

MMD Networks Oy
PL 107
37101 Nokia

LVM
kirjaamo@lvm.fi

Asia: Lausuntopyyntöne "Tietoyhteiskuntakaari", LVM/1353/03/2011

MMD Networks Oy on pieni teleoperaattori, joka tuottaa korkealaatuisia verkkopalveluita (sähköpostipalveluita, www-sivujen hosting-palveluita, yhteyspalveluita, laitetilapalveluita jne) pääasiassa pk-yritysten käyttöön.

Viestintävirasto on kiinnittänyt teleoperaattoreiden huomiota lausuntopyyntöönne "Tietoyhteiskuntakaaresta" (LVM/1353/03/2011), johon liittyen haluamme lausua omana mielipiteenämme seuraavaa:

Verkkotunnuksista (153§ - 163§)	2
Sähköisestä suoramarkkinoinnista (191§ - 196§)	4
Määritelmistä (2§)	7
Verkkopalvelun katkaisemista (3§)	8
Yhteenliittämisestä (59§ - 65§)	9
Vähimmäisnopeuden riittämättömyydestä laajakaistan laatukriteerinä (86§, 108§, 110§)	10

1. Verkkotunnuksista (153§ - 163§)

Mielestämme uuden lakiehdotuksen mukainen ajatus siitä, että verkkotunnusten merkintä/voimassaoloajan jatkaminen pitää aina hoitaa verkkotunnusvälittäjän kautta, on kannatettava ja selkeyttää Viestintäviraston asemaa verkkotunnusten osalta.

Ehdotamme, että verkkotunnusvälittäjälle annetaan mahdollisuus ilmoittaa, että välittäjä ei enää halua toimia tietyn verkkotunnuksen osalta välittäjänä; tällöin verkkotunnus siirtyisi ns. "kodiittomaan" (välittäjättömään) tilaan, jossa verkkotunnus toimisi edelleen normaalisti, mutta verkkotunnuksen haltijan tulisi muutoksia tehdäkseen ensin etsiä uusi palveluhalukas verkkotunnusvälittäjä ko. verkkotunnukselle.

Ehdotamme myös, että verkkotunnusvälittäjälle annetaan mahdollisuus omalla ilmoituksellaan peruuttaa välittämänsä verkkotunnus (ja/tai sen merkitsemis- tai uudistamispyyntö) tilanteissa, joissa verkkotunnusvälittäjän asiakas ei ole maksanut verkkotunnuksen merkitsemis- tai uudistamismaksua verkkotunnusvälittäjälle kohtuullisessa ajassa ja asiallisten perintätoimien jälkeen.

Tulkintamme mukaan tietoyhteiskuntakaariluonnoksessa ei selkeästi ja yksiselitteisesti oteta kantaa siihen, onko pykälän 156§ mukaisten vaatimusten jatkuva täyttäminen edellytys .fi -verkkotunnuksen omistamiselle. Esimerkiksi mitä tapahtuu tilanteessa, jossa Suomen kansalainen muuttaa ulkomaille pidemmäksi ajaksi työn tms. takia ja täten kotikuntalain mukaisesti menettää oman kotikuntansa? Peruutetaanko verkkotunnus heti, peruuttuuko se ns. "luonnollisesti" sen myötä, että kotikunnattomalla yksityishenkilöllä ei ole mahdollisuutta tehdä uusintamerkintää, vai jääkö verkkotunnus voimaan normaalisti?

Edelliseen liittyen toivoisimme, että lakiluonnosta muutetaan yksityishenkilön kotikuntavaatimuksen osalta; suomalaisen henkilötunnuksen ja kotikunnan sijaan yksityishenkilöiltä voitaisiin edellyttää vaihtoehtoisesti myös suomalaista henkilötunnusta ja Suomen kansalaisuutta, jolloin maasta pois muuttaneet pystyvät säilyttämään omat henkilökohtaiset verkkotunnuksensa niin kauan kuin säilyttävät myös Suomen kansalaisuuden / omaavat kaksoiskansalaisuuden. Näin .fi -verkkotunnuksen omistamisen tarjoamat edut (luotettavuus, pysyvyys esim. oman henkilökohtaisen sähköpostiosoitteen myötä) olisivat ulkomaillekin muuttaneiden kansalaisten saavutettavissa.

Pykälässä 158§ sanotaan, että "Verkkotunnus on merkittävä sen käyttäjän nimiin". Tämä on mielestämme erinomainen vaatimus, mutta tätä kannattaisi ehkä vielä tarkentaa niin, että varmasti estetään verkkotunnusten välittäminen ulkomaisten yritysten käyttöön agenttien toimesta, kuten esimerkiksi eye.fi -verkkotunnuksen osalta on tapahtunut (verkkotunnuksen on rekisteröinyt Web Solutions Aps, Suomen sivuliike, mutta oikeasti verkkotunnusta käyttää Kalifornialainen Eye-Fi, Inc., jolla ilmeisesti ei ole mitään tekemistä Suomen kanssa). Yksi mahdollinen tarkennus tämän saavuttamiseksi voisi olla vaikka "Verkkotunnus on merkittävä sen tosiasiallisen käyttäjän nimiin"?

Pykälässä 163§ annettaisiin Viestintävirastolle laajoja oikeuksia verkkotunnusten ohjauksen muuttamiseen ja muihin teknisluonteisiin toimenpiteisiin tietoturvaloukkausten "havaitsemiseksi, estämiseksi, selvittämiseksi ja esitutkintaan saattamiseksi". Mielestämme tietoturvaloukkaus on havaittava muilla keinoin tai ainakin tietoturvaloukkauksesta on oltava hyvin vahva (muuta kautta saatu) epäily ennen kuin kolmannen osapuolen verkkotunnus voidaan Viestintäviraston omalla päätöksellä tällä lailla kaapata.

Pykälässä 155§ puhutaan "sähköisestä prosessiosoitteesta", jonka merkitys on ainakin allekirjoittaneille jäänyt epäselväksi. Arvelemme, että kohdassa on tarkoitettu sähköpostiosoitetta- tai jotakin muuta yleisesti käytössä olevaa sähköisen viestinnän kohdeosoitetta, mutta tämä jää lakitekstistä täysin auki. Mielestämme selkeyden edistämiseksi prosessiosoite tulisi vähintäänkin kirjoittaa auki lain alussa olevissa määritelmässä (tai mieluiten korvata toisella, selkeämmällä ilmaisulla).

2. Sähköisestä suoramarkkinoinnista (191§ - 196§)

Perinteisissä suoramarkkinointikeinoissa (kirjeet, faksit, puhelut jne) markkinoinnin mielekkyyttä on rajoittanut markkinoinnin lähettäjälle korkea kustannus, joten viestejä ei ole haluttu lähettää liian laajoille kohderyhmille tai sellaisista tuotteista/palveluista, joiden herättämä mielenkiinto on arvioitu yleisesti liian alhaiseksi. Sähköpostilla tapahtuvassa suoramarkkinoinnissa tilanne on toinen, koska viestien lähettäminen on käytännössä ilmaista lähettäjälle ja markkinoinnista aiheutuvista kokonaiskustannuksista lähes kaikki tulevat vastaanottajan maksettavaksi esimerkiksi palvelin- ja verkkoyhteykskapasiteetin sekä roskapostien seulontaan kuluvan työajan muodossa.

Omien empiiristen havaintojemme perusteella suomenkielinen sähköinen suoramarkkinointi on lähtenyt lisääntymään jo nykyisen lainsäädäntömme myötä voimakkaasti.

Nykyinen lainsäädäntö on lisäksi luonut (mielestämme) kyseenalaisia bisnesmahdollisuuksia yrityksille, jotka keräävät erilaisin tavoin sähköpostiosoitelistoja ja myyvät näitä kotimaisille yrityksille sähköpostilla tapahtuvan suoramarkkinoinnin pohjaksi. Näillä listoja keräävillä yrityksillä on tavoitteena vain kasvattaa listansa koko mahdollisimman suureksi, joten esimerkiksi poistopyyntöihin ei reagoida ja vanhentuneetkin osoitteet kummittelevat listalla vuosia. Yrityksemme saa esimerkiksi vuonna 2006 tekemämme yrityskaupan yhteydessä aktiivisista rekistereistä poistuneisiin yritysosoitteisiin edelleen jatkuvasti sähköistä suoramarkkinointia lukuisilta eri lähettäjiltä.

Vaikka voimassaolevassa lainsäädännössä edellytetään osoitelähteen merkitsemistä jokaiseen viestiin, tämä ei nykytilanteessa käytännössä toteudu - ainakaan niin, että yrityksen sähköpostiosoitteen sisältämältä osoitelistalta olisi tosiasiallisesti mahdollista poistua. Nykyisellään viesteissä luetellaan kaikki yksittäiset osoitelähteet, joilta massapostitukseen on osoitteita saatu ("yritys a oy, yritys b oy, yritys c oy, ylj") ja lisäksi usein osoitelähteitä ei käytännössä ole eritelty (esimerkiksi maininta "Internetin yleiset osoitelähteet" ei mielestämme ole riittävän yksiselitteinen).

Mielestämme sähköistä suoramarkkinointia **pitäisikin pyrkiä rajoittamaan**, sen sijaan että tässä lakiluonnoksessa aktiivinen sähköinen suoramarkkinointi sallitaan yhä enenevässä määrin - varsinkin yrityksille ja yhteisöille.

Tällä hetkellä useat yritykset ovat lähteneet kiertämään yksityishenkilöille osoitetun sähköpostimarkkinoinnin kieltoa siten, että selkeästi yksityishenkilöille (yksityiselämään) tarkoitettu markkinointi osoitetaan nyt yrittäjille ja yritysten sähköpostiosoitteisiin - joita kuitenkin lukevat ihmiset. Olen esimerkiksi itse saanut yrityksen viralliseen info@ -osoitteeseen mainontaa mm. kaapelitelevisiopaketista ja kukkakimppujen lähettämisestä äitienpäivänä; kumpikaan näistä esimerkeistä ei mitenkään liity yritystoimintaamme (ja yrityksillä harvoin on äitejä, joita muistaa).

Jonkinlaisen kuvan ongelman mahdollisesta tulevaisuuden skaalasta voi ehkä saada pienen ajatusleikin myötä:

Suomessa on nyt noin 322.000 yritystä. Jos oletetaan, että näistä yrityksistä 5% haluaa markkinoida tuotteitaan sähköpostilla muille yrityksille ja tekee tämän vain kerran vuodessa vastaanottajaa kohden, tulisi jokainen yrittäjä/yritys vastaanottamaan vuodessa 16000 sähköpostin verran pelkästään sallittua kotimaista markkinointia. Jos tämä viestimäärä jaetaan tasaisesti työpäiville, jokaisena vuoden työpäivänä yrittäjällä olisi poistettavanaan ainakin 60 markkinointiviestiä ja kahden viikon loman jäljiltä roskaa saisi poistaa ainakin 600 viestiä. Koska viestin otsikosta ei yleensä voi päätellä jonkin sähköpostin olevan suoramarkkinointia, pitää kaikki viestit ainakin päällisin puolin silmäillä ennen poistamista (ellei halua ottaa riskiä siitä, että oikea asiakkaalta/potentiaaliselta asiakkaalta tullut viesti päättyy myös vahingossa roskiin). Jos tällaiseen silmäilyyn arvioidaan kuluvan 5 sekuntia per viesti, kuluu tähän operaatioon vuodessa yritystä kohden noin 22 tuntia työaika. Kaikkien Suomen yritysten osalta puhuttaisiinkin jo yli 2400 henkilötyövuoden menetyksestä tässä kuvitteellisessa tilanteessa, jossa 5% yrityksistä markkinoi tuotteitaan sähköpostilla kerran vuodessa per vastaanottaja ja ei-toivottuja viestejä ei pystytä automaattisesti suodattamaan pois.

Vaikka sähköpostilla tapahtuvan suoramarkkinoinnin määrä ei vielä ole räjähtänyt käsiin (esimerkiksi me saamme päivittäin muutamia viestejä edellisen esimerkin 60 viestin sijaan), lainsäädäntöprosessin hitauden takia tilanteeseen pitäisi mielestämme vähintäänkin varautua nyt tietoyhteiskuntakaaren luomisen yhteydessä. Näin voitaisiin toimia esimerkiksi antamalla LVM:lle oikeus säädellä sähköisestä suoramarkkinoinnista tarkemmin asetuksella, jotta kotimaisen sähköisen suoramarkkinoinnin työaika tuhlauva vaikutus voidaan pitää hyväksyttävällä tasolla.

Sähköisen suoramarkkinoinnin haitallisuutta voidaan myös vähentää sillä, että viestit tehdään helpommin ohjelmallisesti tunnistettaviksi. Näin ne yritykset, jotka eivät halua käyttää työaikaansa kotimaisen sähköisen suoramarkkinoinnin käsittelyyn, pystyvät helposti suodattamaan viestit pois automaattisella prosessilla.

Ehdotammekin, että **vähintään** kaikkiin tämän lain mukaisiin suoramarkkinointisähköposteihin pitäisi lisätä viestin otsikkokentän (Subject) alkuun yleisen kansainvälisen käytännön mukaisesti teksti **[SPAM]**. Näin markkinointiviestit olisi helppo ohjelmallisesti erottaa muista kotimaisista viesteistä; ulkomainen roskaposti on helppo yli 90% tarkkuudella torjua ohjelmallisilla suodattimilla (esimerkiksi SpamAssassin), mutta suomenkieliset viestit ovat suodatusohjelmille hankalia. Ehdotamme myös, että suoramarkkinointisähköpostiviesteihin pitäisi lisätä erillinen otsaketietue (header), jossa kerrottaisiin kyseisen viestin osoitelähteen, oli kyseessä sitten yrityksen oma asiakasrekisteri tai kolmannelta osapuolelta ostettu valmis osoiterista (esimerkiksi: **X-Osoitelahde: Oy Yritys A Ab**) - näin tietyn ei-toivotun osoitelähteen suodattaminen olisi helpompaa. Luonnollisesti jokaisen viestin tekstiosassa (myös yritysosoitteisiin lähetetyissä viesteissä) pitäisi mainita sama tieto ko. viestin lähettämiseen käytetystä osoiterekisteristä sekä ohjeet osoitteen pysyvään poistamiseen tästä rekisteristä.

Lisäksi ehdotamme, että lain valmistelussa tulisi ottaa täyskäännös sähköisen suoramarkkinoinnin osalta ja kieltää kokonaan sähköinen suoramarkkinointi yksityishenkilöille ja yrityksille tapauksissa, joissa viestin vastaanottaja ei ole nimenomaisesti pyytänyt markkinointia tai markkinoinnille ei ole muuta hyväksyttävää perustetta, kuten esimerkiksi vielä voimassaoleva tai hiljattain päättynyt asiakassuhde. Markkinointisuostumusta ei saisi kysyä sähköpostilla ("hei, haluatko vastaanottaa meiltä markkinointia?") ja samoin valmiiden osoite- / suostumuslistojen myyminen/luovuttaminen pitäisi kieltää sellaisten toimijoiden välillä, jotka eivät ole osa samaa konsernia. Mahdollisesti pitäisi myös kieltää markkinoinnin lähettäminen yrityksen omalle markkinointirekisterilleen puhtaasti toisen yrityksen lukuun.

3. Määritelmistä (2§)

mm. lisäarvopalveluiden, mainonnan, sijaintitiedon, telepäätelaitteen, verkkopalvelun, viestintäpalvelun, viestintäverkkolaitteen, viestintäverkon, välitystiedon ja yhteisötilaajan määritelmässä viitataan "*viestiin*", jota ei kuitenkaan ole sen tarkemmin määritelty. Mielestämme olisi tärkeää asettaa minimivaatimukset sille, mitä voidaan pitää viestinä.

viestintäpalvelu on määritelty "...muodostuu kokonaan tai pääosin viestien siirtämisestä tai tarjolla pitämisestä viestintäverkossa...". Voidaanko sisällön julkaiseminen Internetissä (esimerkiksi yrityksen www-sivujen ylläpitäminen) katsoa viestien tarjolla pitämiseksi? Pitäisikö se katsoa?

yhteisötilaajan määritelmää tulisi tarkentaa. Nykyisen määritelmän perusteella ei ole mahdollista sanoa, onko esimerkiksi sähköpostiosoite stephen.elop@nokia.com suoramarkkinointirajoitusten arviointia varten yhteisötilaajan vai luonnollisen henkilön osoite.

teleyrityksen määritelmässä viitataan "*yleiseen teletoimintaan*", mutta sitä ei kuitenkaan ole määritelty erikseen.

teleyritys on määritelty melko laveasti, mikä aiheuttaa mielenkiintoisia tilanteita useiden muiden pykälien kohdalla - esimerkiksi tässä lausunnossa seuraavana tulevan 3§ laaja-alaisuus (ja sen mukanaan tuovat ongelmat) johtuvat suoraan teleyrityksen määritelmästä.

Voiko yhden miehen yritys, joka tarjoaa sähköpostipalvelua ennalta rajaamattomalle käyttäjäpiirille ja jolla on yksi asiakas, olla tämän määritelmän mukaisesti teleyritys? Tulisiko sen olla?

Onko suuryritys, joka itse ylläpitää omilla palvelimillaan omia julkisia kotisivujaan myös samalla teleyritys, koska he pitävät kotisivuillaan olevia viestejä tarjolla ennalta rajaamattomalle käyttäjäpiirille? Entä jos heillä on kotisivuillaan myös kaikille avoin jälkimoderoitu keskustelufoorumi?

4. Verkkopalvelun katkaisemista (3§)

3§:n lopussa edellytetään, että verkko-operaattori tulee antaa Viestintävirastolle ennakoilmoitus toisen teleyrityksen palveluiden katkaisemisesta vähintään neljää viikkoa etukäteen. Valitettavasti teleyrityksen määritelmä on hyvin laaja.

Ennakoilmoituksen antaminen on perusteltu vaatimus ainakin isoimpien matkapuhelin-, puhelin- ja Internet-operaattoreiden ollessa kohteena, mutta mielestämme tässä pykälässä kannattaisi tarkemmin rajata, minkälaisesta palveluyrityksestä täytyy olla kyse ja/tai minkälaista teleoperaattoritoimintaa kyseisen palveluyrityksen tulee harjoittaa (esimerkiksi määrittelemällä minimiraja, kuinka moneen tilaajaan/käyttäjään katkaisun pitää vaikuttaa).

Tulkitsemme nykyistä 3§ muotoilua siten, että myös esimerkiksi muutamaa asiakasta sähköposti- ja kotisivupalveluissa palveleva ns. "nakkioskioski" saisi saman kohtelun kuin alan suurin toimija Suomessa, näin Internet-operaattoreille tulisi näiden asiakkaiden kohdalla merkittävästi hankalammaksi tilapäisesti sulkea palveluita esimerkiksi maksamattomien laskujen takia - tämä tuskin on ollut lain tarkoitus?

5. Yhteenliittämisestä (59§ - 65§)

Yhteenliittämiskohta on ilmeisesti perua vanhoista puhelinverkon yhteenliittämistä sääntelivästä pykälästä, mutta nyt se on yritetty kirjoittaa teknologia- ja verkkoneutraaliin muotoon. Mutta muutamassa pykälässä (62§, 65§) kuitenkin puhutaan vielä spesifisesti puhelinverkkojen yhteenliittämisestä

Yhteenliittämispöytäkirjojen teknologia- ja verkkoneutraali lähestymistapa voi aiheuttaa mielenkiintoisia vaikutuksia esimerkiksi Internet-operaattoreiden keskinäiselle Internet-liikenteen yhteenliittämiselle (tapahtuupa yhteenliittäminen julkisessa yhteyspisteessä, kuten esim. Ficix tai Trex, tai ns. private peeringinä kahden teleyrityksen välillä). Nykyiselläänhan isoimmat teleyritykset eivät ole olleet halukkaita Internet-yhteenliittämiseen omaa kokoaan pienempien toimijoiden kanssa - ja täten joidenkin operaattoreiden Internet-liikenne esimerkiksi Soneran verkkoon on voinut tarkoituksellisesti kiertää Tukholman kautta.

Mielestämme mahdollisimman laaja-alainen Internet-yhteenliittäminen on hyvä asia kotimaisen Internetin toimivuudelle. Teknologianeutraalit yhteenliittämispöytäkirjat ovat mielestämme askel oikeaan suuntaan ja Viestintäviraston tulisi seurata yhteenliittämisen toteutumista myös Internet-liikenteen osalta, mielestämme kotimaisen IP-liikenteen (jossa lähde ja kohde sijaitsevat Suomessa) tulisi poikkeustilanteita lukuunottamatta pysyä aina maan sisäisenä.

6. Vähimmäisnopeuden riittämättömyydestä laajakaistan laatukriteerinä (86§, 108§, 110§)

Useassa lakiluonnoksen pykälässä asetetaan laajakaistayhteydelle teknisiä vähimmäisvaatimuksia (86§, 108§, 110§), mutta teknisenä vähimmäisvaatimuksena pidetään näissä kaikissa kohdissa pelkästään tiedon latausnopeutta Internetistä päätelaitteeseen päin.

Useissa käyttötavoissa, kuten esimerkiksi Internet-puhelut ja videopuhelut (Skype, jne), videoneuvottelut (mm. Danske Bank on hiljattain tuotteistanut etäneuvottelun kuluttaja-asiakkailleen), reaaliaikaiset moninpelit (World of Warcraft, GuildWars, EVE Online, jne) siirtonopeutta tärkeämpi yhteyden laatukriteeri on latenssi ja erityisesti sen muutos (ns. "jitter"). On täysin mahdollista toteuttaa suuren latausnopeuden laajakaistaliittymä, jonka käyttäminen esimerkiksi verkkopeleihin tai videoneuvotteluun on kuitenkin käytännössä mahdotonta.

Ehdotammekin, että tietoyhteiskuntakaaren valmistelutyön yhteydessä yleispalvelun laajakaistaliittymille asetetaan myös muita vaadittavia laatumetriikoita, kuten esimerkiksi latenssi ja/tai jitter sekä tarkoituksenmukaiselle taholle annetaan mahdollisuus asetuksella määrätä näiden metriikoiden vähittäisvaatimuksista. Muutenkin lain niissä kohdissa, joissa puhutaan laajakaistayhteyden laadusta pelkästään latausnopeuden osalta, otettaisiin tarkasteluun myös näitä muita olennaisia metriikoita, kuten latenssi ja/tai jitter.

Tampereella 13.5.2013,

MMD Networks Oy puolesta

Juha Suhonen
juha.suhonen@mmd.net

Ari Saastamoinen
ari.saastamoinen@mmd.net