

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

699

Vragen van de leden **Irrgang** en **Bashir** (beiden SP) aan de minister van Financiën over *toezicht van de Autoriteit Financiële Markten (AFM) op reclame-uitingen* (ingezonden 9 november 2010).

Antwoord van minister **De Jager** (Financiën) (ontvangen 6 december 2010).

Vraag 1

Bent u bekend met de advertenties van De Gouden Eeuw¹ en Vlootmanschap Flinter Atlantis², waarin zij hun beleggingsproducten aan de man brengen? Zijn deze ook bij de AFM (Autoriteit Financiële Markten) bekend?³

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2

Wat doet de AFM wanneer zij een advertentie tegenkomt waarin een minimaal vast rendement van 10,5% wordt beloofd? Doet de AFM niets met zo'n advertentie wanneer er bij staat dat deelname alleen mogelijk is vanaf € 50 000,-?

Antwoord 2

De AFM houdt toezicht op informatieverstrekking over financiële producten. Zij doet dat onder andere door continu reclame-uitingen te monitoren. Daarbij komen signalen over mogelijke onjuistheden naar voren. De AFM stelt vervolgens vast welke signalen prioriteit hebben en nader onderzoek verdienen. Wanneer daaruit blijkt dat de betreffende uiting aangepast moet worden gaat de AFM over tot handhavende maatregelen. Dit kan zijn een informele maatregel in de vorm van een normoverdragend gesprek of brief, dan wel een formele maatregel zoals een aanwijzing of een last onder dwangsom. Wanneer de AFM signalen heeft van advertenties met hoge, niet marktconforme, rendementen wordt onderzocht of hier sprake is van een realistisch rendement en op welke wijze dit rendement onderbouwd wordt. Het blijkt vaak te gaan om aanbiedingen die niet onder de Wet op het financieel toezicht (Wft) vallen, omdat de minimale inleg boven de 50 000 euro is.

¹ NRC Handelsblad, 21 oktober.

² Advertentie Vlootmanschap Flinter Atlantis.

³ Aanhangsel van de Handelingen 2009–2010, nr. 1020.

De AFM kan bij reclame-uitingen voor beleggingen met participaties boven de 50 000 euro tot op heden alleen optreden met behulp van de Wet handhaving consumentenbescherming (Whc). De AFM is voor de Whc toezichthouder met betrekking tot oneerlijke handelspraktijken voor zover het de financiële sector betreft. Daarvan kan bijvoorbeeld sprake zijn als er essentiële informatie wordt weggelaten. Indien er sprake blijkt te zijn van een overtreding van de Whc, biedt dit de AFM mogelijkheden om nadere eisen te stellen aan informatie die gegeven moet worden over bijvoorbeeld welke activiteiten het bedrijf waarin belegd wordt gaat ontplooiën, en op welke wijze het rendement tot stand komt. Uiteraard kan hier niet ingegaan worden op individuele toezichtcasussen.

Bij beleggingen die wel onder het Wft-toezicht vallen kan bijvoorbeeld een risico-indicator verplicht zijn. Ook kunnen er nadere eisen gesteld worden aan advertenties met betrekking tot de informatie over de opbouw van het rendement. Een voorbeeld hiervan is dat een aanbieder van beleggingen spreekt over een vast rendement terwijl dit rendement afhankelijk is van de toekomstige bedrijfsresultaten. De Wft bevat o.a. de eis dat alle relevante kenmerken van een product worden vermeld. Deze kenmerken dienen correct, duidelijk en niet misleidend te worden weergegeven. Dit is niet opgenomen in de Whc.

Vraag 3

Bent u bereid om de vrijstelling voor de vergunning voor het aanbieden van beleggingsobjecten, te schrappen dan wel het drempelbedrag van deze vrijstelling fors te verhogen? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 3

Het drempelbedrag voor het vergunningsvrij aanbieden van beleggingsobjecten is 50 000 euro. Deze grens vindt zijn oorsprong in de Prospectusrichtlijn, boven deze grens is het aanbieden van effecten niet onderworpen aan de prospectusplicht. Nationaal is, ten behoeve van een gelijk speelveld, er voor gekozen om deze grens door te trekken naar deelnemingsrechten in beleggingsinstellingen en beleggingsobjecten. In het verleden werd verondersteld dat een belegger boven deze grens kon worden geacht professioneel te zijn. In de praktijk is bij verschillende malafide beleggingsproducten gebleken dat ook consumenten actief zijn in dit vrijgestelde gebied, en dat de grens dus te kort schoot.

Om deze reden heb ik in Brussel tijdens de herziening van de Prospectusrichtlijn gepleit voor een minimale verdubbeling van de 50 000 euro grens. Deze verdubbeling heeft Nederland weten te realiseren. Mijn verwachting is dat de gewijzigde Prospectusrichtlijn, met de nieuwe 100 000 euro grens, nog voor het einde van dit jaar zal worden gepubliceerd. Anticiperend op deze verhoging is er bij achtste Nota van Wijziging bij de Wijzigingswet Financiële Markten 2010 voor gekozen om deze verdubbeling nu al op te nemen, tevens voor beleggingsobjecten en beleggingsinstellingen. Mijn uitgangspunt hierbij is dat de verdubbeling voor 1 januari 2012 in werking kan zijn getreden. Hiernaast is onlangs de vrijstellingsvermelding (ook wel bekend als het wildwestbordje) behandeld door uw Kamer, als onderdeel van de Wijzigingswet Financiële Markten 2010. Dit voorstel regelt twee zaken. Ten eerste is het een uitbreiding van de al bestaande vermelding naar alle van de prospectusplicht vrijgestelde aanbiedingen van effecten. Ten tweede geeft het wetsvoorstel de mogelijkheid aan de AFM om regels op te stellen over de exacte vorm en inhoud van de vermelding. De vrijstellingsvermelding zal bestaan uit een geschreven tekst en een visueel element. In de geschreven tekst staat een algemeen waarschuwend element en een weergave van de elementen waaruit de vrijstelling bestaat. Het achterliggende doel van de vrijstellingsvermelding is consumentenbescherming.

Vraag 4

Wat vindt de AFM van de volgende uitspraken in een advertentie voor een beleggingsproduct: «Deze regeling zorgt ervoor dat u bij een inleg van € 15 000 binnen twee jaar € 18 267 gegarandeerd terug ontvangt van de Nederlandse fiscus» en «fiscale teruggave bedraagt met 121,8 procent aanmerkelijk meer dan uw investering.»? Vindt zij dergelijke uitspraken gepast?

Antwoord 4

Allereerst is het belangrijk vast te stellen dat er sprake is van een grote verscheidenheid aan reclame-uitingen. De AFM heeft mij aangegeven dat in zijn algemeenheid dergelijke mededelingen ook de overige essentiële kenmerken dienen te bevatten, zoals de risico's en de bedragen die op een later tijdstip door de belegger met de belastingdienst moeten worden afgerekend.

De uitspraak die in de vraag wordt genoemd verwijst naar de fiscale behandeling van een investering in de bouw van een schip waarop de regeling tijdelijke willekeurige afschrijving (TWA) van toepassing is. Voor de volledigheid verwijs ik voor de inhoud van de TWA naar de beantwoording van de Kamervragen van Kamerlid Bashir (SP) van 4 december 2009.⁴ Zie ook meer recent de brief van de staatsecretaris van Financiën van 12 november jl. over dit onderwerp.⁵

Vraag 5

Deelt u de mening dat de in deze advertentie genoemde constructie veel risico met zich meebrengt vanwege het gebruik van een hefboom, die in combinatie met de willekeurige afschrijving ervoor zorgt dat er in de eerste jaren een grote fiscale aftrekpost ontstaat? Moet dit risico niet expliciet worden benoemd in de advertentie?

Antwoord 5

Een belegging in schepen brengt specifieke risico's met zich mee. Naast de gebruikelijke risico's van beleggen dienen beleggers zich ook goed te laten informeren over risico's die zij bijvoorbeeld lopen tijdens de bouw van het schip maar ook over de fiscale gevolgen van een investering in een scheepvaart C.V. De hefboom ontstaat doordat de belegger ook belastingaftrek geniet over het gedeelte van de het schip dat niet met zijn eigen inleg is gefinancierd. In het prospectus van een dergelijk product wordt de werking van de TWA beschreven en hieruit is af te leiden dat er sprake is van financiering van de bouw van het schip door middel van een banklening in combinatie met inleg door beleggers. De belegger geniet belastingaftrek over beide delen. De risico's die hier aan verbonden zijn, zoals het feit dat de ingebouwde hefboom kan leiden tot een verhoogd risico op het niet terugontvangen van de ingelegde gelden, dienen opgenomen te worden in de informatieverstrekking over dit product, waaronder advertenties.

Vraag 6

Vormen reclame-uitingen als deze voor u een aanleiding om de reclameregels aan te scherpen, dan wel het toezicht daarop te intensiveren?

Antwoord 6

Zoals aangegeven is het monitoren van reclame-uitingen een belangrijk onderdeel van het toezicht door de AFM. Tegen reclame-uitingen wordt door de AFM ook opgetreden wanneer daar aanleiding voor is. Gezien de geheimhoudingsplicht van de toezichthouder beschik ik niet over informatie in deze specifieke casus om hier een uitspraak over te doen. In het jaarverslag van de AFM wordt een toelichting gegeven op de wijze waarop de AFM het reclametoezicht invult.

⁴ Kamerstukken II 2009–2010, Aanhangsel van de Handelingen, 1020.

⁵ Kamerstukken II 2010–2011, 32 504, nr. 30, p. 7 ev.