

Te complex

Laat ik eerst eens kijken welke argumenten in het AFM bericht worden aangehaald. Ten eerste constateert AFM dat de reclames voor deze producten agressief zijn. Ten tweede kunnen consumenten snel veel geld verliezen.

Bovendien blijkt uit onderzoek dat op lange termijn verreweg de meeste beleggers geld verliezen. Op de derde plaats zijn consumenten in de huidige lage rente omgeving gevoelig voor de aanschaf van dergelijke producten.

Vervolgens is het probleem dat veel van deze producten door buitenlandse partijen worden aangeboden. Tot slot is een reden voor het reclameverbod dat deze producten te complex zijn voor particuliere beleggers. Dit zijn de argumenten waarop Dijsselbloem de beperking van de vrijheid van reclame-uitingen baseert.

Loterij zonder nieten

Over win- en verlieskansen gesproken... Dezelfde minister van Financiën heeft er geen probleem mee dat zijn casino en staatsloterij bijna dagelijks via diverse media consumenten proberen te verleiden een bezoekje te brengen of loten te kopen.

Bijvoorbeeld door de lucratieve megajackpot van 27 miljoen euro in de staatsloterij van maart als smeuge worst voor te houden. Weet u wat de kans is om deze prijs in de wacht te slepen? Gemiddeld 1 op de 2,6 miljoen.

Nu zijn financiële instrumenten niet vergelijkbaar met loterijen en u zou kunnen redeneren dat als het om beleggen gaat, er andere regels gelden. Ik ben het daar niet mee eens. In beide gevallen gaat het erom dat via reclame consumenten worden verleid en ook, of beter, juist bij loterijen kunnen mensen een vermogen kwijtraken.

Argumenten voor verbod

Waarom is een reclameverbod voor de genoemde financiële producten slecht?

Ik loop de argumenten voor een verbod langs.

- Wat betreft de agressieve reclame heeft AFM genoeg instrumenten in handen dit te beteugelen. AFM kan gemakkelijk eisen stellen aan de inhoud van deze reclames zodat ze minder verleidelijk zijn en meer informatief.
- Dat beleggers (snel) veel geld kunnen verliezen, geldt voor meer producten, zoals bijvoorbeeld reguliere opties.

Paternalistische inborst

Het aanvoeren van de lage rente omgeving als argument voor een reclameverbod laat de paternalistische inborst van onze toezichthouder zien. Onder de huidige omstandigheden weet de AFM beter wat goed is voor de belegger, dan de belegger zelf.

Dat de producten door buitenlandse partijen worden aangeboden, ook een AFM argument, is raar. Het is de politiek zelf geweest die de toegang van deze partijen op de lokale markt zo heeft geregeld. Het is dan vreemd om deze door de politiek gecreëerde situatie als argument te gebruiken.

Verkeerde manier van toezicht

Het is de verkeerde richting van toezicht en leidt alleen maar tot het bevorderen van de claimcultuur waar beleggers zich, als het met een belegging misgaat, zich beroepen op het feit dat de overheid of de uitgevers van producten hen toch tegen de financiële verliezen hadden moeten beschermen.

AFM, keer terug op uw schreden!