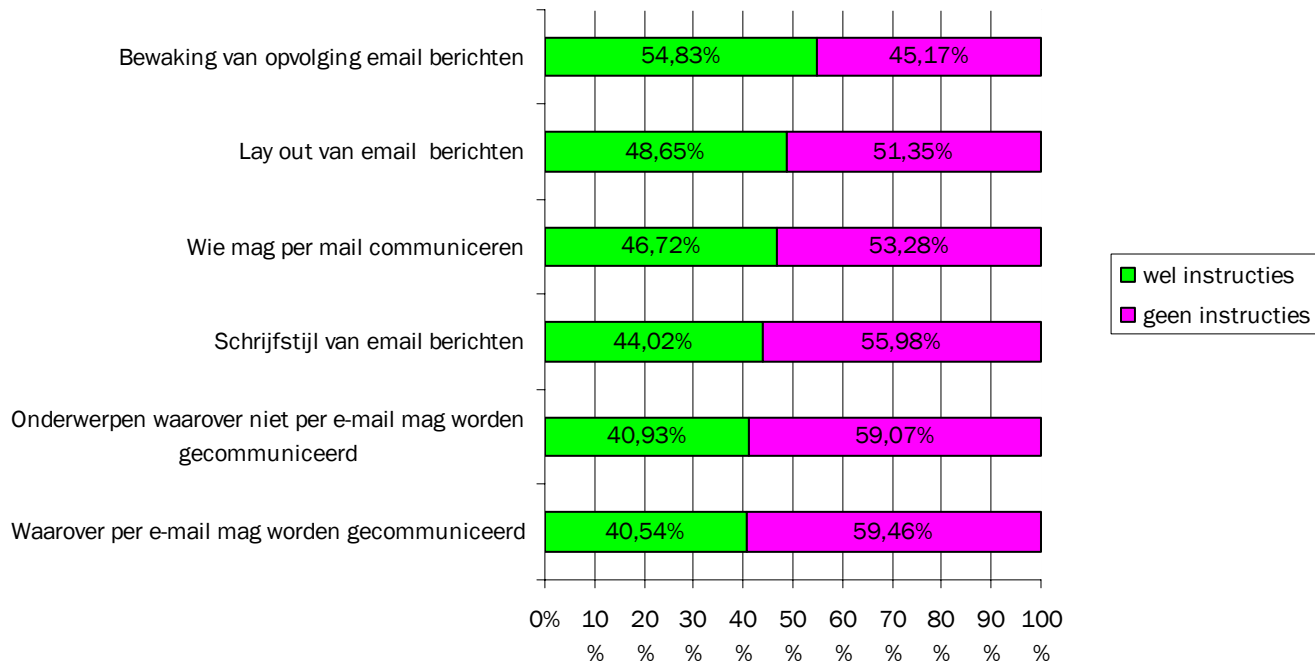




## D & O Enquêtegroep week 6 - 2007

### Intern beleid ten aanzien van e-mail verkeer

Ook binnen het intermediair neemt de communicatie via e-mail toe. Enerzijds wordt er vaker gebruik gemaakt van e-mail als communicatiemiddel. Anderzijds is waar te nemen dat de onderwerpen waarover per e-mail wordt gecommuniceerd zich verbreden. Ook belangrijke berichten zoals dekkingbevestigingen, gespreksverslagen, offertes, et cetera worden door financiële dienstverleners steeds vaker ook per e-mail aan consumenten verzonden. Aan de deelnemers van de enquêtegroep is gevraagd of men binnen het kantoor algemeen geldende procedures heeft voor het gebruik van e-mail als communicatiemiddel:



### Bekendheid met e-mailadres particuliere relaties

Het kunnen communiceren via e-mail biedt financiële dienstverleners grote voordelen. Via e-mail kan snel op actuele ontwikkelingen worden gereageerd. Ook de kosten van communicatie via e-mail zijn in vergelijking met schriftelijke communicatie laag. Belangrijk is ook dat een groeiende groep consumenten de voorkeur geeft aan berichtgeving via e-mail boven schriftelijke communicatie. Om als financieel dienstverlener gebruik te kunnen maken van e-mail als communicatiemiddel is het uiteraard noodzakelijk dat van een groot gedeelte van de relaties het e-mailadres bekend is.

Te zien is dat langzaam maar zeker financiële dienstverleners van een steeds groter gedeelte van hun particuliere relaties over het e-mailadres beschikt. 37% van de deelnemers geeft aan van 31% of meer van hun particuliere relaties over het e-mailadres te beschikken. 52% van de deelnemers geeft echter aan van 25% of minder van hun particuliere relaties het e-mailadres te kennen. Bij 26% van de deelnemers is zelfs het e-mailadres van minder dan 10% van de particuliere relaties bekend.

### Doorsturen naar verzekerden e-mail van verzekeraars

Zoals het 'vroeger' regelmatig voorkwam dat de financiële dienstverlener een kopie van een brief, welke hij in een bepaald dossier ontving van een verzekeraar, ter kennisneming doorzond aan een verzekerde, zo kunnen financiële dienstverleners nu ook e-mailberichten, welke zij van een aanbieder ontvangen, doorsturen naar de relatie die belang heeft bij dit bericht.

Voor aanbieders is het belangrijk dat zij zich bij het verzenden van een e-mailbericht er van bewust zijn dat het e-mailbericht dat zij sturen, ook al is het geadresseerd aan de financiële dienstverlener, kan worden doorgezonden aan een specifieke consument. Het is in dit licht te begrijpen dat er aanbieders zijn die dezelfde eisen die gelden voor schriftelijke communicatie ten aanzien van inhoud en vorm ook stellen aan de e-mailberichten zoals die namens de aanbieder worden verzonden.

Aan de deelnemers van de enquêtegroep is gevraagd of men berichten die zij van de verzekeraar ontvangen wel eens ongewijzigd doorzenden aan hun cliënten.

