

OIKEUSMINISTERIÖ

Arviomuistio kuluttajaluottojen markkinnoinnista

VN/2281/2019

Vastine

Markkinoinnin rajoittamiseksi kaavailluissa toimenpiteissä viitataan muutamaan otteeseen syyskuussa 2019 voimaan tulevaan alan hintasääntelyyn, mutta sen kokonaisvaikutuksia ei esityksessä kuitenkaan arvioida. Uuden hintasääntelyn kokonaisvaikutukset tulevat kuitenkin olemaan suuret, sillä alan tuottavuus tulee laskemaan merkittävästi ja näin ollen myöskin luotonantajien mahdollisuus riskinottoon pienenee. Tämä johtaa siihen, että räikein mainonta riskiryhmille tulee loppumaan tai ainakin vähenemään merkittävästi. Samoin muutoksia on todennäköisesti odotettavissa alan toimijakentässä.

Vastuulliset luotonantajat suunnittelevat vastuullisuuden kasvattamista ja keinoja ylivelkaantuneisuuden estämiseen jo ilman sääntelyäkin. Ottaen huomioon muistion kohdan 4.5, jossa viitataan perustuslain 12§:n sananvapauden suojaan ja 18§:n elinkeinovapauteen, on markkinoinnin täyskielto kohtuuton haitta liiketoiminnalle. Kulutusluotot eivät ole ainoa, tai edes suurin, syy maksuhäiriöihin, kuten osasta keskusteluita voisi päätellä. Koska kyseessä on nimenomaisesti liiketoiminta, ei yhdenkään toimijan intresseissä ole myöntää lainaa ihmisille jotka eivät kykene maksamaan ottamaansa lainaa takaisin.

Mahdollisissa markkinoinnin rajoituksissa pitää ottaa huomioon niiden kattavuus, eikä niitä voi asettaa koskemaan vain lainanantajia, vaan mahdollisten säädösten tulee koskea kaikkia toimijoita, eli lainanantajien lisäksi ainakin lainanvälittäjiä ja eri markkinointikanavia kuten affiliate-markkinointiverkostot.

Arviomuistion sivulla 2 puhutaan suoramarkkinoinnista, mutta osa esimerkeistä viittaa pikemminkin asiakkuuden hoitoon kuin varsinaiseen markkinointiin. Esimerkiksi mahdollisuudesta eräpäivänsiirtoon kertominen on osa asiakkuuden hoitoa ja tuoteominaisuuksista kertomista. Suoramarkkinoinnin osalta on siis tarpeen tehdä selkeä rajanveto markkinoinnin ja viestinnän välille. Huomioitavaa on myös, että suoramarkkinointia tehdään asiakkaille jotka ovat antaneet siihen luvan.

Muistion kohdassa 4.2.1 esitetty vaihtoehto markkinoinnin sisällön rajoittamiseksi on kuitenkin osin hyväksyttävä. Kielto voisi koskea rahan lainaamisen vakavuuden vähättelyä, markkinointia ihmisille joilla on maksuhäiriömerkintä ja luoton markkinointia niin, että se ratkaisisi kuluttajan taloudelliset ongelmat tai lisäisi sosiaalista menestystä. Luoton käyttötarkoitus sen sijaan on kuluttajan asia, eikä sitä tule rajoittaa kielloilla. Myöskään kulutusluoton ominaisuuksiksi katsottavien asioiden kertomista ei saisi rajoittaa. Tällaisia asioita ovat mm. luottopäätöksen saamisen nopeus, mahdollisuus nostaa luottorajaa tai muuttaa maksuaikataulua myöhemmin. Myöskään asiakasviestintään liittyvien asioiden, kuten käyttämättä oleva luoton määrä, viestimistä ei tule rajoittaa.

Samassa kohdassa esitetään vaihtoehdoksi myös yksinomaan tosiasioissa pitäytyminen. Syyskuusta alkaen kaikki kulutusluotot alkavat muistuttaa toisiaan ominaisuuksiltaan, joten tämä keino on kyseenalainen. Väärien tai harhaanjohtavien tietojen antamisen tulee luonnollisesti olla kiellettyä, mutta tässä kohdassa

riskiksi voivat muodostua tulkinnat siitä, saisiko esimerkiksi kuvia käyttää tai kuka päättää minkälaisia graafisia elementtejä markkinointikampanjoissa voisi olla.

Kohdan 4.2.2 varoitukset ovat todennäköisesti melko tehottomia. Normaali kuluttaja ymmärtää, että luotot on maksettava takaisin.

Kohdassa 4.3.1 käsitellään yleistä markkinointikieltoa, joka on kuitenkin kohtuuton ja elinkeinovapauden vastainen. Kalleimmat kuluttajaluotot poistuvat markkinoilta 31.8.2019, joten kiello ei ole mitenkään perusteltavissa. Syyskuusta 2019 lähtien maksimikorko on Suomessa 20%, ja vertailun vuoksi esimerkiksi Ruotsissa korkeakuluiseksi luotoksi katsotaan ne, joiden korko ylittää 30% (Höglkostnadskredit) ja korkokatto kaikille luotoille on 40%.

Velkaongelman rajoittamiseksi tulee etsiä muita keinoja, kuten esimerkiksi kuluttajien valistaminen oikeanlaiseen taloudenhallintaan osana koulutusjärjestelmää.

Markkinoinnille on yrityksen kannalta liiketaloudellinen peruste. Tällä hetkellä käytössä oleva luotonmyöntöprosessi itsessään ehkäisee välillisesti velkaongelmien syntymistä. Osaltamme estämme velkaongelmia jo luotonmyöntöprosessiin liittyvien maksukykyarvioiden kautta.

Mahdolliseen markkinoinnin rajoittamiseen tähtäävä selvitys ei ole tässä vaiheessa ajankohtainen johtuen kuluttajansuojalain kuluttajaluottoihin kohdistuvasta uudistuksesta. Jotta kuluttajaluottojen markkinoinnin suhdetta kuluttajien velkaongelmiin voidaan arvioida oikeasuhtaisesti, tulee ensin arvioida lakimuutoksen vaikutukset riittävällä aikavälillä lakimuutoksen voimaantulon jälkeen. Muussa tapauksessa samanaikaisesti kuluttajaluottojen markkinoinnin rajoittamiseen johtavien toimenpiteiden käyttöönotto voi aiheuttaa elinkeinovapauden tarpeettoman rajoittamisen

Turussa 27.5.2019

Aurajoki Nordic Oy

Mikko Nyström
Toimitusjohtaja