

## KULUTUSLUOTTO TAVAROIDEN JA PALVELUIDEN MARKKINOINNISSA

### Kulutusuottojen markkinoinnin perussäännöt

1. Luoton tarjoaminen ei saa hallita mainosta, kun luottoa mainostetaan yhdessä tavaroiden tai palveluiden kanssa.
2. Todellinen vuosikorko, esimerkkilauseke ja luottohinta on esitettävä selkeästi ja helposti havaittavasti.
3. Nimelliskorkoa tai muita yksittäisiä luottoehtoja, esimerkiksi luottosuhteen alussa annettavaa korotonta maksuaikaa, ei tule ylikorostaa
4. Luottotiedot on esitettävä kootusti samassa paikassa ja siten, että ne pystyy helposti lukemaan.
5. Kuukausierällä, maksu- tai muillakaan ehdoilla ei tule yllyttää ottamaan luottoa siten, että tuotteen ostamispäätös perustuu yksistään kuukausierän edullisuuteen.
6. Luottotyyppi (esim. kerta- vai tililuotto) on tuotava selkeästi esiin.
7. Luottoa voi mainostaa korottomana vain, jos todellinen vuosikorko on 0 %.
8. Kun mainostetaan yksilöityä tuotetta ja samalla tarjotaan kertaluottoa, mainoksessa on kerrottava tuotteen käteishinta ja luotosta vähintään seuraavat tiedot:

**Todellinen vuosikorko XX,X %**  
**Luottohinta X.XXX €**

9. Jos mainostettua kertaluottoa myönnetään asiakkaille erilaisin ehdoin, esimerkiksi erilaisilla luottoajoilla, mainoksessa on kerrottava myyntihinnan lisäksi esimerkkinä tavallisimmin myönnetyn luoton ehdoista vähintään seuraavat tiedot:

**Todellinen vuosikorko XX,X %**  
**Luottomäärä XX.XXX €**  
**Luottoaika XX kk**  
**Luottohinta XX.XXX €**

Jos maksuaika vaihtelee, mainoksessa on kerrottava edellä mainitut tiedot myös pisimmän takaisinmaksuajan mukaan laskettuina.

10. Tililuotosta on mainoksessa kerrottava seuraavat tiedot:

**Todellinen vuosikorko XX,X %**  
**Luottomäärä X.XXX €**

Luottomääräksi ilmoitetaan mainostetulle tililuotolle tyypillinen määrä

# KULUTUSLUOTTO TAVAROIDEN JA PALVELUIDEN MARKKINOINNISSA

Kulutusluottoja ovat kaikki elinkeinonharjoittajan kuluttajille tarjoamat luotot luottomuodosta, luoton määrästä, luottoajasta ja luoton käyttötarkoituksesta riippumatta. Tässä ohjeessa keskitytään markkinointiin, jossa luottoa tarjotaan tavaroiden ja palveluiden oston rahoittamiseksi.

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

Kulutusluoton markkinoinnin pitää olla asiallista ja maltillista. Markkinoinnissa ei siten saa esim. synnyttää mielikuvia, jotka antavat kuvan luoton riskittömyydestä, helppona keinona tasapainottaa taloutta. Tällaiset mielikuvat saattavat johtaa luoton ottamiseen hetken mielijohteesta. Vastuu luoton markkinoinnin lainmukaisuudesta kuuluu paitsi myyjälle myös rahoittajalle, kuten varsinaisen korttiluoton myöntävälle rahoitusyhtiölle.

## Kulutusluottojen markkinointia koskevat säännökset

Kulutusluottojen markkinoinnista on omat säännöksensä kuluttajansuojalaissa. Laki sääntelee kaikkia elinkeinonharjoittajien kuluttajille tarjoamia luottoja. Säännösten mukaan elinkeinonharjoittajan on markkinoinnissa annettava kuluttajalle tiettyjä tietoja kulutusluotosta, 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 tililuottoihin, joita koskevat osittain eri säännökset. Samassa luvussa on myös kulutusluottojen etämyyntiä koskevia säännöksiä.

Kulutusluottojen tarjoamista etämyynnissä säännellään myös kuluttajansuojalain 6 A luvussa. Näitä säännöksiä on noudatettava 7 luvun ohella, kun etämyynnissä tavaroiden ja palveluiden ostosten rahoittamiseksi tarjotaan kulutusluottoja. Kuluttaja-asiamies on laatinut perussäännöt myös kulutusluottojen etämyynnille. Kaikkein luoton markkinointiin sovelletaan lisäksi kuluttajansuojalain 2 luvun yleisiä markkinointisäännöksiä.

## Yleisiä käsitteitä

<b>Kertaluotto</b>	Luottoa otetaan kerralla luotonantajalta tietty määrä ja se maksetaan tietyn sovitetun ajan kuluttua kokonaisuudessaan pois, esim. auto- ja venekaupat.
<b>Tililuotto</b>	Luottokortilla tai muulla tavoin käytettävä jatkuva luotto, jossa velka vaihtelee sen mukaan, kuinka paljon luottoa käytetään. Esim. luottokorttiluotot ja maksuaikakortit.
<b>Käteishinta</b>	Tuotteen myyntihinta <sup>1</sup> .
<b>Todellinen</b>	Korkoprosentti, joka saadaan laskemalla luottokustannukset vuosikorkona luoton
<b>Vuosikorko</b>	määrälle lyhennykset huomioon ottaen. Tililuottojen yhteydessä nämä tiedot ilmoitetaan esimerkkilausekkeen avulla.

---

<sup>1</sup> Asetus kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa 1359/1999

<b>Korko</b>	Velalle tietyn väliajoin sopimuksessa maksettavaksi sovittu nimelliskorko.
<b>Luottohinta</b>	Käteishinnan ja luottokustannusten yhteismäärä.
<b>Luottokustannukset</b>	Luotosta maksettavat korot, kulut ja muut maksut.

## LUOTON TARJOAMISESSA VASTUULLISUUS KOROSTUU

Kulutusluottomarkkinoilla tarjolla olevat tuotteet ovat monipuolistuneet, ja luoton ottaminen on arkipäiväistynyt. Luottomarkkinoiden monipuolistuminen ja rahoitusvaihtoehtojen erilaistuminen on hyvä asia kuluttajan kannalta. Vastuullisen luotonannon merkitys tällöin kuitenkin korostuu.

Kulutusluottojen markkinointia 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 tietoja luottopäätöksen tekemistä varten. Lain säännösten noudattamisen lisäksi luontarjoajan tulee ottaa huomioon kuluttajan taloudellinen tilanne luottosuhdetta harkittaessa. Oikeilla kysymyksillä luotonantaja voi selvittää kuluttajan maksukyvyyn ja luottokortin tarpeen. Onko esimerkiksi syytä tehdä uusi luottokorttisopimus, jos kuluttajalla on jo käytössään kortti, jolla voi rahoittaa ostoksensa.

- Luottoja ei pidä tyrkyttää kuluttajalle, vaan myyntitilanteessakin kuluttajan on voitava rauhassa ja itsenäisesti päättää ostoksensa rahoitustapa.
- Ei ole hyväksyttävää ”pakkomyydä” luottokorttiluottoa kuluttajalle ostosten rahoittamiseksi.

Luottokortti yleensä johtaa myös siihen, että heräteostoksia tehdään herkemmin ja näin kerrytetään huomattomasti velkaa. Mitä enemmän kuluttajalla on erilaisia luottoja, sitä hankalampaa on taloudellisen kokonaistilanteen hallinta. Tulevien velkaongelmien ehkäisemiseksi on tärkeää, että rahaa tarjoavat yritykset ottavat huomioon asiakkaan kokonaistilanteen ja kantavat vastuunsa siitä, että kuluttaja saa markkinoinnissa oikeat ja riittävät tiedot.<sup>2</sup>

## Sopimaton ja harhaanjohtava markkinointi

Luoton markkinoinnissa joidenkin markkinointikeinojen käyttäminen ei ole lainkaan sallittua. Markkinointi on sopimatonta, jos lisäedut hallitsevat luoton markkinointia tai yllyttävät ostamaan luotolla. Lisäetujen käytössä on ylipäättäänkin muistettava antaa kuluttajansuojalain edellyttämät tiedot.<sup>3</sup>

On myös sopimatonta antaa tuotteesta alennusta pelkästään sellaiselle asiakkaalle, joka tekee luottosopimuksen. Alennus toimii luottosopimuksen tekemisen yllykkeenä<sup>4</sup>.

Vastuullisessa kulutusluottojen markkinoinnissa

- alaikäisille ei tarjota luottoja, ja muiden nuorten kohdalla luoton tarjoaminen on maltillista ja asiallista. Houkutuskeinoja, kuten mielikuvan synnyttämistä tietynlaisesta nuorten elämäntyylisestä tai –arvoista, ei käytetä. Muistetaan, että nuoret vasta opettelevat itsenäistä talouden hallintaa ja menojensa rahoittamista luotolla. Nuorten tietojen ja kokemusten rajoittuneisuus sekä vallitsevat yhteiskunnalliset arvot otetaan huomioon tuotteen suunnittelussa, markkinoinnissa, tietojen antamisessa,

<sup>2</sup> KUV636/41/2007

<sup>3</sup> Kuluttajansuojalaki 2:12

<sup>4</sup> KUV 636/41/2007

sopimussuhteessa ja perinnässä<sup>5</sup>.

- arpajaisten käyttämistä on syytä välttää. Palkinto yllyttää ottamaan luottoa, ja luoton ottamista ei tällöin harkita oman maksukyvyn tai tarpeellisuuden mukaan. Vähimmäisvaatimuksena on aina, että arpajaisia ei voi kohdistaa yksin luottoa ottaville tai jo olemassa oleville luottoasiakkaille. Arpajaiset eivät myöskään saa hallita markkinointia.<sup>6</sup>
- luotolla ostoksensa rahoittavia asiakkaita ei suosita, esimerkiksi tarjoamalla heille tuotteen kotiinkuljetusta halvemmalla.<sup>7</sup>
- kuluttajaa ei käytetä ”suostuttelijana”, joka houkuttelee toista kuluttajaa luottosopimuksen tekemiseen. Niin suostuttelijan kuin suostuteltavankin huomio kiinnittyy ensisijaisesti saatavaan palkintoon tai muuhun etuuteen, ja luottopäätöksen tarveharkinta hämärtyy<sup>8</sup>.
- luottokorttiluottoa ei markkinoida siten, että kuluttajalle lähetetään kotiin ilman pyyntöä ensimmäinen luottokortti, joka on aktivoitavissa pelkästään sopimuksen allekirjoittamisella tms. Seuraava luottokortti voidaan lähettää postitse, jos siitä on kuluttajan kanssa sovittu.<sup>9</sup>

## MARKKINOINNISSA ANNETTAVAT TIEDOT

Kulutusluottojen markkinoinnin on oltava asiallista ja sisällettävä riittävät ja oikeat tiedot. Markkinoinnissa on selkeästi ilmoitettava tietyt vakiotiedot, joista luoton hintaa ilmaiseva todellinen vuosikorko on keskeinen ja tärkeä tieto kuluttajan valintakriteerille. Kuluttajia ei myöskään saa houkutella luottoasiakkaiksi puutteellisilla tai epäselvillä tiedoilla, esim. korostamalla jotain yksittäistä tietoa, kuten kuukausierää<sup>10</sup>

### Luotto ei saa hallita markkinointia

Luoton - kertaluoton tai tililuoton - tarjoaminen ei saa hallita tavaran tai palvelun markkinointia. Luoton myöntäminen ei saa olla mainostekstin pääsanomana. Luottoa ei tule myöskään muutoin - 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.<sup>11</sup>

Säännös ei kiellä pelkän luoton markkinointia, vaan se kieltää jonkin tuotteen tai vähittäisketjun tuotteiden myynninedistämisen siten, että mainoksessa luotonsaanti kiinnittää lukijan ensisijaisen huomioon.

*Luotto esitettiin automainosten pääsanomana. Lehdissä julkaistiin allekkain rahoitusyhtiön ja auto liikkeen 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 hallitseen mainosta. (MO 1988:6)*

Luottokorttimainos voi muodostua hallitsevaksi, vaikka mainoksessa ei suoraan esiteltäisikään tuotteita. Televisiossa eräs vähittäiskaupan ketju korosti maksuaikaehtoista, edullista tietyn pituista maksuaikaa, ketjun

<sup>5</sup> KA 1991/40/924

<sup>6</sup> KA 2006/40/4488, Kuluttajansuojalaki 2:14

<sup>7</sup> KA 2000/40/1020

<sup>8</sup> KA 2004/40/4643

<sup>9</sup> KA 1990/41/1416

<sup>10</sup> Markkinatuomioistuimen päätös 1986:9

<sup>11</sup> Kuluttajansuojalaki 7:5

tuotteiden myynnin edistämiseksi. Ehto oli hallitseva. Mainoksessa ei esitelty vähittäiskauppaketjun tuotteita lainkaan. Mainoksen pääasiallisena tarkoituksena oli mainoksessa mainitun ketjun tuotteiden myynnin edistäminen juuri luotolla. Tavaroiden ja palveluiden markkinoinnissa tarjottava luotto ei saa olla mainoksen pääviesti<sup>12</sup>.

### **Tililuotto ei saa sekoittua kertaluottoon**

Mainoksesta on selkeästi käytävä ilmi markkinoitava luottomuoto. Tililuottoa ei saa markkinoida siten, että kuluttaja saa kuvan kertaluotosta. Tililuotossa kuluttaja sitoutuu jatkuvaan luottosuhteeseen, ja tämän seikan on myös selvittävä jo mainoksesta.

### **Todellinen vuosikorko on tärkeä vertailutieto**

Markkinoinnissa on ilmoitettava selkeästi kulutusluoton todellinen vuosikorko prosenttilukuna vähintään yhden desimaalin tarkkuudella aina, kun luottoaika on yli kolme kuukautta.

Todellisella vuosikorolla tarkoitetaan korkoprosenttia, joka saadaan laskemalla kaikki luottokustannukset vuosikorkona luoton määrälle lyhennykset huomioon ottaen. Kerta- ja tililuoton vuosikoron laskemiseen on omat laskentakaavansa kauppaja ja teollisuusministeriön päätöksissä.

- Jos markkinoinnissa ainoastaan mainitaan mahdollisuus saada kulutusluottoa esimerkiksi luettelamalla maksuvälineiksi kelpaavat luottokortit tai mainitaan osamaksumahdollisuus, ei todellista vuosikorkoa tarvitse ilmoittaa.

Todellinen vuosikorko on kuitenkin aina ilmoitettava:

- Jos markkinoinnissa kuvataan esimerkinomaisesti luottokortin käyttötilanteita, eli markkinoidaan käytännössä hyödykkeen ostamiseen liittyvää tililuottoa.
- Jos markkinoinnissa mainitaan luottoehdoista jotain, esimerkiksi luottoajan pituus tai kuukausierän suuruus.
- Jos markkinoinnissa nimetään yksilöity tili- tai kertaluotto

Ei riitä, että kuluttaja ohjataan saamaan lisätietoja myyjältä tai yrityksen www-sivuilta. Ei siis ole sallittua markkinoida esimerkiksi: "maksuaikaa 36 kuukautta, kysy lisää myymälöstämme" ilmoittamatta todellista vuosikorkoa. Todellisen vuosikoron ilmoittamisvelvollisuutta ei poista myöskään se, että mainoksessa kerrotaan euromääräiset luottokustannukset.

Televisionmainoksessa mies seisoo sähköurkujen takana ja toinen mies selittää katsojille, että mies on surullinen, sillä hänen rahansa eivät millään riitä uusiin urkuihin. Mutta ei hätää, sillä hän voi maksaa urut surutta osissa luottokortilla. Ruutuun ilmestyvässä tekstissä kehoitetaan kysymään kauppiaalta. Lopuksi ruutuun ilmestyy yksinään teksti: "Ainahan voit maksaa osissa" sekä luottokorttitunnus. Markkinatuomioistuimien (nyk. markkinaoikeus) katsoi, että yhtiön mainoksessa kuvattiin esimerkinomaisesti luoton käyttötilanteita tarjoamalla kulutustavaroita ostettavaksi yhtiön markkinoimalla tililuotolla. Mainoksessa markkinoitiin siten kulutushyödykkeiden hankkimiseen tarkoitettua tililuottoa. Mainoksessa ei ainoastaan mainittu luoton saamisen mahdollisuudesta, vaan esiteltiin luoton käyttötarkoitusta selkeillä esimerkeillä. Todellinen vuosikorko olisi siksi pitänyt ilmoittaa. (MO 1996:008)

### **Todellinen vuosikorko kerrottava luettavan selkeästi**

Todellinen vuosikorko on esitettävä siten, että kuluttaja pystyy sen vaivattomasti havaitsemaan, ja lukijan huomio kiinnittyy luontevasti todelliseen vuosikorkoon. Esimerkiksi nimelliskorkoa ei saa erityisesti koros-

---

<sup>12</sup> KA 2005/40/4876

taa.

- Todellinen vuosikorko tulee ilmoittaa huomioarvoltaan vähintään samanveroisena kuin muutkin luotosta kerrotut tiedot. Se ei saa jäädä yksittäisten luottoehtojen, kuten koron tai maksuajan varjoon.

Todellisen vuosikoron esittämistapaa arvioidaan kuluttajansuojalain markkinointisäännösten perusteella. Jos todellista vuosikorkoa ei esitetä selkeästi ja helposti havaittavasti, markkinointi on tältä osin harhaanjohtavaa<sup>13</sup>.

*Mainoksessa tarjottiin yksilöityjen tuotteiden rahoittamiseksi tililuottoa. 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) (KSL 7:7, KSL 7:23).*

Markkinoinnin antaman kokonaisvaikutelman on oltava oikea<sup>14</sup> ja annettava tarjouksen sisällöstä totuudenmukainen kuva mediasta riippumatta. Ratkaisevaa on se, minkälainen mielikuva kuluttajalle syntyy markkinoinnin perusteella.

## Esimerkkitilanteita todellisen vuosikoron ilmoittamisesta markkinoinnissa

### OIKEIN ✓

**Käyttöluoton todellinen vuosikorko tyypilliselle 1500 euron luottomäärälle on 16,48 %**

Kuukausittainen tilinhoitomaksu on 3,70 €. Jos maksat luoton tammikuun loppuun mennessä, emme veloita luotolle korkoa emmekä tilinhoitomaksua.

Lain edellyttämät perustiedot ovat viestin keskeinen osa, ja kuluttaja ymmärtää, mistä luottomuodosta on kyse.

### VÄÄRIN ✗

**OSTA NYT, MAKSA VASTA ENSI VUONNA tammikuussa**

**Korot 0 %  
Kulut 0 %**

Mahdollisille jatko-ostoille käyttöluoton todellinen vuosikorko 1500 euron luotolle 16,48 %:ia. Laskelmassa huomioitu 3,70 euron kuukausittainen tilinhoitomaksu.

(Mainos julkaistu syyskuussa 2006)

Maksuaikaehto ylikorostetaan. Korottomuuden ja kuluttomuuden sekä 3 kuukauden maksuajan esittämistapa yllyttää sopimattomasti luotolla ostamiseen. Luottosäännösten edellyttämä perusviesti eli luoton hinta, joka kerrotaan todellisen vuosikoron ja tyypillisen luottomäärän avulla, jää huomiotta. Todellista vuosikorkoa koskeva lauseke on aivan liian pienellä ja toisarvoisessa asemassa mainostettuun maksuehtoon verrattuna. Edellä esitetyllä tavalla luottotarjous on myös harhaanjohtava.

<sup>13</sup> Kuluttajansuojalaki 2:6

<sup>14</sup> mm. Korkeimman oikeuden ratkaisu 2006:6

## OIKEIN ✓

**LG37" taulutelevisio käteishinta 2210 €**  
**luottohinta 2391,90 €**  
**todellinen vuosikorko 16,00 %**  
**kk-erä 62 €/aika, korko 7,95 %**

## VÄÄRIN ✗

**LG 37" taulutelevisio**  
**62 € kk**

korko 7,95, luottohinta 2391,90 €  
todellinen vuosikorko 16,00 %

Kuukausierää käytetään houkutuskeinona. Todellinen vuosikorko ja luottohinta on piilotettu tarjouksen tekstiosaan. Näiden tietojen esittämisen pitäisi kuitenkin olla tarjouksen keskeisiä hintatietoja. Mainos on harhaanjohtava. Lisäksi mainoksesta puuttuu hintamerkintäasetuksen edellyttämä myyntihinta.

### Mainosvälineellä on väliä

Erityisesti tv-mainoksessa on kiinnitettävä huomiota tietojen selkeään esittämistapaan. Nopeasti silmäiltävissä tv-mainoksissa ei ole mahdollista ilmoittaa kaikkia samoja tietoja kuin vaikkapa lehtimainoksissa. Tällöin on muistettava, että yksilöityä luottoa tarjotessa on ilmoitettava sen todellinen vuosikorko selkeästi ja helposti havaittavasti. Tämä vaatimus ei täyty silloin, kun tiedot ilmoitetaan televisioruudun alareunassa juoksevasa tekstissä. Tällainen ilmoitustapa ei täytä luottavuuden vaatimusta.

*Televisiossa esiteltiin luottokorttia kertomalla ja kuvaamalla erilaisia tuotteita, joita voisi luotolla ostaa. Todellinen vuosikorko ja esimerkkilauseke ilmoitettiin juoksevasti pienellä tekstillä mainoksen alareunassa. Tekstiä ei ehtinyt lukea. Mainos antaa harhaanjohtavan kokonaisvaikutelman, kun olennaiset tiedot esitetään epäselvästi. Mainos on harhaanjohtava.*

### Myyntitilanteessa annettavat tiedot

Myyvälässä asiakkaan kanssa käytävä keskustelu rahoitusmuodosta on osa markkinointia. Ennen luottosopimuksen päättämistä kuluttajalle on ilmoitettava kulutusluottosopimuksen vähimmäistiedot ja muut tiedot, minkä lisäksi hänelle on annettava tilaisuus tutustua niihin kirjallisina.<sup>15</sup>

Rahoitusyhtiöiden ym. rahoittajien on varmistuttava siitä, että myyntihenkilöstö toimii asianmukaisesti ja noudattaa kuluttajansuojalain säännöksiä luoton tarjonnassa, esim. koulutuksen ja ohjeistusten kautta. Luottotarjoajan, rahoitusyhtiön niin kuin asiamiehenä toimivan myyjänkin, on selkeästi kerrottava ennen sopimuksen tekemistä vähintään seuraavat tiedot:

- tarjottava rahoitusmuoto on luotto
- millaista luottoa tarjotaan, esim. luottokorttiluotto
- kenen kanssa kuluttaja tekee rahoitussopimuksen esim. rahoitusyhtiön nimi
- luottokustannukset (korko+kulut)
- maksuehdot
- todellinen vuosikorko

<sup>15</sup> Kuluttajansuojalaki 7:9

## KERTALUOTON MARKKINOINTI

Tiettyä yksilöityä tavaraa tai palvelua markkinoitaessa, on aina ilmoitettava myyntihinta.<sup>16</sup> Jos samalla tarjotaan kertaluottoa, on aina ilmoitettava myös sen luottohinta.<sup>17</sup> Luottohinta tarkoittaa käteishinnan ja luottokustannusten yhteismäärää.

- Todellinen vuosikorko on ilmoitettava aina, kun luottoaika on yli kolme kuukautta ja luoton määrä on vähintään 168,19 euroa.

Jos yritys myöntää luottoa erilaisin ehdoin, todellisen vuosikoron ja luottohinnan voi ilmoittaa tämän tarjoamien tavanomaisten luottoehtojen mukaisena esimerkkinä. Tällöin on myös pisimmästä maksuaikavaihtoehdosta esitettävä esimerkki. Kuluttaja saa näin kokonaiskuvan luoton hinnasta. Esimerkillä kerrotaan, miten luottohinta muodostuu. Lisäksi on muistettava, että todellisen vuosikoron laskemisessa on otettava huomioon kaikki luottokustannukset.

Jos luoton myöntämisen edellytyksenä on tavaran tai palvelun vakuuttaminen, tästä ja vakuutusmaksuista on ilmoitettava markkinoinnissa.

### Esimerkkitalanteita kertaluoton markkinoinnista

#### OIKEIN ✓

**HP Pavilion dv 5247 eu**  
myyntihinta 1.117,60 €  
luottohinta 1.475,87 €  
todellinen vuosikorko 20,80 %  
Luottoaika 36 kk, korko 7,95 %  
kuukausierä 41 € (sis. Käsittelemaksun 6 €), korko ja muut kustannukset yhteensä 358,27 €

#### VÄÄRIN ✗

**HP:n edullinen tehokone**  
alk. 27 €/kk

Tarjotun tuotteen käteishinta, luottohinta ja todellinen vuosikorko puuttuvat. Alkaen -hinnoittelulla kerrotaan edullisin kuukausierävaihto-ehto, jolloin myös kallein vaihtoehto pitäisi kertoa. Tämä kävisi parhaiten käyttämällä hintahaarukkaa, jossa on edullisin ja kallein vaihtoehto mukana. Halvan kuukausierän käyttäminen ostohoukuttimena yllyttää sopimattomasti luotolla ostamiseen.

#### VÄÄRIN ✗

**HP Pavilion dv 5247eu**  
36 kk  
41 €/kk

Rahoitustarjous: kk-rä 41 €/kk (sis.6€ käsittelemaksun), korko 7.95 €, luottoaika 36 kk, todellinen vuosikorko 20,80 % luottohinta 1.475,87€, käteishinta 1.117,60€.

Kuukausierää korostetaan sopimattomasti lain vaatimien perustietojen kustannuksella. Käteishinta on kerrottava selkeästi ja tuotteen välittömässä yhteydessä. Mainos on tältä osin hintamerkintä-asetuksen vastainen. Todellinen vuosikorko ja luottohinta on kerrottu huomioarvoltaan huomaamattomasti, joten mainos on tältä osin harhaanjohtava.

<sup>16</sup> Asetus kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa

<sup>17</sup> Kuluttajansuojalaki 7:6

## TILILUOTON MARKKINOINTI

Tililuoton, kuten korttiluoton, markkinoinnissa todellinen vuosikorko on ilmoitettava aina, kun luottoaika on yli kolme kuukautta.

- Koska tililuotto on jatkuvaa kulutusluottoa, todellinen vuosikorko ilmoitetaan esimerkkinä, joka kuvaa koko kysymyksessä olevan luottokorttijärjestelmän tyypillistä käyttöä.
- Esimerkki valitaan ja todellinen vuosikorko lasketaan tililuottoa käyttävien kuluttajien keskimääräisen todellisen luottovelan eli luottojärjestelmän todellisen tyypillisen luottomäärän perusteella. Korotiedon yhteydessä on myös aina ilmoitettava laskennassa käytetty tyypillinen luottomäärä<sup>18</sup>.
- Tyypillisenä luottomääränä pidetään 200 euroa, jos luottojärjestelmän todellinen tyypillinen luottomäärä ei ylitä 400 euroa. Jos luottojärjestelmän todellinen tyypillinen luottomäärä ylittää 400 euroa, on tyypillisenä luottomääränä pidettävä vakiomäärää 600 euroa. Jos luottojärjestelmän todellinen tyypillinen luottomäärä ylittää olennaisesti 400 euron vakiomäärän, saa todellisen vuosikoron ilmoittaa luottojärjestelmän todellisen tyypillisen luottomäärään mukaan laskettuna.<sup>19</sup>

### Tililuoton kytkeminen tiettyyn ostokseen

Tarjottaessa tililuottoa yksilöityjen tuotteiden rahoitusvaihtoehdoksi saattaa esimerkkilausekkeen, luottoehtoihin sisältyvien korko-, kustannus-, maksuaika- ja muiden luottoehtojen muodostama kokonaisvaikutelma helposti antaa kuluttajalle harhaanjohtavan kuvan luottotyyppistä ja sen ehdoista. Tämän välttämiseksi markkinoinnissa on kerrottava selkeästi, että tarjottava luotto on esim. korttiluotto.

Jos esimerkiksi mainosesitys on monisivuinen, tililuoton tyypillistä käyttöä kuvaava esimerkki on esitettävä mainosesityksen jokaisella sivulla riittävän selkeästi ja helposti havaittavalla tavalla. Esimerkissä kerrotaan tililuoton todellinen vuosikorko ja laskennassa käytetty tyypillinen luottomäärä sekä luottokorttijärjestelmän nimi.

### Kuukausierän käyttäminen tililuoton markkinoinnissa

Jos tuotetta, jonka rahoittamiseksi tarjotaan tililuottoa, markkinoidaan kuukausierällä, todellinen vuosikorko on silloin laskettava kertaluoton kaavan mukaisesti. Kyseessä on todellisuudessa kertaluotto, joka on sisällytetty tililuottoon.

On tärkeää, että kuluttajalle muodostuu oikeanlainen kuva siitä, kuinka paljon todellinen vuosikorko on silloin, kun ostaa tuotteen tarjotulla kuukausierällä. Tililuoton todellinen vuosikorko ei yksistään anna tällaisessa markkinoinnissa oikeanlaista kuvaa luoton kalleudesta. Mitä korkeampi todellinen vuosikorko on, sitä kalliimmasta luotto-ostoksesta on kyse. Kuluttajan on mahdotonta vertailla tarjotun kuukausierän luoton hintaa muihin rahoitusvaihtoehtoihin, jollei todellista vuosikorkoa samassa yhteydessä ilmoiteta.

Tuotteen kohdalla on kuukausierän lisäksi kerrottava tuotteen käteishinta, luottohinta, todellinen vuosikorko kertaluoton kaavan mukaisesti, luottoaika eli kuukausierien lukumäärä, korko ja käsittelymaksut. Mainokseen on sisällytettävä selkeästi myös tieto siitä, että itse asiassa kyseessä on tililuotto ja sen todellinen vuosikorko esimerkkilausekkeen avulla.

<sup>18</sup> Kuluttajansuojalaki 7:7

<sup>19</sup> Kauppa- ja teollisuusministeriön päätös 874/1986, 608/2001

## Esimerkkutilanne tililuoton markkinoinnista

### OIKEIN ✓

**Y-luottokortilla maksuaikaa.  
Todellinen vuosikorko 17,6 %  
1500 euron luotolle 6 kk  
korko 0 %, kulut 0 €, jonka jäl-  
keen korko 13,75 % ja käsittely-  
maksu/kk 3,70 €.**

Mainosta normaalisti lukeva huomaa helposti, että ostosten rahoittamiseksi tarjotaan korttiluottoa ja mitä hintaluokkaa se olisi. Lisäksi mahdollisuus maksaa luotto koroit- ta ja kuluitta tietyn ajan saa oman huomionsa kuitenkin toimimatta houkuttimena tai sivuuttamatta keskeisiä perustietoja.

### VÄÄRIN ✗

**OSTA NYT! ILMAN KÄSIRAHAA, MAKSAT VASTA hel-  
mikuussa 2007,  
KOROT JA KULUT 0 €**

Tämä pienellä prääntetty teksti mainostekstin alapuolella kuvaa tapaa, jolla monesti kerrotaan lain vaatimat tiedot luoton hinnasta eli todellinen vuosikorko tyyppillisen esimerkin avulla. Teksti ei ole luettavaa ja jää tämän vuoksi sitä normaalisti lukevalta huomioimatta.

Mainoksesta ei ilmene, että rahoituksena tarjotaan kortti- luottoa. Esimerkkilauseke todellisesta vuosikorosta on ker- rottu harhaanjohtavasti pienen pienellä tekstikoolla eikä vähintään samanarvoisesti maksuvaihtoehdon kanssa. Kos- ka mainoksessa korostetaan maksuaikaehtoa, olisi myös kerrottava, mitä kustannuksia seuraa, jos luottoa ei makse- takaan mainostetun maksuajan kuluessa kokonaisuudessaan pois. Mainos synnyttää mielikuvan kertaluotosta ja on näin ollen harhaanjohtava.

## "Koroton" -ilmaisun käyttäminen maksuaikakampanjoissa

Korottomina ja kuluttomina markkinoitavissa maksuaikakampanjoissa asiakkaalle on kerrottava kampanjan toimintaperiaate, eli luoton takaisinmaksuehdot ja että maksamattomalle luotolle alkaa kertyä kustannuksia kampanjan jälkeen. Ensimmäistä ostoa koskevissa tililuottojen maksuaikakampanjoissa asiakkaalle on ker- rottava, että kyse on jatkuvasta tililuotosta, johon liittyen asiakkaalle toimitetaan myöhemmin luottokortti, jonka käytöstä peritään maksut ja korot sovitusti.

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

"Korot 0 %" tai "korotonta luottoa" -tyyppiset ilmaiset johtavat puutteellisin lisätiedoin esitettynä helposti harhaan. Kuluttaja luulee kyseessä olevan kertaluoton, eikä ymmärrä sitoutuvansa tililuottoon, vaan tämä selviää hänelle siinä vaiheessa, kun postissa saapuu hänelle luottokortti. Tällainen menettelytapa on vastoin keskeisiä luottoa koskevia peruseriaatteita. Maksuaikaehdosta voidaan jo mainoksessakin kertoa, kunhan sen käyttötapa antaa luotosta oikean kokonaisvaikutelman kuluttajalle.<sup>20</sup>

<sup>20</sup> KKO 2006:6