

ALOITE PUHELINMYYNIN SÄÄNTELYN UUDISTAMISESTA

Puhelinmyyntiin liittyvät ongelmat ovat työllistäneet kuluttajaviranomaisia viime vuosina runsaasti. Kuluttajaneuvontaan on tullut puhelinmyyntiin liittyviä valituksia vuonna 2009 noin 1 000, vuonna 2010 noin 1700 ja tämän vuoden aikana noin 1 200. Kuluttajavirasto on saanut myös paljon ilmoituksia puhelinmyyntiin liittyen.

Kuluttajaviranomaisille saapuvien ilmoitusten ja valitusten mukaan puhelinmyynnissä on tyypillistä, että kuluttajat eivät ole ymmärtäneet puhelinkeskustelun perusteella sitoutuneensa sopimukseen lainkaan tai sopimuksen sisältö on jäänyt keskeisiltä osiltaan epäselväksi, koska sopimuksen sisällöstä on annettu harhaanjohtavaa tietoa.

Lainsäädäntö

Sähköisen viestinnän tietosuojalain 26 §:n 2 momentin mukaan muuta kuin sähköistä suoramarkkinointia saa harjoittaa luonnolliselle henkilölle, jollei tämä ole sitä nimenomaisesti kieltänyt. Luonnollisen henkilön on voitava helposti ja maksutta kieltää kyseinen suoramarkkinointi. Puhelinmyynti on siis sallittua, ellei kuluttaja ole sitä erikseen nimenomaan kieltänyt (ns. opt-out periaate).

Sähköisen viestinnän tietosuojalain 26 §:n 1 momentin mukaan sähköistä suoramarkkinointia (esim. sähköposti, tekstiviesti) saa sitä vastoin kohdistaa vain sellaisille kuluttajille, jotka ovat antaneet siihen ennalta suostumuksensa (ns. opt-in periaate).

Puhelinmyyntiin sovelletaan kuluttajansuojalain 2 luvun yleisiä markkinointisäännöksiä ja sopimussuhteeseen 6 luvun etämyyntisäännöksiä. Kuluttajansuojalain markkinointisäännöksissä kielletään totuudenvastaisten ja harhaanjohtavien tietojen antaminen (6 §), olennaisten tietojen antamatta jättäminen (7 §) sekä aggressiivisten menettelyiden käyttäminen (9 §). Lisäksi elinkeinonharjoittajalla on laaja tietojenantovelvollisuus yksilöityä kulutushyödykettä tarjottaessa.

Kuluttajansuojalain 6 luvun 13 §:ssä säädetään ennakkotietojen antamisesta etämyynnissä. Säännös sisältää yksityiskohtaisen listan kuluttajalle ennen sopimuksen tekemistä annettavista tiedoista, joita

ovat mm. elinkeinonharjoittajan nimi ja osoite, kulutushyödykkeen pääominaisuudet, hinta, toimituskulut ja maksuehdot, sopimuksen täyttämistä koskevat ehdot, sopimuksen vähimmäiskesto ja tieto peruuttamisoikeudesta. Tiedot on annettava käytettyyn etäviestimeen sopivalla tavalla, selkeästi ja ymmärrettävästi ja niin, että tietojen kaupallinen tarkoitus käy selvästi ilmi. Puhelimitse tapahtuvissa yhteydenotoissa elinkeinonharjoittajan on ilmoitettava nimensä ja puhelun kaupallinen tarkoitus heti puhelinkeskustelun alussa.

Kuluttajansuojalain 6 luvun 15 §:n mukaan kuluttajalla on oikeus peruuttaa puhelinmyynnin kautta syntynyt sopimus 14 päivän kuluessa sopimusvahvistuksen vastaanottamisesta. Jos vahvistusta ei toimiteta kuluttajalle, sopimus ei sido kuluttajaa saman luvun 20 §:n mukaan.

Lisäksi tiettyjen hyödykkeiden, kuten esimerkiksi viestintäpalveluiden ja sähkön markkinointiin liittyvässä erityislainsäädössä on säädöksiä markkinoinnissa annettavista tiedoista ja sopimuksen tekemisestä. Viestintämarkkinalain 67 §:n mukaan puhelinverkon liittymäsopimus on tehtävä kirjallisesti ja tehtävään sopimukseen liittyy laaja tiedonantovelvollisuus kuluttajan oikeuksista. Sähkömarkkinalain 25 c §:ssä säädetään ennen sopimuksen tekemistä annettavista tiedoista ja 25 e §:ssä vahvistusilmoituksen lähettämisestä siinä tapauksessa, että sopimusta ei ole tehty kirjallisesti.

Puhelinmyynnissä annettaviin tietoihin ja sopimuksen syntymiseen liittyy runsaasti myyjää velvoittavaa lainsäädäntöä. Siitä huolimatta puhelinmyynnistä aiheutuu kuluttajille hyvin paljon ongelmatilanteita. Tämä johtuu pääosin siitä, että monimutkaiset palvelut eivät erityisen hyvin sovellu myytäväksi puhelimitse.

Puhelinmyyntiin liittyvät ongelmat

Kuluttajaviranomaisille saapuvien ilmoitusten ja valitusten mukaan puhelinmyynnissä on tyypillistä, että kuluttajat eivät ole ymmärtäneet puhelinkeskustelun perusteella sitoutuneensa sopimukseen lainkaan tai sopimuksen sisältö on jäänyt keskeisiltä osiltaan epäselväksi, koska sopimuksen sisällöstä on annettu harhaanjohtavaa tietoa. Ilmaisen vitamiininäytepakkauksen tilaaminen on johtanut määräraikaiseen sopimukseen, suoramarkkinoinnin estopalvelua koskevan esitteen tilaaminen on aiheuttanut laskun saapumisen, sähkösopimuksesta pyydetty tarjous on merkinnyt sopimuksen syntymistä ja laajakaistaliittymän edullinen hinta on koskenutkin vain muutamaa ensimmäistä kuukautta. Hankalia tilanteita on syntynyt myös siitä, että puhelinmyyjä on saattanut irtisanoa kuluttajan aikaisemman sopimuksen, jolloin hänellä ei ole ollut yhtäkkiä minkäänlaista sopimusta voimassa tai jossain tilanteissa hänellä on ollut kaksi päällekkäistä palvelua.

Ongelmat näyttävät johtuvan ensisijaisesti siitä, että kuluttajille ei anneta puhelinmyyntitilanteessa riittävästi tietoa tuotteesta ja sopimusehdoista, vaikka lainsäädäntö niin edellyttää. Päätöksenteon kannalta keskeiset tiedot saattavat jäädä kokonaan mainitsematta. Useisiin tuotteisiin ja palveluihin liittyy usein myös niin monimutkaisia sopimusehtoja, että ylipäänsä niiden tuominen selkeästi ja ymmärrettävästi esiin tai omaksuminen puhelimesta on hyvin haasteellista. On myös huomattava, että vaikka tiedonantovelvollisuutta ei noudatettaisi lain edellyttämällä tavalla, kuluttajaa sitova sopimus

syntyy puhelinkeskustelun perusteella. Markkinointisäännösten rikkomisella ei ole siten suoranaisia vaikutuksia sopimussuhteen syntymiselle.

Markkinoita on avattu monella sektorilla viime vuosikymmeninä ja sitä myötä myös asiakkaista käydään yhä kovempaa kilpailua. Puhelinmyynti on houkutteleva markkinointikeino, kun asiakkaaseen halutaan saada välitön kontakti. Kuluttajalle myyntitilanne tulee yleensä odottamatta ja edellyttää nopeaa päätöksentekoa. Ostopäätöksen kannalta olennaiset tiedot jäävät kuitenkin usein puutteelliseksi, kun puhelinmyyntiä tehdään tyypillisesti provisiopalkalla, jolloin pääasiassa on sopimuksen syntyminen.

Kuluttajalla on lain mukaan oikeus peruuttaa sopimus, mutta tosiasiasa tämä mahdollisuus ei toteudu, jos kuluttajaa ei informoida riittävästi asiasta myyntitilanteessa tai sen jälkeen. Tilausvahvistuksessa ei välttämättä mainita peruuttamisoikeudesta tai vahvistusta ei toimiteta lainkaan. Selvää on, että peruutusoikeuden mahdollisuutta ei ylipäänsä pitäisi nähdä keinona, jolla korjataan myyntitilanteessa tapahtuneet laiminlyönnit. Kuluttajan päätöksenteon kannalta keskeisimmässä asemassa on juuri puhelimesta saadut tiedot sopimuksen sisällöstä, eikä niinkään jälkikäteen saadut kirjalliset sopimusehdot, joiden yleensä uskotaan noudattavan puhelimesta sovittua.

Kuluttajan on myös hyvin vaikea esittää jälkikäteen näyttöä siitä, mitä puhelinkeskustelu on pitänyt sisällään, kun tiedossa ei ole yleensä edes myyjän nimeä. Puhelinmyyjä ei myöskään kaikissa tilanteissa tunnista sopijakumppaniaan millään tavalla, jolloin on syntynyt tilanteita, joissa puhelinmyyntiä on kohdistettu epähuomiossa alaikäiselle.

Aikaisemmin puhelinmyyntiä on käytetty tyypillisesti suhteellisen yksikertaisten hyödykkeiden kuten aikakauslehtien markkinointiin, mutta viime vuosina se on levinnyt myös hyvin monimutkaisten palveluiden markkinointiin. Säästämistuotteita, matkapuhelin- ja laajakaistaliittymiä, maksuTV-sopimuksia ja sähkösopimuksia myydään puhelimitse ilman, että sopimuksen kannalta olennaisia hintatietoja ja keskeisiä sopimusehtoja esiteltäisiin riittävästi tai lainkaan.

Kuluttajaviranomaisten tietoon tulleiden ongelmien perusteella näyttää siltä, että puhelimitse tapahtuva etämyynti ei näytä sopivan lainkaan sellaisten tuotteiden myyntiin, jossa tuotteesta edellytetään annettavan runsaasti tietoa ja joihin liittyy monimutkaisia sopimusehtoja.

Toimenpiteitä, joilla puhelinmyynnin ongelmia on yritetty ratkaista

Kuluttaja-asiamies kiinnitti huomiota puhelinmyynnin ongelmiin jo silloin, kun kuluttajansuojalain markkinointisäännöksiä uudistettiin UCP-direktiiviä implementoitaessa. Oikeusministeriön työryhmän mietintöön (2007:11) liittyvässä lausumassaan 8.10.2007 Kuluttajaviraston edustaja toi esiin edellä kuvattuja ongelmia ja esitti työryhmän asettamista selvittämään puhelinmarkkinointia koskevia säännöksiä. Samalla tuotiin esiin tilannetta muissa Pohjoismaissa.

Puhelinmyynnin ongelmat liittyvät pitkälti markkinoinnin peruspelissäntöjen noudattamatta jättämiseen. Kuluttaja-asiamies on tuonut esiin valvontakeinojensa puutteellisuutta juuri

tämänkaltaisissa asioissa. Elinkeinonharjoittajat eivät yleensä muuta toimintatapojaan pelkän huomautuskirjeen perusteella ja markkinaoikeuskäsittely taas on yleensä monta vuotta kestävä ja paljon resursseja vievä prosessi. Ryhmäkanne soveltuu tämän kaltaisten asioiden käsittelyyn huonosti, kun tapaukset eivät ole yleensä keskenään riittävän identtisiä.

Puhelinmyyntiin liittyvien laiminlyöntien selvittäminen on myös hyvin työlästä, koska se edellyttää tapausten yksittäistä läpikäyntiä ja puhelinnauhoitusten kuuntelemista. Lopputuloksena on kuitenkin vain tulevaisuuteen kohdistuva kieltö, josta ei ole suoranaisia seurauksia syntyneille sopimussuhteille, joten hyöty suhteessa tehtyyn selvittelytyöhön jää melko vähäiseksi.

Puhelinmyyntiin on kiinnitetty huomiota myös eduskunnassa. Kansanedustaja Kimmo Tiilikainen teki 21.1.2011 kirjallisen kysymyksen (1136/2010vp) epäasiallisen puhelinmarkkinoinnin kieltämisestä. Kysymyksessä kiinnitettiin huomiota siihen, että kuluttajille tarjotaan puhelimitse tuotteita kokeiltavaksi ilman velvoitteita, mutta siitä huolimatta kuluttaja onkin sitoutunut sopimukseen, josta on vaikea päästä eroon.

Puhelinoperaattoreiden kanssa on neuvoteltu monta vuotta puhelinmyynnin ongelmista hyvin vähäisin tuloksin. Kuluttaja-asiamies joutui viemään teleoperaattori Saunalahden markkinaoikeuteen puhelinmarkkinoinnista. Saunalahti markkinoi puhelinmyynnissä matkapuhelinliittymää, joka korvaa perinteisen lankapuhelinliittymän. Markkinointi kohdistui laajasti iäkkäisiin ihmisiin. Kuluttajavirastoon saapuneiden ilmoitusten mukaan puhelinmyynnissä annettiin liittymästä, sen aiheuttaman muutoksen merkityksestä, sopimusehdoista ja puhelinlaitteesta harhaanjohtavia tai totuudenvastaisia tietoja. Markkinaoikeus kielsi menettelyn 31.1.2011 antamassaan päätöksessään 41/2011.

Matkapuhelinoperaattorit ovat myös itse kokeneet puhelinmyynnin haasteelliseksi ja saaneet siitä runsaasti negatiivista asiakaspalautetta. Operaattorit ovat tuoneet kesällä 2011 julkisuudessa esiin, että ne olisivat valmiita luopumaan puhelinmyynnistä jopa kokonaan, jos kaikki toimijat sitoutuvat samaan.

Liikenne- ja viestintäministeriö julkaisi 16.8.2011 tiedotteen, jonka mukaan ministeri Krista Kiuru haluaa rajoittaa telealan puhelinmyyntiä lailla. Ministeriö järjesti asiasta ensin keskustelutilaisuuden keskeisten teleoperaattorien ja viranomaisten kanssa. Teleala oli yksimielisesti lainsäädännön kannalla, koska itsesääteilyyn nähtiin liittyvän liian paljon ongelmia. Kuluttajavirasto toi tilaisuudessa esiin, että puhelinmarkkinoinnin ongelmat tulisi nähdä laajemmin, eivätkä pelkästään telealaa koskevat säännökset ole riittäviä, koska ongelmia on laajasti muillakin toimialoilla.

Liikenne- ja viestintäministeriö on lähettänyt 7.10.2011 lausunnolle luonnoksen hallituksen esitykseksi matkapuhelinliittymien puhelinmyynnistä. Viestintämarkkinalakiin ehdotetaan lisättäväksi matkapuhelinliittymien puhelinmarkkinoinnin kieltävä säännös, joka olisi voimassa kolme vuotta. Kuluttajavirasto on tuonut lausunnossaan 8.11.2011 esiin kannattavansa lainmuutosta, mutta katsoo, että puhelinmyynnin ongelmat eivät koske ainoastaan viestintäpalveluiden puhelinmyyntiä vaan monia muitakin toimialoja, jolloin yhtä hyödykettä koskeva lainmuutos ei ole riittävä.

Itsesääätely

Lain mukaan kuluttaja voi kieltää itseensä kohdistuvan puhelinmyynnin ilmoittamalla kiellon kullekin yritykselle erikseen.

Sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivissä (2002/58/EY) on kannustettu kuitenkin kehittämään sellaisia järjestelmiä, jossa kuluttajille annetaan mahdollisuus ilmoittaa yhdellä kertaa kattavasti, että he eivät halua ottaa vastaan markkinointipuheluita lainkaan.

Tältä pohjalta Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto (ASML) on kehittänyt yhteistyössä viranomaisten kanssa kuluttajille toimialapalvelun (Robinson-rekisteri), jossa kuluttaja voi palveluun soittamalla laajemmin rajoittaa itseensä kohdistuvaa puhelinmyyntiä. Kaikki ASML:n jäsenyritykset ovat sitoutuneet noudattamaan kuluttajan palveluun antamaa rajoitusta toiminnassaan.

Kuluttajaviraston tietoon tulleiden lukuisten ongelmien perusteella kyseinen rajoituspalvelu ei ole kuitenkaan riittävä väline epäkohtien torjumiseen. Kuluttajien tekemät kiellot sitovat nimittäin vain ASML:n jäsenyrityksiä. Toisaalta kiellon voimaansaattaminen edellyttää kuluttajilta aktiivisia toimenpiteitä, mikä näyttäisi olevan haasteellista kyseisen itsesäätelyn tavoitteiden ja toimivuuden kannalta. Kuluttajat jättäytyvät helpommin passiiviksi kuin ottavat selvää siitä, miten puhelinmyyntiä voisi mahdollisesti rajoittaa.

Tilanne muissa maissa

Tanskan lainsäädännön mukaan puhelinmyynti on kielletty ilman kuluttajan ennakolta antamaa suostumusta. Laki ei koske kirjojen ja lehtien myymistä eikä vakuutusten ja pelastuspalvelujen välittämistä. Kuluttaja voi kieltää puhelinmarkkinoinnin myös edellä mainittujen hyödykkeiden osalta ottamalla suoraan yhteyttä yritykseen tai ilmoittautumalla ns. Robinson-listalle. Palvelua ylläpitää viranomainen (Central Office of Civil Registration) ja yritystä voidaan sakottaa, jos se ei noudata rekisterin kieltoja. Tanskan kuluttaja-asiamiehen näkemyksen mukaan järjestelmä toimii hyvin.

Ruotsin lainsäädännön mukaan puhelinmyynti on sallittua, ellei kuluttaja ole sitä erikseen kieltänyt (opt-out). Vuonna 1999 perustettiin kuitenkin yhdistys (NIX-Telefon), joka ylläpitää itsesäätelyn perustuvaa kieltorekisteriä. Säännöt on laadittu yhteistyössä sikkalaisen Kuluttajaviraston kanssa. Sääntöjen mukaan puhelinmarkkinointi kuluttajan kiinteään lankapuhelimeen on sallittua, jos kuluttaja ei ole ilmoittanut numeroaan rekisteriin. Puhelinmyyjä on velvollinen tarkistamaan rekisterin tiedot. Puhelinmyynti matkapuhelimeen edellyttää sitä vastoin kuluttajan etukäteissuostumusta (opt-in) samalla tavalla kuin sähköisen suoramarkkinoinnin kyseessä ollessa. Sääntöjen rikkomisen katsotaan olevan vastoin hyvää markkinointitapaa ja kuluttaja-asiamies voi puuttua asiaan normaalein valvontatoimenpitein.

Ruotsissa puhelinmyyntiä selvittämään asetettu työryhmä antoi mietinnön vuoden 2007 alussa.¹ Mietinnössä kiinnitetään huomiota Ruotsissa todettuihin ongelmiin. Työryhmä kehotti tehostamaan valvontaa mutta myös tekemään tiettyjä muutoksia siviilioikeudellisiin seuraamuksiin sekä sanktiojärjestelmään markkinahäiriömaksun soveltamisalan osalta. Ruotsin Kuluttajavirasto on toivonut lainsäädäntöä muutettavaksi työryhmän mietintöä laajemmin siten, että puhelinmyynnissä sitova sopimus syntyisi vasta, kun kuluttaja on jälkikäteen kirjallisesti vahvistanut tilauksensa. Ruotsissa on ilmennyt muun muassa väärinkäytöksiä, joissa puhelin keskustelujen nauhoitteita on vääristely.

Norjassa puhelinmyynti ei ole sallittua niille kuluttajille, jotka ovat ilmoittautuneet viranomaisen (Bronnoysundregistrene) ylläpitämään rekisteriin (Do Not Call –list). Yritysten tulee käydä listat läpi kerran kuukaudessa. Puhelinmyynti on kuitenkin sallittua, jos se perustuu olemassa olevaan asiakassuhteeseen. Lain mukaan puhelinmyyntiä saa harjoittaa ainoastaan arkipäivisin klo 9 ja 21 välillä. Sitova sopimus syntyy vasta silloin, kun kuluttaja on saanut tarjouksen kirjallisesti ja myös hyväksynyt sen kirjallisesti. Norjan kuluttaja-asiamiehen mukaan järjestelmän toimivuudessa on ongelmia ja kuluttajilta tulee runsaasti ilmoituksia. Lainsäädäntöä tullaan arvioimaan vuonna 2014. Kuluttaja-asiamiehen näkemyksen mukaan puhelinmarkkinointi pitäisi kieltää yleisesti ja luoda rekisteri, johon puhelinmarkkinointia haluavat kuluttajat voisivat ilmoittautua.

USA:ssa puhelinmyynnin kieltorekisteriä (Do Not Call –Registry) ylläpitää kuluttajaviranomainen (The Federal Trade Commission). Rekisteriin tallennettujen kieltojen noudattamista on tehostettu tuntuvalla sakolla, joka on 16 000 dollaria rikkomukselta.

Kuluttajan oikeuksia koskeva direktiivi

Valmisteilla oleva uusi kuluttajan oikeuksia koskeva direktiivi (2008/0196/COD) sisältää eräitä puhelinmyyntiin liittyviä säännöksiä, joista keskeisin on direktiivin 8 artikla, joka koskee etämyyntisopimusten muotovaatimuksia. Artiklan 6 kohdan mukaan puhelimitse tehtävien etämyyntisopimusten osalta jäsenvaltiot voivat säätää, että elinkeinonharjoittajan on vahvistettava tarjous kuluttajalle, joka tulee sidotuksi vasta allekirjoitettuaan tarjouksen tai lähetettyään kirjallisen hyväksyntänsä. Jäsenvaltiot voivat myös säätää, että tällaiset vahvistukset on tehtävä pysyvällä välineellä.

Kuluttaja-asiamies katsoo, että vahvistusmenettelyn käyttöönotto voisi vähentää puhelinmyyntiin liittyviä ongelmia joltain osin. Se ei ole kuitenkaan yksistään riittävä keino kuten viestintäpalveluiden puhelinmyyntiin liittyvät ongelmat ovat osoittaneet. Viestintämarkkinalain mukaan puhelinverkon liittämäsopimus on tehtävä kirjallisesti, joten sitova sopimus ei synny puhelimesta vaan vasta sopimuksen allekirjoittamisella. Siitä huolimatta ongelmia on niin runsaasti, että viestintämarkkinalakiin on ehdotettu lisättäväksi matkapuhelinliittymien puhelinmarkkinoinnin kieltävä säännös.

¹ SOU 2007:1 Telefonförsäljning

Direktiivin 8 artikla on luonteeltaan täysharmonisoiva eli siitä poikkeavaa kansallista lainsäädäntöä ei sallita. Direktiivin johdantokappale 14:ssa todetaan kuitenkin, että esimerkiksi yleisen taloudellisen järjestyksen vaalimiseksi välttämätön kansallinen sääntely sekä epäeettisten juridisten transaktioiden ehkäisemiseen pyrkivä kansallinen sääntely on edelleen sallittua. Näin ollen direktiivi ei estä puhelinmyynnin rajoittamista kansallisilla säännöksillä.

Ehdotus toimenpiteistä

Kuluttajien kohtaamien ongelmien ja kriittisen kuluttajapalautteen perusteella kuluttaja-asiamies katsoo, että puhelinmyyntiä tulisi säännellä nykyistä tiukemmin ja yksityiskohtaisemmin. Voimassa olevan kuluttajansuojalain säännökset eivät sovellu hyvin monimutkaisten sopimusten puhelinmyyntiin. Säännöksiä myös noudatetaan huonosti. Myöskään itsesääntely ei toimi tarpeeksi tehokkaasti.

Sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivissä (2002/58/EY) ei-toivotulta puhelinmyynniltä suojaus on jätetty kansallisen säätelyn varaan siten, että noudatetaan joko opt-in tai opt-out periaatetta. Valmisteilla oleva kuluttajan oikeuksia koskeva direktiivi antaa myös mahdollisuuden kansalliseen sääntelyyn epäeettisten juridisten transaktioiden ehkäisemiseksi. Puhelinmyyntiä koskevan lainsäädännön uudelleen arviointiin ei ole siten lainsäädännöllistä estettä.

Käyttäytymisen taloustieteessä omaksutut uuden havainnot osoittavat, kuluttajat eivät toimi tosiasiasa rationaalisesti ja tee aina itselleen edullisia päätöksiä. OECD:n kuluttajapoliittinen komitea on soveltanut käyttäytymisen taloustieteen näkökulmaa kuluttajapolitiikassa ja julkaissut vuonna 2010 Kuluttajapolitiikan käsikirjan (Consumer Policy Toolkit). Siinä suositellaan, että kuluttajapolitiikan perustaksi otettaisiin ihmisen tosiasialliset tavat toimia eikä tukeuduttaisi enää rationaalisen kuluttajan käsitteeseen. Tämä tulisi ottaa huomioon myös nykyistä sääntelyä arvioitaessa ja uutta lainsäädäntöä valmisteltaessa. Kuluttajat jättäytyvät helpommin passiiviksi kuin ottavat selvää siitä, miten puhelinmyyntiä voisi mahdollisesti rajoittaa. Asiaan vaikuttaa myös se, että itsesääntelyyn perustuva järjestelmä ei ole riittävän tunnettu kuluttajien keskuudessa.

Kuluttaja-asiamies katsoo, että ongelmat vähenisivät merkittävästi, jos puhelinmyynti edellyttäisi kuluttajan ennakkosuostumusta samalla tavalla kuin sähköisen suoramarkkinoinnin kyseessä ollessa. Tällöin kuluttaja voisi omalla aktiivisella tahdonilmaisullaan päättää, miltä yrityksiltä hän haluaa vastaanottaa puhelinmyyntiä ja voisi näin ollen varautua markkinointiin etukäteen.

Kuluttaja-asiamies pitää siis opt-in mallia parhaana keinona puuttua puhelinmyynnin ongelmiin. Toissijaisena vaihtoehtona voitaisiin harkita viranomaisen ylläpitämän suoramarkkinoinnin kieltorekisterin perustamista. Tanskassa ja USA:ssa rekistereistä on hyviä kokemuksia eikä siellä esiinny samanlaisia ongelmia kuin Suomessa. Rekisterin toimivuus edellyttäisi kuitenkin tehokkaita sanktioita kieltoa rikottaessa.