

Toelichting op het normenkader voor vergelijkingsites en een goed praktijkvoorbeeld

De AFM verwacht dat u consumenten *gemakkelijk vindbare* en *begrijpelijke* informatie verstrekt waarin u antwoord geeft op de vragen:

- a. Wat doet u voor de consument?
- b. Waar verdient u aan?
- c. Hoe komt de vergelijking tot stand?
- d. Hoe volledig is de vergelijking?

➤ Ook verwacht de AFM dat u het vooraf invullen van variabelen in de toekomst achterwege laat.

Tijdigheid

Deze informatie moet de consument in ieder geval hebben bereikt voordat met hem een overeenkomst wordt aangegaan. In de praktijk zal dit betekenen dat deze informatie op uw vergelijkingsite beschikbaar moet zijn.

Gemakkelijk vindbare informatie

Voor alle onderstaande relevante kenmerken geldt dat de informatie gemakkelijk vindbaar en begrijpelijk moet zijn. Informatie is vindbaar wanneer deze op een logische en relevante plek staat. Wanneer dit het geval is, is het waarschijnlijk dat de consument, zonder expliciet op zoek te gaan naar de informatie, hier toch kennis van kan nemen. De consument komt tijdens het maken van de vergelijking 'logischerwijs' langs deze informatie. Om dit te bereiken moet de informatie in de directe nabijheid van de vergelijking staan. Dit betekent dat de informatie (of een hyperlink naar de informatie die ervoor zorgt dat de consument er met één 'click' kan komen) een prominente plek krijgt op de website, zowel tijdens het invullen van de gegevens voor de vergelijking als bij de uiteindelijke vergelijking zelf.

Begrijpelijke informatie

Informatie is begrijpelijk wanneer deze zo min mogelijk moeilijke termen en juridisch jargon bevat. Door moeilijke begrippen eenvoudig uit te leggen en korte zinnen te gebruiken kunnen consumenten de informatie beter begrijpen

Relevante kenmerken

a. Wat doet u voor de consument?

De AFM vindt het belangrijk dat de consument weet wat hij kan verwachten van een financiële dienstverlener. Wanneer een consument uw vergelijkingssite bezoekt, moet hij begrijpelijke informatie kunnen vinden over de rol die uw website voor hem gaat vervullen. Wordt alleen een vergelijking gemaakt tussen verschillende producten, of kunnen de producten ook direct via de website worden afgesloten? En indien het product via de website wordt gesloten, wie is dan gedurende de looptijd het aanspreekpunt voor de consument, bent u dit zelf of is dit de productaanbieder?

Om duidelijke informatie te verstrekken, dient u ook het gehanteerde bedieningsconcept toe te lichten aan de consument (bijvoorbeeld execution only, bemiddelen, adviseren of een niet-vergunningsplichtige activiteit).

b. Waar verdient u aan?

Om te beoordelen welke waarde aan de vergelijking kan worden gehecht, moet de consument ook kunnen begrijpen of er oorzaken bestaan die de resultaten van de vergelijking beïnvloeden, bijvoorbeeld het niet opnemen van bepaalde partijen. Dit kan aan de orde zijn wanneer u van verschillende aanbieders of adviseurs een andere vergoeding ontvangt voor dezelfde dienst.

De AFM is van mening dat een consument daarom moet weten dat u een beloning ontvangt voor de dienst die wordt verleend. Het dient duidelijk te zijn of er een vergoeding wordt ontvangen van aanbieders of adviseurs voor het doorgeven van leads, offerteaanvragen, de aankoop van een product of dienst via de website, of het opnemen van producten in de vergelijking. Ook moet duidelijk zijn hoe deze beloning is opgebouwd (bijvoorbeeld een vaste of variabele vergoeding).

Daarnaast zijn mogelijk ook bepaalde beloningsregels op u van toepassing. Er zal op dit gebied binnenkort veel veranderen. U dient zelf na te gaan welke beloningsregels op u van toepassing zijn. Een overzicht van deze regels vindt u op de website van de AFM: www.afm.nl/provisie

c. Hoe komt de vergelijking tot stand?

Voor een consument is het nuttig om te weten hoe de vergelijking tot stand komt. De vraag die hiervoor beantwoord moet worden is: wordt er alleen vergeleken op basis van prijs, of spelen ook andere factoren zoals productkenmerken, kwaliteit of gemaksoverwegingen (zoals de mogelijkheid tot direct afsluiten van het product via de website) een rol, en zo ja, welke?

Indien ook productkenmerken de uitkomst van de vergelijking beïnvloeden is het belangrijk toe te lichten op welke wijze dit gebeurt. Wanneer een oordeel over de kwaliteit de productvergelijking beïnvloedt, zal de consument moeten weten op welke wijze dit oordeel tot stand is gekomen. Dit zodat hij weet op basis van welke criteria hij zelf de producten nog nader moet vergelijken voordat het product wordt afgesloten.

d. Hoe volledig is uw vergelijking?

De AFM ziet dat in het uiteindelijke overzicht van aanbevelingen vaak producten ontbreken die wel in de overzichten van andere websites terugkomen. De overzichten zijn dan niet volledig. Om tot een

weloverwogen keuze te kunnen komen, is het voor consumenten belangrijk dat zij weten waarom bepaalde aanbieders wel in het overzicht zijn terug te vinden en andere aanbieders niet. Is dit bijvoorbeeld een gevolg van de productendatabase die wordt gehanteerd of zijn hier bewuste keuzes in gemaakt, en zo ja op welke gronden? Wanneer duidelijke informatie wordt verstrekt over de volledigheid van de vergelijking, kan de consument duiden hoeveel partijen of producten met elkaar worden vergeleken, en waarom bepaalde andere partijen of producten niet.

➤ *Het door de website automatisch invullen van antwoorden*

Op verschillende websites worden keuzevelden vooraf automatisch voor de consument ingevuld. Dit is bijvoorbeeld het geval wanneer bij opening van het invulformulier voor autoverzekeringen het keuzeveld van de dekking al op 'WA + casco (all risk)' staat.

De AFM vindt het belangrijk dat de consument zelf de keuzemogelijkheden invult en zo wordt gedwongen actief over zijn (financiële) situatie in relatie tot het product na te denken en zelf keuzes te maken. Het is daarom onwenselijk dat variabelen op basis waarvan de vergelijking tot stand komt vooraf worden ingevuld.

Goed praktijkvoorbeeld vergelijkingssite

Zoals aangegeven deelt de AFM graag een goed praktijkvoorbeeld met u zodat u hiermee uw voordeel kunt doen. Dit praktijkvoorbeeld hebben we enigszins bewerkt zodat er twee elementen uit blijken die wij belangrijk vinden. Ten eerste moeten de teksten de informatie bevatten die de consument nodig heeft om de informatie in de vergelijking op waarde te kunnen schatten. Ten tweede moet de informatie op de website goed vindbaar zijn. Daarom heeft de AFM voorbeeldteksten opgesteld en proberen we met een illustratie aan te tonen hoe deze partij ervoor zorgt dat die informatie goed vindbaar is.

Voorbeeldteksten

Onderstaand voorbeeld is uitgewerkt voor autoverzekeringen. Het kan natuurlijk voorkomen dat u een ander product of een andere dienst aanbiedt en/of dat uw werkwijze afwijkt van de werkwijze van de vergelijkingssite uit het voorbeeld. Daarom dient u er zelf zorg voor te dragen dat de informatie die u geeft op uw website, overeenkomt met uw eigen praktijk.

Wat doen wij voor u?

Via onze website kunt u verschillende autoverzekeringen met elkaar vergelijken. Om een goede vergelijking te kunnen maken stellen wij u een aantal vragen. Op basis van uw antwoorden op deze vragen maken wij de vergelijking. Vervolgens kunt u zelf de door u gewenste verzekering via onze website afsluiten / u kunt via onze website geen verzekering afsluiten, hiervoor kunt u terecht bij de aanbieder. Hier is wel/geen sprake van advies/ execution only. Dat betekent voor u als klant [aangeven wat dit bedieningsconcept voor gevolg heeft voor de consument].[Indien de consument een product direct via uw website kan afsluiten:] Gedurende de looptijd van het product zijn wij/ is de verzekeraar uw aanspreekpunt bijvoorbeeld in het geval van schade.

Hoe volledig is onze vergelijking?

In deze vergelijking voor autoverzekeringen vergelijken wij wel/niet de verzekeringen van wel/niet alle verzekeraars. Wij vergelijken de verzekeringen van de verzekeraars waarmee wij contracten hebben/ de verzekeraars waarvan wij productinformatie hebben. Van die partijen zijn wij op de hoogte van de meest

recente voorwaarden en premies. [Van de andere verzekeraars beschikken wij niet over die informatie.] Wij werken voor autoverzekeringen samen met de volgende verzekeraars: “a,b,c,...” [of: Deze verzekeraars kunt u vinden via deze link, hier alle partijen opnemen waarvoor u voor dit product bemiddelt / dit product vergelijkt.]

Hoe vergelijken wij?

Om de vergelijking voor autoverzekeringen te kunnen maken, vragen wij enkele gegevens van u. Die gegevens gebruiken wij om te bepalen voor welke autoverzekeringen u in aanmerking komt. Alle autoverzekeringen [eventueel: waarvoor wij bemiddelen en] waarvoor u in aanmerking komt tonen wij vervolgens in een lijst. Daarbij spelen de volgende elementen een rol: bijvoorbeeld de prijs van de verzekering, waarbij de goedkoopste bovenaan staat / de klantbeoordeling, waarbij de best beoordeelde bovenaan staat/ een combinatie [+ leg uit hoe uw vergelijking tot stand komt]. [Indien van toepassing: Vervolgens kunt u zelf de voorwaarden met elkaar vergelijken.]

Hoe verdienen wij met het vergelijken van autoverzekeringen?

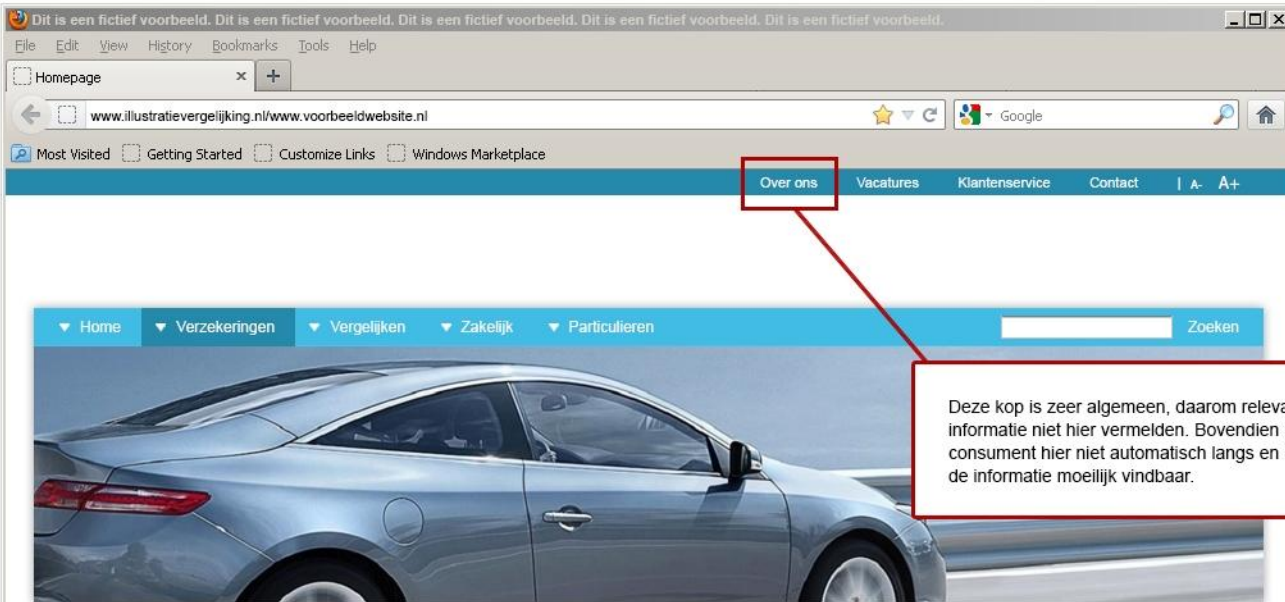
Wanneer u via onze website een autoverzekering afsluit, ontvangen wij hiervoor een eenmalige / doorlopende provisie van de verzekeraar. [Of: Wanneer u via onze website een offerte aanvraagt voor een autoverzekering worden wij hiervoor betaald door de verzekeraar. Wij ontvangen vervolgens (ook) (g)een vergoeding als u deze autoverzekering afsluit. Of: Van de getoonde verzekeraars ontvangen wij een vergoeding omdat ze op onze website staan. [Of: Van de getoonde partijen ontvangen wij geen vergoeding. Onze website heeft namelijk als doel u te informeren over de meest actuele premies van autoverzekeringen. Wij ontvangen van klanten / verzekeraars een vergoeding voor de adviesdiensten die wij op kantoor leveren.] In ons dienstverleningsdocument (link opnemen) kunt u meer informatie vinden over de wijze waarop wij geld verdienen.

Voorbeeld illustratie

Op de volgende pagina vindt u een voorbeeld illustratie over hoe de website er uit zou kunnen zien. Deze afbeelding illustreert waar de relevante informatie bij voorkeur dient te worden opgenomen. Uitgangspunt hierbij is dat de consument hier automatisch langs komt bij het vergelijken. De AFM benadrukt dat de illustratie een voorbeeld betreft en dat andere uitwerkingen ook denkbaar zijn.

Overigens is het denkbaar dat de hiervoor bedoelde teksten op de vergelijkingssite zichtbaar worden door de koppen (“Wat doen wij voor u?”, “Hoe volledig is onze vergelijking?”, “Hoe vergelijken wij?” en “Hoe verdienen wij met het vergelijken van autoverzekeringen?”) als link op te nemen waarbij de tekst uitrolt onder die kop. De illustratie laat zien hoe de website eruit ziet wanneer de consument alle koppen heeft uitgerold.

De illustratie staat op de laatste pagina >



Deze kop is zeer algemeen, daarom relevante informatie niet hier vermelden. Bovendien komt de consument hier niet automatisch langs en maakt dit de informatie moeilijk vindbaar.

Home > Vergelijken

Vervoerkeuze

- Autoverzekering
- e-Support Autoverzekering
- Motorverzekering
- Bromfietsverzekering
- Fietsverzekering
- Elektrische fietsverzekering
- Klassiekerverzekering

Nieuwsbrief

Abonneert u zich op onze nieuwsbrief.

Inschrijven

Vervoerkeuze

Wat doen wij voor u? (Voorbeeld)

Via onze website kunt u verschillende autoverzekeringen met elkaar vergelijken. Om een goede vergelijking te kunnen maken stellen wij u een aantal vragen. Op basis van uw antwoorden op deze vragen maken wij de vergelijking. Vervolgens kunt u zelf de door u gewenste verzekering via bij de verzekeraar van uw keuze afsluiten, dat kan niet via onze website. Hier is sprake van execution only. Dat betekent voor u dat wij u niet hebben geadviseerd waardoor we niet hebben gecheckt of dit product optimaal bij u past. Gedurende de looptijd van het product is de verzekeraar uw aanspreekpunt bijvoorbeeld in het geval van schade.

Hoe volledig is onze vergelijking? (Voorbeeld)

In deze vergelijking voor autoverzekeringen vergelijken wij niet alle autoverzekeringen van niet alle verzekeraars. Wij vergelijken alleen de verzekeringen van de verzekeraars waarmee wij contracten hebben omdat we daarvan ook productinformatie hebben. Van die partijen zijn wij dus op de hoogte van de meest recente voorwaarden en premies. Van de andere verzekeraars beschikken wij niet over die informatie. Wij werken voor autoverzekeringen samen met de volgende verzekeraars: abc, 123 en xyz.

Hoe vergelijken wij? (Voorbeeld)

Om de vergelijking voor autoverzekeringen te kunnen maken, vragen wij enkele gegevens van u. Die gegevens gebruiken wij om te bepalen voor welke autoverzekeringen u in aanmerking komt. Alle autoverzekeringen waarvoor wij bemiddelen en waarvoor u in aanmerking komt tonen wij vervolgens in een lijst. Daarbij speelt de prijs van de verzekering, waarbij de goedkoopste bovenaan staat de belangrijkste rol. Vervolgens kunt u zelf de voorwaarden met elkaar vergelijken.

Hoe verdienen wij aan het vergelijken van autoverzekeringen? (Voorbeeld)

Wanneer u via onze website een offerte aanvraagt voor een autoverzekering worden wij hiervoor niet betaald door de verzekeraar. Wij ontvangen pas een vergoeding als u die autoverzekering ook daadwerkelijk afsluit. Ook ontvangen wij van klanten een vergoeding voor de adviesdiensten die wij op kantoor leveren. In ons dienstverleningsdocument kunt u meer informatie vinden over de wijze waarop wij geld verdienen.

Klantenservice

Veelgestelde vragen

Premie Voordeel Plan

Zoek kantoor

Afspraak maken

Opzegservice

Door op deze plek de teksten met uitleg over de vergelijking op te nemen (zie hiervoor) staat de relevante informatie op dezelfde pagina als waar ook de vergelijking staat. Doordat de informatie op een plek staat waar de consument automatisch langs komt, heeft de consument de kans om deze informatie te lezen zonder dat hij er naar op zoek moet gaan.

Personenauto - gegevens over de verzekering

Eventuele ingangsdatum ¹

Dekking

Gegevens over de personenauto

Opvragen via kenteken ¹

Kenteken

Postcode

Geboortedatum

Schadevrije jaren

Berekenen