

# Sähköisen Viestinnän Tietosuojalaki - Ei-toivottu viestintä Internetissä

[Etusivu](#) > [SpamLaki](#)

## Sähköisen viestinnän tietosuojalaki

Sähköisen viestinnän tietosuojalaki (516/2004) astui voimaan 1.9.2004. Laki toteuttaa sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin 2002/58/EY. Asiaan liittyy lakiesitys [HE 125/2003 vp](#).

Sähköisen viestinnän tietosuojalaki korvasi 1.7.1999-31.8.2004 voimassa olleen teletoinnin tietosuojalain (565/1999). Mitään suurempia muutoksia uusi laki ei spämmirintamalle tuonut, molemmat lait kieltävät yksityishenkilölle lähetetyt ei-toivotut sähköiset mainokset.

Valvojan viranomaisen, tietosuojavaltuutetun, ohje [Tietosuoja suoramarkkinoinnissa](#) sisältää ohjeistusta myös sähköposti- ja tekstiviestimainonnasta ([kommentti ohjeistuksesta](#)).

### Sisällys

- [Lain rakenne, valvoja viranomainen ja seuraamukset](#)
- [7 luku, Suoramarkkinointi](#)
  - [26 § Suoramarkkinointi luonnolliselle henkilölle](#)
  - [27 § Suoramarkkinointi yhteisölle](#)
  - [28 § Suoramarkkinoinnin tunnistaminen](#)
  - [29 § Suoramarkkinoinnin vastaanottamisen estäminen](#)
- [Lain valmistelusta](#)

### Lain rakenne, valvoja viranomainen ja seuraamukset

Sähköistä suoramarkkinointia koskee lain 7 luku (pykälät 26-29).

Lain valvonnasta kerrotaan 8 luvussa (pykälät 30-32).

Erityisesti 32 pykälän mukaan “[t]ietosuojavaltuutetun tehtävänä on valvoa - - 7 lukuun sisältyvien suoramarkkinointia koskevien säännösten noudattamista - -”. 7 luvun spämmipykälä valvoja viranomainen on siis [tietosuojavaltuutettu](#).

[Tietosuojavaltuutetun toimisto](#) antaa [ohjausta ja neuvoja](#) sekä puhelimitse että kirjallisen pyynnön perusteella.

Pakkokeinoista säädetään 41 pykälässä, joka oikeuttaa tietosuojavaltuutetun antamaan määräyk- siensä tehosteeksi uhkasakon.

Rangaistuksista säädetään 42 pykälässä: “- - Joka tahallaan - - harjoittaa suoramarkkinointia 7 luvussa säädetyn vastaisesti - - on tuomittava ”sähköisen viestinnän tietosuojarikkomuksesta” sakkoon, jollei teosta muualla laissa säädetä ankarampaa rangaistusta. Rangaistusta ei tuomita, jos rikkomus on vähäinen.”

“Muualla laissa säädettävä ankarampi rangaistus” voisi periaatteessa olla esimerkiksi [tietoliikenteen häirintä](#) (esim. spämmäys johtaa postijärjestelmän ylikuormittumiseen ja estää muiden viestien kulua), josta rangaistusasteikko vaihtelee sakosta neljään vuoteen vankeutta. Spämmeriä voisi syyttää sähköpostijärjestelmän (joko vastaanottajan järjestelmän tai spämmerin käyttämän releen) luvattomasta käytöstä ([RL 28:7-9](#)), josta rangaistus on sakkoa tai enintään kaksi vuotta vankeutta. Samaten [henkilötietolain](#) rikkomisesta voi saada vankeutta.

3 pykälän mukaan ihmisiä koskevien tietojen (esim. sähköpostiosoitteet) käsittelyyn sovelletaan myös [henkilötietolakia](#). Samaten kuluttajille suunnattuun markkinointiin pätevät [kuluttajansuojalain](#) säännökset. Kuluttajansuojalain rikkomisesta voi myös saada enintään vuosi vankeutta ([RL 30:1](#)).

## 7 luku, Suoramarkkinointi

Sähköistä suoramarkkinointia koskee lain 7 luku (pykälät 26-29).

### 26 § Suoramarkkinointi luonnolliselle henkilölle

[1 momentti] 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.

[2 momentti] 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.

[3 momentti] 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.

26.1 § kieltää *luonnolliselle henkilölle* ilman vastaanottajan ennakkosuostumusta sähköposti- tai tekstiviestein lähetetyn *suoramarkkinoinnin*.

*Suoramarkkinoinnin* käsite on määritelty [kuluttajansuojalaissa](#).

Korkein oikeus määrittelee suoramarkkinointia päätöksessään [KKO:2005:40](#) seuraavasti (korostukset tässä):

Korkein oikeus toteaa, että *markkinoinnin* käsite on merkityssisällöltään varsin laaja. Kuluttajansuojalain mukaisena markkinointina pidetään vakiintuneesti erityisesti mainontaa sekä kuluttajiin välittömästi tai välillisesti kohdistuvia muita myynninedistämistoimia, joilla pyritään edistämään jonkin hyödykkeen kysyntää ja kulutusta. Markkinointia voi olla jo pelkkä hyödykkeen nimen mainitseminen tai kuvan esittäminen, jos se tapahtuu hyödykkeen myynnin edistämiseksi. Jonkin hyödykkeen markkinointi voi tapahtua myös useammassa vaiheessa siten, että kuluttajan osoittaessa elinkeinonharjoittajan yhteydenoton tai muun markkinointitoimien perusteella kiinnostusta, kuluttajalle toimitetaan lisätietoja hyödykkeestä ja sen hankintaan liittyvistä ehdoista. - -

*Suoramarkkinointia* on markkinointi, joka on suunnattu valitulle kohderyhmälle. - -

Suoramarkkinointi on siis elinkeinonharjoittajan valitulle kuluttajalle kohdistamaa markkinointia. Suoramarkkinointia ei ole esimerkiksi yksittäisten luonnollisten henkilöiden välinen hyödykkeiden tarjoaminen myytäväksi, mielipiteenvaihto tai muu vastaava toiminta.

Niin sanottu [lupapyyntöspämmi](#) (esim. sähköpostitse lähetetyt lupapyynnot mainosten lähettämiseen) on suoramarkkinointia - asiasta on markkinaoikeuden päätös [MAO:119/03](#) ja korkeimman oikeuden päätös [KKO:2005:40](#). Lupapyyntöspämmin laillistamista ajaneen Suomen Suoramarkkinointiliitto ry:n sivuilla olevissa [sähköisen kuluttajakaupan käytännesäännöissä](#) neuvotaan kuitenkin vieläkin (tarkastettu 6.10.2006, kohta 5.4.1) lähettämään lupapyyntöspämmiä, vaikka markkinaoikeuden ja korkeimman oikeuden mukaan kyse on laittomasta toiminnasta!

Suoramarkkinointia ei myöskään ole asiakasviestintä (esim. autokorjaamo ilmoittaa tekstiviestillä asiakkaalleen, että auto on noudettavissa huollon jälkeen), joka *ei sisällä markkinointia* (autokorjaamo ei saa esim. mainostaa samalla tarjousta varaosista). ([HE 125/2003 vp](#), s. 80)

Asiakasviestintä, joka sisältää markkinointia, on suoramarkkinointia ja sitä koskevat muun muassa alempana läpi käytävä asiakkaisiin kohdistuvaa suoramarkkinointia säätelevä 26.3 §.

Jotkut mainostajat ovat yrittäneet selitellä toimintaansa sillä, että asiakasviestintä ei koskaan olisi suoramarkkinointia, mutta tämä tulkinta ei perustu mihinkään lakiin ([asiakasviestintäspämmi](#)). Selitteilyssä on kyse siitä, että jotkut mainostajat yrittävät tulkita lakia ihmeellisesti, jotta heidän ei tarvitsisi noudattaa suoramarkkinointia koskevia säännöksiä.

Asiakasviestinnän rajoja määrittelee myös markkinaoikeuden päätös [MAO:33/03](#). Oy Radiolinja Ab oli lähettänyt tekstiviestejä Radiolinjan verkossa olleille Telian liittymäasiakkaille sen jälkeen, kun Telia oli irtisanonut palveluoperaattorisopimuksensa Radiolinja Origon kanssa. Radiolinja väitti, että viestit olivat olleet asiakasviestintää, jolla pyrittiin estämään liittymien mahdollinen toimimattomuus. Markkinaoikeuden mukaan viestit olivat kuitenkin selkeästi kaupallisia. Mielenkiintoista tässäkin päätöksessä on, että tällainen markkinointi todettiin sopimattomaksi ja siten kuluttajansuojalain vastaiseksi - spämmäys voisi siis olla kiellettyä myös ilman tässä dokumentissa käsiteltyjä sähköisen viestinnän tietosuojalain erillissäännöksiä. (Ks. myös Martin von Willebrandin artikkeli ["Uutta sähköposti- ja tekstiviestimarkkinoinnin alalla"](#).)

Markkinaoikeuden mukaan esimerkiksi ilmaissähköpostipalveluista lähetettyjen sähköpostiviestien loppuun ("signatureen") lisätyt parin rivin mainokset (esim. "Ota itsellesi luotettava kotimainen email <http://www.ilmaisposti.example/>") eivät tee palvelun *käyttäjien lähettämistä* viesteistä suoramarkkinointia ([MAO:120/03](#)). Kyseessä ei myöskään ole kuluttajansuojalain vastainen menettely, koska tällaisten viestien *pääasiallinen tarkoitus ja sisältö* on joku muu kuin markkinointi ja koska *viestit olisi lähetetty* myös ilman mainostarkoitusta.

Niin sanottu "kerro kaverille" -spämmi, jossa tyypillisesti verkkosivulla pyydetään "kaverin" sähköpostiosoitetta, jolle tämän jälkeen lähetetään sähköpostimainos, on [kuluttaja-asiamiehen tulkinnan mukaan kuluttajansuojalain 2:1](#) vastaista toimintaa.

Kuluttaja-asiamies sivuaa aihetta myös [kannanotossaan](#) (s. 6), jonka mukaan kiellettyä on, että "elinkeinonharjoittaja kehottaa kuluttajia lähettämään mainoksen edelleen tai kertomaan liiketoiminnastaan muille kuluttajille, jolloin mainoksen edelleen lähettänyt tai elinkeinonharjoittajan toiminnasta muille kertonut saa välitöntä hyvitystä esimerkiksi bonuksina, oikeutena osallistua kilpailuun tms.". Myös tietosuojavaltuutettu on ottanut asiaan kantaa ohjauksessaan [1609.41.2005](#).

Kerro kaverille -spämmi on markkinointia, mutta ei välttämättä aina suoramarkkinointia - tästä ei kuitenkaan ole olemassa oikeuden päätöstä. Suoramarkkinointi on elinkeinonharjoittajan valitsemiinsa henkilöihin kohdistamaa markkinointia (vrt. [MAO:120/03](#)). Johdonmukainen oikeudellinen tulkinta on, että ainakin silloin, kun "kerro kaverille" -mainosviestin pääasiallinen tarkoitus on markkinointi eikä viestiä olisi lähetetty ilman mainostarkoitusta ja kun viesti lähetetään elinkeinonharjoittajan palvelimelta, on viesti elinkeinonharjoittajan kuluttajalta kerättyyn osoitteeseen lähettämää laitonta suoramarkkinointia.

Usein kerro kaverille -spämmeissä henkilötietojen käsittely on lisäksi leväperäistä ja yritystä, jonka puolesta mainos on lähetetty, ei ole selvästi kerrottu ([joitakin esimerkkejä](#)). Palvelut on usein toteutettu tavalla, jotka mahdollistavat väärinkäytökset - kerro kaverille -mainonnan sallimista ajaneen Suomen Suoramarkkinointiliitto ry:nkin toimitusjohtaja [valitti](#) sitä, että hän on saanut spämmiä tällaisista mahdollisesti Viestintävirastonkin määräyksen [11/2004 M](#) vastaisista avoimina sähköpostipalvelimina toimivista kerro kaverille -palveluista.

*Luonnollinen henkilö* tarkoittaa jotain muuta kuin yritystä tai yhteisöä. Lähtökohtaisesti myös yritysten ja yhteisöjen henkilökohtaiset sähköpostiosoitteet (esim. [etunimi.sukunimi@yritys.example](#))

kuuluvat luonnollisille henkilöille. Rooliosoitteet (esim. `hankinnat@yritys.example`) eivät yleensä kuulu luonnolliselle henkilölle ja niitä 26 § ei siis koske. Jotta asia ei olisi liian yksinkertainen, niin jos domain (sähköpostiosoitteessa @-merkin oikeanpuoleinen osa) on yhdistettävissä luonnolliseen henkilöön (esim. oma domainini `kaip.iki.fi` sisältää nimeni ja on vain minun käytössäni), voidaan kaikki kyseiseen domainiin lähetetty posti tulkita luonnolliselle henkilölle lähetetyksi (kaikki domainin postiosoitteet kuuluvat luonnolliselle henkilölle).

Lain perusteluissa ([HE 125/2003 vp](#), alkaen s. 80) sanotaan luonnollisista henkilöistä seuraavaa:

Luonnolliselta henkilöltä tulee aina pyytää [sähköposti- tms. mainosten lähettämiseen] etukäteinen suostumus. Epäselvissä tapauksissa tulee asetettua velvoitetta etukäteisestä suostumuksesta pitää pääsääntönä. Jos esimerkiksi työnantaja on osoittanut työntekijälleen henkilökohtaisen sähköpostiosoitteen muodossa `etunimi.sukunimi@yritys.fi`, on lähtökohtaisesti osoitetta pidettävä luonnollisen henkilön osoitteena ja etukäteinen suostumus suoramarkkinointiin on saatava. Henkilön asemavaltuuden perusteella voidaan katsoa, että hän toimii yhteisössä tietyissä tehtävissä, joihin suoramarkkinoinnilla tarjottavat hyödykkeet ja palvelut olennaisesti liittyvät, ja tällöin osoitteen voidaan katsoa kuuluvan ehdotetun [26] pykälän mukaisesti yritykselle tai muulle yhteisölle. Tällöin etukäteissuostumusta ei tarvita, vaan kyseisellä henkilöllä on ehdotetun [27 §:n] mukainen kiello-oikeus. - -

- - Kun 26 §:n mukaan pää- sääntönä on, ettei suoramarkkinointia voi lähettää luonnolliselle henkilölle ilman tämän suostumusta, mutta viestejä voi kuitenkin lähettää, jos luonnollinen henkilö toimii yhteisön puolesta tietyssä tehtävässä, johon suoramarkkinoinnilla tarjottavat hyödykkeet ja palvelut olennaisesti liittyvät, on myös tällaisella henkilöllä ehdotetun [27 §] 1 momentin mukaan oikeus kieltää suoramarkkinoinnin lähettäminen.

26.3 § sallii sähköisen suoramarkkinoinnin lähettämisen asiakkaille ilman ennakkosuostumusta. Ei-toivottuja viestejä saa lähettää 26.3 § perusteella, jos seuraavat ehdot toteutuvat:

- Mainoksia saa lähettää *vain* se yritys, joka on asiakkaalta yhteystiedon saanut. Käytännössä tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että jos luonnollinen henkilö N.N. tilaa valokuvia yritykseltä A (N.N. mieltää asiakassuhteen syntyneet yrityksen A, ei jäljempänä mainitun yrityksen B, kanssa) ja yritys A tilaa kuvat edelleen alihankintana yritykseltä B, ei yritys B saa lähettää N.N.:lle asiakassuhteen perusteella ei-toivottuja sähköpostimainoksia (yritys B sai N.N.:n yhteystiedot yritykseltä A, ei N.N.:ltä itseltään). [Tietosuoja-valtuutetun ohjeen mukaan](#) pelkästään esimerkiksi tuotteen tai palvelun saatavuuden tiedustelu tai markkinointiarvontaan osallistuminen ei muodosta asiakassuhdetta.
- Mainokset saavat koskea vain sellaisia tuotteita tai palveluja, joita asiakassuhde koskee. Jos asiakas on ostanut kaupasta esimerkiksi kirjan, ei hänelle saa lähettää ei-toivottuja sähköpostimainoksia saman yrityksen myymistä tietokoneohjelmista.
- Asiakkaalle on annettava *yhteystietojen keräämisen* yhteydessä mahdollisuus kieltäytyä mainoksista ja tästä mahdollisuudesta on tiedotettava selvästi. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että esimerkiksi webbilomakkeella, jolla yhteystiedot kerätään, on oltava selvästi esillä “ei mainoksia” -rasti. Asiakkaalle pitää siis tavalla tai toisella kertoa tietoja kerätessä, että yhteystietoja tullaan käyttämään markkinointiin ja että asiakas voi tästä halutessaan kieltäytyä.
- Jokaisen viestin yhteydessä pitää kertoa, miten asiakas voi helposti ja maksutta kieltäytyä mainoksista.
- Ihmisiä koskevien tietojen (esim. puhelinnumerot ja sähköpostiosoitteet) käsittelyssä pitää noudattaa [henkilötietolakia](#).

Jos *kaikki* edellä luetellut ehdot eivät toteudu, ei yritys saa lähettää asiakkalleen ei-toivottuja sähköposti- tai tekstiviestimainoksia.

Siirtymäsäännöksistä lain perusteluissa sanotaan:

- - Ennen tämän lain voimaantuloa [1.9.2004] kertyneiden sähköisen viestinnän yhteystietojen käyttö suoramarkkinointiin [26 § 3] momentin tarkoittamassa laajuudessa voidaan sallia, koska asiakkaalla on jokaisen viestin yhteydessä mahdollisuus ilman erillistä maksua kieltää tällainen markkinointi. - -

Tästä siirtymäsäännöksestä ei kuitenkaan sanota mitään varsinaisessa lakitekstissä (olisiko asiakkaalle pitänyt ennen lain voimaantuloa yhteystietoja kerätessä antaa mahdollisuus kieltäytyä suoramarkkinoinnista?).

Yritys ei myöskään saa lähettää asiakkaalleen ei-toivottuja sähköisiä mainoksia, jos asiakas on ilmoittanut yritykselle suoramarkkinointikiellosta. Tietosuojavaltuutetun mukaan (lainaus lupapyyntöihin liittyvästä päätöksestä [Dnro 935/451/2003](#)):

- - Ei ole olemassa laillista perustetta olettaa tai vaatia, miksi henkilön pitäisi uudistaa jo kerran ilmoittamansa suoramarkkinointikielto. - - Suoramarkkinointikielto on voimassa, kunnes henkilö nimenomaan ilmoittaa toisin. - -

Kannattaa muistaa, että vaikka omiin asiakkaisiin kohdistuva ei-toivottu sähköinen suoramarkkinointi olisikin laillista joissain tilanteissa, [voidaan sitä kuitenkin pitää spämmäyksenä](#). Siksi on sähköposti- tai tekstiviestimainontaa kannattaa käyttää vain silloin, kun mainosten lähettämiseksi on vastaanottajien suostumus. Yleensä suostumuksen voi pyytää helposti yhteystietojen keräämisen yhteydessä.

## 27 § Suoramarkkinointi yhteisölle

[1 momentti] Suoramarkkinointia yhteisölle saa harjoittaa, jollei tämä ole sitä nimenomaisesti kieltänyt.

[2 momentti] 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.

27.1 § sallii suoramarkkinoinnin harjoittamisen yhteisöille (esim. yritykset ja yhdistykset), jos nämä eivät ole sitä erikseen kieltäneet. On huomattava, että myös yrityksen henkilökohtaiset sähköpostiosoitteet (esim. [etunimi.sukunimi@yritys.example](#)) kuuluvat [lain perustelujen mukaan](#) lähtökohtaisesti luonnollisille henkilöille, eikä osoitteisiin saa lähettää ei-toivottuja sähköpostimainoksia, ellei henkilö esimerkiksi toimi tehtävässä, johon mainostetut tavarat tai palvelut *oleellisesti* liittyvät. Koska osoite [etunimi.sukunimi@yritys.example](#) kuuluu lähtökohtaisesti luonnolliselle henkilölle, on osoitteeseen ei-toivottuja sähköpostimainoksia lähettävän mainostajan ensin selvitettävä, että mainostettu tavara tai palvelu liittyy oleellisella tavalla sähköpostimainoksen vastaanottajan työtehtäviin. Toisin sanoen, *selvitysvastuu mainoksen vastaanottajan työtehtävistä on mainostajalla*. Myös tällaisessa mainonnassa on toki lisäksi otettava huomioon [henkilötietolain](#) säännökset (esim. rekisteriseloste, ennakoilmoitus tietosuojavaltuutetulle).

Kannattaa muistaa, että vaikka yhteisöihin kohdistuvat ei-toivotut massamainoslähetykset voivat joissain tilanteissa olla laillisia, pidetään niitä kuitenkin spämmäyksenä ja erittäin [huonona käytöksenä](#). Näennäisesti laillisen mainoskampanjan vaikutus voi olla aivan päinvastainen kuin oli tarkoitus: spämmäys on yksi tehokkaimpia keinoja menettää maineensa verkossa. Spämmäys voi johtaa Internet-yhteyden irtisanomiseen - myös "laillinen" spämmäys on kielletty vastuullisten Internet-palvelujen käyttöehdoissa (Internet-palveluntarjoajilla [ei ole mitään velvollisuutta pitää verkossaan spämmäävää asiasta, päinvastoin](#)).

## 28 § Suoramarkkinoinnin tunnistaminen

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

[2 momentti] 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.

Kaikki sähköposti- tai tekstiviestein lähetetyt mainokset - myös sellaiset joiden lähettämiseen on vastaanottajan lupa - on voitava heti vastaanotettaessa tunnistaa suoramarkkinoinniksi. Käytännössä siis esimerkiksi sähköpostimainoksen otsikkorivillä pitää lukea ja tekstiviestien ensimmäisen sanan pitää olla “[MAINOS]” tms.

Mainosviestissä pitää näkyä sen lähettäjän henkilöllisyys, jonka puolesta viesti on lähetetty. On hyvä muistaa, että [henkilötietolain](#) 25 § mukaan suoramarkkinointiviestissä, jonka lähettämiseen on tarvittu tietoa, jonka voi yhdistää ihmiseen (esim. sähköpostiosoitetta `Etunimi.Sukunimi@domain.example`), on lisäksi kerrottava käytetyn henkilörekisterin yhteystiedot (nimi ja postiosoite). On huomattava, että käytännössä aina kun lähetetään sähköpostia suurelle joukolle osoitteisiin, jotka voi yhdistää ihmiseen, muodostuu postituslistasta henkilörekisteri. Toisin sanoen, henkilörekisteri muodostuu myös silloin, kun osoitteet on kerätty “käsin” “internetistä” ([Tietosuojavaltuutetun kannanotto 130/451/2006](#)). Lisäksi kaikissa yritysten lähettämässä kirjeissä on [yritys- ja yhteisötietolain](#) 15 § ja [lain tietoyhteiskunnan palvelujen tarjoamisesta](#) 7 § mukaan mainittava [yritys- ja yhteisötunnus \(Y-tunnus\)](#).

Mainosviestissä on oltava osoite, johon vastaanottaja voi lähettää pyynnön siitä, että kyseinen viestintä lopetetaan. Ihmiset voivat saada samaan sähköpostilaatikkoon useaan osoitteeseen lähetettyä postia. Mainoksessa on siis hyvä näkyä selvästi se osoite, johon viesti on lähetetty, jotta vastaanottaja voi tällaisessa tapauksessa pyytää mainostajaa lopettamaan mainosviestien lähettämisen kyseiseen osoitteeseen.

## 29 § Suoramarkkinoinnin vastaanottamisen estäminen

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

29 § selventää sitä, että käyttäjällä on oikeus pyytää palveluntarjoajaansa estämään ei-toivottujen suoramarkkinointiviestien vastaanottaminen (miten ja kuinka tehokkaasti palveluntarjoaja voi tämän tehdä on sitten jo toinen asia). Lain perustelujen mukaan ei-toivottujen suoramarkkinointiviestien suodatuksesta voidaan kertoa palvelun käyttöehdoissa, jotka hyväksymällä käyttäjän voidaan katsoa antaneen 29 pykälässä tarkoitetun suostumuksen.

On huomattavaa, että palveluntarjoaja voi lain 20 pykälän perusteella estää spämmin vastaanottamisen myös ilman käyttäjän suostumusta, jos se on välttämätöntä viestintäpalvelujen turvaamiseksi (esim. spämmi hidastaa merkittävästi sähköpostijärjestelmän toimintaa).

## Lain valmistelusta

Muun muassa. [Electronic Frontier Finland ry \(EFFI\)](#) osallistui direktiivin ja lain valmisteluun, esimerkiksi:

- [Kommentti sähköistä markkinointia koskevaan direktiiviehdotukseen ja ehdotus opt-in-listasta 23.4.2002](#)
- [Lausunto hallituksen esitysluonnoksesta sähköisen viestinnän tietosuojalaiksi 7.2.2003](#)
- [Lausunto toisesta hallituksen esitysluonnoksesta sähköisen viestinnän tietosuojalaiksi 6.5.2003](#)

- [Lausunto eduskunnan hallintovaliokunnalle sähköisen viestinnän tietosuojalaista 28.11.2003](#)

---

[[PDF](#), [TXT](#)]

<http://kaip.iki.fi/spam/SahkoisenViestinnanTietosuojalaki.html>

Puolusta sähköisiä oikeuksiasi. Liity [EFFIn](#) jäseneksi.

[Kai Puolamäki](#), [Kai.Puolamaki@iki.fi](mailto:Kai.Puolamaki@iki.fi)