



Beslissing van het College van Beroep

In het appel van : Nederlandsche Betaal & Wisselmaatschappij, gevestigd te Amsterdam,
appellante,

tegen : ING Bank N.V., gevestigd te Amsterdam, geïntimeerde,

inzake : de beslissing van de Reclame Code Commissie van 19 december 2016.

1. De procedure

Namens appellante (verder te noemen: NBWM) hebben mrs. D. Haye en B. Duiven-
voorde, beiden advocaat, beroep ingesteld tegen de aan deze uitspraak gehechte
beslissing van de Reclame Code Commissie (hierna: de Commissie).

Namens geïntimeerde (hierna te noemen: ING) heeft mr. R. van der Zaal, advocaat,
op het appelschrift gereageerd.

Het College van Beroep (hierna: het College) heeft de zaak behandeld in zijn zitting
van 14 maart 2017.

Aan de zijde van NBWM verschenen J. Derks en M. ter Braak, vergezeld van
mr. Haye en mr. Duivenvoorde voornoemd, om het beroep toe te lichten.

Aan de zijde van ING verschenen mr. B. ten Hove Jansen en M. Azzouz,
vergezeld van mr. Van der Zaal voornoemd, om nader verweer te voeren.

2. Het onderwerp van de klacht en de door de Commissie beoordeelde uitingen

De klacht betreft de kosten van internationale betalingen in andere valuta dan de
euro ('vreemde valuta'). Hierbij kunnen kosten worden berekend voor de betaling
als zodanig ('transactiekosten') en daarnaast kosten voor het omwisselen van geld
('conversiekosten'). In de uitingen waarover de Commissie heeft geoordeeld wor-
den uitsluitend de transactiekosten van NBWM vergeleken met de transactiekosten
van (onder meer) ING. De Commissie heeft deze uitingen als volgt omschreven.

A. Twee uitingen op de website www.nbwm.nl, te weten:

- een uiting op de homepage waarin staat:

"Oude wereld € 50,-

Onze wereld € 5,-

Een internationale betaling in vreemde valuta van € 50.000,- kost bij ABN AMRO
€ 46,- en bij ING zelfs € 50,-*. Bij ons is dat slechts € 5,-."

Hieronder is een button opgenomen met de tekst "Vergelijk de tarieven".

- een uiting op de webpagina die wordt bereikt door op bovengenoemde button te
klikken (landingspagina), waarin staat:

"Oude wereld € 50,-

Onze wereld € 5,-

Een internationale betaling in vreemde valuta van € 50.000,- kost voor Nederlandse
bedrijven bij ABN AMRO € 46,- en bij ING zelfs € 50,-.

Nederlandse ondernemers betalen bij ons slechts € 5,-."

Hieronder is een button opgenomen met de tekst "Gratis rekening openen".



Vervolgens is, onder de kop "Nederlandse bedrijven kunnen aanzienlijk besparen op internationale betalingen", een tabel opgenomen waarin de "Tarieven voor een internationale betaling ter waarde van € 50.000,-" zijn weergegeven die door vier met naam genoemde banken en door NBWM worden gerekend als "Standaard" en bij "Spoed (toeslag)". Bij ING wordt onder "Standaard" het bedrag van € 50,- vermeld en onder "Spoed (toeslag)" het bedrag van € 9,-. Voor de NBWM worden in deze rubrieken respectievelijk de bedragen € 5,- en € 0,- vermeld.

Onder de tabel staat: "Bron: websites ABN Amro, ING, Rabobank en SNS op peil-datum woensdag 12 oktober 2016".

B. Een printadvertentie in het Financieele Dagblad van 17 november 2016, waarin staat:

"Oude wereld € 50,-

Onze wereld € 5,-

Nederlandse bedrijven betalen bij ING € 50,- voor een internationale betaling van € 50.000,- in vreemde valuta. Bij ons is dat slechts € 5,-. Spoed of niet. Hoe dat kan? Wij zijn geen bank. Wij zijn de Nederlandsche Betaal & Wisselmaatschappij. Kijk voor een overzicht van de tarieven van diverse banken op nbwm.nl/onze-wereld."

C. Een radiocommercial, waarin het volgende wordt gezegd:

Voice-over 1:

"Doet u bij de ING een internationale betaling van 50 mille, dan snoepen wij er wat vanaf. Een luttele 50 euro. Zo gaat dat nu eenmaal."

Voice over 2:

"Nee, zo ging dat nu eenmaal. Bij ons is dat altijd 5 euro. Hoe dat kan? Wij zijn geen bank. Wij zijn de Nederlandsche Betaal & Wisselmaatschappij. Kijk voor een overzicht van internationale betalingstarieven op nbwm.nl/onze-wereld."

3. De bestreden beslissing

De Commissie heeft, samengevat, voormelde uitingen als vergelijkende reclame in de zin van artikel 13 van de Nederlandse Reclame Code (NRC) aangemerkt en beoordeeld of de uitingen voldoen aan de eisen van dit artikel, waaronder de voorwaarde dat de vergelijking niet misleidend is in de zin van de NRC. In haar beslissing gaat de Commissie ervan uit dat de transactiekosten van internationale betalingen bij NBWM daadwerkelijk € 5,- bedragen. Een internationale betaling in vreemde valuta "kost" echter meer en er moet meer voor worden "betaald", omdat ook altijd conversiekosten in rekening worden gebracht. De "prijs" van een internationale transactie bestaat uit het totaal van de aan de klant in rekening te brengen transactie- en conversiekosten. Dit laatste element is in de uitingen van NBWM weggelaten. Ter zitting is gebleken dat NBWM geen vaste conversiekosten hanteert. De door NBWM in rekening te brengen conversiekosten zijn afhankelijk van het type klant en/of de hoogte van het bedrag van de internationale betaling. De conversiekosten kunnen dus per klant/betaling verschillen en worden niet gepubliceerd. De door ING gehanteerde wisselkoersen worden wel gepubliceerd en ING heeft gemotiveerd gesteld dat die wisselkoersen in de regel voor iedereen hetzelfde zijn en ook niet worden beïnvloed door de hoogte van het te converteren bedrag. Dit brengt mee dat het voordeel dat wordt behaald door het prominent vermelde verschil in transactiekosten (€ 5,- in plaats van € 50,-) uiteindelijk minder kan zijn dan € 45,- of mogelijk zelfs volledig wordt geneutraliseerd doordat NBWM bij (bepaalde) transacties en/of klanten een hogere conversiekoers hanteert dan ING. Door ondanks de



COLLEGE VAN BEROEP

wezenlijke verschillen in de reclame-uitingen in zijn algemeenheid te spreken over wat een internationale betaling in vreemde valuta "kost" en wat een Nederlandse onderneming voor een zodanige transactie "betaalt" in vergelijking met concurrenten, zonder (de hoogte van) de conversiekosten in de vergelijking mee te nemen dan wel zonder uitdrukkelijke vermelding van deze bijkomende (variabele) kosten, kan de gemiddelde (zakelijke) consument in de onjuiste veronderstelling worden gebracht dat hij bij NBWM (altijd) goedkoper uit is dan bij ING en/of dat dit verschil (tenminste) € 45,- bedraagt. De gemiddelde consument zal er niet van op de hoogte zal zijn dat de conversiekoersen van NBWM op een andere wijze worden berekend/bepaald dan die van haar concurrenten respectievelijk dat die koersen bij NBWM per klant/transactie kunnen verschillen. Dit brengt mee dat in het geval deze consument al zou begrijpen dat in de reclame-uitingen alleen transactiekosten worden vergeleken, hij ervan uit zal gaan dat de bijkomende conversiekoersen op de bekende en in de (banken)markt gebruikelijke wijze worden berekend, hetgeen in werkelijkheid niet het geval is.

Met betrekking tot de radiocommercial oordeelt de Commissie dat daarin, anders dan in de overige uitingen, niet wordt meegedeeld dat de vergeleken tarieven betrekking hebben op een internationale betaling in vreemde valuta. Ook wordt in de commercial niet duidelijk gerefereerd aan bedrijven of ondernemingen. Voor wat betreft de radiocommercial geldt daarom dat bij de beoordeling moet worden uitgegaan van de gemiddelde consument. Voor deze consument is naar het oordeel van de Commissie niet duidelijk dat het bij de vergelijking tussen de tarieven van NBWM en ING gaat om internationale betalingen in vreemde valuta. Hierdoor kan de gemiddelde consument de radiocommercial gemakkelijk zo opvatten dat alle internationale betalingen bij ING € 50,- kosten en bij NBWM € 5,-. ING heeft onweersproken gesteld dat zij voor de transactiekosten van een internationale betaling in Euro's binnen de SEPA-zone een vast tarief van € 0,15 hanteert.

De Commissie acht de uitingen op grond van het voorgaande misleidend wegens het ontbreken van essentiële informatie en daardoor in strijd met artikel 13 onder a NRC. Bij deze uitkomst kan volgens de Commissie in het midden blijven of de uitingen voldoen aan de overige in artikel 13 NRC gestelde vereisten.

4. De grieven

Deze worden als volgt weergegeven.

Grief 1

De Commissie veronderstelt ten onrechte dat de maatman niet zal begrijpen dat de vergelijking uitsluitend de kosten voor de betaling betreft, en niet ook de conversiekosten. De kosten voor de betaling moeten duidelijk worden onderscheiden van de kosten voor het omwisselen van geld (de conversiekosten). Dat blijkt al uit het feit dat zakelijke klanten gewend zijn om voor hun overboekingen te betalen, ook binnen Nederland. Daarnaast is van belang dat internationale betalingen niet altijd gepaard gaan met het omwisselen van geld, en dus met conversiekosten, namelijk indien het bedrijf beschikt over een 'vreemde valuta-rekening' in de juiste valuta. Bij NBWM vindt ongeveer 5% van de internationale betalingen in vreemde valuta plaats zonder conversie en dus zonder conversiekosten. Dat is een significant aantal. Dat de kosten voor een internationale betaling (ook door de maatman) los worden gezien van de kosten van omwisselen (de conversiekosten) blijkt verder uit het feit dat het usance is in de markt om deze twee diensten te scheiden en geen woorden te wijden aan conversiekosten. NBWM verwijst naar de brochure 'Tarieven internationaal betalingsverkeer' van ING waarin volgens haar uitsluitend de transactiekosten worden genoemd bij de internationale betaling.



Ook in de online tool van ING om de kosten van een internationale betaling te berekenen, wordt geen melding gemaakt van conversiekosten. Alle banken communiceren over kosten voor de betaling zonder daarbij de conversiekosten te noemen. Het gaat om verschillende diensten (internationaal betalen en geld omwisselen) en dus verschillende kostenposten. De vanzelfsprekendheid van dit onderscheid geldt al helemaal voor de gemiddelde klant van deze diensten waarop de reclame zich richt. In dit geval zijn dat Nederlandse ondernemingen die geld overmaken naar buitenlandse bankrekeningen. Gemiddeld gaat het om een onderneming die goederen importeert uit het buitenland. Via een internationale betaling zorgt het bedrijf ervoor dat zijn buitenlandse leverancier wordt uitbetaald. Dat gebeurt vaak meerdere malen per jaar (zo niet per maand). De gemiddelde partij die gebruik maakt van betalingen naar buitenlandse leveranciers is ervaren in het internationale betalingsverkeer. De reclame-uitingen van NBWM vermelden letterlijk dat het gaat om de kosten voor de betaling. De maatman kent het verschil tussen kosten voor de betaling en kosten voor conversie, en zal uit de tekst van de reclame-uitingen opmaken dat de vergelijking uitsluitend betrekking heeft op kosten van de betaling. De verschillende uitingen geven tal van duidelijke aanwijzingen dat de vergelijking uitsluitend op de kosten voor de betaling ziet en niet (ook) op de conversiekosten. Zo wijst NBWM op haar homepage expliciet op de wisselkoersen naast transactiekosten: "Onze wisselkoersen zijn scherp. En wij rekenen slechts 5,- voor een buitenlandse betaling." Hier wijst het woord "wisselkoersen" via een hyperlink naar meer informatie over de door NBWM gehanteerde valuta en gehanteerde koersen. Het is overigens toegestaan om vergelijkende reclame te maken voor product of dienst indien het publiek dat product of die dienst in de regel in combinatie met een gerelateerd product of gerelateerde dienst aanschafft. Kosten voor de betaling en conversiekosten zijn verschillende kostenposten voor verschillende diensten, waardoor het logisch en toelaatbaar is om op één van die twee posten een vergelijking te presenteren. Het niet in de vergelijking betrekken van de conversiekosten maakt de vergelijking op de kosten voor internationale betalingen daarom nog niet misleidend. Op grond van het voorgaande zijn "de vergelijkende uitingen" niet misleidend en dient de beslissing van de Commissie ongedaan te worden gemaakt.

Grief 2

In de bestreden beslissing is de focus ten onrechte op de conversiekosten komen te liggen. Deze kosten maken geen deel uit van de vergelijking en zijn om die reden niet relevant. Voor zover het College zou oordelen dat de conversiekosten toch relevant zijn, gaat de Commissie er ten onrechte vanuit dat NBWM deze kosten op een voor de markt ongebruikelijke wijze berekent. Conversiekosten zijn de kosten voor het omwisselen van geld, bijvoorbeeld van euro's in dollars. Het omwisselen van geld is nodig bij een internationale betaling als de klant niet beschikt over de betreffende valuta. De financiële instelling koopt vreemde valuta op de interbancaire markt. Elke valuta heeft op die markt een koers ten opzichte van andere valuta. Die koers bestaat uit een inkoopkoers, een verkoopkoers en, precies daar tussenin, de midrate-koers. De valutakoers wijzigt continu door wisselend aanbod en wisselende vraag naar de desbetreffende valuta. Concreet betekent dit dat er vijf dagen per week en 24 uur per dag een wisselende prijs is. Bij conversiekosten gaat het om een opslag die de financiële instelling rekent op de wisselkoers. Dit heet de koersmarge. De koersmarge die NBWM rekent is afhankelijk van het volume (het totale bedrag dat wordt omgewisseld) en de frequentie. Naarmate een klant meer wisselt op jaarbasis, krijgt hij een betere koers (lagere koersmarge). De koersmarge wordt zo door NBWM per individuele klant bepaald. Daarbij heeft de klant directe toegang tot de midrate-koers, zodat hij zelf kan oordelen of de door NBWM aangeboden

**COLLEGE VAN
BEROEP**

wisselkoers en koersmarge fair zijn. De klant krijgt bij NBWM vooraf de wisselkoers te horen en niet achteraf. Zo kan de klant de koers van NBWM op elk moment van de dag vergelijken met die van zijn bank. Deze manier van het bepalen van de conversiekosten is niet ongebruikelijk in de markt en de maatman is er dus mee bekend. ING bepaalt de conversiekosten op twee manieren: via fixing en via tailor-made aanbiedingen. Fixing is in het voordeel van de bank en niet van de klant. De fixingkoers kan sterk afwijken van de actuele koers die gold op het moment dat de klant zijn betaalopdracht opgaf. Daarnaast heeft ING een tailor-made aanbod voor grotere klanten. ING doet dit via haar platform ING Trade. Deze klanten worden beter bediend, omdat ze wél tegen de actuele koers kunnen handelen en niet achteraf worden afgerekend tegen fixing-koersen. De koersmarge die ING hanteert voor de grotere klanten verschilt per klant, net als bij NBWM. De koersmarge is ook bij ING afhankelijk van het volume en de frequentie. De koersmarge wordt bij maatwerk door ING per individuele klant vastgesteld en verwerkt in de wisselkoers waartegen de klant kan kopen of verkopen. NBWM gaat er van uit dat het bij ING gaat om duizenden, zo niet tienduizenden, zakelijke relaties die bij ING vreemde valuta wisselen aan de hand van tailor-made aanbiedingen. De rekenmethode van NBWM wijkt af van de fixingmethode van ING, maar komt exact overeen met het tailor-made aanbod dat ING biedt aan haar grotere klanten. Andere banken bieden ook tailor-made oplossingen aan betere klanten. De door NBWM gehanteerde berekenwijze van de conversiekosten, namelijk: tailor-made aan de hand van actuele koersen, is dus niet ongebruikelijk in de markt. NBWM biedt aan al haar klanten de service die de grote banken alleen aanbieden aan de grotere klanten. Dat de klant misleid zou worden door het berekenen van de koersmarge door NBWM is dan ook onjuist.

Grief 3

De Commissie gaat er ten onrechte van uit dat de conversiekosten bij NBWM hoger zijn dan bij ING en dat die hogere conversiekosten de gunstigere kosten voor de betaling zelfs zouden kunnen neutraliseren. Hierdoor komt de Commissie tot het onjuiste oordeel dat het niet noemen van de conversiekosten een misleidende omissie is in de zin van artikel 8.3 aanhef en onder c NRC. Dit oordeel is in lijn met de klacht van ING. Maar de klacht is op dit punt feitelijk onjuist. De koersmarge bij fixingkoersen van ING is ongunstig voor de klant. Die koersmarge ligt tussen 0,7% (voor bijvoorbeeld het omwisselen van EUR naar USD wat het meest voorkomt) en 1,5%. Dit valt eenvoudig af te leiden uit de door ING gepubliceerde fixingkoersen. NBWM rekent in haar duurste profiel (voor klanten die handelen in lage bedragen en/of niet frequent handelen) slechts 0,4%. De conversiekosten van NBWM liggen dus altijd lager dan ING rekent op basis van haar fixingkoersen. Overigens is het niet aan NBWM om te bewijzen dat de koersmarge bij NBWM niet hoger zou liggen en dat de koersmarge dus géén essentiële informatie betreft. Op NBWM ligt wel de last om te bewijzen dat het door haar in de reclame-uitingen gestelde juist is, maar niet dat bepaalde informatie die zij niet geeft al dan niet essentieel is in de context van artikel 8.3 aanhef en onder c NRC. Het is aan ING om aan te tonen dat de conversiekosten inderdaad essentiële informatie betreffen. ING heeft echter nagelaten om een begin van bewijs te leveren op dit punt. Met reden, want NBWM is goedkoper. Conclusie: de kennelijke veronderstelling van de Commissie dat de conversiekosten bij NBWM hoger uitvallen dan bij ING en dat hogere conversiekosten bij NBWM de gunstigere kosten voor de betaling zelfs zouden kunnen neutraliseren is onjuist en ongefundeerd. Het oordeel van de Commissie dat de conversiekosten essentiële informatie zouden vormen in de zin van artikel 8.3 onder c NRC is dus onjuist. Er is immers blijkens het voorgaande geen sprake van een misleidende omissie. Tot slot stelt NBWM dat geen sprake is van denigrerende reclame.



5. Het antwoord in appel

ING deelt mee dat zij heeft geconstateerd dat NBWM tegen een cruciaal oordeel van de Commissie, namelijk het inhoudelijke oordeel ten aanzien van de radiocommercial, geen grieven heeft ingediend. De juistheid van dit oordeel staat volgens ING daarom in beroep niet ter discussie zodat de beslissing van de Commissie op dit punt voor bevestiging gereed ligt.

De grieven tegen de (uitingen op de) website en de printadvertentie zijn gemotiveerd door ING weersproken. Kort weergegeven houdt het inhoudelijke verweer van ING ten aanzien van deze uitingen in dat sprake is van een complex financieel product. Van de maatman consument kan niet worden verwacht dat hij de conversiekoers-systemen doorgrondt. ING beschouwt deze maatman als een consument die geïnteresseerd is in de zakelijke markt, die een bovengemiddeld aandachtniveau heeft, en die privé dan wel zakelijk te maken heeft met internationale valuta-handel maar niet zonder meer ervaring heeft met deze handel. Deze consument moet in een vergelijking van kosten worden geïnformeerd over het feit dat hij ook met conversiekosten kan worden geconfronteerd voordat hij door NBWM als klant is 'gelokt'. ING wijst zelf in een recent aangepaste brochure en in een online tool op conversiekosten. Deze zijn, zoals NBWM erkent, in 95% van de internationale betalingen in vreemde valuta verschuldigd. De informatie hierover is dus essentieel. Omdat de conversiekosten bij NBWM per klant verschillen en deze niet worden gepubliceerd, kan het zijn dat deze kosten bij NBWM hoger uitvallen. Op NBWM rust de bewijslast van de stelling dat de consument bij haar altijd goedkoper uit is. Overigens acht ING deze stelling niet relevant nu NBWM de consument niet informeert over deze kosten en onbekend is hoe hoog deze zijn. ING handhaaft verder hetgeen zij in haar inleidende klacht heeft gesteld.

6. De mondelinge behandeling

NBWM heeft haar standpunt mondeling doen toelichten mede aan de hand van overgelegde pleitnotities.

ING doet daarna haar standpunt toelichten mede aan de hand van een pleitnota. NBWM heeft in reactie op de stellingen van ING meegedeeld dat het beroep ook tegen de door de Commissie beoordeelde radiocommercial is gericht. Dit blijkt volgens NBWM voldoende uit het beroepschrift; een strikt grievenstelsel niet past bij zelfregulering.

ING handhaaft haar standpunt dat de beslissing van de Commissie ten aanzien van de radiocommercial voor bevestiging gereed ligt omdat geen inhoudelijke grieven tegen dit oordeel zijn ingediend.

7. Het oordeel van het College

Omvang van het geschil in beroep

7.1.

Zoals volgt uit bovenstaande samenvatting van de bestreden beslissing heeft de Commissie de (gewraakte uitingen op de) website van NBWM en de gewraakte printadvertentie misleidend geacht voor de 'gemiddelde (zakelijke) consument' wegens het ontbreken van essentiële informatie over de verschuldigdheid van conversiekosten. Ten aanzien van de radiocommercial is de Commissie echter uitgegaan van een andere doelgroep omdat in die uiting niet duidelijk wordt gerefereerd aan bedrijven of ondernemingen. In zoverre hanteert de Commissie als 'maatman' de



gewone 'gemiddelde consument'. Voor deze consument achtte de Commissie het niet duidelijk dat het bij de vergelijking van de tarieven van partijen in de radiocommercial specifiek gaat om betalingen in vreemde valuta, waardoor deze consument de commercial gemakkelijk zo kan opvatten dat alle internationale betalingen bij ING € 50,- kosten en bij NBWM € 5,-, hetgeen volgens de Commissie onjuist is nu ING voor de transactiekosten van een internationale betaling in Euro's binnen de SEPA-zone een vast tarief van € 0,15 hanteert.

7.2.

De inhoudelijke grieven, zoals die in het beroepschrift zijn verwoord, betreffen naar hun inhoud uitsluitend het oordeel van de Commissie ten aanzien van de website en de printadvertentie. Deze grieven houden immers in dat de Commissie ten onrechte heeft geoordeeld dat 1) de zakelijke doelgroep niet begrijpt dat naast transactiekosten ook conversiekosten verschuldigd zijn, 2) NBWM de conversiekosten op een voor de markt ongebruikelijke wijze berekent en 3) de lagere transactiekosten kunnen worden geneutraliseerd door hogere conversiekosten waardoor NBWM in feite geen voordeel biedt. Daarmee betwist NBWM de dragende elementen van de motivering van de Commissie ten aanzien van de bestreden uitingen op de website en de printadvertentie. Het oordeel ten aanzien van de radiocommercial is echter wezenlijk anders. De Commissie heeft geoordeeld dat die uiting op een ander publiek is gericht en dat bij deze uiting dient te worden uitgegaan van de gemiddelde consument. Deze consument is volgens de Commissie onvoldoende geïnformeerd over het feit dat de vergelijking ziet op betalingen in vreemde valuta. ING stelt dat de beslissing van de Commissie ten aanzien van de radiocommercial voor bevestiging gereed ligt omdat in het beroepschrift geen inhoudelijke grieven tegen het oordeel over deze uiting zijn ingediend.

7.3.

Pas ter zitting is het aan het College duidelijk geworden dat NBWM tevens beroep wenst in te stellen tegen het oordeel van de Commissie ten aanzien van de radiocommercial. Voor zover NBWM ter zitting heeft gewezen op de tekst in het beroepschrift onder 2.7 dat het beroep is gericht tegen het oordeel van de Commissie dat de verschillende uitingen misleidend zijn, betreft het een tekst die blijkens de direct daarop volgende grieven ziet op het oordeel van de Commissie met betrekking tot de website en de printadvertentie (derhalve niet de radiocommercial). Het College volgt NBWM dus niet in haar stelling dat deze tekst voldoende kenbaar maakt, met name ook voor de wederpartij, ING, dat ook beroep wordt ingesteld tegen het oordeel met betrekking tot de radiocommercial laat staan om welke redenen. Het had voor de hand gelegen dat, indien NBWM ook dat oordeel afzonderlijk wenste te betwisten, dit duidelijk uit het beroepschrift had gebleken, inclusief de redenen daarvoor. De niet-onderbouwde stelling aan het slot van het beroepschrift dat geen sprake is van denigrerende reclame, kan evenmin als een inhoudelijke grief tegen het oordeel van de Commissie met betrekking tot de radiocommercial worden aangemerkt. Dit voert tot de slotsom dat ten aanzien van de radiocommercial niet is voldaan aan de eis van artikel 24 lid 2 van het Reglement van de Reclame Code Commissie en het College van Beroep dat het beroepschrift de gronden moet bevatten waarop beroep wordt ingesteld. Onder de reikwijdte van deze eis valt dat bij een beslissing over verschillende uitingen voldoende duidelijk moet zijn op welke uitingen het beroep ziet en de reden waarom men het met het oordeel over een uiting oneens is. Nu de grieven tegen het oordeel met betrekking tot de radiocommercial pas ter zitting en daarmee te laat zijn ingediend, acht het College NBWM niet ontvankelijk in dit gedeelte van het beroep. Dit oordeel betekent dat ook niet wordt toegekomen aan de vraag of de radiocommercial denigrerend is.



Ten aanzien van de website-uitingen en de printadvertentie

7.4.

De tegen deze uitingen gerichte grieven lenen zich voor gezamenlijke behandeling. Daarbij gaat het College uit van de door de Commissie beoordeelde uitingen zonder acht te slaan op de wijzigingen die NBWM inmiddels daarin heeft aangebracht. Het College zal in de eerste plaats beoordelen op welke doelgroep de uitingen zijn gericht en wat het kennisniveau van het gemiddelde lid van deze doelgroep (de 'maatman') is. De Commissie is uitgegaan van een zakelijke doelgroep, evenals NBWM. ING daarentegen stelt dat moet worden uitgegaan van een consument die geïnteresseerd is in de zakelijke markt, die een bovengemiddeld aandachtniveau heeft en die te maken heeft met internationale valutahandel maar niet zonder meer ervaring daarmee heeft. Het College ziet echter geen aanleiding om van een niet-zakelijke doelgroep uit te gaan. Zowel de website als de printadvertentie zijn onmiskenbaar gericht op het bedrijfsleven, zoals blijkt uit teksten als: "Wilt u zien hoeveel wij uw onderneming kunnen besparen (...)" (website), "Nederlandse bedrijven kunnen aanzienlijk besparen op internationale betalingen" (website) en "Nederlandse bedrijven betalen bij ING € 50,- (...)" (printadvertentie). In alle uitingen wordt verwezen naar het bedrijfsleven op een wijze die duidelijk maakt dat dit de specifieke doelgroep van de uitingen is. Deze doelgroep kan als volgt nader worden getypeerd.

7.5.

De uitingen betreffen een specifieke vorm van internationale betalingen, te weten in vreemde valuta. Daarbij gaat het College ervan uit dat de uiting met name is bedoeld om bedrijven aan te spreken die regelmatig dit soort betalingen doen. Naarmate meer van dergelijke betalingen worden gedaan, weegt het voordeel van de lagere transactiekosten zwaarder, terwijl NBWM op haar beurt dan in staat is een hogere omzet te behalen. Aannemelijk is dat dit, zoals NBWM stelt, met name ziet op bedrijven die regelmatig goederen importeren en voor wie het daarom voldoende lucratief is om internationale betalingen in vreemde valuta via NBWM te laten verlopen in plaats van de eigen bank. Het College gaat daarom ervan uit dat de uiting op de bijzondere groep is gericht van bedrijven die regelmatig een bedrag in vreemde valuta dienen te betalen. Het betreft een doelgroep waarvan een relatief hoog kennisniveau kan worden verwacht ten aanzien van internationale betalingen in vreemde valuta's, waaronder kennis over de verschuldigdheid van transactiekosten naast conversiekosten. Deze betalingen zijn voor die bedrijven een onlosmakelijk onderdeel van de internationale handel met landen buiten de Euro/Sepa-zone.

7.6.

Voor het gemiddelde lid van de doelgroep moet voldoende duidelijk worden geacht dat in de hier bedoelde uitingen sprake is van een vergelijking op transactiekosten en niet tevens op conversiekosten. NBWM stelt in dit verband terecht dat in de uitingen over de kosten van betaling wordt gesproken, hetgeen voor de doelgroep op voldoende duidelijke wijze verwijst naar transactiekosten. De uitingen suggereren verder niet dat NBWM geen conversiekosten in rekening brengt of dat deze kosten reeds in de genoemde kosten van de betaling zijn verwerkt. Dit ligt ook niet voor de hand nu conversiekosten sterk variëren waardoor, anders dan bij transactiekosten, het niet mogelijk is deze kosten vooraf in een vast bedrag per transactie te noemen. De hoogte van de genoemde kosten bij NBWM (€ 5,-) vormt eveneens een indicatie dat daarin nog geen conversiekosten zijn verwerkt. Dit bedrag is immers wezenlijk lager dan bij ING, zodat de doelgroep ook hierom niet zal veronderstellen dat in dit bedrag tevens de conversiekosten reeds begrepen zijn.



7.7.

Vervolgens dient beoordeeld te worden of het gemiddelde lid van de doelgroep wordt misleid indien uitsluitend transactiekosten worden vergeleken. Dit kan nog steeds misleidend zijn indien aannemelijk is dat het gestelde voordeel in de vorm van lagere transactiekosten in feite ongedaan wordt gemaakt door hogere conversiekosten en dit niet uit de uiting blijkt. ING dient dit als klager voldoende gemotiveerd te stellen waarna op NBWM de plicht rust de juistheid en de eerlijkheid van de reclame aannemelijk te maken.

7.8.

Het College merkt op dat ING niet feitelijk heeft onderbouwd dat NBWM in vergelijking met ING ongunstige conversiekosten hanteert. ING oppert dit in de klacht als een mogelijkheid ("Het is dus mogelijk dat NBWM weliswaar lage transactiekosten aanbiedt, maar dat daartegenover een zeer ongunstige conversiekoers wordt gesteld."). ING stelt dit niet te weten. Ook bij het verweer in beroep heeft ING geen feitelijke gegevens verstrekt waaruit zou blijken dat NBWM ongunstige conversiekosten hanteert, laat staan zodanig ongunstige koersen dat de doelgroep van de uitingen hierover in het kader van de kostenvergelijking afzonderlijk dient te worden geïnformeerd. NBWM betwist daartegenover uitdrukkelijk dat de door haar berekende conversiekosten hoger zijn dan bij ING. NBWM heeft meegedeeld dat zij haar investering in het lage betalingstarief van € 5,- wil terugverdienen op transactievolume en niet via hoge koersopslagen (vgl. 6.5 pleitnotities in eerste aanleg).

7.9.

Het College begrijpt dat het feitelijk niet mogelijk is de conversiekosten in het geval van maatwerk te vergelijken, omdat deze kosten per keer en per klant worden begroot. Wel is het mogelijk enige vergelijking te maken tussen de zogenaamde Fixing koerslijst van ING en de hoogste marge die NBWM stelt te berekenen. Hoewel deze Fixing koerslijst afwijkt van de 'tailormade conversiekosten' waarvan NBWM uitgaat en ook ING in bepaalde gevallen maatwerk in plaats van 'Fixing' aanbiedt, maakt een vergelijking tussen die koerslijst en het hoogste tarief van NBWM wel duidelijk dat in zoverre de tarieven van NBWM voor de conversiekosten lager zijn dan die van ING. Dit blijkt uit een door NBWM overgelegd overzicht in beroep (bijlage 12) dat niet afzonderlijk door ING is betwist. ING heeft hiertegenover ook in beroep geen stukken overgelegd waaruit kan worden afgeleid dat de conversiekosten voor de onderhavige doelgroep bij NBWM hoger zijn dan bij haar. Hieruit volgt dat op grond van de in beroep verkregen informatie de aan de klacht ten grondslag liggende stelling van ING dat het voordeel van de in de uitingen genoemde lagere transactiekosten geheel of deels kan worden geneutraliseerd door hogere conversiekosten, geen steun vindt in het aanwezige feitenmateriaal. Daarmee is de grondslag aan de klacht komen te ontvallen voor zover deze is gericht tegen de website en de printadvertentie. De op die uitingen gerichte grieven treffen derhalve doel.

Conclusie

7.10.

De beslissing van de Commissie ten aanzien van de radiocommercial blijft in stand nu ter zake dit onderdeel van het geschil niet is voldaan aan de eis dat het beroepschrift de gronden moet bevatten waarop beroep wordt ingesteld.

Het beroep tegen het oordeel van de Commissie ten aanzien van de uitingen op de website en de printadvertentie is gegrond, zodat de beslissing in zoverre niet in stand kan blijven. Ten aanzien van die uitingen wordt de klacht alsnog afgewezen.



**COLLEGE VAN
BEROEP**

Dossier 2016/00916 CvB

8. De beslissing

Het College verklaart NBWM niet ontvankelijk in het beroep tegen het oordeel van de Commissie ten aanzien van de radiocommercial en bevestigt de beslissing van de Commissie in zoverre.

Ten aanzien van de bestreden uitingen op de website en in de printadvertentie vernietigt het College de beslissing van de Commissie en wijst de klacht ten aanzien van deze reclame-uitingen alsnog af.

De voorzitter

mr. C.G. ter Veer

De secretaris

mr. L. Lagerweij

Gewezen door mr. C.G. ter Veer, voorzitter, drs. Y. van Houdt, mr. J.P. Rijnveld, J.M.F.M. Waaijer en mr. L. Lagerweij, plaatsvervangend lid en secretaris.

Amsterdam, 4 april 2017



RECLAME CODE COMMISSIE

Beslissing van de Reclame Code Commissie

In de zaak van : ING Bank N.V., gevestigd te Amsterdam, klaagster,
tegen : Nederlandsche Betaal & Wisselmaatschappij, gevestigd te Amsterdam,
adverteerder.

De procedure

Namens klaagster (hierna ook: ING) heeft mr. R. van der Zaal, advocaat, bij brief van 23 november 2016 bezwaar gemaakt tegen de hierna te noemen reclame-uitingen.

De klacht is op 24 november 2016 in behandeling genomen, waarbij de voorzitter van de Reclame Code Commissie heeft bepaald dat de zaak met spoed op een zitting wordt behandeld.

Namens adverteerder (hierna ook: NBWM) heeft mr. D. Haije, advocaat, bij brief van 6 december 2016 verweer gevoerd.

De Commissie heeft de klacht behandeld ter zitting van 8 december 2016. ING is ter zitting vertegenwoordigd door mr. B. ten Hove Jansen en M. Azzouz, bijgestaan door mr. Van der Zaal voornoemd. Namens NBWM zijn verschenen J. Derks en M. ter Braak, bijgestaan door mr. Haije voornoemd.

De bestreden reclame-uitingen

Het betreft de volgende uitingen van NBWM in een reclamecampagne waarin zij haar tarieven voor internationale betalingen in vreemde valuta vergelijkt met de tarieven van een aantal banken, waaronder ING:

A. Twee uitingen op de website www.nbwm.nl, te weten:

- een uiting op de homepage waarin staat:

"Oude wereld € 50,-

Onze wereld € 5,-

Een internationale betaling in vreemde valuta van € 50.000,- kost bij ABN AMRO € 46,- en bij ING zelfs € 50,-*. Bij ons is dat slechts € 5,-."

Hieronder is een button opgenomen met de tekst "Vergelijk de tarieven".

- een uiting op de webpagina die wordt bereikt door op bovengenoemde button te klikken (landingspagina), waarin staat:

"Oude wereld € 50,-

Onze wereld € 5,-

Een internationale betaling in vreemde valuta van € 50.000,- kost voor Nederlandse bedrijven bij ABN AMRO € 46,- en bij ING zelfs € 50,-.

Nederlandse ondernemers betalen bij ons slechts € 5,-."

Hieronder is een button opgenomen met de tekst "Gratis rekening openen".



Vervolgens is, onder de kop "Nederlandse bedrijven kunnen aanzienlijk besparen op internationale betalingen", een tabel opgenomen waarin de "Tarieven voor een internationale betaling ter waarde van € 50.000,-" zijn weergegeven die door vier met naam genoemde banken en door NBWM worden gerekend als "Standaard" en bij "Spoed (toeslag)". Bij ING wordt onder "Standaard" het bedrag van € 50,- vermeld en onder "Spoed (toeslag)" het bedrag van € 9,-. Voor de NBWM worden in deze rubrieken respectievelijk de bedragen € 5,- en € 0,- vermeld.

Onder de tabel staat: "Bron: websites ABN Amro, ING, Rabobank en SNS op peildatum woensdag 12 oktober 2016".

B. Een printadvertentie in het Financieele Dagblad van 17 november 2016, waarin staat:

"Oude wereld € 50,-

Onze wereld € 5,-

Nederlandse bedrijven betalen bij ING € 50,- voor een internationale betaling van € 50.000,- in vreemde valuta. Bij ons is dat slechts € 5,-. Spoed of niet. Hoe dat kan? Wij zijn geen bank. Wij zijn de Nederlandsche Betaal & Wisselmaatschappij. Kijk voor een overzicht van de tarieven van diverse banken op [nwbm.nl/onze wereld](http://nwbm.nl/onze-wereld)."

C. Een radiocommercial, waarin het volgende wordt gezegd:

Voice-over 1 ('bekakte' stem):

"Doet u bij de ING een internationale betaling van 50 mille, dan snoepen wij er wat vanaf. Een luttele 50 euro. Zo gaat dat nu eenmaal."

Voice over 2:

"Nee, zo ging dat nu eenmaal. Bij ons is dat altijd 5 euro. Hoe dat kan? Wij zijn geen bank. Wij zijn de Nederlandsche Betaal & Wisselmaatschappij. Kijk voor een overzicht van internationale betalingstarieven op [nwbm.nl/onze wereld](http://nwbm.nl/onze-wereld)."

De bij de klacht overgelegde uitingen, hiervoor aangeduid met A en B, zijn in kopie aan deze uitspraak gehecht.

De klacht

De klacht wordt als volgt samengevat.

Ondanks de hoge eisen die bij reclame voor financiële producten aan de informatievoorziening worden gesteld, verstrekt NBWM in haar uitingen foutieve informatie en laat zij cruciale informatie achterwege, waardoor de reclame misleidend is in de zin van artikel 8 van de Nederlandse Reclame Code (NRC). Daarnaast kwalificeert de reclamecampagne als ongeoorloofde vergelijkende reclame in de zin van artikel 13 NRC. ING licht de klacht als volgt toe.

NBWM stelt ten aanzien van de transactiekosten bij een internationale betaling: "Bij ons is dat altijd 5 euro". Deze mededeling is onjuist. Uit een door ING overgelegde e-mail van een medewerker van NBWM van 3 oktober 2016 blijkt dat bij betalingen van minder dan € 10.000,- de transactiekosten € 15,- bedragen. In de radiocommercial wordt bovendien – met de zinsnede "*Hoe dat kan? Wij zijn geen bank*" – ten onrechte gesuggereerd dat bij banken de transactiekosten altijd hoger liggen dan bij NBWM. Bij een bedrag onder € 10.000,- zijn de door ING gerekende transactiekosten (0,1% van het bedrag, met een minimum van € 6,-) lager dan het door NBWM in dat geval gerekende bedrag van € 15,-.

In de uitingen doet NBWM alleen mededelingen over de transactiekosten, maar laat zij na enige openheid te verschaffen over een cruciaal element van de berekening van de totale kosten van de transactie, te weten de conversiekoers. Doordat het publiek bij een vergelij-



king van kosten voor een internationale betaling alleen een geïnformeerd besluit kan nemen wanneer de samenhang tussen alle kosten, waaronder begrepen de conversiekosten, bekend is, levert het nalaten van het verstrekken van cruciale informatie op het punt van de wisselkoersen een misleidende omissie op in de zin van artikel 8.3 sub c NRC. Voor zover NBWM hier tegenin brengt dat het publiek bij haar op voorhand een persoonlijk aanbod voor de conversiekoersen krijgt en dus weet waar het aan toe is, geldt dat het publiek op dat moment al op basis van de reclame-uiting heeft besloten te kiezen voor NBWM, waardoor de misleiding door de omissie al heeft plaatsgevonden, aldus ING.

Verder blijkt uit de reclame op geen enkele wijze dat het publiek alleen voor het geadverteerde tarief van € 5,- in aanmerking komt als het een rekening opent bij NBWM en dat voor het openen van een rekening als eis geldt dat voor minimaal € 50.000,- per jaar bij NBWM geconverteerd wordt. Deze informatie is nergens duidelijk weergegeven, maar moet worden 'gereconstrueerd' uit de antwoorden op de op de website van NBWM opgenomen vragen (onder FAQ): *"Moet ik een rekening openen om gebruik te maken van de diensten van NBWM?"* en *"Is er een minimum aantal transacties per jaar?"* Het minimumbedrag van € 50.000,- aan conversie is een dermate hoog bedrag, met name voor consumenten, dat het verstrekken van informatie over deze voorwaarde essentieel is voor het publiek om tot een juiste afweging te komen. Nu deze informatie bij het adverteren van het 5 euro-tarief wordt verzwegen, levert ook dit een misleidende omissie op in de zin van artikel 8.3 sub c NRC, aldus ING.

NBWM laat voorts na inzicht te geven in het onderscheid tussen internationale betalingen binnen de Euro/SEPA-zone en internationale betalingen naar landen buiten deze zone (met andere valuta). Dit onderscheid is cruciaal, omdat betalingen binnen de Euro/SEPA-zone doorgaans – en in ieder geval bij ING – veel goedkoper zijn dan betalingen naar landen buiten deze zone (met andere valuta). NBWM stelt dat ING € 50,- transactiekosten rekent bij *"een internationale betaling van € 50.000,-"* en presenteert dit tarief dus als een algemeen gehanteerd tarief voor internationale betalingen. Het niet vermelden van voornoemd onderscheid door het tarief van ING voor betalingen buiten de Euro/SEPA-zone (in vreemde valuta) als standaardtarief op te voeren, levert eveneens een misleidende omissie op in de zin van artikel 8.3 sub c NRC.

De uitingen kwalificeren bovendien als ongeoorloofde vergelijkende reclame in de zin van artikel 13 NRC. Zoals hiervoor is betoogd, zijn de uitingen met betrekking tot het door NBWM gehanteerde tarief misleidend. Dit betekent dat ook de vergelijking door NBWM van haar tarieven met de tarieven van ING tot een onjuist beeld leidt en om die reden misleidend is als bedoeld in artikel 13 sub a NRC.

Voor zover de Commissie niet reeds ongeoorloofde vergelijkende reclame aanneemt op grond van misleiding, voert ING aan dat sprake is van strijd met artikel 13 sub c, omdat de vergelijking te selectief en niet representatief is. Voor zover de Commissie geen ongeoorloofde vergelijkende reclame aanneemt op voornoemde grond, geldt volgens ING dat NBWM zich in de radioreclame, door het gebruik van de term "afsnoepen", kleinerend uitlaat over ING en daarmee haar goede naam aantast. Hierdoor handelt NBWM in strijd met artikel 13 sub e NRC.

Het verweer

Het verweer wordt als volgt samengevat.



Voor de beoordeling is van belang dat de uitingen betrekking hebben op een zakelijke dienst (het verzorgen van internationale betalingen in vreemde valuta) en dan ook bestemd zijn voor een zakelijk publiek. Dit blijkt uit de gebruikte communicatiemediën – het Financieel Dagblad en BNR – en uit de inhoud van de uitingen. In de printadvertentie en op de landingspagina wordt duidelijk gerefereerd aan “Nederlandse bedrijven” en op de homepage staat “Wilt u zien hoeveel wij uw onderneming kunnen besparen..”. Het gemiddeld lid van het zakelijk publiek waarop de uitingen zijn gericht kan minder snel op het verkeerde been worden gezet wanneer het gaat om producten voor de zakelijke markt, in dit geval internationale betalingen in vreemde valuta, aldus NBWM.

Met betrekking tot de interpretatie van de verschillende uitingen door deze maatman-consument voert NBWM het volgende aan.

In de uiting op de homepage kan worden geklikt op de knop “Vergelijk de tarieven”, waarna men terechtkomt in de uiting op de landingspagina. Beide uitingen moeten daarom in onderling verband worden gezien, aldus NBWM. De maatman-consument begrijpt dat in deze uitingen, die een vergelijking bevatten tussen de kosten van een internationale betaling in vreemde valuta bij NBWM en ING, uitsluitend wordt vergeleken op de directe transactiekosten, en dat conversiekosten (omwisselkosten) geen deel uitmaken van de vergeleken tarieven. Dit geldt in de eerste plaats omdat het gebruik is in de markt voor zakelijk (internationaal) betalingsverkeer om onder kosten van een betaling/betalingstarieven alleen de directe transactiekosten te verstaan en niet de conversiekosten. Verder is de maatman-consument bekend met het fenomeen betalingstarief (kosten van een betaling) voor een zakelijke betaling zoals dat in de markt wordt gebruikt, en weet hij dat voor een overboeking in vreemde valuta moet worden omgewisseld, zodat naast het betalingstarief omwisselkosten (conversiekosten) moeten worden betaald. De maatman-consument zal dus begrijpen dat de totale kosten van een betaling in vreemde valuta van € 50.000,- meer zullen zijn dan de in de reclame-uitingen genoemde bedragen. Nu de totale kosten ook afhangen van de valuta die moet worden gewisseld, is het in feite onmogelijk te stellen hoeveel een betaling van € 50.000,- in niet gespecificeerde vreemde valuta inclusief conversiekosten kost. Verder blijkt uit de tekst op de homepage “*Onze wisselkoersen zijn erg scherp. En wij rekenen slechts € 5,- voor een buitenlandse betaling*” duidelijk dat de door NBWM geboden wisselkoersen en in rekening gebrachte conversiekosten los moeten worden gezien van de directe transactiekosten van € 5,-. Ten slotte kan de maatman-consument, die bereid is zich in de aangeboden informatie te verdiepen, uit de via hyperlinks op de landingspagina beschikbare tarieven van ING afleiden dat het voor ING genoemde bedrag van € 50,- uitsluitend de directe transactiekosten betreft, en dat conversiekosten daarbij niet zijn inbegrepen.

Op dezelfde gronden als hiervoor weergegeven begrijpt de consument-maatman dat in de printadvertentie in het FD uitsluitend wordt vergeleken op de directe transactiekosten, en dat conversiekosten geen deel uitmaken van de vergeleken tarieven. Omdat in de advertentie (voor een overzicht van de tarieven van diverse banken) wordt verwezen naar de uiting op de landingspagina, moeten beide uitingen in onderlinge samenhang worden gezien. De uiting op de landingspagina geldt als informatie die langs andere weg ter beschikking van de consument wordt gesteld, en draagt voor de maatman verder bij aan de duidelijkheid van de printadvertentie.

De radiocommercial, waarin een vergelijking wordt gemaakt tussen de kosten van internationale betalingen bij ING en bij NBWM, bevat een verwijzing naar de landingspagina-uiting, waarbij expliciet wordt gezegd dat daar een overzicht van internationale betalingstarieven te vinden is. Door deze verwijzing moeten de commercial en de uiting op de landingspagina in onderlinge samenhang worden gezien. De uiting op de landingspagina geldt als informatie die langs andere weg ter beschikking van de consument wordt gesteld, en draagt voor de



maatman verder bij aan de duidelijkheid van de radiocommercial. Uit deze informatie kan de maatman opmaken dat de vergelijking de transactiekosten van internationale betalingen *in vreemde valuta* betreft. Ook in het geval van de radiocommercial begrijpt de maatman dat uitsluitend wordt vergeleken op de directe transactiekosten, en dat conversiekosten geen deel uitmaken van de vergeleken tarieven.

ING stelt in haar eerste klachtonderdeel dat de uitingen onjuiste informatie bevatten omdat de transactiekosten die NBWM in rekening brengt niet altijd € 5,- zouden zijn, en beroept zich ter onderbouwing op een e-mail van een medewerker van NBWM. Het in de uitingen genoemde bedrag is echter juist. Sinds het live gaan van de campagne op 3 oktober 2016 zijn de transactiekosten altijd € 5,-. In de overgelegde e-mail, die afkomstig is van een relatief onervaren medewerker van NBWM, is abusievelijk het oude (vóór 3 oktober 2016 geldende) tarief genoemd. Deze enkele onjuiste mededeling maakt de reclame-uitingen echter niet misleidend, aldus NBWM.

ING stelt verder dat sprake is van een misleidende omissie omdat niet naast de transactiekosten de wisselkoersen worden vermeld, waardoor volgens ING – zo begrijpt NBWM – de totale kosten van de gehele transactie niet kunnen worden berekend. Volgens NBWM is echter voor het zakelijk publiek duidelijk dat in de reclame-uitingen alleen wordt vergeleken op transactiekosten en niet op conversiekosten. De tariefinformatie die wordt gegeven is niet onjuist of onduidelijk, zodat geen sprake is van misleiding. De suggestie van ING dat NBWM naast lage transactiekosten mogelijk ongunstige conversiekoersen hanteert, is niet onderbouwd. Een vergelijking tussen de conversiekosten van NBWM en ING is overigens ook niet mogelijk, aldus NBWM, nu ING niet transparant is over de door haar gehanteerde conversiekosten.

Anders dan ING stelt, geldt er geen ondergrens van € 50.000,- voor het openen van een rekening bij NBWM. NBWM erkent dat de betreffende FAQ-informatie op de website "op dat punt ongelukkig geformuleerd – mogelijk zelfs onjuist" is. NBWM bedoelt met deze informatie dat de klant een substantiële besparing kan realiseren als zij meer dan € 50.000,- per jaar converteert. Het openen van een rekening is inherent aan het doen van internationale betalingen. Het openen en aanhouden van een rekening is bij NBWM gratis.

De klacht van ING dat de uitingen misleidend zijn omdat geen onderscheid wordt gemaakt tussen internationale betalingen binnen de SEPA-zone en naar landen buiten die zone, is volgens NBWM onbegrijpelijk en niet ter zake doende. In de reclamecampagne worden uitsluitend de tarieven van internationale betalingen *in vreemde valuta* vergeleken, zoals blijkt uit de inhoud van de uitingen en uit het specialisme van NBWM: geld wisselen. Dit laatste blijkt uit de slogan "de valuta experts" en de naam "Wisselmaatschappij".

De reclame-uitingen kunnen de toets van artikel 13 NRC doorstaan, aldus NBWM. Zoals hiervoor gesteld, zijn de uitingen niet misleidend. Verder is de uitkomst van een vergelijking van de transactiekosten van een internationale betaling in vreemde valuta van € 50.000,- een representatief kenmerk van de producten van NBWM en ING. Ten slotte stelt NBWM dat de radiocommercial niet kleinerend is, maar een duidelijke humoristische insteek en hyperbolisch woordgebruik heeft.

De mondelinge behandeling

Partijen hebben hun standpunten gehandhaafd en, mede aan de hand van een pleitnota, nader toegelicht. Voor zover nodig voor de beslissing gaat de Commissie in haar oordeel in op hetgeen ter zitting is aangevoerd.



Het oordeel van de Commissie

1. De klacht is gericht tegen twee uitingen op de website www.nbwm.nl, de radiocommercial en de printadvertentie die deel uitmaken van de reclamecampagne van NBWM, waarin zij haar tarief voor een internationale betaling van € 50.000,- afzet tegen het door ING gehanteerde tarief. Daarmee zijn de uitingen te beschouwen als vergelijkende reclame en worden de uitingen getoetst aan artikel 13 NRC. Vergelijkende reclame is, wat de vergelijking betreft, geoorloofd indien aan de in artikel 13 NRC (onder a t/m h) genoemde voorwaarden is voldaan. De eerste voorwaarde luidt dat de vergelijking niet misleidend is in de zin van de NRC.

2. ING heeft aangevoerd, kort samengevat, dat de uitingen door het verstrekken van foutieve informatie en het ontbreken van essentiële informatie misleidend zijn en daardoor niet aan de in artikel 13 onder a NRC genoemde voorwaarde voldoen. De Commissie overweegt als volgt.

3. ING heeft in de eerste plaats aangevoerd dat sprake is van misleiding omdat het bedrag van de transactiekosten van een internationale betaling bij NBWM niet altijd de geadverteerde € 5,- bedraagt. ING heeft ter onderbouwing hiervan verwezen naar een e-mail van een medewerker van NBWM. NBWM heeft gemotiveerd gesteld dat in de e-mail per abuis een onjuist bedrag (€ 15,-) is genoemd voor een te converteren bedrag van minder dan € 10.000,-, en dat na de start van de reclamecampagne altijd het bedrag van € 5,- is gehanteerd. De Commissie ziet geen aanleiding aan de juistheid van deze mededeling van NBWM te twijfelen. Bij de verdere beoordeling van de uitingen gaat zij er daarom van uit dat de transactiekosten van internationale betalingen bij NBWM daadwerkelijk € 5,- bedragen.

4. Uit de klacht en de toelichting ter zitting begrijpt de Commissie dat volgens ING verder sprake is van een misleidende vergelijking, omdat NBWM nalaat in de uitingen het publiek erop te wijzen dat naast de transactiekosten de conversiekosten een belangrijke rol spelen bij de totale kosten van een internationale betaling. NBWM stelt zich op het standpunt dat het gemiddelde lid uit het zakelijke publiek waarop de uitingen zijn gericht, begrijpt dat in de uitingen alleen de directe transactiekosten van internationale betalingen in vreemde valuta worden vergeleken en dat daarnaast conversiekosten moeten worden betaald. Verder stelt NBWM dat het vergelijken van één bepaald product of element van een bepaald product in reclame is toegestaan.

5. Bij de beoordeling van dit onderdeel van de klacht stelt de Commissie voorop dat prijsvergelijking van een product/dienst van adverteerder met die van een concurrent is toegestaan onder de voorwaarde dat deze vergelijking op een objectieve wijze plaatsvindt en een wezenlijk, relevant, controleerbaar en representatief kenmerk van de vergeleken goederen betreft. Bij de beoordeling of aan deze voorwaarde is voldaan dient de Commissie alle relevante feiten en omstandigheden van de vergeleken producten/diensten in acht te nemen, waaronder de in de betwiste uiting opgenomen informatie en alle afzonderlijke bestanddelen daarvan. Een uiting kan door weglating van een bepaald element van de vergeleken producten/diensten misleidend worden, in het bijzonder wanneer de gemiddelde consument, indien hij bekend zou zijn geweest met dat element, van aankoop zou hebben afgezien. Hiervan kan sprake zijn in het geval de consument door de uiting tot aankoop zou kunnen besluiten in de onjuiste overtuiging dat het/de door adverteerder aangeboden product/dienst tot een besparing kan leiden (in vergelijking met een aankoop bij de concurrent) ter hoogte van (tenminste) de in de uiting vermelde omvang.

6. In de uitingen op de website van NBWM wordt vergeleken hoeveel een internationale betaling van € 50.000,- in vreemde valuta "kost" bij ING en bij NBWM en in de printadvertentie



wordt vergeleken welke bedragen Nederlandse bedrijven voor een dergelijke internationale betaling bij ING en NBWM "betalen". Vast staat dat NBWM met de in de uitingen genoemde bedragen van € 50,- voor ING en € 5,- voor NBWM uitsluitend doelt op de directe transactiekosten van een internationale betaling in vreemde valuta. Een internationale betaling in vreemde valuta "kost" echter meer en er moet meer voor worden "betaald", omdat door de adverteerder (en door ING) ook conversiekosten in rekening worden gebracht. De "prijs" van een internationale transactie bestaat dus uit het totaal van de aan de klant in rekening te brengen transactie- en conversiekosten. Dit laatste element is in de uitingen van NBWM weggelaten. Ter zitting is komen vast te staan dat NBWM geen vaste conversiekosten hanteert. De door NBWM in rekening te brengen conversiekosten zijn namelijk afhankelijk van het type klant en/of de hoogte van het bedrag van de internationale betaling. De conversiekosten kunnen dus per klant/betaling verschillen. Om die reden heeft NBWM op haar website ook geen tabel met (op dat moment geldende) omwisselkoersen opgenomen. De door ING gehanteerde wisselkoersen worden wel gepubliceerd en ING heeft gemotiveerd gesteld dat die wisselkoersen in de regel voor iedereen hetzelfde zijn en ook niet worden beïnvloed door de hoogte van het te converteren bedrag. Dit brengt mee dat het voordeel dat wordt behaald door het prominent vermelde verschil in transactiekosten (€ 5,- in plaats van € 50,-) uiteindelijk minder kan zijn dan € 45,- of mogelijk zelfs volledig wordt geneutraliseerd doordat NBWM bij (bepaalde) transacties en/of klanten een hogere conversiekoers hanteert dan ING. NBWM heeft onvoldoende gesteld om een andere conclusie te rechtvaardigen. Door ondanks de wezenlijke verschillen in de reclame-uitingen in zijn algemeenheid te spreken over wat een internationale betaling in vreemde valuta "kost" en wat een Nederlandse onderneming voor een zodanige transactie "betaalt" in vergelijking met concurrenten, zonder (de hoogte van) de conversiekosten in de vergelijking mee te nemen dan wel zonder uitdrukkelijke vermelding van deze bijkomende (variabele) kosten, kan de gemiddelde (zakelijke) consument in de onjuiste veronderstelling worden gebracht dat hij bij NBWM (altijd) goedkoper uit is dan bij ING en/of dat dit verschil (tenminste) € 45,- bedraagt.

7. Verder wordt in dit verband overwogen dat de gemiddelde (zakelijke) consument er niet van op de hoogte zal zijn dat de conversiekoersen van NBWM op een andere wijze worden berekend/bepaald dan die van haar concurrenten respectievelijk dat die koersen bij NBWM per klant/transactie kunnen verschillen. Dit brengt mee dat in het geval deze consument al zou begrijpen dat in de reclame-uitingen alleen transactiekosten worden vergeleken, hij ervan uit zal gaan dat de bijkomende conversiekoersen op de bekende en in de (banken)markt gebruikelijke wijze worden berekend, hetgeen in werkelijkheid niet het geval is.

8. Al het voorgaande leidt tot het oordeel dat in de uitingen op de website en in de printadvertentie essentiële informatie ontbreekt die de gemiddelde (zakelijke) consument nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen. Hierdoor kan deze consument ertoe worden gebracht een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen. Om die reden zijn de uitingen misleidend als bedoeld in artikel 8.3 aanhef en onder c NRC en daardoor in strijd met artikel 13 onder a NRC. Dat in de uiting op de homepage en in de printadvertentie naar de uiting op de landingspagina wordt verwezen, neemt de misleiding niet weg.

9. De radiocommercial luidt:

"Doet u bij de ING een internationale betaling van 50 mille, dan snoepen wij er wat vanaf. Een luttele 50 euro. Zo gaat dat nu eenmaal."

"Nee, zo ging dat nu eenmaal. Bij ons is dat altijd 5 euro. Hoe dat kan? Wij zijn geen bank. Wij zijn de Nederlandsche Betaal & Wisselmaatschappij. Kijk voor een overzicht van internationale betalingstarieven op nbwm.nl/onze wereld."



Anders dan in de overige bestreden uitingen wordt in de radiocommercial niet meegedeeld dat de vergeleken tarieven betrekking hebben op een internationale betaling *in vreemde valuta*. Ook wordt in de commercial niet duidelijk gerefereerd aan bedrijven of ondernemingen. Voor wat betreft de radiocommercial geldt daarom dat bij de beoordeling moet worden uitgegaan van de gemiddelde consument. Voor deze consument is naar het oordeel van de Commissie niet duidelijk dat het bij de vergelijking tussen de tarieven van NBWM en ING gaat om betalingen in vreemde valuta. De Commissie volgt NBWM niet in haar standpunt dat de consument dit kan afleiden uit de aanduiding "Wisselmaatschappij" in haar naam. Blijkens haar naam is NBWM immers ook een betaalmaatschappij. Ook de verwijzing in de commercial naar de website baat NBWM niet, nu het feit dat de vergelijking uitsluitend ziet op internationale betalingen in vreemde valuta essentiële informatie is die in de uiting zelf dient te zijn opgenomen. Nu dat niet is gebeurd, kan de gemiddelde consument de radiocommercial gemakkelijk zo opvatten dat alle internationale betalingen bij ING € 50,- kosten en bij NBWM € 5,-. Ter zitting is echter onweersproken gesteld dat ING voor de transactiekosten van een internationale betaling in Euro's binnen de SEPA-zone een vast tarief van € 0,15 hanteert.

10. Op grond van het voorgaande komt de Commissie tot het oordeel dat in de radiocommercial essentiële informatie ontbreekt die de gemiddelde consument nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen, waardoor deze consument ertoe kan worden gebracht een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen. Om die reden is de radiocommercial misleidend als bedoeld in artikel 8.3 aanhef en onder c NRC en daardoor in strijd met artikel 13 onder a NRC. Overigens geldt voor de vergelijking van de kosten van een internationale betaling in de radiocommercial hetgeen hiervoor onder 5 t/m 8 is overwogen.

11. Nu de reclame-uitingen reeds op grond van een misleidende vergelijking als bedoeld in artikel 13 onder a moeten worden aangemerkt als ongeoorloofde vergelijkende reclame, kan in het midden blijven of de uitingen voldoen aan de in artikel 13 onder c en e gestelde vereisten.

12. Gelet op het voorgaande wordt als volgt beslist.

De beslissing

De Commissie acht de reclame-uitingen in strijd met het bepaalde in artikel 13 onder a NRC. Zij beveelt adverteerder aan om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken.

Partijen hebben, voor zover zij in het ongelijk zijn gesteld, de mogelijkheid tegen deze uitspraak beroep aan te tekenen bij het College van Beroep, onder gelijktijdige storting van het voor de behandeling van het beroep verschuldigde bedrag.

Het beroepschrift dient binnen 14 dagen na dagtekening van deze uitspraak in het bezit te zijn het College van Beroep, waarvan het secretariaat gevestigd is te Amsterdam. Het postadres van het secretariaat is: postbus 75684, 1070 AR Amsterdam.



Dossier 2016/00916

De voorzitter

De secretaris

Mr. J.P.H. van Driel van Wageningen

Mr. S.L. Brons

Gewezen door mr. J.P.H. van Driel van Wageningen, voorzitter, en mr. A.K. Evers, L. Franken, mr. C. Schouwenaar en H.W. Zuur, leden.

Amsterdam, 19 december 2016

**Oude wereld €50,-
Onze wereld €5,-**

Een internationale betaling in vreemde valuta van €50.000,- kost bij ABN AMRO €48,- en bij ING zelfs €50,-*. Bij ons is dat slechts €5,-.

Vergelijk de tarieven

Voordelen

% Bespaar op uw valutatransacties
Onze wisselkoersen zijn erg scherp. En wij rekenen slechts €5,- voor een buitenlandse betaling. Zo krijgt u meer geld voor uw geld.

Gratis rekening
Het openen en aanhouden van een rekening is geheel gratis en zonder enige verplichting.

Dé valuta experts
Wij zorgen ervoor dat uw wereldbetalingen eenvoudig, snel en goedkoop worden uitgevoerd.

Bekijk al onze voordelen

Bereken uw besparing

Wilt u zien hoeveel wij uw onderneming kunnen besparen op een betaalopdracht in een vreemde valuta?

De heer Mevrouw

Achternaam

E-mailadres

Schrijf u in voor informatie van onze valuta-experts

Telefoonnummer

Ik wil converteren

EUR Bedrag USD

Bereken besparing

Vergelijk NBWM

	NBWM	Banken
Scherpe wisselkoers	✓	✗
Snelle service	✓	✗
Direct contact met experts	✓	✗
Groot aanbod valuta	✓	✗
Vergunning DNB	✓	✓

Bekijk onze tarieven

Nieuws en columnns

NEEDERLANDSCHE RETAAL & WISSELMAATSCHAPPIJ

De valuta expert

Oude wereld €50,-

€50.000,-
Oude wereld €5,-

Een internationale betaling in vreemde valuta van €50.000,- kost voor Nederlandse bedrijven bij ABN AMRO €46,- en bij ING zelfs €50,-. Nederlandse ondernemers betalen bij ons slechts €5,-.

[Gratis rekening openen](#)

Mons Over | BNM

+31 20 578 2431

Nederlandse bedrijven kunnen aanzienlijk besparen op internationale betalingen

Tarieven voor een internationale betaling ter waarde van € 50.000,-

Bank	Standaard	Spread (toeslag)
ABN AMRO	€ 46,-	€ 0,-
ING	€ 50,-	€ 0,-
Rabobank	€ 40,-	€ 10,-
SNS	€ 50,-	€ 0,-
NEEDERLANDSCHE RETAAL & WISSELMAATSCHAPPIJ	€ 5,-	€ 0,-

Ook profiteren van onze lage transactiekosten?

Wilt u zien hoeveel wij uw onderneming kwijt kan besparen en een bespaaringspotentieel in een vreemde valuta?

De heer Mevrouw

Affiliatie: _____

Ervaring: _____

Schijft u in voor informatie van onze valuta experts

Telefoonnummer: _____

Ik wil consuleren

EURO Euro 1150

[Bereken besparing](#)

* Beswaarte ABN, Amr, ING, Rabobank en SNS en inkomsten respectievelijk 12 oktober 2010

A

Nederlands grootscheeps te hervormen. De Tweede Kamer wil het wetsvoorstel hierover zo ingrijpend wijzigen dat het kabinet het dan nog liever intrakt, zo lieten de ministers van Binnenlandse Zaken en Veiligheid en Justitie gisteren weten.

PAGINA 6

Wet opent weg voor massaclaims

Een wetsvoorstel biedt burgers en beleggers in Nederland de optie naar de rechter te gaan voor een collectieve schadevergoeding.

PAGINA 4

'Eurolanden dienen meer te spenderen'

Brussel wil dat de eurolanden meer geld uitgeven om te voorkomen dat de eurozone blijft hangen in lage groei en lage inflatie.

PAGINA 9

Strategie-update ABN lauw ontvangen



ABN Amro ondergaat de komende jaren een bescheiden transformatie. De bank moet sneller digitaliseren en minder afhankelijk worden van de Nederlandse thuismarkt. De nieuwe plannen van de bank werden woensdag lauw ontvangen door beleggers.

PAGINA 15

Bartjens

Distributeur van chemische producten IMCD loert op overnamekansen. Maar dan moet er wel voldoende, schappelijk geprijsde financiering zijn.

PAGINA 15



ADVERTENTIE

DRIMMELEN laat je kerstborrel meer pieken dan waar ook

MORE^{ITZ}
Itz more
more-itz.nl

Lossverkoopprijs:
Nederland €2,50
België en
Luxemburg €3,00
Abonnementen:
0800 666 666 7



Online
fd.nl



Gijs den Brinker en Richard Smit Amsterdam

De eigenaren van Hans Anders doen een nieuwe poging om de brillenketen te verkopen. Afgelopen maart ketste een verkoop nog af op de prijs, maar nu de markt aantrekt is het proces weer opgestart. De brieven naar mogelijke kopers zijn zeer recentelijk de deur uit gegaan.

Investeers Alpha en Alpinvest hebben voor de verkoop dit keer zakenbank Rothschild ingehuurd, zo bevestigen verschillende bronnen. De vorige keer, toen een prijskaartje van naar verluidt meer dan €300 mln kopers afschrikte, was daarvoor ING aangesteld.

Deze zomer waren er al signalen die wezen op een nieuwe verkoopopgping. De aandeelhouders zetten een lening van €107 mln om in eigen vermogen, waardoor de optiekketen in één klap weer winstgevend werd. Zo'n opgepoetste balans wekt vertrouwen bij klanten en maakt het bedrijf daardoor ook aantrekkelijker voor sommige geïnteresseerden.

Mogelijke kopers zijn andere investeerders en branchegeenoten. Onder de namen die genoemd worden zitten 3i, dat er eerder ook naar heeft gekeken en CVC. De laatste is in Scandinavië al eigenaar van de brillenketen

€33 mln

Het brutobedrijfsresultaat van Hans Anders zou volgens ingewijden zijn gegroeid van €30 mln naar circa €33 mln.

Synsam. CVC wilde niet reageren en 3i was niet bereikbaar voor commentaar.

Volgens een bron zouden financiële kopers de optie onderzoeken Hans Anders samen te laten gaan met een andere Europese brillenketen, zoals het Franse Alain Afflelou. Volgens Franse media is de huidige eigenaar van Alain Afflelou, Lion Capital, evenwel bezig de optiekketen in Parijs naar de beurs te brengen. Lion was evenmin bereikbaar voor commentaar.

De kans om dit keer een goede prijs voor de keten in hoor- en oogzorg te krijgen is groter geworden, omdat de resultaten een opgaande lijn laten zien volgens ingewijden. Het brutobedrijfsresultaat zou gegroeid zijn naar circa €33 mln, waar dat eerder rond de €30 mln lag.

Over 2015, volgens de directie van Hans Anders het beste jaar ooit, kwam dat resultaat

nog ergens uit tussen de 15% en 20% van de omzet. Vooral de vernieuwing van de 250 winkels die de keten in Nederland heeft, zou hebben geleid tot forse extra omzetten.

Directeur Remco Boerefijn zei in juli in het FD dat de vraagprijs voor de in totaal ruim vierhonderd winkels gerechtvaardigd was, omdat het Hans Anders voor de wind gaat. Voor dit jaar voorspelde het bedrijf uit Gorinchem een omzetgroei van ten minste 10% naar bijna €200 mln en een brutobedrijfsresultaat tussen de €33 mln en €36 mln.

Boerefijn meldt niets concreet over een huidige verkoopproces te kunnen zeggen. 'Zolang we eigendom zijn van private equity, weten we dat we een keer verkocht zullen worden. Die signalen zullen er altijd zijn. Verkoop van het bedrijf is niet iets waar wij dagelijks veel mee bezig zijn. We zijn druk met de verkoop van brillen en investeren in de winkels.'

Hans Anders is sinds 2011 eigendom van het Franse Alpha en Alpinvest. Zij kochten de optiekketen van twee andere investeerders met plannen om in andere landen dan Nederland uit te breiden. Dat gebeurde met name in Frankrijk en in 2013 werd de Zweedse keten Direkt Optik overgenomen.

Alpinvest was niet bereikbaar voor commentaar; Alpha wilde niet reageren.

ADVERTENTIE



Oude wereld €50; Onze wereld €5;

Nederlandse bedrijven betalen bij ING €50,- voor een internationale betaling van €50.000,- in vreemde valuta. Bij ons is dat slechts €5,-. Spoed of niet. Hoe dat kan? Wij zijn geen bank. Wij zijn de Nederlandsche Betaal & Wisselmaatschappij. Kijk voor een overzicht van de tarieven van diverse banken op nbwm.nl/onzewereld



NEDERLANDSCHE BETAAL & WISSELMAATSCHAPPIJ *De valuta experts*
Tel 020 578 2431 contact@nbwm.nl

E papereditie
Lees de krant
iedere dag en
overal op uw tablet

63