

Ik zie, ik zie wat jij niet ziet en het is ...?

Transparantie bij financiële producten en diensten

Mr. N.G. Wijnstekers*

‘Writing in plain language may require the ‘unlearning’ of habits inherited from the traditional, formal or legalistic ways of writing fund documents. Nothing is gained by the presumed certainty of legalistic, technical or complex language, if the reader does not understand it, or worse, is misled by it’.¹

Het verstrekken van begrijpelijke informatie is essentieel om de kennisachterstand die de consument heeft ten opzichte van de financiële onderneming op te heffen. Informatie verstrekken die niet begrijpelijk is, heeft dan ook geen of zelfs een averechts effect.

De wetgever heeft regels gesteld ten aanzien van de begrijpelijkheid van aan consumenten te verstrekken informatie. Ook in de rechtspraak wordt in toenemende mate aandacht besteed aan de begrijpelijkheid van de verstrekte informatie.

De begrijpelijkheid houdt echter niet alleen verband met de informatieverstrekking maar ook met de kenmerken van het financieel product zelf. Dit wordt dan ook steeds meer onderwerp van discussie.²

In dit artikel zal worden ingegaan op de eisen die worden gesteld aan de begrijpelijkheid van de precontractuele informatie die aan consumenten wordt verstrekt. Ook zullen enkele praktische handreikingen worden gedaan.

1. Inleiding: waarom begrijpelijke informatie verstrekken?

De risico's die verbonden zijn aan financiële producten zijn voor een consument in de regel moeilijker te beoordelen dan voor een financiële onderneming.³ De financiële onderneming beschikt ten opzichte van de consument over een kennisvoorsprong: er is sprake van informatieasymmetrie. Daarbij speelt ook een rol dat veel financiële producten niet frequent door consumenten worden aangeschaft. Een hypotheek of een levensverzekering wordt in veel gevallen immers slechts eenmaal aangeschaft door een consument. Ook is niet altijd voor een consument zichtbaar wat de toegevoegde waarde is van een financieel product. Veel financiële producten zijn ‘ervaringsgoederen’. De kwaliteit van deze producten wordt pas zichtbaar na verloop van tijd. Daardoor zijn er voor de consument weinig leermomenten. Veel van die leermomenten doen zich bovendien pas voor na aanschaf van het financieel product. Dit is ook door de wetgever onderkend.⁴

Uitgangspunt voor de wetgever is dat consumenten moeten worden beschermd bij de afnemen van financiële producten of diensten. Deze bescherming dient volgens de wetgever te geschieden door de informatieasymmetrie op te heffen. Opheffing van de informatieasymmetrie wil de wetgever realiseren door financiële ondernemingen te verplichten *informatie te verstrekken* aan consumenten over financiële producten en diensten. De wetgever heeft er (vooralsnog) niet voor gekozen om nadere regels te stellen aan financiële producten zelf.⁵

Opheffing van de informatieasymmetrie bevordert dat de consument zijn eigen verantwoordelijkheid kan nemen. Adequate informatieverstrekking is de voorwaarde waaronder hij deze verantwoordelijkheid invulling kan geven.⁶ Dit betekent dat de consument zich *voorafgaand* aan de aanschaf van een financieel product of dienst moet kunnen laten informeren over de kenmerken en risico's van het aangeboden financieel product of de financiële dienst. De consument is daarbij afhankelijk van de door de financiële onderneming opgestelde informatie.⁷

* Mr. N.G. Wijnstekers is advocaat te Amsterdam.

1. CESR's guide to clear language and layout for the Key Investor Information document d.d. 20 december 2010.
2. Zie bijvoorbeeld het initiatief van de Consumentenbond om basis financiële producten te ontwikkelen (de campagne ‘Begrijp je geld?! Weet waar je voor tekent’, april 2011).
3. Vanaf 2004 heeft ook de AFM de nodige onderzoeken verricht naar informatieverstrekking door financiële ondernemingen. Kern van de boodschap van de AFM was dat klanten in de financiële sector ‘knollen’ niet van ‘citroenen’ kunnen onderscheiden (Speech AFM (Kockelkoren) op 4 november 2009). Informatieverstrekking staat nog altijd op de agenda van de AFM en ook 2011 heeft zij dit tot een van haar jaarlijkse thema's gemaakt, blijkens de begroting over 2011 zoals gepubliceerd op de website van de AFM, www.afm.nl, d.d. 29 november 2010.
4. *Kamerstukken II* 2003/04, 29 507, nr. 3.
5. De AFM laat zich wel uit over de aard en werking van financiële producten. Zie bijvoorbeeld het rapport ‘Arbeidsongeschiktheidsverzekeringen voor zelfstandigen. AFM wijst verzekeraars op gebreken arbeidsongeschiktheidsverzekeringen’ d.d. juni 2011.
6. *Kamerstukken II* 2003/04, 29 507, nr. 3.
7. *Zie Stb.* 2006, nr. 520. Zie ook toelichting op de Nadere regeling gedragstoezicht financiële ondernemingen Wft.

De vraag is wanneer informatie als 'adequaat' beschouwd mag worden. Het adequaatheidsvereiste kent vele aspecten. Deze aspecten hangen samen met niet alleen de inhoud van de informatie maar ook de vorm(-geving) van de informatie alsmede de vindbaarheid van de informatie. Een belangrijk aspect is de inhoud: informatie is pas adequaat als de consument deze kan *begrijpen*. Het gaat daarbij niet alleen om de vraag of alle vereiste informatie is verstrekt, maar ook of de informatie die verstrekt is te begrijpen is door iemand die geen specifieke ervaring of kennis heeft. Geen vereiste is dat de informatievoorziening zodanig is dat de consument een verstandige of rationele beslissing neemt.

De consument neemt niet altijd zijn verantwoordelijkheid. Ook neemt de consument lang niet altijd een rationele beslissing.⁸ Eind 2004 publiceerde de Autoriteit Financiële Markten (hierna: AFM) de onderzoeksuitslagen van het onderzoek naar de kennismaking met de financiële consument.⁹

Daaruit volgde dat consumenten informatie over financiële producten, en met name de voorwaarden en een prospectus, nauwelijks lezen.

Wat kan een financiële onderneming doen om begrijpelijke informatie te verstrekken?

1. Het taalgebruik aanpassen bij de doelgroep.
2. Het verstrekken van toegankelijke en vindbare informatie.
3. Het verstrekken van informatieve informatie.

Alvorens op deze 3 aspecten in te gaan, zal eerst worden ingegaan op de relevante regelgeving. Daarna zullen handreikingen worden gedaan om informatie begrijpelijk weer te geven. Tot slot zal worden ingegaan op de samenhang tussen informatieverstrekking over financiële producten en de kenmerken van de producten zelf.

2. Welke regels zijn er over het verstrekken van begrijpelijke informatie?

Zowel het publiekrecht als het privaatrecht stellen specifieke regels ten aanzien van de informatie die door financiële ondernemingen over hun producten en diensten aan consumenten wordt verstrekt. De publiekrechtelijke voorschriften zijn te vinden in de Wet op het financieel toezicht (hierna: Wft) en het Besluit Gedragstoezicht financiële ondernemingen Wft (hierna: BGfo)¹⁰ en de privaatrechtelijke voorschriften onder andere in de Wet oneerlijke handelspraktijken.¹¹

Ook voor algemene voorwaarden gelden specifieke privaatrechtelijke regels. Algemene privaatrechtelijke leerstukken die zien op informatieverstrekking, zoals dwaling en bedrog, zullen buiten beschouwing worden gelaten.

2.1 Wft

Wellicht het belangrijkste publiekrechtelijk voorschrift is dat een financiële onderneming voorafgaand aan de totstandkoming van een overeenkomst met betrekking tot een financieel product of een financiële dienst informatie dient te verstrekken aan de consument voor zover die informatie relevant is voor de adequaat beoordeling van het betreffende financiële product of de financiële dienst.¹² Dit voorschrift is overigens nader uitgewerkt.¹³

Een ander belangrijk publiekrechtelijk voorschrift is dat de door de financiële onderneming verstrekte informatie correct, duidelijk¹⁴ (voor de invoering van MiFID I¹⁵ werd dit aangeduid als 'begrijpelijk') en niet misleidend dient te

zijn.¹⁶ Er wordt daarbij geen onderscheid gemaakt tussen informatie die een financiële onderneming onverplicht (zoals reclame-uitingen) verstrekt of informatie die een financiële onderneming verplicht moet verstrekken bij het aanbieden van bepaalde financiële producten of diensten (zoals een financiële bijsluiter ingeval van een complex product, een prospectus ingeval van een aanbieding van effecten, deelnemingsrechten of krediet, of andere specifieke informatie, bijvoorbeeld bij het aanbieden van betaaldiensten of het verrichten van diensten op afstand). Ook hieraan zijn nadere regels gesteld.¹⁷

Veel publiekrechtelijke voorschriften vinden hun oorsprong in Europese regelgeving.

Twee voorbeelden.

MiFID I legde aan beleggingsondernemingen onder andere op dat de aan de consument verstrekte informatie toereikend dient te zijn en door de *presentatie* ervan te begrijpen dient te zijn voor het gemiddelde lid van de groep tot wie zij is gericht.

Voor betaaldienstverleners geldt een vergelijkbare regeling: de informatie en voorwaarden van betaaldiensten dienen in gemakkelijk te begrijpen bewoordingen en in duidelijke en bevattelijke vorm te worden verstrekt.¹⁸

Verder is van belang dat de informatie accuraat is en niet alleen te wijzen op de mogelijke voordelen van een beleggingsdienst of financieel instrument zonder dat ook een correcte en duidelijke indicatie van de mogelijke risico's wordt gegeven. Daarnaast dient de informatie belangrijke zaken, vermeldingen of waarschuwingen niet verhuuld of afgezwakt weer.¹⁹

8. Zie in dit verband ook H.M. Prast, 'Onderneming & Pensioen', *Serie Onderneming en recht*, deel 64, Deventer: Kluwer 2011, p. 133 e.v. Prast geeft aan dat vanuit de psychologie beredeneerd mensen niet rationeel zijn te maken door ze te informeren.
9. AFM december 2004, *Kennismaking met de financiële consument*.
10. Ook voor instellingen die vallen onder de Pensioenwet gelden dergelijke eisen. Zo bepaalt art. 48 van de Pensioenwet dat de nader genoemde informatie in duidelijke en begrijpelijke bewoordingen moet worden verstrekt. Een gelijke bepaling bevat de Wet verplichte beroepspensioenregeling (art. 59).
11. Art. 6:193a tot en met 6:193j BW.
12. Art. 4:20 Wft.
13. Art. 4:22 Wft.
14. De AFM heeft in dit kader de leidraad 'begrijpelijkheid' gepubliceerd. Daarmee heeft de AFM meer duidelijkheid willen geven aan de (open) norm 'begrijpelijkheid' (AFM 4 december 2007, Leidraad begrijpelijkheid) en als een species daarvan de leidraad begrijpelijkheid van de startbrief (AFM februari 2010, Rapport volledigheid en begrijpelijkheid startbrief).
15. Richtlijn 2004/39/EG van 21 april 2004, *PbEU* 2004 L 145/1 betreffende markten voor financiële instrumenten.
16. Art. 4:19 lid 2 Wft.
17. Art. 4:19 lid 4 Wft.
18. Overeenkomstig de Richtlijn 2007/64/EG van 13 november 2007, *PbEU* 2007 L 319/1, betreffende betalingsdiensten in de interne markt. De betreffende regeling is overgenomen in art. 4:20 jo. 4:22 Wft jo. 59b en 59d BGfo.
19. Art. 4:19 lid 4 ft jo. art. 51a BGfo.

2.2 Wet oneerlijke handelspraktijken

Een financiële onderneming mag geen oneerlijke handelspraktijk voeren, althans een dergelijke handelspraktijk wordt geacht onrechtmatig te zijn jegens consumenten.²⁰ Van een oneerlijke handelspraktijk is sprake als de financiële onderneming in strijd met de vereisten van professionele toewijding handelt en het vermogen van de gemiddelde consument om een geïnformeerd besluit te nemen merkbaar is beperkt of kan worden beperkt, waardoor de gemiddelde consument een besluit over een overeenkomst neemt of kan nemen, dat hij anders niet had genomen.

De wetgever heeft onder andere de misleidende handelspraktijk als oneerlijke handelspraktijk aangewezen.²¹ Van een misleidende handelspraktijk is sprake als de financiële onderneming informatie verstrekt die feitelijk onjuist is of die de gemiddelde consument misleidt of kan misleiden, al dan niet door de algemene presentatie van de informatie.²² Van een misleidende handelspraktijk is volgens de wetgever ook sprake als een financiële onderneming essentiële informatie weglaat (misleidende omissie) die de gemiddelde consument nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen, waardoor de gemiddelde consument een besluit over een overeenkomst neemt of kan nemen, dat hij anders niet had genomen. Of bijvoorbeeld als de financiële onderneming essentiële informatie verborgen houdt of op *onduidelijke, onbegrijpelijke, dubbelzinnige wijze* verstrekt waardoor de gemiddelde consument een besluit over een overeenkomst neemt of kan nemen, dat hij anders niet had genomen.

Welke informatie kwalificeert als essentiële informatie wordt van geval tot geval bekeken. Echter, de wetgever heeft de informatie die een financiële onderneming op grond van art. 4:20 Wft, waarin het adequaatheidsvereiste is neergelegd, aan de consument dient te verstrekken op voorhand als essentiële informatie aangemerkt.²³ Dit betekent dat als deze informatie op bijvoorbeeld onbegrijpelijke wijze wordt verstrekt, reeds sprake is van een oneerlijke handelspraktijk (ervan uitgaande dat de consument de overeenkomst niet had gesloten als deze informatie wel begrijpelijk zou zijn geweest).

2.3 Handhaving van de regels over begrijpelijke informatieverstrekking

De AFM kan handhavend optreden in geval sprake is van een overtreding van de Wft of de Wet oneerlijke handelspraktijken. De handhavingsmaatregelen kunnen variëren van een 'normoverdragende brief' tot een aanwijzing een last onder dwangsom of een bestuurlijke boete.

Een bestuurlijke boete voor overtreding van de algemene norm van begrijpelijkheid in de Wft²⁴ of voor overtreding van de verplichting tot het verstrekken van adequate informatie zoals bepaald in de Wft²⁵ kan behoorlijk oplopen. Dergelijke overtredingen vallen in boetecategorie 2.²⁶ Hierbij hoort het basisbedrag van € 500.000 voor een boete. Dit bedrag kan worden verminderd tot € 0, maar kan ook oplopen tot € 1.000.000 afhankelijk van de ernst en de duur van de overtreding en de mate van verwijtbaarheid van de betrokken financiële onderneming. Een bestuurlijke boete wordt als regel gepubliceerd.²⁷

Naast de bevoegdheid om maatregelen te treffen op grond van de Wft heeft de AFM op grond van de Wet handhaving consumentenbescherming de bevoegdheid om onder andere bestuursrechtelijke maatregelen te treffen ingeval sprake is

van een oneerlijke handelspraktijk. Deze bestuursrechtelijke maatregelen variëren van het opleggen van een last onder dwangsom tot het opleggen van een bestuurlijke boete (oplopend tot € 450.000), en het publiceren van het betreffende besluit. Van deze bevoegdheid heeft de AFM al herhaaldelijk gebruik gemaakt.²⁸

2.4 Begrijpelijke algemene voorwaarden

Het verstrekken van niet begrijpelijke informatie kan behalve bestuursrechtelijke ook civielrechtelijke consequenties met zich brengen. Bijvoorbeeld de gevolgen die het recht verbindt aan niet begrijpelijke algemene voorwaarden. Ingeval sprake is van een *onduidelijke* bepaling in de algemene voorwaarden, d.w.z. wanneer meerdere lezingen van een bepaling mogelijk zijn, dient op grond van de contra-preferentemregel²⁹ te worden gekozen voor een uitleg die het meest gunstig is voor de consument.³⁰ Als sprake is van een *onbegrijpelijke* bepaling, hetgeen het geval is als er geen alternatieve uitleg mogelijk is van de bepaling en er dus niets te 'kiezen' valt, is volgens de literatuur sprake van een bepaling die in strijd is met het transparanzgebot.³¹ Het gevolg hiervan is dat het beding kan worden vernietigd.³² Voor zowel onduidelijke als onbegrijpelijke bepalingen in algemene voorwaarden geldt dus dat deze niet in het voordeel van de financiële onderneming worden uitgelegd. Deze bepalingen bereiken dan niet het doel waarvoor deze (ook) zijn opgesteld, namelijk met succes hierop een beroep doen.

2.5 Europese consumentenrechten

Ook op Europees (privaatrechtelijk) niveau wordt het belang van begrijpelijkheid van aan consumenten te verstrekken informatie steeds meer onderkend. Zo is het begrijpelijkheidsvereiste neergelegd in de Richtlijn betreffende consumentenrechten.³³ Het doel is het bieden van een hoog gemeenschappelijk niveau van consumentenbescherming, alsmede adequate informatie over de rechten van consumenten en hoe consumenten daar gebruik van kunnen maken. Deze richtlijn geldt overigens voor alle diensten en producten die aan consumenten worden aangeboden.

20. Art. 6:193a BW e.v.

21. Art. 6:193c tot en met 6:193g BW.

22. Art. 6:193c BW.

23. Art. 6:193f onder f BW.

24. Ex art. 4:19 Wft.

25. Ex art. 4:20 Wft.

26. Ar. 10 Besluit bestuurlijke boetes financiële sector.

27. Art. 1:97 lid 1 Wft.

28. Zo heeft de AFM herhaaldelijk geoordeeld dat sprake was van een misleidende omissie en een last onder dwangsom opgelegd. Zie bijvoorbeeld CIG Biodiesel (besluit van 7 september 2010) en de diverse TRE-vennootschappen (besluiten van 5 mei 2009, 19 juni 2009, en 27 juli 2009).

29. Art. 6:238 lid 2 BW.

30. M.L. Hendrikse en J.G.J. Rinkes, *Verzekeringvoorwaarden en de consument*, Zutphen: Uitgeverij Paris 2010, p. 67 e.v.

31. Art. 6:238 lid 2, eerste zin BW.

32. Wegens strijd met art. 6:233 onder a BW, zie Hendrikse en Rinkes, p. 75 en J. Hijma, *Algemene voorwaarden*, Deventer: Kluwer 2003, p. 34.

33. Richtlijn 2011/83/EU van 25 oktober 2011, *PbEU* 2011 L 304/64.

In deze richtlijn is expliciet opgenomen dat bedingen in overeenkomsten in duidelijke en begrijpelijke taal dienen te zijn opgesteld en goed leesbaar dienen te zijn³⁴. Deze richtlijn behelst maximum harmonisatie en de betreffende regels zullen dan ook moeten worden overgenomen door de lidstaten. Daarmee zal voor overeenkomsten die worden gesloten met consumenten de begrijpelijkheid als expliciet vereiste een rol gaan spelen in het nationale algemeen privaatrecht. De lidstaten hebben tot eind 2013 om deze richtlijn om te zetten in nationale wetgeving.

3. Informatie die begrijpelijk is³⁵

3.1 Belangrijke aspecten

Drie aspecten spelen een rol bij het verstrekken van begrijpelijke informatie: het taalgebruik, de toegankelijkheid en vindbaarheid en tot slot de inhoud van de informatie. Hieronder zal op deze drie aspecten nader in worden gegaan.

3.2 Het taalgebruik

Het gehanteerde taalniveau is van groot belang bij de beantwoording van de vraag of informatie begrijpelijk is of niet.

3.2.1 Het taalniveau

Wanneer is het taalgebruik van een tekst duidelijk en begrijpelijk? In dat kader heeft de Raad van Europa een aantal taalniveaus bepaald.³⁶ Deze taalniveaus variëren van A1 tot en met C2 en zien op de onderdelen begrijpen, spreken en schrijven. Voor wat betreft de informatieverstrekking door financiële ondernemingen is het onderdeel 'begrijpen' relevant. Hieronder volgt wat onder deze taalniveaus in dit kader moet worden verstaan:

		Begrijpen	
		Luisteren	Lezen
C2	Ik kan moeiteloos gesproken taal begrijpen, in welke vorm dan ook, hetzij in direct contact, hetzij via radio of tv, zelfs wanneer in een snel moedertaaltempo gesproken wordt als ik tenminste enige tijd heb om vertrouwd te raken met het accent.	Ik kan moeiteloos vrijwel alle vormen van de geschreven taal lezen, inclusief abstracte, structureel of linguïstisch complexe teksten, zoals handleidingen, specialistische artikelen en literaire werken.	
C1	Ik kan een langer betoog begrijpen, zelfs wanneer dit niet duidelijk gestructureerd is en wanneer relaties slechts impliciet zijn en niet expliciet worden aangegeven. Ik kan zonder al te veel inspanning tv-programma's en films begrijpen.	Ik kan lange en complexe feitelijke en literaire teksten begrijpen, en het gebruik van verschillende stijlen waarderen. Ik kan gespecialiseerde artikelen en lange technische instructies begrijpen, zelfs wanneer deze geen betrekking hebben op mijn terrein.	
B2	Ik kan een langer betoog en lezingen begrijpen en zelfs complexe redeneringen volgen, wanneer het onderwerp redelijk vertrouwd is. Ik kan de meeste nieuws- en actualiteitenprogramma's op de tv begrijpen. Ik kan het grootste deel van films in standaarddialect begrijpen.	Ik kan artikelen en verslagen lezen die betrekking hebben op eigentijdse problemen, waarbij de schrijvers een bepaalde houding of standpunt innemen. Ik kan eigentijds literair proza begrijpen.	
B1	Ik kan de hoofdpunten begrijpen wanneer in duidelijk uitgesproken standaarddialect wordt gesproken over vertrouwde zaken die ik regelmatig tegenkom op mijn werk, school, vrije tijd enz. Ik kan de hoofdpunten van veel radio- of tv-programma's over actuele zaken of over onderwerpen van persoonlijk of beroepsmatig belang begrijpen, wanneer er betrekkelijk langzaam en duidelijk gesproken wordt.	Ik kan teksten begrijpen die hoofdzakelijk bestaan uit hoogfrequente, alledaagse of aan mijn werk gerelateerde taal. Ik kan de beschrijving van gebeurtenissen, gevoelens en wensen in persoonlijke brieven begrijpen.	
A2	Ik kan zinnen en de meest frequente woorden begrijpen die betrekking hebben op gebieden die van direct persoonlijk belang zijn (bijvoorbeeld basisinformatie over mezelf en mijn familie, winkelen, plaatselijke omgeving, werk). Ik kan de belangrijkste punten in korte, duidelijke eenvoudige boodschappen en aankondigingen volgen.	Ik kan zeer korte eenvoudige teksten lezen. Ik kan specifieke voorspelbare informatie vinden in eenvoudige, alledaagse teksten zoals advertenties, folders, menu's en dienstregelingen en ik kan korte, eenvoudige, persoonlijke brieven begrijpen.	
A1	Ik kan vertrouwde woorden en basiszinnen begrijpen die mezelf, mijn familie en directe concrete omgeving betreffen, wanneer de mensen langzaam en duidelijk spreken.	Ik kan vertrouwde namen, woorden en zeer eenvoudige zinnen begrijpen, bijvoorbeeld in mededelingen, op posters en in catalogi.	

34. Art. 31 van de richtlijn.

35. Ook de AFM heeft zich hier in het kader van hypotheekdocumentatie over uitgelaten, 'Schriftelijke hypotheekinformatie: wat verwacht de AFM?' d.d. 30 maart 2010.

36. Council of Europe, Common European Framework of Reference for Languages, www.coe.int/t/dg4/linguistic/Source/Framework_EN.pdf.

Veel informatie die wordt gepresenteerd door het bedrijfsleven en de overheid zijn geschreven op taalniveau C1 of hoger. Het bedrijfsleven en de overheid gaan er (kennelijk) vanuit dat de betreffende informatie door de meeste Nederlanders wordt begrepen. Een groot deel van de Nederlanders komt echter niet verder dan de taalniveaus B1/B2. Daardoor begrijpen de meeste mensen de informatie van het bedrijfsleven en de overheid niet. Dat heeft vergaande gevolgen. Consumenten kunnen dan immers geen geïnformeerde beslissing nemen.

Hieronder volgt een voorbeeld van een tekst die geschreven is op een hoger taalniveau dan het taalniveau B1. Deze tekst komt uit een folder van Postbus 51.³⁷ Dit is wat de consument die slechts B1 begrijpt uit deze tekst ongeveer zou opmaken:

‘Welke onderwerpen het
De ouders maken in het in ieder geval over drie onderwerpen afspraken: 1. De verdeling van de (.....), 2., en 3. over belangrijke
... tot de persoon en het ... van de kinderen.
Het staat ouders ... om daarnaast ook andere afspraken in het’

Duidelijk is dat de essentie uit de tekst niet wordt begrepen. De hele tekst luidt als volgt:

‘Welke onderwerpen bevat het ouderschapsplan?
De ouders maken in het ouderschapsplan in ieder geval over drie onderwerpen afspraken: 1. de verdeling van de zorg- en opvoedingstaken (zorgverdeling), 2. kinderalimentatie, en 3. informatie-uitwisseling over belangrijke aangelegenheden met betrekking tot de persoon en het vermogen van de minderjarige kinderen. Het staat ouders vrij om daarnaast ook andere afspraken in het ouderschapsplan vast te leggen.’

Naar de duidelijkheid van voorwaarden van autoverzekeringen, een product dat regelmatig door consumenten wordt afgenomen, is in 2011 een onderzoek gedaan.³⁸ Uit de resultaten volgde dat 95% van de lezers de tekst begrijpt als deze op taalniveau B1 is geschreven, maar dat de meeste autoverzekeringsvoorwaarden op taalniveau C1 zijn geschreven. Die voorwaarden zijn voor een groot deel van de consumenten niet begrijpelijk. Als teksten worden geschreven op taalniveau B1 leidt dit er dus toe dat het merendeel van de bevolking de teksten wel begrijpt. Dit taalniveau wordt ook wel ‘eenvoudig Nederlands’ genoemd. Hoe ziet taalniveau B1 er uit? Ter illustratie volgt hieronder eerst een tekst op een hoger taalniveau:

‘Tegenover de cliënt strekt een uittreksel uit de administratie van de bank tot volledig bewijs, behoudens door de cliënt geleverd tegenbewijs’.³⁹

Als dit wordt herschreven naar B1 niveau, dan zou dit er als volgt uit kunnen zien:

‘Onze administratie klopt. Wij kunnen die gebruiken als bewijs. Vindt u dat onze administratie niet klopt? Dan moet u daarvoor bewijs hebben’.

Voor wat betreft het taalniveau zou deze tekst wel worden begrepen door de meeste consumenten, terwijl de inhoud van de tekst in essentie gelijk blijft. Overigens blijkt in de praktijk veelal dat bij het herformuleren van teksten naar een lager taalniveau dat de oorspronkelijke tekst inhoudelijk niet correct is of zelfs onvolledig is. Het hanteren van een lager taalniveau is derhalve niet alleen voor de consument, maar ook voor de financiële onderneming zelf nuttig.

3.2.2 Het gebruik van jargon

Het is verder van belang om (vak)jargon te vermijden. Dat is immers zonder nadere toelichting niet duidelijk voor de gemiddelde consument. Het verstrekken van begrijpelijke informatie brengt met zich dat de informatie in eenvoudige en duidelijke bewoordingen wordt verstrekt.

Het vermijden van jargon door het geven van een uitleg op een taalniveau B1 dient vanzelfsprekend niet als consequentie te hebben dat de juridische betekenis verloren gaat. Dit hoeft ook niet het geval te zijn als de tekst op taalniveau B1 zorgvuldig wordt opgesteld. Toch kan het in sommige gevallen nog zinvol zijn om eveneens te verwijzen naar de wettelijke term. Het gerechtshof Den Haag is hier op ingegaan. Het gerechtshof geeft aan dat een uitleg kan worden gegeven van bepaalde begrippen, maar dat in het geval een bepaald begrip naadloos dient aan te sluiten bij een wettelijke term, voor de duidelijkheid tevens een verwijzing naar de wettelijke term zou kunnen worden gemaakt:

‘Indien UVM de door haar in de polis gebezigde term (naadloos) had willen doen aansluiten op het begrip ‘eigen schuld’ van art. 276 W.v.K. had zij dit door een eenvoudige verwijzing kunnen bereiken. Nu UVM in de polis een andere term dan de wettelijke heeft gebruikt, en wel zonder enige verwijzing naar die wettelijke term, valt niet in te zien dat geïntimeerde bij het sluiten van de verzekeringsovereenkomst niettemin aan die andere term eenzelfde betekenis zou hebben moeten toekennen als aan de term ‘eigen schuld’ van art. 276 W.v.K. [...] Geïntimeerde mocht er in de gegeven omstandigheden daarom bij het sluiten van de verzekeringsovereenkomst vanuit gaan dat de term ‘verwijtbaar onvoldoende zorg’ een eigen betekenis heeft en dat deze, nu daarvan geen nadere definiëring is gegeven, aansluit bij het normale spraakgebruik.’⁴⁰

3.2.3 Het gebruik van cijfers en percentages

Het gebruik van percentages is voor de gemiddelde consument lastiger te begrijpen dan (absolute) getallen. Het vermelden van percentages in de informatieverstrekking dient dan ook zoveel mogelijk vermeden te worden. Voor het gebruik van cijfermatige gegevens, en derhalve zeker waar het een percentage betreft, verdient het bovendien de aanbeveling om een rekenvoorbeeld toe te voegen aan de informatie.

37. Folder ‘Ouderschapsplan opstellen bij scheiding en afschaffing van flitsscheiding’ van het Ministerie van Justitie, mei 2010.

38. Onderzoek Verzekeringssite.nl d.d. 15 april 2011, <http://blog.verzekeringssite.nl/meerderheid-klanten-begrijpt-voorwaarden-autoverzekering-niet>.

39. Art. 18 Algemene bankvoorwaarden 2009.

40. Gerechtshof Den Haag, 8 juni 2010, *LJN* BM7092.

Een voorbeeld:

‘Wilt u eerder geld van uw rekening halen? Dan moet u ons een bedrag betalen. U berekent het bedrag dat u moet betalen zo. Maakt u 1.000 euro over van uw rekening? Dan betaalt u 1% van dit bedrag aan ons. 1% van 1.000 euro is 10 euro. U betaalt dus 10 euro om het geld eerder van uw rekening te halen’.

3.3 De toegankelijkheid en vindbaarheid van informatie

Belangrijk is dat de informatie die een consument nodig heeft om een beslissing te kunnen nemen over een financieel product of dienst zonder een adviseur te vinden is. Ook moet de gevonden informatie zonder een adviseur toegankelijk zijn. Dit geldt ook in het geval dat de materie voor een consument complexer is, zoals bij hypotheek en beleggen.⁴¹ De opbouw van de informatie, de omvang en de vormgeving spelen hier een rol. Ik zal dat hierna toelichten.

3.3.1 De opbouw van de informatie

De opbouw van de informatie is bepalend voor de wijze waarop een consument informatie tot zich neemt. Als de opbouw van de tekst gericht is op de (belangrijkste) vragen die de consument heeft, hoeft de consument niet zelf ‘op zoek’ in de informatie naar de antwoorden op die vragen.

Dat betekent ook dat een gelaagde documentstructuur dient te worden vermeden. Het is dan immers aan de consument om een zoektocht te maken door alle documenten om te vinden wat hij nodig heeft om zich een oordeel te kunnen vormen over het financiële product of de financiële dienst.

Het geven van een samenvatting als de achterliggende informatie (toch) uitgebreid is, helpt de consument om een overzicht te krijgen van de belangrijkste rechten, verplichtingen, kenmerken en risico's behorende bij het financiële product of de dienst. Ook kan daarin worden aangegeven welke informatie is opgesteld voor het betreffende product of de betreffende dienst en van belang is om te lezen voor de consument. Vergelijk ook de op grond van de prospectusrichtlijn verplicht gestelde samenvatting bij een prospectus en waaraan op grond van de herziene prospectusrichtlijn nadere eisen worden gesteld ten aanzien van de begrijpelijkheid.⁴² Deze samenvatting bij het prospectus wordt gezien als één van de voornaamste bronnen van informatie voor consumenten. De herziene prospectusrichtlijn bepaalt expliciet dat deze samenvatting kort, eenvoudig, duidelijk en makkelijk te begrijpen dient te zijn voor de beoogde beleggers.⁴³

De Geschillencommissie oordeelde in dit kader recentelijk nog als volgt:

‘De Consument moet erop kunnen vertrouwen dat indien op het polisblad is vermeld welk deel van de ingelegde premie effectief voor de beleggingen zal worden aangewend, deze vermelding correct en volledig is. Indien de vermelding niet volledig is, moet het effectief te investeren bedrag uit de verdere documentatie, en een eventueel daarop gegeven toelichting, duidelijk blijken, en moet voor Consument duidelijk zijn dat in die verdere documentatie nog essentiële kenmerken van de verzekering zijn vermeld.’⁴⁴

De overweging van de Geschillencommissie laat zien dat het enkele feit dat alle wettelijk voorgeschreven of vereiste

informatie is verstrekt op zich niet betekent dat daarmee is voldaan aan de precontractuele informatieplicht.

3.3.2 De omvang van de informatie

Hoe meer informatie wordt verstrekt, hoe onoverzichtelijker de informatie is voor de consument. 't Hart en Du Perron hebben onderzoek gedaan naar de hoeveelheid informatie die een consument ontvangt voor het afsluiten van een ‘standaard’ hypotheek, bestaande uit verschillende documenten. Hun conclusie is dat die informatie in totaal wel 13 uur onafgebroken leestijd kan opleveren⁴⁵. Terecht merken zij op dat de consument, zeker indien deze niet geadviseerd wordt, zich aan de hand van al deze informatie geen afgewogen oordeel kan vormen over het financiële product.

Omtrent de omvang van de informatie heeft de rechtbank Amsterdam zich uitgelaten en wel als volgt:⁴⁶

‘De brochures en termsheets bevatten tot slot *ook niet bovenmatig veel* of bijzonder ingewikkelde informatie. Dit alles brengt mee dat ervan moet worden uitgegaan dat een gemiddeld geïnformeerde en gemiddeld intelligente, omzichtige en oplettende niet-professionele belegger van de inhoud daarvan kennis had kunnen nemen.’⁴⁷

Ook vanuit de wetgever wordt aandacht geschonken aan de omvang van de informatie. Zo geldt voor de EBI (Essentiële Beleggersinformatie) die verstrekt dient te worden vanaf juli 2012 de expliciete eis dat deze niet langer dan 2 bladzijden mag zijn:

‘Wanneer het document met essentiële beleggersinformatie wordt afgedrukt, is het niet langer dan 2 bladzijden van het papierformaat A4.’⁴⁸

3.3.3 De vormgeving van de informatie

De vormgeving speelt ook een belangrijke rol bij de toegankelijkheid en vindbaarheid van de informatie. De rechtbank Amsterdam heeft zich hierover uitgelaten. De rechtbank oordeelde dat voor wat betreft de beoordeling of sprake is van misleidende informatie onder andere gekeken dient te

41. Ook de AFM geeft dit aan in het AFM hypotheekonderzoek 2010.

42. Richtlijn 2010/73/EU van 24 november 2010, *PbEU* 2010 L 327/1, tot wijziging van Richtlijn nr. 2003/71/EG betreffende het prospectus dat gepubliceerd moet worden wanneer effecten aan het publiek worden aangeboden of tot de handel worden toegelaten.

43. Zie overweging 15 bij richtlijn 2010/73/EU.

44. Geschillencommissie Kifid, 6 oktober 2011, 2011-239.

45. 't Hart en Du Perron, *De geïnformeerde consument*, p. 18, Deventer: Kluwer 2006, p. 38.

46. Rechtbank Amsterdam, 2 maart 2011, *LJN* BP6838.

47. Rechtbank Amsterdam, 2 maart 2011, *LJN* BP6838.

48. Art. 6 van de Verordening (EU) Nr. 583/2010 van de Commissie van 1 juli 2010 tot uitvoering van Richtlijn 2009/65/EG van 13 juli 2009, *PbEU* 2009 L 302/32, wat betreft essentiële beleggersinformatie en de voorwaarden waaraan moet worden voldaan als de essentiële beleggersinformatie of het prospectus op een andere duurzame drager dan papier of via een website wordt verstrekt.

worden naar de strekking van de teksten – zijn deze juist en niet overdreven positief – en naar de in de informatie gehanteerde kopjes, lettergrootte en kleurstelling.⁴⁹

‘Bij de beantwoording van die vraag wordt vooropgesteld dat de brochures reclame-uitingen zijn die, behalve een informeren, ook een duidelijk wervend karakter hebben. De brochures zijn ook als zodanig herkenbaar. De brochures zijn uitgevoerd in opvallende kleuren en benadrukken door lay-out en lettertype eerder de voordelen van de notes dan de risico’s. De rechtbank is echter anders dan de Stichting van oordeel dat deze vormgeving de brochures op zichzelf niet misleidend maakt. Daarbij is van belang dat weliswaar op de voorzijde van de brochure de voordelen van de notes worden benadrukt, maar dat deze bezienswaardig in de context van de overige informatie in de brochures niet onjuist of overdreven positief zijn weergegeven. Daarbij komt dat de vormgeving van de brochure er niet aan in de weg staat dat kennis wordt genomen van de gehele inhoud daarvan, *terwijl met de indeling in kopjes, lettergrootte of kleurstelling ook niet wordt afgeleid van kennisname van de in de brochure opgenomen beschrijving van de werking en risico’s van de notes.* (...) Dit alles brengt mee dat ervan moet worden uitgegaan dat een gemiddeld geïnformeerde en gemiddeld intelligente, omzichtige en oplettende niet-professionele belegger van de inhoud daarvan kennis had kunnen nemen.’

Voor wat betreft het hanteren van ‘kleine lettertjes’ oordeelde het hof Leeuwarden als volgt:

‘Het Hof deelt niet de opvatting van Aegon dat de verstrekking van contractvoorwaarden en algemene voorwaarden (getiteld: bijzondere voorwaarden Box + Beleggen) bij de te ondertekenen exemplaren van deze overeenkomsten een voldoende wijze van informatievoorziening is. (...) De contractbepalingen en bijzondere voorwaarden, afgedrukt in het daarvoor gebruikelijke (zeer) kleine lettertype en opgesteld in juridische bewoordingen die voor een gewone consument niet zonder nadere uitleg begrijpelijk zijn, hebben vooral ten doel de verplichtingen van de cliënt zoveel mogelijk vast te leggen en de aansprakelijkheden van Aegon waar mogelijk te beperken. De toezending van deze contracten kan niet worden aangemerkt als het voldoen aan de hiervoor bedoelde precontractuele informatieverplichting.’⁵⁰

De eis dat bepaalde informatie niet in een kleiner lettertype mag worden afgedrukt, volgde (voor effecteninstellingen) ook al uit de destijds geldende Nadere regeling toezicht effectenverkeer 1999. Nog altijd voelt de wetgever zich geroepen dit expliciet te bepalen.⁵¹ Ook voor wat betreft de hiervoor aangehaalde EBI is deze eis expliciet gesteld vanuit Europa:

‘Een document met essentiële beleggersinformatie is: a) gepresenteerd en op zodanige wijze vormgegeven met gebruik van tekens van leesbare grootte dat het gemakkelijk leesbaar is.’⁵²

3.4 Hoe informatief is de informatie?

De informatie die wordt verstrekt dient daadwerkelijk informatief te zijn. Dit betekent dat niet kan worden volstaan met het vermelden van de kenmerken van een financieel product, maar dat ook vermeld moet worden welke risico’s aan die kenmerken verbonden zijn en wat de consequenties zijn indien die risico’s zich realiseren. Zo is de vermelding dat sprake is van een beleggingshypotheek niet toereikend indien de consument niet tevens wordt geïnformeerd over het feit dat hij voor aflossing van de hoofdsom afhankelijk is van de waardeontwikkeling van de beleggingen en het feit dat hij over ander vermogen dient te beschikken om de hoofdsom af te lossen indien de beleggingsopbrengst ontoereikend is.

Ook dient de informatie evenwichtig te zijn. Dat is het geval als alle relevante informatie wordt verstrekt zowel over de voordelen als de nadelen (risico’s). Alleen dan krijgt de consument een correct beeld van het financiële product of de financiële dienst. De informatie dient verder zo concreet mogelijk te zijn.

In de rechtspraak is dit herhaaldelijk aan de orde gekomen. Een afnemer (ongeacht diens bijzondere omstandigheden) dient in duidelijke en niet mis te verstane bewoordingen te worden geïnformeerd over bijvoorbeeld de specifieke risico’s.⁵³ Algemeen geformuleerde waarschuwingen bieden onvoldoende bescherming voor de consument. De eisen die aan de indringendheid van een waarschuwing worden gesteld worden in belangrijke mate bepaald door de complexiteit van het product alsmede de ernst van de gevolgen indien de risico’s van het product zich realiseren:

Zo overweegt de Hoge Raad:

‘De klacht van onderdeel 1. a (iii) miskent dat de omstandigheid dat [De T.] zich niet met vrucht op dwaling kan beroepen omdat hem, kort gezegd, de essentialia van de overeenkomst - en dus de in algemene zin aan deze overeenkomst verbonden risico’s - voldoende duidelijk waren of behoorden te zijn omdat Dexia hem tijdig de vereiste informatie omtrent de wezenlijke kenmerken van de overeenkomst heeft verschaft, niet uitsluit dat in de gegeven omstandigheden op Dexia de plicht rustte ondubbelzinnig te waarschuwen voor het bijzondere, aan het onderhavige *risicovolle en complexe* effectenleaseproduct verbonden, gevaar van een restschuld bij tussentijdse beëindiging. Deze

49. Rechtbank Amsterdam, 2 maart 2011, *LJN* BP6838.

50. Gerechtshof Leeuwarden, 29 november 2006, *JOR* 2007/48.

51. Art. 10.4 van bijlage 10 bij de Nadere regeling gedragstoezicht financiële ondernemingen Wft.

52. Art. 5 van de Verordening (EU) Nr. 583/2010 van de Commissie van 1 juli 2010 tot uitvoering van Richtlijn 2009/65/EG, 13 juli 2009, *PbEU* 2009 L 302/32, wat betreft essentiële beleggersinformatie en de voorwaarden waaraan moet worden voldaan als de essentiële beleggersinformatie of het prospectus op een andere duurzame drager dan papier of via een website wordt verstrekt.

53. HR 5 juni 2009, *LJN* BH2815, HR 5 juni 2009, *LJN* BH2811 en HR 5 juni 2009, *LJN* BH2822. Zie ook de Commissie van Beroep DSI 27 januari 2005, *JOR* 2005/67.

waarschuwingsplicht strekt immers mede ertoe de afnemer, ook al is hij zich op grond van de door Dexia verschaft informatie bewust van de aan de overeenkomst verbonden risico's, indringend te waarschuwen tegen het lichtvaardig aangaan daarvan.⁷

Begrijpelijkheid betekent niet dat alle denkbare informatie moet worden verstrekt. Feiten van algemene bekendheid kunnen achterwege worden gelaten.⁵⁴ De algemene stelling dat de waarde van beleggingen kan dalen en dat in het verleden behaalde rendementen geen garantie bieden voor de toekomst zou in principe dus kunnen worden vervangen door informatie die de specifieke risico's van het financiële product of de financiële dienst geeft, ware het niet dat de Wft vermelding hiervan in sommige gevallen nog vereist.⁵⁵ Benoem juist de concrete risico's van een financieel product of een financiële dienst en geef aan wat de consequenties zijn voor de consument als die specifieke risico's zich realiseren. Verder dient vermeden te worden dat een consument nog zelf de nodige denkstappen of berekeningen moet maken om het financiële product te kunnen begrijpen. Zo overwoog de rechtbank Utrecht:⁵⁶

'De rechtbank heeft in diverse vonnissen geoordeeld (zie meer recentelijk de hiervoor onder 2.2 vermelde vonnissen) dat de tekst van de overeenkomst, de algemene voorwaarden en de brochure in onderlinge samenhang gelezen niet onjuist, maar wel onvolledig is, in die zin dat degene met wie de overeenkomst wordt gesloten de nodige berekeningen en denkstappen heeft moeten maken om de aan het product verbonden risico's geheel te doorgronden en te beoordelen of dit product wel paste bij haar wensen en beleggingsdoelstellingen. In het kader van de op Defam rustende zorgplicht had het op haar weg gelegen om in de door haar verstrekte informatie uitdrukkelijk en in niet mis te verstane bewoordingen te waarschuwen voor het risico dat de deelnemer aan het eind van de looptijd met een restschuld wordt geconfronteerd. Defam heeft nagelaten deze waarschuwing te geven.'

Ook het Hof Amsterdam overwoog in het Koersplan arrest:

'Het hof is van oordeel dat ook van een belegger die zich in de contractdocumentatie heeft verdiept en die redelijk geïnformeerd en oplettend is, niet verwacht kon worden dat hij deze berekening zonder toelichting zou en kon uitvoeren.

Dit betekent dat de stelling van Aegon niet opgaat dat het deel van de inleg dat wordt aangewend als spaarstorting *eenvoudig bepaalbaar* is en dat daarom evenmin de stelling opgaat dat daaruit door de deelnemers (op eenvoudige wijze) kan worden afgeleid wat de hoogte van de premie is. Aegon heeft de hoogte van de overlijdensrisicopremie daarmee niet (voldoende duidelijk) kenbaar gemaakt aan de deelnemers, zodat niet geoordeeld kan worden dat de eenzijdig door Aegon bepaalde premie met de deelnemers is overeengekomen.⁵⁷

3.5 Een concreet overzicht

Samenvattend geldt dat de volgende aspecten informatie begrijpelijker kunnen maken:

- Gebruik een eenvoudig taalniveau.
- Vermijd jargon.
- Vermijd het gebruik van percentages.
- Gebruik zoveel mogelijk absolute cijfers en geef daarbij een rekenvoorbeeld.
- Geef de informatie die de consument nodig heeft. Geef niet teveel informatie.
- Zorg ervoor dat de informatie gemakkelijk te vinden is. Denk daarbij aan de lettergrootte, kleurstelling en het gebruik van kopjes.
- Vermijd zoveel mogelijk een gelaagde documentstructuur.
- Geef een samenvatting indien noodzakelijk.
- Zorg ervoor dat de informatie daadwerkelijk informatief is. Geef informatie over zowel de voordelen als de nadelen (risico's).
- Beperk de informatie niet tot algemene feit of waarschuwingen, maar geef de specifieke risico's weer.
- Zorg ervoor dat de consumenten niet zelf denkstappen of berekeningen hoeven te maken.

4. De samenhang tussen informatieverstrekking en de kwaliteit van het product

De informatieverstrekking van een financieel product is onlosmakelijk verbonden aan de kenmerken en dus ook de kwaliteit van het product zelf. Hoe ingewikkelder het product, des te belangrijker is de informatieverstrekking en met name de begrijpelijkheid daarvan. Maar ook geldt: financiële producten van een 'slechte' kwaliteit kunnen niet worden verbeterd door de informatieverstrekking, ook niet als de inhoud van de informatieverstrekking voldoet aan de regelgeving. Zoals 't Hart en Du Perron omschreven: 'Men mag in de vorm van effecten waardeloze troep aanbieden, zolang men dat maar op de voorgeschreven wijze kenbaar maakt. Dit sluit aan bij de privaatrechtelijke regels rondom de koopovereenkomst: het is niet verboden rommel te verkopen, zolang de koper maar weet wat hij kan verwachten.'⁵⁸ De informatieverstrekking over financiële producten kan niet los worden gezien van de kwaliteit van de producten zelf. Hier komen we bij de zogenaamde intrinsieke integriteit van een financieel product.⁵⁹ De essentie hiervan is dat aanbieders worden geacht producten te ontwikkelen die een economisch toegevoegde waarde hebben en die aansluiten

54. Overigens is niet altijd duidelijk wanneer een feit van algemene bekendheid is. Zie bijvoorbeeld de noot van 't Hart bij HR 10 september 2010, *JOR* 2010/278.

55. Zie bijvoorbeeld art. 3.21 van de Nadere regeling gedrags-toezicht financiële ondernemingen Wft en art. 10.4 van bijlage 10 bij de Nadere regeling gedragstoezicht financiële ondernemingen Wft.

56. Rechtbank Utrecht, 24 september 2008, *LJN* BF1800.

57. Gerechtshof Amsterdam, 26 juli 2011, *JOR* 2011/297.

58. 't Hart en Du Perron, *De geïnformeerde consument*, Deventer: Kluwer 2006, p. 18.

59. 't Hart en Du Perron, *De geïnformeerde consument*, Deventer: Kluwer 2006, p. 65-66.

op de financiële behoefte van concreet aan te duiden consumenten.⁶⁰ Dit is weliswaar geen wettelijke vereiste, maar het is wel de vertaling van een groeiend maatschappelijk ongevoegen over de kwaliteit van bepaalde financiële producten. Hierop doelde ook de Ombudsman Financiële Dienstverlening in de in maart 2008 uitgebrachte aanbeveling inzake beleggingsverzekeringen. De Ombudsman stelde dat beleggingsverzekeringen aan de (kwaliteits)eis zouden moeten voldoen dat deze producten, ook na kosteninhouding, in vergelijking met alternatieve financiële producten die gericht zijn op vermogensvorming, onder gemiddelde marktomstandigheden nog economisch nut voor de consument hebben.⁶¹ De kwaliteit van financiële producten zou kunnen worden verbeterd door te waarborgen dat sprake is van een reële economisch toegevoegde waarde. De begrijpelijkheid kan verbeterd worden door de productkenmerken te vereenvoudigen. Begrijpelijke informatievoorziening begint dus bij productontwikkeling.

De Minister van Financiën heeft aan de Tweede Kamer toegezegd begin 2012 een wetsvoorstel te zullen indienen dat de AFM bevoegdheden geeft om in te grijpen bij het productontwikkelingsproces (product approval process). Volgens de Minister is het slagen van het productontwikkelingsproces afhankelijk van de uitkomsten daarvan, dus als producten van voldoende kwaliteit zijn en in het belang van de klant zijn.⁶² Hiermee wordt de consument dus ook tegen zichzelf beschermd.

De volgende uitgangspunten zullen, als het aan de AFM ligt, van belang zijn bij het beoordelen van een financieel product:

1. kostenefficiëntie: biedt het product waar voor zijn geld?
2. nut: geeft het product invulling aan een gefundeerde behoefte van de doelgroep?
3. veiligheid: doet het product wat het beoogt in allerlei omstandigheden en is de uitkomst dan acceptabel voor de doelgroep?
4. begrijpelijkheid: is het product niet onnodig ingewikkeld en kan de doelgroep de kwaliteit en passendheid goed beoordelen?⁶³

5. Slotbeschouwing

Informatie heeft als doel de consument te informeren over een financieel product of een financiële dienst. Het verstrekken van begrijpelijke informatie heeft als gevolg dat de consument de informatie daadwerkelijk begrijpt en zich een afgewogen oordeel kan vormen over het financiële product of dienst. Wanneer is informatie begrijpelijk? Drie aspecten spelen hierbij een rol:

1. Het taalgebruik in de informatie dient te passen bij de consument.
 2. De informatie dient toegankelijk en vindbaar te zijn.
 3. De informatie dient daadwerkelijk informatief te zijn.
- Informatieverstrekking kan echter niet los worden gezien van de kwaliteit van het financiële product zelf. Vereenvoudigde productkenmerken en producten met economische toegevoegde waarde dragen bij aan integriteit van het product en daarmee aan de begrijpelijkheid van het product. Tezamen dragen zij bij aan een klantgerichte benadering. Gezien de samenhang tussen de informatieverstrekking en de kwaliteit van het product en het belang van de klant dat hierbij centraal staat, zal ook het toezicht van de AFM, dat tot op heden 'beperkt' is tot de informatieverstrekking, naar

verwachting over niet al te lange tijd worden uitgebreid naar de ontwikkeling van de producten zelf.

60. De AFM is kritisch voor wat betreft de volgende producten: koopsomverzekeringen met zeer hoge provisies, dakpanconstructies bij sparen, onbegrijpelijke gestructureerde producten, 'leeglopende' beleggingsverzekeringen (wanneer de waarde van de beleggingen daalt, wordt er meer overlijdensrisicopremie onttrokken aan de beleggingen, waardoor het opgebouwde vermogen nog sneller daalt) en arbeidsongeschiktheidsverzekeringen met hoge kosten en provisies, ongeschikte dekking en teleurstellende uitkering (AFM jaarverslag 2010 p. 20, en in navolging van de brief van de AFM aan de Minister van Financiën van oktober 2010).

61. Aanbeveling Ombudsman Financiële Dienstverlening d.d. 4 maart 2008

62. Brief Minister van Financiën d.d. 20 juni 2011.

63. Brief Minister van Financiën d.d. 27 april 2011.