

In naam van de Koning vonnis



RECHTBANK AMSTERDAM

Afdeling privaatrecht, voorzieningenrechter civiel

zaaknummer / rolnummer: C/13/588872 / KG ZA 15-739 MV/JWR

Vonnis in kort geding van 17 juli 2015

in de zaak van

de naamloze vennootschap

ACHMEA SCHADEVERZEKERINGEN N.V.,

gevestigd te Apeldoorn,

eiseres bij dagvaarding van 23 juni 2015,

advocaat mr. T. Cohen Jehoram te Amsterdam,

tegen

1. de stichting

STICHTING PROMOVENDUM,

gevestigd te Dordrecht,

2. de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid

CAK VOLMACHT B.V.,

gevestigd te Amsterdam,

gedaagden,

advocaat mr. A.F. Ammerlaan te Dordrecht.

Eiseres zal hierna Achmea worden genoemd. Gedaagde sub 1 zal worden aangeduid als Stichting Promovendum en gedaagde sub 2 als CAK Volmacht dan wel Promovendum. Gezamenlijk zullen gedaagden worden aangeduid als Promovendum c.s.

1. De procedure

Ter terechtzitting van 23 juni 2015 heeft Achmea gesteld en gevorderd overeenkomstig de in fotokopie aan dit vonnis gehechte dagvaarding. Promovendum c.s. heeft geconcludeerd tot afwijzing van de gevraagde voorzieningen. Beide partijen hebben producties in het geding gebracht en een pleitnota overgelegd. Na verder debat is vonnis bepaald op heden.

Ter terechtzitting waren onder meer aanwezig:

- namens Achmea [REDACTED] (bedrijfsjurist) en [REDACTED] (directeur particulieren), bijgestaan door mr. Cohen Jehoram en diens kantoorgenoot mr. M.F. Poot;
- namens Promovendum c.s. [REDACTED] (algemeen directeur), [REDACTED] (operationeel directeur) en [REDACTED] (bedrijfsjurist), bijgestaan door mr. Ammerlaan.

2. De feiten

2.1. Achmea verkoopt onder meer autoverzekeringen. CAK Volmacht is onder de handelsnaam Promovendum ook actief op onder meer de markt voor de verkoop van autoverzekeringen. Om die reden zal zij in het navolgende ook worden aangeduid onder de naam Promovendum. Stichting Promovendum is een belangenbehartiger voor hoger opgeleiden.

2.2. Promovendum heeft recent een reclame-campagne gevoerd in diverse media. Onder meer werd gebruik gemaakt van een televisiecommercial waarin door de voice-over wordt gezegd: "Promovendum, gegarandeerd 20% voordeliger dan uw huidige autoverzekering! Ga naar promovendum.nl". In de tv-commercial werd tevens een kader getoond met daarin de tekst:

"Gegarandeerd 20% voordeliger dan uw huidige autoverzekering!

Promovendum

- verzekeringen voor hoger opgeleiden –".

2.3. Verder werd gebruik gemaakt van een radiocommercial met onder meer de volgende tekst:

"En zou u overstappen? Promovendum, gegarandeerd 20% voordeliger dan uw huidige autoverzekering. En die overstap regelen wij voor u. Ga naar promovendum.nl. Verzekeringen voor hoger opgeleiden".

2.4. Ook op de website promovendum.nl en op billboards bediende Promovendum zich van de slogan "gegarandeerd 20% voordeliger dan uw huidige autoverzekering":



Laagste autopremie van Nederland

Promovendum is gegarandeerd 20% voordeliger dan uw huidige autoverzekering! Onze doelgroep, hoger opgeleiden, maakt gemiddeld minder schade. Dat ziet u terug in de premie.



2.5. Daarnaast bevatte de website Promovendum.nl en de tv-commercial de uitlating dat Promovendum de laagste (auto)premie van Nederland heeft.

2.6. Op 8 juni 2015 heeft de Reclame Code Commissie geoordeeld dat de hiervoor omschreven reclame-uitingen van Promovendum misleidend zijn, omdat de consument niet steeds 20% goedkoper uit is, wat wel wordt gegarandeerd, en daarnaast in de campagne geen voorbehouden worden gemaakt, terwijl in de praktijk acceptatievoorwaarden worden gehanteerd.

3. Het geschil

3.1. Achmea vordert – samengevat – dat het Promovendum op straffe van verbeurte van een dwangsom verboden wordt zich in reclame uitingen te bedienen van de claims “gegarandeerd 20% voordeliger dan uw huidige autoverzekering” en “de laagste (auto)premie van Nederland”, alsmede een gebod tot het doen van rectificatie hiervan via diverse media. Ook vordert Achmea, eveneens op straffe van verbeurte van een dwangsom, afgifte van gegevens betreffende het aantal consumenten dat een autoverzekering heeft afgesloten, het aantal consumenten dat een premie geoffreerd heeft gekregen die minder dan 20% lager dan hun bestaande verzekering is en het aantal consumenten dat niet is geaccepteerd door Promovendum.

3.2. Achmea acht de reclame-uitingen van Promovendum misleidend. Volgens Achmea wordt de claim “gegarandeerd 20% goedkoper” niet waargemaakt. Slechts een beperkte groep consumenten wordt geaccepteerd en in een aanzienlijk deel van de gevallen die wel worden geaccepteerd is de premie die vervolgens wordt geoffreerd niet 20% goedkoper. Hierdoor leidt Achmea als directe concurrent schade. Om die reden dient een verbod op deze reclame-uiting te worden uitgesproken en een rectificatie plaats te vinden. Teneinde de omvang van haar schade te kunnen bepalen dient Promovendum een aantal gegevens te verschaffen. Aldus – steeds – Achmea.

3.3. Promovendum voert verweer. Zij stelt dat zij net als iedere andere verzekeringsmaatschappij acceptatiecriteria hanteert. Geïnteresseerden die voldoen aan de acceptatiecriteria krijgen een premie geoffreerd die normaal gesproken 20% lager ligt dan de premie die zij op dat moment betalen. Voor zover dat niet het geval is, kan dat door de aspirant-verzekerde worden aangegeven, waarop een aangepaste offerte volgt die wel 20% lager is dan de op dat moment verschuldigde premie. De reclame-uitingen zijn derhalve overeenkomstig de waarheid. Voor zover al onduidelijk is dat alleen voor personen die voldoen aan de acceptatiecriteria de garantie van een 20% lagere premie geldt, lijdt Achmea door die onduidelijkheid geen schade. Met de niet-geaccepteerde personen wordt in het geheel geen overeenkomst aangegaan. Achmea verliest hier derhalve geen (extra) klanten door, aldus Promovendum.

3.4. Op de stellingen van partijen wordt hierna, voor zover van belang, nader ingegaan.

4. De beoordeling

4.1. De voorzieningenrechter zal eerst ingaan op hetgeen is gesteld en aangevoerd ter zake de door Promovendum gedane uitlating “gegarandeerd 20% goedkoper”.

4.2. Volgens Achmea is deze mededeling misleidend omdat zij ongeclausuleerd wordt gedaan, terwijl in de praktijk blijkt dat slechts ingeval wordt voldaan aan bepaalde voorwaarden ter zake opleidingsniveau, leeftijd, schadevrije jaren, nieuwwaarde van de auto, vermogen, gewicht en leeftijd van de auto en geclaimde schades in het verleden, de aanbieding gestand wordt gedaan. Het niet vermelden van dergelijke disclaimers maakt de reclame misleidend, aldus Achmea. Bovendien blijkt dat ingeval aan de hiervoor genoemde voorwaarden wordt voldaan, de geoffreerde premie in een aanzienlijk aantal gevallen niet 20% lager is dan de bestaande premie. Ook om deze reden is de reclame van Promovendum volgens Achmea misleidend.

4.3. Promovendum voert aan dat zij, evenals alle andere autoverzekeraars in Nederland, een acceptatiebeleid heeft. Dit betekent dat zij niet iedere consument die bij haar een verzekering wil afsluiten accepteert. Nu het voeren van een acceptatiebeleid een algemeen gebruik is, kan ervan worden uitgegaan dat de gemiddelde consument er rekening mee houdt dat dit ook bij Promovendum het geval is. Het niet expliciet noemen van dit beleid maakt de reclame daarom volgens Promovendum niet misleidend. De consument maakt zijn interesse bovendien kenbaar via de website van Promovendum. Op deze website staat het acceptatiebeleid vermeld. Promovendum wijst er verder op dat van de door haar gehanteerde acceptatievoorwaarden uitsluitend de voorwaarde ter zake "opleidingsniveau" afwijkt van wat in de autobranche gebruikelijk is. Met uitzondering van de reclame op billboards vermeldt zij echter steeds dat zij zich richt op hoger opgeleiden, zodat deze voorwaarde impliciet wel wordt genoemd. Haar voorwaarden ter zake leeftijd (vanaf 22 jaar) en nieuwwaarde van de auto (tot € 95.000) zijn niet uitzonderlijk, aldus Promovendum.

4.4. Promovendum voert verder aan dat indien niet aan de voorwaarden van het acceptatiebeleid wordt voldaan, er in het geheel geen overeenkomst wordt gesloten. De garantie van 20% korting wordt derhalve nagekomen ten opzichte van iedereen die door haar als verzekerde wordt geaccepteerd. Aan die groep wordt een premie geoffreerd, die gewoonlijk (ten minste) 20% lager is dan de bestaande premie. Ingeval de geoffreerde premie niet 20% lager is kan dat worden aangegeven, waarna op basis van de opgegeven hoogte van de bestaande premie een nieuwe offerte volgt die 20% lager ligt dan de bestaande premie. Aldus doet zij haar garantie dat haar premie steeds 20% lager ligt dan de bestaande premie, ten opzichte van iedereen die door haar als verzekerde wordt geaccepteerd, gestand. Van misleiding is daarom geen sprake, aldus Promovendum.

4.5. De voorzieningenrechter oordeelt als volgt. Het niet (volledig) vermelden van dat beleid in reclame-uitingen maakt dergelijke reclame-uitingen daarom niet per definitie onrechtmatig. Waar het echter in deze procedure om gaat is de vraag of het door Promovendum gehanteerde acceptatiebeleid voorwaarden bevat waar de gemiddeld geïnformeerde consument geen rekening mee zal houden. In een

dergelijk geval is het zonder voorbehoud doen van een aanbieding misleidend te achten.

4.6. Naar het voorlopig oordeel van de voorzieningenrechter is aannemelijk dat de gemiddeld geïnformeerde consument weet dat autoverzekeraars voorwaarden stellen, teneinde personen met een groot risico op het veroorzaken van schade dan wel bezitters van auto's uit de hoogste prijsklasse(n) uit te sluiten. In deze zaak is echter van belang dat Promovendum in haar reclamecampagne een 20% goedkopere autoverzekering heeft *gegarandeerd*. Dit wijst erop dat geen verdere voorwaarden voor acceptatie gelden. Bovendien heeft Promovendum zich in haar uitlatingen uitdrukkelijk gericht op mensen die al een autoverzekering hebben, en dus al aan de acceptatievoorwaarden van hun oude verzekeraar hebben voldaan. Dat voor die groep (nieuwe) acceptatievoorwaarden gelden hoeft de consument niet zonder meer te begrijpen. Daar komt nog eens bij dat Promovendum een voorwaarde stelt waar de consument in het algemeen niet op bedacht hoeft te zijn, namelijk dat alleen hoger opgeleiden worden geaccepteerd. Volgens Promovendum voldoet 30% van de doelgroep van autoverzekeraars aan de voorwaarde van hoger opgeleid zijn. Daarvan uitgaande betekent dit dat het acceptatiebeleid van Promovendum met zich brengt dat 70% van de markt van aspirant-verzekerden van deelname wordt uitgesloten, althans niet voor de hoge korting van 20% in aanmerking komt. Dat bij de televisie- en radioreclames aan het slot melding wordt gemaakt van het feit dat Promovendum 'verzekeringen voor hoger opgeleiden' aanbiedt maakt dit niet anders, nu geheel onbenoemd wordt gelaten hoe deze opmerking zich verhoudt tot het ongeclausuleerde, 'gegarandeerde' aanbod dat daarvoor wordt gedaan.

4.7. De conclusie luidt derhalve dat de reclame-uitingen van Promovendum waarin zij gebruik maakt van de slogan "gegarandeerd 20% goedkoper" dan wel teksten met een dergelijke strekking, zonder daarbij voldoende duidelijk te maken dat dit slechts geldt voor een beperkte groep consumenten die aan bepaalde voorwaarden voldoen, misleidend moeten worden geacht.

4.8. Wat betreft de claim "laagste autopremie van Nederland" oordeelt de voorzieningenrechter als volgt. Achmea acht deze reclame-uiting misleidend omdat zij beschikt over gegevens waaruit blijkt dat andere aanbieders lagere premies aanbieden. Promovendum voert aan dat deze uiting moet worden gelezen in verband met de garantie dat zij voor iedereen een 20% lagere premie dan zijn bestaande premie hanteert. In dat geval ben je immers automatisch de goedkoopste.

4.9. De voorzieningenrechter verwijst naar hetgeen hiervoor is overwogen. Aangezien de garantie van een 20% lagere premie misleidend wordt geacht, geldt dit evenzeer voor de daarop gebaseerde (ongeclausuleerde) mededeling dat Promovendum de laagste autopremie van Nederland biedt.

4.10. Gelet op het hiervoor overwogene zal het door Achmea gevorderde verbod om de hiervoor genoemde uitingen te gebruiken in die zin worden toegewezen dat

het Promovendum niet zal zijn toegestaan deze uitingen te gebruiken zonder duidelijke toevoeging van de – anders dan algemeen bekend veronderstelde – voorwaarden waaronder zij haar aanbod presenteert.

4.11. Wat betreft de vorderingen ter zake rectificatie volstaat naar het oordeel van de voorzieningenrechter het gedurende enige tijd plaatsen van een rectificatie op de website van Promovendum. De aspirant-verzekerden die een overeenkomst met Promovendum willen sluiten zullen deze pagina bezoeken en op die wijze worden geïnformeerd. Voor een verdergaande rectificatie in andere media ziet de voorzieningenrechter geen aanleiding, mede gezien de verhouding tussen daarmee voor Promovendum gepaarde kosten en het door Achmea geleden nadeel, waarop hierna nader wordt ingegaan. De gevraagde voorziening zal voor het overige, gelet op de omstandigheden van het geval, in na te melden zin worden toegewezen. De dwangsom zal worden gematigd en gemaximeerd als na te melden.

4.12. Achmea vordert afgifte van gegevens betreffende het aantal consumenten dat een autoverzekering bij Promovendum heeft afgesloten, het aantal consumenten dat van Promovendum een premie geoffreerd heeft gekregen die minder dan 20% lager dan hun bestaande verzekering was en het aantal consumenten dat niet is geaccepteerd door Promovendum. Achmea stelt dat zij deze gegevens nodig heeft om haar schade te kunnen begroten. Promovendum heeft zich hiertegen verweerd met de stelling dat al degenen die voldoen aan de voorwaarden van haar acceptatiebeleid daadwerkelijk een premieofferte die 20% lager was dan hun bestaande premie hebben gekregen, en dat aspirant-verzekerden die niet aan het acceptatiebeleid voldeden in het geheel geen offerte hebben gekregen. Van schade voor Achmea als gevolg van de reclames kan daarom volgens Promovendum geen sprake zijn.

4.13. De voorzieningenrechter is van oordeel dat onvoldoende duidelijk is waarom de gevraagde gegevens voor Achmea noodzakelijk zijn om haar schade te begroten. Mogelijke schade van Achmea zal slechts in een indirect verband met de misleiding staan, omdat degenen die niet voldoen aan het acceptatiebeleid geen verzekeringsovereenkomst met Promovendum hebben gesloten.

4.14. Voorzover Achmea heeft betoogd dat zij schade heeft geleden omdat er ook consumenten zijn die (na acceptatie) een verzekering bij Promovendum hebben afgesloten zonder dat zij een aanbod hebben gekregen dat 20% goedkoper was, is dit standpunt voorshands niet aannemelijk. Promovendum heeft aangevoerd dat er op de webpagina waarop de standaardpremie wordt getoond de tekst verschijnt:

‘Onze premie is in vrijwel alle gevallen standaard al 20% lager dan bij uw huidige verzekeraar. Is dit toch niet het geval, klik dan [hier](#)’

en dat alle aspirant-verzekerden bij doorklikken alsnog een 20% lagere premie werd aangeboden. Ter onderbouwing van dat standpunt zijn verklaringen van 13 bij de campagne betrokken werknemers overgelegd. Dat de tekst daadwerkelijk op de site werd vertoond blijkt uit productie 8b van Achmea. Verder heeft Promovendum

uiteengezet dat een groep toegelaten verzekerden met een mbo-opleiding - die kennelijk voormelde tekst niet te zien hadden gekregen, en bij navraag kenbaar hadden gemaakt geen 20% lagere offerte te hebben gekregen - achteraf alsnog een aanbod hebben gekregen dat 20% lager lag dan hun oude autoverzekering. Gelet op voormelde onderbouwing, en bij gebrek aan onvoldoende aanwijzingen voor het tegendeel, is voorshands onvoldoende duidelijk dat Achmea schade heeft geleden. Dit deel van de vordering zal daarom worden afgewezen.

4.15. Nu niet is gebleken dat de stichting Promovendum direct betrokken is geweest bij de reclame-uitingen zullen de vorderingen, voor zover toewijsbaar, alleen tegen Promovendum, dat wil zeggen CAK Volmacht, worden uitgesproken.

4.16. Promovendum zal als de merendeels in het ongelijk gestelde partij worden veroordeeld in de proceskosten. De kosten aan de zijde van Achmea worden begroot op:

- griffierecht	€ 613,00
- kosten dagvaarding	77,84
- salaris advocaat	<u>816,00</u>
Totaal	€ 1.506,84

CAK Volmacht zal worden veroordeeld in de proceskosten van stichting Promovendum, welke zullen worden begroot op nihil.

5. De beslissing

De voorzieningenrechter

- 5.1. verbiedt Promovendum met onmiddellijke ingang na betekening van dit vonnis de claims “gegarandeerd 20% voordeliger dan uw huidige autoverzekering” en “laagste autopremie van Nederland” of variaties daarop, te gebruiken voor autoverzekeringen, op welke wijze dan ook, waaronder begrepen maar niet beperkt tot het gebruik van deze claims in reclamemateriaal, op billboards, in TV-commercials, in radiocommercials, op Twitter, op YouTube en op de website www.promovendum.nl zonder hierbij melding te doen van acceptatievoorwaarden waarop de gemiddeld geïnformeerde consument niet is bedacht;
- 5.2. gebiedt Promovendum binnen vijf dagen na betekening van dit vonnis op de homepage van de website www.promovendum.nl en op de landingspagina van die website gedurende ten minste twintig aaneengesloten dagen een niet-wegklikbare rectificatie te plaatsen met de volgende inhoud:

“RECTIFICATIE

Beste bezoeker,

Ten aanzien van onze autoverzekering hebben wij in reclame-uitingen de volgende claims, of variaties daarop gebruikt:

- “gegarandeerd 20% voordeliger dan uw huidige autoverzekering”
- “de laagste (auto)premie van Nederland”

Bij vonnis van 17 juli 2015 heeft de voorzieningenrechter van de rechtbank Amsterdam geoordeeld dat deze claims misleidend zijn omdat wij deze niet zonder meer kunnen waarmaken. De rechter heeft dan ook geoordeeld dat Promovendum hiermee onrechtmatig heeft gehandeld. Op last van de rechter hebben wij het gebruik van de claims gestaakt.”

welke plaatsing dient te voldoen aan de volgende voorwaarden:

- de tekst dient geplaatst te worden in rood frame, met zwarte letters tegen een witte achtergrond, in het gebruikelijke lettertype van Promovendum met lettergrootte 16 voor de tekst en 20 voor de kop;
- de tekst is voorzien van het logo van Promovendum in de gebruikelijke opmaak;
- de tekst zal volledig leesbaar zijn bij het openen van de internetpagina (en het zal niet nodig zijn te scrollen om de gehele tekst te lezen);
- de tekst mag niet geplaatst worden in een pop-up of een vergelijkbaar scherm;
- de startpagina van de website en de landingspagina waarop de tekst is geplaatst mag niet automatisch doorlinken naar een andere pagina, maar de op de startpagina en de landingspagina geplaatste tekst moet duidelijk leesbaar blijven voor bezoekers; en
- de rectificatie is niet voorzien van enig commentaar of enige toevoeging in welke vorm dan ook.

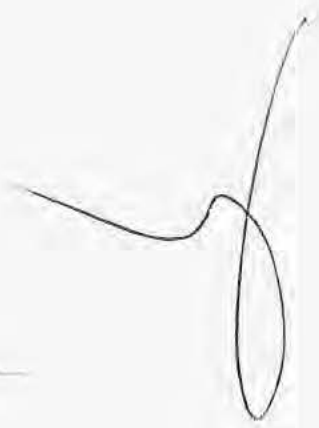
- 5.3. veroordeelt Promovendum aan Achmea een dwangsom te betalen van € 10.000,00 voor iedere dag – een gedeelte van een dag daaronder begrepen – dat Promovendum niet aan de in 5.1 en/of 5.2 uitgesproken veroordeling voldoet, met een maximum van € 250.000,-;
- 5.4. veroordeelt Promovendum in de proceskosten aan de zijde van Achmea, tot op heden begroot op € 1.506,84, te vermeerderen met de wettelijke rente hierover vanaf veertien dagen na betekening van dit vonnis tot de dag der algehele voldoening;
- 5.5. veroordeelt CAK Volmacht in de proceskosten van stichting Promovendum, tot op heden begroot op nihil;
- 5.6. verklaart dit vonnis tot zover uitvoerbaar bij voorraad;

5.7. wijst het meer of anders gevorderde af.

Dit vonnis is gewezen door mr. M.W. van der Veen, voorzieningenrechter,
bijgestaan door mr. J.W. Rouwendal, griffier, en in het openbaar uitgesproken op
17 juli 2015.

Handwritten signature of M. van der Veen, consisting of a stylized 'M' and the name 'van der Veen'.

UITGEGEVEN VOOR GROSSE
De griffier van de
Rechtbank Amsterdam

A large, stylized handwritten signature or mark, possibly a flourish or a signature, located on the right side of the page.