

VELKANEUVONTA RY**LAUSUNTO**

31.5.2019

Lausunto koskien arviomuistiota kuluttajaluottojen markkinoinnista

Viite: VN/2281/2019, 10.4.2019

Oikeusministeriö on pyytänyt lausuntoa kuluttajaluottojen markkinointia koskevasta arviointimuistiotista. Velkaneuvonta ry kiittää tilaisuudesta tulla kuulluksi ja lausuu seuraavaa.

Yleistä.

Kulutusluottojen markkinointi on tänä päivänä massiivista, aggressiivista ja monikanavaista. Velkaneuvonta ry pitääkin kannatettavana, että markkinoinnin sääntelyä tarkastellaan uudelleen nyt kun korkokattosäätelyn uudistus on käsillä. Arviointimuistiossa on esitetty keinoja kuluttajaluottojen markkinoinnin tiukentamiseksi kuluttajaluottoja koskevien lieveilmiöiden (ylivelkaantuminen) karsimiseksi. Tällä hetkellä odotetaan kuinka tulossa oleva korkokattosäätelyn uudistus vaikuttaa kulutusluottokenttään ylipäättään. Sinänsä Velkaneuvonta ry on erittäin huolissaan kulutusluotoista kuluttajille ja yhteiskunnalle aiheutuvista seuraamuksista, ja pitää kannatettavana näiden seuraamusten minimoimiseen pyrkivien keinojen mahdollisimman kattavaa tarkastelua.

Vielä ei kuitenkaan ole tiedossa, kuinka jo pelkästään voimaan tulevat korkokattosäntelyä koskevat muutokset tulevat vaikuttamaan vakuudettomien lainojen myöntämiseen ja kuluttajien edelleen velkaantumiseen. Tällä hetkellä kulutusluottojen markkinointi on erittäin näkyvää ja jopa aggressiivista. Uusiakin markkinointikanavia hyödynnetään kattavasti. Markkinoinnin lisääntymisen voidaan olettaa liittyvän tulossa olevaan korkokattosäntelyuudistukseen. Velkaneuvonta ry katsookin, että tulossa olevasta korkokattosäntelystä pitäisi nyt tiedottaa kattavasti, koska tulevat säännökset eivät ole taannehtia eli tällä hetkellä voimassa olevan lainsäädännön aikana otettaviin kulutusluottoihin korkokattosäntelyä ei sovelleta.

Esitettyjen vaihtoehtojen arviointia.

Arviomuistiossa on esitetty mahdollisina vaihtoehtoina markkinoinnin sisällön rajoittamista, varoitusten antamista sekä markkinointikieltoa joko yleisenä tai tiettyihin markkinointikanaviin kohdistuvana. Velkaneuvonta ry katsoo, että esitetyistä keinoista tehokkaimpia voisivat olla markkinoinnin sisällön rajoittaminen sekä markkinointikielto koskien tiettyjä markkinointikanavia. Varoitusten

antaminen voisi olla hyvä lisä, mutta ei yksin riittävä keino. Markkinoinnin täyskielto koskien kulutusluottojen markkinointia olisi aukottomin vaihtoehto, mutta se ei liene sääntelyteknisesti mahdollinen, kuten arviomuistiossakin on todettu.

Markkinoinnin sisällön rajoittaminen on kannatettavaa etenkin siltä osin kuin se koskee rahan helpoudesta tai kaikkien taloudellisten ongelmien ratkaisijana mielikuvia luovaa mainontaa ilman että samalla vastuullisesti muistutetaan lainan takaisinmaksusta konkreettisin esimerkein. Myös arviomuistion toinen markkinoinnin rajoitusvaihtoehto, enimmäistietojen löytyminen KSL 7 luvun 8§:ään on mielenkiintoinen ajatus. Tarvitseeko luoton markkinoinnissa antaakaan enempää kuin kuluttajan päätöksenteon kannalta välttämättömät tiedot?

Markkinointikanavia koskevat rajoitukset voisivat myös toimia silloin kuin ne olisi hyvin harkittu. Markkinointia ei tulisi saada harjoittaa siltä osin kuin se suoraan kohdistuisi kaikkein taloudellisesti haavoittuvimpiin ja alttiimpiin kansalaisiin.

Varoitusten antaminen voisi toimia ennaltaehkäisevänä ainakin silloin kun kulutusluottojen markkinointi olisi muilla keinoin saatettu alhaisemmalle ja enemmän faktatietoa sisältävälle tasolle. Nykyisen kaltaisessa tilanteessa varoitukset hukkuisivat informaatiomassaan.

Lopuksi.

Velkaneuvonta ry toteaa, että syksyllä voimaan tuleva luottojen hintasääntely on tärkeä vaihe velkaantumiskehityksen suunnassa. Ja jos ei yhtäaikaaisesti, niin ainakin riittävän pian ao. sääntelyn tultua voimaan on tärkeää tarttua myös luottojen markkinointia koskevaan sääntelyn uudistamiseen.

Velkaneuvonta ry:n puolesta,

Marja Satta

hallituksen puheenjohtaja