

RP 4/2015 rd

Regeringens proposition till riksdagen med förslag till lag om ändring av informationssamhällsbalken

PROPOSITIONENS HUVUDSAKLIGA INNEHÅLL

I denna proposition föreslås det att informationssamhällsbalken ändras så att förbudet mot marknadsföring av telefonabonnemang förlängs med tre år.

Dessutom ska Kommunikationsverket ges rätt att meddela föreskrifter om tekniska egenskaper hos televisionsapparater och avkodningssystem.

Lagen avses träda i kraft den 2 juli 2015.

MOTIVERING

1 Nuläge

1.1 Förbud mot marknadsföring av telefonabonnemang

Försäljning per telefon är ett enkelt, effektivt och förmånligt sätt att marknadsföra och sälja produkter och tjänster. Telefonförsäljning är en bra säljkanal för företag som expanderar till nya marknader eller nya produktgrupper. Den kan anses öka mängden produkter som finns tillgängliga för konsumenterna (i synnerhet i glesbygden) och den vägen öka konkurrensen, vilket i regel sänker priserna för slutkunderna.

Det finns också nackdelar med telefonförsäljning som riktar sig till konsumenter. För det första kan en del av konsumenterna uppleva telefonförsäljning överlag som störande. För det andra kan en del konsumenter på grund av telefonförsäljning fatta köpbeslut som de senare ångrar. I extrema fall kan det också gå så att konsumenten känner sig vilseledd eller lurad att fatta köpbeslutet eller att ett avtal som säljaren anser lagligt har uppkommit mot konsumentens vilja.

Till följd av hård konkurrens och utlokaliserade telefonförsäljningsorganisationer gick man under de första åren av 2010-talet till överdrift vid marknadsföring per telefon av telefonabonnemang till mobilnätet. På grund av en säljpraxis som kan ses som osund och vilseledande blev vissa konsumenter innehavare av dubbla abonnemang, råkade ut för avbrott mellan abonnemangen och befann sig i en allmänt oklar situation, vilket ledde till ett stort antal reklamationer från konsumenterna. Största delen av problemen berodde på samtal, genom vilka operatören försökte vinna tillbaka en kund som gått över till en konkurrent. Eftersom nummeröverföringsprocessen inte sker i realtid, kunde det hända att kunden på grund av överlappande begäranden om nummeröverföringar och en oklar situation var utan ett fungerande mobiltelefonabonnemang i flera dagar. Till följd av upprepade överdrifter vid marknadsföringen togs det i kommunikationsmarknadslagen (393/2003) in ett förbud mot marknadsföring per telefon av telefonanslutningar till mobilnät. Förbudet fanns i 65 a § (373/2012). Syftet med förbudet var att undanröja de problem vid marknadsföring av telefonabonnemang till mobilnät som hade observerats på konsumentmarknaden. Införandet av bestämmelsen understöddes då förutom av konsumentmyndigheterna också av samtliga tre stora mobiltelefonoperatörer. Eftersom åtgärden var exceptionell blev bestämmelsen tidsbestämd. När informationssamhällsbalken bereddes 2014 överfördes förbudet mot marknadsföring av telefonabonnemang till den lagen. Förbudet finns för närvarande i lagens 201 §.

Bestämmelsen gäller till och med den 1 juli 2015. Enligt förbudet får telefonabonnemang till mobilnät inte marknadsföras till konsumenter per telefon, om inte konsumenten uttryckligen ber om det. Teleföretag får dock marknadsföra abonnemang till sina egna mobiltelefonkunder. I bestämmelsen avses med telefonabonnemang till mobilnätet ett sådant telefonabonnemang där det krävs ett SIM-kort för användningen av telefonitjänster eller att det är fråga om s.k. fasta mobiltelefonabonnemang som utnyttjar det fasta nätets numrering. Om konsumenten förut varit kund hos teleföretaget men har bytt till ett annat företags mobiltelefonabonnemang, får teleföretaget inte längre ta kontakt med konsumenten per telefon i marknadsföringssyfte. Efter att begäran om nummeröverföring har gjorts kan kunden inte längre betraktas som operatörens egen kund på det sätt som avses i bestämmelsen.

Utredningar visar att alla marknadsparter är av den åsikten att effekterna av den gällande tidsbestämda bestämmelsen har varit positiva. Marknaden anses vara i balans, konkurrensen är fortsatt hård och såväl konsumentmyndigheternas som mobiltelefonoperatörernas bedömning är att antalet reklamationer från konsumenter och kunder har minskat avsevärt. Parallellt med

regleringen har aktörerna kommit överens om gemensamma spelregler och via självreglering har bestämmelsen således fungerat väl i praktiken.

Vissa aktörer, som inte har s.k. egna mobiltelefonkunder, är inte nöjda med den nuvarande lagstiftningen, eftersom konkurrenterna fritt kan ringa upp deras kunder och sälja t.ex. dataanslutningar eller tv-underhållningspaket till dem. Det bör observeras att man med den gällande bestämmelsen inte har försökt förbjuda marknadsföring per telefon av ovan nämnda produkter, endast marknadsföring per telefon av telefonabonnemang till mobilnät.

Utredningar visar att konkurrensen fortfarande är hård. Nummeröverföringarna har inte minskat och priserna på telefontjänster i mobilnätet har fortsatt att sjunka. Mobiltelefonoperatörerna anser att konkurrensen i fråga om mobiltelefonabonnemang har flyttat över från telefonförsäljning till andra säljkanaler, såsom internet samt försäljning över disk i köpcenter.

Om man ser till konkurrensen har den gällande bestämmelsen eliminerat ett av sätten för nya aktörer att komma in på marknaden. Konkurrensmyndigheternas bedömning är att den gällande bestämmelsen eventuellt har begränsat valfriheten för dem som bor i glesbygden, eftersom de har lång väg till närmaste köpcenter, och telefonförsäljning hade kunnat ge konsumenterna möjlighet att köpa bättre eller förmånligare mobiltelefonabonnemang.

Såväl konsumentmyndigheterna som mobiltelefonoperatörerna anser att antalet reklamationer från konsumenterna har minskat klart efter det att den gällande bestämmelsen infördes. Bestämmelsen har i viss mån haft personalkonsekvenser för såväl mobiltelefonoperatörernas egen försäljnings- och marknadsföringspersonal som personalen hos de underleverantörer som operatörerna sysselsätter. Trots detta berättar mobiltelefonoperatörerna i utredningarna att kundtillfredsställen förbättrats märkbart.

1.2 Kommunikationsverkets föreskrifter om televisionsapparaters och avkodningssystemers kompatibilitet

Bemyndigandet för Kommunikationsverket att meddela föreskrifter om televisionsapparaters och avkodningssystemers kompatibilitet baserade sig tidigare på kommunikationsmarknadslagen. I och med att kommunikationsmarknadslagen upphävts genom informationssamhällsbalken, finns det behov av ett bemyndigande med samma innehåll också i informationssamhällsbalken för att Kommunikationsverkets föreskrift 36 B ska kunna meddelas på nytt.

I Kommunikationsverkets föreskrifter specificeras de tekniska egenskaperna genom hänvisningar till respektive standarder. Kommunikationsverkets föreskrift 36 B gäller anslutning av kringutrustning som kan installeras i tv-mottagare, dekryptering av digitala televisionssignaler i avkodningssystem och mottagning av signaler som har sänts okodat samt distribution av televisionstjänster och -program i bredbildaformat. Genom föreskriften genomför Kommunikationsverket artikel 24 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/22/EG om samhällsomfattande tjänster och användares rättigheter avseende elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster (direktivet om samhällsomfattande tjänster) samt artikel 4.2 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/19/EG om tillträde till och samtrafik mellan elektroniska kommunikationsnät och tillhörande faciliteter (tillträdesdirektivet). Bemyndigandet bör därför tas in i informationssamhällsbalken.

2 Föreslagna ändringar

2.1 Förbud mot marknadsföring av telefonabonnemang

I propositionen föreslås det att det nuvarande förbudet mot marknadsföring per telefon i informationssamhällsbalken förlängs i sin nuvarande form. Förbudet ska fortfarande gälla för viss tid, nu fram till 2018. Något som talar för detta är att utvecklingen på marknaden och på det teknologiska området kan göra bestämmelsen överflödig inom den närmaste framtiden. Det som också talar för att den nuvarande bestämmelsens giltighet förlängs med en ny tidsbunden period är att de negativa effekterna av en förlängning är minimala jämfört med nuläget och att en betydande del av aktörerna inom branschen ser en tidsbunden förlängning av förbudet som den bästa lösningen för närvarande.

2.2 Kommunikationsverkets föreskrifter om televisionsapparaters och avkodningssystemers kompatibilitet

I propositionen föreslås det att det till lagen fogas en ny 264 a §, enligt vilken Kommunikationsverket har rätt att meddela föreskrifter om televisionsapparaters tekniska egenskaper för att säkerställa deras kompatibilitet.

Den föreslagna nya paragrafen motsvarar 132 § 1 mom. i den upphävda kommunikationsmarknadslagen. I Kommunikationsverkets föreskrifter specificeras de tekniska egenskaperna genom hänvisningar till respektive standarder. Genom den föreskrift som Kommunikationsverket meddelar med stöd av det föreslagna bemyndigandet genomförs artikel 24 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/22/EG om samhällsomfattande tjänster och användares rättigheter avseende elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster (direktivet om samhällsomfattande tjänster).

Det föreslås dessutom att det i lagens 269 § tas in ett nytt 4 mom., enligt vilket Kommunikationsverket har rätt att meddela föreskrifter om tekniska egenskaper hos avkodningssystem för att säkerställa deras kompatibilitet. Det föreslagna momentet motsvarar 132 § 2 mom. i den upphävda kommunikationsmarknadslagen.

3 Propositionens konsekvenser

3.1 Förbud mot marknadsföring av telefonabonnemang

Det har lagts fram tre olika scenarier som grund för bedömningen av propositionens konsekvenser: förbudet mot marknadsföring per telefon förlängs utan ändringar, bestämmelsen förfaller eller bestämmelsen utvidgas till andra kommunikationstjänster, såsom fasta bredbandsanslutningar eller avgiftsbelagda tv-underhållningspaket. Nedan följer en beskrivning av vilka konsekvenser de olika scenarierna har på nuläget på marknaden, konkurrensen, konsumenterna och sysselsättningen.

Alternativet att bestämmelsens giltighet förlängs utan ändringar skulle inte ha betydande konsekvenser för den nuvarande konkurrenssituationen eller priserna på mobiltelefonabonnemangen. De tre mobiltelefonoperatörer som regleringen i huvudsak riktar sig till understödde alla förslaget om att förlänga bestämmelsens giltighet för viss tid. Ingen av marknadsparterna var absolut emot att den nuvarande modellen får en fortsättning.

Alla parter var dock av den åsikten att bestämmelsen bör vara tidsbunden om förbudet förlängs enligt nuvarande modell. En ny tidsbunden bestämmelse förordades, eftersom det för närvarande anses vara färre potentiella negativa konsekvenser förknippade med att förlänga den nuvarande bestämmelsens giltighet än med att slopa den. Något som talar för att den nuvarande bestämmelsens giltighet förlängs är också att utvecklingen på marknaden och på det teknologiska området med tiden kan göra bestämmelsen överflödig. Alternativet att avstå från

RP 4/2015 rd

bestämmelsen bör således tas till omprövning inom den närmaste framtiden. Tre år kan anses vara en lämplig tidsbunden period.

Om bestämmelsens giltighet förlängs utan förändringar, skulle konkurrensen i stället för på mobiltelefoner fokusera på andra säljkanaler, såsom internet och affärer. Utvecklingen i antalet mobiltelefonabonnemang och prisutvecklingen skulle troligen fortsätta såsom nu, dvs. konkurrensen på marknaden skulle vara fortsatt hård och priserna på telefontjänster i mobilnätet skulle eventuellt fortsätta att sjunka.

Det som talar för att bestämmelsens giltighet förlängs för viss tid är också att konsumentmyndigheterna för närvarande samlar in jämförelsedata om hur många konsumentkontakter som förekommit och av vilken art. Detta innebär att konsekvenserna av en bestämmelse om förbud mot marknadsföring per telefon eller t.ex. en eventuell utvidgning av regleringen till andra produkter som för närvarande inte omfattas av förbudet kan bedömas bättre än tidigare under de närmaste åren.

Enligt mobiltelefonoperatörerna skulle en fortsättning av den nuvarande modellen inte ha betydande konsekvenser för deras verksamhet. De har nämligen anpassat sig till nuläget genom att göra behövliga ändringar i sina verksamhetsmodeller och processer.

Det föreslagna förbudet kan på de grunder som anförts ovan anses vara proportionerligt i förhållande till de problem som ska lösas.

Om det nuvarande förbudet tilläts förfalla, skulle den potentiella konkurrensen öka, eftersom en säljkanal då åter skulle stå till aktörernas förfogande. Konkurrensen mellan de nuvarande mobiltelefonoperatörerna skulle stramas åt och eventuellt skulle också nya aktörer lättare kunna komma in på marknaden. Alternativet att förbudet förfaller skulle å andra sidan kunna återskapa den situation som rådde innan bestämmelsen infördes, dvs. med en vilseledande och osund säljpraxis. Detta skulle igen leda till ett ökat antal reklamationer från konsumenter och kunder och eventuellt också inverka på kundtillfredsställelsen hos mobiltelefonoperatörernas kunder.

Det är viktigt att notera att den nuvarande regleringen infördes till följd av de problem som konsumenterna åsamkades just vid nummeröverföringsprocessen. I den processen har det inte skett någon utveckling över huvudtaget jämfört med situationen för tre år sedan. Om förbudet tilläts förfalla, skulle mobiltelefonoperatörerna troligen bli tvungna att ändra sina verksamhetsmodeller och processer på nytt för att få dem att motsvara situationen för tre år sedan.

När man tog ställning till en utvidgning av bestämmelsen till andra kommunikationstjänster granskade man förutom telefonabonnemang till mobilnätet också mobildataanslutningar, fasta bredbandsanslutningar samt avgiftsbelagda tv-underhållningspaket. Enligt konsumentmyndigheterna visar kontakterna från kunderna att behovet av ett förbud mot marknadsföring per telefon är störst när det gäller mobildataanslutningar. Det näst största behovet av ett förbud mot försäljning per telefon ser konsumentmyndigheterna när det gäller fasta bredbandsanslutningar samt avgiftsbelagda tv-underhållningspaket. Enligt de övriga marknadsparterna finns det varken problem eller behov av reglering annat än i fråga om den gällande bestämmelsen. Bestämmelsen infördes för att rätta till problem som hänför sig till nummeröverföringsprocessen vid mobiltelefonabonnemang, och gällde således inte andra kommunikationstjänster. En utvidgning av bestämmelsen kan anses begränsa konkurrensen ytterligare både mellan de nuvarande aktörerna och i fråga om nya potentiella aktörers inträde på marknaden.

Om bestämmelsen utvidgades, skulle de reklamationer från konsumenterna som förorsakats av telefonförsäljning av underhållnings- och bredbandstjänster minska. Å andra sidan kunde

missnöjet bland kunderna öka i och med att produktpaketering och möjligheterna att sköta hela kundförhållanden försvåras.

Enligt mobiltelefonoperatörerna skulle en betydande utvidgning av den gällande bestämmelse leda till att hela den nuvarande telefonförsäljningsorganisationen avvecklas. Detta skulle leda till uppsägning av sammanlagt minst 1000 personer hos operatörerna och deras underleverantörer, även om en del av arbetstagarna skulle kunna omplaceras i andra uppgifter.

Om bestämmelsen utvidgades, skulle servicenivån ur konsumenternas synvinkel försämrats när tjänster inte i samma utsträckning bjuds ut per telefon eller börjar bjudas ut i andra kanaler. Servicen och valmöjligheterna för konsumenterna bosatta i glesbygderna skulle försämrats jämfört med nuläget, eftersom de inte längre automatiskt skulle bli kontaktade i fråga om mobildataanslutningar, fasta bredbandsanslutningar eller avgiftsbelagda tv-underhållningspaket.

3.2 Kommunikationsverkets föreskrifter om televisionsapparaters och avkodningssystemers kompatibilitet

Kommunikationsverkets föreskrift 36 B gäller teleutrustning och televerksamhet. Genom Kommunikationsverkets föreskrifter preciseras de krav som anges i lagstiftningen. Föreskrifterna är förpliktande lagstiftning för aktörerna.

Genom den föreslagna ändringen fås situationen att motsvara den som rådde före ikraftträdandet av informations samhällsbalken.

4 Beredningen av propositionen

Propositionen har beretts vid kommunikationsministeriet. Vid beredningen av propositionen har justitieministeriet, arbets- och näringsministeriet, Konkurrens- och konsumentverket, Kommunikationsverket, teleoperatörer, telefonförsäljningsföretag samt deras intressebevakare blivit ombedda att yttra sig. Dessutom publicerades propositionen på kommunikationsministeriets webbplats så att alla som ville kunde yttra sig om den.

Under remissbehandlingen tog kommunikationsministeriet emot nio utlåtanden om utkastet till regeringsproposition. TeliaSonera Finland Oyj, DNA Oy och Kommunikationsverket ansåg de föreslagna ändringarna befogade och värda att understödjas.

Elisa Oyj understödde det föreslagna förbudet mot försäljning per telefon i angiven omfattning och bad att den punkt i motiveringen stryks enligt vilken försäljningsverksamhet som motsvarar telefonförsäljning kan vara tillåten med användning av IP-telefoni. Kommunikationsministeriets fann denna observation befogad och strök därför hänvisningen ur motiveringen.

Enligt Finnet-förbundet är det föreslagna förbudet ovanligt och begränsar konkurrensen. Man bör således aktivt följa hur det utfaller och vid behov vidta åtgärder för att upphäva eller ändra regleringen. Kommunikationsministeriet kommer under de följande tre åren att följa hur regleringen utfaller och ta ställning till alternativa regleringssätt.

Konsumentförbundet ansåg i sitt utlåtande att näringsidkaren, i syfte att minska problemen vid telefonförsäljning, i fråga om distansavtal som ingås per telefon måste lämna en skriftlig bekräftelse av anbudet till konsumenten, som förbinder sig till det först efter att ha sänt sitt skriftliga godkännande. Med beaktande av den strama tidtabellen ansåg Konsumentförbundet det dock befogat att lagen stiftas i den form som kommunikationsministeriet föreslagit. Konsumentförbundet och Kommunikationsverket tyckte dessutom att det under de kommande tre

RP 4/2015 rd

åren ska göras en mer omfattande utredning av behoven att reglera telefonförsäljningen av kommunikationstjänster. Kommunikationsministeriet anser förslaget lönt att understödjas.

Arbets- och näringsministeriet motsatte sig inte förslaget, men ansåg att andra möjliga åtgärder bör utredas i stället för ett totalförbud mot marknadsföring per telefon. Kommunikationsministeriet anser att utvecklingen på marknaden bör följas under de tre följande åren. Behovet av förbudet och eventuella olika sätt att genomföra det bör då omprövas.

Konkurrens- och konsumentverket (KKV) anser inte det föreslagna lagstiftningssättet vara rätt metod att ingripa de i problem som marknadsföringen per telefon förorsakar. I stället bör det väljas ett nyttighets- och teknologineutralt angreppssätt för regleringen. Enligt KKV bör andra åtgärder än den föreslagna regleringen granskas i syfte att rätta till problemen. KKV konstaterar dock också i sitt utlåtande att man med tanke på konsumentskyddet bör finna en lagstiftningslösning för att undanröja problemen som berör alla kategorier av nyttigheter. Enligt KKV bör konsekvenserna av regleringen följas noggrant, och eftersom det i propositionen inte har förts fram andra regleringsalternativ understöder verket ett fortsatt förbud i syfte att trygga konsumentskyddet.

Justitieministeriet tog i sitt utlåtande fram hur regleringen förhåller sig till den i 12 § i grundlagen tryggade yttrandefriheten. Detta har behandlats närmare under punkten Förhållande till grundlagen samt lagstiftningsordning.

Justitieministeriet hänvisar i sitt utlåtande också till att propositionsutkastet inte innehåller någon bedömning i synnerhet av alternativa metoder för att uppnå de mål som nämns i propositionen. Enligt kommunikationsministeriets utredningar är alla marknadsparter av den åsikten att effekterna av den gällande tidsbundna bestämmelsen har varit positiva. Parallellt med förbudet har aktörerna kommit överens om gemensamma spelregler och via självreglering har bestämmelsen således fungerat väl i praktiken. Konkurrensen på marknaden är fortsatt hård och nummeröverföringarna har inte minskat. Dessutom har priserna på telefons tjänster i mobilnätet fortsatt att sjunka. Mobiltelefonoperatörerna, på vars verksamhet förbudet har tillämpas och enligt propositionen kommer att tillämpas också i fortsättningen, förordar och understöder att förbudet förlängs i föreslagen form. Man vill inte avskaffa förbudet ännu i detta skede, eftersom marknaden och nummeröverföringsprocessen i grunden inte är annorlunda än för 2-3 år sedan.

Enligt utredningarna ger mobiltelefonoperatörerna sitt stöd för att förbudet avskaffas, men eventuellt först efter en övergångstid, när mobiltelefonabonnemangens rörelsemässiga betydelse har minskat, utvecklingen av online-baserade försäljningsmodeller har kommit längre och nummeröverföringsprocessen har utvecklats ytterligare. Eftersom någon utveckling tills vidare inte har ägt rum, bör det fortfarande anses som ett motiverat regleringssätt att förlänga förbudet för viss tid. Det har därför inte ansetts finnas behov att behandla alternativa regleringssätt i propositionen. Kommunikationsministeriet vill dock understryka att alternativa regleringssätt bör tas till granskning under de följande tre åren utifrån de förändringar som sker på marknaden och inom lagstiftningen.

I kommunikationsutskottets betänkande KoUB 4/2012 konstateras det att grundlagsutskottet i sitt utlåtande anser att de allvarligaste problemen med marknadsföringen av mobilabonnemang till konsumenter per telefon kan undanröjas genom att nuvarande praxis stäms av mot den gällande lagstiftningen.

Kommunikationsutskottet ansåg dock att det var lämpligast att bedöma de eventuella ändringsbehoven inom ramen för den då pågående beredningen av en informations samhällsbalk. Utskottet ansåg också att ett förbud mot marknadsföring av mobilabonnemang per telefon är

en mycket exceptionell åtgärd. Utskottet ansåg det viktigt att den föreslagna bestämmelsen förslås bli temporär och uteslutande ska gälla marknadsföring av mobilabonnemang per telefon. Enligt utskottet var det viktigt att de olika effekterna av och fördelarna och nackdelarna med förbudsbestämmelsen bevakas och utvärderas övergripande och att eventuellt behövliga ändringar bereds redan innan den treåriga giltighetstiden går ut, om det behövs.

I samband med beredningen av informationssamhällsbalken 2014 gjorde kommunikationsministeriet bedömningen att några ändringar inte behöver göras i förbudet mot marknadsföring av telefonabonnemang. Ministeriet har dessutom låtit göra en utredning där man undersökte alternativen att förbudets giltighet förlängs utan ändringar, att förbudet upphävs eller att det utvidgas till andra produkter. Ministeriet har i sin beredning stannat för att föreslå en förlängning av förbudet för bestämd tid på de grunder som anförts här.

5 Ikraftträdande

Lagen föreslås träda i kraft den 2 juli 2015.

6 Förhållande till grundlagen samt lagstiftningsordning

Av betydelse med tanke på den i 12 § i grundlagen tryggade yttrandefriheten är förslaget om att för viss tid förlänga giltigheten för den bestämmelse i informationssamhällsbalken som gäller förbud mot marknadsföring av telefonabonnemang per telefon. Enligt 12 § i grundlagen har var och en yttrandefrihet. Till yttrandefriheten hör rätten att framföra, sprida och ta emot information, åsikter och andra meddelanden utan att någon i förväg hindrar detta. Grundlagsutskottet har i sitt utlåtande GrUU 6/2012 rd behandlat förbudet mot marknadsföring av telefonabonnemang till konsumenter per telefon.

Enligt 201 § i informationssamhällsbalken får telefonabonnemang till mobilnät inte marknadsföras till konsumenter per telefon, om inte konsumenten uttryckligen ber om det. Förbudet tillämpas inte på ett teleföretags marknadsföring till dess egna mobiltelefonkunder. Förbudet infördes i kommunikationsmarknadslagen (393/2003) den 1 augusti 2012 till följd av upprepade överdrifter vid marknadsföringen. Förbudet fanns i lagens 65 a §. År 2014 togs förbudet in i informationssamhällsbalken.

Enligt grundlagsutskottets utlåtande GrUU 6/2012 rd betydde förbudet begränsningar i den kommersiella kommunikationen för företag som marknadsför mobiltelefonabonnemang. Därmed måste förslaget vägas mot grundlagens 12 § 1 mom. om yttrandefrihet. Grundlagsutskottet har brukat anse att skyddet för yttrandefriheten i princip också täcker in reklam och marknadsföring, även om den typen av kommunikation enligt utskottets mening inte hör till yttrandefrihetens direkta kärnområde. I sitt utlåtande ansåg utskottet inte att grundlagens 12 § kan förhindra att förbudet införs, eftersom det i sig kan anses som ett acceptabelt argument att man vill skydda konsumenterna från olika slag av problem med marknadsföring per telefon.

Enligt utskottet hade bestämmelserna i kommunikationsmarknadslagen om skriftligt avtal om kommunikationstjänster (67 §) och nummerportabilitet (51 §) inte alltid iakttagits i marknadsföringen per telefon, utan den nya operatören hade framställt en begäran om nummeröverföring redan utifrån marknadsföringssamtalet innan ett skriftligt avtal om kommunikationstjänster hade slutits med kunden. Förbudet behövdes vid sidan av de bestämmelser som var gällande redan då för att trygga konsumenternas rättigheter. Utskottet menade att det inte var helt problemfritt att införa det föreslagna marknadsföringsförbudet. Det såg ändå inte hur grundlagen med avseende på proportionaliteten skulle kunna hindra att marknadsföringsförbudet införs, eftersom det i alla fall handlar om en mycket snäv begränsning i den kommersiella kommunikationen och andra marknadsföringskanaler fortsatt är tillgängliga. Dessutom är mark-

RP 4/2015 rd

nadsföring per telefon tillåten om konsumenten uttryckligen begär det. Att lagen var tänkt att gälla temporärt kan i ljuset av utskottets tidigare praxis ses som ett argument som gör begränsningen mindre problematisk i ett konstitutionellt perspektiv.

Något som talar för att den nuvarande bestämmelsens giltighet förlängs är att utvecklingen på marknaden och på det teknologiska området med tiden kan göra bestämmelsen överflödig. Alternativet att bestämmelsen slopas bör därför omprövas inom den närmaste framtiden. Ur grundlagsperspektiv bör det noteras att den nuvarande regleringen infördes till följd av de problem som konsumenterna åsamkades just vid nummeröverföringsprocessen. I den processen har det inte skett någon utveckling över huvudtaget jämfört med situationen för tre år sedan. Med beaktande av ovan nämnda omständigheter lämpar sig motiveringarna i GrUU 6/2012 gällande införande av förbudet också för denna proposition. Grunderna med tanke på 12 § i grundlagen är således godtagbara.

Med stöd av vad som anförts ovan anses det att lagförslaget kan behandlas i vanlig lagstiftningsordning.

Med stöd av vad som anförts ovan föreläggs riksdagen följande lagförslag:

Lag

om ändring av informationssamhällsbalken

I enlighet med riksdagens beslut
ändras i informationssamhällsbalken (917/2014) 351 § 5 mom. samt
fogas till lagen en ny 264 a § och till 269 § ett nytt 4 mom. som följer:

30 kap.

Utsläppande på marknaden av tele-, nät- och radioutrustning

264 a §

Tekniska föreskrifter om televisionsapparater

Kommunikationsverket har rätt att meddela föreskrifter om televisionsapparaters tekniska egenskaper för att säkerställa deras kompatibilitet.

269 §

Skydd av elektroniska meddelanden

Kommunikationsverket har rätt att meddela föreskrifter om tekniska egenskaper hos avkodningssystem för att säkerställa deras kompatibilitet.

351 §

Ikraftträdande

Lagens 201 § gäller till och med den 1 juli 2018.

Denna lag träder i kraft den 20 .

Helsingfors den 13 maj 2015

Statsminister

Alexander Stubb

Undervisnings- och kommunikationsminister Krista Kiuru

Lag

om ändring av informationssamhällsbalken

I enlighet med riksdagens beslut
ändras i informationssamhällsbalken (917/2014) 351 § 5 mom. samt
fogas till lagen en ny 264 a § och till 269 § ett nytt 4 mom. som följer:

Gällande lydelse

Föreslagen lydelse

(Ny)

264 a §

Tekniska föreskrifter om televisionsapparater

Kommunikationsverket har rätt att meddela föreskrifter om televisionsapparaters tekniska egenskaper för att säkerställa deras kompatibilitet.

269 §

269 §

Skydd av elektroniska meddelanden

Skydd av elektroniska meddelanden

Kommunikationsverket har rätt att meddela föreskrifter om tekniska egenskaper hos avkodningssystem för att säkerställa deras kompatibilitet.

351 §

351 §

Ikraftträdande

Ikraftträdande

Lagens 201 § gäller till och med den 1 juli 2015.

Lagens 201 § gäller till och med den 1 juli 2018.
