

Geacht College,

dank voor de mogelijkheid om hier een mondelinge toelichting te geven op het beroep dat wij vanuit PensionOpstand hebben aangetekend tegen de beslissing van de Code Commissie om de volgende uitspraak niet als misleidend te betitelen. Het betreft de uitspraak 'er is meer geld in kas', gebezigd door de adverteerder, de Pensioenfederatie, in het kader van de reclamecampagne 'samen sta jij sterk'.

Pensioenen zijn doorgaans complexe materie, maar gelukkig hebben we hier te maken met een zeer eenvoudige uitspraak.

Ik zal niet het hele beroepschrift voorlezen, maar enkele punten zal ik wel aanstippen. Tevens zal ik ingaan op het verweer van de adverteerder.

Uitgangspunt voor een procedure bij de Reclame Code Commissie is, hoe kan het ook anders, de Nederlandse Reclame Code. Deze Code is door adverteerders in den lande opgesteld en men is overeengekomen, zich eraan te houden. De Code geeft aan, welke elementen van belang zijn bij het beoordelen van de vraag, of reclame al dan niet misleidend is. De relevante artikelen zijn 8.1 tot en met 8.4.

De strekking van deze artikelen is uiterst helder: de feitelijke context is leidend, en de adverteerder dient transparant te zijn over risico's van het product.

Eerst de feitelijke context. Zoals aangegeven in het beroepschrift, de feiten zijn als volgt: 'er is onvoldoende geld in kas'.

De president van de Nederlandse Bank, belast met het toezicht op de pensioenfondsen, laat hier geen enkele onduidelijkheid over bestaan. Hij zegt dit zelfs open en bloot op televisie, en nog wel bij zijn maiden speech. Dan moet dit wel een belangrijk gegeven zijn.

Ook andere hooggeplaatsten bij DNB hebben dit verscheidene malen aangegeven.

Lex Hoogduin, voormalig directielid en jarenlang beoogd opvolger van de vorige president Wellink, en in die functies jarenlang belast met het toezicht op de pensioenfondsen, gaat nog een stap verder in het NRC van 28 april jl en stelt onomwonden: "Waarom heffen we alle pensioenfondsen niet op?"

En hij geeft als onderbouwing, dat pensioenfondsen niet transparant zijn en dat 'we met verliezen zitten die verdeeld moeten worden tussen generaties. Dat vinden we moeilijk om toe te geven. "

Dat is precies wat hier ook het geval is: de adverteerder vindt het moeilijk toe te geven dat er te weinig in kas is, wat zeg ik, veel te weinig.

Dan nu een nadere beschouwing van de risico's. Pensioenregelingen zijn contracten waar risico's worden gedeeld tussen groepen deelnemers.

De vraag is dan relevant, of die risico's eerlijk zijn verdeeld, en, of de fondsen transparant zijn over die risico's.

Hoe de risico's verdeeld zijn, is helder. Die liggen in hoge mate bij jongere generaties. Dat effect wordt nog vergroot als er teveel wordt uitgekeerd door fondsen.

Hier is overeenstemming over in een groot aantal gremia.

Ten eerste de Nederlandse Bank als toezichthouder. Keer op keer geven functionarissen van DNB aan dat de risico's bij jongeren liggen.

Ook de wetenschap is hier helder over, zie bv de berekeningen van professor Kocken (VU), van professor Folpmers (Erasmus universiteit), of professor Vellekoop (UvA).

Ook de commissie Frijns, die in 2010 een rapport uitbracht op verzoek van toenmalig minister Donner van SZW stelt onomwonden: 'een verouderend pensioenfonds in een situatie van

onderdekking gaat onontkoombaar ten onder'. Het grafiekje in het rapport laat zien, dat het om een termijn van 20 a 30 jaar gaat, Als dat gebeurt, zijn degenen die tot dan toe alleen maar premie betaald hebben, de klos. De jongeren van nu dus.

Da nu iets over de grootte van de risico's. Het gaat over de risico's van koopkrachtverlies. In tijden van verkiezingen of van bezuinigingen, of als het CPB weer eens wat doorrekent, is het niet ongebruikelijk voor landelijke dagbladen om te koppen met '1 % koopkrachtverlies voor alleenstaanden' of wat voor bevolkingsgroep het dan ook maar betreft. Hier gaat het echter om tientallen procenten koopkrachtverlies! Met uitlopers tot verlies van het gehele pensioen als er niet wordt ingegrepen. Kortom, de risico's voor jongeren zijn gigantisch.

Hoe zou u zich voelen, als u een product kreeg aangesmeerd dat achteraf enorme risico's bleek te bevatten dat de adverteerder u niet eens had genoemd?

Dan de transparantie.

Zoals blijkt uit het ingediende beroepschrift, wordt precies de gewraakte uitspraak gehekelde in de Tweede Kamer, en nog wel door de VVD fractie, die het kennelijk belangrijk genoeg vindt om de eigen minister het vuur na aan de schenen te leggen. De GroenLinks fractie gebruikt zelf de term misleidend en wil dat de minister maatregelen neemt om dit te voorkomen. De minister zelf maakt ook duidelijk dat transparantie wat hem betreft van het grootste belang is. Idem dito de toezichthouders AFM en DNB, die keer op keer hameren op het belang van transparantie van pensioenfondsen.

Tenslotte het verweer van de adverteerder.

Daar valt niet zo heel veel over te zeggen. De adverteerder gaat in het geheel niet in op de klacht, noch op de risico's zoals beschreven in artikelen 8.1, 8.2 en 8.3 van de Nederlandse Reclame Code.

Hij bestaat het zelfs om wederom een misleidende uitspraak te doen in het verweer, namelijk dat de hoofdoorzaak van de problemen gelegen is in de lage rente en de stijgende levensverwachting. Onvoldoende deskundig bestuur, te veel rendementgedreven beleggingsbeleid, het nemen van teveel risico's, het heffen van te lage premies, onderschatte kosten van actief beleggen, onprofessionele implementatie van het beleggingsbeleid, en het doen van te hoge beloften worden niet genoemd. Het rapport Frijns spreekt van een verhogend effect van circa 15 % als gevolg van de gestegen levensverwachting in de afgelopen 20 jaar. Ruim de tijd om je op voor te bereiden, zou je zeggen. De rente daalt al sinds 1990, dus dat komt ook niet bepaald als donderslag bij heldere hemel. Alleen als je al die tijd erop speculeert dat de rente snel weer gaat stijgen, ja, dan zit je er natuurlijk wel eens naast...

Ik geef u een paar citaten uit het rapport Frijns.

1-'De commissie heeft de indruk gekregen dat veel pensioenfondsbestuurders zich onvoldoende realiseren dat risico nemen niet alleen een hoger verwacht rendement betekent, maar dat het ook een prijs heeft, namelijk een soms aanzienlijk hoger risicoprofiel.' (p 27)

2-'daarom is druk van buitenaf nodig, in de zin van 'vreemde ogen dwingen', waardoor besturen worden gedwongen transparant te zijn'. (p. 28)

'3-er zijn grote en volstrekt vermijdbare verliezen geleden.' (p.39)

even verderop wordt een bedrag genoemd van 20 miljard aan verliezen op alleen al de implementatie van de beleggingsstrategie (p. 42).

4-'Het lijkt erop dat besturen vooraf onvoldoende op de hoogte waren van de grote risico's die in de portefeuilles aanwezig waren.' (p. 40).

5-'Zo bleken enkele pensioenfondsen via securities lending programma's op hun beleggingen onverwacht risico te lopen op het in 2008 failliet verklaarde Lehman Brothers.' p. 45).

Enfin, zo kan ik nog tientallen citaten noemen waaruit duidelijk wordt dat er veel, heel veel schort aan de pensioenfondsen, en dat het ook volkomen dwaasheid is om te proberen dit te schuiven op de lage rente en de gestegen levensverwachting.

Maar goed, we zitten hier niet voor de misleiding in dit verweerschrift, maar voor de misleiding in de gewraakte uitspraak dat er 'meer geld in kas is dan ooit' .

Dan nog een laatste opmerking over het verweer van de adverteerder. Die maakt er een punt van om uitgebreid te beschrijven wat er verder allemaal nog meer op de website staat van de Samenstajjsterk campagne. Hij doet het daarbij voorkomen als iemand die deze reclame leest automatisch ook de andere onderdelen gezien moet hebben. Dit is echter niet het geval. De hele reclametekst was ook te vinden als persbericht op de site van de adverteerder en heeft als zodanig ook de landelijke media gehaald. Geïnteresseerden konden middels doorklikken op deze tekst terecht komen, die enkel en alleen de drie uitspraken bevatte waar de klacht zich oorspronkelijk tegen richtte, plus een tweetal alinea's inleiding.

De hele bovenste helft van pagina 2 van het verweerschrift treft daardoor geen doel.

Ik hoop dat ik zo voldoende duidelijk heb gemaakt dat deze reclame misleidend is en ook als zodanig bestempeld moet worden.