

Tevens per e-mail: f.m.weerwind@minjenv.nl

Zijne Excellentie
De heer F.M. Weerwind
Minister voor Rechtsbescherming
Ministerie van Justitie en Veiligheid
Postbus 20301
2500 EH Den Haag

Den Haag, 21 maart 2022

Ons kenmerk: 202232/ISAJK

Betreft: European Investors-VEB nodigt uit tot uitbreiding van het verbod op gokreclames naar het niet minder schadelijke 'finfluencen'

Hooggeachte heer Weerwind,

European Investors-VEB ('de VEB') zet zich al bijna 100 jaar in voor de belangen van de beleggersgemeenschap. We koesteren en verdedigen het vertrouwen dat beleggers hebben in het goed functioneren van financiële markten. Traditiegetrouw omarmen we innovatie, maar verzetten ons tegelijkertijd krachtig tegen aanbiedingen die innovatief lijken, maar het vertrouwen van beleggers gegarandeerd (gaan) beschamen. Het vertrouwen in financiële markten is nooit een rustig erfgoed en vergt constant onderhoud.

Op 17 maart j.l. zond u uw brief *Uitvoering moties kansspelen op afstand over reclame*, aan de Tweede Kamer. De aanleiding is een motie van kamerlid Van Nispen c.s. waarin de regering wordt verzocht een verbod in te stellen op ongerichte reclames voor risicovolle kansspelen. De motie wijst op de mogelijk grote maatschappelijke gevolgen zoals financiële problemen en verslavingsproblematiek.

De signatuur van de reclames voor kansspelen is vaak feestelijk vormgegeven, met beroemdheden als Ellie Lust, Andy van der Meijde en Wesley Sneijder. De ruwe werkelijkheid achter de aanbiedingen is een geheel andere: financiële problemen en verslavingsproblematiek voor kwetsbare consumenten waarop dit soort reclames zich specifiek richt. Dit roept voor ons direct de analogie op met het al evenzeer risicovolle 'finfluencen' en spoort de VEB aan u uit te nodigen het reclameverbod naar 'finfluencen' uit te breiden. Hier wordt van exact dezelfde technieken gebruik gemaakt en de gevolgen zijn niet minder schadelijk.

Enkel de verpakking is anders. Gepoogd wordt de achterliggende producten als financiële producten om te katten, terwijl het in feite pure gokproducten betreft. De binaire opties, waarbij je mocht gokken op de stand van de AEX in de komende 15 minuten, en *contracts for difference*, met een hefboom van 100 keer de inzet, waren hier al vroege voorbeelden van. Nu zien we dezelfde smaken terug bij 'finfluencers' die illusoir waardepapier aanprijzen waarbij de ontwikkeling van de waarde

European Investors-VEB

P.O. Box 240, 2501 CE The Hague, The Netherlands | Amaliastraat 7, 2514 JC The Hague, The Netherlands | T +31 (0)70 313 00 00

I www.europeaninvestors.eu
E info@europeaninvestors.eu

I www.veb.net
E info@veb.net

IBAN NL58 ABNA 0429655002
BIC ABNANL2A

CC 40408053
VAT NL002602702B01



afhangt van het succesvol bereiken van nieuwe toetreders tot de vele varianten in *Ponzi-schemes*.

Enkel een verplichte registratie bij de financiële toezichthouder, rechtvaardigt naar onze mening niet de kwalificatie financieel product. *'Finfluencers'* die wel de echt gereguleerde financiële producten aanbieden, kwalificeren reeds als beleggingsadviseur en vallen rechtstreeks onder financieel toezicht en waarborgen met betrekking tot het aanbod van producten en diensten, inclusief de marketing daarvan. Die kunnen buiten het hier bedoelde verbod blijven.

Het effectief gebruik van heuristieken is kenmerkend voor gokreclames. De laatste inzichten uit de gedragspsychologie bepalen het succes van de reclame. Hoe meer consumenten met de reclames worden geconfronteerd, des te meer de indruk wordt gegeven dat iedereen in de omgeving deelneemt aan de aanbieding. Hoe meer de winstkans wordt benadrukt, des te waarschijnlijker dit lijkt. En – jawel – hoe meer hun rolmodellen participeren, des te succesvoller de overtuigingskracht en het succes van het productaanbod. De kritische tegenkracht waarbij een eerlijk inzicht in kansen en risico's wordt geduid, passende consumentenbescherming wordt geactiveerd en de kwetsbaarheid voor consumenten wordt verminderd, verstomt onder het kabaal van gepretendeerde expertise, legitimiteit en veiligheid.

De analogie tussen reclame voor risicovolle kansspelen en *'finfluencen'* is treffend. Juist de kamerstukken betreffende kansspelen op afstand hebben het expliciet over het verbod tot het inzetten van rolmodellen.

De VEB verwelkomt alle nieuwe toetreders tot financiële markten, daarbij zeker ook jongere beleggers. Wij verheugen ons dat een groot deel van de nieuwe toetreders zich goed laat adviseren en zorg draagt voor risicospreiding. Onder de toenemende groep van jongere beleggers zijn er die beleggen zonder hulp van een beleggingsadviseur. Ook dat past bij deze tijd, waarbij je veel informatie zelf kunt vinden en al te veel paternalisme van de overheid of de financiële sector niet meer passend is. Juist deze jonge beleggers weten hun weg naar informatie via diverse kanalen te vinden, inclusief sociale media. Maar niet iedereen is voldoende bestand tegen de belofte van snel geld, met achterliggende aanbieders van bedenkelijk allooi.

Bestaande waarborgen zijn volstrekt onvoldoende. Uit de recente verkenning van de AFM blijkt dat *'finfluencers'* overwegend geen relevante financiële opleiding hebben gevolgd of werkervaring in de financiële sector hebben opgedaan. Zij posten over hun eigen ervaringen. Er zijn nauwelijks *'finfluencers'* die neutraal zijn in hun berichtgeving of geen bijkomende belangen hebben. De *'finfluencer'* ontvangt een vergoeding voor het aanbrengen van klanten. Niet alle *'finfluencers'* zijn daar transparant over en er zijn er die in strijd met de werkelijkheid beweren geen aanbrengvergoeding te ontvangen.

De VEB ontvangt verontrustende signalen uit haar achterban. De *'finfluencers'* richten hun reclame op een kwetsbare groep. Het betreft daarbij veelal onervaren jongeren die ontvankelijk zijn voor beïnvloeding door wat in hun ogen voorbeeldfiguren zijn. De bedoeling van *'finfluencers'* is dat hun volgers meer beleggingstransacties verrichten. Hoe meer er wordt gehandeld, hoe beter het is voor de *'finfluencer'* en de beleggingsplatforms. De verliezen zijn voor de beleggers, hun directe omgeving en uiteindelijk voor de hele samenleving.

De VEB heeft goede nota genomen van het voornemen van de AFM om in 2022 gerichte vervolgstappen met betrekking tot *'finfluencen'* te ondernemen. Daarbij merkt de AFM op dat zij zo nodig handhavend zal optreden. De VEB meent dat er meerdere redenen zijn waarom er meer haast is geboden. Kwetsbare consumenten worden overspoeld met reclame. Die reclame heeft slechts een doel: een gokproduct van legitimiteit te voorzien. De wijze waarop toegang en beschikbaarheid tot producten wordt gevonden wordt uitsluitend gevoed door reclame, niet door enige onderliggende aantrekkelijkheid of intrinsieke waarde. Dit probleem kan kortweg worden getypeerd als een hype. Deze hype maakt de beleggers vroeger of later tot verliezers.

Daarnaast wijzen wij op *'gamification'*. Vooral jonge beleggers worden door de steeds verdergaande mogelijkheden van digitalisering in online applicaties verlekt tot gokgedrag waar het beleggen betreft. Door het verslavende effect is het ook hierbij het oogmerk het transactievolume te verhogen.

Wordt de gokreclame verboden zonder *'finfluencers'* en aanbieders van illusoire producten en handelsplaatsen daarin mee te nemen, ontstaat een waterbedeffect. Wij hebben dit altijd gezien bij malafide productaanbiedingen via reeds bestaande kanalen. Consumenten zijn bereid risico's te nemen in de hoop snel rijk te worden. In de praktijk is dit een garantie voor teleurstelling. Het vertrouwen in het functioneren van financiële markten wordt onnodig op de waagschaal gelegd indien een arbitrair onderscheid in het hier beoogde reclameverbod wordt gemaakt.

De VEB beijvert zich, bezorgd als zij is, voor een zo voorspoedig mogelijk vervolg op het hier onder uw aandacht gebrachte probleem. Zij kan zich daarbij zeer wel voorstellen dat u hierover nader met ons in gesprek wilt treden. Het spreekt vanzelf dat wij daartoe te allen tijde graag beschikbaar zijn.

Hoogachtend
European Investors-VEB

Gerben Everts
Directeur