

KULUTTAJALUOTTO TAVAROIDEN JA PALVELUIDEN MARKKINOINNISSA

Kuluttajaluottojen markkinoinnin perussäännöt

1. Luottoa ei saa markkinoida siten, että markkinointi selvästi heikentää kuluttajan kykyä harkita huolellisesti luoton ottamista.
2. Luoton tarjoaminen ei saa hallita mainosta, kun luottoa mainostetaan yhdessä tavaroiden tai palveluiden kanssa.
3. Todellinen vuosikorko ja muut luotosta annettavat tiedot on esitettävä kootusti, selkeästi ja niin, että ne on helppo havaita ja lukea.
4. Nimelliskorkoa tai muita yksittäisiä luottoehtoja, esimerkiksi luottosuhteen alussa annettavaa korotonta maksuaikaa tai kuukausierää, ei tule ylikorostaa.
5. Luottotyyppi (esim. kerta- vai jatkuva luotto) on tuotava selkeästi esiin.
6. Luottoa voi mainostaa korottomana vain, jos todellinen vuosikorko on 0 %.
7. Kun mainostetaan yksilöityä tuotetta tiettyyn hintaa ja samalla tarjotaan kertaluottoa tiettyin ehdoin, mainoksessa on kerrottava tuotteen käteishinta ja luotosta vähintään seuraavat tiedot:

Käteishinta ja mahdollinen käsiraha
Luoton määrä
Luoton korko X % X €
Muut luottokustannukset XX €
Luoton ja luottokustannusten yhteismäärä X.XXX €
Luottosopimuksen kesto
Maksuerän määrä
Todellinen vuosikorko XX,X %
Mahdollinen tieto vakuutuksesta
Luotonantajan nimi ja maantieteellinen osoite (KSL 2:8)

8. Kun mainostetaan yksilöityä tuotetta ja samalla tarjotaan korttiluottoa tai muuta jatkuvaa luottoa tiettyin ehdoin, mainoksessa on kerrottava luotosta vähintään seuraavat tiedot:
Todellinen vuosikorko
Korko X %
Muut luottokustannukset, kuten tilinhoitomaksu
Luottoraja (mainostetun jatkuvan luoton tyyppinen määrä, oletus 1500 euroa)
Luottosopimuksen kesto
Luotonantajan nimi ja maantieteellinen osoite (KSL 2:8)
9. Jos luoton määrä tai luottoraja on alle 2 000 euroa, luottosopimuksen mukainen luoton todellinen vuosikorko saa olla enintään korkolain 12 §:ssä tarkoitettu viitekorko lisättynä 50 prosenttiyksiköllä. Hyödykesidonnaiseen luottoon tätä pykälää sovelletaan kuitenkin vain, jos kuluttajalla on luottosopimuksen nojalla myös oikeus nostaa varoja.
10. Luotonantaja tai luotonvälittäjä ei saa käyttää luottoa markkinoitaessa, sitä myönnettäessä eikä muussa luottosuhteeseen liittyvässä asiointissa lisämaksullista tekstiviestipalvelua tai muuta vastaavaa viestipalvelua.

Kuluttajaoikeuden linjaus (2013)

Kuluttajaluotto tavaroiden ja palveluiden markkinoinnissa

Tässä linjauksessa selvitetään kuluttajansuojalain 7 luvun säännösten, oikeuskäytännön ja kuluttaja-asiamiehen ratkaisukäytännön soveltamista kuluttajaluoton markkinointiin. Peruseriaatteen tulevat sovellettavaksi kaikkeen kuluttajaluoton markkinointiin, vaikkakin tässä linjauksessa keskitytään luoton markkinointiin silloin, kun tavaroita ja palveluita tarjotaan rahoitettavaksi luotolla. Linjauksen sisältö perustuu kuluttajansuojalakiin, hallitusten esityksiin sekä kuluttaja-asiamiehen kannanottoihin.

Kuluttajaluottoja ovat kaikki elinkeinonharjoittajan kuluttajille tarjoamat luotot luottomuodosta, luoton määrästä, luottoajasta ja luoton käyttötarkoituksesta riippumatta. Tässä linjauksessa keskitytään painettuun mainontaan, jossa luottoa tarjotaan tavaroiden ja palveluiden oston rahoittamiseksi.

Luoton ottamisella on pidempiaikaisia ja taloudellisesti merkittävämpiä seuraamuksia kuin tavanomaisella käteisostoksella. Luotto on aina maksettava takaisin korkoineen ja kuluineen. Ostaessaan luotolla kuluttaja käyttää tulojaan ennakolta, siksi luoton ottamiseen liittyy riskejä, joita ei liity tavallisiin arkiostoksiin.

Kuluttajaluoton mainonnan pitää olla asiallista ja maltillista. Mainonnassa ei siten saa esimerkiksi luoda sellaista mielikuvaa, että luotto on riskitön ja helppo keino tasapainottaa taloutta (KSL 7:13, HE 24/2010). Tällaiset mielikuvat saattavat johtaa luoton ottamiseen hetken mielijohteesta. Vastuu luoton mainonnan lainmukaisuudesta kuuluu myyjän lisäksi myös rahoittajalle, kuten varsinaisen korttiluoton myöntävälle rahoitusyhtiölle.

Kuluttajaluottojen mainontaa koskevat säännökset

Kuluttajaluottojen mainonnasta on omat säännöksensä kuluttajansuojalaissa. Laki sääntelee kaikkia elinkeinonharjoittajien kuluttajille tarjoamia luottoja. Säännösten mukaan elinkeinonharjoittajan on mainonnassa annettava kuluttajalle tietyt tiedot kuluttajaluotosta, jotta kuluttaja voi asiallisin perustein arvioida, kannattaako hänen ottaa luottoa ja mikä eri luottovaihtoehdoista on hänelle edullisin. Kuluttajansuojalain 7 luvussa luotot on jaettu kertaluottoihin ja jatkuviin luottoihin, joita koskevat osittain eri säännökset.

Kaikkeen luoton markkinointiin sovelletaan lisäksi kuluttajansuojalain 2 luvun yleisiä markkinointisäännöksiä.

Yleisiä käsitteitä (KSL 7:7)

Jatkuva luotto

Kuluttajaluotto, joka on ennalta sovittuun luottorajaan asti jatkuvasti kuluttajan käytettävissä ilman luotonantajan erillistä luottopäätöstä.

Kertaluotto

Muu kuluttajaluotto kuin jatkuva luotto.

Hyödykesidonnainen luotto

Kulutushyödykkeen hankkimista varten myönnettävä kuluttajaluotto, jonka antajana on myyjä tai palveluksen suorittaja itse. Myöntäjänä voi olla myös muu elinkeinonharjoittaja, joka on sopinut kuluttajien luottotamasta koskevasta järjestelystä myyjän tai palveluksen suorittajan kanssa.

Osamaksukauppa

Tavaran kauppa, jossa tehdyn sopimuksen mukaan tavara maksetaan maksuerissä, joista yksi tai useampi erääntyy sen jälkeen, kun tavara on luovutettu kuluttajalle. Myyjä pidättää itsellään joko oikeuden tavaran takaisin ottamiseen tai omistusoikeuden tavarahan siihen asti, kun joko koko hinta tai ainakin määrätty osa maksueristä on suoritettu.

Käteishinta

Tuotteen lopullinen kokonaishinta, tai palveluksesta perittävä hinta. Hinnassa on mukana arvonalisävero ja muut verot (KSL 2:8).

Luottokustannukset

Luotonantajan tiedossa olevien ja kuluttajaluottosuhteessa kuluttajan maksettavaksi tulevien korkojen, kulujen ja muiden maksujen yhteismäärä. Luottokustannuksiin luetaan myös luottosopimukseen liittyvien vakuutusten ja muiden lisäpalveluiden kustannukset, jos lisäpalvelua koskevan sopimuksen tekeminen on edellytyksenä luoton saamiseksi markkinoiduin ehdoin.

Todellinen vuosikorko

Korkoprosentti, joka saadaan laskemalla luottokustannukset vuosikorkona luoton määrälle lyhennykset huomioon ottaen. Jatkuvan luoton yhteydessä nämä tiedot ilmoitetaan esimerkkilausekkeen avulla.

Luoton tarjonnassa vastuullisuus ja hyvä luotonantotapa korostuvat

Luotonantajan on noudatettava hyvää luotonantotapaa (KSL 7:13, HE 746/2010) ja meneteltävä vastuullisesti luottosuhteen kaikissa vaiheissa: markkinoinnissa, luottosopimuksen tekemisessä ja mahdollisten maksuongelmien selvittämisessä (HE 24/2010).

Kuluttajaluottojen mainontaa koskevien säännösten tarkoituksena on varmistaa, että kuluttajalla on aina mahdollisuus rauhassa harkiten päättää luoton ottamisen tarpeellisuudesta. Kuluttajan on myös voitava itse päättää, mitä liikkeessä hyväksyttävää maksutapaa hän käyttää ja saatava lisäksi riittävästi aikaa ja selkeitä tietoja luottopäätöksen tekemistä varten (HE 24/2010). Luotonantajan tulee ottaa huomioon kuluttajan taloudellinen tilanne luottosuhdetta harkittaessa.

Luotonantajan on ennen luottosopimuksen tekemistä arvioitava, kykeneekö kuluttaja täyttämään luottosopimuksen mukaiset veloitteensa (kuluttajan luottokelpoisuus). Arviointi on tehtävä kuluttajan tuloja ja muita taloudellisia olosuhteita koskevien riittävien tietojen perusteella (KSL 7:14, 207/2013).

Tarpeellisia tietoja kuluttajan maksuvaran ja siten luoton takaisinmaksukyvyyn arvioimiseksi ovat kuluttajan tulojen määrän ja perusteen lisäksi tämän menot, velat ja varat sekä mahdolliset takausvastuut. Luotonantajalla on velvollisuus kohtuullisin toimenpitein pyrkiä varmistamaan kuluttajan antamien tietojen oikeellisuus. Riittävää ei siis ole, että lainanhakijaa esimerkiksi internetissä tehtävässä lainahakemuksessa pyydetään vain laittamaan rasti ruutuun, että hänellä on säännölliset tulot. Tulotietojen varmistamiseksi kuluttajaa tulee tilanteesta riippuen pyytää toimitamaan esimerkiksi palkka- tai eläketodistus (HE 78/2012).

Oikeilla kysymyksillä luotonantaja voi selvittää kuluttajan maksukyvyyn ja luottokortin tarpeen. Luotonantaja voi esimerkiksi kysyä, onko kuluttajalla syytä tehdä uutta luottokorttisopimusta, jos hänellä on jo käytössään kortti, jolla voi rahoittaa ostoksensa.

Luoton mainonnassa joidenkin markkinointikeinojen käyttäminen hallitsevasti ei ole lainkaan sallittua. Esimerkiksi erilaisten lisäetujen, kuten arpajaisten ja kylkiäisten, käyttäminen hallitse-

vasti luottojen markkinoinnissa on kielletty markkinointikeino (HE 24/2010). Mainonta on sopimatonta, jos lisäedut hallitsevat luoton mainontaa tai yllyttävät ostamaan luotolla. Lisäeduista on muistettava antaa kuluttajansuojalain edellyttämät tiedot (KSL 7:13).

On myös sopimatonta antaa tuotteesta alennusta tai muuta erityistä etua pelkästään sellaiselle asiakkaalle, joka tekee luottosopimuksen tai maksaa luotolla. Alennus toimii tällöin luottosopimuksen tekemisen tai luotolla maksamisen yllykkeenä. Sama etu on annettava myös käteisostajalle (KUV 636/41/2007, KSL 7:13, HE 24/2010).

Luotonantaja tai luotonvälittäjä ei saa käyttää luottoa markkinoitaessa, sitä myönnettäessä eikä muussa luottosuhteeseen liittyvässä asiointissa lisämaksullista tekstiviestipalvelua tai muuta vastaavaa viestipalvelua (KSL 7:13, 207/2013). Kielto koskee myös muita vastaavia lisämaksullisia viestipalveluja, kuten multimediatekstiviestipalveluja. Kuluttajalta ei saa periä maksuja esimerkiksi kuluttajan tekstiviestillä tekemästä lainahakemuksesta tai mahdollisesta vahvistusviestistä taikka myöhemmin luottosuhteen kuluessa mahdollisesti tekstiviestillä tehtävistä toimenpiteistä, kuten eräpäivän siirtämisestä. Säännös ei estä tekstiviesti- tai muuta vastaavaa asiointia sinänsä, vaan luotonantaja voi tarjota kuluttajalle mahdollisuutta asioida esimerkiksi tekstiviestillä edellyttäen, ettei kuluttajalta peritä viestistä lisämaksua.

Jos käytössä on lyhytsanomapalvelunumero, tekstiviestin tai muun vastaavan viestin lähettämisen tulee siis olla kuluttajalle täysin maksutonta. Asiointin tapahtuessa puolestaan niin sanotulla normaalilla tilaajanumerolla kuluttaja maksaa oman operaattorinsa normaalin viestin hinnan (HE 78/2012). [Lyhytsanomapalvelunumerosta tarkemmin Viestintäviraston verkkosivuilla.](#)

Vastuullisessa kuluttajaluoton markkinoinnissa

- Luottoja ei pidä tyrkyttää kuluttajalle, vaan myyntitilanteessakin kuluttajan on voitava rauhassa ja itsenäisesti päättää ostoksensa rahoitustapa. Lisätietoja myyjälle: Tarkistuslista jatkuvien luottojen myyjille (www.kuluttajavirasto.fi/yritykselle/markkinointi/luotot/)
- Hyvän luotonantotavan vastaista on esimerkiksi markkinoida luottoa riskittömänä tai huoltomana ratkaisuna kuluttajan taloudellisiin ongelmiin. Luoton saamisen nopeutta ei myöskään saa korostaa markkinoinnissa siten, että samalla yllytetään kuluttajaa velkaantumään harkitsemattomasti (KSL 7:13, HE 746/2010).
- Alaikäisille ei saa tarjota luottoja, ja luoton tarjoamisen nuorille aikuisille pitää olla maltillista ja asiallista. Houkutuskeinoja, kuten mielikuvan synnyttämistä tietynlaisesta nuorten elämäntyylistä tai -arvoista, ei saa käyttää. Pitää muistaa, että nuoret vasta opettelevat itsenäistä talouden hallintaa ja menojojensa rahoittamista luotolla. Nuorten tietojen ja kokemusten rajoittuneisuus sekä vallitsevat yhteiskunnalliset arvot on otettava huomioon tuotteen suunnittelussa, markkinoinnissa, tietojen antamisessa, sopimussuhteessa ja perinnässä (Kuluttaja-asiamiehen ratkaisukäytäntö 1991/40/924).
- Arpajaisen käyttäminen on syytä välttää. Palkinto yllyttää ottamaan luottoa eikä sen ottamista tällöin harkita oman maksukyvyn tai tarpeen mukaan. Vähimmäisvaatimuksena on aina, että arpajaisia ei voi kohdistaa ainoastaan luottoa ottaville tai jo olemassa oleville luottoasiakkaille. Arpajaisia ei voi myöskään kohdistaa maksuaikaominaisuutta käyttäville, koska myös maksuaika on luottoa. Arpajaiset eivät myöskään saa hallita markkinointia (KSL 7:13, HE 746/2010).
- Luotolla ostoksensa rahoittavia asiakkaita ei pidä suosia esimerkiksi tarjoamalla heille tuotteen kotiinkuljetusta halvemmalla (Kuluttaja-asiamiehen ratkaisukäytäntö 2000/40/1020).

-
- Kuluttajaa ei pidä käyttää ”suostuttelijana”, joka houkuttelee toista kuluttajaa luottosopimuksen tekemiseen. Niin suostuttelijan kuin suostuteltavankin huomio kiinnittyy ensisijaisesti saatavaan palkintoon tai muuhun etuuteen, ja luottopäätöksen tarveharkinta hämärtyy (Kuluttaja-asiamiehen ratkaisukäytäntö 2004/40/4643).
 - Maksuviivästystilanteissa kuluttajalle tulee antaa tietoa ja neuvoja maksuvaikeuksien syntymisen tai syvenemisen estämiseksi ja maksukyvyttömyystilanteiden hoitamiseksi. Luotonantajan on suhtauduttava vastuullisesti maksujärjestelyihin (KSL 7:13).

Luotto ei saa hallita mainontaa

Luoton – kertaluoton tai jatkuvan luoton – tarjoaminen ei saa hallita tavaran tai palvelun markkinointia. Luoton myöntäminen ei saa olla mainostekstin pääsanomana. Luottoa ei pidä myöskään muulla tavalla sanallisesti tai kuvallisesti nostaa mainoksen keskeiseksi viestiksi. Luotto hallitsee mainosta aina silloin, jos tarjottava luotto ensimmäiseksi kiinnittää lukijan huomion tarjottavien tuotteiden sijasta. Mainoksen pääpainona ei saa olla tuotteen ostaminen luotolla (KSL 7:13, 2:3).

Luotonsaanti ei saa hallita mainosta esim. jonkin tuotteen tai vähittäisketjun tuotteiden markkinoinnissa. Markkinoitavien tuotteiden tulee olla mainoksen pääviestinä.

Luotto esitettiin automainosten pääsanomana. Lehdissä julkaistiin allekkain rahoitusyhtiön ja autoliikkeen ilmoituksia, jotka kuluttajan kannalta muodostivat yhden kokonaisuuden. Luottoa koskevat tiedot oli sommiteltu niin, että kuluttajan huomio kiinnittyi ensimmäiseksi niihin. Ilmoituksen yläosan otsikko koski luottoa ja keskelle ilmoitusta oli suurella tekstillä painettu korkoprosentti. Tässä osassa ilmoitusta autoista mainittiin vain nimet, muu sisältö koski tarjottavaa luottoa. Radiomainoksissa autoista mainittiin vain nimet ja koko muu asiasisältö koski tarjottua luottoa. Luoton katsottiin hallinneen mainosta. (MO 1988:6)

Korttiluotto ei saa sekoittaa kertaluottoon

Mainoksesta on selkeästi käytävä ilmi markkinoitava luottomuoto. Jatkuvaa luottoa, esimerkiksi korttiluottoa, ei saa markkinoida siten, että kuluttajalle syntyy mielikuva kertaluotosta. Korttiluotossa kuluttaja sitoutuu jatkuvaan luottosuhteeseen, ja tämän seikan on selvittävä jo mainoksesta.

Kun jatkuvaa luottoa tarjotaan yksilöityjen tuotteiden rahoitusvaihtoehdoksi, saattaa esimerkkilausekkeen sekä luottoehtoihin sisältyvien korko-, kustannus-, maksuaika- ja muiden luottoehtojen muodostama kokonaisvaikutelma helposti antaa kuluttajalle harhaanjohtavan kuvan luotto-tyypistä ja sen ehdoista. Tämän välttämiseksi mainonnassa on kerrottava selkeästi, että tarjottava luotto on esimerkiksi korttiluotto.

Jos monisivuisen mainosesitteen jokaisella sivulla halutaan antaa tietoja tarjottavasta luotosta, jatkuvan luoton tyyppistä käyttöä kuvaava esimerkki on esitettävä mainosesitteen jokaisella sivulla riittävän selkeästi ja helposti havaittavalla tavalla. Riittävää ei ole, että yhdellä sivulla ilmoitetaan maksuaikatieto ja toiselle korko tai muu luottotieto ja esitteen takasivulla erikseen esimerkkilaskelma. Velvollisuus esittää tiedot samalla sivulla perustuu kuluttajansuojalain 7 luvun 8 §:ään, jonka mukaan kaikki mainitut tiedot on annettava aina silloin, kun ilmoitetaan jokin tieto luotosta. Esimerkissä kerrotaan jatkuvan luoton todellinen vuosikorko, laskennassa käytetty tyyppinen luottomäärä ja muut vaaditut tiedot sekä luottokorttijärjestelmän nimi.

Mainonnassa annettavat tiedot

Jos mainonnassa kerrotaan luoton korko, muu luotosta perittäviä kustannuksia kuvaava luku tai muu luottosopimuksen ehtoja koskeva tieto (KSL 7:8), on mainoksesta tällöin käytävä ilmi seuraavat tiedot:

1. todellinen vuosikorko
2. luoton korko ja muut luottokustannukset
3. luoton määrä tai luottoraja
4. luottosopimuksen kesto (määräaikainen vai jatkuva sopimus)
5. hyödykkeen käteishinta ja mahdollinen käsiraha, jos kyse on tietyn hyödykkeen oston rahoittamiseksi mainostetusta luotosta
6. luoton ja luottokustannusten yhteismäärä sekä maksuerien määrä.

Todellisen vuosikoron ja muiden mainittujen tietojen on vastattava luotonantajan tavanomaisesti tarjoamia luottoehtoja. Todellisella vuosikorolla tarkoitetaan korkoprosenttia, joka saadaan laskemalla kaikki luottokustannukset vuosikorkona luoton määrälle lyhennykset huomioon ottaen. Todellisen vuosikoron laskemiseen on laskentakaava oikeusministeriön asetuksessa 824/2010, jota on muutettu asetuksella 743/2012.

Toisinaan luoton saamisen edellytyksenä mainostetuin ehdoin on, että kuluttaja tekee vakuutusta tai muuta lisäpalvelua koskevan sopimuksen. Tällaisesta lisäpalvelusta, kuten vaikkapa autovakuutuksesta, aiheutuvia kustannuksia ei voida ennakolta määrittää, joten mainonnassa on ilmoitettava tällaisesta edellytyksestä yhdessä luoton todellisen vuosikoron kanssa.

Jos mainonnassa ainoastaan mainitaan mahdollisuus saada kuluttajaluottoa, esimerkiksi luettelamalla maksuvälineiksi kelpaavat luottokortit tai mainitsemalla osamaksumahdollisuus, ei todellista vuosikorkoa ja muita tietoja tarvitse ilmoittaa.

Todellinen vuosikorko ja muut tiedot on kuitenkin aina ilmoitettava, jos mainonnassa mainitaan luottoehdoista jotain, esimerkiksi luottoajan pituus, kuukausierän suuruus tai luotto ilman käsirahaa. Ei siis riitä, että kuluttaja ohjataan saamaan lisätietoja myyjältä tai yrityksen verkkosivuilta. Ei siis ole sallittua mainostaa esimerkiksi: "maksuaikaa 36 kuukautta, kysy lisää myymälöistämme" ilmoittamatta todellista vuosikorkoa ja muita kuluttajansuojalain edellyttämiä tietoja. Ilmoittamisvelvollisuutta ei poista myöskään se, että mainoksessa kerrotaan euromääräiset luottokustannukset.

Luottoa koskevat tiedot on kerrottava näkyvästi ja selkeästi

Todellinen vuosikorko ja muut luotosta annettavat tiedot on esitettävä siten, että kuluttaja pystyy ne vaivattomasti havaitsemaan ja lukijan huomio kiinnittyä luontevasti luottoa koskeviin tietoihin. Esimerkiksi nimelliskorkoa ei saa erityisesti korostaa.

- Todellinen vuosikorko tulee ilmoittaa huomioarvoltaan vähintään samanveroisena kuin muutkin luotosta kerrotut tiedot. Se ei saa jäädä yksittäisten luottoehtojen, kuten koron tai maksuajan varjoon.
- Todellinen vuosikorko ilmoitetaan prosenttilukuna vähintään yhden desimaalin tarkkuudella (Oikeusministeriön asetus 824/2010 muutettuna asetuksella 743/2012). Jos seuraava desimaali on 5 tai suurempi, sitä edeltävän desimaalin arvoon lisätään 1.
- Jos luoton määrä tai luottoraja on alle 2 000 euroa, luottosopimuksen mukainen luoton todellinen vuosikorko saa olla enintään korkolain 12 §:ssä tarkoitettu viitekorko lisättynä

50 prosenttiyksiköllä. Hyödykesidonnaiseen luottoon tätä pykälää sovelletaan kuitenkin vain, jos kuluttajalla on luottosopimuksen nojalla myös oikeus nostaa rahavaroja (KSL 7:17 a, 207/2013).

Korkokattosäännöstä ei sovelleta luvun 7 §:n 3 kohdassa tarkoitettuihin hyödykesidonnaisiin luottoihin, paitsi jos kuluttajalla on luottosopimuksen nojalla myös oikeus nostaa rahavaroja. Säännöksen soveltamisalan ulkopuolelle rajautuvat siis ne hyödykesidonnaiset luotot, joihin ei liity oikeutta nostaa rahavaroja. Lisäksi soveltamisalan ulkopuolelle rajataan muutkin luotot silloin, kun luoton määrä tai luottoraja on vähintään 2 000 euroa. On korostettava, että tällainen suurempi luotto voi rajautua säännöksen soveltamisalan ulkopuolelle vain silloin, kun luotto on sen määräisenä myös tosiasiasa kuluttajan käytettävissä. Sääntelyä ei siis voi kiertää esimerkiksi siten, että luottoraja asetetaan näennäisesti vähintään 2 000 euron suuruiseksi rajoittaen kuitenkin sopimusehdoin kuluttajan oikeutta käyttää luottoa, vaikka rajoittamiselle ei ole asianmukaista perustetta. Asianmukaisena perusteena voidaan pitää ainakin luottokortin käytön turvallisuuden vaarantumista tai muita maksupalvelulain (290/2010) 57 §:n 1 momentissa mainittuja perusteita (HE 78/2012).

Jatkuvan luoton, kuten korttiluoton, mainonnassa:

- Todellinen vuosikorko ilmoitetaan esimerkkinä, joka kuvaa koko kysymyksessä olevan luottokorttijärjestelmän tyypillistä käyttöä.
- Jos luottorajaa ei ole vielä sovittu, luottorajaksi oletetaan lähtökohtaisesti 1500 euroa (Oikeusministeriön asetus 824/2010 muutettuna asetuksella 743/2012, liite II kohta 8; KSL 7:8).

Todellisen vuosikoron ja muiden kuluttajansuojalain edellytettävien tietojen esittämistapaa arvioidaan kuluttajansuojalain markkinointisäännösten perusteella. Jos todellista vuosikorkoa ja tietoja ei esitetä selkeästi ja helposti havaittavasti, markkinointi on tältä osin harhaanjohtavaa (KSL 2:6).

Mainoksessa tarjottiin yksilöityjen tuotteiden rahoittamiseksi jatkuvaa luottoa. Todellinen vuosikorko ja esimerkkilauseke oli ilmoitettu mainoksen alareunassa muuta tekstiä pienemmällä ja muutoinkin siten, että se oli saattanut jäädä mainoksia tavalliseen tapaan silmäilevältä kuluttajalta kokonaan huomaamatta. Tällainen epäselvä esittämistapa oli harhaanjohtava. Markkinatuomioistuimien edellytti kertomaan markkinoinnissa selkeästi ja helposti havaittavalla tavalla todellisen vuosikoron luoton käyttöä kuvaavana esimerkkinä. Vähittäismyyjän ja rahoitusyhtiön yhteistä markkinointivastuuta tuomioistuimien perusteli mm. että, vaikka markkinoinnista hyötyvä taho ei olisi osallistunut markkinoinnin laatimiseen tai rahoittamiseen, markkinointi tapahtui myös tämän lukuun. (MO 1997:012)

Markkinoinnin antaman kokonaisvaikutelman on oltava oikea (mm. Korkeimman oikeuden ratkaisu 2006:6) ja annettava tarjouksen sisällöstä totuudenmukainen kuva. Ratkaisevaa on se, minkälainen mielikuva kuluttajalle syntyy markkinoinnin perusteella.

”Koroton”-ilmaisun käyttäminen maksuaikakampanjoissa

Korttiluottojen sopimusehtoihin sisältyy yleensä maksuaikaehto, jonka mukaan luoton voi maksaa koroitta ja kuluitta tietyn ajan kuluessa tai ehtojen mukaan jaksottaa maksamisen sopimuksen mukaisesti eriin. Tällöin luotolle on maksettava korkoa ja luottokustannuksia. Jos maksuaikaehto käytetään markkinoinnissa, muut luottoa koskevat tiedot on esitettävä huomioonarvoitavasti lähes samanarvoisesti.

”Korot 0 %” tai ”korotonta luottoa” -tyyppiset ilmaiset johtavat puutteellisin lisätiedoin esitettynä helposti harhaan. Kuluttaja luulee kyseessä olevan kertaluoton, eikä ymmärrä sitoutuvansa jatkuvaan luottoon. Tämä selviää hänelle mahdollisesti vasta siinä vaiheessa, kun postissa saapuu hänelle luottokortti. Tällainen menettelytapa on vastoin keskeisiä luottoa koskevia perusperiaatteita. Maksuaikaehdosta voidaan jo mainoksessakin kertoa, kunhan sen käyttötapa antaa luotosta oikean kokonaisvaikutelman kuluttajalle (KKO 2006:6).

Korottomina ja kuluttomina mainostettavissa maksuaikakampanjoissa asiakkaalle on kerrottava kampanjan toimintaperiaate, eli luoton takaisinmaksuehdot ja se, että maksamattomalle luotolle alkaa kertyä kustannuksia kampanjan jälkeen. Ensimmäistä ostoa koskevissa jatkuvien luottojen maksuaikakampanjoissa asiakkaalle on kerrottava, että kyse on jatkuvasta luotosta, ja että asiakkaalle toimitetaan myöhemmin luottokortti, jonka käytöstä peritään maksut ja korot sovitusti.

Luotonvälittäjän velvollisuudet

Luotonvälittäjällä tarkoitetaan muuta elinkeinonharjoittajaa kuin luotonantajaa. Luotonvälittäjä esittelee tai tarjoaa kuluttajille luottosopimuksia, avustaa kuluttajia luottosopimuksen tekemisessä tai tekee luotonantajan puolesta luottosopimuksia kuluttajan kanssa (KSL 7:7).

Kaikki tiedonantovelvollisuutta koskevat säännökset eivät velvoita sivutoimista luotonvälittäjää, kuten rahoitusyhtiön lukuun toimivaa huonekalu- tai autokauppiasta. Luotonantajalla on tällöin korostunut huolellisuusvelvollisuus siitä, että kuluttaja saa aina kaikki lain mukaiset tiedot niin markkinoinnissa kuin sopimusta tehtäessä.

Kuluttaja-asiamies on laatinut yhdessä Finanssialan Keskusliiton kanssa muistilistan luotonvälittäjien avuksi (www.kuluttajavirasto.fi/yritykselle/markkinointi/luotot, Tarkistuslista jatkuvien luottojen myyjille).

Luotonvälittäjän on markkinoinnissaan ilmoitettava valtuuksistaan välittää kuluttajaluottoja, erityisesti siitä, toimiiko hän tietyn tai tiettyjen luotonantajien asiamiehenä vai riippumattomana luotonvälittäjänä (KSL 7:48).

Markkinoinnin käsite on laaja kattaen sekä mainonnan että kuluttajille tarkoitetut asiakirjat. Myyntitilanteessa myyjän on tuotava selkeästi esiin asemansa luottosopimusta tehtäessä.

Ennen sopimuksen tekemistä annettavat tiedot

Myymälässä asiakkaan kanssa käytävä keskustelu rahoitusmuodosta on osa markkinointia. Rahoitusyhtiöiden ym. rahoittajien on varmistettava esim. kouluttamalla ja ohjeistamalla myyntihenkilöstöä, että se toimii asianmukaisesti ja noudattaa kuluttajansuojalain säännöksiä luoton tarjonnassa.

Kuluttajansuojalaissa (KSL 7:9) luetellaan tiedot, jotka on annettava kuluttajalle ennen sopimuksen tekemistä. On myös huomioitava, mitä muualla laissa säädetään tiedonantovelvoitteista. Lisäksi luotonantajan on hyvissä ajoin ennen luottosopimuksen tekemistä annettava kuluttajalle pysyvällä tavalla ”Vakiomuotoiset eurooppalaiset kuluttajaluottotiedot”-lomake. Suositeltavaa on, että lomakkeita on myös esillä myymälässä.

Alle 100 euron hyödykesidonnaisissa kertaluotoissa ennakkotiedot voidaan lomakkeen sijasta antaa myös muulla pysyvällä tavalla. Ennakkotiedoista ja lomakkeesta säädetään tarkemmin valtioneuvoston asetuksella 789/2010.

Liite: [Vakiomuotoiset eurooppalaiset kuluttajaluottotiedot](#)