

# Precontractuele informatieverplichtingen voor financiële dienstverleners

*Mr. K.L. Tienstra en mr. A.F.N. van de Laar\**

## Inleiding

Voor financiële dienstverleners gelden uitgebreide eisen voor het verstrekken van precontractuele informatie aan cliënten. De Wet op het financieel toezicht (hierna: Wft) bevat de algemene norm dat de door een financiële dienstverlener aan cliënten verstrekte informatie correct, duidelijk en niet-misleitend moet zijn (art. 4:19 lid 2 Wft; zie ook art. 6:228, 6:193a e.v. en 6:194 e.v. Burgerlijk Wetboek (hierna: BW)). Verder moeten financiële dienstverleners bepaalde informatie verstrekken, voorafgaand aan onder meer het aanbieden van, het bemiddelen in of het adviseren over financiële producten. Ook worden specifieke eisen gesteld aan onverplichte precontractuele informatie, met name aan reclame-uitingen.

In deze bijdrage zullen wij achtereenvolgens de algemene vereisten aan precontractuele informatieverstrekking en de specifieke vereisten aan verplichte en onverplichte precontractuele informatieverstrekking bespreken. Verder zullen wij kort een aantal bepalingen toelichten die alleen gelden voor precontractuele informatie die wordt verstrekt door bepaalde financiële dienstverleners. Daarnaast geven we een overzicht van de verschillende standaardwaarschuwingen die in bepaalde gevallen in reclame-uitingen opgenomen moeten worden. Tot slot zullen wij kort ingaan op de effectiviteit van deze informatieverplichtingen. In deze bijdrage beperken wij ons tot precontractuele informatieverplichtingen die van toepassing zijn op financiële dienstverleners, tot wie onder meer aanbieders, bemiddelaars en adviseurs met betrekking tot spaarrekeningen, kredieten, verzekeringen en beleggingsobjecten behoren (art. 1:1 Wft).

## Achtergrond

De regels over informatieverstrekking door financiële dienstverleners zijn opgenomen in afdeling 4.2.3 van de Wft, die gaat over zorgvuldige dienstverlening. De Autoriteit Financiële Markten (hierna: AFM) houdt toezicht op naleving van de regels over het gedragstoezicht die in deel 4 van de Wft zijn opgenomen. Het gedragstoezicht is gericht op ordelijke en transparante marktprocessen, zuivere verhoudingen tussen

marktpartijen en zorgvuldige behandeling van cliënten (art. 1:25 Wft). Hierbij kan worden gedacht aan regels over de deskundigheid en betrouwbaarheid van bestuurders van financiële dienstverleners en de zorgvuldigheid die in acht genomen moet worden bij de dienstverlening aan consumenten.

De vereisten uit deel 4 van de Wft zijn uitgewerkt in het Besluit Gedragstoezicht financiële ondernemingen Wft (hierna: Bgfo) en verder geconcretiseerd in de Nadere regeling gedragstoezicht financiële ondernemingen Wft (hierna: Nrgfo).

De ratio achter de precontractuele informatieverplichtingen die van toepassing zijn op financiële dienstverleners is de bescherming van de consument.<sup>1</sup> Bij het aanbieden, bemiddelen en adviseren omtrent verzekeringen gaat het overigens niet enkel om consumenten, maar vallen ook andere cliënten onder de definitie (art. 1:1 Wft en bijvoorbeeld art. 4:20 lid 1 Wft). Voor de leesbaarheid van deze bijdrage zullen wij dit onderscheid buiten beschouwing laten en ons beperken tot dienstverlening aan consumenten.

De consument heeft – logischerwijs – een informatieachterstand ten opzichte van de financiële dienstverlener. De wetgever heeft ingegrepen om deze informatieachterstand te compenseren door financiële dienstverleners informatieverplichtingen op te leggen. Het idee is dat door goede informatieverstrekking de consument inzicht krijgt in het betreffende product en wordt gewaarschuwd voor bepaalde risico's. Het is de bedoeling dat consumenten daardoor in staat worden gesteld om tot een verantwoorde keuze te komen bij de aanschaf van een financieel product of het afnemen van een financiële dienst.<sup>2</sup>

\* Mr. K.L. Tienstra is werkzaam als advocaat bij Loyens & Loeff te Amsterdam. Mr. A.F.N. van de Laar is werkzaam als advocaat bij Loyens & Loeff te Amsterdam.

1. Kamerstukken II 2003/04, 29 507, nr. 3, p. 3-5.  
2. Kamerstukken II 2003/04, 29 507, nr. 3, p. 1-7.

## Algemene precontractuele informatieverplichtingen voor financiële dienstverleners

### *Geen afbreuk aan overige informatie*

Een financiële dienstverlener moet ervoor zorgen dat de door of namens hem verstrekte of beschikbaar gestelde informatie met betrekking tot een financieel product, een financiële dienst of een nevendienst (waaronder reclame-uitingen) geen afbreuk doet aan de overige informatie die op grond van deel 4 van de Wft (verplicht) verstrekt moet worden (art. 4:19 lid 1 Wft). Dit is een algemene regel die van toepassing is op zowel verplichte als onverplichte informatie die een financiële dienstverlener verstrekt of beschikbaar stelt.<sup>3</sup> Zo mag aanvullende of gepersonaliseerde informatie die naast een financiële bijsluiter (een vorm van verplichte precontractuele informatie) wordt verstrekt, niet leiden tot verwarring bij de consument (bijvoorbeeld doordat daarin een andere rekenmethode wordt gebruikt dan in de financiële bijsluiter).<sup>4</sup>

### *Correct, duidelijk en niet misleidend*

De door een financiële dienstverlener verplicht verstrekte informatie moet correct, duidelijk en niet misleidend zijn (art. 4:19 lid 2 Wft). Voor onverplichte informatie geldt een vergelijkbare norm uit het BW, inhoudende onder meer dat aan een consument geen informatie wordt verstrekt of juist wordt weggelaten waardoor deze kan worden misleid, een besluit neemt of kan nemen over een overeenkomst dat hij anders niet had genomen, of een overeenkomst met deze consument tot stand komt onder invloed van dwaling (art. 6:228, 6:193a e.v. en 6:194 e.v. BW).

Dat de verstrekte informatie correct moet zijn, spreekt voor zich. Om richting te geven aan de open normen 'niet misleidend' en 'duidelijk' heeft de AFM leidraden opgesteld, die beschikbaar zijn gesteld op haar website.<sup>5</sup> Zo blijkt uit de Leidraad misleiding dat onvoldoende transparantie, onvolledige of suggestieve informatie over een financieel product of een financiële dienst ertoe (kan) leiden dat informatie misleidend wordt geacht.<sup>6</sup>

Een financiële dienstverlener mag in beginsel uitgaan van de 'gemiddelde consument'. Volgens dit criterium wordt een consument geacht te handelen als een redelijk geïnformeerde, omzichtig en oplettende persoon.<sup>7</sup> Het is de vraag of dit uit-

gangspunt voldoende aansluit bij de werkelijkheid.<sup>8</sup> Daarbij merken wij twee dingen op. Allereerst dat naarmate een financieel product of een financiële dienst complexer en/of risicovoller is, van de consument minder kennis en inzicht verwacht mag worden.<sup>9</sup> Ten tweede moet een financiële dienstverlener die zich richt tot een specifieke groep consumenten, de begrijpelijkheid van de verstrekte informatie afstemmen op deze groep. De (hoeveelheid) informatie die in zo'n geval verstrekt dient te worden, hangt bijvoorbeeld af van de leeftijd, levensfase en werksituatie van de specifieke groep.<sup>10</sup>

### *Schriftelijkheidsvereiste*

De vereisten over zorgvuldige dienstverlening uit de Wft zijn met betrekking tot informatieverstrekking nader uitgewerkt in afdeling 8.1 van het Bgfo. Hierin is onder meer bepaald dat alle informatie die een financiële dienstverlener volgens deze afdeling en de artikelen 4:72 lid 1 en 4:73 lid 1 Wft moet verstrekken in beginsel schriftelijk en in de Nederlandse taal verstrekt moet worden (art. 49 Bgfo). Slechts onder bepaalde voorwaarden mag deze informatie via een andere duurzame drager of in een andere taal worden verstrekt (art. 49 lid 1 en 2 Bgfo).<sup>11</sup>

### *Herkenbaarheid commercieel oogmerk*

De financiële dienstverlener dient ervoor te zorgen dat het commerciële oogmerk van de informatie als zodanig herkenbaar is (art. 4:19 lid 3 Wft). Deze regel is met name van belang bij reclame-uitingen (waarover hierna meer). De consument moet redelijkerwijs kunnen begrijpen dat de informatie bedoeld is om het financiële product of de financiële dienst aan te prijzen en/of klanten te werven.

### **Verplichte precontractuele informatie**

Er gelden specifieke vereisten voor verplichte precontractuele informatie over verschillende financiële diensten, producten en soorten financiële dienstverleners. Deze eisen zijn uitgewerkt in de Wft en nadere regelgeving zoals het Bgfo en de Nrgfo.<sup>12</sup> Het valt buiten het bestek van deze bijdrage om deze in detail te bespreken.

Voor financiële dienstverleners geldt onder meer dat zij in beginsel voorafgaand aan het verlenen van hun diensten informatie aan een consument moeten verstrekken die redelijkerwijs relevant is voor een goede beoordeling van het product

3. Kamerstukken II 2005/06, 29 708, nr. 19, p. 508.

4. Stb. 2006, 520, p. 223.

5. Leidraad misleiding 21 mei 2007, Stichting Autoriteit Financiële Markten, p. 1-3 (<www.afm.nl/nl/professionals/afm-actueel/rapporten/2007/leidraad-misleiding.aspx>) en Leidraad open norm 'begrijpelijk/duidelijk', 7 december 2007, Stichting Autoriteit Financiële Markten, p. 1-3 (<www.afm.nl/nl/professionals/afm-actueel/rapporten/2007/leidraad-begrijpelijkheid.aspx>).

6. Leidraad misleiding 21 mei 2007, Stichting Autoriteit Financiële Markten, p. 1-3.

7. HvJ EG 16 juli 1998, zaak C-210/96, Jur. 1998, p. I-4657 (Gut Springenheide) en HR 5 juni 2009, LJN BH2822 (Sparbeleg Sprintplan), r.o. 4.3.7.

8. B.B. Duivenvoorde, De 'gemiddelde consument' als rationale actor, WPNR (2010) 6102, p. 533-534 en HvJ EG 16 september 1999, zaak C-220/98, Jur. 2000, p. I-117 (Lifting).

9. Kamerstukken II 2005/06, 29 708, nr. 19, p. 509.

10. Kamerstukken II 2005/06, 29 708, nr. 19, p. 509. Leidraad open norm 'begrijpelijk/duidelijk', 7 december 2007, Stichting Autoriteit Financiële Markten, p. 2-3.

11. Zie art. 1:1 Wft en de toelichting bij art. 49 Bgfo (Stb. 2006, 520, p. 192-193) voor de definitie van 'duurzame drager'.

12. Zie onder meer art. 4:20 lid 1, 4:21, 4:22, 4:30a, 4:72 en 4:73 Wft, par. 8.1.4 en 8.1.5 Bgfo, hoofdstuk 3 en 4 Nrgfo.

(art. 4:20 lid 1 Wft).<sup>13</sup> Slechts in uitzonderingsgevallen mag de informatie die nodig is voor een adequate beoordeling van de financiële dienst of het financiële product (gedeeltelijk) bij of ná het aangaan van de overeenkomst inzake de financiële dienst of het financiële product worden verstrekt (art. 4:20 lid 2 Wft).

Om een goede beoordeling van het financiële product of de financiële dienst mogelijk te maken zullen in ieder geval gegevens over het product, inclusief het daaraan verbonden rendement en risico, de dienstverlening, de overeenkomst zelf en informatie over de betrokken financiële dienstverleners verschaft moeten worden. Deze zijn van belang bij de keuze door de consument. De informatie die moet worden verstrekt om een adequate beoordeling mogelijk te maken, is verder afhankelijk van de complexiteit van het financiële product en/of de financiële dienst.<sup>14</sup>

### *Financiële dienstverleners*

Een financiële dienstverlener moet voorafgaand aan de totstandkoming van de overeenkomst met betrekking tot een financieel product ten minste de volgende informatie verstrekken: zijn (statutaire) naam, adres, de aard van zijn financiële dienstverlening, de inschrijving in het door de toezichthouder gehouden register, de interne klachtenprocedure en de erkende geschilleninstantie waarbij hij is aangesloten (bijvoorbeeld het financiële klachteninstituut Kifid) (art. 4:20 lid 1 Wft jo. art. 57 Bgfo). Wij zullen een aantal verplichte precontractuele informatieverplichtingen die rusten op financiële dienstverleners behandelen aan de hand van het voorbeeld dat een hypothecair krediet wordt aangeboden aan een consument.

Als een hypothecair krediet niet rechtstreeks wordt aangeboden, maar door tussenkomst van een bemiddelaar, dan moet deze bemiddelaar voorafgaand aan het sluiten van de overeenkomst aan de consument informatie verstrekken over de hoogte van de provisies die hij in verband met het hypothecaire krediet zal ontvangen (art. 4:20 lid 1 Wft jo. art. 58 lid 1 Bgfo; zie voor provisieregels art. 4:73 lid 3 Wft jo. art. 149a, 150 en 151 Bgfo). Ook moet een bemiddelaar de consument voorafgaand aan de totstandkoming van een overeenkomst tot het verstrekken van het krediet informeren over onderwerpen die de onafhankelijkheid van zijn werkzaamheden kunnen beïnvloeden, zoals of hij adviseert op grond van een objectieve analyse en of hij wel of geen contractuele verplichting heeft om uitsluitend voor één of meer aanbieders te bemiddelen (art. 4:73 Wft). Daarnaast moet de bemiddelaar voorafgaand aan de totstandkoming van de overeenkomst een zogenoemd 'dienstverleningsdocument' aan de consument verstrekken. Hierin moet informatie worden opgenomen over de aard en de reikwijdte van zijn dienstverlening en de verschillende wijzen van beloning, onderscheiden naar soort financieel product, alsmede

een specificatie van de hoogte van de beloning (art. 4:73 lid 3 Wft jo. art. 149b Bgfo). Vergelijkbare regels gelden voor adviseurs (die niet tevens aanbieder zijn) die zonder tussenkomst van een bemiddelaar adviseren over een hypothecair krediet.<sup>15</sup>

Als degene die een hypothecair krediet aanbiedt daarbij geen gebruik maakt van een bemiddelaar, dan moet hij de consument naast informatie over de aard en reikwijdte van zijn dienstverlening, ook informatie verstrekken over het feit dat hij kosten maakt voor de distributie, met inbegrip van het eventueel adviseren over het hypothecaire krediet, en dat de kosten daarvan onderdeel uitmaken van de prijs van het product of verwerkt kunnen zijn in het rentepercentage (art. 4:20 lid 1 Wft jo. art. 58 lid 3 Bgfo). Op een financiële dienstverlener die een hypothecair krediet aanbiedt, rust de verplichting om informatie over de totale prijs van het hypothecaire krediet, met inbegrip van alle bijbehorende kosten, aan de consument te verstrekken (art. 4:20 lid 1 Wft jo. art. 59a lid 1 Bgfo).

### *Aanbieders van complexe producten*

Voor een financiële dienstverlener die complexe producten aanbiedt, gelden bijzondere precontractuele informatieverplichtingen. Zo moet hij een zogenoemde 'financiële bijsluiter' beschikbaar houden op zijn website, ongeacht of het complexe product rechtstreeks aan de consument wordt verkocht of bijvoorbeeld via een bemiddelaar (art. 4:22 Wft jo. art. 65 lid 1 en 65a lid 1 en 3 Bgfo). De financiële bijsluiter moet ook (naast de verplichte publicatie op de website) op verzoek van een consument onverwijld kosteloos worden verstrekt (art. 4:22 Wft jo. art. 65a lid 2 en 3 Bgfo).

De financiële bijsluiter is een document waarin specifieke informatie is opgenomen over onder andere rendementen, risico's en kosten van het product. In nadere regelgeving bij de Wft is gedetailleerd beschreven welke informatie, in welke volgorde en bewoordingen, in een financiële bijsluiter opgenomen moet worden. In de financiële bijsluiter moeten bijvoorbeeld het doel van de financiële bijsluiter en het doel van het complexe product worden opgenomen. Ook moeten bijvoorbeeld de verplichtingen van de consument en de financiële risico's die de consument loopt bij aanschaf van het product in de financiële bijsluiter worden opgenomen.<sup>16</sup>

Het doel van een financiële bijsluiter is om, door op een gestandaardiseerde manier uitsluitend relevante informatie te verstrekken, ervoor te zorgen dat consumenten deze producten goed kunnen vergelijken met andere complexe producten.<sup>17</sup> Het is niet toegestaan om andere dan informatie over de voorgeschreven onderwerpen in een financiële bijsluiter op te nemen. Er mag daarnaast wel andere informatie worden ver-

13. Zie art. 1:1 Wft voor de begrippen 'financiële dienstverlener', 'vendendienst' en 'financieel product'. Kamerstukken II 2005/06, 29 708, nr. 19, p. 509-510.

14. Kamerstukken II 2005/06, 29 708, nr. 19, p. 509-510.

15. Art. 4:72 Wft jo. art. 149a, 149b, 150 en 151 Bgfo. Art. 4:72 en 4:73 Wft worden waarschijnlijk, met inwerkingtreding van de Wijzigingswet financiële markten 2013, opgenomen in een nieuw art. 4:25a Wft.

16. Art. 4:22 Wft jo. art. 66 Bgfo jo. hoofdstuk 3 en bijlagen 2-5 Nrgfo.

17. Stb. 2007, 407, p. 225.

strekt, maar die moet duidelijk gescheiden zijn van de financiële bijsluiter.<sup>18</sup>

Het begrip 'complex product' is overigens gedefinieerd in artikel 1 van het Bgfo. Hierdoor is de reikwijdte van deze informatieverplichtingen beperkt tot de producten die onder deze definitie vallen. Of een product in de zin van het algemeen spraakgebruik complex is, doet dus niet ter zake. Vaak worden in een complex product meerdere financiële producten gecombineerd, bijvoorbeeld een hypothecair krediet in combinatie met een levensverzekering. In dit verband is het van belang dat de financiële bijsluiter ook de consequenties van de wisselwerking tussen de verschillende componenten van het complexe product bevat.<sup>19</sup>

### Onverplichte precontractuele informatie

Naast de algemene regels die hiervoor zijn besproken, gelden ook specifieke vereisten voor het verstrekken van onverplichte informatie. Wij zullen deze vereisten kort bespreken, om vervolgens een overzicht te geven van de verschillende standaardwaarschuwingen die in bepaalde reclame-uitingen opgenomen moeten worden.

Een reclame-uiting is een vorm van onverplichte precontractuele informatie. Daarnaast kan bijvoorbeeld een offerte onder omstandigheden worden aangemerkt als onverplichte precontractuele informatie.<sup>20</sup> Het begrip 'reclame-uiting' is in artikel 1:1 Wft als volgt gedefinieerd: 'iedere vorm van informatieverstrekking die dient ter aanprijzing van of een wervend karakter kent ter zake van een bepaalde financiële dienst of een bepaald financieel product'.

Hierna zullen wij enkele gevallen bespreken waarin financiële dienstverleners een standaardwaarschuwing in een reclame-uiting moeten opnemen. Deze standaardwaarschuwingen hebben veelal de vorm van een waarschuwingzin en een afbeelding.

### Standaardwaarschuwingen

#### Risico-indicator

Bij de verplichte precontractuele informatie (zie hiervoor) is al aan de orde gekomen dat de aanbieder van een complex product een financiële bijsluiter beschikbaar moet stellen (art. 65 lid 1 en 66 Bgfo). Daarnaast moet een aanbieder, als hij reclame maakt voor een complex product, een zogenoemde 'risico-indicator' in die reclame-uiting opnemen.<sup>21</sup> Beoogd is met de risico-indicator de consument door middel van een eenduidige indicator snel inzicht te verschaffen in het risiconiveau dat bij het product hoort.<sup>22</sup> Het risiconiveau wordt aangegeven door

middel van een mannetje dat een last op zijn rug draagt. Naarmate het risico hoger is, wordt deze last zwaarder en buigt het mannetje verder voorover om de last te kunnen dragen.<sup>23</sup> Zie figuur 1 voor een voorbeeld van de risico-indicator voor geschreven media en internet.

Figuur 1 De risico-indicator



Een risico-indicator is een standaardafbeelding die in verschillende formaten te downloaden is via de website van de AFM.<sup>24</sup> Afhankelijk van het medium dat voor de reclame-uiting wordt gebruikt (geschreven media, internet, radio en televisie), zijn er verschillende soorten risico-indicatoren, inclusief instructies waar deze in de reclame-uiting opgenomen moeten worden. Bij reclame-uitingen via de radio moet bijvoorbeeld een standaardgeluidsboodschap worden afgespeeld. Bij reclame-uitingen via geschreven media, internet en televisie moet een afbeelding in een bepaald format worden opgenomen. In deze afbeelding is de volgende waarschuwingzin opgenomen: 'Loop geen onnodig risico. Lees de financiële bijsluiter.'

Tot slot is nog van belang dat de risico-indicator niet hoeft te worden geplaatst wanneer, ten aanzien van het complexe product, enkel financiële diensten worden verleend aan cliënten die handelen in de uitoefening van een bedrijf of beroep (art. 52 lid 9 Bgfo; dit geldt overigens niet voor rechten van deelneming in een beleggingsinstelling die kwalificeren als complex product).

#### Let op! Geld lenen kost geld

Voor reclame-uitingen met betrekking tot krediet gelden verschillende vereisten (zie art. 53 Bgfo). Van belang daarbij is dat onder de definitie van het begrip 'krediet' geldkredieten en

18. Art. 66 lid 3 Bgfo en Stb. 2007, 407, p. 227.

19. Bijlage bij Kamerstuk 29 708, nr. 44, Nota van toelichting bij het Bgfo, p. 45.

20. Stb. 2006, 520, p. 195-196.

21. Art. 52 Bgfo en hoofdstuk 3 en bijlage 1 Nrgfo.

22. Stb. 2006, 520, p. 197.

23. Zie website AFM: <[www.afm.nl/nl/professionals/regelgeving/thema/informatieverstrekking/fb-waarschuwingzin.aspx](http://www.afm.nl/nl/professionals/regelgeving/thema/informatieverstrekking/fb-waarschuwingzin.aspx)>.

24. Zie website AFM: <[www.afm.nl/nl/professionals/regelgeving/thema/informatieverstrekking/fb-waarschuwingzin.aspx](http://www.afm.nl/nl/professionals/regelgeving/thema/informatieverstrekking/fb-waarschuwingzin.aspx)>.

goederenkredieten vallen die verstrekt zijn aan consumenten (art. 1:1 Wft).

Bij een reclame-uiting over een krediet mag geen melding worden gedaan die gericht is op het gemak of de snelheid waarmee het krediet verstrekt kan worden. Met deze bepaling zou moeten worden voorkomen dat reclames aanzetten tot het 'in een opwelling aanschaffen van krediet' door reclame waarin vermeld wordt dat het krediet makkelijk verkrijgbaar is.<sup>25</sup> Verder mag de reclame-uiting geen mededeling bevatten dat, ondanks een negatieve uitkomst van de verplichte raadpleging van het Bureau Krediet Registratie, toch een krediet kan worden verkregen (art. 53 lid 8 Bgfo).

Daarnaast moet een financiële dienstverlener in een reclame-uiting met betrekking tot krediet een standaardwaarschuwing en de daarbij behorende afbeelding opnemen, ook wel de 'kredietwaarschuwing' genoemd.<sup>26</sup> Deze afbeelding stelt een persoon voor met een rood blok aan zijn been geketend. Bij deze afbeelding hoort de inmiddels bekende standaardwaarschuwingzin: 'Let op! Geld lenen kost geld' (zie figuur 2). Deze waarschuwing moet in het juiste format worden geplaatst in onder meer reclame-uitingen via televisie, geschreven media en internet. Bij reclame-uitingen via de radio dient een standaardgeluidsboodschap te worden afgespeeld.

*Figuur 2 De kredietwaarschuwing: 'Let op! Geld lenen kost geld'*



*Het 'wildwest-bordje'*

Degene die beleggingsobjecten aanbiedt (als beleggingsobject kwalificeert bijvoorbeeld een belegging in een teakhoutproject), mag dit niet doen zonder dat hij daarvoor een vergunning van de AFM heeft (art. 2:55 Wft). In de gevallen zoals omschreven in artikel 2 van de Vrijstellingsregeling Wft kan degene die beleggingsobjecten aanbiedt, gebruik maken van een vrijstelling van deze vergunningplicht, bijvoorbeeld wanneer aan minder dan honderd consumenten wordt aangeboden (art. 2:59 Wft jo. art. 2 Vrijstellingsregeling Wft). Bij het gebruik maken van een aantal van deze vrijstellingen moet er in reclame-uitingen en andere documenten waarin beleggingsobjecten worden aangeboden, verplicht een waarschuwing worden opgenomen (art. 2 lid 2 Vrijstellingsregeling Wft). De aanbieder van beleggingsobjecten moet vermelden dat hij niet vergunningplichtig is en dat hij niet onder toezicht staat van de AFM. Het opnemen van deze waarschuwing is een voorwaarde voor de toepasselijkheid van de betreffende vrijstellingen. Als hij deze waarschuwing niet opneemt, is de vrijstelling

duis niet van toepassing (art. 2 lid 1 sub a jo. art. 2 lid 2 Vrijstellingsregeling Wft).

Om gebruik te kunnen maken van een vrijstelling voor de vergunningplicht voor het aanbieden van beleggingsobjecten gaat waarschijnlijk per 1 januari 2012 een verdergaande regeling gelden. Net zoals omschreven in de vorige alinea moet worden vermeld dat de aanbieder van beleggingsobjecten niet vergunningplichtig is en dat hij niet onder toezicht van de AFM staat. Deze vermelding zal echter moeten geschieden op een door de AFM voorgeschreven wijze.<sup>27</sup> De AFM heeft hiervoor een standaardwaarschuwing ontworpen, die ook wel het 'wildwest-bordje' genoemd wordt. Het 'wildwest-bordje' is een afbeelding van een mannetje met een vraagteken bij zijn hoofd (zie figuur 3). Bij deze afbeelding is de volgende tekst opgenomen: 'Let op! U belegt buiten AFM toezicht. Geen vergunningplicht voor deze activiteit.'<sup>28</sup> Verwacht wordt dat vanaf 1 januari 2012 geldt dat iedere aanbieder van beleggingsobjecten die gebruik maakt van een van de vrijstellingen uit de Vrijstellingsregeling Wft het zogenoemde 'wildwest-bordje' in reclame-uitingen en andere aanbiedingen moet plaatsen.

*Figuur 3 Het 'wildwest-bordje'*



## Effectiviteit precontractuele informatieverplichtingen

Zoals hiervoor beschreven, is het doel van de in deze bijdrage beschreven precontractuele informatieverplichtingen dat consumenten goed geïnformeerd kunnen beslissen of zij een overeenkomst tot het afnemen van een bepaald financieel product of een bepaalde financiële dienst willen aangaan.<sup>29</sup> Maar leiden al die (verschillende) informatieverplichtingen er daadwerkelijk toe dat consumenten een afgewogen keuze maken bij de aanschaf van een financieel product of een financiële dienst? Met andere woorden, wordt het doel van deze precontractuele informatieverplichtingen eigenlijk wel bereikt?

't Hart en Du Perron hebben in 2006 een preadvies gepubliceerd over de vraag of informatieverstreking een effectief middel is om consumenten afgewogen financiële beslissingen te laten nemen.<sup>30</sup> Hierin bespreken zij het uitgangspunt van de wetgever dat consumenten in beginsel op basis van adequate informatievoorziening een verantwoorde beslissing kunnen

25. Stb. 2007, 520, p. 22.

26. Art. 53 lid 7 Bgfo jo. art. 2:1 Nrgfo en <www.afm.nl/kredietwaarschuwing>.

27. Zie het nog in te voeren art. 2:59 lid 3 Wft (Wijzigingswet financiële markten 2010, 32 036), dat in werking zal treden per 1 januari 2012, zie Stb. 2011, 306.

28. Te downloaden via de website van de AFM: <www.afm.nl/nl/professionals/regelgeving/thema/informatieverstreking/vrijstellingsvermelding.aspx>.

29. Kamerstukken II 2003/04, 29 507, nr. 3, p. 1-7.

30. F.M.A. 't Hart & C.E. du Perron, De geïnformeerde consument. Is informatieverstreking een effectief middel om consumenten afgewogen financiële beslissingen te laten nemen?, Preadvies voor de Vereniging voor Effectenrecht 2006, Deventer: Kluwer 2006, p. 103-118.

nemen over het afnemen van een financieel product en dat van consumenten die dat niet kunnen, wordt verwacht dat zij professionele hulp zoeken in de vorm van bijvoorbeeld een financieel adviseur.<sup>31</sup> Wat betreft verplichte precontractuele informatie kan zowel de complexiteit als de hoeveelheid informatie een belemmering voor consumenten zijn om deze informatie op een verantwoorde wijze mee te nemen in hun beslissingen over financiële producten en diensten.<sup>32</sup> Ook wat betreft de hiervoor behandelde standaardwaarschuwingen in reclame-uitingen kunnen vraagtekens worden gezet bij de effectiviteit om tot de gemiddelde consument door te dringen dat er sprake is van een reëel risico. En als dit lukt, is daarmee nog niet duidelijk of dat besef daadwerkelijk invloed heeft op het beslissingsproces van een consument, of dat dergelijke waarschuwingen gewoon terzijde geschoven worden.<sup>33</sup>

In dit verband is ook een recente publicatie van Prast interessant. Zij komt naar aanleiding van haar onderzoek tot de conclusie dat er te hoge verwachtingen zijn van de effecten van financiële educatie en het verstrekken van informatie. Uit haar onderzoek blijkt dat deze wijze van consumentenbescherming niet effectief is, omdat mensen systematisch en voorspelbaar andere keuzes maken dan de keuzes die leiden tot het doel dat hun voor ogen staat.<sup>34</sup>

Met het oog op bovenstaande lijkt ons van belang dat de effectiviteit van de huidige precontractuele informatieverplichtingen en mogelijke alternatieven kritisch onderzocht wordt, zodat consumenten daadwerkelijk in staat worden gesteld om verstandige financiële beslissingen te nemen en in sommige gevallen beter beschermd worden tegen onverantwoorde financiële beslissingen.

Het valt buiten het bestek van deze bijdrage om uitgebreid in te gaan op alternatieven voor precontractuele informatieverplichtingen die consumentenbelangen mogelijk beter beschermen, maar wij zullen een aantal kort noemen. De meest vergaande is om bepaalde financiële producten te verbieden omdat deze te complex of risicovol zijn of omdat consumenten er slechts in zeer uitzonderlijke gevallen beter van worden als zij het product afnemen.<sup>35</sup> Daarnaast zou een adviesplicht kunnen worden ingevoerd voor het afnemen van bepaalde financiële producten die een grote impact hebben op de financiële situatie van een consument, zoals een hypothecair krediet of een pensioenplan.<sup>36</sup> Ook zouden er bepaalde 'veilige' standaardproducten kunnen worden ontworpen voor producten die in een primaire financiële behoefte van consumenten voorzien.

31. 't Hart & Du Perron 2006, p. 21-22.

32. 't Hart & Du Perron 2006, p. 37-40, 115-118 en 119-134; P. Horsten, *De gemakzuchtige of niet-begrijpende consument*, Tijdschrift voor Financieel Recht 2007, p. 190-192.

33. 't Hart & Du Perron 2006, p. 51 en 112-115.

34. R.H. Maatman (red.), *Pensioen en onderneming*, Deventer: Kluwer 2011, p. 133-149.

35. 't Hart & Du Perron 2006, p. 60 en 65-66; Horsten 2007, p. 192.

36. 't Hart & Du Perron 2006, p. 37-40 en 122-127; Horsten 2007, p. 193.

In de Wijzigingswet financiële markten 2013 staat het voorstel om een zogenoemd 'financieel rijbewijs' in te voeren.<sup>37</sup> Het idee is dat een financiële dienstverlener een consument die bepaalde financiële producten zonder advies wil afsluiten, eerst een kennis- en ervaringstoets moet laten afleggen. Op die manier krijgt een consument inzicht in zijn kennis van bepaalde financiële producten en wordt hem als het ware een spiegel voorgehouden.<sup>38</sup>

Ten aanzien van bovenstaande alternatieven is het natuurlijk eveneens de vraag of deze het gewenste effect zullen hebben op de besluitvorming van de consument. Wij zijn van mening dat het aanbieden van een of twee veilige en simpele 'standaardproducten' voor bijvoorbeeld hypotheek en pensioen een goed alternatief zou kunnen zijn om een consument te helpen een verantwoorde keuze te maken. Een dergelijk 'veilig' standaardproduct zou aan bepaalde voorwaarden moeten voldoen, bijvoorbeeld het vereiste dat minimaal 50% van de schuld tegen het einde van de looptijd van een hypothecair krediet is afgelost (zo is er een kleinere kans op een (hoge) restschuld). Een consument die niet over voldoende kennis en ervaring beschikt of misschien simpelweg geen zin heeft om zich in alle mogelijk hypotheek- of pensioenvormen te verdiepen, zou dan voor zo'n standaardproduct kunnen kiezen waarvan door de toezichthouder (of een nieuw op te richten instantie) is vastgesteld dat het solide is. Wat ons betreft is het overigens niet nodig om voor alle mogelijke financiële producten en diensten een dergelijk veilig alternatief vast te stellen, maar alleen voor die financiële producten die in een financiële basisbehoefte van een groot deel van de bevolking voorzien, zoals een pensioen of een hypotheek.

### Tot slot

In deze bijdrage hebben wij getracht aan de hand van verschillende voorbeelden een globaal, maar niet uitputtend overzicht te geven van het brede scala aan informatieverplichtingen dat op financiële dienstverleners rust. Van belang is dat een onderscheid moet worden gemaakt per categorie financiële dienst (bijvoorbeeld aanbieden, adviseren of bemiddelen) en per financieel product. Voor een aanbieder van krediet gelden bijvoorbeeld (deels) andere verplichtingen dan voor een bemiddelaar in verzekeringen.

Naast een uiteenzetting van de vereisten aan verplichte precontractuele informatie, hebben wij in het bijzonder aandacht besteed aan de verschillende standaardwaarschuwingen die in sommige reclame-uitingen opgenomen moeten worden. Ook hebben wij kanttekeningen gezet bij de gedachte dat deze precontractuele informatieverplichtingen ertoe leiden dat consumenten een verantwoorde keuze maken bij de aanschaf van financiële producten en diensten en enkele suggesties gedaan voor mogelijke alternatieven. Voor bijvoorbeeld hypothecaire kredieten en pensioenen denken wij dat het aanbieden van

37. Zie concept-Wijzigingswet financiële markten 2013, te raadplegen via <<http://internetconsultatie.nl/wijzigingswetfm2013>>.

38. Concept-Wijzigingswet financiële markten 2013, p. 7-8.

bepaalde als veilig bestempelde standaardproducten het consumenten gemakkelijker zou maken om te kiezen voor een verantwoord financieel product. Onze belangrijkste boodschap is echter dat het, vooral bij wet- en regelgeving die consumentenbescherming tot doel heeft, van belang is om kritisch te blijven kijken of het beoogde doel wordt bereikt. Wordt dit doel niet bereikt, dan moet er misschien niet weer een nieuw waarschuwingsbordje of risico-indicator worden bedacht, maar zou er gezocht kunnen worden naar een effectiever alternatief.