

Aanpassing Nadere regeling gedragstoezicht financiële ondernemingen Wft

Besluit van 27 januari 2009, houdende aanvulling van de Nadere regeling gedragstoezicht financiële ondernemingen Wft van 13 oktober 2008, houdende regels voor het gedragstoezicht op financiële ondernemingen op grond van de Wet op het financieel toezicht (wijziging Nadere Regeling gedragstoezicht financiële ondernemingen Wft).

De Stichting Autoriteit Financiële Markten,

Besluit:

Artikel I

De Nadere regeling gedragstoezicht financiële ondernemingen Wft wordt als volgt gewijzigd:

A.

Onder vernummering van paragraaf 2.1 en 2.2 tot 2.2 en 2.3 en onder vernummering van de artikelen 2:1, 2:2, 2:3 en 2:4 tot 2:2, 2:3, 2:4 en 2:5 wordt een nieuwe paragraaf ingevoegd luidende:

2.1 Regels met betrekking tot reclame-uitingen als bedoeld in artikel 53, achtste lid, van het besluit.

Artikel 2:1

1. In een reclame-uiting als bedoeld in artikel 53, achtste lid, van het besluit, die op schrift is gesteld wordt gecentreerd onderaan de in het vijfde lid bedoelde waarschuwing getoond in zijn oorspronkelijke verhouding, waarbij de breedte van de waarschuwing gelijk is aan de breedte van de reclame-uiting en de hoogte van de waarschuwing minimaal 10% van de hoogte van reclame-uiting inclusief waarschuwing bedraagt. Indien een reclame-uiting meerdere pagina's beslaat, dient onderaan op de eerste pagina van die reclame-uiting de in het vijfde lid bedoelde waarschuwing getoond te worden.
2. In een reclame-uiting als bedoeld in artikel 53, achtste lid, van het besluit, die op internet is geplaatst, wordt gecentreerd bovenaan de in het vijfde lid bedoelde waarschuwing getoond in zijn oorspronkelijke verhouding, waarbij de breedte van de waarschuwing gelijk is aan de breedte van de reclame-uiting en de hoogte van de waarschuwing minimaal 10% van de hoogte van reclame-uiting inclusief waarschuwing bedraagt.
3. Direct aansluitend aan een reclame-uiting als bedoeld in artikel 53, achtste lid, van het besluit, die via radio of internet ten gehore wordt gebracht, wordt een waarschuwingszin opgenomen door het afspelen van een geluidsbestand, te downloaden vanaf www.afm.nl/kredietwaarschuwing. Het geluidsbestand wordt op oorspronkelijke snelheid afgespeeld en met eenzelfde volume als de reclame-uiting.
4. Gedurende een reclame-uiting als bedoeld in artikel 53, achtste lid, van het besluit, die via televisie wordt getoond of ten gehore wordt gebracht, wordt gecentreerd onderaan in het beeld dat op het televisiescherm wordt getoond een waarschuwing getoond. Deze waarschuwing is de vanaf www.afm.nl/kredietwaarschuwing te downloaden afbeelding. Deze afbeelding wordt in zijn oorspronkelijke verhouding afgebeeld, waarbij de breedte van de afbeelding gelijk is aan de breedte van het beeld dat op het televisiescherm wordt getoond.
5. De in het eerste en tweede lid genoemde waarschuwing is de vanaf www.afm.nl/kredietwaarschuwing te downloaden afbeelding. De hoogte van de te downloaden afbeelding, zoals geplaatst in de reclame-uiting overeenkomstig het eerste dan wel het tweede lid, beslaat minimaal 10% van de hoogte van de reclame-uiting inclusief waarschuwing. De afbeelding mag vergroot en verkleind worden, met als uiterste minimumwaarde een lettergrootte van 7 punten voor de letters welke gebruikt zijn in de afbeelding.

Artikel II

Deze regeling treedt in werking met ingang van 1 april 2009.

Amsterdam, 27 januari 2009

J. F. Hoogervorst
Voorzitter

T.F. Kockelkoren
Bestuurslid

Toelichting:
1. Algemeen:

De maatregel een waarschuwing in te voeren bij kredietreclames is al aangekondigd in een brief van de staatssecretaris van Sociale Zaken en Werkgelegenheid en de minister van Financiën d.d 19 oktober 2007 (Kamerstuknummer 24515, nr. 119). Daarna heeft daarover een aantal keer overleg plaatsgevonden met de Tweede Kamer, waaruit de toezegging is voortgekomen dat de maatregel in 2009 van kracht wordt.

Het Besluit Gedragstoezicht financiële ondernemingen (BGfo) is aangevuld met een nieuw lid 8, in artikel 53: “een financiële onderneming neemt in een reclame-uiting over krediet een waarschuwing op met betrekking tot de gevolgen die aan het krediet zijn verbonden, tenzij het een reclame-uiting voor hypothecair krediet betreft waarbij geen relatie met een ander bestedingsdoel wordt gelegd dan de verwerving van de eigen woning.”

De toelichting meldt nog dat de waarschuwing dus achterwege kan blijven bij reclame-uitingen voor hypothecaire kredieten waarbij geen relatie met een bestedingsdoel wordt gelegd of voor zover een bestedingsdoel wel wordt aangeduid, deze uitsluitend ingaat op de verwerving van de eigen woning. Deze uitzondering rust op de redenering dat de maatregel met name ziet op het creëren van een bewustwording bij consumenten ten aanzien van de gevolgen van het aangaan van leningen om op korte termijn te kunnen consumeren, te weten de kosten die op een lange termijn gedragen moeten worden. Gekozen is, bij publicatie van de wijziging in het BGfo op 18 december 2008, de inwerkingtredingsdatum vast te stellen op 1 april 2009 om een invoeringstermijn mogelijk te maken. Dit betekent dat op uiterlijk 1 april 2009 de waarschuwing in reclame-uitingen moet zijn opgenomen. De waarschuwing die ter beschikking wordt gesteld is een afbeelding waarin een waarschuwingszin en -symbool is opgenomen.

Bovenstaande wijziging in de nadere regeling rust op de bevoegdheid, zoals omschreven in artikel 54 BGfo. Met deze wijziging wordt beoogd duidelijkheid aan marktpartijen te bieden omtrent de eisen die gesteld worden. In bovenstaande wijziging worden regels opgenomen voor de wijze waarop de waarschuwing in reclame-uitingen, zoals bedoeld in artikel 53, achtste lid BGfo, weergegeven moet worden. Deze reclame-uitingen kunnen via diverse media onder de aandacht van consumenten worden gebracht. In deze wijziging wordt ingegaan op reclame-uitingen die worden getoond op televisie, internet, op schrift en reclame-uitingen die ten gehore worden gebracht via radio, internet en/of televisie. Aan elk medium is een apart artikelonderdeel gewijd.

2. Downloadbestanden

Alvorens in te gaan op de overwegingen per medium, worden de downloadbestanden toegelicht. Er worden verschillende bestanden aangeleverd voor gebruik in reclame-uitingen op internet en schrift. Daarnaast wordt een apart geluidsfragment voor reclame-uitingen die ten gehore worden gebracht via internet of radio ter beschikking gesteld. Ook voor reclame-uitingen op televisie wordt een apart bestand ter beschikking gesteld. Op het gebruik van deze bestanden wordt in de artikelsgewijze toelichting nader ingegaan. De verhouding tussen de lengte en breedte van de downloadbestanden mag niet gewijzigd worden. De afbeelding met waarschuwingszin en symbool dient over de gehele breedte van de reclame-uiting getoond te worden.

Voor elke reclame-uiting is de leidraad dat de waarschuwingszin en –symbool leesbaar, eenduidig, proportioneel en zichtbaar weergegeven dienen te worden.

3. Voorschriften per medium

3.1 Reclame-uitingen op schrift:

Voor reclame-uitingen op schrift is van belang dat de waarschuwing gecentreerd onderaan, over de gehele breedte opgenomen dient te worden opgenomen en de hoogte van de waarschuwing dient ten minste 10% van de hoogte van de reclame-uiting inclusief waarschuwing te beslaan. Bovendien dient de waarschuwing in zijn oorspronkelijke verhouding te worden afgebeeld over de gehele breedte van de reclame-uiting en minimaal 10% van de hoogte van de reclame-uiting inclusief waarschuwing. Voor het gebruik van de waarschuwing wordt verwezen naar lid 5. Indien een reclame-uiting meerdere pagina's beslaat dient de waarschuwing op de eerste pagina, met inachtneming van de voorschriften voor het plaatsen van de waarschuwing, weergegeven te worden.

Onder reclame-uitingen op schrift wordt in ieder geval begrepen reclame-uitingen in kranten, dag- week- en maandbladen, radio- en televisiebladen en andere schriftelijke media waar onder catalogi, brochures, direct-mail per post en e-mail, sms-diensten en billboards.

3.2 Reclame-uitingen op internet:

Voor reclame-uitingen op internet gelden dezelfde voorwaarden als de reclame-uitingen op schrift met als verschil dat de waarschuwing, bovenaan in de reclame-uiting getoond moet worden. Voor het gebruik van de waarschuwing wordt verwezen naar lid 5. Elke webpagina dient afzonderlijk beoordeeld te worden op de aanwezigheid van reclame-uitingen voor krediet zoals in de regeling aangeduid, derhalve is het niet voldoende de waarschuwing alleen op de startpagina te tonen. Reclame-uitingen op internet zijn minder statisch dan op schrift, hetgeen inhoudt dat ook bewegende reclame-uitingen mogelijk zijn, zoals een animerende banner en filmpjes in bannerformaat. Uiteraard dient in elke reclame-uiting, ongeacht vorm en al dan niet bewegend beeld, op internet de waarschuwing getoond te worden.

3.3 Reclame-uitingen die ten gehore worden gebracht:

Reclame-uitingen die via radio of internet ten gehore worden gebracht worden voorzien van een waarschuwing door gebruikmaking van een geluidsbestand, welke direct aansluitend aan de reclame-uiting wordt afgespeeld. Op internet is het mogelijk een reclame-uiting ten gehore te brengen zonder bijbehorend beeld. Deze reclame-uitingen worden gelijk gesteld met reclame-uitingen via radio. Het te downloaden geluidsfragment waarin de waarschuwing is opgenomen dient op oorspronkelijke snelheid afgespeeld te worden en met eenzelfde volume als de reclame-uiting.

3.4 Reclame-uitingen op televisie:

Voor reclame-uitingen op televisie dient de waarschuwing gecentreerd onderaan in beeld, over de gehele breedte getoond te worden. Bij televisie geldt dat de grootte van de reclame-uiting aansluit bij de zogenoemde safety-frame. Dit is een frame waarbinnen de reclameboodschap wordt opgemaakt om te waarborgen dat reclame-uitingen bij verschillende beeldformaten altijd volledig zichtbaar blijven. De afbeelding met waarschuwing dient uiteraard zichtbaar, en daarmee binnen het safety frame, getoond te worden. Daarnaast is voor televisie de voorwaarde opgenomen dat de waarschuwing ook in beeld gebracht moet worden als een reclame-uiting ten gehore wordt gebracht. Hiermee wordt onder meer bedoeld op reclame-uitingen die tijdens een televisieprogramma ten gehore worden gebracht, de zogenoemde 'in program' reclame. De waarschuwing dient gedurende de gehele reclame-uiting voor krediet, zoals omschreven in artikel 53, achtste lid BGfo, in beeld gebracht te worden.

Wellicht ten overvloede dient opgemerkt te worden dat onder reclame-uitingen op televisie ook de teletekst reclame-uitingen worden begrepen.

4. Gebruik downloadbestanden in reclame-uitingen op schrift en internet:

In lid 5 wordt omschreven dat de waarschuwing de afbeelding is die te downloaden is van www.afm.nl/kredietwaarschuwing. De afbeelding is in vijf verschillende bestanden, met vijf

verschillende formaten ter beschikking gesteld. Deze bestanden zijn op de webpagina geplaatst. Een financiële onderneming die deze afbeelding in reclame-uitingen dient te gebruiken heeft de keuze uit deze vijf bestanden met als randvoorwaarden:

1. de afbeelding, zoals opgenomen in de downloadbestanden, dient in de oorspronkelijke verhouding en over de gehele breedte van de reclame-uiting te worden weergegeven,
2. de minimale hoogte van de afbeelding is 10% van de hoogte van de reclame-uiting inclusief waarschuwing,
3. de downloadbestanden mogen zowel worden vergroot als verkleind, met als uiterste minimumwaarde een lettergrootte van 7 punten voor de letters gebruikt in de afbeelding.

De laatste voorwaarde betekent dat het verkleinen van de afbeelding mogelijk is totdat het minimum voor de lettergrootte van de waarschuwingszin in deze afbeelding is bereikt. Indien bij gebruikmaking van de afbeelding de volledige breedte en/of de minimale hoogte van 10% van de reclame-uiting inclusief waarschuwing niet wordt gehaald, dient de afbeelding in de oorspronkelijke verhouding te worden vergroot tot de afbeelding de volledige breedte en minimaal 10% van de hoogte van de reclame-uiting beslaat. Om de leesbaarheid in kleine reclame-uitingen te garanderen is een minimum lettergrootte opgenomen. Doordat de waarschuwing in diverse formaten ter beschikking wordt gesteld beoogt deze regeling aan te sluiten bij de grote diversiteit aan formaten van reclame-uitingen, zodat in ieder formaat een te downloaden afbeelding past die leesbaar, zichtbaar en eenduidig kan worden weergegeven en in proportionele verhouding staat met de reclame-uiting.

De vijf downloadbestanden voor gebruik in reclame-uitingen op schrift en internet zijn beschikbaar via www.afm.nl/kredietwaarschuwing.