



Suomi tulkitsee EU:n tietosuojalakia kuin piru raamattua.

Vanha amerikkalainen sanonta kuuluu: Lahjoita avokätisesti, anna vaikka ilmaiseksi mitä tahansa, mutta älä sitä, minkä varassa elät! Automaahantuoja, autokauppa elää myymällä autoja. Rengasmaahantuoja elää myymällä renkaita. Autotarviketuojat, - tukku- ja vähittäiskauppa - elää myymällä tarvikkeita.

Autoalan lehti elää julkaisemalla autoalan tietoa autoalan asiakkaille ja kuluttajille. Tiedon julkistaminen on autoalan lehtien leipää.

TIETOSUOJALAKI KÄÄNTÄÄ PÄÄLAELLEEN

Tähän saakka autokauppa on toimittanut rajattomasti tietoa autoalan lehtiin uusista autoista, uusista renkaista, tarvikkeista, työkaluista jne. – tiedotettavaksi alan varassa toimiville.

Uutisaineistoa tulee edelleen lehdille pyytämättä Manner-Euroopan, Etelä- ja Pohjois-Amerikan, Japanin, Etelä-Korean, Kiinan autoalalta, muttei suomalaisilta.

Suomalaisilta tarvikevalmistajilta, tukkureilta ja maahantuoilta tulee huonosti tietoja uusista tuotteista ja tarvikkeista. Yhtenä syynä on EU:n tämän vuoden alusta entisestään kiristynyt tietosuojalaki. Sitä tulkitaan Suomessa kuin piru raamattua.

Herätys tuli suomalaiselta rengasmaahantuojalta. Utissivustoomme netissä - Kuljetusnet. fi – olimme poimineet yhteistyökumppaniltamme Ruotsissa – Trailer.se – uutisen uudesta perävaunurenkaasta. Suomalainen maahantuoja katsoi, että uutisessamme oli virhe, jonka pyysi korjaamaan. Pahoittelimme ja viittasimme ruotsalaiseen tietolähteeseen. Ihmettelimme samalla, miksi emme saa vastaavia uutistiedotteita suoraan suomalaiselta maahantuojalta.

Saimme vastauksen, että tietosuojalain mukaan lehden pitäisi ensin rekisteröityä autoalan kauppiaalla ja hyväksyä, että kauppias sen jälkeen lähettää lehdelle tuotetiedotteensa. Toisin sanoen: EU:n tietosuojalaki vaatii, että lehti hakee kauppiaalta luvan julkaista tiedon

uusista tuotteista lukijoilleen, alan ostajille.

Varmemmaksi vakuudeksi tuli kutsu Poliisihallituksen aamukahvitalaisuuteen aiheena ”Miten estämme nuorten kuolemat ratissa?”. Auto- ja liikennealan lehdellä ei kuitenkaan ollut noin vain mahdollista jakaa lukijoilleen poliisin tärkeää liikenneturvallisuuustietoa. Osallistuminen edellytti rekisteröitymistä poliisin mediapalveluun. Eikä ihan helposti. Rekisteröityminen vaatii monta vaihetta, salasanan luomista, vahvistusviestiä, kirjautumista monella tiedolla, menemistä välilehdelle, aktivointilinkkiä, jne.

Lehdeltä edellytetään näin ilmaista työtä voidakseen palvella yhteiskuntaa turvallisuustiedoilla ja lukijoitaan kaupan tiedoilla.

EIKÄ SE VIELÄ RIITÄ

Autoalalla on suuria kaupallisia tekijöitä – maahantuojia, jälleenmyyjä, öljy-yhtiöitä ja energiamyyjiä – joiden mielestä lehden pitäisi antaa tuotteilleen ilmaiseksi sitä, minkä varassa lehti elää eli julkisuutta.

Onneksi EU:n tietosuojalaista huolimatta vielä tulee pyytämättä ja ilman rekisteröitymispakkoa auto- ja liikennealan uutiskirjeitä ulkomailta, Euroopasta, USA:sta, Kanadasta, Japanista, Kiinasta ja muista autoteollisuusmaista. Tulee niitä sentään vielä Suomestakin.

Toivoisi vain, että suomalaiset maahantuojat ja kauppiat keksisivät lisätä tuoteuutisensa alakulmaan vastauspostina rasti ruutuun:

1)

Haluan jatkossa tiedotteenne,

2)

En halua jatkossa tiedotteenne. Ja että lähettäisivätkin nykyistä aktiivisemmin alansa tuotetietoa. Ettei joutuisi jatkuvasti poimimaan niitä alan ulkomaisista ammattilehdistä.

Jää sitten tuotejulkisuutta toivovan myyjän ja lehden välisen yhteistyösopimukseen, minkä verran kumpikin antaa toiselleen leipää, jonka varassa kumpikin elävät. Kaupassahan kumpikin osapuoli on vastuussa yhteisestä edusta.

