

In welke gevallen verricht een vergelijkingswebsite activiteiten van verzekeringsdistributie?

FSMA_Standpunt_2025_01 | 23/07/2025



Verschiede websites bieden vergelijkingstools voor verzekeringen aan. In sommige gevallen moeten de activiteiten van die websites als verzekeringsdistributie worden gekwalificeerd.

De FSMA verduidelijkt hoe zij de definitie van verzekeringsdistributie interpreteert met betrekking tot de activiteiten van de vergelijkingswebsites voor verzekeringen, alsook de elementen waarmee zij in dat verband rekening houdt.

1. Definitie

De wet definieert ‘verzekeringsdistributie’ als ‘de werkzaamheden die bestaan in het adviseren over, het voorstellen van, het realiseren van voorbereidend werk tot het sluiten van verzekeringsovereenkomsten, of in het sluiten van verzekeringsovereenkomsten, dan wel in het assisteren bij het beheer en de uitvoering van verzekeringsovereenkomsten, in het bijzonder in het geval van een schadegeval. Daaronder is inbegrepen het verstrekken van informatie over één of meerdere verzekeringsovereenkomsten op basis van criteria die een klant via een website of andere media kiest, en het opstellen van een ranglijst van verzekeringsproducten, met inbegrip van een prijs- en productvergelijking, of van een korting op de premie van een verzekeringsovereenkomst, wanneer de klant rechtstreeks of onrechtstreeks via een website of andere media een verzekeringsovereenkomst kan sluiten.’ [1]

Deze definitie moet in het algemeen ruim worden geïnterpreteerd, omdat de wet tot doel heeft de consumenten een hoog beschermingsniveau te garanderen alsook gelijke concurrentievoorwaarden voor de verschillende distributiekkanalen voor verzekeringsproducten.

De wet voorziet dat: ‘Worden niet als verzekeringsdistributie beschouwd:

- (a) het beheer door overheidsinstanties of consumentenorganisaties van websites die niet gericht zijn op het sluiten van een overeenkomst, maar louter verzekeringsproducten vergelijken die op de markt beschikbaar zijn;
- (b) het incidenteel verstrekken van informatie aan een klant in de context van een andere beroepswerkzaamheid, mits de informatieverstrekker geen verdere stappen onderneemt om te assisteren bij het sluiten of de uitvoering van een verzekeringsovereenkomst;
- (c) het beroepshalve afhandelen van -schadegevallen voor een verzekeringsonderneming en schaderegeling en schade-expertise;
- (d) het louter verstrekken van gegevens en informatie over potentiële verzekeringnemers aan verzekeringstussenpersonen of verzekeringsondernemingen, mits de informatieverstrekker geen verdere stappen onderneemt om de klant te assisteren bij de sluiting van een verzekeringsovereenkomst;
- (e) het louter verstrekken van informatie over verzekeringsproducten of over een verzekeringstussenpersoon of verzekeringsonderneming aan potentiële verzekeringsnemers, mits de informatieverstrekker geen verdere stappen

onderneemt om te assisteren bij de sluiting van een verzekeringsovereenkomst.’
[2]

Onder voorbehoud van de wettelijk bepaalde vrijstellingen mag geen enkele verzekerings- of nevenverzekeringstussenpersoon de activiteit van verzekeringsdistributie uitoefenen, zonder vooraf in het door de FSMA bijgehouden register van de verzekeringstussenpersonen te zijn ingeschreven ^[3]. Dit betekent dat een website die activiteiten van vergelijken van verzekeringen verricht die als verzekeringsdistributie zouden kunnen worden gekwalificeerd, als verzekeringstussenpersoon bij de FSMA ^[4] moet zijn ingeschreven om die activiteiten te mogen uitoefenen.

2. **Activiteiten die als verzekeringsdistributie worden gekwalificeerd**

Om aan de definitie van verzekeringsdistributie te voldoen, moeten de activiteiten van de vergelijkingswebsites voor verzekeringen cumulatief aan de volgende twee voorwaarden voldoen:

- (a) De activiteit moet, tegen vergoeding ^[5], bestaan uit:
 - het verstrekken van informatie over één of meerdere verzekeringsovereenkomsten op basis van criteria die de klant kiest, of
 - het opstellen van een ranglijst van verzekeringsproducten, met inbegrip van een prijs- en productvergelijking, of
 - een korting op de premie.
- (b) **En** de klant moet de mogelijkheid hebben om, na afloop van het vergelijkingsproces, rechtstreeks of onrechtstreeks een verzekeringsovereenkomst af te sluiten.

De beoordeling van dit criterium zal afhangen van de mate waarin deze websites aanvullende maatregelen nemen om de klant te helpen bij het afsluiten van een specifieke verzekeringsovereenkomst. Zo zal met name aan het tweede criterium voldaan zijn als dergelijke websites (of via andere communicatiemiddelen) het sluiten van een specifieke verzekeringsovereenkomst vergemakkelijken:

hetzij door de klant rechtstreeks een elektronisch formulier ter beschikking te stellen waarmee hij na afloop van het vergelijkingsproces een aanvraag voor een overeenkomst kan indienen;

hetzij door een hyperlink te vermelden naar een andere website die naar een concrete en specifieke offerte voor een verzekeringsovereenkomst leidt die de klant rechtstreeks aan de verzekeraar kan voorleggen.

De FSMA beschouwt de volgende activiteiten als voorbeelden van verzekeringsdistributie:

een vergelijkingswebsite met daarop bijvoorbeeld een elektronisch formulier waarop de klant zijn persoonsgegevens kan invullen en/of kan aangeven voor welke verzekeringen hij belangstelling heeft, of waarop hij deze verzekeringen kan selecteren via een afrolmenu, en die hem vervolgens verschillende specifieke producten voorstelt, waarop hij, na afloop van het vergelijkingsproces, rechtstreeks kan inschrijven;

een vergelijkingswebsite waarop de klant de verzekeringen waarvoor hij belangstelling heeft, kan invullen of selecteren via een afrolmenu, maar waar, na afloop van het vergelijkingsproces, enkel hyperlinks te vinden zijn naar verschillende websites van verzekeringsondernemingen. Wanneer de klant op die hyperlinks klikt, wordt hij doorgelinkt naar de website van de verzekeringsonderneming die hem een concreet en specifiek verzekeringsvoorstel toont, en hem de mogelijkheid biedt om de overeenkomst te ondertekenen of op een verzekeringsproduct in te schrijven (ongeacht of de vooraf op de vergelijkingswebsite ingevulde informatie al op de website van de verzekeringsonderneming is ingevuld dan wel opnieuw moet worden ingevuld);

een vergelijkingswebsite waarop de klant kan aangeven voor welke verzekeringen hij belangstelling heeft, of waarop hij deze verzekeringen kan selecteren via een afrolmenu, waarna die vergelijkingswebsite die informatie aan een verzekeringstussenpersoon of -onderneming bezorgt die de consument met een concrete offerte zal contacteren.

3. Activiteiten die als het louter verstrekken van gegevens en informatie worden gekwalificeerd

De FSMA beschouwt de volgende activiteiten (niet-exhaustieve lijst) niet als activiteiten die aan de definitie van verzekeringsdistributie voldoen:

een website die verzekeringsproducten en verzekeringsondernemingen of -tussenpersonen uitsluitend oplijst, en die hyperlinks bevat naar de algemene pagina's van de website van een verzekeringsonderneming of -tussenpersoon, zonder de klant de mogelijkheid te bieden om rechtstreeks of onrechtstreeks een verzekeringsovereenkomst te sluiten via een website of andere

communicatiemiddelen.

Dit is gewoonlijk het geval als de klant de verzekeringen waarvoor hij belangstelling heeft, niet kan invullen of selecteren op de vergelijkingswebsite.

een vergelijkingswebsite van verzekeringen die naar specifieke productpagina's of naar een tarief doorverwijst, maar die geen aanbevelingen formuleert over de geschiktheid van het product voor de klant. Als de klant belangstelling heeft, geeft de website hem bovendien geen instructies over het contacteren van een specifieke verzekeringstussenpersoon of -onderneming, en doet de website ook niets om hen met elkaar in contact te brengen.

Meer in het bijzonder beschouwt de FSMA de activiteiten waarbij verzekeringen met elkaar worden vergeleken op websites met onderstaande kenmerken, niet als voorbeelden van verzekeringsdistributie:

hyperlinks naar de onthaalpagina's van websites van verzekeringsondernemingen;
hyperlinks naar de algemene pagina's over een bepaalde groep van verzekeringsproducten;

informatie of een hyperlink naar informatie over een specifiek verzekeringsproduct of een tarief, maar die de klant aanbeveelt om een verzekeringstussenpersoon of -onderneming naar keuze te contacteren als hij belangstelling heeft (zonder bijkomende stappen te ondernemen om de klant te helpen bij het sluiten van de overeenkomst).

Die activiteiten worden geacht onder het toepassingsgebied te vallen van 'het louter verstrekken van gegevens en informatie over potentiële verzekeringnemers aan verzekeringstussenpersonen of verzekeringsondernemingen, mits de informatieverstrekker geen verdere stappen onderneemt om de klant te assisteren bij de sluiting van een verzekeringsovereenkomst' ^[6] of 'het louter verstrekken van informatie over verzekeringsproducten of over een verzekeringstussenpersoon of verzekeringsonderneming aan potentiële verzekeringsnemers, mits de informatieverstrekker geen verdere stappen onderneemt om te assisteren bij de sluiting van een verzekeringsovereenkomst' ^[7] naargelang het geval.

4. **Beoordeling per geval**

De FSMA benadrukt dat een case-by-case beoordeling steeds nodig zal zijn, gelet op de specifieke omstandigheden van elk concreet dossier (rekening houdend met het soort en de complexiteit van het product dat wordt vergeleken).


De gedetailleerdheid van de persoonlijke informatie die aan de klant wordt gevraagd (bv. leeftijd, aantal schadegevallen, gezondheidstoestand, ...), zal ook doorslaggevend zijn bij de beoordeling van het feit of de vergelijkingswebsite al dan niet bijkomende maatregelen neemt om de klant te helpen bij het sluiten van een verzekeringsovereenkomst. Als de vergelijkingswebsite dat wel doet, zal ervan worden uitgegaan dat deze activiteiten van verzekeringsdistributie verricht.

5. Informatie voor de consumenten

Consumenten moeten bijzondere aandacht besteden aan de identiteit van de vergelijkingswebsite. In die context moeten ze controleren of het om een al dan niet bestaande vennootschap gaat, en de aard van de activiteiten van de vennootschap onderzoeken vóór ze persoonlijke gegevens verstrekken.

Bovendien moet worden gecheckt of de betrokken vennootschap al dan niet activiteiten van verzekeringsdistributie verricht (bv. of de website een grote hoeveelheid gegevens vraagt), en, in voorkomend geval, of deze vennootschap de nodige vergunningen heeft om dat te doen. De informatie over het checken van de aanbieders kan worden geraadpleegd op de website van de FSMA: [Check uw aanbieder](#).

Referenties

- De wet van 4 april 2014 betreffende de verzekeringen
- Richtlijn (EU) 2016/97 van het Europees Parlement en de Raad van 20 januari 2016 betreffende verzekeringsdistributie
- De door de Europese Autoriteit voor Verzekeringen en Bedrijfspensioenen (EIOPA) gepubliceerde [Q&A's over de vergelijkingswebsites voor verzekeringen](#) .
- [Wat is een "klantenaanbrenger inzake verzekeringen"?](#)

[1] Artikel 5, 46°, van de wet van 4 april 2014 betreffende de verzekeringen.

[2] Artikel 5, 46°, van de wet van 4 april 2014 betreffende de verzekeringen.

[3] Art. 259 van de wet van 4 april 2014 betreffende de verzekeringen.

[4] Of bij de toezichthouder van zijn lidstaat van herkomst.

[5] Een 'vergoeding' wordt in artikel 5, 58°, van de wet van 4 april 2014 gedefinieerd als 'een commissie, provisie of andere betaling, met inbegrip van economische voordelen van welke aard ook of enigerlei andere financiële of niet-financiële voordeel of stimulans, dat of die in verband met het verzekeringsdistributiebedrijf wordt aangeboden of verstrekt'.

[6] Artikel 5, 46°, tweede lid, d), van de wet van 4 april 2014 betreffende de verzekeringen.

[7] Artikel 5, 46°, tweede lid, e), van de wet van 4 april 2014 betreffende de verzekeringen.