

Lainsäädäntöneuvos Marja Luukkonen Yli-Rahnasto
Johtava asiantuntija Aleksi Kirjonen

30.12.2025

Selvitys kirjallisen vahvistusmenettelyn vaikutuksista puhelinmyynnissä

1 Johdanto

1.1 Kuluttajansuojalain puhelinmyyntisääntelyn muutos

Tässä muistiossa tarkastellaan 1.1.2023 voimaan tulleen puhelinmyyntisääntelyn vaikutuksia kuluttajiin ja yrityksiin. Yritysten osalta tarkastellaan erityisesti lehtialaa. Lehdillä tarkoitetaan sekä sanomalehtiä aikakauslehtiä.

Kulutushyödykkeiden puhelinmyyntisääntelyä muutettiin 1.1.2023 voimaan tulleella sääntelyllä. Kuluttajansuojalain (38/1978, jäljempänä myös KSL) 6 luvun 12 a §:n 1 momentin mukaan jos elinkeinonharjoittaja tarjoaa kuluttajalle puhelimesta kulutushyödykettä ja kuluttaja tällöin ilmoittaa halustaan tehdä sopimus elinkeinonharjoittajan kanssa, elinkeinonharjoittajan on puhelinkeskustelun jälkeen toimitettava tekemänsä tarjous kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla kuluttajalle. Jos kuluttaja ei ole pysyvällä tavalla puhelinkeskustelun jälkeen hyväksynyt elinkeinonharjoittajan pysyvällä tavalla toimittamaa tarjousta, kuluttaja ei tule sidotuksi sopimukseen eikä häneltä tällöin saa vaatia maksua, hyödykkeen palauttamista tai säilyttämistä taikka muuta toimenpidettä. Edelleen 2 momentin mukaan kuluttajalle on 1 momentin mukaisen tarjouksen toimittamisen yhteydessä ilmoitettava siitä, että jos hän ei hyväksy kyseistä tarjousta pysyvällä tavalla, kuluttaja ei tule sidotuksi sopimukseen eikä hänellä ole velvollisuutta maksaa hyödykettä eikä palauttaa tai säilyttää sitä. Elinkeinonharjoittajalla on todistustaakka siitä, että tarjous on toimitettu kuluttajalle 1 momentissa edellytetyllä tavalla ja että kuluttaja on saanut tässä momentissa tarkoitetun ilmoituksen.

Jos kuluttaja on omasta aloitteestaan ottanut yhteyttä elinkeinonharjoittajaan tai jos elinkeinonharjoittaja on ottanut yhteyttä kuluttajaan tämän nimenomaisesta pyynnöstä, pykälässä säädettyä ei sovelleta (3 mom.). Vastaavan sisältöinen pykälä on kuluttajansuojalain 6 a luvussa, jossa säädetään rahoituspalvelujen ja -välineiden etämyynnistä.

Postiosoite
Postadress

Oikeusministeriö
PL 25
FI-00023 Valtioneuvosto
Finland

Käyntiosoite
Besöksadress

Meritullinkatu 10
00170 Helsinki
Finland

Puhelin
Telefon

0295 16001
Internat.
+358 295 16001

Faksi
Fax

09 160 67730
Internat.
+358 9 160 67730

S-posti, internet
E-post, internet

kirjaamo.om@gov.fi
www.oikeusministerio.fi
www.justitieministeriet.fi

Kuluttaja-asiamies on antanut ohjeistuksen puhelinmyyntiin liittyvistä velvoitteista (2023, päivitetty 2025).¹

1.2 Selvityksen tausta

Pykälää koskevassa hallituksen esityksessä on todettu, että tavanomaisen vaikutusten arviointia koskevan seurannan lisäksi tarkoituksena on seurata vahvistusmenettelyn vaikutuksia erityisesti lehtialaan ja kahden vuoden kuluttua säännösten voimaantulosta arvioida, miten kirjallinen vahvistusmenettely on vaikuttanut lehtien myyntiin ja lehtitarjonnan monimuotoisuuteen, sekä tämän perusteella arvioida tarve mahdollisiin lainsäädäntömuutoksiin (HE 14/2022 vp, s. 86).

Talousvaliokunta on mietinnössään edellyttänyt vastaavanlaista arviota. Talousvaliokunnan mietinnössä todetaan, että talousvaliokunta kannattaa hallituksen esityksen kirjausta siitä, että vahvistusmenettelyn vaikutuksia erityisesti lehtialaan seurataan ja että kahden vuoden kuluttua säännösten voimaantulosta arvioidaan, miten kirjallinen vahvistusmenettely on vaikuttanut lehtien myyntiin ja lehtitarjonnan monimuotoisuuteen. Saatavien seurantatietojen perusteella on mahdollista arvioida nyt ehdotettavan kuluttajansuojalainsäädännön toimivuutta ja siihen kohdistuvia mahdollisia muutostarpeita. (TaVM 16/2022 vp)

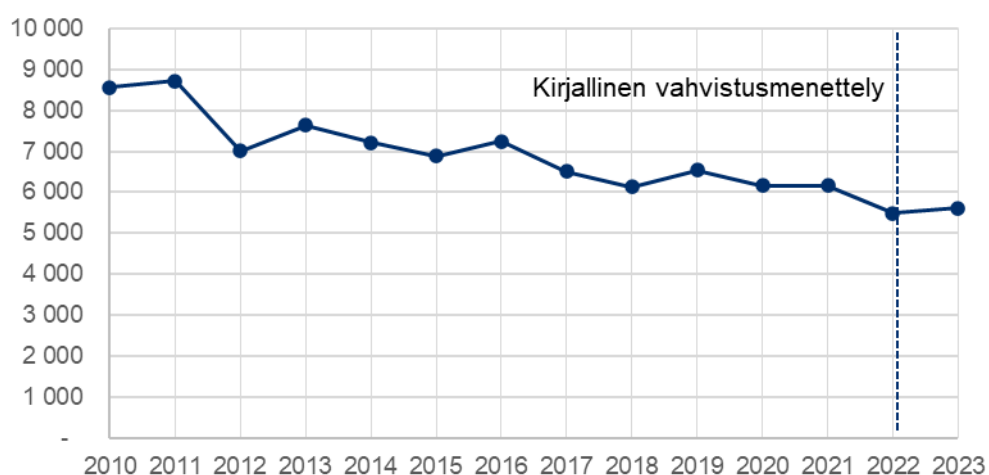
Eduskunta on puolestaan hallituksen esitystä koskevassa vastauksessaan edellyttänyt, että hallitus valmistelee toimia, joilla varmistetaan riippumattoman, moniarvoisen mediakentän toimintaedellytykset ja kilpailukyky Suomessa sekä kansalaisten tasavertaiset mahdollisuudet saada luotettavaa tietoa ja sivistää itseään (EV 87/2022 vp).

¹ Saatavilla osoitteessa: <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tietoa-ja-ohjeita-yrityksille/kuluttaja-asiamiehen-ohjeistukset/ohjeistus-puhelinmyyntiin-liittyvista-velvoitteista/> (viitattu 10.11.2025).

2 Vaikutukset puhelinmyyntialaan ja yrityksiin

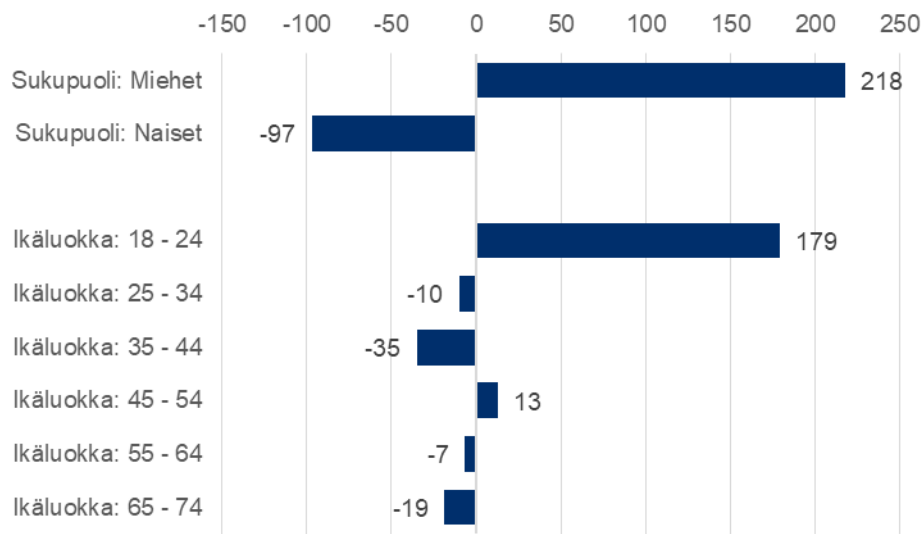
2.1 Työllisten määrän kehitys puhelin- ja asiakaspalvelukeskusten myyjän tehtävissä

Tilastokeskuksen työssäkäyntitilastojen perusteella puhelin- ja asiakaspalvelukeskusten myyjien määrä on ollut laskusuuntainen jo pitkään. Alan työllisten kehitystä havainnollistetaan kuviossa 1. Vuonna 2010 työllisiä oli noin 8 500, mutta vuoteen 2023 mennessä määrä on laskenut alle 6 000 henkilöön. Tilastokeskuksen työllisyystilastot perustuvat kunkin vuoden lopun tilanteeseen. Vuoden 2023 alussa voimaan tullut kirjallinen vahvistusmenettely ei ole aiheuttanut välitöntä romahdusta alan työllisten määrässä – vuonna 2023 alan työllisyys jopa kasvoi 121 henkilöllä. Vuonna 2023 alan työllisyys kasvoi siitä huolimatta, että kaikkien työllisten kauppiaiden ja myyjien määrä Suomessa väheni noin prosentilla.



Kuvio 1 Työlliset, puhelin- ja asiakaspalvelukeskusten myyjät 2010–2023. Lähde: Tilastokeskuksen työllisyystilastot.

Puhelin- ja asiakaspalvelukeskusten myyjien työllisyydessä tapahtui vuonna 2023 kuitenkin joitain rakenteellisia muutoksia. Kuviossa 2 havainnollistetaan, miten alan työllisyys on muuttunut lainmuutoksen voimaantulon jälkeen sukupuolittain ja ikäluokittain. Kuviosta 2 ilmenee, että alan miesten työllisyys kasvoi 218 henkilöllä samaan aikaan kun alan naisten työllisyys laski 97 henkilöllä. Ikäluokittain tarkasteltuna kasvua oli pääasiassa nuorten, alle 24-vuotiaiden, ikäluokassa.



Kuvio 1 Työlliset, puhelin- ja asiakaspalveluskeskusten myyjät, muutos 2022–2023 sukupuolittain, ikäluokittain.
Lähde: Tilastokeskuksen työllisyystilastot.

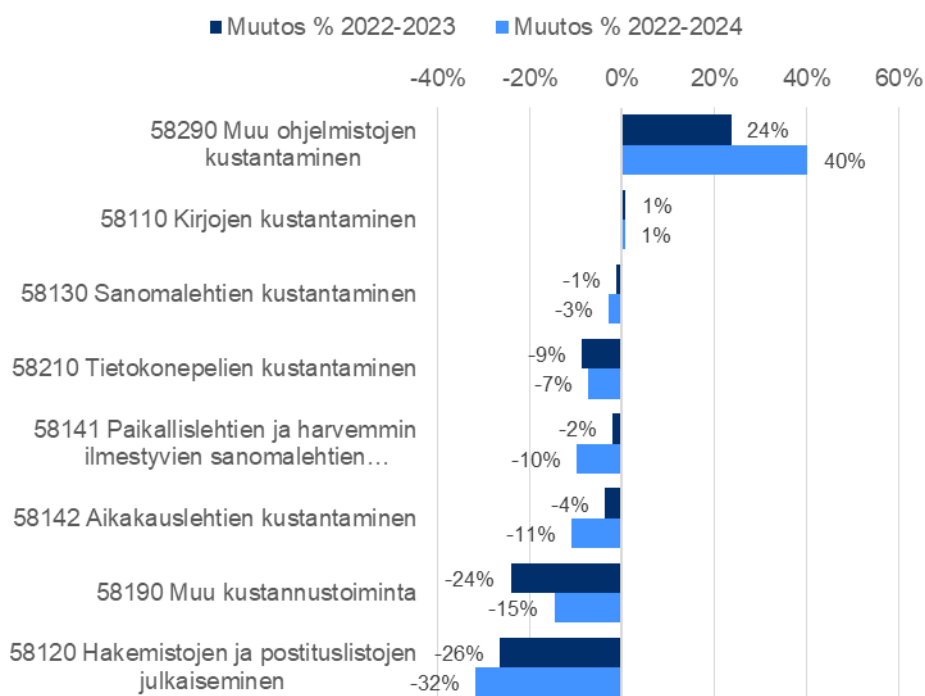
2.2 Kustannusalan ja joukkoviestintämarkkinoiden kehitys

Puhelinmyyntiä merkittävästi hyödyntävän kustannusalan yritysten määrä, liikevaihto ja palkkasumma ovat kasvaneet kirjallista vahvistusmenettelyä edeltävään aikaan verrattuna. Vuosina 2022–2024 yritysten määrä kasvoi 2 prosenttia, liikevaihto 7 prosenttia ja palkkasumma 8 prosenttia (taulukko 1).

Taulukko 1 Kustannusalan yritykset, liikevaihto ja palkkasumma 2018–2024.

Vuosi	Yritysten lukumäärä, yritykset	Liikevaihto, yritykset (1000 euroa)	Palkkasumma (1000 euroa)
2018	1566	5163595	854510
2019	1552	4979070	825504
2020	1523	5191957	849492
2021	1505	6405391	951818
2022	1519	7009362	1142137
2023	1509	7163760	1205539
2024	1550	7489876	1235652
Muutos % 2022-2024	+2 %	+7 %	+8 %

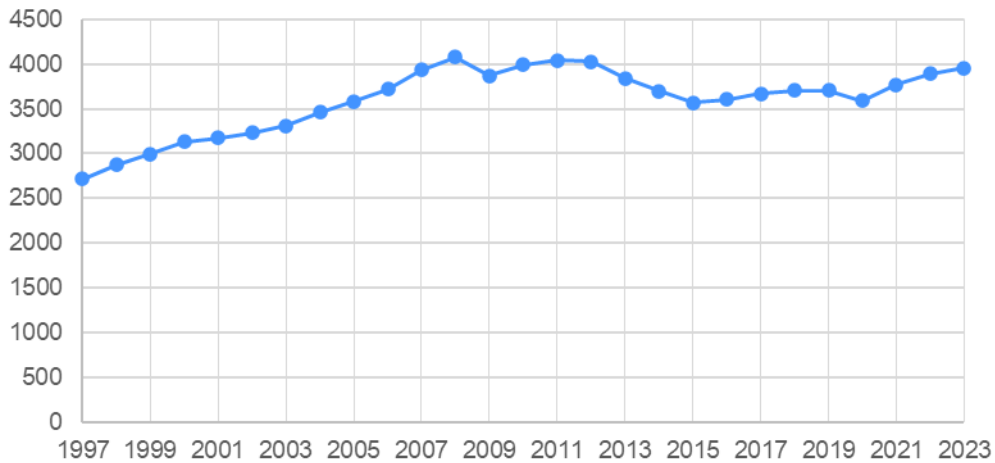
Kustannusalan positiivinen kehitys toisaalta selittyy ohjelmistojen kustantamisen liikevaihdon kasvulla. Puhelinmyynnistä eniten hyötyvien sanomalehtien, paikallislehtien ja aikakauslehtien kustantamisen liikevaihdot ovat puolestaan laskeneet.



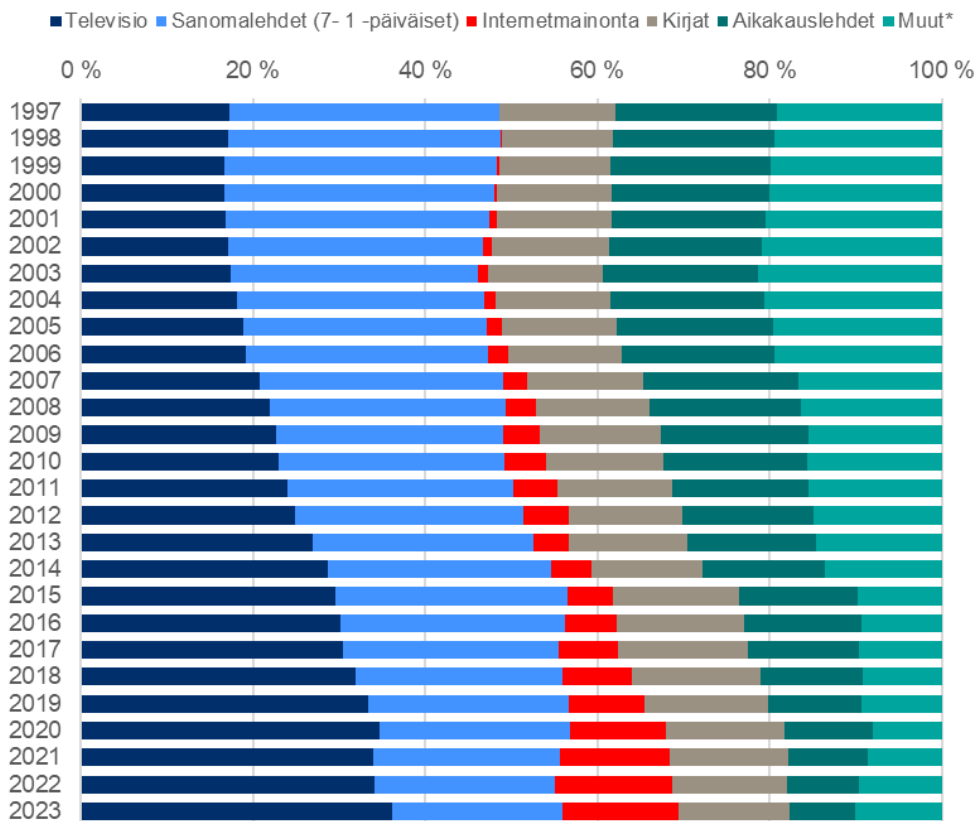
Kuvio 3 Kustannusalan liikevaihdon muutos 2022–2024.

Tilastokeskuksen mukaan joukkoviestintämarkkinoiden arvo oli lähes neljä miljardia vuonna 2023. Joukkoviestintämarkkinatilasto pyrkii vuosittain kuvamaan, paljonko rahaa Suomessa käytetään joukkoviestintään (kirjat, lehdet, radio, internetmainonta, elokuvateatterit, tallenteet, vaikuttajamarkkinointi, televisio). Tilasto lakkautettiin vuoden 2024 lopussa.

Joukkoviestintämarkkinoiden arvo kasvoi vuonna 2023 noin 1,7 prosenttia. Kuviossa 4 havainnollistetaan markkinoiden kehitystä 1990-luvun lopusta vuoteen 2023. Alan kasvu pysähtyi finanssikriisin aikoihin, minkä jälkeen ala supistui. Lievää nousua on ollut havaittavissa vuodesta 2020 alkaen. Tilastokeskuksen luvut ovat nimellisiä, joten inflaatio huomioituna markkinoiden arvo on vuodesta 2008 laskenut.



Kuvio 4 Joukkoviestintämarkkinoiden arvo 1997–2023.



Kuvio 5 Joukkoviestintämarkkinoiden rakenne 1997–2023. Muut* = tallenteet, elokuvateatterit, vaikuttajamarkkinointi ja suoramainonta.

Kuviosta 5 ilmenee, että televisiotoimiala on suurin yksittäinen joukkoviestintätoimiala. Sen osuus on kasvanut 17 prosentista 36 prosenttiin. Toinen merkittävä rakenteellinen muutos joukkoviestintämarkkinoissa on internet-mainonnan merkityksen kasvu. Kirjojen myynti on pitänyt pintansa 12–13 prosentin osuudella markkinoista koko tarkasteluajan. Sanomalehtien ja aikakauslehtien ja muiden toimialojen osuus on puolestaan markkinoista pienentynyt.

Vahvistusmenettelyn käyttöönotto vuonna 2023 ei näytä aiheuttaneen suurta rakenteellista tai liikevaihdossa mitattavaa muutosta alaan – alan rakenteen muutos näyttää myös menettelyn käyttöönotovuonna mukailevan pitkän aikavälin trendejä.

2.3 Yritysbarometrin tulokset

Yritysbarometri on suomalaisten pk-yritysten taloudellista tilannetta, näkymiä ja odotuksia mittaava tutkimus, jota julkaisee Suomen yrittäjät yhteistyössä Finnveran ja työ- ja elinkeinoministeriön kanssa. Yritysbarometrissa kysyttiin puhelinmyynnistä ensimmäisen kerran keväällä 2020 ennen vahvistusmenettelyn käyttöönottoa ja toisen kerran syksyllä 2025 vahvistusmenettelyn käyttöönoton jälkeen.

Yritysten vastausten perusteella (taulukko 2) puhelinmarkkinointia tekevien pk-yritysten osuus on pienentynyt vain prosenttiyksiköllä kirjallisen vahvistusmenettelyn jälkeen. Keväällä 2020 noin 83 prosenttia yrityksistä ilmoitti, ettei tee puhelinmarkkinointia. Syksyllä 2025 vastaava luku oli 84 prosenttia.

Taulukko 2 PK-yritysbarometri, puhelinmyyntiä koskevat tulokset kevät 2020 ja syksy 2025.

Mihin tarkoituksiin yrityksenne käyttää puhelinmarkkinointia?	Kevät 2020	Syksy 2025
Tavaroiden/palveluiden myymiseen uusille asiakkaille	13 %	11 %
Tavaroiden/palveluiden myymiseen vanhoille asiakkaille	11 %	9 %
Kertaluontoisten tavaroiden/palveluiden myymiseen (esim. ikkunaremontti)	2 %	1 %
Kestotilauksina ja/tai pidempikestoilla sopimuksilla hankittavien tavaroiden/palveluiden myymiseen (esim. lehdet, sähkösopimus)	1 %	1 %
Markkinatutkimuksiin	2 %	1 %
Asiakastietojen päivittämiseen	3 %	2 %
Muuhun tarkoitukseen, mihin?	0 %	0 %
Emme tee puhelinmarkkinointia	83 %	84 %
En osaa sanoa	2 %	3 %

Syksyn 2025 PK-yritysbarometrissa kysyttiin myös, miten yritysten toiminta on muuttunut puhelinmyynnin kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönoton tultua voimaan. Taulukosta 3 ilmenee, että valtaosa vastaajista ilmoittaa jatkaneensa puhelinmarkkinointia entiseen tapaan. Noin 7 prosenttia vastaajista ilmoittaa yrityksensä luopuneen puhelinmarkkinoinnista kokonaan.

Taulukko 3 PK-yritysbarometri, puhelinmyyntiä koskevat tulokset, syksy 2025.

Miten yrityksenne toiminta on muuttunut puhelinmyynnin kirjallisen vahvistusmenettelyn tultua voimaan?	Syksy 2025
Yrityksemme on jatkanut puhelinmarkkinointia entiseen tapaan eli markkinoinnissamme ei ole tapahtunut muutoksia	50 %
Yrityksemme on jatkanut puhelinmarkkinointia entiseen tapaan ja lisännyt markkinointia muissa kanavissa	23 %
Yrityksemme on vähentänyt puhelinmarkkinointia ja jatkanut markkinointia muissa kanavissa entiseen tapaan	9 %
Yrityksemme on vähentänyt puhelinmarkkinointia ja lisännyt markkinointia muissa kanavissa	9 %
Yrityksemme on luopunut puhelinmarkkinoinnista kokonaan ja jatkanut markkinointia muissa kanavissa entiseen tapaan	4 %
Yrityksemme on vähentänyt puhelinmarkkinointia ja vähentänyt markkinointia myös muissa kanavissa	3 %
Yrityksemme on jatkanut puhelinmarkkinointia entiseen tapaan ja vähentänyt markkinointia muissa kanavissa	3 %
Yrityksemme on luopunut puhelinmarkkinoinnista kokonaan ja lisännyt markkinointia muissa kanavissa	2 %
Yrityksemme on luopunut puhelinmarkkinoinnista kokonaan ja vähentänyt markkinointia muissa kanavissa	1 %

2.4 Medialiitto ry:n ja Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto ry:n arviot puhelinmyyntisääntelyn vaikutuksista

Medialiitto ry:n arvioiden mukaan jälkivahvistusvaatimuksen toteuttaminen on vaatinut yksittäisiltä kustantajilta kertainvestointeja noin 10 000–50 000 euroa. Lisäksi vahvistusprosessiin liittyvät juoksevat kulut vaihtelevat vähäisestä summasta useisiin kymmeniin tuhansiin euroihin vuositasolla.

Medialiiton mukaan suurin osa kustantajista arvioi, että vahvistusprosessi on vähentänyt heidän tekevänsä puhelinmyyntiä vähän tai kohtalaisesti. Prosentuaalisesti arvioituna puhelinmyynti on vähentynyt arviolta 5–15 %. Myynnin vähentymistä on pidemmällä aikavälillä pystytty osin hillitsemään korjaavilla toimenpiteillä, jotka ovat toisaalta aiheuttaneet lisäkustannuksia. Kustantajien mukaan jälkivahvistuksia jää tekemättä vähän tai kohtalaisesti, keskimäärin 5–10 %, yhdellä jopa 25 %.

Medialiiton mukaan sääntely on siirtänyt myyntiä osin digitaalisiin kanaviin. Vahvistuksen tekemisen osalta haasteita on ollut erityisesti heikommalla digitaalisella osaamisella omaavien kohderyhmien kohdalla, erityisesti iäkkäämmillä ihmisillä. He ovat ihmisiä, joita ei tavoiteta muissa kanavissa, jolloin puhelinmyynti jää

ainoaksi kanavaksi tarjota tietoa tuotteista. Vahvistus jää heiltä paikoin tekemättä ja näin ollen lehti saamatta.

Toisaalta telemyynnin reklamaatioiden määrä on vähentynyt ja heti tilauksen peruuttavien määrä on pienempi.

Medialiiton mukaan lehtikustantajat kokevat, että sääntely on lisännyt byrokratiaa ja kustannuksia sekä vähentänyt kauppaa. Puhelinmyynnin sääntely koetaan tiukaksi verrattuna muihin myyntikanaviin. Tärkeänä pidetään, että lisäsääntelyltä vältytään. Puhelinmyynti on yhä tärkeä myyntikanava lehdistön elinvoiman kannalta.

Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto ry:n (ASML) mukaan jälkivahvistussääntely on yleisesti ottaen vaikuttanut lehtialan kannattavuuteen ja toimintaedellytyksiin negatiivisesti. Sääntely on aiheuttanut erilaisia prosessi-, it-, kumppani- yms. kustannuksia ja korvausinvestointeja. Kustannukset ovat sekä kertaluonteisia että pysyviä. Tämä on yhdessä myynnin vähenemisen kanssa vaikuttanut negatiivisesti lehtien myyntiin ja kannattavuuteen. Kaikissa isommissa lehtitaloissa on käynnistetty yt-neuvotteluita 2023–2025. Lehtipainamisen kapasiteetin vähentäminen on vaikuttanut negatiivisesti myös painoalan toimintaedellytyksiin.

ASML:n tekemien jäsenkyselyjen (2/2023 ja 6/2024) perusteella lehtialalla jälkivahvistussääntely on aiheuttanut puhelinmyyntiä tekevillä lehtikustantajilla merkittävää myynnin vähentymistä. Tyypillisesti lehtien myynnin vähennys sääntelyn tultua voimaan oli 6–15 %. Suurimpien sanoma- ja aikakauslehtien painetun lehden lukijamäärät ovat vuoden 2022 jälkeen laskeneet n. 9–15 %.

ASML kiinnittää huomiota siihen, että eräitä aikakauslehtiä tai printtilehtien painamisia on lopetettu kokonaan jälkivahvistussääntelyn jälkeen.² Lisäksi painettujen sanomalehtien ilmestymispäiviä on harvennettu jälkivahvistussääntelyn tultua voimaan.³

ASML:n tekemissä jäsenkyselyissä nousi lisäksi esiin, että erityisesti senioreilla on edelleen jatkuvia hankaluuksia jälkivahvistuksessa. Monet asiakkaat ovat harmissaan ylimääräisestä vaivasta. Helppo tapa ostaa tuttuja tuotteita on vaikeutunut.

² ASML:n mukaan näitä ovat Vene-lehti (joulukuu 2024), Kauppalehti Fakta (2024 loppu), Kauppalehti Optio (2024 loppu), Trendi (maaliskuu 2024), Image (elokuu 2024).

³ ASML:n mukaan näitä ovat Lapin Kansa – kolmipäiväiseksi syyskuussa 2024; Keskipohjanmaa, Kainuun Sanomat – sunnuntain ja maanantain painettu lehti poistui (toukokuu 2023); Karjalainen Kaleva – sunnuntain printtilehti päättyi huhtikuussa 2023; Ilkka-Pohjalainen – sunnuntain painettu ja näköislehti päättyi syyskuussa 2023.

3 Vaikutukset kuluttajiin

3.1 Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvitys puhelinmyynnistä

3.3.1 Yleistä KKV:n selvityksestä

Kilpailu- ja kuluttajavirasto (KKV) on viime vuosien aikana tehnyt useita selvityksiä puhelinmyyntiin liittyen: Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 2/2020 (Kuluttajien kokemuksia ja näkemyksiä puhelinmyynnistä); Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 3/2020 (Esiselvitys kuluttajille suunnatun puhelinmarkkinoinnin rajoittamisen vaikutuksista markkinoihin); Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 3/2017 (Kuluttajat ja puhelinmyynti). Selvityksissä on tutkittu esimerkiksi puhelinmyynnin vaikutuksia kuluttajiin ja markkinoiden toimintaan. Virasto on myös arvioinut puhelinmyynnin sääntelyn vaihtoehtoja sekä niiden hyötyjä ja haittoja (KKV, Puhelinmyynti, kuluttajat ja markkinoiden toiminta 2020).

KKV on alkuvuodesta 2025 julkaissut vuonna 2024 toimitetun puhelinmyyntiselvityksen tulokset (Katja Järvelä – Mika Saastamoinen – Anni Väättänen, Kuluttajien näkemyksiä ja kokemuksia puhelinmyynnissä. Kilpailu- ja kuluttajaviraston Tutkimusraportteja 1/2025). Selvitys perustuu kyselytutkimukseen, jossa on kartoitettu kuluttajien näkemyksiä ja kokemuksia puhelinmyynnistä. Selvityksessä tarkastellaan erityisesti, miten vuonna 2023 voimaan tullut vahvistusmenettely on toiminut käytännössä sekä näkyykö tuloksissa viitteitä siitä, että sääntelymuutos olisi vähentänyt puhelinmyynnin ongelmia ja vaikuttanut kuluttajien kokemuksiin puhelinmyynnistä.

Kyselytutkimukseen vastasi 2 072 suomalaista. Vastaajajoukko edustaa Manner-Suomen väestöä iän, sukupuolen ja asuinalueen mukaan. Kyselyn pohjana on käytetty vuonna 2019 toteutettua kyselyä⁴ kuluttajien puhelinmyyntiin liittyvistä kokemuksista. Vuoden 2024 kyselyyn on lisätty kysymyksiä, jotka koskivat uutta kirjallista vahvistusmenettelyä. Tutkimuksen tulosten käsittely on jaettu yleisen kehityksen tarkasteluun sekä vuoden 2023 puhelinmyynnin lakimuutoksen vaikutusten analysointiin.

3.1.2 Yleisiä tuloksia

KKV:n selvityksen mukaan vuosien 2019 ja 2024 välillä puhelinmyyntipuhelut ovat vähentyneet, mutta tilausten yleisyydessä ei ole tapahtunut suuria muutoksia. Vuonna 2024 kuluttajista 31 prosenttia arvioi vastaavansa vähintäänkin kerran viikossa puhelinmyyjän soittoon, kun vastaava osuus vuonna 2019 oli 44 prosenttia. Yhä edelleen puhelinmyynnin voidaan sanoa olevan varsin yleistä. Vähentyneistä puheluista huolimatta puhelinmyyjiltä tehdyt tilaukset olivat lähes yhtä yleisiä kuin aiemminkin. Tässä määrässä ei ollut tapahtunut juurikaan muutosta aiempaan verrattuna.

Tilanteet, jossa tuotetta on alettu toimittaa, vaikka kuluttaja ei ole mielestään tehnyt sopimusta, ovat selkeästi lisääntyneet. Lisäksi puhelinmyyntikäytännöissä on edelleen merkittäviä puutteita, esimerkiksi kaupallisen tarkoituksen ilmoittamisessa ja sopimuksen olennaisten tietojen antamisessa. Vain vajaassa puolessa kaikista loppuun asti kuunnelluista myyntipuheluista puhelun kaupallinen tarkoitus oli ilmoitettu puhelun alussa. Myös olennaisten tietojen antamisessa myyntipuhelun aikana oli selviä puutteita. Etenkin peruuttamisoikeudesta oli kerrottu heikosti. Vain runsas kolmannes kuluttajista

⁴ Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 2/2020 (Katja Järvelä – Mika Saastamoinen: Kuluttajien kokemuksia ja näkemyksiä puhelinmyynnistä).

arvioi peruuttamisoikeudesta kerrotun selkeästi ja ymmärrettävästi ja lähes yhtä moni oli jäänyt kyseistä tietoa vaille kokonaan. Vaikka tilanne olikin hieman parantunut viiden vuoden takaisesta, sitä ei voida pitää vieläkään hyvänä. Myös muiden olennaisten tietojen antamisessa olisi korjattavaa, joskin tilanne on kohentunut jonkin verran verrattuna aiempaan kyselyyn.

Vastaajat, jotka olivat tilanneet jotain puhelinmyynnistä viimeisen 12 kuukauden aikana, arvioivat puhelinmyynnin markkinointitavan paremmaksi kuin ei-tilanneet vastaajat. Tilanneista puolet kertoi puhelinmyyjän aloittaneen myyntipuhelun kertomalla soiton kaupallisesta tarkoituksesta, kun ei-tilanneista vastaava osuus oli vain 39 prosenttia. Tilanneet myös kokivat ei-tilanneita useammin puhelinmyyjän miellyttävänä ja asiallisena.

Lainsäädännön muutoksesta huolimatta kuluttajien suhtautuminen puhelinmyyntiin on yhä erittäin kielteistä. Suurimmat muutokset vuoden 2019 selvitykseen näkyivät siinä, että puhelinmyynti koettiin aiempaakin useammin painostavana. Samanaikaisesti kuitenkin aiempaa useampi kertoi voivansa hankkia puhelinmyynnistä tuotteita, joiden hankkiminen muuten olisi hankalaa. Lisäksi entistä useampi piti puhelinmyyntiä hyödyllisenä itselleen, kertoi ostavansa mielellään puhelinmyynnistä sekä suhtautui puhelinmyyntiin myönteisesti. Käytännössä suurimmassa osassa väittämistä erot vuosien 2019 ja 2024 välillä suuntaan tai toiseen olivat kuitenkin pieniä, noin yhden tai kahden prosenttiyksikön luokkaa, joten niiden perusteella ei voida sanoa suhtautumisen muuttuneen paljonkaan viidessä vuodessa. Yhä edelleen kuluttajat asennoituvat puhelinmyyntiin erittäin kielteisesti.

Tulokset eivät osoita puhelinmyynnissä koettujen ongelmien ja epäselvyyksien vähentyneen. Yli puolet (56 %) puhelinmyynnistä tilanneista kuluttajista oli kokenut ongelmia tai epäselvyyksiä viimeisimmässä puhelinmyyntitilauksessaan. Ongelmia tai epäselvyyksiä kokeneiden osuus oli kasvanut aiemmasta: vuonna 2019 osuus oli selvästi alle puolet (44 %). Ajankohtien vertailussa on kuitenkin otettava huomioon, että nyt kyseisen kysymyksen vastausvaihtoehdoissa esitettiin useampia ongelmia ja epäselvyyksiä, koska vaihtoehtojen joukkoon lisättiin myös kirjallista vahvistusmenettelyä koskevia vastausvaihtoehtoja. Vaihtoehtojen joukossa ei myöskään esitetty kaikkia vaihtoehtoja, jotka olivat mukana aiemmassa vuoden 2019 kyselyssä. Kun vuoden 2024 vastauksien joukosta poistetaan ongelmat, jotka liittyvät kirjalliseen vahvistusmenettelyyn, ongelmien osuus on 45 prosenttia, joka on samaa tasoa vuoden 2019 osuuden kanssa. Tämän perusteella voidaan todeta, ettei puhelinmyynnissä koettujen ongelmien ja epäselvyyksien yleisyydessä ole tapahtunut muutoksia: edelleen hieman alle puoleen puhelinmyyntitilauksista liittyy jonkinlaisia ongelmia tai epäselvyyksiä. Lisäksi yritysten puutteelliset käytännöt kirjallisen vahvistusmenettelyn toteuttamisessa näyttävät aiheuttavan paljon ongelmia ja epäselvyyksiä kuluttajille.

KKV:n selvityksen mukaan suurin osa vastaajista kannattaa edelleen tiukempaa lainsäädäntöä eli ennakkosuostumukseen perustuvaa mallia (nk. opt-in -malli): 82 prosenttia vastaajista haluaisi puhelinmyyntiä säänneltävän opt-in -mallin mukaisesti.

Puhelinmyyntiin suhtautumista kuvaavissa väittämässä yksi väittämä koski puhelinmyynnin täyskieltoa. Väittämästä ”puhelinmyynti pitäisi kieltää kokonaan” oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä 64 prosenttia vastaajista. Vuonna 2019 vastaava osuus oli 65 prosenttia. Ero vuosien välillä ei ole tilastollisesti merkitsevä. Lisäksi nyt täysin samaa mieltä olevien osuus oli kasvanut yhdellä prosenttiyksiköllä vuodesta 2019.

Nuorten suhtautuminen puhelinmyyntiin oli myönteisempää kuin muilla, mutta he kokivat myös enemmän ongelmia – jopa 90 prosenttia 18–24-vuotiaista kertoi kohdanneensa ongelmia tai epäselvyyksiä viimeisimmässä puhelinmyyntitilauksessaan.

3.1.3 Kirjallisen vahvistusmenettelyn toimivuus

KKV:n selvityksen mukaan kirjallisen vahvistusmenettelyn toteuttaminen lain edellyttämällä tavalla parantaa kuluttajansuojaa. Tulokset osoittavat kuitenkin, että puhelinmyyntiyritykset noudattavat heikosti uutta lainsäädäntöä ja niiden myyntikäytännöissä on paljon puutteita. Vain osa kuluttajista saa lain edellyttämän kirjallisen tarjouksen, ja tarjous on usein sisällöltään vajavainen eikä kuluttaja saa riittävästi tietoa sopimuksesta. Oikeanlaisen tarjouksen saaneiden kuluttajien ongelmien kokeminen on kuitenkin selvästi vähäisempää kuin niiden, joilla kirjallisen tarjouksen toimittamisessa tai sisällössä oli puutteita. Tämä tukee näkemystä, jonka mukaan kirjallisen vahvistusmenettelyn toteuttaminen parantaa kuluttajien puhelinmyyntikokemuksia. Uuden lainsäädännön tavoitteiden saavuttamiseksi puhelinmyyntiyritysten tulisikin ensi kädessä korjata myyntikäytäntönsä ajan tasalle nyky sääntelyn mukaisiksi.

3.1.4 Lehtien puhelinmyynti

KKV:n selvityksen mukaan lehdet (mitkä tahansa sanoma- tai aikakauslehdet julkaisumuodosta riippumatta) ovat pysyneet tyypillisimpinä puhelinmyynnistä ostettuina tuotteina. Tulokset osoittavat kuitenkin muutoksia tapahtuneen siinä, mitä tuotteita viimeisimmässä myyntipuhelussa on markkinoitu ja mitä tuotetta viimeksi on tilattu puhelinmyyjältä. Kaikista myyntipuheen loppuun asti kuunnelleista vastaajista 27 prosentille oli kaupiteltu jotakin lehteä. Viisi vuotta aiemmin vastaava osuus oli selvästi suurempi, 38 prosenttia. Muutos oli vielä suurempi, kun tarkasteltiin kuluttajien viimeisimpiä puhelinmyyntitilauksia. Nyt lehtien osuus kaikista tilatuista tuotteista oli 25 prosenttia, kun vastaava osuus vuonna 2019 oli 42 prosenttia.

Selvityksessä todetaan, että aineiston perusteella on mahdotonta sanoa, onko kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönotto puhelinmyynnissä vaikuttanut havaittuun muutokseen. Kustannusmarkkinoiden kasvu kääntyi lasku-uralle jo vuoden 2008 finanssikriisin jälkeen, ja laskeva markkinakehitys on koskenut erityisesti juuri lehtien ja kirjojen kustannusala. Samanaikaisesti koko media-alalla on käynnissä suuri rakenteellinen muutos, joka ravistelee sekä lehtien käyttöä että tilaamista. Digimurroksessa lehtien kulutus siirtyy yhä enemmän printtilehdistä sähköisiin lehtiin. Samoin sosiaalisen median tarjoama sisältö syrjäyttää perinteistä mediaa. Tilastokeskuksen mukaan joukkoviestintäalan arvo kasvoi niukasti vuodesta 2023 vuoteen 2024 samanaikaisesti kun kustannusala jatkoi supistumistaan. Laskeva trendi näkyy erityisesti aikakauslehdistön tuotoissa, jotka ovat vähentyneet tasaisesti jo runsaan vuosikymmenen ajan.

3.2 KKV:lle tehdyt ilmoitukset puhelinmyynnistä

KSL 6 luvun 12 a §:n esitöissä on tuotu esiin KKV:lle tehtyjen puhelinmyyntiä koskevien ilmoitusten määriä. Hallituksen esityksen mukaan KKV:n mukaan puhelinmyyntiä koskevia ilmoituksia Kuti-tietojärjestelmään on tullut vuonna 2018 noin 4 100, vuonna 2019 noin 3 000 ja vuonna 2020 noin 4 000. Vuonna 2018 tehtyjen ilmoitusten kokonaismäärä Kuti-tietojärjestelmässä on ollut noin 63 300, vuonna 2019 noin 66 700 ja vuonna 2020 noin 66 900.

Kuti-tietojärjestelmään kirjatuiissa puhelinmyyntiä koskevissa ilmoituksissa on myös sellaisia ilmoituksia, jotka eivät koske puhelinmyyntiä tai puhelinmyyntiä harjoittavia yrityksiä. Ilmoituksen voi tehdä kuluttajaneuvoja tai kuluttaja itse. Virhekirjaukset johtuvat siitä, että ilmoituksen jättäjällä on itse mahdollisuus määritellä, mitä myyntikanavaa ilmoitus koskee, ja joissakin tapauksissa ilmoituksen jättäjä voi erehdyksessä valita myyntikanavaksi puhelinmyynnin.

KKV:ssä oli lokakuun 2022 loppuun asti kuluttajayhteydenottojen käsittelyssä käytössä Kuti-järjestelmä, jossa puhelinmyyntiä tilastoitiin myyntitapana. Marraskuun alusta 2022 on siirrytty käyttämään yhteydenottojen käsittelyssä Nova-järjestelmää, jossa tilastoidaan myyntitavan lisäksi se, onko kuluttajan yhteydenotossa kuvailtu ongelma liittynyt itse myyntitapaan. Kuitenkin myyntitavasta johtuvien ongelmien tilastointi on tapahtunut vaihteittain siten, että kuluttajaneuvontaan tehdyissä yhteydenotoissa myyntitapaongelmia on tilastoitu Nova-järjestelmään siirtymisen alusta asti, mutta kuluttaja-asiamiehelle tehdyissä ilmoituksissa myyntitapaan liittyviä ongelmia on tilastoitu vasta 22.1.2025 (tätä ennen kuluttaja-asiamiehelle tehdyissä ilmoituksissa on tilastoitu vain myyntitapaa). Näin ollen Kutin ja Novan luvut eivät ole keskenään vertailukelpoisia. Samoin Nova-lukujen keskinäiseen vertailukelpoisuuteen vaikuttavat edellä sanotut seikat. Vaikka luvut eivät olekaan vertailukelpoisia, KKV:n mukaan voidaan kuitenkin arvioida, että luvut ovat laskusuunnassa.

Taulukko 4 Kuti- tietojärjestelmään ja Nova-tietojärjestelmään tulleet puhelinmyyntiä koskevat yhteydenotot vuosina 2021–2024 sekä vuoden 2025 osalta 6.11.2025 asti.

	2021	2022	2023	2024	2025 (6.11.2025 asti)
Kaikki ilmoitukset	54 806	48 422	40 589	36 973	28 873
Puhelinmyyntiä koskeva ilmoitukset	3 230	1 872	298	253	322

3.3 Kuluttaja-asiamiehen valvontatapaukset

Kilpailu- ja kuluttajavirasto/kuluttaja-asiamies on käsitellyt joitakin uuden sääntelyn alaisia asioita. Valvonta-asiat ovat koskeneet luontaistuotteiden puhelinmarkkinointia⁵, sähkön puhelinmyyntiä⁶ sekä sähköhammasharjojen puhelinmarkkinointia⁷. Kuluttaja-asiamies kiinnitti huomiota esimerkiksi tekstiviesti- ja sähköpostitarjouksissa oleviin puutteisiin, kuten olennaisten tietojen puuttumiseen.

⁵ Puhelinmyyntisääntelyn noudattaminen, KKV/433/14.08.01.05/2023, saatavilla osoitteesta: https://www.kkv.fi/paatokset/kuluttaja-asiat/kuluttaja-asiamiehen-ratkaisut/puhelinmyyntisaantelyn-noudattaminen-suomen-vitamiinikeskus_oy/ (viitattu 4.11.2025) sekä KKV/430/14.08.01.05/2023, saatavilla osoitteesta: <https://www.kkv.fi/paatokset/kuluttaja-asiat/kuluttaja-asiamiehen-ratkaisut/puhelinmyyntisaantelyn-noudattaminen-suomen-terveyspiste-oy/> (viitattu 4.11.2025).

⁶ Sähkön puhelinmyynti, KKV/989/14.08.01.05/2023, saatavilla osoitteesta: <https://www.kkv.fi/paatokset/kuluttaja-asiat/kuluttaja-asiamiehen-ratkaisut/sahkon-puhelinmyynti/> (viitattu 4.11.2025).

⁷ Puhelinmyyntisääntelyn noudattaminen, KKV/432/14.08.01.05/2023, saatavilla osoitteesta: <https://www.kkv.fi/paatokset/kuluttaja-asiat/kuluttaja-asiamiehen-ratkaisut/puhelinmyyntisaantelyn-noudattaminen-sptuonti/> (viitattu 4.11.2025).

4 Johtopäätökset

Selvityksessä käytettyjen tilastojen mukaan lehtien myynti on vähentynyt viime vuosien aikana. Esimerkiksi Tilastokeskuksen tilastojen mukaan sanomalehtien, paikallislehtien ja aikakauslehtien kustantamisen liikevaihdot ovat laskeneet vuosina 2022–2024. Muutos on ollut kuitenkin pitkäaikainen: Tilastokeskuksen laskelman mukaan aikakauslehdistön tuotot jatkoivat jo runsaan vuosikymmenen jatkunutta supistumista myös vuonna 2023.⁸ Tilastokeskuksen joukkoviestintätilaston tuotanto on päättynyt 31.12.2024, joten tuoreempaa tilastoa ei ole enää saatavilla.

Yritysbarometrin tulokset kirjallisen vahvistusmenettelyn vaikutuksista puhelinmyyntiin ovat jossakin määrin ristiriitaiset. Tulosten mukaan puhelinmarkkinointia tekevien pk-yritysten osuus on pienentynyt vain prosenttiyksiköllä kirjallisen vahvistusmenettelyn jälkeen. Keväällä 2020 noin 83 prosenttia yrityksistä ilmoitti, ettei tee puhelinmarkkinointia. Syksyllä 2025 vastaava luku oli 84 prosenttia. Toisaalta syksyn 2025 yritysbarometrissa kysyttiin myös, miten yritysten toiminta on muuttunut puhelinmyynnin kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönoton tultua voimaan. Valtaosa vastaajista ilmoittaa jatkaneensa puhelinmarkkinointia entiseen tapaan. Noin 7 prosenttia vastaajista ilmoittaa yrityksensä luopuneen puhelinmarkkinoinnista kokonaan.

Medialiiton mukaan suurin osa kustantajista arvioi, että vahvistusprosessi on vähentänyt heidän tekemäänsä puhelinmyyntiä vähän tai kohtalaisesti. Prosentuaalisesti arvioituna puhelinmyynti on vähentynyt arviolta 5–15 %. ASML:n mukaan jälkivahvistussääntely on yleisesti ottaen vaikuttanut lehtialan kannattavuuteen ja toimintaedellytyksiin negatiivisesti.

KKV:n selvityksen mukaan vuosien 2019 ja 2024 välillä puhelinmyyntipuhelut ovat vähentyneet, mutta tilausten yleisyydessä ei ole suuria muutoksia. Vähentyneistä puheluista huolimatta puhelinmyyjiltä tehtytilaukset olivat lähes yhtä yleisiä kuin aiemminkin.

KKV:n mukaan puhelinmyyntikäytännöissä on edelleen merkittäviä puutteita, esimerkiksi kaupallisen tarkoituksen ilmoittamisessa ja sopimuksen olennaisten tietojen antamisessa. Tilanteet, joissa tuotetta on alettu toimittaa, vaikka kuluttaja ei ole mielestään tehnyt sopimusta, ovat selkeästi lisääntyneet. Tulokset osoittavat, että puhelinmyyntiyritykset noudattavat heikosti uutta lainsäädäntöä ja niiden myyntikäytännöissä on paljon puutteita.

KKV:n selvityksen mukaan lainsäädännön muutoksesta huolimatta kuluttajien suhtautuminen puhelinmyyntiin on yhä erittäin kielteistä. Selvityksen mukaan suurin osa vastaajista kannattaa edelleen tiukempaa lainsäädäntöä eli ennakkosuostumukseen perustuvaa mallia (nk. opt-in -malli): 82 prosenttia vastaajista haluaisi puhelinmyyntiä säänneltävän opt-in -mallin mukaisesti.

Yleisesti ottaen kirjallinen vahvistusmenettely parantaa kuluttajansuojaa. Vahvistusmenettely antaa kuluttajille lisäaikaa pohtia haluaan sitoutua sopimukseen, ja se on myös omiaan vähentämään tapauksia, joissa kuluttaja yksinomaan puhelinmyynnin mahdollisen painostuselementin johdosta tekee sopimuksen, jota hän ei tosiasiallisesti haluaisi tehdä. Kirjallinen vahvistusmenettely helpottaa erityisesti sellaisten kuluttajien asemaa, jotka eivät enää kykene itse päättämään sopimuksen tekemisestä,

⁸ Joukkoviestintämarkkina kasvoi niukasti vuonna 2023: Ks. <https://stat.fi/julkaisu/clmakzdnq-bvop0bv8wx0eq5p> (viitattu 26.11.2025).

mutta joihin kuitenkin saatetaan puhelinmarkkinointia kohdistaa. Medialiiton mukaan telemyynnin reklamaatioiden määrä on vähentynyt ja heti tilauksen peruuttavien määrä on pienempi. Tämän voidaan osaltaan nähdä myös vähentävän yritysten hallinnollista taakkaa reklamaatioiden ja peruutusten käsittelyiden osalta.

On vaikea tarkasti arvioida, millainen vaikutus juuri kirjallisella vahvistusmenettelyllä on ollut lehtien myyntiin, sillä lehtien myynti on vähentynyt jo pidemmän aikaa ja jo ennen kuin kirjallista vahvistusmenettelyä koskeva sääntely tuli voimaan.

Ottaen huomioon vahvistusmenettelyn yleisesti myönteinen vaikutus kuluttajansuojan tasoon sekä edellä esille tuodut myönteiset muutokset reklamaatioiden ja heti tilauksen peruuttavien määrässä, selvityksen perusteella ei voida tehdä sitä johtopäätöstä, että lainsäädäntömuutoksille olisi tällä hetkellä tarvetta. Sen sijaan selvityksen perusteella sääntelyn noudattamista tulisi tehostaa.