

# Financiële dienstverlening *in beweging*

2011 - 2014

Een bijdrage van Adfiz aan de toekomstige inrichting van de financiële dienstverlening



# Voorwoord

*Bob Veldhuis*, Voorzitter Adfiz

september 2010

**Geachte lezers,**

**D**e invloed die het Intermediair kan uitoefenen op de juiste keuze en aankoop van financiële producten is in een globaliserende wereld van steeds groter belang. Hoe groter en internationaler de aanbieders van financiële producten worden, hoe groter de afstand tot het kennis- en ervaringsniveau van de eindgebruiker wordt. Klanten bevinden zich in een ondergeschikte positie ten opzichte van de aanbieders wat betreft kennis en macht.

**De rol van het Intermediair is om evenwicht te brengen in de relatie tussen klant en aanbieder.**

Adfiz wil haar verantwoordelijkheid nemen in dit veranderende landschap en heeft diverse partijen uitgenodigd hun visie te geven over de noodzakelijke innovaties.

In deze beschouwing zijn hun meningen opgenomen. Wij zijn de geïnterviewden zeer erkentelijk voor hun bijdrage.

De voorgestane oplossingsrichtingen staan natuurlijk niet los van de visie en plannen van anderen. Wij realiseren ons dat marktpartijen elkaar nodig hebben om de financiële toekomst voor consumenten en zakelijke klanten solide te houden. En dat we met elkaar de noodzakelijke veranderingen moeten nastreven.

Wij vertrouwen erop dat de verschillende opvattingen bijdragen aan uw inzicht, maar ook dat u veel plezier bij het lezen ervan heeft. Wij nodigen u van harte uit om uw reactie aan ons kenbaar te maken via [samenvooruit@adfiz.nl](mailto:samenvooruit@adfiz.nl).

# *De Rol* van het intermediair



**H**et Intermediair heeft een belangrijke rol in de samenleving. Diverse partijen en stakeholders willen dat het Intermediair dichter naar de klant toekomt om hem te helpen bij zijn financiële vragen en problemen. De roep neemt toe naar een duidelijke en onafhankelijke positie van de financieel adviseur en bemiddelaar; naar een deskundig adviseur, wiens relatie met de klant is gebaseerd op transparantie en vertrouwen. Ook vanuit de internationale context wordt deze lijn aangegeven door de OESO.

Tegelijkertijd worden ook aan consumenten eisen gesteld. Zij zullen zich meer moeten verdiepen in financiële zaken en niet uitsluitend leunen op hun adviseurs.

It takes two to tango. Consumenten, ZZP-ers en kleine bedrijven zullen dus over meer financiële basiskennis moeten beschikken. Maar dat zal niet wegnemen dat hun positie ten opzichte van grote en moeilijk toegankelijke aanbieders een sterk ondergeschikte positie blijft.

**Aan deze onbalans moet een einde komen. Adviseurs kunnen hierbij een voortrekkersrol vervullen.**

## **Oplossingsrichting**

- De financieel adviseur staat expliciet aan de zijde van de klant. Dat betekent dat de adviseur volstrekt onafhankelijk acteert ten opzichte van de aanbieders en dat de beloning voor dienstverlening van de adviseur op andere wijze vorm moet krijgen.
- De adviseur is onafhankelijk in zijn advies met een breedheid van aanbieders [inkooprol]. Hierin onderscheidt hij of zij zich van niet-onafhankelijke financieel dienstverleners zoals banken en direct writers, die hun eigen producten verkopen [verkopersrol].
- De adviseur werkt samen met overheidsinstanties aan consumentenvoorlichting en aan de versterking van de positie van de klant.

*“Mensen hebben harde financiële behoeften. Het grootste deel van hen is niet in staat om zelf in die behoefte te voorzien. Ze zijn afhankelijk van mensen die zelf geen belang hebben bij welke aanbieder ze de noodzakelijke producten kopen. Bijgestaan worden door iemand die aan jouw kant staat; dat is onmisbaar.”*

*Arno Dolders*

---

*“De te grote rationalisering in de financiële sector veroorzaakt dat het persoonlijk contact tussen klanten en dienstverleners weggecijferd wordt. Alsof iedereen in staat is het zelf te doen. De adviseur mag niet verdwijnen. Small is beautiful.”*

*Karel van Hulle*

---

*“Transparantie is geen heilige oplossing. De consument kan er niet zo veel mee. Bij medisch specialisten zeg je toch ook niet tegen de patiënt dat hij even goed moet kijken naar de kwaliteit van de specialist en de inhoud van de behandeling?”*

*Edgar du Perron*

---

*“Intermediairs moeten als ondernemer naast hun klant-ondernemer staan.”*

*Loek Hermans*

---

*”The advisory function of intermediaries (or of insurers directly selling their products) is often emphasised insofar as most surveys conducted in OECD countries show that a large majority of customers/consumers do not shop around, rely on their intermediary to provide them with the necessary information and guide their choice between various insurance policies and providers. Intermediaries also play an increasingly important role during the lifetime of a policy and when submitting claims or making a complaint.”*

”  
OECD 2010

# *Klant* centraal

---

**D**e belangrijkste discussies spelen rond de thema's transparantie, beloning en het centraal stellen van - of zo u wilt de zorgplicht voor - de klant. De verhouding binnen de keten tussen klant, Intermediair en aanbieders is toe aan herziening.

Dat de klant die een adviseur inschakelt ervan verzekerd kan zijn, dat hij een deskundige heeft die hem bijstaat: een persoonlijke vertrouwensman of –vrouw, die hem behoedt voor miskopen; en dat die persoon voor hem passende financiële producten selecteert op kwaliteit en prijs en deze vervolgens inkoopt bij de meest geschikte aanbieder en zorgt voor een goede uitvoering. Maar ook de klant in staat stelt tot weloverwogen keuzes te komen en daartoe diens kennis van en interesse voor

financiële producten bevordert. Te vaak immers overzien de klanten niet de gevolgen van hun aankoop van complexe producten. Dát is de essentie van passend adviseren.

**De adviseur streeft naar een vanzelfsprekend vertrouwen in zijn financiële dienstverlening.**

## **Oplossingsrichting**

- Transparantie over wat de adviseur doet voor de klant, wat hij van de klant verwacht en hoe hij daarvoor beloond wordt.
- Het belang van de klant als de drijfveer van de adviseur.
- Een adviseurskeurmerk door een onafhankelijke instantie.
- Het inzetten van educatieve middelen om kennis van financiële producten van klanten te verhogen.
- Niet langer de mogelijkheid van execution only van financiële producten, vanuit de bescherming van klanten tegen producten waarvan zij de consequenties niet kunnen overzien.

“

*“Onze missie is: het stimuleren van adviseurs om volkomen onafhankelijk te opereren in het klantbelang. Er zit nogal wat licht tussen de verschillende definities van ‘klantbelang’. Het gaat er uiteindelijk om een klant te faciliteren om geïnformeerde keuzes te maken en vermijdbare teleurstellingen te voorkomen.”*

*Michiel Denkers*

---

*“Het is geen goede ontwikkeling om steeds meer nadruk te leggen op bureaucratische regels en richtlijnen. Als ik een formulier onderteken waarin ik zeg dat ik risicovol wil beleggen, kan de intermediair mij bij wijze van spreken naar het casino trekken. We moeten niet kijken naar formulieren, maar naar de mens achter het formulier.”*

*Karel van Hulle*

---

*“Elk land heeft zijn eigen cultuur die de praktijk bepaalt. Nederland en Engeland gaan voorop in misselling in de afgelopen jaren. Er is in Nederland een hoger percentage verzekeringnemers dat van verzekering verandert. Landen als België worden meer gekenmerkt door langdurige relaties. Men gaat daar uit van ‘goed genoeg’, niet van maximalisatie van voordeel. Nederlanders zijn misschien wel te gretig geworden.”*

*Karel van Hulle*

---

*“Intermediairs moeten producten kunnen vertalen naar de ondernemer. Onuitlegbare producten moet je niet verkopen en dat moet je ook aan de orde durven stellen. Onderling, bij de aanbieders en desnoods publiekelijk.”*

*Loek Hermans*

---

”

Vriend en vijand zijn het erover eens dat financiële producten grote impact hebben op het leven van de klant. Dit legt een grote verantwoordelijkheid bij de adviseur. De eisen van kennis en kunde die gesteld worden aan met name adviseurs van financiële producten liggen op een hoger niveau dan in het verleden. Door de verder toenemende complexiteit van deze producten en het grote belang van de belegging- en pensioencomponent, is er een groeiende behoefte aan meer gerichte opleidingen.

Nieuwe eisen gelden niet alleen voor onafhankelijke adviseurs, maar ook voor medewerkers van banken en direct writers. Het samenwerken aan verdere professionalisering is in het belang van de totale sector.

**Het ligt in de rede dat gerichte opleidingen en trainingen bijdragen aan een versnelling van de zo noodzakelijke cultuurverandering.**

## Oplossingsrichting

- Oprichting van een openbaar en onafhankelijke register, waar alle adviseurs zich verplicht dienen in te schrijven.
- Tuchtrect voor falende adviseurs met bestraffing of openlijke uitschrijving.
- Fundamentele verandering van het huidige opleidingsbouwwerk met daarin een duidelijke scheiding tussen verzekeringsadvies (schade en zorg) en financieel advies (gerelateerd aan leven, dood en vermogensopbouw).
- Permanente educatie, niet met een toets, maar op basis van best practices.
- Externe en onafhankelijke auditing van organisatie- en advieskwaliteit.
- De mogelijkheid onderzoeken om voor zeer complexe producten een advies door een gecertificeerde financieel adviseur verplicht te stellen.



*“Mentaliteit verandert niet door wetgeving, wel door opvoeding. Hoe stimuleer je de Intermediair om een andere houding aan te nemen? Onder andere door transparantie te verlangen en een effectieve klachtenafhandeling te regelen bijvoorbeeld via de Ombudsman.”*

*Karel van Hulle*

---

*“Vanuit de verschillende kwaliteitsorganisaties moeten we toewerken naar een eenduidige kwaliteitsborging. Er moet eenduidigheid komen in de normen en aanpak, die kwaliteitsorganisaties hanteren bij het beoordelen van dossiers en processen.”*

*Michiel Denkers*

---

*“Het instellen van visitatie en audits is een goedkope manier van toezicht houden. Maar dan moet wel de onafhankelijkheid van die visitatie gewaarborgd zijn.”*

*Edgar du Perron*

---

”



*“De wetgever heeft een deskundigheidsbouwwerk neergezet en de transparantie van complexe producten verbeterd. Dat zal op termijn het imago van Intermediairs verbeteren. Maar de wetgever heeft verzuimd om gelijk door te pakken en daadwerkelijk door regelgeving en handhaving de deskundigheid op een hoger peil te brengen.”*

*Arno Dolders*

---

*“Ik maak me zorgen over een samenleving waarin we denken dat we alle risico’s kunnen wegnemen. En als er iets fout gaat een checklist kunnen pakken om te zien wie de schuld heeft. Risico hoort bij deskundig ondernemerschap.”*

*Loek Hermans*

---

*“Het vak van adviseur is harder nodig dan ooit tevoren. Mensen krijgen telkens meer verantwoordelijkheid om hun eigen financiële toekomst te regelen. Voor de meeste consumenten betekent dit deskundige hulp inschakelen. Klanten zullen de adviseur in toenemende mate daar gewoon zelf voor willen betalen. Omdat zij beseffen dat het maken van slechte keuzes in de toekomst heel veel geld kan kosten, of positief geformuleerd dat het maken van goede keuzes in de toekomst veel kwaliteit van leven kan opleveren.”*

*Michiel Denkers*

---

*“Serviceproviders in Engeland hebben een prikkel om te investeren; naarmate zij betere kwaliteit leveren en meer klanten hebben, stijgt de waarde van hun portefeuille. Adfiz zou veel meer moeten uitdragen dat ook haar leden moeten investeren, juist in het eigen belang, voor de toekomstige waarde van de onderneming. En ook vanuit vaktrots.”*

*Karel van Hulle*

---

”

# Relatie *met andere marktpartijen*



**Z**elfs met de verantwoordelijk handelende klant naast zich kan de onafhankelijke adviseur de financiële wereld niet alleen veranderen. Banken en verzekeraars hebben ook zo hun uitdagingen en belangen. Voor een deel lopen die belangen uiteen en voor een deel hebben we dezelfde rol. Waar we dezelfde rol hebben, moet er sprake zijn van level playing field.

Er zijn nog teveel producten die niet aansluiten op het belang van de klant. Productontwikkelaars en adviseurs, die de wensen van de klant vertalen, zijn onvoldoende op elkaar afgestemd.

Ook op Europees niveau wordt nagedacht over het bereiken van een gezondere situatie in financiële dienstverlening. Oplossingen zijn niet makkelijk te vinden en staan niet los van nationale 'eigenaardigheden' die cultureel bepaald zijn. Nederland heeft veel problemen achter de rug, maar kan ook een voortrekker zijn van vernieuwing, mits alle partijen hun verantwoordelijkheid nemen. Dus ook op het gebied van educatie, fiscaliteit en wetgeving.

**Het Intermediair stelt zich ten doel om samen met andere marktpartijen een positieve bijdrage te leveren aan het beter functioneren van financiële markten.**

## **Oplossingsrichting**

- Vanuit een zelfstandige positie samen met klanten en aanbieders kijken naar productverbetering.
- Samenwerken met CentiQ, Consumentenbond en AFM met als doel de financiële bewustwording van de klant te vergroten.
- Signalen afgeven aan de politiek over de fiscale prikkels waardoor nog steeds niet nuttige en niet uitlegbare producten worden ontwikkeld.
- Intensief samenwerken met andere marktpartijen voor een betere reputatie van de sector.

*“In de ‘oude’ wereld is er vooral druk van boven naar beneden in de distributieketen. Dat is niet logisch als je redeneert vanuit het klantbelang. Adviseurs zijn immers bij uitstek de deskundigen op het gebied van het belang van de klant, zij hebben daarmee een krachtige positie. Als je die kracht kunt mobiliseren leidt dat er vanzelf toe dat aanbieders en andere schakels in de keten ook meer nadenken over échte toegevoegde waarde voor de klant.”*

*Michiel Denkers*

---

*“De politiek heeft ook boter op haar hoofd. Ze denkt in structuren en door verkeerde structuren en incentives is het fout gegaan, met name door de fiscalisering van complexe producten. Je zou juist eenvoudige producten moeten bevoordelen. Een SER zou hier advies over kunnen uitbrengen.”*

*Edgar du Perron*

---

*“Het merendeel van de consumenten is te laagopgeleid voor de complexiteit van financiële producten. Financiële opvoeding van consumenten is belangrijk om misselling te voorkomen. Voor die educatie is ook internationaal aandacht bij de lidstaten via de OECD.”*

*Karel van Hulle*

---

*“De politiek roept ‘schande’ als er iets fout gaat, maar kijkt niet naar haar eigen rol en de wetgeving die de problemen veroorzaakt heeft. De politiek heeft een kort geheugen.”*

*Loek Hermans*

---

*“Misselling ontstaat op basis van te veel verkeerde prikkels. Nederland kent de hoogste verzekeringsdichtheid. Er zit veel push in het systeem.”*

*Michiel Denkers*

---



# De *beloning*

---

**D**e beloning voor het Intermediair is van oudsher ingebouwd in de premie van producten, waardoor de consument niet gewend is om te betalen voor solide financieel advies. Hierdoor is de perceptie ontstaan dat financiële dienstverlening gratis is.

Daarbij speelt de vraag of alle klanten willen en kunnen betalen voor financieel advies en zo ja in welke vorm. Maar ook welke rol wetgevende of toezichhoudende organen bij een andere beloningssystematiek kunnen spelen.

**Het Intermediair streeft naar duidelijkheid over de wijze waarop het wordt beloond en naar een correcte beloning, die in evenwicht is met zijn positie, expertise en kwaliteit van de geleverde diensten.**

## Oplossingsrichting

- Separate beloningsstructuren voor enerzijds schadeverzekeringadvies en anderzijds financieel advies.
- Voor financieel advies (veelal vermogensopbouw) betaalt de klant rechtstreeks aan de adviseur. Om advies voor iedereen toegankelijk en betaalbaar te houden, mag - mits transparant voor de klant - deze beloning door de aanbieders worden geïncasseerd, tegelijk met de premie.
- Voor verzekeringsadvies is het in het belang

van de klant om, naast de mogelijkheid van directe beloning, vast te houden aan de beloning als onderdeel van de premie.

- Geen omzetbonussen meer, noch incentives: deze zijn niet in het belang van de klant en passen in geen enkel toekomstig beloningssysteem.
- Een transparante vergoeding van de aanbieder voor de door het Intermediair gemaakte kosten die bijdragen aan een efficiëntere en effectievere keten.

“

*“Uitsluitend de kaart spelen van de directe beloning is een rampenplan. Wij zijn ook voor fee-based beloningen, maar de provisies geheel en voor alles afschaffen is een bijzonder slecht idee. De gemiddelde klant wil helemaal niet betalen of een gespreide betaling.”*

*Arno Dolders*

---

*“Het is nog onduidelijk wat het Intermediair nu wil. De toekomst lijkt mij een abonnementsvorm met een opslag op tarieven. Het gaat om transparantie. Als de verzekeraars ‘het geld voorschieten’ geeft dat weer een perverse prikkel.”*

*Jaap Koelewijn*

---

*“Intermediairs zullen om bedrijfseconomische redenen klanten moeten kiezen die willen betalen voor advies. Dat zal tot een tweedeling leiden tussen mensen die er wel voor willen en kunnen betalen en mensen die dat niet kunnen of willen. Dat is gevaarlijk voor die tweede groep. Die sluiten dan ook geen producten af die ze echt nodig hebben.”*

*Arno Dolders*

---

*“Betaald advies kan inderdaad tot een verdere ongewenste tweedeling in de samenleving leiden. De overheid die vouchers verstrekt om daarmee gedurende de levensloop financieel advies in te winnen is misschien geen gek idee. De kosten daarvan wegen waarschijnlijk ruimschoots op tegen de op lange termijn maatschappelijke kosten van misselling. Ingrijpen van de overheid daar waar de markt faalt, is misschien wel aan de orde.”*

*Jaap Koelewijn*

---

”

# *Epiloog:* De toekomst van de leden



---

**U**it de interviews blijkt dat de rol van het Intermediair, als onafhankelijk adviseur, als onmisbaar wordt gezien in de Nederlandse samenleving. Zonder het Intermediair zijn klanten ‘overgeleverd’ aan hun gebrek aan kennis en kunde in aankoopprocessen van financiële producten bij steeds grotere en afstandelijkere aanbieders. Ons beroep, gebaseerd op vertrouwen en een lange termijn relatie, kan hopelijk in de toekomst weer rekenen op meer maatschappelijke waardering. Wij dienen elkaar en onze klanten daarbij scherp te houden.

De oplossingsrichtingen om onze sector opnieuw in te richten (vernieuwing), samen met andere marktpartijen, zijn ambitieus en zal van leden veel vergen. Adfiz-leden steunen elkaar in de transitie waarbij de absolute onafhankelijkheid voorop staat. We investeren als ondernemers in onze bedrijven en zullen meer best practices onderling delen. Adfiz wil daarbij zoveel mogelijk adviseurs, die geen lid zijn van Adfiz, betrekken.

In de meer diepgaande relatie met klanten zullen we onze organisaties soms moeten aanpassen en nieuwe initiatieven nemen om onze klanten ook ‘wijzer’ te maken. Een bestendige relatie vergt twee sterke partijen: we zeiden het al “It takes two to tango”.



*“Een van de problemen momenteel is dat de klant kwaliteit niet herkent. Veel toegevoegde waarde kan duidelijk worden door een bovenwettelijk kwaliteitslabel in het leven te roepen, op persoons- of ondernemingsniveau. Met toetsbare criteria die dus te controleren zijn en een sanctie op het niet voldoen aan die criteria. En die te vinden zijn voor een consument op een site met ‘het register van adviseurs’. Daarbij speelt ook: ‘trots zijn op je vak’. Dat is misschien wel de kerntaak van Adfiz: ‘vaktrots herstellen’.”*

*Michiel Denkers*

---

*“Je zou ernaar moeten streven om een keurmerk te worden dat Intermediairs graag voeren.”*

*Arno Dolders*

---

*“Het gaat om het bevorderen van de omslag, waarbij Adfiz de hefboom kan zijn. Kritischer consumenten maken betere keuzes. En dan komt er vanzelf druk op de kwaliteit van de producten.”*

*Jaap Koelewijn*

---

*“De tussenpersoon is vaak het enige contact dat de verzekeraar met zijn klant heeft.”*

*Karel van Hulle*

---

*“Adfiz moet - via zelfregulering - harde voorwaarden stellen aan de kwaliteit en integriteit van haar leden, want als er één rotte appel in de mand zit, wordt alles rot.”*

*Loek Hermans*

---

*“Een dienstverlener die consequent het klantbelang voorop stelt maakt daarmee -op de langere termijn- zeker ook zijn onderneming meer waard. Het is dus een fictie om te denken dat klantbelang en commercieel belang niet samen gaan”*

”

*Michiel Denkers*

---

*Meegewerkt aan deze uitgave hebben:*

---

**Prof. Dr. Jaap Koelewijn**

Directeur Financieel Denkwerk en deeltijdhoogleraar corporate finance  
bij Nyenrode

**Prof. Dr. Edgar du Perron**

Voorzitter Geschillencommissie Financiële Dienstverlening (KIFID) en  
Decaan Faculteit der Rechtsgeleerdheid Universiteit van Amsterdam

**Drs. Arno Dolders**

Algemeen directeur Legal & General

**Drs. Loek Hermans**

Voorzitter MKB Nederland

**Mr. Karel van Hulle**

Head of the Insurance and Pensions Unit  
in the EU Commission

**Michiel Denkers BA MSc MBA**

Hoofd Toezichtgroepen Financiële Ondernemingen AFM

Drie op de vier huishoudens en nagenoeg iedere Nederlandse onderneming heeft één of meer verzekeringen afgesloten via een Intermediair. Bij elkaar gaat € 40 miljard premie via het Intermediair, dat is meer dan de helft van alle schade-, leven- en zorgpremies in Nederland. De leden van Adfiz bieden samen werk aan 15.000 mensen en bedienen zo'n 7 miljoen relaties. Het marktaandeel van de Adfiz-leden in de intermediaire distributie is ongeveer 50%.

