



HYVÄ TIETÄÄ

6/2006

TIETOSUOJA SUORAMARKKINOINNISSA

Tietosuojavaltuutetun tehtävänä on antaa henkilötietojen käsittelyä koskevaa ohjausta ja neuvontaa. Tämä esite sisältää käyttöönnne tietosuojavaltuutetun neuvontaa otsikkoasiassa. Tutustukaa myös muihin julkaisuihimme ja kotisivuumme internetissä.

TIETOSUOJAVALTUUTETUN TOIMISTO

POSTIOSOITE:
PL 315
00181 HELSINKI

KÄYNTIOSOITE:
Albertinkatu 25
3. kerros

PUHELIN:
010 36 66700 / vaihde
0100 86205 ja 010 36 16670 / neuvonta:
MA-TO klo 9 – 11 ja 13 – 15, PE klo 9 – 12
Operaattoreiden puhelumaksut, kts. kotisivumme

TELEFAX:
010 36 66735
www.tietosuoja.fi

SISÄLLYS:

1. Johdanto	
2. Suoramarkkinointi puhelinsoiton ja kirjeen välityksellä yksityishenkilölle.....	3
2.1. Kielto-oikeus suoramarkkinoinnissa	4
2.2. Osoitelähteen ilmoittaminen suoramarkkinoinnissa	4
3. Sähköinen suoramarkkinointi yksityishenkilölle.....	4
3.1. Pääsääntönä ennakkosuostumus.....	4
3.2. Milloin ennakkosuostumusta ei kuitenkaan tarvita?.....	5
3.3. Suoramarkkinoinnin kohdistaminen ns. työ sähköpostiosoitteisiin.....	7
4. Suoramarkkinointi yhteisölle.....	7
5. Sähköisen suoramarkkinoinnin tunnistaminen ja suoramarkkinointiviestin sisältö.....	7
6. Sähköisen suoramarkkinoinnin ja asiakasviestinnän ero.....	8
7. Suoramarkkinointirekistereiden perustaminen ja niihin liittyvät ilmoitukset tietosuojavaltuutetulle.....	9
7.1. Suoramarkkinointirekisterityypit.....	9
7.2. Suoramarkkinointirekistereistä tietosuojavaltuutetulle tehtävät ilmoitukset ...	12
8. Henkilötietojen luovuttaminen suoramarkkinointitarkoituksiin.....	12
9. Toimintaohjeita suoramarkkinoinnin harjoittajalle ja suoramarkkinoinnin vastaanottajalle....	13
9.1. Suoramarkkinoinnin harjoittajan näkökulma.....	13
9.2. Suoramarkkinoinnin vastaanottajan näkökulma.....	13
10. Lainsäädäntöä	15

- Liitteet:**
- Mallilomakkeet asioiden vireille saattamiseksi tietosuojavaltuutetun toimistossa
 - Liite 1: Yleinen tiedustelu
 - Liite 2: Toimenpidepyyntö
 - Liite 3: Toimenpidepyyntö ei-toivotusta sähköisestä suoramarkkinoinnista

1. Johdanto

Tämän oppaan tarkoituksena on antaa yleiskäsitys suoramarkkinoinnin harjoittamiseen liittyvästä henkilötietojen käsittelystä. Opas sisältää ohjeita niin suoramarkkinointia suunnittelevalle kuin suoramarkkinointia vastaanottaneelle, joka haluaa arvioida markkinoinnin lainmukaisuutta.

Opas käsittelee suoramarkkinoinnin harjoittamista lähinnä henkilötietolain (Hetil, 523/1999) ja sähköisen viestinnän tietosuojalain (516/2004) näkökulmasta¹. Oppaan sisältö koostuu em. laeista, niitä koskevista hallituksen esityksistä, tietosuojavaltuutetun kannanotoista ja oikeuskirjallisuudessa esitetystä. Tietosuojavaltuutettu valvoo ja ohjaa henkilötietolakiin ja sähköisen viestinnän tietosuojalakiin sisältyvien suoramarkkinointisäännösten noudattamista. Suoramarkkinointia suunniteltaessa tulee kuitenkin aina huomioida toimintaa säätelevä lainsäädäntö kokonaisuudessaan ja näin ollen myös kuluttajansuojalaki (38/1978) sekä muu mahdollinen erityislainsäädäntö. Kuluttajavirasto/kuluttaja-asiamies (www.kuluttajavirasto.fi) valvoo kuluttajansuojalain noudattamista.

SUORAMARKKINOINNIN PELISÄÄNNÖT PÄHKINÄNKUORESSA

Yksityishenkilölle kohdistettavan suoramarkkinoinnin sallittavuuden osalta on olemassa kahdenlaisia tilanteita: tilanteita, joissa suoramarkkinointia saa harjoittaa, jollei henkilö ole sitä kieltänyt ja tilanteita, joissa suoramarkkinoinnin harjoittamiseen tarvitaan henkilön ennalta antama suostumus. Ns. perinteistä eli puhelinoiton tai kirjeen avulla toteutettua suoramarkkinointia saa harjoittaa, ellei henkilö ole tätä kieltänyt. Sähköisen eli esim. tekstiviestin tai sähköpostin avulla toteutetun suoramarkkinoinnin harjoittamiseen taas tarvitaan pääsääntöisesti vastaanottajan ennalta antama suostumus.

Yhteisölle eli esim. yritykselle saa kohdistaa sähköistä suoramarkkinointia ellei tämä ole sitä nimenomaisesti kieltänyt. Henkilötietojen käsittelyä koskeva lainsäädäntö ei säätele yhteisölle puhelinoiton tai kirjeen avulla kohdistettua suoramarkkinointia.

Suoramarkkinoinnin harjoittamiseen liittyy usein henkilötietojen käsittelyä. Henkilötietolaki säätelee yleislakina henkilötietojen käsittelyä, ja suoramarkkinoinnin harjoittajan tulee huomioida myös se toiminnassaan.

Henkilötiedolla tarkoitetaan kaikenlaisia luonnollista henkilöä taikka hänen ominaisuuksiaan tai elinolosuhteitaan kuvaavia merkintöjä, jotka voidaan tunnistaa häntä tai hänen perhettään tai hänen kanssaan yhteisessä taloudessa eläviä koskeviksi. Esim. nimet, sähköpostiosoitteet ja puhelinnumerot ovat henkilötietoja. Rekisteröity on henkilö, jonka henkilötietoja käsitellään. Rekisterinpitäjä (esim. yritys) käsittelee näitä tietoja.

2. Suoramarkkinointi puhelinoiton ja kirjeen välityksellä yksityishenkilölle

Yksityishenkilölle saa kohdistaa puhelinoiton tai kirjeen avulla toteutettua suoramarkkinointia ellei hän ole kieltänyt henkilötietojensa käsittelyä tässä tarkoituksessa. Tämä periaate tunnetaan nimellä opt-out.

¹ Henkilötietolain 19 § ja sähköisen viestinnän tietosuojalain 7 luku (26 §-29 §) on löydettävissä kokonaisuudessaan esitteen kohdasta 10.

2.1. Kielto-oikeus suoramarkkinoinnissa

Henkilötietolain 30 §:n mukaan rekisteröidyllä on oikeus kieltää rekisterinpitäjää käsittelemästä häntä itseään koskevia tietoja mm. suoramainontaa, etämyyntiä ja muuta suoramarkkinointia varten. Henkilötietolain 30 §:ään perustuva, henkilötietojen käsittelyä suoramarkkinoinnissa koskeva kieltö on ns. yleiskieltö eli se koskee kaikilla (myös sähköisillä) välineillä toteutettua suoramarkkinointia. Kielto koskee siis henkilötietojen käsittelyn tarkoitusta.

Jotta henkilö voisi halutessaan käyttää henkilötietolain 30 §:ään perustuvaa oikeuttaan kieltää suoramarkkinointi, hänen tulee tietää, että 1) hänen henkilötietojaan voidaan käsitellä (esim. käyttää tai luovuttaa) suoramarkkinointitarkoituksissa ja että 2) hänellä on halutessaan oikeus kieltää tämä.

Jos esim. yritys aikoo harjoittaa suoramarkkinointia, sen tulee etukäteen suunnitella suoramarkkinointiin liittyvä henkilötietojen käsittely mm. sen varmistamiseksi, että informointiin liittyvä velvoite tulee toteutetuksi. Henkilörekisterissä olevia tietoja ei saa käsitellä suoramarkkinoinnissa, jos rekisteröity ei edellä esitellyllä tavalla tiedä tästä käsittelystä ja hänellä olevasta kielto-oikeudesta.

Suoramarkkinointiin liittyvää kielto-oikeutta voidaan käyttää eri laajuuksissa. Henkilö voi siis halutessaan kieltää kaiken henkilötietojen käsittelyn suoramarkkinointitarkoituksissa tai rajata kiellon koskemaan vain. esim. tietojen luovuttamista suoramarkkinointitarkoituksiin.

Suoramarkkinointikiellon ilmoittamisesta ei saa periä erillistä maksua. Kiellon ilmoittaminen saa tulla maksamaan esim. puhelinsoiton tai kirjeen lähettämisen aiheuttaman perusmaksun.

2.2. Osoitelähteen ilmoittaminen suoramarkkinoinnissa

Henkilötietolain 25 §:n 3 momentin mukaan suoramainoksessa, etämyynnissä ja muussa suoramarkkinoinnissa sekä markkina- ja mielipidetutkimuksen kyselyssä ja muussa näihin rinnastettavassa osoitteellisessa lähetyksessä, jota varten henkilön nimi- ja yhteystiedot on hankittu henkilörekisteristä, on ilmoitettava tiedonhankinnassa käytetyn henkilörekisterin nimi, rekisterinpitäjä ja tämän yhteystiedot. Puhelinmyynnissä vastaavat tiedot on annettava pyynnöstä.

3. Sähköinen suoramarkkinointi yksityishenkilölle

3.1. Pääsääntönä ennakkosuostumus

Sähköistä suoramarkkinointia saa pääsääntöisesti kohdistaa vain sellaisiin yksityishenkilöihin, jotka ovat antaneet siihen ennalta suostumuksensa (ns. opt-in -periaate). Ennakkosuostumuksen vaatimuksesta on säädetty sähköisen viestinnän tietosuojalain 26 §:n 1 momentissa. Sähköisellä suoramarkkinoinnilla tarkoitetaan seuraavien välineiden tai niiden yhdistelmien avulla toteutettua suoramarkkinointia:

- sähköpostiviesti
- tekstiviesti
- puheviesti
- ääniviesti
- kuvaviesti
- telekopiolaite
- automatisoitu soittojärjestelmä

Sähköiselle suoramarkkinoinnille annetun suostumuksen tulee olla vapaaehtoinen, yksilöity ja tietoinen tahdon ilmaisu. Käytännössä tämä merkitsee, että suostumusta pyydettyä henkilöille tulee antaa riittävän yksityiskohtainen informaatio suoramarkkinoinnista, jota hänelle tulitisiin kohdistamaan. Suostumustaan antavan henkilön tulee siis tietää, mihin hän suostuu.

Mahdollisuus kieltää sähköisen suoramarkkinoinnin kohdistaminen itseensä ei merkitse suostumuksen antamista. Suostumuksen pyytämiseen liittyvien menettelytapojen tulee siis olla sellaisia, että henkilö nimenomaan aktiivisesti valitsee/hyväksyy sähköisen suoramarkkinoinnin harjoittamisen.

Sähköiselle suoramarkkinoinnille annettu suostumus on milloin tahansa peruutettavissa. Näin ollen se ei ole sopimusehto.

Sähköiseen suoramarkkinointiin tarvittavan suostumuksen pyytämisessä voidaan noudattaa ohjeita, joita tietosuojavaltuutetun toimiston opas ”Henkilötietojen käsittely suostumuksen perusteella” sisältää (ks. <http://www.tietosuoja.fi/12822.htm>).

3.2. Milloin ennakkosuostumusta ei kuitenkaan tarvita?

Sähköisen suoramarkkinoinnin kohdistamiseen yksityishenkilölle ei aina tarvita hänen ennalta antamaansa suostumusta. Sähköisen viestinnän tietosuojalain 26 §:n 3 momentissa on säädetty seuraavaa mahdollisuudesta poiketa ennakkosuostumusta koskevasta vaatimuksesta:

Jos palvelun tarjoaja tai tuotteen myyjä saa asiakkaana olevalta luonnolliselta henkilöltä sähköpostiviestiin, tekstiviestiin, puheviestiin, ääniviestiin tai kuvaviestiin liittyvän yhteystiedon tuotteen tai palvelun myynnin yhteydessä, sama palvelun tarjoaja tai tuotteen myyjä voi sen estämättä, mitä 1 momentissa säädetään, käyttää tätä yhteystietoa omien samaan tuoteryhmään kuuluvien tai muuten vastaavien tuotteiden ja palvelujen suoramarkkinoinnissa. Palvelun tarjoajan tai tuotteen myyjän on annettava asiakkaana olevalle luonnolliselle henkilölle mahdollisuus ilman erillistä maksua ja helposti kieltää yhteystiedon käyttö tiedon keräämisen ja jokaisen sähköpostiviestin, tekstiviestin, puheviestin, ääniviestin ja kuvaviestin yhteydessä. Palvelun tarjoajan tai tuotteen myyjän on selkeästi tiedotettava kieltomahdollisuudesta.

Ennakkosuostumusta sähköisen suoramarkkinoinnin kohdistamiseen yksityishenkilölle ei siis tarvita kaikkien seuraavien edellytysten täytyessä:

- 1. Palvelun tarjoaja tai tuotteen myyjä saa asiakkaana olevalta luonnolliselta henkilöltä sähköpostiviestiin, tekstiviestiin, puheviestiin, ääniviestiin tai kuvaviestiin liittyvän yhteystiedon tuotteen tai palvelun myynnin yhteydessä ja käyttää tätä yhteystietoa omien samaan tuoteryhmään kuuluvien tai muuten vastaavien tuotteiden ja palvelujen suoramarkkinoinnissa.**

Tietosuojavaltuutetun käsityksen mukaan palvelun tarjoaja tai tuotteen myyjä saa kuluttaja-asiakkaalta sähköiseen välineeseen (esim. tekstiviestiin tai sähköpostiin) liittyvän yhteystiedon tuotteen tai palvelun myynnin yhteydessä silloin, kun asiakas ostaa tavaran tai palvelun kyseistä välinettä/kommunikointitapaa käyttäen. Jotta kuluttaja-asiakkaalle voitaisiin kohdistaa suoramarkkinointia tekstiviestin välityksellä ilman ennakkosuostumusta, hänen tulee ostaa tuote tai palvelu tekstiviestin välityksellä. Jos asiakas tekee tilauksensa esim. kirjeen välityksellä ja ilmoittaa tässä kirjeessä puhelinnumerosa ja sähköpostiosoitteensa, myyjä ei tällöin saa näitä yhteystietoja sähköisen viestinnän tietosuojalain 26 §:n 3 momentissa tarkoitettulla tavalla. (Ks. Helopuro – Perttula – Ristola: Sähköisen viestinnän tietosuoja, s. 171. Jyväskylä 2004)

Käsitteen ”oma samaan tuoteryhmään kuuluva tai muuten vastaava tuote tai palvelu” sisältöä ei ole laissa määritelty. Samankaltaisuutta arvioitaessa otetaan huomioon kulloinkin kyseessä olevan liiketoiminta-alueen erityispiirteet ja sen vakiintuneet tulkinnat. Tuotteen tai palvelun toimittamiskanava ei ratkaise samankaltaisuutta. Esim. kaikki tekstiviestin välityksellä toimitettavat palvelut eivät automaattisesti ole sähköisen viestinnän tietosuojalain 26 §:n 3 momentissa tarkoitettulla tavalla samankaltaisia. Samankaltaisuutta määrittää palvelun sisältö tai tuotteen käyttötarkoitus, ei ostotapahtumassa tai palvelun toimittamisessa käytetty väline.

- 2. Palvelun tarjoaja tai tuotteen myyjä antaa asiakkaana olevalle luonnolliselle henkilölle mahdollisuuden ilman erillistä maksua ja helposti kieltää yhteystiedon käyttö suoramarkkinoinnissa 1) tiedon keräämisen ja 2) jokaisen sähköpostiviestin, tekstiviestin, puheviestin, ääniviestin ja kuvaviestin yhteydessä.**

Yhteystietoja hankittaessa asiakkaalle on ilmoitettava selkeällä ja erottuvalla tavalla niiden edelleen käytöstä suoramarkkinointiin. Myös kieltomahdollisuudesta on tiedotettava selkeästi. Palvelun tarjoajan ja tuotteen myyjän tulee toteuttaa sähköinen viestintäpalvelu siten, että jo tilatessaan tuotteen tai palvelun asiakas voi kieltää yhteystietojensa käytön suoramarkkinointiin.

- 3. Henkilötietoja (esim. puhelinnumeroita ja sähköpostiosoitteita) käsiteltäessä huomioidaan myös henkilötietolain toiminnalle asettamat vaatimukset esim. informointivelvollisuuden osalta. Henkilötietolain 24 §:ssä säädetään informoinnista mm. seuraavaa:**

Rekisterinpitäjän on henkilötietoja kerätessään huolehdittava siitä, että rekisteröity voi saada tiedon rekisterinpitäjästä ja tarvittaessa tämän edustajasta, henkilötietojen käsittelyn tarkoituksesta sekä siitä, mihin tietoja säännönmukaisesti luovutetaan, samoin kuin ne tiedot, jotka ovat tarpeen rekisteröidyn oikeuksien käyttämiseksi asianomaisessa henkilötietojen käsittelyssä. Tiedot on annettava henkilötietoja kerättäessä ja tallettaessa tai, jos tiedot hankitaan muualta kuin rekisteröidyltään itseltään ja tietoja on tarkoitus luovuttaa, viimeistään silloin kun tietoja ensi kerran luovutetaan.

Henkilötietolaissa ja sähköisen viestinnän tietosuojalaissa informointivelvollisuudesta säädetty merkitsee käytännössä sitä, että asiakasrekisteriin tms. rekisteröidyn henkilön, jolle aiotaan kohdistaa sähköistä suoramarkkinointia sähköisen viestinnän tietosuojalain 26 §:n 3 momentin nojalla ilman ennakkosuostumusta tulee tietää siitä, että

- 1) hänet on rekisteröity ko. rekisteriin eli hän on asiakas,
- 2) hänen tietojansa voidaan käyttää sähköisessä (esim. tekstiviestin avulla toteutetussa) suoramarkkinoinnissa ja että
- 3) hänellä on halutessaan oikeus kieltää ko. markkinoinnin kohdistaminen itseensä.

HUOMAA, ETTÄ...

Telekopiolaite ja automatisoitu soittojärjestelmä eivät kuulu sähköisen viestinnän tietosuojalain 26 §:n 3 momentin poikkeussäännöksen piiriin eli niiden avulla toteutettuun suoramarkkinointiin tarvitaan aina yksityishenkilön ennakkosuostumus.

3.3. Suoramarkkinoinnin kohdistaminen ns. työsähköpostiosoitteisiin

Yksittäisen työntekijän työsähköpostiosoitteen osalta lähtökohtana on, että osoite on luonnollisen henkilön eli yksityishenkilön osoite. Silloin, kun esim. yrityksen domain-nimeen perustuvaa henkilökohtaista sähköpostiosoitetta (esim. etunimi.sukunimi@yritys.fi) käytetään suoramarkkinoinnissa, vastaanottajaa pidetään luonnollisena henkilönä ellei markkinointia ole kohdennettu henkilölle hänen työtehtäviensä perusteella.

Ellei markkinointia ole kohdennettu vastaanottajalle hänen työtehtäviensä perusteella, viestin lähettämiseen ns. työsähköpostiosoitteeseen tarvitaan lähtökohtaisesti vastaanottajan ennakolta antama suostumus siten, kuin sähköisen viestinnän tietosuojalain 26 §:n 1 momentissa säädetään. Yhteisölle (esim. yritykselle) suunnatun suoramarkkinoinnin tulee kohdistua yritykseen tai sulkea selkeästi pois kuluttajat viestinnän kohteena.

Ilman ennakkosuostumusta on mahdollista lähettää esim. yrityksen toimistotarvikehankinnoista vastaavan työntekijän työosoitteeseen sähköposti, jossa mainostetaan yrityksen käyttöön ajateltuja toimistotarvikkeita.

Oppaan kohdassa 7.1. on käsitelty tarkemmin mm. sellaisen henkilörekisterin perustamista, jota käsitellään työtehtäviin liittyvän informaation lähettämiseen.

4. Suoramarkkinointi yhteisölle

Sähköistä suoramarkkinointia yhteisölle (esim. yritykselle, yhdistykselle tai viranomaiselle) saa harjoittaa, jollei tämä ole sitä nimenomaisesti kieltänyt. Tästä on säädetty sähköisen viestinnän tietosuojalain 27 §:ssä.

Yhteisölle on kuitenkin annettava mahdollisuus helposti ja ilman erillistä maksua kieltää yhteystietojensa käyttö jokaisen suoramarkkinointitarkoituksessa lähetetyn sähköpostiviestin, tekstiviestin, puheviestin, ääniviestin ja kuvaviestin yhteydessä. Suoramarkkinointia harjoittavan on selkeästi tiedotettava kieltomahdollisuudesta.

Henkilötietolaki ja sähköisen viestinnän tietosuojalaki eivät säädi puhelinsoiton avulla oikeushenkilölle (esim. yritykselle) kohdistettavasta suoramarkkinoinnista.

Sähköisen suoramarkkinoinnin kohdistamista ns. työsähköpostiosoitteisiin on käsitelty oppaan kohdassa 3.3.

5. Sähköisen suoramarkkinoinnin tunnistaminen ja suoramarkkinointiviestin sisältö

Suoramarkkinointiin tarkoitettu sähköpostiviesti, tekstiviesti, puheviesti, ääniviesti ja kuvaviesti on voitava sitä vastaanotettaessa selvästi ja yksiselitteisesti tunnistaa markkinoinniksi. Tästä on säädetty sähköisen viestinnän tietosuojalain 28 §:ssä.

Suoramarkkinointiviestin tulee olla sellainen, että se voidaan mahdollisimman varhaisessa vaiheessa tunnistaa suoramarkkinointiviestiksi. Sähköpostiviestin ollessa kyseessä ns. viestin otsikko voidaan laatia siten, että viesti tunnistetaan sen avulla suoramarkkinoinniksi. Otsikkona voi olla esim. ”Mainos”. Jos tekstiviestiin ei voida liittää samanlaista otsikkokenttää, kuin sähköpostiin, tekstiviestillä toteutettava suoramarkkinointi on voitava heti esim. sen sisällön perusteella tunnistaa suoramarkkinoinniksi.

Sellaisen suoramarkkinointiin tarkoitettujen sähköpostiviestin, tekstiviestin, puheviestin, ääniviestin ja kuvaviestin lähettäminen on kiellettyä jossa 1) peitetään tai salataan sen lähettäjän henkilöllisyys, jonka puolesta viesti on lähetetty ja jossa 2) ei ole voimassa olevaa osoitetta, johon vastaanottaja voi lähettää pyynnön siitä, että kyseinen viestintä lopetetaan.

Henkilötietolain 25 §:n 3 momentin mukaan suoramainoksessa, etämyynnissä ja muussa suoramarkkinoinnissa sekä markkina- ja mielipidetutkimuksen kyselyssä ja muussa näihin rinnastettavassa osoitteellisessa lähetyksessä, jota varten henkilön nimi- ja yhteystiedot on hankittu henkilörekisteristä, on ilmoitettava tiedonhankinnassa käytetyn henkilörekisterin nimi, rekisterinpitäjä ja tämän yhteystiedot.

6. Sähköisen suoramarkkinoinnin ja asiakasviestinnän ero

Yksityishenkilölle kohdistettua sähköistä suoramarkkinointia säädellään mm. sähköisen viestinnän tietosuojalaissa. Kyseinen laki säätelee mm. mahdollisuutta käyttää sähköistä viestintävälinettä (automatoitua soittojärjestelmää, telekopiolaitetta, sähköpostiviestiä, tekstiviestiä, puheviestiä, ääniviestiä ja kuvaviestiä) suoramarkkinoinnissa. Pääsääntöiseksi tilanteeksi on säädetty, että sähköisten viestintävälineiden avulla toteutettua suoramarkkinointia saa kohdistaa vain sellaisiin kuluttajiin, jotka ovat antaneet siihen ennalta suostumuksensa.

Sähköisen viestinnän tietosuojalakia koskevassa hallituksen esityksessä on todettu, että markkinoinnin käsite on määritelty kuluttajansuojalaissa. Kuluttajansuojalain 2 luvun 1 a §:ssä säädetään puolestaan mm., että markkinoinnista on käytävä selkeästi ilmi sen kaupallinen tarkoitus. Kuluttajille suunnatulla sähköisellä suoramarkkinoinnilla tarkoitetaan siis kaupallista markkinointia, jolla pyritään esim. hyödykkeen myynnin edistämiseen.

Sähköisen viestinnän tietosuojalain hallituksen esityksen mukaan suoramarkkinointina ei pidetä asiakasviestintää, jonka tarkoituksena on asiakassuhteen hoitamiseksi tarvittava yhteydenpito ja joka ei sisällä markkinointia. Asiakasviestintänä hallituksen esityksessä mainitaan esim. viestintä, jossa asiakas saa tietoja valitsemansa palvelun tilanteesta, jatkuvuudesta tai muuttumisesta. Esimerkiksi, kun autokorjaamo ilmoittaa tekstiviestillä asiakkaalleen, että auto on noudettavissa huollon jälkeen, ei tällaista viestintää hallituksen esityksen mukaan olisi pidettävä suoramarkkinointina. Samaan viestiin ei kuitenkaan saa sisällyttää esimerkiksi mainosta auton varaosista.

Tietosuojavaltuutettu katsoo, että asiakassuhdeviestintä on toimintaa, joka perustuu 1) lakiin, 2) yrityksen asiakkaalta saamaan toimeksiantoon (tilaukseen) tai 3) palveluun, johon kiinteästi liittyy asiakkaalle suunnattava viestintä. Lakeja, joihin tarve viestiä asiakkaalle voi perustua, ovat esim. kuluttajansuojalaki ja henkilötietolaki. Perusteena voivat olla myös erityislait. Ominaista asiakassuhdeviestinnälle näin ollen on, että se tapahtuu lähinnä velvoitteesta (laista, sopimuksesta tai palvelun sisällöstä), joka on objektiivisesti havaittavissa.

Jos kuluttajalle kohdistetaan asiakasviestintää sähköisen viestintävälineen avulla, tulee viestin lähettäjän voida esittää perusteet menettelylleen eli esim. esittää lainkohta, johon velvoite tai tarve viestintään perustuu.

Henkilötietolain 30 §:ssä säädetään rekisteröidyn oikeudesta kieltää henkilötietojensa käsittely mm. suoramainontaa, etämyyntiä ja muuta suoramarkkinointia varten. Em. kiello-oikeus koskee myös kuluttajalle asiakassuhteessa kohdistettua suoramarkkinointia. Henkilötietolaki ja sähköisen viestinnän tietosuojalaki eivät kuitenkaan säädi kuluttajan oikeudesta kieltää asiakasviestintää. On kuitenkin huomioitava, että kuluttajan on mahdollista vaikuttaa itsensä ja rekisterinpitäjän väliseen perussuhteeseen, minkä seurauksena asiakasviestintä ei välttämättä ole enää perusteltua.

Henkilötietolain 24 § edellyttää, että rekisterinpitäjän (esim. yrityksen, jolla on asiakasrekisteri), on henkilötietoja kerätessään huolehdittava siitä, että rekisteröity voi saada tiedon mm. henkilötietojen käsittelyn tarkoituksesta. Tietosuojavaltuutettu suosittelee, että jos yrityksen on tarkoitus kohdistaa kuluttajalle sähköistä asiakasviestintää, kuluttajaa informoidaan tästä.

Siltä osin kun on kyse kuluttajansuojalain soveltamisesta, Kuluttajaviraston/kuluttaja-asiamiehen toimivaltaan kuuluu arvioida, missä viestissä on kyse asiakasviestinnästä ja missä taas suoramarkkinoinnista. Viime kädessä tuomioistuimet ratkaisevat asian.

Jos kuluttajalle kohdistetaan sähköisellä välineellä viesti, joka sisältää sekä asiakasviestintää että suoramarkkinointia, tulee tällaisen viestin lähettämisessä huomioida sähköisen suoramarkkinoinnin lähettämiselle asetetut vaatimukset. Sähköisen viestinnän tietosuojalain suoramarkkinointisäännöksiä ei sovelleta asiakasviestintään, johon ei liity suoramarkkinointia.

7. Suoramarkkinointirekistereiden perustaminen ja niihin liittyvät ilmoitukset tietosuojavaltuutetulle

7.1. Suoramarkkinointirekisterityypit

Henkilötietolain 8 § mahdollistaa suoramarkkinointirekisterin perustamisen rekisteröityjen suostumuksella tai yrityksen asiakasrekisterin tietojen käsittelyn myös asiakkaille kohdistettavassa suoramarkkinoinnissa. Henkilötietolain 19 § säättää muista edellytyksistä, joilla suoramainontaan, etämyyntiin tai muuhun suoramarkkinointiin taikka muihin näihin rinnastettaviin osoitteellisiin lähetyksiin käytettävään henkilörekisteriin saa kerätä ja tallettaa henkilötietoja. Henkilötietolain 19 § säättää tietojen keräämisestä ns. kampanjaluonteiseen suoramarkkinointirekisteriin, pysyvään suoramarkkinointirekisteriin sekä rekisteriin, jossa on tietoja rekisteröidyn tehtävistä ja asemasta elinkeinoelämässä tai julkisessa tehtävässä ja jota käytetään hänen työtehtäviinsä liittyvän informaation lähettämiseen.

Henkilötietolain 30 §:ään perustuvaa oikeutta kieltää suoramarkkinointi on käsitelty tarkemmin oppaan kohdassa 2.1.

Seuraavassa on käsitelty erikseen kutakin em. rekisterityyppiä:

1) Suostumukseen perustuva suoramarkkinointirekisteri (HetiL 8.1.1. §)

Rekisterinpitäjä voi muodostaa suoramarkkinointirekisterin suostumuksiin perustuen eli niin, että rekisteröidyt henkilöt antavat suostumuksensa tietojensa tallettamiseen ja käsittelyyn tällaisessa rekisterissä. Käytännössä henkilötietoja voidaan kerätä suostumukseen perustuen esim. lomakkeilla erilaisissa tapahtumissa tai internetin välityksellä.

Tietosuojavaltuutetun toimiston oppaasta ”Henkilötietojen käsittely suostumuksen perusteella” on saatavissa lisätietoja ja käytännön ohjeita tilanteisiin, joissa henkilötietoja on tarkoitus alkaa käsitellä suostumuksen perusteella (ks. <http://www.tietosuoja.fi/12822.htm>).

Suostumuksen perusteella muodostetun suoramarkkinointirekisterin tietosisältöä määrittää henkilötietolain 9 §:ssä säädetty ns. tarpeellisuusvaatimus. Käsiteltävien henkilötietojen tulee siis olla ennalta määritellyn henkilötietojen käsittelyn tarkoituksen kannalta tarpeellisia. Edes suostumus ei oikeuta keräämään suoramarkkinointirekisteriin tarpeettomia henkilötietoja.

2) **Asiakasrekisterin tietojen käsittely suoramarkkinoinnissa** (HetiL 8.1.5. §)

Rekisterinpitäjä (esim. yritys) voi käsitellä asiakasrekisteriin talletettuja asiakkaidensa henkilötietoja myös heille kohdistettavassa suoramarkkinoinnissa, jos asiakkaat tietävät tästä käsittelyn tarkoituksesta ja heillä olevasta kielto-oikeudesta eivätkä he ole kieltäneet suoramarkkinointia. Yhdeksi asiakkaiden henkilötietojen käsittelyn tarkoitukseksi voidaan määritellä suoramarkkinointi – asiakassuhteen hoitoon voi kuulua myös asiakkaille kohdistettava suoramarkkinointi esim. uusista tuotteista tai palveluista.

Suoramarkkinointiin liittyvästä informoinnista voidaan huolehtia asiakassuhteen alkaessa samassa yhteydessä, kun asiakasta muutoinkin informoidaan henkilötietojen käsittelystä henkilötietolain 24 §:n edellyttämällä tavalla. Lisätietoja henkilötietolain 24 §:n mukaisesta informointivelvoitteesta on saatavissa tietosuojavaltuutetun toimiston oppaasta ”Henkilötietolain mukainen yleinen informointivelvollisuus 1.6.1999 lukien”, ks. <http://www.tietosuoja.fi/1970.htm>.

Kun asiakassuhde päättyy, päättyy pääsääntöisesti myös yrityksen oikeus asiakkaan henkilötietojen käsittelyyn. Jos yritys haluaa kohdistaa entiselle asiakkaalleen suoramarkkinointia asiakassuhteen päättyä, se voi siirtää asiakkaan henkilötietoja suoramarkkinointirekisteriinsä ennen niiden poistamista asiakasrekisteristä, jos se informoi asiakasta tästä suoramarkkinointikäsittelystä ja siihen liittyvästä kielto-oikeudesta eikä asiakas käytä kielto-oikeuttaan.

HUOMAATHAN, ETTÄ...

informointi on hyödyllistä. Huolehtimalla informointivelvoitteesta kasvatat asiakkaiden tai muiden rekisteröityjen luottamusta ja edistät myös liiketoiminnallisia tavoitteita.

3) **Kampanjarekisteri** (HetiL 19.1.1. §)

Henkilörekisteriin, jota käytetään ennakolta yksilöityyn ja kestoltaan lyhytaikaiseen suoramarkkinointitoimeen ja joka ei tietosisältönsä vuoksi vaaranna rekisteröidyn yksityisyyden suojaa, saa kerätä ja tallettaa henkilötietoja, jollei rekisteröity ole kieltänyt henkilötietojen tällaista keräämistä ja tallettamista.

Käytännössä kampanjarekisteri voi sisältää ensinnäkin samat henkilötiedot kuin jäljempänä kohdassa 4 esitelty ns. pysyvä suoramarkkinointirekisteri eli tiedot rekisteröidyn nimestä, arvosta tai ammatista, iästä, sukupuolesta ja äidinkielestä, yhden häneen liitettävän tunnistetiedon sekä yhteystiedot yhteydenottoa varten. Näiden lisäksi kampanjarekisteri voi sisältää muita sellaisia rekisteröityä koskevia tietoja, jotka ovat tarpeellisia kyseisen kampanjan toteuttamisessa. Kampanjarekisteri saa siis olla tietosisällöltään laajempi, kuin pysyvä suoramarkkinointirekisteri.

Ns. kampanjarekisteri saa olla käytössä vain sen aikaa, kun ko. markkinointitoimi kestää. Tämän jälkeen rekisterin tiedot tulee hävittää. Rekisterinpitäjän tulee etukäteen määritellä kampanjarekisterin tietojen säilytysaika.

4) Pysyvä suoramarkkinointirekisteri (HetiL 19.1.2. §)

Ns. pysyvään suoramarkkinointirekisteriin saa kerätä ja tallettaa henkilötietoja, jos rekisteri sisältää tiedot vain rekisteröidyn nimestä, arvosta tai ammatista, iästä, sukupuolesta ja äidinkielestä, yhden häneen liitettävän tunnistetiedon sekä yhteystiedot yhteydenottoa varten eikä rekisteröity ole kieltänyt henkilötietojen tällaista keräämistä ja tallettamista.

5) Rekisteri, jota käytetään työtehtäviin liittyvän informaation lähettämiseen (HetiL 19.1.3. §)

Tietoja, jotka koskevat henkilön tehtäviä ja asemaa elinkeinoelämässä tai julkisessa tehtävässä, saa kerätä ja tallettaa suoramarkkinointirekisteriin, jota käytetään hänen työtehtäviinsä liittyvän informaation lähettämiseen, ellei henkilö ole kieltänyt henkilötietojen tällaista keräämistä ja tallettamista.

Työtehtäviin liittyvän informaation lähettämistä voi olla esim. elinkeinoelämässä harjoitettava ns. business-to-business –markkinointi sekä virkamiehille tai luottamustehtävissä toimiville lähetettävä näihin tehtäviin liittyvä informaatio.

Kysymystä siitä, milloin ns. työsähköpostiosoitteeseen lähetetty suoramarkkinointiviesti on kohdistettu työntekijälle yksityishenkilönä ja milloin taas työntekijän edustamalle yhteisölle, on käsitelty tämän oppaan kohdassa 3.3.

Koska henkilötietolaki edellyttää luotettavien tietolähteiden käyttämistä ja virheettömien henkilötietojen käsittelyä, tulee käsiteltävän henkilötiedon (esim. työntekijän työsähköpostiosoitteen) olla julkaistu eli henkilötietoja ei voida luoda esim. yksinomaan päättelemällä ja olettamalla. Jos osoitetietoja luodaan yksinomaan päättelemällä ja olettamalla, tällöin ei pystytä varmistumaan tietojen virheettömyydestä, henkilön kielto-oikeuden toteutumisesta eikä henkilön oikeudesta tietää itseään koskevien tietojen käsittelystä. Toisaalta koska olemassa on myös toimintatapoja, jotka turvaavat rekisteröidyn oikeudet (esim. osoitetietoja on muutenkin saatavilla ja yhteisöt ilmoittavat niitä itse haluamallaan tavalla), ei yksinomaan päättelemällä ja olettamalla tapahtuvaa henkilötietojen luomista voida pitää asiallisesti perusteltuna.

Edellä mainituista syistä johtuen asiallisesti perusteltua ei ole myöskään puhelinnumeroiden sattumanvarainen generoiminen. Käytettäessä sattumanvaraisesti generoituja numeroita suoramarkkinoinnissa mahdollista on myös, että puheluita kohdistuu alaikäisille ja salaisiin numeroihin. Kansainvälisenkin tulkinnan mukaan myös puhelinnumero on henkilötieto, koska sen perusteella pystytään helposti selvittämään ko. numeron haltija.

MUISTA, ETTÄ...

Kaikista henkilörekistereistä tulee aina olla laadittuna henkilötietolain 10 §:n mukainen rekisteriseloste. Rekisteriselosteen mallipohja on löydettävissä tietosuojavaltuutetun toimiston internet-sivulta osoitteesta <http://www.tietosuoja.fi/2584.htm>. Rekisteriselosteen avulla voit suunnitella henkilötietojen käsittelyä ja suojaamista.

7.2. Suoramarkkinointirekistereistä tietosuojavaltuutetulle tehtävät ilmoitukset

Henkilötietolain 36 §:ssä säädetään ilmoitusvelvollisuudesta tietosuojavaltuutetulle. Pääsääntönä on, että kaikesta henkilötietojen automaattisesta eli atk:n avulla tapahtuvasta käsittelystä tulee tehdä rekisteri-ilmoitus tietosuojavaltuutetulle. Rekisteri-ilmoitusvelvollisuuteen on kuitenkin säädetty useita poikkeuksia.

Suoramarkkinointirekisteristä ei tarvitse tehdä tietosuojavaltuutetulle rekisteri-ilmoitusta, jos tiedot rekisteriin on kerätty rekisteröityjen suostumuksella tai jos on kyse asiakasrekisterin tietojen käsittelystä myös asiakkaille kohdistettavassa suoramarkkinoinnissa eli toisin sanoen edellä kohdassa 7.1. esitellyistä rekisterityypeistä 1 ja 2.

Jos suoramarkkinointirekisteri on perustettu henkilötietolain 19 §:n nojalla eli kyse on edellä esitellyistä rekisterityypeistä 3, 4 tai 5, tietosuojavaltuutetulle tulee tehdä rekisteri-ilmoitus. Rekisteri-ilmoitus tulee tehdä tietosuojavaltuutetulle riittävän ajoissa, kuitenkin viimeistään 30 päivää ennen henkilörekisteriin tallettaviksi aiottujen henkilötietojen keräämistä ja tallettamista.

Jos rekisterinpitäjä ulkoistaa suoramarkkinointirekisterin tietojen käsittelyn, tästä henkilötietojen käsittelyn ulkoistamisesta tulee tehdä rekisteri-ilmoitus tietosuojavaltuutetulle. Ulkoistamiseen liittyvä ilmoitusvelvollisuus koskee kaikkia edellä esiteltyjä rekisterityyppejä. Henkilötietojen käsittelyn ulkoistamista on esim. postitus- tai tietojenkäsittelypalvelujen teettäminen toimeksiantona. Henkilötietoja toimeksiannosta rekisterinpitäjän lukuun käsittelevän tulee puolestaan tehdä tietosuojavaltuutetulle toimintailmoitus.

Lisätietoja ilmoitusvelvollisuudesta ja ilmoitusten tekemisestä on saatavissa tietosuojavaltuutetun toimiston oppaasta ”Henkilötietolain mukainen ilmoitusvelvollisuus” (ks. <http://www.tietosuoja.fi/1971.htm>).

8. Henkilötietojen luovuttaminen suoramarkkinointitarkoituksiin

Yleisesti ottaen henkilörekisteriin talletettuja tietoja on mahdollista luovuttaa suoramarkkinointitarkoituksiin jos:

- 1) rekisteröity antanut tähän suostumuksensa tai
- 2) jos on ilmeistä, että rekisteröity tietää henkilötietojensa luovuttamisesta suoramarkkinointitarkoituksiin eikä hän ole kieltänyt tietojensa luovuttamista tai
- 3) jos oikeudesta luovuttaa tietoja on laissa säädetty.

Arkaluonteisia henkilötietoja saa luovuttaa suoramarkkinointitarkoituksiin vain rekisteröidyn nimenomaisella (kirjallisella) suostumuksella. Arkaluonteisia henkilötietoja ovat mm. ammattiliittoon kuulumista koskevat tiedot sekä tiedot, jotka kuvaavat henkilön terveydentilaa tai sairautta.

Viranomaisten henkilörekistereistä saa luovuttaa henkilötietoja suoramarkkinointia varten vain, jos rekisteröity on antanut siihen suostumuksensa tai jos luovuttamisesta on erikseen laissa säädetty. Asiasta on säädetty viranomaisten toiminnan julkisuudesta annetun lain (621/1999) 16 §:ssä.

Jos luovutuksena saatuja henkilötietoja on tarkoitus käyttää sähköisessä suoramarkkinoinnissa, luovutuksen saajan on huomioitava toiminnassaan sähköisen viestinnän tietosuojalain asettamat vaatimukset. Luovutuksena saatuja henkilötietoja ei siis esim. saa käyttää sähköisen suoramarkkinoinnin kohdistamiseen yksityishenkilölle ilman hänen ennalta antamaansa suostumusta.

9. Toimintaohjeita suoramarkkinoinnin harjoittajalle ja suoramarkkinoinnin vastaanottajalle

9.1. Suoramarkkinoinnin harjoittajan näkökulma

Menettelytapojen lainmukaisuuden varmistamiseksi ja ongelmatilanteiden välttämiseksi suoramarkkinoinnin harjoittajan näkökulmasta on keskeistä selvittää etukäteen lainsäädännön toiminnalle asettamat vaatimukset sekä suunnitella toiminta. Koska erityisesti yksityishenkilölle kohdistettavaan suoramarkkinointiin liittyy väistämättä aina henkilötietojen käsittelyä, myös henkilötietolainsäädännön asettamat vaatimukset tulee huomioida toiminnassa ja sen suunnittelussa.

Tutustu ennen suoramarkkinoinnin aloittamista tähän yleisiä ohjeita sisältävään oppaaseen sekä tarvittaessa muuhun tietosuojavaltuutetun toimiston ohjausaineistoon (ks. <http://www.tietosuoja.fi/27212.htm>). Ole tarvittaessa yhteydessä tietosuojavaltuutetun toimistoon tarkemmissa lisäkysymyksissä. Tietosuojavaltuutetun toimisto antaa rekisterinpitäjille henkilötietojen käsittelyä koskevaa ohjausta ja neuvontaa sekä valvoo henkilötietojen käsittelyä. Tietosuojavaltuutetun toimistolla on puhelinneuvontapalvelu, jossa voidaan antaa rekisterinpitäjille mm. yleistä ohjausta henkilötietojen käsittelystä ja suoramarkkinoinnin pelisäännöistä. Tietosuojavaltuutetulla ei kuitenkaan ole toimivaltaa antaa ennakkolupaa, ennakkohyväksyntää tms. jollekin toiminnalle, esim. suunnitellulle suoramarkkinointikampanjalle.

9.2. Suoramarkkinoinnin vastaanottajan näkökulma

Jos sinuun on kohdistettu suoramarkkinointia ja haluat saada tietoa tai arviota menettelyjen lainmukaisuudesta, voit toimia esim. seuraavasti:

- Selvitä osoitelähde, jota on käytetty suoramarkkinoinnin kohdistamisessa. Tiedustele osoitelähdettä suoramarkkinointipuhelun aikana tai etsi se saamastasi suoramarkkinointimateriaalista.
- Tiedustele suoramarkkinoinnin harjoittajalta perusteita markkinoinnin kohdistamiselle itseesi. Tästä oppaasta saat tietoa suoramarkkinoinnin pelisäännöistä. Pyri selvittämään mahdollinen ongelmatilanne ensi sijassa suoramarkkinoinnin harjoittajan kanssa. Suoramarkkinointiin liittyvän henkilötietojen käsittelyn tulee olla ennalta suunniteltua, ja suoramarkkinointia harjoittavan rekisterinpitäjän tulee olla valmis vastaamaan asiaa koskeviin rekisteröityjen kysymyksiin.
- Tarvittaessa voit saattaa asiasi tietosuojavaltuutetun toimiston käsiteltäväksi ja saada näin tietosuojavaltuutetulta neuvontaa tai arvion suoramarkkinoinnin lainmukaisuudesta.

Tietosuojavaltuutettu on henkilötietojen käsittelyä ohjaava, neuvova ja valvova viranomainen. Valtuutettu valvoo mm. henkilötietolain sekä sähköisen viestinnän tietosuojalakiin sisältyvien suoramarkkinointia koskevien säännösten noudattamista.

Tietosuojavaltuutetun toimiston puhelinneuvontaan soittamalla voi saada yleistä neuvontaa mm. suoramarkkinointiin liittyvissä kysymyksissä. Jos haluat saattaa asian vireille tietosuojavaltuutetun toimistossa, voit kirjoittaa vapaamuotoisen kirjeen tai hyödyntää toimiston valmiita mallilomakkeita (ks. <http://www.tietosuoja.fi/1582.htm> tai tämän oppaan liitteenä olevat mallilomakkeet). Huomioi kuitenkin, että tietosuojavaltuutettu on toimivaltainen käsittelemään tapauksia, joihin sovelletaan Suomen lainsäädäntöä. Jos suoramarkkinointiviesti on lähetetty ulkomailta, lähettämiseen ei todennäköisesti sovelleta Suomen lainsäädäntöä.

- Kiellä halutessasi suoramarkkinointi ilmoittamalla kiellostasi rekisterinpitäjälle (esim. yritykselle), joka on käsitellyt henkilötietojasi suoramarkkinoinnissa. Halutessasi voit ilmoittaa myös Väestörekisterikeskukselle ja Ajoneuvohallintokeskukselle kiellosta luovuttaa tietojasi suoramarkkinointiin. Suoramarkkinointitoimiala on luonut ns. Puhelin- ja Posti-Robinson –rekisterit, joihin myös voi ilmoittaa suoramarkkinointikiellon. Lisätietoja suoramarkkinoinnin kieltämisen vaihtoehtoista on saatavissa tietosuojavaltuutetun toimiston oppaasta ”Hei, Sinulla voi olla oikeus kieltää henkilötietojesi käsittely”, <http://www.tietosuoja.fi/1980.htm>.

Suoramarkkinointikielto on lähtökohtaisesti rekisterinpitäjäkohtainen – yhdelle rekisterinpitäjälle ilmoitettu kiello ei estä toista käsittelemästä henkilötietoja suoramarkkinointitarkoituksiin. Mahdollisimman kattavan suoramarkkinointikiellon aikaansaaminen edellyttääkin todennäköisesti kiellon ilmoittamista useammalle eri rekisterinpitäjälle.

- Henkilötietolain 47 §:ssä on säädetty, että rekisterinpitäjä on velvollinen korvaamaan sen taloudellisen ja muun vahingon, joka on aiheutunut rekisteröidylle tai muulle henkilölle henkilötietolain vastaisesta henkilötietojen käsittelystä. Vahingonkorvauksesta on muutoin voimassa, mitä vahingonkorvauslain (412/1974) 2 luvun 2 ja 3 §:ssä, 3 luvun 4 ja 6 §:ssä sekä 4, 6 ja 7 luvussa säädetään.

Vahingonkorvausvelvollisuus voi seurata millaisesta henkilötietojen lainvastaisesta käsittelystä tahansa. Korvausvelvollisuus ei edellytä laiminlyöntiä rekisterinpitäjän puolelta, ja vahingonkorvausvastuu rakentuu näin ollen rekisterinpitäjän tuottamuksesta riippumattoman ns. ankaran vastuun periaatteelle. Vahingonkorvausta saadakseen henkilön on näytettävä toteen, että hänelle on syntynyt vahinkoa lainvastaisesta menettelystä. Vahingonkorvauskannetta ajetaan käräjäoikeudessa.

TIESITKÖ, ETTÄ...

Tietosuoja tarkoittaa sinulle pääsääntöisesti kuuluvaa oikeutta tietää ja päättää henkilötietojesi käsittelystä. Henkilötietolaki säättää rekisteröidyn oikeuksiksi tiedonsaantioikeuden, tarkastusoikeuden, oikeuden saada tieto korjatuksi sekä kiello-oikeuden. Laki osoittaa jo etukäteen mahdollisten riitojen ratkaisumallit.

10. Lainsäädäntöä

Seuraavassa on esitetty kokonaisuudessaan henkilötietolain 19 §:n ja sähköisen viestinnän tietosuojalain 7 luvun säännökset, joihin on viitattu edellä tässä oppaassa. Muista, että suoramarkkinointia harjoitettaessa on kuitenkin aina huomioitava toimintaa säätelevä lainsäädäntö kokonaisuudessaan, eli esim. myös muita henkilötietolain säännöksiä 19 §:n ohella. Ajantasainen lainsäädäntö on löydettävissä esim. Finlex-säädöstietopankista (www.finlex.fi).

Henkilötietolain (523/1999) 19 §: Suoramarkkinointi ja muut osoitteelliset lähetykset

Suoramainontaan, etämyyntiin tai muuhun suoramarkkinointiin, mielipide- tai markkinatutkimukseen taikka muihin näihin rinnastettaviin osoitteellisiin lähetyksiin käytettävään henkilörekisteriin saa muilla kuin 8 §:n 1 momentissa säädetyillä perusteilla kerätä ja tallettaa henkilötietoja, jollei rekisteröity ole kieltänyt henkilötietojen tällaista keräämistä ja tallettamista, jos:

- 1) henkilörekisteriä käytetään ennakolta yksilöityyn ja kestoltaan lyhytaikaiseen markkinointitoimeen tai muuhun tässä momentissa tarkoitettuun toimeen eikä se tietosisältönsä vuoksi vaarana rekisteröidyn yksityisyyden suoja;
- 2) henkilörekisteri sisältää tiedot vain rekisteröidyn nimestä, arvosta tai ammatista, iästä, sukupuolesta ja äidinkielestä, yhden häneen liitettävän tunnistetiedon sekä yhteystiedot yhteydenottoa varten; tai
- 3) henkilörekisteri sisältää tietoja, jotka koskevat rekisteröidyn tehtäviä ja asemaa elinkeinoelämässä tai julkisessa tehtävässä ja sitä käytetään hänen työtehtäviinsä liittyvän informaation lähettämiseen.

Edellä 1 momentissa mainittua tarkoitusta varten saa henkilörekisteristä luovuttaa tai luovutuksessa otantaperusteena käyttää 1 momentin 2 kohdassa tarkoitettuja tietoja, jollei rekisteröity ole kieltänyt tiedon luovuttamista ja jos on ilmeistä, että rekisteröity tietää tietojen tällaisesta luovuttamisesta.

Sähköisen viestinnän tietosuojalain (516/2004) 7 luku: Suoramarkkinointi

26 § Suoramarkkinointi luonnolliselle henkilölle

Automatisoitujen soittojärjestelmien sekä telekopiolaitteiden, sähköpostiviestien, tekstiviestien, puheviestien, ääniviestien tai kuvaviestien avulla toteutettua suoramarkkinointia saa kohdistaa vain sellaisiin luonnollisiin henkilöihin, jotka ovat antaneet siihen ennalta suostumuksensa.

Muuta kuin 1 momentissa tarkoitettua suoramarkkinointia luonnolliselle henkilölle saa harjoittaa, jollei tämä ole sitä nimenomaisesti kieltänyt. Luonnollisen henkilön on voitava helposti ja maksutta kieltää tässä momentissa tarkoitettu suoramarkkinointi.

Jos palvelun tarjoaja tai tuotteen myyjä saa asiakkaana olevalta luonnolliselta henkilöltä sähköpostiviestiin, tekstiviestiin, puheviestiin, ääniviestiin tai kuvaviestiin liittyvän yhteystiedon tuotteen tai palvelun myynnin yhteydessä, sama palvelun tarjoaja tai tuotteen myyjä voi sen estämättä, mitä 1 momentissa säädetään, käyttää tätä yhteystietoa omien samaan tuoteryhmään kuuluvien tai muuten vastaavien tuotteiden ja palvelujen suoramarkkinoinnissa. Palvelun tarjoajan tai tuotteen myyjän on annettava asiakkaana olevalle luonnolliselle henkilölle mahdollisuus ilman erillistä maksua ja helposti kieltää yhteystiedon käyttö tiedon keräämisen ja jokaisen sähköpostiviestin, tekstiviestin, puheviestin, ääniviestin ja kuvaviestin yhteydessä. Palvelun tarjoajan tai tuotteen myyjän on selkeästi tiedotettava kieltomahdollisuudesta.

27 § Suoramarkkinointi yhteisölle

Suoramarkkinointia yhteisölle saa harjoittaa, jollei tämä ole sitä nimenomaisesti kieltänyt.

Yhteisölle on annettava mahdollisuus helposti ja ilman erillistä maksua kieltää yhteystietojensa käyttö jokaisen suoramarkkinointitarkoituksessa lähetetyn sähköpostiviestin, tekstiviestin, puheviestin, ääniviestin ja kuvaviestin yhteydessä. Suoramarkkinointia harjoittavan on selkeästi tiedotettava kieltomahdollisuudesta.

28 § Suoramarkkinoinnin tunnistaminen

Edellä 26 ja 27 §:ssä säädettyyn suoramarkkinointiin tarkoitettu sähköpostiviesti, tekstiviesti, puheviesti, ääniviesti ja kuvaviesti on voitava sitä vastaanottaessa selvästi ja yksiselitteisesti tunnistaa markkinoinniksi.

Sellaisen suoramarkkinointiin tarkoitetun sähköpostiviestin, tekstiviestin, puheviestin, ääniviestin ja kuvaviestin lähettäminen on kiellettyä:

- 1) jossa peitetään tai salataan sen lähettäjän henkilöllisyys, jonka puolesta viesti on lähetetty; ja
- 2) jossa ei ole voimassa olevaa osoitetta, johon vastaanottaja voi lähettää pyynnön siitä, että kyseinen viestintä lopetetaan.

29 § Suoramarkkinoinnin vastaanottamisen estäminen

Käyttäjän pyynnöstä teleyrityksellä ja yhteisötilaajalla on oikeus estää 26—28 §:ssä tarkoitettun suoramarkkinoinnin vastaanottaminen. Toimenpiteet on toteutettava huolellisesti, eikä niillä saa rajoittaa sananvapautta taikka luottamuksellisen viestin tai yksityisyyden suojaa enemmän kuin on välttämätöntä.

Vastaanottaja:
TIETOSUOJAVALTUUTETTU

Käyntiosoite: Albertinkatu 25 A
Postiosoite: PL 315, 00181 Helsinki

TOIMENPIDEPYYNTÖ EI-TOIVOTUSTA SÄHKÖISESTÄ SUORAMARKKINOINNISTA

Huom!

Toimenpidepyyntöä ei voi lähettää sähköpostilla. Lomake on tulostettava, allekirjoitettava ja lähetettävä postitse yllämainittuun osoitteeseen.

Pyydän, että tietosuojavaltuutetun toimisto ryhtyisi tarpeellisiksi katsomiinsa toimenpiteisiin seuraavassa asiassa:

1. Toimenpidepyynnön tekijä	Nimi:
	Yhteystiedot: Postiosoite: Puhelinnumero: Sähköpostiosoite:
2. Viestin vastaanottaja	Viestin vastaanottajan nimi (jos on muu kuin toimenpidepyynnön tekijä) Yhteystiedot:
	Onko vastaanottaja alaikäinen? <input type="checkbox"/> kyllä <input type="checkbox"/> ei
3. Viestin/viestien saapumisaika	Milloin viesti saapui? Päivämäärä (muotoa pp.kk.vv): Kellonaika:
4. Viestintäväline	Mihin sähköpostiosoitteeseen viesti saapui? Sähköpostiosoite on: <input type="checkbox"/> henkilökohtainen <input type="checkbox"/> kotitalouskohtainen <input type="checkbox"/> työnantajan tarjoama Mihin matkapuhelinnumeroon viesti saapui? Matkapuhelinnumero: Liittymän tilaajan nimi (jos on eri kuin toimenpidepyynnön tekijä): Ovatko liittymätiedot puhelinluettelossa? <input type="checkbox"/> kyllä <input type="checkbox"/> ei

<p>5. Lähettäjää koskevat tiedot</p> <p>(Ilmoita lähettäjää koskevat tiedot mahdollisimman tarkasti.)</p>	<p>Sähköpostin lähettäjän nimi</p> <p>Lähettäjän sähköpostiosoite (saapuneesta viestistä ilmenevä)</p> <p>Muut sähköpostin lähettäjää koskevat yhteystiedot</p>
	<p>Tekstiviestin lähettäjän puhelinnumero (mistä numerosta tekstiviesti on kännykän viestitietojen mukaan lähetetty)</p> <p><input type="checkbox"/> yksittäinen puhelinnumero:</p> <p><input type="checkbox"/> lyhytsanomapalvelunumero (lsp) (5-6 merkkiä):</p> <p><input type="checkbox"/> kännykkä ei näytä lähettäjän numeroa</p> <p>Muut tekstiviestin lähettäjää koskevat tiedot</p>
<p>6. Viestin lähettämisen peruste</p>	<p>Onko ko. suoramarkkinointiviestin lähettämiseksi annettu suostumus?</p> <p><input type="checkbox"/> ei</p> <p><input type="checkbox"/> kyllä, yksilöi suostumuksen sisältö ja ajankohta:</p> <p>Onko viestin vastaanottaja asiakassuhteessa suoramarkkinoinnin harjoittajaan?</p> <p><input type="checkbox"/> ei</p> <p><input type="checkbox"/> kyllä, yksilöi asiakassuhde:</p> <p>Jos suoramarkkinointiviesti on lähetetty työsähköpostiosoitteeseen, mikä on vastaanottajan näkemys viestin liittymisestä työtehtäviin?</p> <p>Mikä on suoramarkkinointiviestin mukaan osoitelähde?</p>
<p>7. Toimenpiteesi asiassa</p>	<p>Millä tavoin asiaa on selvitetty olemalla yhteydessä suoramarkkinoinnin harjoittajaan?</p> <p>Mitkä olivat suoramarkkinoinnin harjoittajan vastaus ja toimenpiteet?</p> <p>Onko viestin vastaanottaja kieltänyt ko. suoramarkkinoinnin lähettämisen ilmoittamalla siitä suoramarkkinoinnin harjoittajalle?</p> <p><input type="checkbox"/> ei</p> <p><input type="checkbox"/> kyllä, yksilöi kiellon ajankohta ja sisältö:</p>

8. Ei-toivotun sähköisen suoramarkkinoinnin sisältöön liittyvät tiedot	Minkä tuotteen tai palvelun myyntiä siinä edistetään? Viestin sisältö (kirjoita se tähän tai liitä viesti sellaisenaan liitteeksi)
9. Muuta mahdollista asiaan liittyvää	
10. Liitteet	Oheistan <input type="checkbox"/> saamani viestin tulostettuna <input type="checkbox"/> viestin välitystiedot (ns. header-tiedot sähköpostin osalta)

Pvm: / 2007

Paikka:

Allekirjoitus:

Nimen selvennys: