

**ANALYSE | RAPPORT**

# Onderzoek naar reclame-uitingen en informatieverstrekking over kosten door CASPs

Januari 2025

# Inhoudsopgave

Wat heeft de AFM gedaan?	3
Waar moeten reclame-uitingen van CASPs aan voldoen?	3
Uitkomsten van het onderzoek naar reclame-uitingen van CASPs	4
Waar moet informatie over kosten op de websites van CASPs aan voldoen?	5
Uitkomsten van het onderzoek naar kosteninformatie op de websites van CASPs	5
Wat betekent dit onderzoek voor de toekomst?	6
Toezicht van de AFM op informatieverstrekking	6
Wat doet de AFM nog meer rondom crypto's?	6

Via verschillende media maken aanbieders van cryptoactivadiensten (Crypto Asset Service Providers, CASPs) reclame voor het handelen in crypto's. De AFM waarschuwt dat handelen in crypto's zeer risicovol is en vindt het daarom belangrijk dat de informatieverstrekking van CASPs daarover op orde is. Met de Markets in Crypto-Assets Regulation (MiCAR) die op 30 december 2024 van kracht is geworden, dienen CASPs zich te houden aan verschillende vereisten op het gebied van informatieverstrekking, waaronder reclame-uitingen.

## Wat heeft de AFM gedaan?

De AFM volgt de activiteiten en ontwikkelingen op het gebied van crypto's nauwgezet. We zien dat CASPs via verschillende media reclame maken voor het handelen in cryptoactiva. Wij vinden het belangrijk dat marketing en gerelateerde activiteiten in het belang van de klant zijn en bijdragen aan goed geïnformeerde beslissingen door de klant. Om inzicht te verkrijgen in de informatieverstrekking door CASPs hebben wij in 2023 en 2024 verkennende onderzoeken uitgevoerd naar de reclame-uitingen van CASPs. Daarnaast hebben wij in 2023 verkennend onderzoek gedaan naar de informatieverstrekking over kosten op de websites van CASPs. Immers, naast reclames, kunnen kosten voor klanten een belangrijke rol spelen in de afweging voor een bepaalde dienstverlener. Bij deze onderzoeken is de AFM verschillende voorbeelden tegengekomen van mogelijk niet-correcte, niet-heldere en misleidende informatieverstrekking.

In deze publicatie geven wij een korte toelichting op het onderzoek, en bieden wij praktische handvatten voor de sector en inzicht in AFM-activiteiten. De publicatie is als volgt opgebouwd:

- Waar moeten reclame-uitingen van CASPs aan voldoen?
- Uitkomsten van het onderzoek naar reclame-uitingen van CASPs
- Waar moet informatie over kosten op de websites van CASPs aan voldoen?
- Uitkomsten van het onderzoek naar kosteninformatie op de websites van CASPs
- Wat betekent dit onderzoek voor de toekomst?
- Toezicht van de AFM op informatieverstrekking
- Wat doet de AFM nog meer rondom crypto's?

## Waar moeten reclame-uitingen van CASPs aan voldoen?

Volgens MiCAR verstrekken CASPs hun cliënten correcte, heldere en niet-misleidende informatie, waaronder in reclame-uitingen,<sup>1</sup> die als dusdanig herkenbaar moeten zijn, aldus artikel 66, tweede lid. CASPs misleiden hun cliënten noch opzettelijk noch uit onachtzaamheid met betrekking tot de reële of vermeende voordelen van cryptoactiva. Uit MiCAR volgt bovendien dat CASPs cliënten moeten waarschuwen voor de risico's die aan transacties in cryptoactiva verbonden zijn (artikel 66, derde lid).

Deze norm uit MiCAR kent gelijkenissen met vergelijkbare normen uit de Markets in Financial Instruments Directive (MiFID II) en de Wet op het financieel toezicht (Wft).<sup>2</sup> Hoewel het hier gaat om aparte normen zullen wij waar relevant en passend ook kijken naar de gelijkenissen. Wij beoordelen onder meer of de informatie de klant niet op het verkeerde been zet. Zo verwachten wij dat de informatie in ieder geval vindbaar, begrijpelijk en evenwichtig is voor de doelgroep.

---

<sup>1</sup> In artikel 7, 29 en 53 MiCAR zijn bovendien vereisten opgenomen voor reclame-uitingen die betrekking hebben op een aanbieding aan het publiek of op de toelating tot de handel van een cryptoactivum. Het door de AFM uitgevoerde onderzoek ziet niet op deze specifieke vereisten, maar met name op de generieke norm correct, helder en niet-misleidend.

<sup>2</sup> Betreffende artikel 24, derde lid, MiFID II en artikel 4:19, tweede lid, Wft

## **Uitkomsten van het onderzoek naar reclame-uitingen van CASPs**

Voor ons onderzoek hebben wij gekeken naar de reclame-uitingen van verschillende CASPs, via verschillende media. Wij lichten hieronder enkele bevindingen uit het onderzoek toe. Deze bevindingen dienen gezien te worden als praktische handvatten voor CASPs die inzicht geven hoe zij aan de vereisten in MiCAR kunnen voldoen.

### **Waarschuwen voor de risico's verbonden aan transacties in cryptoactiva**

Wij hebben verschillende reclame-uitingen gezien zonder waarschuwing over de risico's verbonden aan transacties in cryptoactiva. De norm<sup>3</sup> schrijft voor dat CASPs cliënten moeten waarschuwen voor de risico's die aan transacties in cryptoactiva verbonden zijn. Wij zien goede voorbeelden in de praktijk, waarbij in ieder geval voor deze risico's wordt gewaarschuwd wanneer ook op (mogelijke) voordelen van een cryptoactivum en/of cryptoactivadienst wordt gewezen. Dit draagt bij aan heldere en evenwichtige informatieverstrekking.

Ook hebben wij een aantal reclame-uitingen gezien waarbij wij de gegeven waarschuwing niet helder vinden. Het opnemen van een passage zoals *'beleggen/investeren/handelen in cryptoactiva kent/gaat gepaard met risico's'* vindt de AFM te algemeen om de risico's die aan transacties in cryptoactiva verbonden zijn te duiden. Een manier om aan de norm<sup>4</sup> te voldoen kan volgens de AFM zijn door helder te maken wat het desbetreffende risico is, bijvoorbeeld dat je je inleg kunt verliezen. Voor de volledigheid benadrukken wij dat wij het belangrijk vinden dat de waarschuwing in verhouding staat tot de context van de reclame-uiting. Of een waarschuwing correct, helder en niet-misleidend is, hangt af van de context (zowel inhoudelijk als de presentatie) en kan verschillen per reclame-uiting.

### **Weergave van historische rendementen**

Wij hebben een aantal reclame-uitingen gezien waarin historische rendementen worden weergegeven. In enkele gevallen is daarbij niet gebruikgemaakt van een representatieve periode, omdat deze te kort was. Als in een reclame-uiting historische dan wel werkelijke rendementen worden geschetst, verwachten wij dat die gebaseerd zijn op een periode die representatief is.

### **Weergave van vergoedingen bij staking**

Wij zijn een aantal reclame-uitingen tegengekomen waarin voordelen worden genoemd van stakingdiensten, bijvoorbeeld in de vorm van een vergoeding per cryptoactivum. De norm<sup>5</sup> schrijft voor dat CASPs hun cliënten noch opzettelijk noch uit onachtzaamheid dienen te misleiden met betrekking tot de reële of vermeende voordelen van cryptoactiva. De AFM vindt het belangrijk dat in dergelijke reclame-uitingen waarbij (mogelijke) voordelen van cryptoactiva worden genoemd, ook de bijbehorende risico's en eventuele beperkingen worden benoemd. Een belangrijke beperking in dit kader is bijvoorbeeld dat de voorgespiegelde vergoedingen vanuit stakingdiensten variabel kunnen zijn, zoals bijvoorbeeld het geval is als een CASP deze vergoeding op ieder moment kan aanpassen. Ook als er bepaalde voorwaarden gelden om in aanmerking te komen voor dergelijke vergoedingen, achten wij het belangrijk om dit te vermelden.

### **Weergave van informatie over promotieacties**

Wij hebben reclame-uitingen gezien voor promotieacties, waarbij de klant over een bepaald handelsvolume geen transactiekosten hoeft te betalen. Deze promotieacties hadden doorgaans een beperkte looptijd. In reclame-uitingen voor zulke acties achten wij het belangrijk dat de looptijd helder en correct wordt weergegeven. Immers, een beperkte geldigheidsduur kan ertoe leiden dat klanten geen gebruik kunnen maken van de volledige actie, tenzij zij voldoende (grote) transacties doen. Daarnaast wordt in sommige reclame-uitingen de term 'transactietegoed' gebruikt voor dergelijke promotieacties.

---

<sup>3</sup> Artikel 66, lid 3, MiCAR

<sup>4</sup> Artikel 66, lid 2, MiCAR

<sup>5</sup> Artikel 66, lid 2, MiCAR

Bij het gebruik van deze term vinden wij het belangrijk dat niet onterecht de indruk wordt gewekt dat sprake is van een tegoed waarmee cryptoactiva kunnen worden aangeschaft.

### **Veilig sparen of handelen in crypto**

In enkele reclame-uitingen die de AFM heeft bekeken, wordt gesproken over ‘veilig’ handelen in crypto, of ‘sparen’ in crypto-activa. Bij een correcte, heldere en niet-misleidende informatieverstrekking acht de AFM het belangrijk dat risico’s niet worden gebagatelliseerd, zeker gezien de volatiliteit van crypto-activa. Als in een reclame-uiting wordt gesproken over ‘veilig’ handelen in crypto-activa, is het daarom van belang om nadere toelichting of context te geven wat daarmee wordt bedoeld. Daarnaast kan de klant door het gebruik van de term ‘sparen’ op het verkeerde been worden gezet. De term ‘sparen’ heeft in Nederland namelijk een sterke connotatie met het aanhouden van giraal geld bij een bank, met toepassing van het Depositogarantiestelsel.

### **Waar moet informatie over kosten op de websites van CASPs aan voldoen?**

Ingevolge MiCAR stellen CASPs hun tarief-, kosten- en vergoedingsbeleid publiek beschikbaar op een prominente plaats op hun website (artikel 66, vierde lid). Wij beoordelen bovendien ingevolge het tweede lid van artikel 66 MiCAR of de informatieverstrekking over kosten correct, helder en niet-misleidend is.

### **Uitkomsten van het onderzoek naar kosteninformatie op de websites van CASPs**

Wij hebben onderzoek verricht naar de informatie over kosten van verschillende CASPs op hun openbare websites. Wij zijn verschillende gevallen tegengekomen waarbij deze informatie niet publiek beschikbaar is op een prominente plaats op de website. Ook hebben wij enkele voorbeelden gezien van mogelijk niet-correcte, niet-heldere en/of misleidende informatie. Hieronder zetten wij enkele bevindingen uiteen die als praktische handvatten kunnen dienen voor CASPs om inzicht te geven hoe zij aan de vereisten onder MiCAR kunnen voldoen.

#### **Geen tarief-, kosten- en vergoedingsbeleid beschikbaar op de openbare website**

Wij zijn enkele gevallen tegengekomen waar wij op de openbare website geen tarief-, kosten- en/of vergoedingsbeleid hebben gezien. Om aan deze norm<sup>6</sup> te voldoen, achten wij het van belang dat CASPs niet enkel in zijn algemeenheid vermelden dat tarieven-, kosten- en/of vergoedingsposten van toepassing kunnen zijn, maar dat klanten daadwerkelijk inzicht krijgen in de specifieke tarieven, kosten en/of vergoedingen die een CASP in rekening brengt. Over het algemeen zien wij het gebruik van een kostenschema en/of kostencalculator als *good practice*.

#### **Geen prominente plaats tarief-, kosten- en vergoedingsbeleid**

Wij hebben gezien dat in meerdere gevallen kosteninformatie niet op één pagina staat weergegeven, maar verspreid is over de website. Bijvoorbeeld op de landingspagina, op specifieke pagina’s over kosten, onder zogenoemde kennisacademies, onder ‘veelgestelde vragen’ of supportcentra en/of in de Algemene Voorwaarden. Wij merken op dat wij kennisacademies, ‘veelgestelde vragen’, supportcentra en Algemene Voorwaarden doorgaans geen prominente plaats achten voor het publiek beschikbaar stellen van een tarief-, kosten- en vergoedingsbeleid. Informatie op deze plekken vinden wij lastig vindbaar voor klanten, omdat uit deze omschrijvingen niet blijkt dat er op deze plekken kosteninformatie staat. Bovendien achten wij de informatie voor klanten niet voldoende vindbaar wanneer alle informatie behorend tot een bepaald onderwerp niet op of via één pagina beschikbaar wordt gesteld. Een manier om te borgen dat de informatie op een prominente plaats staat, is door deze één klik van de homepage te plaatsen, of twee klikken als gebruik wordt gemaakt van een drop-down menu.

---

<sup>6</sup> Artikel 66 lid 4 MiCAR

### **Geen aannemelijke kostenelementen in tarief-, kosten- en vergoedingenbeleid**

Wij hebben gezien dat op verschillende websites van CASPs een of meerdere aannemelijke kostenelementen ontbreken. Onder aannemelijke kostenelementen verstaan wij in ieder geval gebruikelijke kosten zoals stortings- en/of opnamekosten, transactiekosten en lopende kosten. Bij een correcte, heldere en niet-misleidende informatieverstrekking achten wij het van belang dat CASPs volledig zijn in hun communicatie richting klanten. Als CASPs dergelijke kosten niet vermelden, terwijl klanten deze wel betalen, kunnen klanten op het verkeerde been worden gezet.

### **Wat betekent dit onderzoek voor de toekomst?**

Per 30 december 2024 is MiCAR volledig van kracht en verwachten wij dat CASPs ervoor zorgen dat hun informatieverstrekking, waaronder reclame-uitingen, voldoet aan de daarvoor geldende normen. Wij merken op dat de hiervoor genoemde bevindingen onder MiCAR zouden kunnen kwalificeren als overtredingen. Wij roepen CASPs daarom op om de gegeven handvatten toe te passen. Wij gaan toezichthouden op reclame-uitingen en vinden het daarbij ook belangrijk hoe partijen hun interne beleid hierover vormgeven.

### **Toezicht van de AFM op informatieverstrekking**

De AFM houdt risicogestuurd toezicht, zowel in ons doorlopende toezicht als in thematische onderzoeken. De populariteit van handelen in crypto's en de significante risico's die daarmee gepaard gaan, zorgen ervoor dat wij kritisch zullen kijken naar de juiste naleving van de informatieverstrekkingseisen zoals neergelegd in MiCAR. Wij houden de actuele ontwikkelingen in de gaten en doen onderzoek. Zo hebben we begin 2024 een onderzoek gepubliceerd naar [hoe cryptoapps rekening houden met het belang van hun klanten](#). Ook hebben we eerder [een verkenning gepubliceerd naar finfluencers](#).

### **Wat doet de AFM nog meer rondom crypto's?**

Op dit moment houden wij ons onder andere bezig met het behandelen van vergunningaanvragen van CASPs, het toezicht op cryptoactivawitboeken voor activagerelateerde tokens (ARTs) en e-moneytokens (EMTs), en reclame-uitingen met betrekking tot een aanbieding aan het publiek of de toelating tot de handel van ARTs en EMTs. Sinds 22 april 2024 kunnen CASPs [een aanvraag voor een vergunning of notificatie](#) indienen bij de AFM. Verder houden wij aandacht voor de actuele ontwikkelingen rondom crypto's en blijven wij ons inzetten voor de bescherming van klanten, bijvoorbeeld door het delen van *good practices* in Q&A's en persberichten. Tot slot zetten wij in op aanvullende Europese wet- en regelgeving en een gelijk Europees speelveld.



**Autoriteit Financiële Markten**

Postbus 11723 | 1001 GS Amsterdam

**Telefoon**

020 797 2000

[www.afm.nl](http://www.afm.nl)

Follow us: →



*De AFM maakt zich sterk voor eerlijke en transparante financiële markten.*

*Als onafhankelijke gedragstoezichthouder dragen wij bij aan duurzaam financieel welzijn in Nederland.*

De tekst van deze publicatie is met zorg samengesteld en is informatief van aard. U kunt er geen rechten aan ontleen. Door veranderende wet- en regelgeving op nationaal en internationaal niveau is het mogelijk dat de tekst niet actueel is op het moment dat u deze leest. De Autoriteit Financiële Markten (AFM) is niet aansprakelijk voor de eventuele gevolgen – bijvoorbeeld geleden verlies of gederfde winst – ontstaan door of in verband met acties ondernomen naar aanleiding van deze tekst.

© Copyright AFM 2025