kuluttajavirasto kannattaa ehdotettuja muutoksia ja pitää hyvänä, että esim. velvollisuudesta kertoa kuluttajalla muutoksen vuoksi olevasta irtisanomisoikeudesta säädetään lain tasolla. Toisin kuin ehdotuksen 81 §:ssä, 71 §:n osalta ei kuitenkaan lainkaan säädellä siitä, millä tavalla muutoksesta on ilmoitettava kuluttajille. Käytännössä ongelmana on kuitenkin ollut esimerkiksi se, että sopimusehtojen muutoksesta kerrotaan monisivuisten asiakaslehden jollakin sivulla siten, että muutos voi jäädä kuluttajalta helposti huomaamatta. Kuten 81 §:n osalta todetaan, tärkeintä on se, että ilmoittamistapa on käyttäjien näkökulmasta mahdollisimman tehokas eli tavoittaa kaikki käyttäjät. Kuluttajaviraston näkemyksen mukaan perusteluissa olisi tarpeen myös 71 §:n osalta todeta tästä velvollisuudesta.

Hintojen vertaaminen / Hintatiedotukset

Kuluttajien kannalta viestintäpalveluiden hintojen vertaaminen on usein hankalaa. On hyvä, että uudessa sääntelyssä korostetaan velvollisuutta vertailukelpoisten tietojen tarjoamiselle.

Yleisperustelussa todetaan, että Suomessa on jo verkkosivuilla tarjolla oppaita. Olisi ehkä kuitenkin pohdittava, mainitaanko sivustoja nimeltä (ajan kulumisen vaikutukset). Lisäksi ainakaan tällä hetkellä Hintaseuranta.fi –sivustolla ei Kuluttajaviraston näkemyksen mukaan voi verrata *liittymien* hintoja. Kuluttajavirasto pitää lisäksi keskeisenä esityksessä mainituin tavoin, että myös viranomaistahona Viestintävirasto ylläpitää jatkossakin kattavia hintavertailuja.

Kuluttajavirasto pitää hyvänä ja tarpeellisena, että Viestintävirastolle palautetaan oikeus antaa määräyksiä puheluiden hintatiedoista. Ehdotuksen mukaan tarkoituksena on, että puheluiden hintatiedotukset liitettäisiin tiettyihin estoluokkiin kuuluviin palveluihin.

Sähköisen viestinnän tietosuojalain muutokset

Sähköisen viestinnän tietosuojalain 28 §:n 2 momenttiin ehdotetaan lisättäväksi uudet 3 ja 4 kohdat. Ehdotetun 3 kohdan mukaan sellaisen suoramarkkinointiin tarkoitetun sähköpostiviestin, tekstiviestin, puheviestin, ääniviestin ja kuvaviestin lähettäminen on kiellettyä, joka on kuluttajansuojalain 2 luvun 4, 11, 12 tai 13 §:n vastainen (tunnistettavuus, hinnan alennukset, kylkiäiset, arpajaisten ehdot). Säännöksellä implementoidaan sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin 13 artiklan 4 kohta, jossa säädetään kielletyksi sellainen suoramarkkinointi, joka on direktiivin 2000/31/EY 6 artiklan vastainen. Suomessa ko. artiklan säännökset on implementoitu em. KSL:n pykäliin.

Kokonaissääntelyn suhteen uusi ehdotus näyttää ulospäin hieman epäloogiselta. Kuluttajavirasto pitää toki kannatettavana tällaisten lisävaatimusten säätämistä sähköisen viestinnän tietosuojalakiin, mutta katsoo, että sinänsä suoramarkkinoinnin on täytettävä lukuisia muitakin KSL:n 2 luvun ja 6 luvun vaatimuksia. Sisällyttämällä vain em. nimenomaiset säännökset vaatimuksiksi SVTSL:iin, asetetaan ko. säännösten rikkominen seuraamuksiltaan erilaiseen asemaan, kuin muiden KSL:n markkinointisäännösten rikkominen. Tämä ei välttämättä johda kaikilta osin loogiseen lopputulokseen. Kyse voi esim. olla tilanteesta, jossa suoramarkkinointiviestissä ei ole lainkaan ilmoitettu hintaa tai itse sopimuksen ehtoja. Näiden vaatimusten täyttämättä jättäminen ei siis ole SVTSL:n vastaista. Sen sijaan lainvastaiset hinnan alennukset ja tai epäselvät arpajaisten ehdot katsotaan SVTSL:n vastaisiksi. Vaikka sähköinen suoramarkkinointi usein houkutteleeekin kuluttajia tarttumaan tarjoukseen hinnan alennuksilla, arpajaisilla tai lisäeduilla, on kuitenkin samaan tapaan tärkeää saada tietää esim. hyödykkeen hinta ja sen käyttämiseen liittyvät ehdot. Perusteluissa olisi siten vähintäänkin avettava taustaa sille, miksi juuri nämä asiat lisätään sähköisen markkinoinnin vaatimuksiin.