

AUTOJEN RAHOITTAMISEKSI TARJOTTAVAN LUOTON KESKEISET PERIAATTEET

Kuluttajavirasto ja lääninhallitukset järjestivät kulutusluoton markkinoinnin tehovalvontakampanjan 10.12.2007-04.01.2008. Kampanjan aikana lääninhallitukset valvoivat tehostetusti oman lääninsä markkinointivälineissä esiintyvää kulutusluottojen markkinointia.

Kulutusluottojen valvontatuloksista näkyy, että autojen rahoittamiseksi tarjottavien luottojen markkinointi on selkeästi huonontunut viimekertaiseen valvontakampanjaan verrattuna.

Keskeisiä ongelmakohtia markkinoinnissa ovat:

1. Nimelliskorkoa tai käsirahaa ylikorostetaan siten, että lukijan huomio kiinnittyy ainoastaan niihin, vaikka autojen esitleminen pitäisi olla mainoksen viestinä.
2. Luotto hallitsee selkeästi autoliikkeiden mainoksia. Autoliikkeet ovat selkeästi siirtyneet pelkän luoton markkinointiin korostamalla nimelliskorkoa tai käsirahaa tai kaupan tekemistä ilman käsirahaa. Luotosta ei anneta muita tietoja tai jos niitä annetaan, käytetään hyvin pientä tekstiä. Autoliikkeiden myyntituote on kuitenkin ajoneuvo, jolle autoliike voi tarjota myös rahoitusta. Luoton tarjoaminen autoliikkeiden mainoksen pääsanomana on sopimatonta.
3. Markkinoinnissa ilmoitetaan ainoastaan rahoituskorko, vaikka mainoksessa on yksilöityjä ajoneuvomalleja. Tällöin pitäisi ilmoittaa myös myytävän ajoneuvomallin luottohinta ja todellinen vuosikorko.
4. Pienten pränttien käyttäminen on levinnyt autojen luoton markkinointiin. Osis-
sa mainoksissa luottotiedot ilmoitetaan niin pienellä kirjasinkoolla, että näiden tietojen lukeminen on mahdotonta.

Kuluttajansuojalain (KSL) kulutusluottojen markkinointisäännösten tarkoituksena on, että luottojen markkinointi on maltillista, sisältää riittävät tiedot ja edistää harkittua luotonottoa. Perusajatuksena on, että mainitut vaatimukset edistävät kuluttajan mahdollisuuksia punnita omia taloudellisia mahdollisuuksiaan ja tehdä vertailuja eri luottotarjousten välillä. Kuluttajan kannalta merkittävä on tieto todellisesta vuosikorosta ja hyödykkeen luottohinnasta. Tietojen ilmoittaminen epäselvästi heikentää kuluttajan kykyä ymmärtää tarjouksen arvoa.

Markkinoinnissa annettavat tiedot

Kuluttajansuojalain 7 luvun säännökset edellyttävät tiettyjen perustietojen antamista markkinoinnissa selkeällä tavalla.

Luottotarjousta vertaillaan todellisella vuosikorolla

Kertaluoton markkinoinnissa todellinen vuosikorko on ilmoitettava aina, kun kerrotaan jotain tietoja luotoista esim. nimelliskorko. Todellinen vuosikorko on ilmoitettava luettavan selkeästi. Jos kerrotaan yksilöidyn auton myyntihinta, on ilmoitettava myös auton luottohinta. Jos elinkeinonharjoittaja myöntää samaan tarkoitukseen kulutusluottoja erilaisin ehdoin, todellinen vuosikorko ja luottohinta saadaan ilmoittaa elinkeinonharjoittajan tarjoamien tavanomaisten luottoehtojen mukaisena esimerkkinä.¹

Todellinen vuosikorko on erittäin merkittävä lain vaatima tieto kuluttajalle. Todellinen vuosikorko heijastaa kaikkia niitä ylimääräisiä kustannuksia, joita kuluttajan on maksettava luottoaikana. Todelliseen vuosikorkoon ei kuitenkaan laske vakuutusmaksua vakuutuksesta, jonka kohteena on toimitettu hyödyke. Sen avulla kuluttaja voi vertailla eri luottovaihtoehtojen kokonaiskustannuksia, kuten autojen kerta- eli osamaksuluottojen kokonaiskustannuksia pankin tai muun yrityksen kertaluoton kokonaiskustannuksiin, ja toisaalta myös luottokauppaa käteiskauppaan.

Autojen tai muun ajoneuvon, esim. moottorikelkan, luottohinta voidaan ilmoittaa siten, että yritys ilmoittaa kunkin mainoksessa olevan auton luottohinnan erikseen tai esimerkkilaskelman avulla, jos luottoa myönnetään erilaisin ehdoin. Esimerkkilaskelmaan on sisällytettävä myös pisimmän luottovaihtoehdon mukainen esimerkki.

Esimerkillä kerrotaan kuluttajalle, paljonko ajoneuvo tulisi luotolla ostaessa maksamaan käteishintaan verrattuna. Esimerkkilaskelmassa on oltava vähintään seuraavat tiedot: käteishinta, luottokorko, luottokustannukset, luottoaika ja todellinen vuosikorko. Jos kuukausierä mainitaan, on ilmoitettava myös kuukausierien määrä.

Mainoksessa on käytettävä ilmaisua todellinen vuosikorko ja luottohinta. Pelkkä koron tai lyhenteiden käyttäminen ei riitä. Se, mitä korkoa mainoksessa tarkoitetaan, ei saa jättää kuluttajan arvailtavaksi. Esimerkiksi ilmoittamistapa KSLMKH JA KSLMTK ovat epäselvinä lain vastaisia.

Yksilöity luottotarjous edellyttää todellisen vuosikoron ilmoittamista

Markkinoinnissa voidaan yleisesti ilmoittaa mahdollisuudesta saada luottoa. Tällöin todellista vuosikorkoa ei tarvitse ilmoittaa. On kuitenkin huolehdittava siitä, ettei luotto ole mainoksen pääsanomana eli luotto ei saa hallita mainosta.²

¹ KSL 7:6 ja hintamerkintäasetus 4 §

² KSL 7:8

Jos ajoneuvon markkinoinnin yhteydessä ei anneta esim. tietoa käteismaksusta, luottoajan pituudesta tai muista luottoehdoista, vaan mainokseen sisältyy vain maininta saada luottoa, ei todellista vuosikorkoa tarvitse ilmoittaa.

Todellinen vuosikorko ja luottohinta täytyy ilmoittaa aina silloin, kun annetaan jotakin tietoa luottoehdoista kuten maksuerän suuruudesta, maksuajasta tai erien määristä.

Vakiotiedot esitettävä selkeästi

Kuluttajansuojalain markkinointisäännökset asettavat myös elinkeinonharjoittajalle velvollisuuden antaa kuluttajalle riittäviä ja oikeita tietoja. Näitä säännöksiä sovelletaan kuluttajansuojalain 7 luvun ohella kulutusluoton markkinointiin. Markkinoinnissa ei saa antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja. Markkinoinnissa on annettavat tiedot selkeästi ja ymmärrettävästi. Oikeitakin tietoja sisältävä markkinointi voi johtaa harhaan, jos tiedot esitetään epäselvästi. Pääsääntö markkinointitietojen esittämisessä on, että kuluttajan kannalta merkittävät tiedot esitetään selkeästi ja havaittavasti⁴

Selkeysvaatimus koskee myös todellisen vuosikoron ja luottohinnan esittämistä. Jos todellista vuosikorkoa ja luottohintaa koskevat tiedot jätetään kokonaan ilmoittamatta tai ne esitetään epäselvästi, vaikeutetaan kuluttajan mahdollisuuksia vertailla eri luottovaihtoehtoja ja niiden kokonaiskustannuksia toisiinsa ja yleensäkin harkita luotolla ostamista.

Markkinatuomioistuimien on todellisen vuosikoron esittämistapaa koskevassa ennakkoratkaisussa (mt 1997:012) vahvistanut periaatteen todellisen vuosikoron selkeästä ja helposti havaittavasta esittämistavasta. Markkinatuomioistuin totesi muun muassa, että tieto luoton todellisesta vuosikorosta antaa kuluttajalle mahdollisuuden etukäteen tehdä vertailuja luotto- ja käteisoston välillä sekä vertailla eri luottovaihtoehtoja keskenään.--- Markkinatuomioistuin katsoi, että markkinointi on kuluttajansuojalain kulutusluottosäännöksen vastaista silloin, kun markkinoinnissa ei selkeästi ja helposti havaittavalla tavalla ole ilmoitettu todellista vuosikorkoa. Markkinatuomioistuin totesi myös, että koska mainoksista on puuttunut kuluttajien kannalta tärkeä tieto, markkinointi on myös ollut harhaanjohtavaa.

Kaikissa markkinointivälineissä tiedot on esitettävä selkeästi

Luottoa koskevien tietojen selkeä esittämistapa-vaatimus koskee kaikkia markkinointivälineitä kuten lehti-, internet- ja televisiomainontaa. Tv-mainonnassa on huolehdittava siitä, että luottoa koskevat tiedot kerrotaan niin selkeästi, että kuluttaja todella pystyy myös ne lukemaan. Edellä mainitut vaatimukset eivät täyty, jos tv-mainoksessa tiedot esitetään esimerkiksi vähän aikaan tai pienellä fontilla.

⁴ KSL 2:2

Tietojen selkeää esittämistapaa koskeva vaatimus kytkeytyy myös luottotarjouksen esittämistapaan ja luottotietojen sijoitteluun mainoksessa. Luottotietojen esittämistavan kautta luotto saattaa muodostua hallitsevaksi ja/tai tarjous harhaanjohtavaksi.

Korkein oikeus on ratkaisussaan 2006:6 vahvistanut kuluttaja-asiamiehen jo pitkään edellyttämät perusvaatimukset markkinointitietojen selkeälle esittämiselle. KKO:n ratkaisun pääviestinä on, että markkinoinnin antaman kokonaisvaikutelman on oltava oikea. Ratkaisevaa on se, minkälainen mielikuva kuluttajalle syntyy markkinoinnin perusteella. Erityisesti tv-mainoksessa on kiinnitettävä huomiota tietojen selkeään esittämistapaan. Vakiintuneen kuluttajaoikeudellisen ratkaisun mukaan mainoksen kokonaisvaikutelman pitää antaa tarjouksen sisällöstä totuudenmukainen kuva mediasta riippumatta.

Pääviestinä ei saa olla luottotarjous

Kulutusluoton myöntämistä ei saa käyttää pääasiallisena markkinointikeinona markkinoitaessa muita kulutushyödykkeitä.⁵ Autojen tai muiden tuotteiden markkinoinnissa pääsanomana tulee olla tuotteiden esittely ja niiden hintatiedot. Kulutusluoton tarjoaminen rahoitusvaihtoehdoksi ei saa siis muodostua mainosta hallitsevaksi.

Luoton hallitsevuutta on käsiteltyesimerkiksi markkinatuomioistuimen³ päätöksessä 1988:6. Päätös koski automainoskampanjaa, jossa luotto esitettiin automainosten pääsanomana. Lehdissä julkaistiin alakkain rahoitusyhtiöiden ja auto-liikkeiden 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 keskellä 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

Autoluoton tarjouksissa luottotarjousta tai yksittäistä luottoehtoa, esimerkiksi luoton korkoa, ei saa esittää niin, että kuluttajan huomio kiinnittyy ensisijaisesti siihen autojen asemasta.

⁵ KSL 7:5

³ nyk. markkinaoikeus