



DEKKINGSGRAAD

Gevaar pensioenkorting weg na herstel fondsen

Miljoenen gepensioneerden en deelnemers van pensioenfondsen hoeven zich geen te maken over naderende kortingen. In de eerste maanden van het jaar is de financiële gezondheid van veel pensioenfondsen verbeterd, en dat herstel houden ze vast.

De meeste fondsen lijken inmiddels uit de gevarenzone als het gaat om dreigende pensioenkortingen, concludeert risico- en verzekeringsadviseur Aon. De gemiddelde dekkinggraad bleef afgelopen maand onveranderd op 109%. De fondsen hebben dus voor elke euro aan toekomstige pensioenverplichtingen €1,09 in kas hebben.



BELASTINGONTWIJKING

'Mediagigant ontduikt miljarden aan winsttaks'

Het Amerikaanse mediabedrijf ViacomCBS, bekend van zenders MTV en Nickelodeon, heeft ten minste \$4 miljard aan winstbelasting via Nederland ontweken. Dit stelt de Stichting Onderzoek Multinationale Ondernemingen (SOMO). Veel programma's van ViacomCBS worden gemaakt in de Verenigde Staten. Maar de uitzendrechten zijn verplaatst naar landen met gunstige belastingregimes, zoals Nederland, Luxemburg, Barbados en Bermuda.

OP DE BEURSVLOER

Goede start beursmaand brengt AEX dicht bij piek

De AEX eindigde op de eerste handelsdag van juni 0,9% hoger bij 715,94 net onder de slotpiek uit mei op 718,4 punten. De index piekte intraday op het hoogste niveau ooit bij 722,07 punten. De nieuwste inkoopmanagerscijfers voor de industrie in de eurozone geven beleggers een flinke steun in de rug, tegenwiel. Flink aantrekkende olieprijs droegen ook bij aan de gunstige maandstart. Volgens Ralph Wessels, strateeg bij ABN Amro,

doen aandelenbeurzen het traditioneel goed bij een dag na Memorial Day. „Na de piek op dinsdag kunnen in de komende weken de koersuitslagen wat grilliger verlopen, maar wij blijven positief op aandelen.“ Verlichtingsproducent Signify straalt in de AEX met een koerssprong van 3,1%. Shell (+2,6%) profiteert sterk van de olieprijs. Op Wall Street deden de beurzen het veel rustiger aan. De Dow Jones-index koers- te nipt hoger.

Bedrijf moet van Brussel met billen bloot over aangiftebiljet

EU wil transparantie over taks

De Europese Unie (EU) wil bedrijven dwingen om te vertellen hoeveel belasting ze in welk land betalen. Dat moet zorgen voor meer transparantie en minder belastingontwijking. Deze week wordt er in Brussel opnieuw overlegd over deze regels.

door Dorinde Meuzelaar

Nu al zijn multinationals verplicht hun omzet, winst en afgedragen belasting bij de Belastingdienst bekend maken, maar blijven die gegevens geheim. De EU wil dat die gegevens in elke lidstaat voor iedereen openbaar worden.

„Er is veel discussie of bedrijven, en dan vooral multinationals, genoeg belasting betalen. Maar in de praktijk is het moeilijk vast te stellen of dat zo is. Tenzij je de staatssecretaris van het Ministerie van Financiën bent, kun je niet zomaar aan die gegevens komen“, legt hoogleraar belastingrecht Jan Vleggeert (Universiteit Leiden) de gedachte achter het voorstel uit.

Deze week overleggen de Europese Raad en het Europees Parlement over het voorstel, dat stamt uit 2016 en gaat gelden voor bedrijven met een groepsomzet van minstens €750 miljoen. Als zij het eens worden, moet het voorstel nog officieel door hen goedgekeurd worden. Daarna krijgen lidstaten de tijd om het op nationaal niveau te implementeren. Hoe lang dat gaat duren, is nog onbe-

In het kort

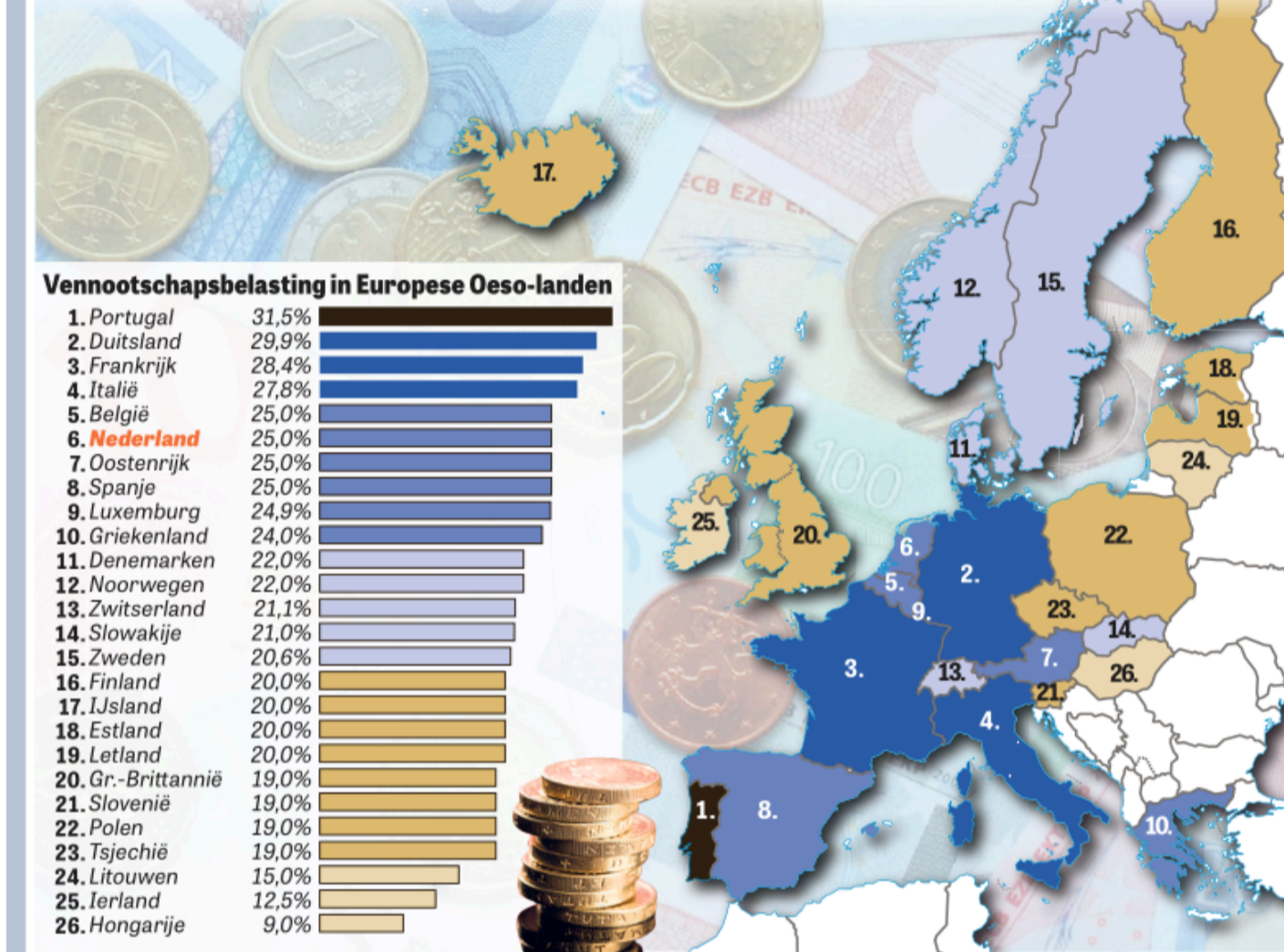
- De EU werkt aan regels die bedrijven verplichten om per EU-land bekend te maken hoeveel belasting ze daar betalen.
- Dat past binnen een palet aan maatregelen waarmee Brussel belastingontwijking- en ontduiking moeilijker wil maken.
- Ook de VS is daarvoor. Recent pleitte minister Yellen voor een wereldwijde ondergrens voor belastingen voor bedrijven.

kend, maar het kan zomaar nog een aantal jaar duren voordat de regel ook echt is ingevoerd.

Wat het voorstel niet doet, is het moeilijker maken voor bedrijven om via allerlei (legale) constructies zo min mogelijk belasting te betalen, of bedrijven dwingen om meer belasting te betalen. Peter Kavelaars, hoogleraar fiscale economie aan de Erasmus Universiteit: „Misschien dat bedrijven zich iets van de publieke opinie aantrekken,

maar er zullen ook bedrijven zijn die dat niet doen.“ Veel zorgen dat het voorstel schadelijk is voor de Nederlandse economie, dat bedrijven via een gunstig belastingklimaat wil verleiden zich hier te vestigen, heeft Kavelaars dan ook niet.

ROEP OM BELASTINGDREMPEL BEDRIJVEN LUIDER



ook de eventuele schade voor de economie, denkt Vleggeert. Dan heeft het voor bedrijven weinig zin om landen met vriendelijker regels te zoeken. „Het is ook mogelijk dat de fiscus door strengere regels meer belasting van bedrijven ontvangt. Maar of dit gunstig in land A, B en C bekend te moeten maken, terwijl zijn concurrent met een omzet net onder die grens dat niet hoeft.“

Kavelaars ziet nog een ander nadeel. „Dit is niet gunstig voor de concurrentieverhouding tussen bedrijven. Een bedrijf met een omzet net boven de €750 miljoen zal er niet op zitten te wachten om de omzetten in land A, B en C bekend te moeten maken, terwijl zijn concurrent met een omzet net onder die grens dat niet hoeft.“

VS draait bij

Het voorstel tot meer transparantie staat niet op zich. Internationaal wordt er al jaren gewerkt aan regels die het voor bedrijven moeilijker maken om belasting te ontwijken of ontduiken. Zo werkt de Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling (Oeso) samen met de EU aan een minimaal belastingtarief voor bedrijven. Lang werd zoiets onhaalbaar geacht. „Een land koestert zijn multinationals, die zijn ook een belangrijk onderdeel van de economie“, zegt hoogleraar Europees belastingrecht Gerard Meussen (Radboud Universiteit).

Maar de VS maakte recent een draai. Een wereldwijd minimumtarief was

voor president Trump ondenkbaar, maar de huidige minister van Financiën Yellen zei in april zo'n tarief te willen. „Als de EU en de VS het eens worden over zo'n plan, is het grootste deel van de Oeso-landen akkoord“, zegt Kavelaars. „Dat is belangrijk want die tegenwoordigen zon 90% van de wereldeconomie.“

Weer miljardenclaim tegen social media

Claimclub eist €1,4 miljard namens jonge TikTokers

door Wouter van Bergen

AMSTERDAM • Claimstichting Somi eist ruim €1,4 miljard aan schadevergoeding van TikTok, omdat de filmpjesapp nalatig zou zijn bij het waarborgen van de veiligheid en privacy van kinderen. Het is de derde Nederlandse miljardenclaim in korte tijd tegen grote socialmedia-bedrijven.

De Stichting Onderzoek Marktinformatie (Somi) eist voor elke TikToker jonger dan 13 jaar een bedrag van €2000, terwijl gebruikers van 13 tot en met 15 €1000 en die van 16 en 17 elk €500 zouden moeten krijgen. TikTok zou onrechtmatig informatie verzamelen en ten gelde maken van kinderen en ze ongeschikt materiaal laten zien. Bij zogeheten challenges op TikTok die kinderen soms uitdagend gevaarlijke dingen te doen, zijn volgens

Financiers van proces kan miljoenen maken

Somi dodelijke ongelukken gebeurd. Sinds de wet afhandeling massaschade in collectieve acties in 2019 in werking trad, hebben Nederlandse megaclaims tegen grote techbedrijven soms Amerikaanse partijen aangebroken om de dure processen te financieren. Hoewel stichtingen die claims indienen namens slachtoffers geen winst mogen maken, mogen partijen die de proceskosten wel voorschieten. Als de rechter dan een miljardenclaim toekent, hopen



Claimstichting Somi wil 20% van de claimopbrengst, die kan oplopen tot €1,4 miljard. FOTO OMAR MARQUES/SOPA IMAGES/SHUTTERSTOCK

financiers hun deel op te strijken als vergoeding voor hun financiële risico. In een zaak tegen Salesforce en Oracle waarin €10 miljard wordt geëist, maakt financier Innsworth aanspraak op 10 tot 25% van de claim. Met een zaak tegen Facebook is €2 tot €8 miljard gemoeid,

waar financier Lief Cembrer Heimann & Bernstein 18% van wil. Somi zegt te worden gefinancierd uit leningen en schenkingen van bestuurder Hans Franke. Volgens mede-oprichter Cor Wijnvliet is dat omdat 'anders geen geld overblijft voor gedupeerden'. „Je wilt niet in handen van de haaien vallen“, zegt hij. Toch vraagt ook Somi naast inschrijfgeld 20% van de claim als 'marktconforme vergoeding'.

Als de €1,4 miljard helemaal wordt toegekend, levert dat Somi ruim €280 miljoen op. Wijnvliet ontkent dat het Somi daar om te doen is. „Ik wil af van het idee dat hier straks een Rolls voor de deur staat“, zegt hij. Financier en bestuurder Franke was eerder actief in teakinvesteringen en later juridisch adviseur bij het frauduleuze vastgoedfonds Centurion, waarbij beleggers voor €26 miljoen zijn opgelicht. Onlangs lanceerde hij zijn eigen cryptomunt. Franke wil zelf niet reageren.

Volgens Rob Okhuisen, directeur bij het gespecialiseerde advocatenkantoor Hausfeld en medeopsteller van de gedragscode voor claimclubs kan de governance en financiering van Somi een probleem zijn in de rechtszaal. Dat een bestuurder ook financier is, kan 'ogenschijnlijk' belangverstrengeling opleveren, zegt hij, wat de ontvankelijkheid niet ten goede komt.



Pomphouder doelwit oplichterstruc

door Dave Krajenbrink

AMSTERDAM • Oplichters hebben een nieuwe manier gevonden om benzinepomphouders op te lichten door net te doen alsof ze zijn doorgereden na het tanken, zonder te betalen.

„Ze bellen het tankstation op met excuses en geven aan alsof de benzine te willen betalen. De pomphouder wordt gevraagd een linkje met een betaalverzoek te sturen of rekeningnummer door te geven. Vervolgens wordt via gijzelsoftware of andere virussen geld afhandig gemaakt. „Het lijkt erop dat oplichters hun werkterrein ver-



Pomphouders dupe van fraude. FOTO ANP/HH

pijen, nu zijn pomphouders blijkbaar het doelwit.“

WhatsApp-fraude Volgens Klok werken tankstations vaak met een 'doorrijders-systeem', waarmee ze makkelijk kunnen checken of er daadwerkelijk iemand is doorgereden. Dat is bij dit soort meldingen vaak niet het geval. „We adviseren aan pomphouders altijd op een formele manier om te gaan met afwijkende betaalverzoeken van klanten. Dus nooit betaalverzoeken sturen of bankrekeningge-

'Oplichters verleggen werkterrein'

vens doorgeven.“ In april waren benzinepomphouders ook al doelwit van oplichters, maar dan in omgekeerde volgorde. Mensen kregen van de fraudeurs een WhatsApp-berichtje dat ze hadden gekregen zonder tank te betalen. Vervolgens werd er dan een betaalverzoek verstuurd. Volgens Beta was er bij deze oplichting een verband met het grote datalek in de autobranche een maand eerder, waarbij van mogelijk miljoenen autobezitters telefoongegevens op straat kwamen te liggen.

A\$AP Rocky volgt Snoop Dogg op bij Klarna

door Ruben Eg

STOCKHOLM • Rapper en stijlicoon A\$AP Rocky stapte voor een 'aanzienlijk bedrag' als investeerder in bij de Zweedse betaalgigant Klarna. Na Snoop Dogg wordt nu het vriendje van Rihanna het nieuwe hoegbeeld en zelfs een dagje ceo van het bedrijf.

A\$AP Rocky volgt met zijn investering in Klarna andere muzikanten en bekendheden die hun geld buiten de bekende paden te werk zetten. Zo doken Oprah en Jay-Z bijvoorbeeld vorig jaar op in een investeringsronde



Rapper A\$AP Rocky hoegbeeld van Zweedse betaaldienst. FOTO JOHN PHOTOGRAPHY/RFX

van haverdrankproducent Oatly. Klarna strikte in 2019 al Snoop Dogg als minderheidsaandeelhouder. De Amerikaanse hiphopartiest dook daarbij ook op in reclames van de betaalverwerker.

Een soortgelijke constructie tuigt Klarna nu op met Rakim Meyers, alias A\$AP Rocky, die ook een dagje als ceo mag opereren. Chief Marketing Officer David Sandström denkt dat de in Harlem geboren rapper een belangrijke rol kan spelen voor het gebruik van Klarna na de lockdowns rond het coronavirus. „We hebben het afgelopen jaar in onze data gezien dat veel consumenten lounge-gewear gingen kopen; com-

fortabele thuisbedrijven zoals pyjama's“, stelt hij. „Na acht maanden in lockdown hebben mensen de drang om zich weer te uiten en te kleden. A\$AP Rocky is één van de grootste stijl-influencers ter wereld. Hij kan ons hier bij helpen.“

Meer dan geld

Voor hoeveel de nieuwe aandeelhouder instapt, maakt Klarna niet bekend. Het is 'significant', wil Sandström hierover alleen kwijt. Hij voegt toe dat investering om meer draait dan alleen geld: „Dergelijke investeerders zijn belangrijker dan ooit. Er is hier veel win-win. Wij kunnen inhaken op zijn kennis over hoe te connecten met het publiek.“

Ervaring hiermee bouwde Klarna op met de investering van Snoop Dogg. „Voor ons was dat de start van het bouwen van een wereldmerk“, vat Sandström het samen. „Je zult meer van zulke fusies van entertainment en popsterren met platformbedrijven gaan zien. Vroeger waren stropdassen, de kleur blauw en kantoren genoeg voor vrouwen in de financiële sector. Nu hebben meer mensen vertrouwen in Kim Kardashian dan in Bank Of America. Het opbouwen van vertrouwen is lastiger dan ooit. Strategische investeerders zoals Rocky leggen meer dan alleen geld op tafel. Ze brengen ook kennis in, van markten en publiek.“