



**KEURMERK
OBJECTIEF
VERGELIJKEN**

Gedragcode

September 2016

Stichting Keurmerk Objectief Vergelijken

Inleiding

Goede vergelijkingssites zijn van grote waarde voor de consument. Ze bieden gemak en tegelijk houden ze de prijzen voor consumenten laag. Verzekeraars concurreren immers feller als gevolg van de transparantie die vergelijkingssites brengen. Het is daarom van groot belang dat vergelijkingssites hun rol kunnen blijven vervullen, nu en in de toekomst.

Tegelijkertijd moeten consumenten kunnen vertrouwen op een transparante, objectieve en eerlijke dienstverlening van deze vergelijkingssites. Van een goede vergelijkingssite mag bovendien worden verwacht dat deze een zo compleet mogelijk beeld van de markt geeft. Met de toename van het aantal vergelijkingssites in de markt, wordt het verschil in de kwaliteit van dienstverlening steeds groter. Een slechte dienstverlening is schadelijk voor consumenten. Zij kunnen hierdoor verkeerde adviezen krijgen, met alle gevolgen van dien.

In 2015 heeft een aantal grote vergelijkingssites het initiatief genomen een gedragscode op te stellen voor het vergelijken van zorgverzekeringen. Dit zijn minimum standaarden waaraan goede vergelijkingssites moeten voldoen. Eind 2015 is de Stichting Keurmerk Objectief Vergelijken in het leven geroepen en is de gedragscode overgedragen. Het onafhankelijke bestuur van de Stichting is verantwoordelijk voor de ontwikkeling van de gedragscode in lijn met de doelstellingen van de stichting en is verantwoordelijk voor de certificering van vergelijkingssites. Medio 2016 heeft de Stichting besloten deze standaarden uit te breiden naar schadeverzekeringen. Wanneer partijen aan alle regels voldoen mogen zij het keurmerk "Objectief Vergelijken" en bijbehorende beeldmerk (zie bijlage 4) voeren bij de betreffende productcategorie.

De rollen van vergelijkingssites

Vergunning houdende vergelijkingssites vervullen veelal twee rollen:

- *Vergelijkingsrol*: het vergelijken van de premies en voorwaarden van de producten van verzekeraars
- *Bemiddelaarsrol*: onderhandelen namens de consument met verzekeraars over prijzen en voorwaarden, ontwikkelen van producten, geven van advies en regelen van de overstap, het beheer, mutaties en schade-afwikkeling.

Het klantbelang wordt gediend wanneer vergelijkingssites zowel de vergelijkingsrol als de bemiddelaarsrol innemen. Vergelijken biedt de consument grote transparantie en concurrentie tussen de Aanbieders (verzekeraars). Bemiddelen biedt de consument betere

producten, premies en voorwaarden (doordat zij onderhandelen met verzekeraars) en gemak. Met het 24x7 online gemak spreken zij nieuwe doelgroepen aan die anders niet in beweging waren gekomen.

Het bestuur van de stichting roept alle partijen die zich presenteren als vergelijkingsite of door consumenten als zodanig worden gezien, beleefd of ervaren op om zich bij dit initiatief aan te sluiten.

Definities

Aanbieder: Hiermee worden de aanbieders van financiële producten bedoeld zoals deze bekend zijn bij de consument, inclusief de verschillende labels die een Aanbieder voert.

Keurmerk: Hiermee wordt bedoeld het keurmerk 'Objectief Vergelijken' welke na toetsing en toekenning door de Stichting Keurmerk Objectief Vergelijken middels certificering kan worden toegekend voor een of meerdere Productgroepen.

Hoofdflow: De flow die consumenten logischerwijs doorlopen wanneer zij een vergelijking maken en/of een product afsluiten

Kortingsproposities: Productvormen die op dit moment in de markt worden gehanteerd door Aanbieders kennen behalve de reguliere productvorm vaak de vorm van een, doorlopende korting, kortingstarief, bonus of een combinatie van deze vormen van korting:

- *Doorlopende korting:* een (procentuele) doorlopende korting op de standaard premie van een Product (o.a. collectiviteitskorting).
- *Kortingstarief:* een tijdelijk of doorlopende gereduceerde premie voor een Product (o.a. provisie-inbouw).
- *Bonus/introductiekorting:* een eenmalige korting in euro's (ook wel welkomstpremie, gratis termijn(en), introductiekorting (percentage of cashback) die in/tijdens de initiële looptijd wordt uitgekeerd/verrekend aan consument.
- *Overige:* hybride combinatie vormen van bovenstaande modellen of dynamische tariefvormen

Partijen: Hiermee wordt bedoeld alle vergelijkingsites die vergelijken en/of bemiddelen in financiële producten voor consumenten en met ondertekening van dit document verklaard hebben aan alle gestelde regels en richtlijnen te voldoen.

Producten: Alle producten tezamen die Aanbieders voeren voor de betreffende productcategorie

Productgroep: Een categorie van verzekeringen zoals zorgverzekeringen, autoverzekeringen, woonhuisverzekeringen, reisverzekeringen etc.

Uitgangspunten

- *Klantbelang centraal:* belang van de consument staat altijd voorop
- *Eerlijk en objectief:* de consument krijgt een eerlijke en objectieve vergelijking en mag dus niet misleid worden
- *Transparant:* Partijen moeten duidelijk zijn over o.a. hun manier van vergelijken/advies, breedte van het aanbod, premies, bijkomende kosten, hun structuur/aandeelhouderschap, vergunningen, verdiensten, dienstverlening etc.
- *Helder:* belangrijke info moet makkelijk vindbaar zijn en in heldere consumententaal worden weergegeven
- *Praktisch:* dienstverlening moet aansluiten bij behoefte en wensen van de klant
- *Realistisch:* oplossingen moeten te realiseren en duurzaam zijn

Gedragscode

Hieronder zijn de minimum standaarden beschreven waaraan Partijen moeten voldoen om het keurmerk 'Objectief Vergelijken' te mogen voeren. Het staat Partijen uiteraard altijd vrij om in het belang van consumenten hierin verder te gaan.

1. Eigendom, toezicht, vergunning en verdiensten

1.1. Eigendom

Partijen maken op een logische en duidelijk gelabelde plek (bijvoorbeeld 'over <naam Partij> of 'over ons') op hun website duidelijk wie de zeggenschap over de website heeft.

1.2. Toezicht en vergunningen

1.2.1. Partijen maken duidelijk wie toezicht houdt op de Partij. Hiermee wordt zowel het intern toezicht bedoeld zoals een Raad van Commissarissen, een Raad van Toezicht, consumentenraad of een ander orgaan, alsmede externe toezicht zoals AFM, ACM, DNB, NZa e.d.

1.2.2. De namen van de personen die zitting hebben in het intern toezicht worden gepubliceerd op de website.

1.2.3. Tevens wordt vermeld of de betreffende partij een Wft vergunning heeft en zo ja, wat het nummer is.

1.3. Verdiensten

1.3.1. Partijen vermelden op een logische plek op hun website hoe zij hun geld verdienen (i.e. bij afsluiten, eenmalig, doorlopend). Er kunnen meerdere vormen naast elkaar bestaan.

1.3.2. Partijen maken op dezelfde plek kenbaar wat de gemiddelde verdiensten per productgroep zijn. Zij zorgen voor vindbaarheid van deze plek via duidelijke verwijzing(en) in de Hoofdflow.

1.3.3. De gemiddelde verdiensten worden berekend volgens de methodiek zoals toegelicht in bijlage 3

1.3.4. Partijen vermelden welke activiteiten zij voor deze verdiensten verrichten.

2. Duidelijk, begrijpelijk, objectief en gebruiksvriendelijk

2.1. Partijen zullen ervoor zorgen dat de informatie op de site duidelijk en begrijpelijk is en de vergelijking gebruiksvriendelijk is voor klanten.

2.2. Partijen stellen het klantbelang in hun handelen altijd centraal. Zij zullen ervoor zorgen dat de vergelijking objectief is opgezet en de zoekresultaten objectief worden gepresenteerd.

2.3. Om de objectiviteit te waarborgen zal de hoogte van de vergoeding die een Partij ontvangt nooit van invloed zijn op de rangorde in de zoekresultaten van de vergelijking.

2.4. Partijen zullen per Productgroep (zorg, auto, wonen etc.) een uniforme lijst van alle Aanbieders op hun website tonen waarvan premies en voorwaarden beschikbaar zijn voor alle consumenten: de A-lijst (zie bijlage 1). Partijen verplichten zich deze Aanbieders te vergelijken. In het uitzonderlijke geval dat een Aanbieder geen informatie over premies of voorwaarden ter beschikking stelt aan Partij(en) en Partij(en) deze niet via de belangrijkste dataleveranciers of een rechtstreekse koppeling redelijkerwijs kán verkrijgen wordt deze Aanbieder niet meegenomen in de vergelijking. Om dit transparant te maken wordt per Aanbieder aangegeven of deze wel of niet wordt meegenomen in de vergelijking. Om het Keurmerk te kunnen voeren moeten Partijen dus een zo compleet mogelijk beeld van de beschikbare markt weergeven.

- 2.5. De uniforme lijst van Aanbieders kan door de betreffende Partij worden aangevuld met additionele Aanbieders die ook worden vergeleken (de B-lijst). Dit kan bijvoorbeeld het geval zijn wanneer een Partij een eigen huismerk voert wat niet beschikbaar is voor andere Partijen of een Product wat niet voor iedereen beschikbaar is (zgn. doelgroep producten)
- 2.6. Partijen zullen samen een uniforme terminologie gaan ontwikkelen en implementeren voor de belangrijkste en veelgebruikte vaktechnische termen.

3. Mate van volledigheid

3.1. Opname in vergelijking

- 3.1.1. Van een goede vergelijkingssite mag worden verwacht dat zij een zo compleet mogelijk beeld van de toegankelijke markt geeft.
- 3.1.2. Partijen mogen Aanbieders, genoemd in de A- of B-lijst, niet selectief uitsluiten in de vergelijking.
- 3.1.3. Het tonen van een Verkort Zoekresultaat zoals beschreven in art 5.2.3 is toegestaan.

3.2. Communicatie

- 3.2.1. Het aantal Aanbieders wat door de betreffende Partij wordt meegenomen in de vergelijking moet duidelijk in de Hoofdflow van de betreffende Productgroep op de website worden vermeld.
- 3.2.2. De uniforme lijst van Aanbieders (zie art. 2.4) moet makkelijk vindbaar zijn vanuit de Hoofdflow van de betreffende productgroep. Per Productgroep moet het aantal Producten van alle vergeleken Aanbieders wat voldoet aan de wensen van de consument en die toegankelijk is voor de desbetreffende Partij duidelijk bij ieder advies of vergelijking worden vermeld, ongeacht of er samenwerking met die Aanbieder is.
- 3.2.3. Om overzicht voor de consument te houden is het toegestaan om in de vergelijking alleen het best passende Product(variant) van een Aanbieder te tonen. Partijen zijn dus niet verplicht om alle productvarianten in iedere vergelijking te tonen. *Dit speelt met name bij modulair of in volmacht opgebouwde producten (zoals FBTO) waarbij een zeer groot aantal varianten te creëren is. Bovendien kan op deze manier voorkomen worden dat een*

Aanbieder de gehele toplist van het zoekresultaat gaat innemen doordat zij een groot aantal varianten (duplicaten) aanbiedt.

4. Advies: persoonlijk en niet sturend

4.1. Persoonlijk advies

- 4.1.1. Het advies en/of vergelijking moet zoveel als redelijkerwijs logisch is gebaseerd zijn op de persoonlijke situatie van de consument. Er mag dus niet worden gewerkt met zogenaamde 'maatmannen' waarbij het advies of de vergelijking op fictieve gegevens van de consument gebaseerd is.
- 4.1.2. Een zoekresultaat of advies mag pas worden getoond wanneer persoonlijke informatie van de consument is ingewonnen. Er mag dus niet eerst een zoekresultaat worden getoond om vervolgens pas de mogelijkheid te bieden gegevens aan te passen naar de eigen persoonlijke situatie.
- 4.1.3. Het is toegestaan om een lijst te tonen van alle Producten zonder dat de klant persoonlijke gegevens of voorkeuren heeft ingevuld, mits de klant om die specifieke lijst heeft gevraagd. Het is dus toegestaan om een lijst van alle basisverzekeringen te tonen zónder eerst persoonsgegevens in te winnen mits de klant expliciet om een lijst met alle basisverzekeringen vraagt (bijv. omdat hij een knop 'toon alle basisverzekeringen' aanklikt) én duidelijk wordt gemaakt hoe deze lijst is gesorteerd (i.e. prijs, prijs-kwaliteit, alfabetisch etc.).

4.2. Defaults

- 4.2.1. Keuzes die van invloed zijn op het advies, het zoekresultaat of het te kopen product mogen niet met een default waarde worden ingevuld zonder dat de specifieke klantbehoefte is geïnterpreteerd. Zo mogen type dekking, dekkingswensen, aanvullende dekkingen, etc. niet 'by default' een waarde bevatten, tenzij het op basis van (uitgevraagde) klantkenmerken evident is wat het beste bij de klant past (bijvoorbeeld: bij een auto van 15 jaar past een WA dekking, bij een gehuurde woning huurt past een inboedelverzekering)
- 4.2.2. Bij het tonen van het zoekresultaat mogen wel standaardwaarden worden gebruikt die niet primair het advies betreffen. Deze moeten dan op de gebruikelijke waarden worden ingesteld. Voorbeeld hiervan is het zoekresultaat default op maandpremie tonen, daar waar dat gebruikelijk is.

5. Vergelijken: methodiek en weergave zoekresultaat

5.1. Methodiek

- 5.1.1. Partijen zijn vrij om hun methode van vergelijken te bepalen.
- 5.1.2. De methode van vergelijken moet op een plaats die vanuit de Hoofdflow gemakkelijk vindbaar is op de website van de betreffende Partij worden gepubliceerd.
- 5.1.3. De score en/of prijsgrondslag die bepaalt op welke plaats een product in de rangorde in het zoekresultaat zal verschijnen wordt voor alle producten binnen een productgroep op dezelfde manier berekend.
- 5.1.4. De hoogte van de vergoeding die een Partij ontvangt zal nimmer van invloed zijn op of onderdeel uit maken van het algoritme dat de Partij toepast om de rangorde in de vergelijking te bepalen.

5.2. Weergave zoekresultaat

5.2.1. Prijs en kwaliteit

- 5.2.1.1. Het zoekresultaat toont naast de prijs ook één of meerdere kwaliteitsaspecten. Met kwaliteitsaspecten wordt bedoeld alle elementen van een verzekering buiten de prijs zoals polisvoorwaarden, reviews, eigen risico, contractering, vrije keuze aanbieders/(schade)herstellers etc.
- 5.2.1.2. Partijen moeten bij alle kwaliteitsaspecten die getoond worden in de vergelijking op de website vermelden hoe kwaliteit wordt gedefinieerd, welke factoren worden meegenomen, wat de weging is, wat de score is en hoe deze tot stand komt, met inachtneming van artikel 5.1.4. Dit geldt ook indien de score door een derde partij is berekend. Tenzij de derde partij om zwaarwegende redenen geen inzage geeft.
- 5.2.1.3. De score op de kwaliteit moet in het zoekresultaat worden weergegeven.

5.2.2. Uitgebreid Zoekresultaat

- 5.2.2.1. Partijen zullen altijd een zoekresultaat presenteren waarin alle vergeleken Aanbieders in de juiste rangorde staan weergegeven, ongeacht of er samenwerking is of niet. Onder juiste rangorde wordt verstaan de rangorde waarop de consument de rangschikking wil zien. Dit noemen we het Uitgebreid Zoekresultaat.

- 5.2.2.2. Het Uitgebreid Zoekresultaat moet te sorteren (rangschikken) zijn op verschillende gronden, waaronder tenminste prijs en een kwaliteitsaspect.
- 5.2.2.3. Het Uitgebreid Zoekresultaat moet in de Hoofdflow worden getoond dan wel in de Hoofdflow makkelijk te benaderen zijn.
- 5.2.2.4. Indien een product meerdere varianten kent mag omwille van de overzichtelijkheid steeds alleen het best passende product worden getoond teneinde een 'overkill' van duplicaten en misbruik van de vergelijkingsrol te voorkomen.
- 5.2.2.5. Bij ieder zoekresultaat moet worden vermeld hoe dat zoekresultaat tot stand is gekomen.

5.2.3. Verkort Zoekresultaat

Om keuzestress te verminderen en de bemiddelingsrol te kunnen vervullen mogen Partijen een verkort zoekresultaat (Verkort Zoekresultaat) tonen.

- 5.2.3.1. Wanneer Partijen een Verkort Zoekresultaat tonen zijn zij verplicht om in iedere vergelijking tenminste de beste uit alle vergeleken producten ('beste product'), op basis van die sortering (rangschikking) (i.e. prijs, prijs/kwaliteit, klant opinie etc.) duidelijk en direct te tonen en als zodanig te labelen, ongeacht of er samenwerking is en/of er een vergoeding voor deze verzekeraars wordt ontvangen. Op deze manier krijgt de consument altijd duidelijk en direct het meest passende product van alle vergeleken verzekeraars te zien en daarmee een goed zicht op de waarde van de overige gepresenteerde of geadviseerde producten in de vergelijking.
- 5.2.3.2. In het Verkort Zoekresultaat kan naast het in artikel 5.2.3.1. genoemde 'beste product' meerdere producten getoond worden. De labelling en eventuele toelichting hiervan moeten zodanig gepresenteerd en geformuleerd worden dat er geen misverstand kan ontstaan bij de consument welke producten hij voor zich ziet. Wanneer Producten op een andere grondslag (sortering of filtering) zijn gebaseerd dan de grondslag van het beste product uit artikel 5.2.3.1., dan moet dit onderscheid voor de consument duidelijk worden gemaakt.
- 5.2.3.3. Vanuit het Verkort Zoekresultaat moet met 1 klik (link) het Volledig Zoekresultaat aan te roepen zijn.
- 5.2.3.4. Deze 'link' moet duidelijk zichtbaar en leesbaar worden weergegeven.
- 5.2.3.5. Indien de consument *expliciet* (dus niet geprefild) aangeeft uitsluitend producten te willen zien die via de betreffende Partij zijn af te sluiten, dan moet aan dit verzoek worden voldaan.

5.2.3.6. Bij ieder Verkort Zoekresultaat moet worden vermeld hoe dat zoekresultaat tot stand is gekomen.

5.2.4. Productkenmerken

Van ieder product in het zoekresultaat moet op eenvoudige wijze de belangrijkste kenmerken te vinden zijn over het Product, de prijs, de Aanbieder en de rol van de betreffende Partij.

6. Premies: weergave en kortingsmethodiek

Vanuit de bemiddelaarsrol die de Partijen innemen kunnen bij Aanbieders kortingen en prijsvoordelen worden bedongen, evenals betere voorwaarden.

Kortingsproposities zijn een instrument om de marktwerking te bevorderen tussen Aanbieders maar het belang van de consument dient beschermd te worden. Mede daarom is het belangrijk dat de voorwaarden en de vorm van de desbetreffende korting 100% helder zijn voor de consument en in het belang zijn van de consument.

Het is namelijk ook in het belang van de consument dat de Partij hem ondubbelzinnige informatie geeft over hoe de korting in de praktijk werkt en wanneer de korting wordt uitgekeerd (verrekend of gecrediteerd) in de Vergelijkingspremie.

De Termijnpremie vormt altijd de basis van de vergelijking. Optioneel kunnen Partijen een Vergelijkingspremie tonen. De voorwaarden waarop dat kan staan in artikel 6.2 opgesomd.

6.1. Termijnpremie

Partijen gebruiken in het zoekresultaat, die met een objectieve ranking tot stand komt, de termijnpremie(s).

6.1.1. Termijnpremie

6.1.1.1. De termijnpremie is als volgt opgebouwd:

- Premie
- Van toepassing zijnde belastingen
- Kosten die iedere termijn van toepassing zijn (zoals administratiekosten en incassokosten);

- Doorlopende korting (indien van toepassing)
- 6.1.1.2. De termijnpremie weerspiegelt de premie die daadwerkelijk per termijn wordt geïncasseerd bij de klant.
- 6.1.1.3. Eventuele eenmalige (polis of afsluit)kosten worden duidelijk bij de termijnpremie vermeld.

6.1.2. Detail premie-opbouw

De consument moet over de mogelijkheid beschikken om in een detailscherm in of na het zoekresultaat een overzichtelijke berekening van de termijnpremie van elk product te bekijken.

6.2. Vergelijkingspremie

6.2.1. De vergelijkingspremie is als volgt opgebouwd:

- Premie
- Van toepassing zijnde belastingen
- Kosten die iedere termijn van toepassing zijn (zoals administratiekosten en incassokosten);
- Doorlopende korting (indien van toepassing)
- Eenmalige (polis- of afsluit)kosten verdisconteerd in de vergelijkingspremie door deze kosten te delen door het aantal betalingstermijnen gedurende de polis duur (meestal bedraagt de polis duur 1 jaar. De eenmalige kosten worden bij maandbetaling dan gedeeld door 12).
- Bonus/introductiekortingen verdisconteerd in de vergelijkingspremie door deze korting te delen door het aantal betalingstermijnen gedurende de polis duur.

6.2.2. De vergelijkingspremie weerspiegelt de premie die gemiddeld gedurende de polis duur of de totale te verwachten looptijd (bij complexe financiële producten) moet worden betaald (inclusief eenmalige kosten en baten).

6.2.3. Indien een Partij kiest voor methodiek Vergelijkingspremie dan is het verplicht om naast de vergelijkingspremie in het zoekresultaat de consument duidelijk en toegankelijk te informeren en te communiceren over de totstandkoming van de vergelijkingspremie. Deze informatie kan gepresenteerd worden naast, boven of onder de vergelijkingspremie d.m.v. tooltips, i-tjes, ?-tjes, fold-open, click-through etc. Tevens is het verplicht om in de opvolgende communicatie een duidelijke uiteenzetting te geven van de vergelijkingspremie en berekening i.c.m. de te incasseren termijnpremie. Opvolgend betekent in dit verband na het

zoekresultaat maar voor de totstandkoming van de order. Bijv. in het ‘mandje’ of op de aanvraagpagina.

6.2.4. Bij de vergelijkingspremie moet de functionele mogelijkheid worden geboden, boven of naast het zoekresultaat, om te switchen naar termijnpremie.

6.2.5. Daar waar termijnpremie geen geschikte maatstaf is om een premievergelijking te maken omdat de termijnpremie over de looptijd varieert of over een deel van de looptijd geen termijnpremie is verschuldigd (bijvoorbeeld bij uitvaartverzekeringen en overlijdensrisico verzekeringen) kunnen de kosten over totale looptijd als vergelijkingsvariabele worden gehanteerd.

6.2.6. Voor overige voorwaarden voor het toepassen van de vergelijkingspremie wordt verwezen naar bijlage 2

6.3. Uniform beleid

Bij het toepassen van een Kortingspropositie van een Aanbieder bij Partij moet de Partij een uniform beleid hanteren. Dit houdt in dat er in het (verkorte)zoekresultaat bij de betreffende Partij, niet bij de ene Aanbieder een korting wel verrekend of anders gepresenteerd wordt en bij de andere Aanbieder niet.

6.4. Communicatie naar klant gedurende looptijd van de verzekering

Partijen zullen de klanten voor het einde van de looptijd van het Product informeren over het vervallen van de voordelen in de zin van kortingen van de Kortingsproposities indien Partij er weet van heeft dat de vermelde Kortingspropositie niet wordt gecontinueerd of herhaald, mits deze automatische melding contractueel niet aan Partij verboden is door betreffende Aanbieder. In dat laatste geval zal Partij deze klanten een opt-in geven om een melding te ontvangen bij afloop van de korting.

7. Privacy

7.1. Partijen zullen te allen tijde alle regelgeving en wetten omtrent privacy en de Wet Bescherming Persoonsgegevens in acht nemen bij het verzamelen en/of verwerken van persoonsgegevens.

7.2. Partijen komen daarbij overeen dat ze in ieder geval ervoor zullen zorgen dat:

- 7.2.1. zij beschikken over een helder en transparant privacy beleid op hun website die gemakkelijk vindbaar is voor de bezoeker;
- 7.2.2. zij beschikken over de juiste registratie bij het College Beschermingspersoonsgegevens;
- 7.2.3. zij beschikken over een klachten beleid en een contactnummer of email welke consumenten kunnen gebruiken voor eventuele klachten/vragen over privacy gerelateerde onderwerpen;
- 7.2.4. zij de nodige passende technische en organisatorische maatregelen nemen om de persoonsgegevens te beveiligen tegen verlies of enige vorm van onrechtmatige verwerking.
- 7.2.5. zij op de juiste en rechtmatige wijze opt-ins hebben verkregen voor de communicatie met de klant (zie art. 6.4).

8. Toezicht naleving gedragscode

- 8.1. De Stichting Keurmerk Objectief Vergelijken is opgericht en ziet toe op de naleving van de gedragscode door de Partijen. De stichting zal Partijen hierop toetsen door middel van een jaarlijkse certificering.
- 8.2. De stichting wordt bestuurd door een onafhankelijk bestuur.
- 8.3. De stichting heeft regels vastgelegd ten behoeve van het recht op gebruik van het keurmerk, het intrekken van dit recht en het aanbrenge van wijzigingen in deze gedragscode.
- 8.4. De stichting heeft een website (www.objectiefvergelijken.nl) waarop de doelstelling, de gedragscode en de gecertificeerde deelnemers worden weergegeven en voor welke productcategorie(en) zij het keurmerk mogen voeren.

Bijlage 1

Uniforme lijst van aanbieders

Productgroep ZORGVERZEKERINGEN

A. Aanbieders die kunnen worden vergeleken

<u>Aanbieder</u>	<u>Wordt vergeleken?</u>
Aevitae	
Anderzorg	
Avéro Achmea	
Azivo	
BeterDichtbij	
Bewuzt	
CZ	
CZdirect	
De Amersfoortse	
De Friesland Zorgverzekeraar	
De Goudse	
Delta Lloyd	
Ditzo	
DSW Zorgverzekeraar	
Energiek	
FBTO	
HEMA	
Ik!	
Interpolis ZorgActief	
IZA Zorgverzekeraar	
IZZ Zorgverzekeraar	
Kettlitz Wulfse Verzekeringen	
Kiemer Zorgverzekeraar	
Menzis	
Nedasco	
OHRA	
ONVZ	
OZF Achmea	

PMA	
PNOzorg	
Pro Life	
Promovendum / National Academic	
Salland	
Salland ZorgDirect	
Stad Holland Zorgverzekeraar	
Turien & Co	
UnitedConsumers	
Univé	
VGZ	
VvAA Zorgverzekering	
YouCare	
ZEKUR	
ZieZo van Zilveren Kruis	
Zilveren Kruis	
Zorg en Zekerheid	
Zorgverzekeraar UMC	

De premies van de in de A-lijst opgenomen verzekeraars worden opgenomen zonder korting tenzij de korting voldoet aan het gehanteerde kortingsbeleid zoals beschreven in hoofdstuk 6 en voor alle consumenten zonder enige beperking geldt.

B. Extra Aanbieders die bij Partij kunnen worden vergeleken

<u>Aanbieder</u>
AZVZ
Besured
C4Me
InTwente
Studenten Goed Verzekerd

Productgroep AUTOVERZEKERINGEN

Volgt

Productgroep WOONVERZEKERINGEN

Volgt

Productgroep REISVERZEKERINGEN

Volgt

Bijlage 2

Kortingsproposities en de Vergelijkingspremie**

1. Voorwaarden Vergelijkingspremie

1.1. Bonus/introductiekorting

Een bonus/introductiekorting kan en mag worden verrekend in de vergelijkingspremie mits deze minimaal voldoet aan de volgende voorwaarden (niet uitputtend);

- Een bonus dient te worden uitgekeerd in het eerste verzekeringsjaar tenminste voor of in de laatste termijn, binnen de looptijd van het Product (de polis).
- Bonus/introductiekorting is mogelijk tot een percentage van maximaal 25% van de jaarpremie.
- Wijziging van een Kortingspropositie en/of actievoorwaarden gedurende de looptijd van het Product (de verzekering) is niet toegestaan.
- Bij de aanvullende voorwaarden moet ondubbelzinnig en duidelijk wordt uitgelegd dat ingeval van tussentijdse/voortijdige beëindiging van de verzekering (het Product) dit gevolgen kan hebben voor de uitkering van de Bonus/introductiekorting. Voor Doorlopende kortingen of Kortingsstarieven mogen geen financiële sancties worden aangerekend bij tussentijdse/voortijdige beëindiging.
- Indien er sprak is van een Bonus/introductiekorting, dient deze in geld uitgekeerd te worden zonder dat daar enige vorm van inspanning (claimprocedure) van de klant tegenover staat.
- Bij combinaties met aanvullende dekkingen op het Product (verzekeringen) hebben de hoofd/basisverzekering en de aanvullende dekkingen dezelfde looptijd (normaliter 12 maanden) ingeval van toepassing van een Bonus/introductiekorting.

1.2. Doorlopende korting

Een doorlopende korting mag worden verrekend in de termijnpremie mits deze minimaal voldoet aan de volgende voorwaarden (niet uitputtend);

- De Doorlopende korting (veelal collectiviteitskorting) dient voor klanten op moment van afsluiten een jaar geldig te zijn waarbij er een intentie is van de betreffende Aanbieder en/of Partij dat de korting voor die klanten na dat jaar wordt gecontinueerd.

Doorlopende kortingen worden altijd verwerkt in de vergelijkingspremie volgens de in art. 6.2.1 beschreven methodiek, mits voldaan aan de voorwaarden en ongeacht de duur van de korting.

1.3. Kortingstarief

Een kortingstarief kan en mag worden verrekend in de termijnpremie mits deze minimaal voldoet aan de volgende voorwaarden (niet uitputtend):

- Het kortingstarief dient voor klanten op moment van afsluiten een jaar geldig te zijn waarbij er een intentie is van de betreffende Aanbieder en/of Partij dat het kortingstarief voor die klanten na dat jaar wordt gecontinueerd.

Het kortingstarief wordt altijd verwerkt in de vergelijkingspremie volgens de in art. 6.2 beschreven methodiek, mits voldaan aan de voorwaarden en ongeacht de duur van de korting.

2. Uitsluiting verdiscontering korting in vergelijkingspremie

2.1. Beperkende voorwaarden

Soms zijn er beperkende voorwaarde(n) die impact hebben op de totstandkoming van de korting (lidmaatschap, etc.). In dit geval hoeft de korting niet in de getoonde premie worden verwerkt indien het onbekend is of de consument aan deze voorwaarden voldoet.

2.2. Cadeaus etc.

Bij actievoorwaarden die niet strekken tot een directe financiële korting maar tot een 'cadeau' in de breedste zin van het woord, zal de korting niet in de getoonde premie worden verwerkt.

Bijlage 3

Grondslag en methodiek berekening gemiddelde provisie

1.1. Grondslag algemeen

Partijen hanteren per productgroep een gelijke grondslag voor de berekening van de gemiddelde ontvangen provisie voor zover deze redelijkerwijs gelijk zijn voor Partijen. Het betreft de gemiddelde looptijd van een polis en (specifiek zorg) het gemiddeld aantal premiebetalende volwassenen per polis. Ook de grondslag waarop de berekende gemiddelde provisie wordt getoond zal voor alle partijen per Productgroep gelijk zijn (bv per premiebetalende verzekerde) als mede de rapportageperiode (per jaar of over gehele looptijd)

1.2. Doorlopende of eenmalige provisie

Partijen rekenen alle verdiensten per Productgroep terug naar eenzelfde rapportageperiode: dat kan de jaarlijkse (doorlopende) provisie per nieuwe verzekerde zijn of de totale (eenmalige) provisie over gehele looptijd. Per productgroep wordt bepaald welke van deze twee grondslagen wordt gebruikt door Partijen. De keuze daarvan is afhankelijk wat het meest gangbaar in de markt is voor de betreffende Productgroep.

1.3. Weergave gemiddelde provisie

De gemiddelde provisie wordt weergegeven door melding te maken van:

- Het bedrag
- Per jaar of eenmalig
- De gemiddelde looptijd

Bijvoorbeeld: De gemiddelde provisie bedraagt 15,56 euro per jaar bij een gemiddelde looptijd van 3,5 jaar óf de gemiddelde provisie bedraagt éénmalig 45 euro bij een gemiddelde looptijd van 2,8 jaar.

1.4. Grondslag en methodiek per Productgroep

Grondslag is per Productgroep vastgesteld en hieronder weergegeven. Methodiek is de gewogen gemiddelde provisie voor nieuwe verzekerden:

Zorgverzekeringen

Zorgverzekeringen - grondslag

- Gemiddelde looptijd: 5 jaar
- Gemiddeld aantal premiebetalende personen per polis 1,25
- Grondslag tonen gemiddelde premie: per premiebetalende volwassene
- Grondslag rapportageperiode: jaarlijkse doorlopende provisie
- Peildatum: per 15 november, marktverhoudingen berekend over de verkopen 12 maanden hieraan voorafgaand

Zorgverzekeringen – methodiek

- Per Aanbieder wordt de ontvangen provisie omgerekend naar de hierboven genoemde grondslag:
 - Eenmalige provisie per premiebetalende persoon wordt dus gedeeld door 5 jaar
 - Eenmalige provisie per polis wordt gedeeld door 5 jaar en gedeeld door 1,25 verzekerden
 - Als provisie in een percentage is vastgesteld wordt dat percentage vermenigvuldigd met de gemiddelde premie van de Aanbieder
 - Vergoeding per click wordt omgerekend naar vergoeding per afgesloten premiebetalende persoon en vervolgens gedeeld door 5 jaar
- De totale jaar provisie per Aanbieder wordt berekend door het aantal nieuwe premiebetalende verzekerden van die Aanbieder te vermenigvuldigen met de jaarprovisie van die Aanbieder
- Wanneer een Aanbieder verschillende bedragen of percentages hanteert voor BV versus AV of zelfs verschillende bedragen of percentages per AV hanteert, dan wordt de totale jaarprovisie als volgt berekend: (Aantal BV's * provisie BV) + (Aantal AV1 * provisie AV1) + (Aantal AV2 * provisie AV2) etc.
- De gemiddelde provisie per jaar per premiebetalende verzekerde bedraagt dan de resultante van de som van de totale jaarprovisie van alle Aanbieders gedeeld door het totaal aantal premiebetalende verzekerden

Rekenvoorbeeld voor Partij X:

Provisieregelingen per 15 november:

- Aanbieder A: eur 80 eenmalig per nieuwe premiebetalende verzekerde
- Aanbieder B: eur 90 eenmalig per nieuwe polis
- Aanbieder C: eur 15 per jaar per nieuwe BV en eur 6 per jaar per nieuwe AV
- Aanbieder D: 2% per jaar over de BV (eur 1100) en 4% per jaar over de AV (gem eur 250)

Gesloten aantallen in periode 15 november jaar T-1 t/m 14 november jaar T:

- Aanbieder A: 200
- Aanbieder B: 40
- Aanbieder C: 450 BV's en 400 AV's
- Aanbieder D: 100 BV's en 80 AV's

Berekening:

Omrekenen naar grondslag:

Aanbieder A: = eur 80 / 5 = eur 16 per premiebetalende verzekerde jaar

Aanbieder B: = eur 90 / 5 / 1,25 = eur 14,40 per premiebetalende verzekerde per jaar

Aanbieder C: = eur 15 per premiebetalende verzekerde per jaar voor BV en eur 6 voor AV

Aanbieder D: = 2%*1100 = eur 22 per premiebetalende verzekerde per jaar voor BV en 4%*250 = eur 10 voor AV

Totale jaarprovisie:

Aanbieder A: 200*16 = 3.200

Aanbieder B: 40*14,40 = 576

Aanbieder C: 450*15 + 400*6 = 9.150

Aanbieder D: 100*22 + 80*10 = 3.000

De gemiddelde provisie bedraagt voor Partij X: $(3.200 + 576 + 9.150 + 3000) / (200 + 40 + 450 + 100) = 15.926 / 790 = \mathbf{20,16 \text{ euro per premiebetalende verzekerde per jaar bij een gemiddelde looptijd van 5 jaar.}}$

Bijlage 4

Logo Keurmerk Objectief Vergelijken



**KEURMERK
OBJECTIEF
VERGELIJKEN**