

Terug ([url: /nl-nl/professionals/nieuws/2014/juli](http://nl-nl/professionals/nieuws/2014/juli))

# AFM legt boete op aan DELA voor misleidende informatie over Coöperatiespaarplan

15 juli 2014    Maatregel

De Autoriteit Financiële Markten (AFM) heeft op 16 april 2014 een bestuurlijke boete van €500.000 opgelegd aan DELA Natura- en levensverzekeringen N.V. (DELA). De boete is opgelegd, omdat DELA in de periode van 14 maart 2013 tot en met 3 juni 2013 informatie heeft verstrekt over het Coöperatiespaarplan, waaruit consumenten niet konden afleiden dat het spaarplan een verzekering is.

Dit gebeurde via de DELA-website, via een website van derden, via Google-advertenties en via een spandoek op het Muntplein in Amsterdam. Deze misleidende informatieverstrekking is een overtreding van de Wet op het financieel toezicht (artikel 4:19, tweede lid).

Financiële instellingen moeten in hun uitingen over financiële producten consumenten correct, duidelijk en niet-misleitend informeren. DELA heeft deze norm in haar communicatie over het Coöperatiespaarplan geschonden.

Hierdoor kunnen consumenten op het verkeerde been zijn gezet over het type product en over de risico's die ze liepen. Doordat uit de informatie onvoldoende bleek dat het om een verzekering ging, kon de indruk bij consumenten zijn ontstaan dat hun inleg viel onder het depositogarantiestelsel. Dit stelsel schrijft voor dat consumenten hun spaargeld tot €100.000 terugkrijgen als een bank failliet gaat. Verzekeringen vallen hier echter niet onder. DELA verstrekke wel informatie over het toepasselijke beschermingsregime bij verzekeringen, de zogenoemde opvangregeling, maar gebruikte daarbij bewoordingen die meer zekerheid suggereren dan de opvangregeling daadwerkelijk biedt.

Voor deze overtreding geldt een basisbedrag van €500.000. Het basisbedrag kan worden verhoogd of verlaagd als de ernst of duur van de overtreding, of de mate van verwijtbaarheid daartoe aanleiding geven. In dit geval ziet de AFM geen aanleiding om het basisbedrag te verhogen of te verlagen op grond van de ernst van de overtreding of van de verwijtbaarheid. Bij het vaststellen van de hoogte van de boete houdt de AFM ook rekening met de omvang en de draagkracht van de overtreder. De omvang en draagkracht van DELA zijn voor de AFM geen reden om de boete te verlagen.

Het in het besluit vervatte oordeel van de AFM kan door belanghebbende(n) ter toetsing aan de rechter worden voorgelegd. Het volledige besluit kunt u hiernaast in PDF-formaat downloaden. Bij vragen of klachten kunt u contact opnemen met het Meldpunt Financiële Markten van de AFM: 0800- 5400 540 (gratis).

Gerelateerde doelgroepen

[Banken & verzekeraars](http://nl-nl/professionals/doelgroepen/banken-verzekeraars) ([url: /nl-nl/professionals/doelgroepen/banken-verzekeraars](http://nl-nl/professionals/doelgroepen/banken-verzekeraars))

De AFM bevordert eerlijke en transparante financiële markten. Wij zijn de onafhankelijke gedragstoezichthouder op de markten van sparen, lenen, beleggen en verzekeren. Wij bevorderen eerlijke en zorgvuldige financiële dienstverlening aan consumenten, particuliere beleggers en (semi-)professionele partijen. We zien toe op een eerlijke en efficiënte werking van kapitaalmarkten. Ons streven is het vertrouwen van consumenten en ondernemingen in de financiële markten te versterken, ook internationaal. Op deze manier draagt de AFM bij aan de stabiliteit van het financiële stelsel, het functioneren van de economie, de reputatie en de welvaart van Nederland.

## Veelgestelde vragen

### Kunnen serviceorganisaties een ontheffing krijgen voor het provisieverbod?

Ja. Een serviceorganisatie (ook wel 'servicer' genoemd) met een bemiddelingsvergunning van de AFM kan, als zij aan strikte voorwaarden voldoet, een ontheffing van het provisieverbod krijgen.

De overige wettelijke bepalingen blijven van toepassing. De voorwaarden die in het algemeen gelden voor het verlenen van een ontheffing vindt u in het document [Interpretatie ontheffingsmogelijkheid service-organisaties](http://~/profmedia/files/wet-regelgeving/beloningsbeleid/provisieverbod-ontheffing-service-organisaties) (url: /~/profmedia/files/wet-regelgeving/beloningsbeleid/provisieverbod-ontheffing-serviceorganisaties.ashx) .

### Welke kosten mogen in rekening worden gebracht voor het hersteladvies?

De AFM is van mening dat de adviseur die destijds het advies over de beleggingsverzekering heeft gegeven, de klant nu zou moeten adviseren zonder opnieuw advieskosten in rekening te brengen. De 'oude' adviseur heeft voor dit advies immers doorgaans een vergoeding ontvangen of ontvangt deze nog steeds. Ook een adviseur die de portefeuille van een andere adviseur heeft overgenomen zou naar mening van de AFM het advies in beginsel kosteloos moeten verstrekken. Hierbij gaat het specifiek om het hersteladvies ten behoeve van de afgesloten beleggingsverzekering.

Was de beleggingsverzekering bedoeld voor de aflossing van een hypotheekschuld en wil de klant nu ook een advies over pensioenaanvulling, dan is dit laatste uiteraard geen onderdeel van het hersteladvies, maar een nieuw advies waarvoor wel kosten in rekening kunnen worden gebracht. Dit geldt ook wanneer de consument er zelf voor kiest om naar een nieuwe adviseur te gaan. Ook in deze situatie roept de AFM echter op tot coulantie bij het in rekening brengen van kosten.

De AFM zal in haar toezicht bijzondere aandacht hebben voor alle partijen, zowel adviseurs als aanbiedersverzekeraars, die een rol spelen in het beleggingsverzekeringendossier en de wijze waarop zij hier invulling aan geven.

Wilt u meer weten over adviseren? Klik dan hieronder op de link voor de leidraden van de AFM.

## Voor wie geldt het provisieverbod?

Het provisieverbod geldt voor advies- en bemiddelingswerkzaamheden van impactvolle of complexe producten door adviseurs, bemiddelaars en aanbieders. Zij brengen de kosten hiervoor rechtstreeks in rekening bij de klant.

## Klanten reageren niet wanneer ik hen benader voor het hersteladvies. Wat kan ik doen?

Het is belangrijk dat klanten die niet direct antwoorden herhaaldelijk worden opgeroepen een hersteladvies in te plannen. Daarbij moet worden aangegeven wat de risico's zijn van het niet aangaan van het hersteladvies, wat de mogelijke waarde is van het hersteladvies voor de klant en dat het hersteladvies kosteloos is.

Dit laatste kunt u expliciet vermelden om te voorkomen dat klanten niet ingaan op de uitnodiging voor het hersteladvies, omdat ze denken dat er kosten aan verbonden zijn. Het is erg belangrijk deze informatie vooraf door te geven.

De AFM schrijft niet voor hoe de adviseur zijn klanten moet activeren. Wel heeft de AFM voor de hypotheekgebonden polissen een aantal best practices gezien die tot hoge percentages bereikte klanten leiden. De volgende best practices kunt u toepassen bij klanten die niet reageren.

De klant heeft een brief ontvangen, die zo persoonlijk mogelijk is en die de klant oproept om actie te ondernemen en uitnodigt voor een adviesgesprek. De brief vermeldt duidelijk welk handelingsperspectief de klant heeft.

De klant is binnen een termijn van enkele dagen of weken na verzending van de brief intensief telefonisch benaderd op verschillende tijdstippen.

Als de klant niet bereikbaar is, ontvangt de klant een slotbrief. In deze slotbrief worden de verrichte inspanningen weergegeven, wordt de urgentie nogmaals benadrukt en wordt de klant de mogelijkheid geboden om in een later stadium zelf contact met de betreffende verzekeraar en/of adviseur op te nemen om alsnog te kunnen worden geholpen.

Als de klant desondanks het hersteladvies afwijst, dan is het raadzaam om deze afwijzing goed in uw klantdossier vast te leggen. Dit kan bijvoorbeeld door gespreksverslagen of e-mails.

[Naar alle veelgestelde vragen](#) (url: /nl-nl/professionals/veelgestelde-vragen)

---

De AFM bevordert zorgvuldige financiële dienstverlening aan consumenten en ziet toe op een eerlijke en efficiënte werking van kapitaalmarkten.

Lees hier meer over het toezicht van de AFM.



## Aangetekend

## Openbare versie

DELA Natura- en levensverzekeringen N.V.  
De directie  
Postbus 522  
5600 AM EINDHOVEN

Datum	16 april 2014
Ons kenmerk	JZ- [REDACTED]
Pagina	1 van 20
Kopie aan	mr. F. 't Hart, Hart advocaten
Telefoon	[REDACTED]
E-mail	[REDACTED]@afm.nl
Betreft	Oplegging bestuurlijke boete aan DELA Natura- en levensverzekeringen N.V.

Geachte directie,

De Autoriteit Financiële Markten (AFM) heeft besloten aan DELA Natura- en levensverzekeringen N.V. (DELA) een bestuurlijke boete van € 500.000 op te leggen omdat DELA in de periode van 14 maart 2013 tot en met 3 juni 2013 in reclame-uitingen informatie beschikbaar heeft gesteld of verstrekt over het DELA-product 'Coöperatiespaarplan', waaruit consumenten<sup>1</sup> niet konden afleiden dat het spaarplan een verzekering is. Bij verzekeringen is het depositogarantiestelsel dat spaartegoeden garandeert tot € 100.000 niet van toepassing. De nadruk op het spaarkarakter, zonder te vermelden dat het een verzekering is, heeft bij consumenten tot verwarring kunnen leiden over het toepasselijke beschermingsregime. DELA verstrekte op haar website informatie over de wel toepasselijke opvangregeling voor verzekeraars. Daar gebruikte ze echter bewoordingen die meer zekerheid suggereren dan de regeling biedt. DELA heeft in strijd gehandeld met de verplichting om alleen informatie over een financieel product te verstrekken of beschikbaar te stellen die correct, duidelijk en niet misleidend is. DELA heeft zodoende artikel 4:19, tweede lid, van de Wet op het financieel toezicht (Wft) overtreden.

Hieronder wordt het besluit verder toegelicht. In paragraaf 1 vindt u de weergave van de feiten die ten grondslag liggen aan het besluit. Paragraaf 2 geeft een beoordeling van de feiten, waarbij ook de zienswijze van DELA aan bod komt. Paragraaf 3 bevat het besluit en in paragraaf 4 staat hoe u bezwaar kunt maken.

---

<sup>1</sup> Gezien het feit dat het Coöperatiespaarplan een verzekering is, zou in dit besluit over cliënten in plaats van consumenten moeten worden gesproken. Voor de leesbaarheid van het besluit is niettemin voor de term consumenten gekozen.

## 1. Feiten

### 1.1 Verloop van het proces

Op 21 juni 2013 heeft de AFM een voornemen tot boeteoplegging met het onderzoeksrapport verzonden aan DELA.

Op 15 juli 2013 heeft bij de AFM de zienswijze-zitting plaatsgevonden waarbij DELA haar reactie heeft gegeven op het voornemen tot boeteoplegging.

Op 19 juli 2013 heeft DELA als aanvulling op de hoorzitting een brief gestuurd met een positieve recensie van de Consumentenbond over het Coöperatiespaarplan.

### 1.2 Feiten die aanleiding vormen voor het besluit

Sinds 1 december 2003 heeft DELA een vergunning van De Nederlandsche Bank (DNB) om op te treden als verzekeraar.

Via de website [www.dela.nl](http://www.dela.nl) (de website) verstrekt DELA informatie aan consumenten over het Coöperatiespaarplan.

Op 1 december 2011 heeft de AFM telefonisch contact opgenomen met DELA in verband met geconstateerde tekortkomingen in de informatieverstrekking over het Coöperatiespaarplan. Het Coöperatiespaarplan werd destijds nog aangeboden onder de naam 'DELA Coöperatiesparen'. De AFM heeft toen geoordeeld dat deze productnaam en ook de wijze waarop dit product op de website werd gepositioneerd misleidend waren, omdat hierdoor de indruk werd gewekt dat het een (bancair) spaarproduct betrof in plaats van ook een verzekering. De AFM heeft in haar normoverdracht opgenomen dat uit de informatieverstrekking van DELA duidelijk moet blijken dat het Coöperatiespaarplan een verzekering is en niet de indruk mag worden gewekt dat het DELA Coöperatiespaarplan een (bancair) spaarproduct is. De inhoud van dit telefoongesprek is dezelfde dag per e-mail aan DELA bevestigd. In deze e-mail is DELA door de volgende passage onder meer gewezen op de 'Leidraad misleiding'<sup>2</sup> van de AFM: *"Graag verwijzen we u naar de in 2007 door de AFM gepubliceerde 'Leidraad misleiding'. Hierin wordt als voorbeeld van misleiding wordt genoemd "het verkopen van een beleggingsproduct onder een naam die suggereert dat het een spaarproduct betreft". Ditzelfde geldt voor andere producten met kenmerken die niet overeenkomen met de kenmerken van spaarproducten, zoals verzekeringen en complexe producten."*

Naar aanleiding van deze normoverdracht is er in de periode van 1 december 2011 tot en met 30 januari 2012 regelmatig (per e-mail) contact geweest tussen DELA en de AFM. Hieronder volgt een samenvatting van de relevante contactmomenten:

---

<sup>2</sup> <http://www.afm.nl/nl/professionals/afm-actueel/rapporten/2007/leidraad-misleiding.aspx>

Op 7 december 2011 heeft DELA voorgesteld de productnaam van DELA Coöperatiesparen te wijzigen in het ‘DELA Coöperatiespaarplan’. Daarbij heeft DELA toegezegd er voor te zorgen dat uit de informatieverstrekking aan consumenten duidelijk wordt dat het om een verzekering gaat en niet om een (bancair) spaarproduct.

Op 13 december 2011 heeft DELA de AFM geïnformeerd over de voorgenomen inhoudelijke wijzigingen in haar informatieverstrekking en zijn de volgende aanpassingen toegezegd aan de AFM:

- De productnaam wordt in alle uitingen van DELA aangepast;
- DELA maakt in de context duidelijk dat het Coöperatiespaarplan een spaarverzekering is;
- In bepaalde uitingen gaat DELA nog een stap verder en legt zij ook op hoofdlijnen uit wat een spaarverzekering is (onder andere in de brochure en op de website).

Op 14 december 2011 heeft de AFM aan DELA laten weten dat de voorgestelde wijzigingen in de informatieverstrekking (waaronder het niet langer gebruiken van de term ‘sparen’) een goede bijdrage leveren aan de duidelijkheid. Op diezelfde dag heeft DELA in een reactie aangegeven niet in het geheel af te zullen zien van het gebruik van de term ‘sparen’ in de informatie over het Coöperatiespaarplan. Indien zij deze term echter in uitingen gebruikt, maakt DELA in de totale context duidelijk dat het om een spaarverzekering gaat en niet om een spaarrekening.

Op 22 december 2011 zijn er afspraken gemaakt over de datum waarop alle aanpassingen zijn gerealiseerd en over de manier waarop consumenten in de tussentijd worden geïnformeerd.

Op 30 januari 2012 heeft de AFM geconstateerd dat door de gedane aanpassingen op de website niet langer de indruk werd gewekt dat het Coöperatiespaarplan een (bancair) spaarproduct is, bijvoorbeeld omdat het product na aanpassing werd aangeboden onder de noemer ‘verzekeringen’ in plaats van ‘verzekeren en sparen’.

Op 12 maart 2012 heeft DELA de AFM een aangepaste brochure over het Coöperatiespaarplan toegezonden met de vraag te beoordelen of deze voldoet aan de eerder door de AFM gestelde voorwaarden. De AFM heeft op 15 maart 2012 aan DELA laten weten dat uit de brochure voldoende duidelijk blijkt dat het Coöperatiespaarplan een verzekering is. De AFM heeft hierbij de suggestie gedaan dat DELA omwille van de duidelijkheid voor consumenten zou kunnen overwegen om in de brochure op te nemen dat het depositogarantiestelsel niet van toepassing is op het Coöperatiespaarplan.

Op 1 augustus 2012 heeft de AFM wederom contact opgenomen met DELA omdat het Coöperatiespaarplan getoond werd in een vergelijking van (bancaire) spaarproducten op de website [X]. De overige producten in deze vergelijking betroffen allen (bancaire) spaarproducten en geen verzekeringen. Uit de productvoorwaarden bleek dat het depositogarantiestelsel wel van toepassing was op de overige producten in de vergelijking. Uit de informatie op [X] bleek op geen enkele wijze het verschil tussen het Coöperatiespaarplan en de overige bancaire spaarproducten. Hierdoor werd ten onrechte de indruk gewekt dat het Coöperatiespaarplan een bancaire spaarproduct was, waardoor artikel 4:19, tweede lid, Wft werd overtreden. Alvorens verdere actie te ondernemen

Datum 16 april 2014  
Ons kenmerk JZ- [REDACTED]  
Pagina 4 van 20

heeft de AFM aan DELA gevraagd wat haar relatie was tot de website [X], omdat niet duidelijk was wie er verantwoordelijk was voor opname van het Coöperatiespaarplan in de desbetreffende vergelijking.

Op 9 augustus 2012 heeft DELA de AFM hierover als volgt geïnformeerd:

*“DELA heeft, kort na de introductie van het DELA CoöperatiespaarPlan, een pilot uitgevoerd met [X]. [X] is een website van [C], een bedrijf dat websites ontwikkelt en host waarop onder andere spaarproducten worden vergeleken. Lopende de pilot constateerden wij dat het DELA CoöperatiespaarPlan onder een rubriek ‘spaarrekeningen’ op de website was opgenomen. Wij hebben daarop contact opgenomen met [C] met het verzoek onze gegevens te verwijderen. Aan ons verzoek lag als reden ten grondslag dat wij, net als u, van mening waren dat in de wijze van informatieverstrekking onvoldoende tot uitdrukking werd gebracht dat het om een spaarverzekering gaat. Hieraan heeft [C], gelet op uw bevinding in deze, geen uitvoering gegeven.*

*Wij hebben wederom contact opgenomen met [C] met het dringende verzoek de informatie over het DELA CoöperatiespaarPlan van de website te verwijderen. Tevens is ons gebleken dat wij nog steeds vermeld staan op de website [Y]. Dit is een vergelijkbare website van dezelfde eigenaar. Ons verzoek tot verwijdering van gegevens strekt(e) zich ook uit over deze website. Wij vertrouwen erop dat de gegevens binnen afzienbare tijd van de sites zullen worden verwijderd. Vanuit compliance zal ik erop toezien dat dit ook op zeer korte termijn is gebeurd.*

*Ik hoop dat ik u hiermee voldoende heb geïnformeerd.  
(...)”*

De AFM heeft gezien dat op 13 augustus 2012 het Coöperatiespaarplan uit de vergelijking was verwijderd, en heeft dit diezelfde dag bevestigd aan DELA.

In de periode van 14 maart 2013 tot en met 22 maart 2013 heeft DELA op Google (in ‘Google Adwords’) reclame gemaakt voor het Coöperatiespaarplan. Er zijn in deze periode verschillende reclame-uitingen met verschillende teksten gepubliceerd. Hierop is te zien dat deze uitingen (betaalde) ‘advertenties’ op Google zijn en dus niet alleen een ‘zoekresultaat’ betreffen. Ter illustratie is de tekst van twee verschillende Google Adwords weergegeven:

*Reclame-uiting 1:*

*Sparen voor pensioen - Sparen bij DELA is gegarandeerd  
www.dela.nl/sparen-voor-pensioen  
2,75% rente. Bereken uw eindbedrag!*

*Reclame-uiting 2:*

*Lange termijn sparen – bereken uw eindbedrag-DELA.nl  
www.dela.nl/sparen  
Vaste rente 2,75%                      Kans op extra rendement  
Geen minimum inleg                      Direct starten met sparen*



Datum	16 april 2014
Ons kenmerk	JZ- [REDACTED]
Pagina	5 van 20

Op 20 maart 2013 heeft de AFM contact opgenomen met DELA in verband met diverse tekortkomingen in de informatieverstrekking over het Coöperatiespaarplan op de website van DELA. In haar e-mail heeft de AFM DELA geïnformeerd dat zij in de informatieverstrekking op de website van DELA een overtreding van artikel 4:19, tweede lid, Wft heeft geconstateerd.

Op 21 maart 2013 heeft DELA per e-mail aan de AFM laten weten uiterlijk op 29 maart 2013 een aantal aanpassingen te zullen realiseren om de tekortkomingen op de website weg te nemen. In deze e-mail heeft DELA niet vermeld de Google Adwords te zullen aanpassen. DELA heeft wel aangegeven graag met de AFM van gedachte te willen wisselen over gebruik van de term 'spaarproduct'.

Op 22 maart 2013 heeft de AFM telefonisch contact opgenomen met DELA. In dit telefoongesprek heeft de AFM aan DELA aangegeven zich te kunnen vinden in de termijn waarop de aanpassingen op de website worden gerealiseerd. Hierbij is de afspraak gemaakt dat DELA de AFM voor 29 maart 2013 informeert over de voorgenomen inhoudelijke aanpassingen op de website.

Op 26 maart 2013 heeft de AFM aan DELA een voornemen tot aanwijzing gestuurd in verband met het overtreden van artikel 4:19, tweede lid, Wft en artikel 52, eerste en vijfde lid, Besluit Gedragstoezicht financiële ondernemingen (BGfo).

Op 28 maart 2013 heeft DELA de AFM per e-mail geïnformeerd dat zij, in tegenstelling tot de eerder gemaakte afspraak, de AFM niet voor 29 maart 2013, maar tijdens de mondelinge zienswijze op 3 april 2013 zal informeren over de voorgenomen aanpassingen op de website.

Op 3 april 2013 heeft DELA haar mondelinge zienswijze gegeven en de schriftelijke versie overhandigd aan de AFM.

Op 4 april 2013 heeft de AFM telefonisch contact opgenomen met DELA om aan te geven dat de voorgenomen wijzigingen in de Google Adwords de eerder geconstateerde tekortkomingen in de Google Adwords niet wegnemen. DELA heeft laten weten per abuis een onvolledig document te hebben toegevoegd aan de schriftelijke zienswijze. Op diezelfde dag heeft DELA aan de AFM het complete document toegezonden.

Op 4 en 5 april 2013 is er per e-mail contact geweest tussen DELA en de AFM over de aangepaste Google Adwords. Op 5 april 2013 heeft de AFM per e-mail aangegeven geen bezwaar te hebben tegen het plaatsen van de aangepaste Google Adwords.

Op 9 april 2013 heeft de AFM een e-mail van DELA ontvangen met daarin een voorstel voor een aanvullende wijziging in de Google Adwords. De AFM heeft diezelfde dag per e-mail aan DELA laten weten niet inhoudelijk te zullen reageren op haar voorstel, maar dit te zullen doen in de reactie op de zienswijze.

Op 12 april 2013 heeft de AFM schriftelijk gereageerd op de zienswijze van DELA. Deze brief bevat niet alleen de reactie op de zienswijze van DELA, maar ook een aanvulling op de op 26 maart 2013 aan DELA verzonden

Datum 16 april 2014  
Ons kenmerk JZ- [REDACTED]  
Pagina 6 van 20

voorgenomen aanwijzing. In deze brief heeft de AFM aan DELA laten weten dat de door DELA voorgestelde aanpassingen ertoe hebben geleid dat de eerder geconstateerde overtreding van artikel 4:19, tweede lid, Wft in de Google Adwords werd weggenomen. De AFM heeft in deze brief aan DELA bevestigd niet langer aanleiding te zien om DELA een aanwijzing te geven voor overtredingen in de Google Adwords. De zienswijze van DELA bevat ook de voorgenomen aanpassingen in de overige informatieverstrekking over het Coöperatiespaarplan, waaronder de informatie op de website. Deze aanpassingen nemen echter niet alle eerder geconstateerde overtredingen weg. Om deze reden heeft de AFM ervoor gekozen een aanvulling op te stellen op de voorgenomen aanwijzing van 26 maart 2013. De aanvulling ten aanzien van de toepasselijkheid van de opvangregeling voor verzekeraars in plaats van het depositogarantiestelsel voor zover relevant luidt:

*“De AFM is van mening dat de directe koppeling tussen beide regelingen consumenten op het verkeerde been kan zetten, omdat ten onrechte de indruk wordt gewerkt dat er een gelijkwaardig alternatief voor het DGS [AFM: depositogarantiestelsel] van toepassing is. Hierdoor overtreedt DELA nog steeds artikel 4:19, tweede lid, Wft. Zowel voor als na de (voorgestelde) aanpassingen vermeldt DELA op de website dat DELA financieel gewaarborgd wordt door de opvangregeling. Het gegeven dat DELA door deze regeling financieel gewaarborgd wordt is geen zekerheid en daarmee feitelijk niet correct. Ook dit is een overtreding van artikel 4:19, tweede lid, Wft. De AFM heeft hierover tevens contact gehad met De Nederlandsche Bank (DNB). DNB heeft aangegeven geen bezwaar te hebben tegen de vermelding dat DELA onder de opvangregeling valt, mits daarbij niet de indruk wordt gewekt dat de opvangregeling zekerheid biedt. Hierbij heeft zij aangegeven dat de wijze waarop de opvangregeling nu vermeld wordt, met de bewoording ‘financieel gewaarborgd’, ten onrechte de suggestie van zekerheid wekt bij consumenten. Zowel de AFM als DNB zijn daarom van mening dat deze informatie niet in lijn is met de geldende regelgeving.”*

Op 16 april 2013 heeft DELA schriftelijk gereageerd op de aanvulling op de voorgenomen aanwijzing. In deze reactie heeft DELA aangegeven volledig aan de AFM tegemoet te zullen komen en haar website diezelfde week nog aan te zullen passen om de tekortkomingen weg te nemen.

Op 25 april 2013 heeft de AFM schriftelijk aan DELA laten weten haar website die dag te hebben bezocht. Hierbij heeft de AFM geconstateerd dat de door DELA voorgestelde aanpassingen zijn doorgevoerd. De AFM heeft in deze brief aan DELA bevestigd niet langer aanleiding te zien om DELA een aanwijzing te geven.

Op 22 en 23 mei 2013 heeft de AFM op de website [X] een reclame-uiting gezien voor het Coöperatiespaarplan. De website [X] is een website waarop diverse bancaire spaarproducten met elkaar vergeleken kunnen worden. De reclame-uiting is zichtbaar wanneer er een vergelijking wordt gemaakt op de pagina ‘Jeugdsparen’. De reclame-uiting bevat de volgende tekst:

“DELA CoöperatiespaarPlan

- Vaste rente 2,75%
- Gegarandeerd eindbedrag”

Datum	16 april 2014
Ons kenmerk	JZ- [REDACTED]
Pagina	7 van 20

Naast deze reclame-uiting is een hyperlink (een icoon met de letter 'i') opgenomen. Via deze link verschijnt een venster met dezelfde tekst als de reclame-uiting. Naast deze link is een tweede link opgenomen met de naam 'meer info'. Via deze tweede link wordt een consument doorgeleid naar de website van DELA.

Op 24 mei 2013 heeft de AFM aan DELA een aanwijzing gegeven wegens het overtreden van artikel 4:19, tweede lid, Wft in de reclame-uiting op [X]. In de aanwijzing is het volgende opgenomen:

*“Op grond van het bovenstaande geeft de AFM aan DELA een aanwijzing zoals bedoeld in artikel 1:75 Wft. De aanwijzing strekt ertoe dat DELA de door haar verstrekte en beschikbaar gestelde reclame-uitingen zal aanpassen door het volgen van onderstaande gedragslijn: Alle reclame-uitingen van DELA over het DELA Coöperatiespaarplan dienen uiterlijk op dinsdag 28 mei 2013 voor 18.00u te voldoen aan het bepaalde in artikel 4:19, tweede lid, Wft. Dit betekent dat uit de reclame-uitingen van DELA duidelijk moet blijken dat het DELA Coöperatiespaarplan een verzekering is. DELA kan dit bereiken door haar reclame-uitingen aan te passen, of door deze niet langer te tonen aan consumenten.”*

Op 27 mei 2013 heeft de AFM gezien dat het woord 'spaarverzekering' is toegevoegd aan de reclame-uiting op [X]. DELA. Door deze aanpassing is de geconstateerde tekortkoming weggenomen.

Op 28 mei 2013 heeft de AFM een brief van DELA ontvangen met daarin haar reactie op de aanwijzing. DELA geeft aan van mening te zijn dat er geen sprake is van misleiding indien in een reclame-uiting niet uitdrukkelijk wordt vermeld dat er sprake is van een spaarverzekering. Ook vermeldt DELA in deze brief dat zij een deel van haar marketingactiviteiten heeft uitbesteed aan een derde en dat zij niet verantwoordelijk is voor uitingen die worden gedaan door derden. DELA geeft hierbij aan dat de website [X] geëxploiteerd wordt door [A]. DELA meldt geen overeenkomst te hebben met [A]. Wel heeft DELA een deel van haar marketingactiviteiten uitbesteed aan [B] die namens DELA contacten onderhoudt met diverse partijen, waaronder [A]. De brief bevat een bijlage met daarin e-mailwisseling tussen DELA en [A].

In de periode van 30 mei 2013 tot en met 3 juni 2013 heeft de AFM een reclame-uiting van DELA over het Coöperatiespaarplan gezien op het Muntplein te Amsterdam. Dit is een reclame-uiting in de vorm van een groot spandoek dat bevestigd is aan twee volledige zijden van een gebouw. De reclame-uiting bevat een risico-indicator en de volgende tekst:

*“Geld opzij zetten met gegarandeerd 2,75% rente?  
Kijk op [www.dela.nl/spaarplan](http://www.dela.nl/spaarplan)”*

## **2. Beoordeling**

### **2.1 Wettelijk kader**

Op grond van artikel 1:1 Wft kwalificeert een verzekeraar als een financiële onderneming. Een verzekering, niet zijnde een herverzekering, kwalificeert op grond van ditzelfde artikel als 'financieel product'.

Datum 16 april 2014

Ons kenmerk JZ-

Pagina 8 van 20

In artikel 1:1 Wft is tevens bepaald dat 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, wordt aangemerkt als ‘reclame-uiting’.

In artikel 4:19, tweede lid, Wft staat dat de door een financiële onderneming aan consumenten verstrekte of beschikbaar gestelde informatie, waaronder reclame-uitingen, ter zake van een financieel product, financiële dienst of nevendienst correct, duidelijk en niet misleidend dient te zijn.

## 2.2 Beoordeling van de feiten

Hieronder worden de verschillende bevindingen die aan die boete ten grondslag liggen besproken. De zienswijzen die specifiek op bevindingen zijn gericht, worden besproken bij de beoordeling van de betreffende bevinding. De algemene zienswijzen van DELA komen aan de orde in paragraaf 2.3.

### Bevinding: Google Adwords.

Op Google Adwords stond in de periode van 14 maart 2013 tot en met 22 maart 2013 de volgende tekst:

*“Sparen voor pensioen - Sparen bij DELA is gegarandeerd  
www.dela.nl/sparen-voor-pensioen  
2,75% rente. Bereken uw eindbedrag!*

*Lange termijn sparen – bereken uw eindbedrag-DELA.nl  
www.dela.nl/sparen  
Vaste rente 2,75%                      Kans op extra rendement  
Geen minimum inleg                      Direct starten met sparen”*

De informatie op Google-Adwords gaf de consument geen aanknopingspunt dat het Coöperatiespaarplan een verzekering was. Niets in de tekst wijst op het verzekeringskarakter van het product. De tekst deed vermoeden dat het Coöperatiespaarplan (alleen) een spaarproduct was. De AFM is van oordeel dat DELA op dit punt een verkeerde voorstelling van zaken heeft geschapen en daarmee de consumenten op het verkeerde been heeft gezet over de aard van het product. De AFM is dan ook van oordeel dat deze reclame-uiting misleidend was.

De AFM heeft DELA in eerdere contacten over de informatieverstrekking met betrekking tot het Coöperatiespaarplan, herhaaldelijk gewezen op artikel 4:19, tweede lid, Wft en toegelicht waarom DELA aan dit artikel niet voldeed. DELA is namelijk in december 2011 en in augustus 2012 aangesproken op soortgelijke overtredingen van artikel 4:19, tweede lid, Wft in reclame-uitingen over het Coöperatiespaarplan. In december 2011 heeft de AFM DELA ook gewezen op de ‘Leidraad Misleiding’ uit 2007 waarin het belang wordt toegelicht van het voorkomen van misleiding van de consument over de aard van het product. Ook heeft DELA kennis kunnen nemen van de uitleg door de AFM van artikel 4:19, tweede lid, Wft in de ‘Beleidsregel

Informatieverstrekking'. In de periode voorafgaand aan de overtreding is de markt over deze Leidraad geconsulteerd.<sup>3</sup>

Het ontbreken van de basale informatie dat het product een verzekering betreft, zet consumenten op het verkeerde been, bijvoorbeeld omdat de indruk kan ontstaan dat het Coöperatiespaarplan op één lijn kan worden gesteld met een spaarproduct. Mede gezien de afgelopen jaren van crisis, het omvallen van DSB Bank en de onteigening van SNS Bank, hechten consumenten veel waarde aan het depositogarantiestelsel. Het opnemen van termen als 'sparen', waarbij de basale informatie wordt weggelaten dat het product een verzekering is, wekt de indruk dat het product voor wat de 'veiligheid' van het product betreft op één lijn te stellen is met een regulier spaarproduct. In de context waar de term 'spaarplan' wordt gebruikt terwijl het depositogarantiestelsel niet van toepassing is, is het zonder meer van belang om overduidelijk duidelijk te maken dat het product een verzekering betreft.

#### Bevinding: Website DELA

Deze bevinding luidt:

*Op de website van DELA stond in de periode van 14 maart 2013 tot 10 april 2013 dat DELA 'financieel gewaarborgd' wordt door de opvangregeling. Het is echter geen zekerheid dat DELA door deze regeling financieel gewaarborgd wordt, waardoor deze zinsnede niet correct is.*

De volledige tekst van de vermelding op de website was als volgt:

*"Nederlandse banken vallen onder het DepositoGarantieStelsel. DELA valt als verzekeraar hier dus niet onder, maar wordt financieel gewaarborgd door de nationale opvangregeling van De Nederlandse Bank en het Verbond van Verzekeraars. Overigens, de kans dat DELA failliet gaat is heel klein, onze coöperatie is namelijk een van de meest solvabele levensverzekeraars van Nederland. Dat betekent dat wij voldoende eigen kapitaal hebben om aan onze financiële verplichtingen te kunnen voldoen en eventuele risico's op te vangen."*

Nadat de AFM aan DELA een voornemen tot aanwijzing had gericht, is de tekst op de website als volgt aangepast:

*"DELA valt als verzekeraar onder de nationale opvangregeling van De Nederlandsche Bank en het Verbond van Verzekeraars. Het depositogarantiestelsel geldt niet voor het Coöperatiespaarplan."*

De AFM is van oordeel dat de verwijzing dat DELA 'financieel gewaarborgd' is, misleidend is, omdat hiermee gesuggereerd wordt dat de opvangregeling meer doet ('waarborgt') dan daadwerkelijk het geval is. De opvangregeling is ontworpen door DNB, in overleg met het Verbond van Verzekeraars. De regeling is gericht op de continuïteit van de verzekeringsportefeuille. Met de inzet van een tijdelijke maatregel wordt geprobeerd om de portefeuille weer gezond te maken. In het geval van de opvangregeling worden de rechten van de polishouders niet gekort. De opvangregeling is dus een preventieve maatregel die tot doel heeft om gebruik van de noodregeling (faillissement) te voorkomen. Mocht een verzekeraar ondanks de tijdelijke maatregel toch in de problemen komen, dan zal de toezichthouder door middel van de noodregeling zich inspannen om de belangen van verzekerden te

---

<sup>3</sup> Deze beleidsregel is in de periode december 2012 tot en met februari 2013 door de AFM geconsulteerd.

Datum 16 april 2014  
Ons kenmerk JZ- [REDACTED]  
Pagina 10 van 20

beschermen door de waarden van de betrokken verzekeraars, die dienen ter dekking van zijn verzekeringsverplichtingen, af te schermen en mogelijk de polishouders te korten. De opvangregeling kan niet voorkomen dat een verzekeraar failliet gaat, waarbij de verzekerden niet langer of niet op de wijze als overeengekomen, gebruik kunnen maken van de afgesloten verzekering. Anders dan het depositogarantiestelsel die de rekeninghouders een bedrag tot € 100.000 garandeert, biedt de opvangregeling derhalve niet een 'waarborg' met betrekking tot de goedgeheid van de verzekeraar. DELA is dus niet 'financieel gewaarborgd' en bij het verstrekken van informatie over het Coöperatiespaarplan mag die indruk evenmin worden gewekt. De informatie over de opvangregeling (DELA is 'financieel gewaarborgd') is niet correct, wat een overtreding oplevert van artikel 4:19, tweede lid, Wft. Dit is temeer van belang, nu DELA in haar informatieverstrekking sterk de nadruk legt op het spaarkarakter van het product. Een in het oog springend verschil tussen een bancaire spaarproduct en een verzekering, is dat bij een verzekering het depositogarantiestelsel in geen geval van toepassing is. Als op het punt op de website van DELA waar informatie wordt verstrekt over de opvangregeling, omschrijvingen worden gebruikt als zou DELA 'financieel gewaarborgd' zijn, versterkt dit het beeld dat er materieel geen verschil is met een spaarproduct. De waarborg is alleen 'anders geregeld'. In de context waar de term 'spaarplan' wordt gebruikt terwijl het depositogarantiestelsel niet van toepassing is, is het derhalve zonder meer van belang om over de regeling die wel van toepassing is, juiste informatie te verstrekken.

#### Bevinding: Website [X]

De essentie van deze bevinding is dat de AFM op 22 en 23 mei 2013 heeft geconstateerd dat uit de informatie op de website van [X] niet bleek dat het Coöperatiespaarplan een verzekering is. Dit is misleidend omdat ten onrechte de indruk werd gewekt dat DELA (alleen) een spaarproduct was. De overige producten waarmee werd vergeleken waren allemaal bancaire spaarproducten en geen verzekeringen.

De AFM is van oordeel dat van de weergave van het Coöperatiespaarplan op [X] de suggestie uitgaat dat hier geen sprake is van een verzekering maar (alleen) van een bancaire spaarproduct. Uit deze vergelijking ontstaat derhalve een misleidend beeld over het karakter en de kenmerken van het Coöperatiespaarplan. Dit is een overtreding van artikel 4:19, tweede lid, Wft. In haar zienswijze merkt DELA op dat zij geen betrokkenheid heeft gehad bij de totstandkoming van de uitingen die gedaan zijn op de website [X]. DELA is niet de eigenaar van deze website en beheert deze website evenmin. DELA erkent dat er sprake is van een overeenkomst van opdracht tussen DELA enerzijds en het marketingbureau [B] anderzijds, maar niet van een uitbestedingsovereenkomst tussen [B] en [A], welke laatste marktpartij de website [X] exploiteert. Het feit dat partijen contact met elkaar hebben, kan volgens DELA niet met zich brengen dat sprake is van een overeenkomst van uitbesteding.

De AFM is van oordeel dat DELA heeft te gelden als opdrachtgever voor de opname en aanduiding van het product in de vergelijking op [X]. De AFM baseert dit oordeel allereerst op een door DELA overgelegde e-mailwisseling van 6 februari 2013.

Op 6 februari 2013 om 10:36 stuurt [A] (e-mailadres: [REDACTED]) aan [REDACTED] van het door DELA ingeschakelde marketingbureau [B] de volgende e-mail. De mail wordt onder meer in kopie gezonden aan DELA (aan [REDACTED], Online Marketeer van DELA).

Datum 16 april 2014  
Ons kenmerk JZ- [REDACTED]  
Pagina 11 van 20

“Beste [REDACTED],

*Onderstaand een screenshot vanuit 1 van onze modules. Graag een akkoord voor livegang.”*

Op 6 februari 2013 om 10:39 stuurt DELA ([REDACTED] e-mailadres: [REDACTED]@dela.org) aan [A] (e-mailadres: [REDACTED]) en aan [B] (e-mailadres: [REDACTED]) het volgende e-mailbericht:

*“De benaming bij “naam spaarrekening” moet worden aangepast naar CoöperatiespaarPlan (spaarverzekering). We moeten hier de term spaarverzekering noemen.”*

Om 10:44 reageert Traffic Manager [REDACTED] van [A] (e-mailadres: [REDACTED]) als volgt:

“Beste [REDACTED]

*Dat had ik over het hoofd gezien. Alleen wanneer ik die tekst gebruik wordt het te lang. Heb je ook een aanpassing met een afkorting die ik kan gebruiken?”*

In de reactie van [REDACTED] van DELA van 11:00 aan [A] (e-mailadres: [REDACTED]) en aan [B] (e-mailadres: [REDACTED]) staat het volgende:

“Hallo [REDACTED],

*Ik heb intern nagevraagd, maar er is geen afkorting die we mogen en kunnen gebruiken. De tekst in onderstaand voorbeeld is zoals we verplicht zijn te communiceren over ons product. Dit is ons door de AFM opgelegd.*

*In het verleden is er door de AFM ook contact opgenomen met [REDACTED] van [X] met de mededeling dat wij niet zomaar tussen andere bankproducten mogen staan zonder deze extra vermelding.*

*Eerlijk gezegd vind ik het persoonlijk niet zo storend hoe de tekst in het voorbeeld staat.*

[REDACTED]  
(...)”

Vervolgens reageert [REDACTED] om 11:45:

“Dan laten we de tekst zo. Kan de campagne zo live dan?”

Uit deze e-mailberichten volgt volgens de AFM dat er tussen [A] en DELA contact is geweest over de precieze aanduiding van een product van DELA in een vergelijking op de website [X] en dat deze aanduiding op instigatie van DELA, op zeer korte termijn en zonder verzet door [A] is gewijzigd. DELA had het dus in haar macht om [A] tot aanpassing van de reclame-uiting te bewegen. In dit verband acht de AFM tevens relevant dat in het e-

Datum	16 april 2014
Ons kenmerk	JZ- [REDACTED]
Pagina	12 van 20

mailbericht van 6 februari 2013, 11:45, namens [A] aan DELA de vraag wordt gesteld of de campagne live kan. Deze vraag ondersteunt de AFM in haar oordeel dat sprake is van een opdracht van DELA aan [A]. De AFM ziet namelijk geen andere reden om toestemming te vragen voor een livegang.

Daarnaast heeft DELA in een e-mail van d.d. 9 augustus 2012 het volgende geschreven:

*“DELA heeft, kort na de introductie van het DELA CoöperatiespaarPlan een pilot uitgevoerd met [X]. [X] is een website van [C], een bedrijf dat websites ontwikkelt en host waarop onder andere spaarproducten worden vergeleken. Lopende de pilot constateerden wij dat het DELA CoöperatiespaarPlan onder een rubriek ‘spaarrekeningen’ op de website was opgenomen. Wij hebben daarop contact opgenomen met [C] met het verzoek onze gegevens te verwijderen.”*

Ook uit dit e-mailbericht blijkt dat de opname in de vergelijking in opdracht van DELA heeft plaatsgevonden.

Ten slotte acht de AFM van belang dat in [X] naast de reclame-uiting een hyperlink is opgenomen met de tekst ‘meer info’. Via deze link wordt een consument doorgeleid naar de website van DELA. Op de website van [X] staat:

*“Indien er een samenwerking bestaat tussen [X] en een aanbieder van een spaarproduct en de consument kiest ervoor het desbetreffende product te willen aanvragen, wordt de bezoeker naar de desbetreffende website van de aanbieder doorverwezen.”*

De samenwerking tussen DELA en [X] ziet de AFM dan ook als een gegeven. De precieze vorm van de opdracht acht de AFM overigens niet relevant. Het had op de weg van DELA gelegen, temeer gezien hetgeen zich sinds december 2011 had voorgedaan met betrekking tot DELA’s informatieverstrekking over het Coöperatiespaarplan, om er zorg voor te dragen dat derden waar DELA mee samenwerkt, haar opdracht juist uitvoeren. De AFM kan (keer op keer) de misleidende of onjuiste informatieverstrekking vaststellen. In dat geval moet dat eens te meer voor DELA zelf gelden.

#### Bevinding: Spandoek Muntplein

Deze bevinding over het spandoek dat in de periode van 30 mei 2013 tot en met 3 juni 2013 op het Muntplein in Amsterdam heeft gehangen, luidt:

*“De reclame-uiting bevatte de tekst “Geld opzijzetten met gegarandeerd 2,75% rente? Kijk op [www.DELA.nl/spaarplan](http://www.DELA.nl/spaarplan).” Het gebruik van de termen ‘geld opzij zetten’ en het woord ‘spaarplan’ zonder daarbij te vermelden dat het om een verzekering gaat, is misleidend voor consumenten die daardoor op het verkeerde been gezet worden.”*

De AFM is van oordeel dat de tekst op het spandoek op het Muntplein geen aanknopingspunt geeft voor de conclusie van consumenten dat het Coöperatiespaarplan een verzekering is. De AFM is van oordeel dat DELA op dit punt een verkeerde voorstelling van zaken heeft geschapen en daarmee consumenten op het verkeerde been heeft gezet over een wezenlijk kenmerk van het product. De AFM is derhalve van oordeel dat deze reclame-uiting



Datum	16 april 2014
Ons kenmerk	JZ- [REDACTED]
Pagina	13 van 20

misleitend was, en zodoende in strijd met artikel 4:19, tweede lid, Wft.

Deze overtreding is soortgelijk aan de geconstateerde overtreding met betrekking tot de Google Adwords en met betrekking tot de reclame-uiting op [X]. De reclame-uiting op het Muntplein was zichtbaar na de aanwijzing die de AFM aan DELA heeft gegeven op 24 mei 2013 met de volgende inhoud:

*“Alle reclame-uitingen van DELA over het DELA Coöperatiespaarplan dienen uiterlijk op dinsdag 28 mei 2013 voor 18.00u te voldoen aan het bepaalde in artikel 4:19, tweede lid, Wft. Dit betekent dat uit de reclame-uitingen van DELA duidelijk moet blijken dat het DELA Coöperatiespaarplan een verzekering is. DELA kan dit bereiken door haar reclame-uitingen aan te passen, of door deze niet langer te tonen aan consumenten.”*

Uit de reclame-uiting op het Muntplein blijkt dat DELA daags na de aanwijzing een nieuwe reclame-uiting deed of in stand liet, die in strijd is met de inhoud van de aanwijzing. De zichtbaarheid van de reclame-uiting is zeer groot, omdat het een zeer grote reclame-uiting is die twee kanten van een groot gebouw in het centrum van Amsterdam beslaat. De omvang van het spandoek, en de plaats waar het spandoek hangt, en het gegeven dat DELA ertoe overgaat om dit doek te laten plaatsen of in stand te laten kort nadat zij een aanwijzing van de AFM heeft gekregen (nog afgezien van de voorgeschiedenis, waarin de AFM al sinds 2011 met DELA communiceert over het belang van het voorkomen van misleiding van de consument over de aard van het product), maakt de ernst en verwijtbaarheid van de overtreding zeer hoog.

### **2.3 Algemeen deel zienswijze DELA en beoordeling AFM**

#### Zienswijze DELA:

DELA is niet onwillig. Zij heeft direct alle wijzigingen doorgevoerd al was zijzelf niet van oordeel dat er sprake was van een overtreding.

#### Reactie AFM:

De AFM is van oordeel dat DELA zich in het contact met de AFM onvoldoende coöperatief heeft opgesteld. Wijzigingen die de AFM voorstelde, werden door DELA niet consequent doorgevoerd. Ook nadat het DELA duidelijk was dat zij in haar reclame-uitingen met betrekking tot het Coöperatiespaarplan tot uitdrukking moest laten komen dat er sprake was van een verzekering, zijn er nieuwe reclame-uitingen gepubliceerd waarin de problemen inzake misleidende communicatie zich herhaalden. De AFM is derhalve van oordeel dat DELA onvoldoende compliance-gericht was.

#### Zienswijze DELA:

Er is geen sprake van misleiding, want het achterwege laten van informatie bij een reclame-uiting die als zodanig duidelijk herkenbaar is, kan niet als misleiding worden gekenmerkt. In civiel recht is het vaste jurisprudentie dat er pas sprake is van misleiding als dit het economisch gedrag van de consument beïnvloedt. Het is echter niet aannemelijk dat het economisch gedrag van consumenten is beïnvloed door het enkele feit dat bij informatie over het Coöperatiespaarplan niet vermeld is dat er sprake was van een verzekering. Het achterwege laten van de term ‘spaarverzekering’ is evenmin misleitend, want daarmee werden in het verleden vooral de

beleggingsverzekeringen aangeduid in het kader van de woekerpolisproblematiek. De term spaarverzekering is niet wettelijk gedefinieerd en het is niet duidelijk wat daaronder moet worden verstaan.

#### Reactie AFM:

De AFM is van oordeel dat DELA in haar informatieverstrekking over het Coöperatiespaarplan duidelijk had moeten maken dat het ook een verzekering betrof om verwarring met bancaire spaarproducten te voorkomen. De term 'spaarverzekering' had daarvoor niet per se gebruikt hoeven te worden, maar om misverstanden te voorkomen en misleiding tegen te gaan, had DELA naar het oordeel van de AFM moeten communiceren dat het Coöperatiespaarplan een verzekering betrof. De AFM meent dat het spaar- of verzekeringskarakter van een product een basiskenmerk betreft waarover consumenten vanzelfsprekend correct, duidelijk en niet misleidend dienen te worden geïnformeerd.

DELA stelt dat volgens vaste jurisprudentie in civiel recht, er pas sprake is van misleiding als dit het economisch gedrag van de consument kan beïnvloeden. Artikel 4:19 Wft stelt echter niet het eventuele aangaan van een overeenkomst centraal, maar de verstrekte informatie als zodanig. Die informatie moet te allen tijde correct, duidelijk en niet misleidend zijn. Voor overtreding van artikel 4:19, tweede lid, Wft is derhalve niet vereist dat het economische gedrag van consumenten door de niet correcte, onduidelijke of misleidende informatie wordt of kan worden beïnvloed. De norm vereist dat de door een financiële onderneming verstrekte of beschikbaar gestelde informatie, waaronder reclame-uitingen, correct, duidelijk en niet misleidend is. Van niet correcte informatie, onduidelijke informatie of informatie die misleidt, is niet pas sprake als vaststaat dat de betreffende informatie voor de consument beslissend is voor het al dan niet aangaan van een overeenkomst. Voor overtreding van artikel 4:19, tweede lid, van de Wft is dan ook niet vereist dat een gemiddelde consument als gevolg van niet-correcte, onduidelijk of misleidende informatie een aankoopbeslissing neemt of kan nemen die hij anders niet zou hebben genomen. Van een overtreding is reeds sprake als de informatie of reclame-uiting op zichzelf een misleidend karakter heeft. Afgezien van dit gegeven is zonder meer duidelijk dat een consument hoe dan ook wil weten wat het basiskenmerk is van het product waarover informatie wordt verstrekt, of waarvoor reclame wordt gemaakt. Dit betreft het soort product, in dit geval: een verzekering. Het ontbreken van informatie over het verzekeringskarakter van het Coöperatiespaarplan was daarom naar het oordeel van de AFM basale informatie die DELA niet had mogen weglaten. Dit geldt temeer, nu wel het spaarkarakter van het product werd genoemd. Dit wekt de indruk dat het product voor wat de 'veiligheid' van het product betreft op één lijn te stellen is met een regulier spaarproduct. In de context waar de term 'spaarplan' wordt gebruikt terwijl het depositogarantiestelsel niet van toepassing is, is het zonder meer van belang om overduidelijk duidelijk te maken dat het product een verzekering betreft.

#### Zienswijze DELA:

De tekst op het spandoek op het Muntplein en de Google Adwords kunnen niet als zelfstandige reclame-uitingen worden beschouwd, omdat zij geen betrekking hadden op een specifiek financieel instrument.

#### Reactie AFM:

De AFM is van oordeel dat de tekst op het levensgrote spandoek op het Muntplein verwijst naar een specifiek financieel product. Op het spandoek komen de woorden 'DELA' en 'spaarplan' terug. DELA biedt slechts één product aan dat als spaarplan kwalificeert. Ook de verwijzing naar de rente van 2,75% die het Coöperatiespaarplan biedt, en het gegeven dat de link die op de banner is opgenomen, een link is die leidt naar de website van het

Coöperatiespaarplan, maken dat dit kan worden aangemerkt als een reclame-uiting die specifiek gericht is op het Coöperatiespaarplan.

## **2.4 Conclusie**

De AFM heeft in paragraaf 2.2 over de periode van 14 maart 2013 tot en met 3 juni 2013 verschillende overtredingen van artikel 4:19, tweede lid, Wft geconstateerd. Bij haar beoordeling heeft de AFM de zienswijze van DELA die zag op specifieke bevindingen betrokken. De bespreking van de algemene zienswijze in paragraaf 2.3 leidt er niet toe dat de AFM tot een ander oordeel komt.

## **3. Besluit**

### **3.1 Besluit tot boeteoplegging**

De AFM heeft besloten om aan DELA een bestuurlijke boete op te leggen, omdat DELA in de periode van 14 maart 2013 tot en met 3 juni 2013 in reclame-uitingen informatie beschikbaar heeft gesteld of verstrekt over het DELA-product 'Coöperatiespaarplan', waaruit consumenten niet konden afleiden dat het spaarplan een verzekering is. Bij verzekeringen is het depositogarantiestelsel dat spaartegoeden garandeert tot € 100.000 niet van toepassing. De nadruk op het spaarkarakter, zonder te vermelden dat het een verzekering is, heeft bij consumenten tot verwarring kunnen leiden over het toepasselijke beschermingsregime. DELA verstrekte op haar website informatie over de wel toepasselijke opvangregeling voor verzekeraars. Daar gebruikte ze echter bewoordingen die meer zekerheid suggereren dan de regeling biedt. DELA heeft in strijd gehandeld met de verplichting om alleen informatie over een financieel product te verstrekken of beschikbaar te stellen die correct, duidelijk en niet misleidend is. DELA heeft zodoende artikel 4:19, tweede lid, van de Wet op het financieel toezicht (Wft) overtreden.

#### **Hoogte van de boete**

Voor deze overtreding geldt op grond van artikel 1:81, eerste en tweede lid, Wft en artikel 10 Besluit bestuurlijke boetes financiële sector (Bbbfs) een basisbedrag van € 500.000.

De AFM kan het basisbedrag verlagen of verhogen met ten hoogste 50 procent indien de ernst en/of duur van de overtreding een dergelijke verlaging of verhoging rechtvaardigt.<sup>4</sup> De AFM kan daarnaast het basisbedrag verlagen of verhogen met ten hoogste 50 procent indien de verwijtbaarheid van de overtreder een dergelijke verlaging of verhoging rechtvaardigt.<sup>5</sup> De AFM houdt bij het vaststellen van de bestuurlijke boete voorts rekening met de draagkracht van de overtreder.<sup>6</sup>

Hierna zal worden beoordeeld of er aanleiding is om het basisbedrag van € 500.000 te verhogen of te verlagen.

---

<sup>4</sup> Artikel 2, tweede lid, Bbbfs.

<sup>5</sup> Artikel 2, derde lid, Bbbfs.

<sup>6</sup> Artikel 4, eerste lid, Bbbfs.

Datum 16 april 2014  
Ons kenmerk JZ- [REDACTED]  
Pagina 16 van 20

### ***Ernst en/of duur van de overtreding***

Het consumentenvertrouwen wordt geschaad als consumenten niet kunnen afgaan op de informatie die wordt verstrekt, omdat die informatie niet correct, niet duidelijk of misleidend is. Dit geldt voor het niet noemen van het verzekeringskarakter in reclame-uitingen (waarbij voorts van belang is dat het verzekeringskarakter een wezenlijk basiskarakter van het product is) en evenzeer voor de informatie als zou DELA ‘financieel gewaarborgd’ zijn. Beide elementen dragen bij aan het beeld dat er geen verschil is met een spaarproduct. Het is ernstig dat DELA het Coöperatiespaarplan voortdurend in de ‘spaarhoek’ blijft duwen, terwijl het een verzekering is. Consumenten moeten kunnen afgaan op informatie die zij over het product ontvangen. Een situatie waarin het aanbieder wordt toegestaan om misleidende of onjuiste informatie over hun product te verstrekken, leidt ontegenzeggelijk tot afbreuk van vertrouwen bij consumenten. Het gegeven dat DELA daar niet voor terugdeinst, is zonder meer ernstig te noemen. Gezien de verschillende overtredingen die over een periode van twee-en-een-halve maand hebben plaatsgevonden, kan niet worden gesproken over een beperkte duur. Daarbij komt dat de AFM reeds sinds december 2011 met DELA communiceert over het belang van het voorkomen van misleiding van de consument over de aard van het product.

De in de zienswijze door DELA naar voren gebrachte punten doen niet af aan de ernst of duur van de overtreding. In het voorgaande ziet de AFM geen aanleiding om het basisbedrag van € 500.000 op grond van de ernst of duur van de overtreding te verlagen of te verhogen.

### ***Mate van verwijtbaarheid***

DELA is al eerder door de AFM gewezen op overtredingen in haar reclame-uitingen, onder meer in december 2011 en in augustus 2012. De overtredingen die tussen 14 maart 2013 tot en met 3 juni 2013 zijn geconstateerd, volgden derhalve op eerdere waarschuwingen. De huizenhoge spandoeken op het Muntplein in Amsterdam zijn zelfs geplaatst of in stand gelaten nadat de AFM de aanwijzing had gegeven waaruit klip-en-klaar volgde dat uit *alle* reclame-uitingen over het product het verzekeringskarakter moet blijken.

Het is dan ook zonder meer verwijtbaar dat DELA zich niets leek aan te trekken van de signalen die de AFM gaf, en voortdurend aandacht van de toezichthouder nodig had om tot normconform gedrag te (blijven) komen.

De in de zienswijze door DELA naar voren gebrachte punten doen niet af aan de verwijtbaarheid van de overtreding. In het voorgaande ziet de AFM geen aanleiding om het basisbedrag van € 500.000 op grond van de verwijtbaarheid van de overtreding te verlagen of te verhogen.

### ***Draagkracht DELA***

Uit het door DELA verstrekte jaarverslag over 2012 komt naar voren dat haar eigen vermogen circa € [REDACTED] bedraagt,<sup>7</sup> dat [REDACTED] werknemers bij de onderneming werkzaam zijn en dat DELA in 2012 € [REDACTED] nettowinst heeft gemaakt.

DELA beroept zich niet op een beperkte draagkracht en de AFM ziet dan ook geen aanleiding de boete op grond

---

<sup>7</sup> Per 1 juni 2013.

Datum 16 april 2014  
Ons kenmerk JZ- [REDACTED]  
Pagina 17 van 20

van beperkte draagkracht te verlagen.

### **Conclusie**

Op grond van het voorgaande stelt de AFM de boete vast op € 500.000.

DELA moet het bedrag binnen zes weken overmaken op bankrekening [REDACTED] ([REDACTED] [REDACTED], IBAN: [REDACTED]) ten name van AFM te Amsterdam, onder vermelding van factuurnummer [REDACTED]. DELA ontvangt geen afzonderlijke factuur voor dit bedrag.

De boete moet worden betaald binnen zes weken na de datum van dit besluit.<sup>8</sup> Als DELA bezwaar maakt tegen dit besluit wordt de verplichting om de boete te betalen geschorst totdat op het bezwaar is beslist. Die verplichting wordt ook geschorst als DELA na de bezwaarprocedure in beroep gaat, totdat op het beroep is beslist.<sup>9</sup> Over de periode dat de verplichting om de boete te betalen is geschorst, moet DELA wel wettelijke rente betalen.<sup>10</sup>

### **3.2 Besluit tot openbaarmaking van de boete**

Omdat de AFM aan DELA een boete oplegt voor de overtreding van artikel 4:19, tweede lid, Wft moet de AFM het besluit tot boeteoplegging openbaar maken, nadat die definitief is geworden (nadat het niet langer mogelijk is om bezwaar of beroep in te stellen).<sup>11</sup> Daarnaast moet de AFM het besluit ook al eerder openbaar maken, namelijk vijf werkdagen nadat dit aan DELA is toegestuurd.<sup>12</sup>

De wetgever heeft het openbaarmaken van bestuurlijke boetes verplicht om deelnemers op de financiële markten te waarschuwen. Dit in het belang van de ordelijke en transparante financiëlemarktprocessen, zuivere verhoudingen tussen marktpartijen en de zorgvuldige behandeling van consumenten.<sup>13</sup> De AFM kan slechts afzien van openbaarmaking, als die in strijd is of zou kunnen komen met het doel van het door de AFM uit te oefenen toezicht op de naleving van de Wft.

Van dat laatste is naar het oordeel van de AFM geen sprake. Van openbaarmaking na bekendmaking van het boetebesluit kan daarom niet worden afgezien. Van openbaarmaking na definitief worden van het boetebesluit kan vooralsnog evenmin worden afgezien. Het individuele belang van DELA kan in dit verband niet tot een andere uitkomst leiden. Het argument dat publicatie schade kan toebrengen aan de reputatie van DELA heeft geen betrekking op de vraag of openbaarmaking van het besluit in strijd is of zou kunnen komen met het doel van het door de AFM uit te oefenen toezicht op de naleving van de Wft.

---

<sup>8</sup> Dit volgt uit artikel 4:87, lid 1 en de artikelen 3:40 en 3:41 van de Algemene wet bestuursrecht (Awb).

<sup>9</sup> Dit volgt uit artikel 1:85, lid 1, Wft.

<sup>10</sup> Dit volgt uit artikel 1:85, lid 2, Wft.

<sup>11</sup> Dit volgt uit artikel 1:98 Wft.

<sup>12</sup> Dit volgt uit artikel 1:97, eerste lid Wft.

<sup>13</sup> Vergelijk PG 29708, nr. 19, p. 301-303, p. 420-421, nr. 20, p. 30 en nr. 39, p. 8-10.

Datum	16 april 2014
Ons kenmerk	JZ- [REDACTED]
Pagina	18 van 20

De AFM publiceert de volledige tekst van het boetebesluit (met uitzondering van vertrouwelijke informatie) op haar website, onder begeleiding van een persbericht met de kern van het boetebesluit. Van het persbericht zal tevens een Engelse vertaling worden opgenomen. Ook wordt een bericht over de boete opgenomen in de periodieke AFM-nieuwsbrieven (consumenten/professionals), en wordt een bericht op Twitter geplaatst.<sup>14</sup> De AFM kan daarnaast het besluit publiceren door middel van een advertentie in één of meer landelijke dagbladen.

De bijlage bij dit besluit bevat de volledige tekst van het besluit dat op de website van de AFM openbaar zal worden gemaakt, geschoond van vertrouwelijke informatie. Mocht u van mening zijn dat er desondanks vertrouwelijke tekst in staat die geschoond zou moeten worden, dan verneemt de AFM dat graag zo spoedig mogelijk, maar uiterlijk binnen 3 werkdagen na bekendmaking aan DELA van dit besluit.

De volgende basistekst wordt in het te publiceren persbericht en/of de advertentie opgenomen:

***“AFM legt boete op aan DELA voor misleidende informatie over Coöperatiespaarplan***

De Autoriteit Financiële Markten (AFM) heeft op 16 april 2014 een bestuurlijke boete van € 500.000 opgelegd aan DELA Natura- en levensverzekeringen N.V. (DELA). De boete is opgelegd, omdat DELA in de periode van 14 maart 2013 tot en met 3 juni 2013 informatie heeft verstrekt over het Coöperatiespaarplan, waaruit consumenten niet konden afleiden dat het spaarplan een verzekering is. Dit gebeurde via de DELA-website, via een website van derden, via Google-advertenties en via een spandoek op het Muntplein in Amsterdam. Deze misleidende informatieverstrekking is een overtreding van de Wet op het financieel toezicht (artikel 4:19, tweede lid).

Financiële instellingen moeten in hun uitingen over financiële producten consumenten correct, duidelijk en niet-misleidend informeren. DELA heeft deze norm in haar communicatie over het Coöperatiespaarplan geschonden.

Hierdoor kunnen consumenten op het verkeerde been zijn gezet over het type product en over de risico's die ze liepen. Doordat uit de informatie onvoldoende bleek dat het om een verzekering ging, kon de indruk bij consumenten zijn ontstaan dat hun inleg viel onder het depositogarantiestelsel. Dit stelsel schrijft voor dat consumenten hun spaargeld tot 100.000 euro terugkrijgen als een bank failliet gaat. Verzekeringen vallen hier echter niet onder. DELA verstrekte wel informatie over het toepasselijke beschermingsregime bij verzekeringen, de zogenoemde opvangregeling, maar gebruikte daarbij bewoordingen die meer zekerheid suggereren dan de opvangregeling daadwerkelijk biedt.

Voor deze overtreding geldt een basisbedrag van € 500.000. Het basisbedrag kan worden verhoogd of verlaagd als de ernst of duur van de overtreding, of de mate van verwijtbaarheid daartoe aanleiding geven. In dit geval ziet de AFM geen aanleiding om het basisbedrag te verhogen of te verlagen op grond van de ernst van de overtreding of van de verwijtbaarheid. Bij het vaststellen van de hoogte van de boete houdt de AFM ook rekening met de omvang en de draagkracht van de overtreder. De omvang en draagkracht van DELA zijn voor de AFM geen reden

---

<sup>14</sup> Het bericht op Twitter zal bestaan uit de kop van het persbericht en een link naar het persbericht op de website van de AFM.

Datum 16 april 2014  
Ons kenmerk JZ- [REDACTED]  
Pagina 19 van 20

om de boete te verlagen.

Het in het besluit vervatte oordeel van de AFM kan door belanghebbende(n) ter toetsing aan de rechter worden voorgelegd. Het volledige besluit kunt u hiernaast in PDF-formaat downloaden. Bij vragen of klachten kunt u contact opnemen met het Meldpunt Financiële Markten van de AFM: 0800- 5400 540 (gratis).

***De AFM bevordert eerlijke en transparante financiële markten. Wij zijn de onafhankelijke gedragstoezichthouder op de markten van sparen, lenen, beleggen en verzekeren. Wij bevorderen eerlijke en zorgvuldige financiële dienstverlening aan consumenten, particuliere beleggers en (semi-)professionele partijen. We zien toe op een eerlijke en efficiënte werking van kapitaalmarkten. Ons streven is het vertrouwen van consumenten en ondernemingen in de financiële markten te versterken, ook internationaal. Op deze manier draagt de AFM bij aan de stabiliteit van het financiële stelsel, het functioneren van de economie, de reputatie en de welvaart van Nederland.***

Let op: De AFM kan, al naargelang de omstandigheden op het moment van publicatie, bovengenoemde publicatietekst wijzigen of aanvullen.

Publicatie vindt niet eerder plaats dan nadat vijf werkdagen zijn verstreken na de dag waarop het besluit tot boeteoplegging aan DELA bekend is gemaakt. De publicatie wordt opgeschort als DELA verzoekt om een voorlopige voorziening als bedoeld in artikel 8:81 Awb. Publicatie wordt dan in elk geval geschorst, totdat de voorzieningenrechter een uitspraak heeft gedaan.

Als DELA om een voorlopige voorziening vraagt, verzoekt de AFM dit per e-mail ([REDACTED]@afm.nl) aan haar door te geven. Als u hier niet toe overgaat zal de AFM de boete openbaar maken op de wijze als hiervoor toegelicht. Ook vraagt de AFM aan DELA om het verzoek om voorlopige voorziening per fax toe te sturen (faxnummer [REDACTED]).

Over de publicatie op grond van artikel 1:98 Wft zal de AFM een beslissing nemen, zodra het boetebesluit definitief is geworden.

Datum	16 april 2014
Ons kenmerk	JZ- [REDACTED]
Pagina	20 van 20

#### 4. Hoe kunt u bezwaar maken?

Iedere belanghebbende kan tegen deze beschikking bezwaar maken door binnen zes weken na bekendmaking daarvan een bezwaarschrift in te dienen bij de AFM, t.a.v. Juridische Zaken, Postbus 11723, 1001 GS, Amsterdam. Een bezwaarschrift kan ook per fax (faxnummer 020-797 3835), per e-mail (e-mailadres **bezwarenbox@afm.nl**) of met het bezwaarformulier op de website van de AFM (**[www.afm.nl/bezwaar](http://www.afm.nl/bezwaar)**) worden ingediend. Aan deze elektronische verzending stelt de AFM nadere eisen die op haar website worden toegelicht. Een van die eisen is dat een bezwaarschrift niet aan andere AFM faxnummers of AFM e-mailadressen dan de hier genoemde kan worden gestuurd. De AFM neemt het bezwaarschrift alleen inhoudelijk in behandeling als aan deze eisen is voldaan.

Hoogachtend,  
Autoriteit Financiële Markten

[was getekend]

[was getekend]