

Visie

op een andere wijze
van belonen van de
financieel adviseur

Inleiding

De afgelopen jaren is sprake van grote beroering in de financiële dienstverleningswereld. De affaires rond Legio Lease en rond de beleggingsverzekeringen, het debacle van de DSB en de daarop volgende discussies in de Tweede Kamer over oneigenlijke provisies en nog diverse andere incidenten hebben geleid tot veel kritiek op de sector en tot een inmiddels zeer slechte reputatie. En hoewel op microniveau de beleving van de klant vaak anders is dan hetgeen in de media wordt gecommuniceerd en zeker niet de gehele bedrijfstak blaam treft -incidenten hebben zich in de schademarkt niet voorgedaan- is de zorg over de financiële markt begrijpelijk. Ook begrijpelijk is dat als gevolg van de uitwassen en excessen vele (wettelijke) maatregelen werden genomen. Helaas hebben deze maatregelen nog niet voldoende resultaat opgeleverd. Wel hebben zij geleid tot verwarring en ingrijpende lastenverzwaring voor intermediairs en hun klanten en tevens voor de aanbieders.

De maatschappelijke discussies, de debatten in de Tweede Kamer, het afgenomen vertrouwen van consumenten in de financiële sector en de wirwar aan regels die ingesteld zijn of voorbereid worden, hebben Adfiz aangezet te komen met eigen ideeën over de toekomst van de financiële dienstverlening. In haar recent verschenen Beschouwing 'Financiële Dienstverlening in beweging, 2011-2014', doet Adfiz een aanzet voor een duurzame inrichting van de financiële dienstverlening. In dit document staat Adfiz stil bij de positie van de klant, de rol van de financieel adviseur en bij de kennis en kunde die deze moet bezitten, bij de relatie tussen de adviseurs en andere partijen en bij de uitgangspunten voor een nieuwe inrichting van de beloning voor financieel advies.

Voor de goede orde: Adfiz is de grootste branchevereniging van onafhankelijke financiële intermediairs in Nederland. De leden van Adfiz hebben samen ruim 1600 vestigingen in Nederland, bieden samen werk aan ruim 15.000 mensen en bedienen zo'n 7 miljoen relaties. Het marktaandeel van de Adfiz-leden in de intermediaire distributie is ongeveer 50%.

Het onafhankelijk intermediair speelt een belangrijke rol in de financiële dienstverlening. Drie op de vier huishoudens en nagenoeg iedere Nederlandse onderneming heeft één of meer verzekeringen lopen 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. Het intermediair verkeert daarmee in de positie een belangrijke bijdrage te leveren aan het beter functioneren van de financiële markt. En Adfiz neemt daarin graag het voortouw.

De belangrijkste oorzaken van de problemen en onderwerpen van discussies spelen rond de thema's transparantie, beloning en het centraal stellen van - of zo u wilt de zorgplicht voor - de klant. De wetgever, de toezichthouders, politici en aanbieders van producten doen volop mee in deze discussies om tot oplossingen te komen. Het is dan ook een gezamenlijke verantwoordelijkheid om de gezondheid van de financiële dienstverlening en daarmee de gezondheid van de financiële toekomst van de particulier, de kleine en de middelgrote ondernemer te verbeteren.

Doel van dit document

Adfiz neemt haar eigen verantwoordelijkheid in de discussies door het aangeven van oplossingsrichtingen die tot de noodzakelijke verbeteringen moeten leiden. Daartoe heeft Adfiz in de hiervoor genoemde Beschouwing aangegeven om welke probleemstellingen het gaat en welke mogelijke oplossingen voor een aantal belangrijke onderwerpen kunnen bijdragen aan het gezond maken van de sector.

In deze *‘Visie op Beloningen’* maakt Adfiz de keuze om het huidige beloningssysteem ingrijpend te wijzigen.

Adfiz heeft zich in haar overwegingen in de eerste plaats laten leiden door de wens van de klant. Maar tevens door de vertegenwoordigers van de klant, de consumentenorganisaties.

Door wensen van de politiek en door opvattingen van belangrijke stakeholders. Daarnaast heeft Adfiz zich laten inspireren door relevante ontwikkelingen in de EU en in het Verenigd Koninkrijk. Op verzoek van Adfiz hebben Bureau D&O en het Nibud onderzoek gedaan naar respectievelijk de activiteiten van het intermediair en de behoefte van de consument aan financieel advies.

De bevindingen spelen een belangrijke rol bij de keuzes die Adfiz maakt. Ook het position paper van het Verbond van Verzekeraars over ‘De klant aan het stuur, ook in de relatie tot zijn intermediair’ is van invloed geweest. En ten slotte is de input van de Adfiz-leden in regionale bijeenkomsten, deelwerkgroepen of door middel van digitale ledenraadplegingen natuurlijk onmisbaar geweest bij het innemen van haar positie.

In deze ‘Visie op Beloningen’ gaat Adfiz nadrukkelijk in op het thema beloningen in de financiële dienstverlening. Hier wordt de paragraaf over beloningen in de Beschouwing ‘Financiële Dienstverlening in beweging, 2011-2014’ derhalve nader uitgewerkt.

Per 1 januari 2007 zijn de Adviesmatchregels van kracht geworden:

1. transparantie van beloningen voor complexe producten per 1 oktober 2009;
2. de balans op de provisie bij complexe producten, leidende tot een verhouding van uiteindelijk 50%-50% tussen afsluit- en doorloopprovisie;
3. de wettelijke terugboekregeling van nog niet-verdiende provisie.

Begin 2007 vindt in de Tweede Kamer de eerste discussie plaats over de beleggingsverzekeringen, later uitgegroeid tot de 'Woekerpolisaffaire'. Minister Bos spreekt over de noodzaak van transparantie van kosten en beloningen van adviezen.

In de jaren 2008 en 2009 treffen verzekeraars op grote schaal regelingen ter compensatie van de hoge kosten, die zij hebben ingehouden bij beleggingsverzekeringen op de inleg van hun klanten.

In het najaar 2009 valt de DSB om. Misselling op grote schaal ligt mede aan het faillissement ten grondslag. In de Tweede Kamer wordt met afschuw gesproken over de hoge provisies die door de DSB van de klanten werden gevraagd. In de daarop volgende politieke hectiek wordt zelfs een geheel provisieverbod gesuggereerd, maar dit wordt door de minister van de hand gewezen.

De Algemene ledenvergadering van het Verbond van Verzekeraars onderschrijft op 16 december 2009 de visie van het Verbondsbestuur op de CAR, de Customer Agreed Remuneration.

In de wetgeving is per 1 januari 2009 het inducementartikel, artikel 149a, Bgfo, opgenomen. Dit artikel handelt over een passende provisie en verbiedt min of meer excessieve beloningen. De wetgever laat er geen misverstand over bestaan dat in elk geval volumebonussen door dit artikel worden verboden. De AFM komt in augustus 2009 met een uitermate complexe Leidraad op de 'passende provisie'. Op alle mogelijke manieren wordt de provisie op complexe producten aan banden gelegd. Verzekeraars en intermediairs worstelen met de uitleg van de AFM.

Intussen gaan opnieuw enkele partijen in de fout: per 1 januari 2010 worden daarom ook uitvaartverzekeringen en kredietbeschermers onder het beloningsregiem van de complexe producten gebracht: het inducementartikel wordt op de dienstverlening in deze producten van toepassing, vooral om excessieve beloningen te stoppen. Tegelijk wordt elke andere beloningsvorm voor complexe producten anders dan terzake van transacties en de daaruit voortvloeiende zorgplicht per 1 januari 2010 verboden.

De Wfd, die per 1 januari 2006 is ingevoerd vraagt na vijf jaar te worden geëvalueerd. Het ministerie van Financiën heeft besloten de evaluatie te beperken tot met name de beloningsartikelen. Daarop is de focus van de politiek gericht. De resultaten van de evaluatie zullen in het najaar 2010 gedeeld worden met de Tweede Kamer.

Administratieve belasting

Hiervoor is aangegeven welke veelheid van maatregelen door de wetgever werd getroffen om grip te krijgen op de provisie. Daarbij zijn vele wettelijke regels ingevoerd die moeilijk zijn te interpreteren. De AFM heeft in Leidraden ingevuld hoe zij over de interpretatie denkt. Deze 'guidance' leidt niet alleen tot het ongewenste fenomeen van pseudo-wetgeving, een veelgehoorde reactie uit de markt, maar heeft ook niet de duidelijkheid gebracht die werd beoogd.

Zowel aanbieders als intermediairs worstelen met de interpretatie, zowel van de wettelijke regels als van de uitleg door de AFM. In de praktijk leidt dat tot onwerkbaar situaties (hoe kom je tot afspraken tussen partijen, die voldoen aan de regelgeving) en een zeer zware administratieve belasting. Intermediairs en aanbieders moeten op tal van aspecten van hun bedrijfsvoering beleid formuleren en dat blijkt verre van eenvoudig. De inzet van Adfiz is dan ook dat andere beloningsregels in elk geval bijdragen aan een forse lastenverlichting voor in de eerste plaats het intermediair, maar ook voor de aanbieders.

Adfiz stelt zich zelfs op het standpunt dat administratieve lastenverlichting een voorwaarde is voor het kunnen realiseren van de verschillende voorstellen.

Onderscheid financieel advies en verzekeringsadvies

Adfiz positioneert in de eerder genoemde Beschouwing 'Financiële dienstverlening in beweging, 2011-2014' de onafhankelijk financieel adviseur naast de klant (en daarmee los van de aanbieder). Waar het gaat om 'Financieel Advies', advies in producten die samenhangen met de opbouw van vermogen en het verstrekken van kredieten, alsmede met de financiële gevolgen van (lang)leven, arbeidsongeschiktheid en overlijden, vertaalt Adfiz de plaats naast de klant met een rechtstreekse beloning door die klant.

Voor verzekeringsproducten in de schade- en de zorgmarkt, vertaalt Adfiz de wens van de consument om niet apart te willen betalen voor de dienstverlening, nadrukkelijk door vast te houden aan het huidige provisie-systeem (brutomarge), naast vormen van directe beloning, waar de adviseur zelf voor kan kiezen, 'Verzekeringsadvies'-producten hebben een heel ander karakter dan financiële producten: korte contracten, eenvoudig vergelijkbare en veel lagere premies en dus een mindere impact voor de klant. Waarmee Adfiz overigens niets afdoet aan het belang goed verzekerd te zijn. Maar de geldelijke belangen hebben hier een andere impact.

Directe beloning in plaats van provisie

Het huidige onderscheid van advies in impactvolle en complexe producten, naast advies in niet-complexe producten, is verwarrend en werkt naleving daardoor niet in de hand. Adfiz bepleit daarom 'Financieel Advies' (FA) voor zowel aanbieders als adviseurs onder één nieuw wettelijk regiem te brengen. Dit geldt voor alle adviezen en producten, die betrekking hebben op vermogensopbouw, op leven, arbeidsongeschiktheid en overlijden. Dit betekent dat producten als pensioenen, hypotheek, banksparen, beleggen, en ook overlijdensrisico- en uitvaartverzekeringen, alsmede de inkomensverzekeringen onder FA vallen. De regels waaraan Financieel Advies moet voldoen volgen wat betreft Adfiz grotendeels de huidige adviesregelgeving voor complexe producten (klantprofiel etc.).⁽¹⁾

Het onderbrengen van de arbeidsongeschiktheidsverzekeringen bij Financieel Advies motiveert Adfiz met de volgende argumenten.

Waar het gaat om zogenaamde kredietbeschermers, op zichzelf geen complexe producten, is nagenoeg altijd sprake van een combinatie met een complex product (financieel product). Vanuit deze overweging zou Adfiz dit soort producten willen benoemen als financiële producten met het dienovereenkomstig regiem. Daarbij wordt tegelijk aangesloten bij de huidige regelgeving ten aanzien van de beloning voor deze producten. Anders ligt dat bij de arbeidsongeschiktheidsverzekering voor de zelfstandige ondernemer. Deze verzekering heeft een bijzonder karakter en is door de wetgever in de Wft dan ook aangemerkt als een impactvol product met daarbij dus de bijzondere eisen die aan de adviesprocedure worden gesteld. Deze regels wil Adfiz graag continueren. Aan de kennis en kunde van de inkomensverzekeringsadviseur worden hoge eisen gesteld. Het gaat om advisering over producten met complexe wetgeving. Vanuit deze overwegingen wil Adfiz de inkomensverzekering onderbrengen bij Financieel Advies. En dus plaatsen in het daarbij behorende directe beloningssysteem.

Adfiz bepleit dat de klant rechtstreeks aan de financieel adviseur betaalt voor Financieel Advies. De positionering aan de kant van de klant leidt hier als vanzelf toe. Daarmee wordt meteen bereikt dat de klant niet langer denkt dat advies gratis is. Een belangrijk voordeel van de directe beloning is voorts dat de kosten van het advies niet langer ten laste gaan van vermogensopbouw, hetgeen nu wel het geval is. Veel klanten zijn echter niet in staat de beloning voor de dienstverlening van de adviseur zo maar op te hoesten. Daarom moet het mogelijk zijn dat de beloning transparant wordt geïncasseerd met de premiebetalingen. De aanbieder fungeert dan als incasseerder van de beloning van de klant, hij heeft echter geen enkele invloed op de hoogte van de beloning.

Tenslotte wordt met een directe beloning van de klant bereikt dat de wettelijke regels over provisie, als de regel over passende beloning, de balansregel en de regel over de terugboekverplichting, kunnen worden geschrapt.⁽²⁾ Hiermee creëren wij duidelijkheid en verlichten de administratieve belasting aanzienlijk. Hiervoor werd al opgemerkt dat dit punt voor de leden van Adfiz zeer zwaar weegt.

[1] Sparen en betalen zouden zonder verder betoog ook onder de financiële producten vallen. De wetgever vraagt voor deze eenvoudige producten een vergunning met beperkte eisen. Adfiz wil dit karakter niet veranderen en aan deze producten geen beloningsbeperkingen opleggen. Dit is overwegend een bancaire markt en slechts voor een zeer beperkt deel een intermediaire markt.

[2] Artikel 1:1 Wft geeft aan dat provisie staat voor elke beloningsvorm voor dienstverlening door een adviseur. Dus ook voor de directe beloning. Het is uiteraard niet de bedoeling dat uitsluiting van provisie voor Financieel Advies betekent dat geen directe beloning mag worden betaald. Deze tegenstrijdigheid moet worden weggenomen.

Efficiency vergoeding

Overlet de directe beloning door de klant voor het advies dat hij krijgt, doet de financieel adviseur in de praktijk veel werkzaamheden voor de aanbieder. Adfiz heeft onderzoek laten doen naar de werkzaamheden, die een intermediair voor een groot aantal producten doet. Bureau D&O heeft vastgesteld dat de meeste werkzaamheden zowel de klant als de aanbieder dienen en dat veel minder werkzaamheden alleen in het belang zijn van de klant dan wel de aanbieder (www.adfiz.nl: D&O-onderzoek). Adfiz wil daarom, de (wettelijke) mogelijkheid van een zogenaamde efficiencyvergoeding door de aanbieder indien de adviseur werkzaamheden verricht die bijdragen aan de efficiency en effectiviteit in de keten en waardoor de service aan de klant optimaliseert. Afspraken over deze productgerelateerde vergoeding worden vastgelegd in een Service Level Agreement tussen aanbieders en adviseurs. Adfiz ziet hier de huidige wettelijke uitbestedingsregels als veel te zwaar voor deze zoveel voorkomende situatie. De vergoeding dient bij het afsluiten van het product en tijdens de looptijd van het product te worden gemeld aan de klant en is dus volledig transparant. Adfiz wil dat de toezichthouder toeziet op de redelijkheid van de vergoeding, vanuit dezelfde overwegingen als nu bij de 'passende beloning' worden gehanteerd. Adfiz wil in geen geval een nieuwe mogelijkheid scheppen voor een geldstroom met perverse prikkels. Daarover geen misverstand. Voor (de leden van) Adfiz is de efficiencyvergoeding van eminent belang in het nieuwe door haar voorgestelde beloningssysteem. Dit is uiteraard ook aan de orde bij Verzekeringsadvies indien de adviseur aldaar ook verkiest provisie vrij te werken.

Gelijk speelveld tussen de kanalen

Per 1 januari 2009 is in de wet de verplichting opgenomen voor bemiddelaars transparantie te verschaffen aan de klant over hun beloning op complexe producten. Voor het directe kanaal, de banken en direct writers, is gekozen voor transparantie met de kostenverklaring. In het derde lid van artikel 58, Bgfo, staat: "Voorafgaand aan het zonder tussenkomst van een bemiddelaar doen van een voorstel tot het aangaan van een overeenkomst inzake een betalingsbeschermer, complex product, hypothecair krediet of uitvaartverzekering, verstrekt een aanbieder een consument informatie over het feit dat hij kosten maakt ten behoeve van de distributie met inbegrip van het adviseren en dat deze kosten onderdeel uitmaken van de prijs van het product of verwerkt kunnen zijn in het rentepercentage, alsmede informatie over de aard en reikwijdte van zijn dienstverlening" Deze als equivalent voor de beloningstransparantie bedoelde informatie is door het intermediair altijd beschouwd als onduidelijk voor de klant en een potentiële informatiebias. Nog al te vaak krijgt de klant bij een bank te horen dat de dienstverlening gratis is. Inmiddels neemt de druk op heldere transparantie in de directe kanalen toe. De discussie over de hoogte van de hypotheekrente is daar een voorbeeld van. Adfiz is zich ervan bewust dat een ander beloningssysteem voor Financieel Advies met rechtstreekse beloning door de klant, de informatiebias nog veel groter kan maken. Daarmee wordt de concurrentiepositie van de onafhankelijk adviseur op dit aspect verslechterd. Gezien het grote belang van gelijk speelveld, zal Adfiz nog dit jaar over dit onderwerp een position paper uitbrengen.

Provisie blijft mogelijk

Producten en adviezen, die grosso modo betrekking hebben op schadeverzekeringen, maar ook op zorg, (zie hierna), behoeven wettelijk geen aanscherping. Eenvoudigweg omdat daar in de praktijk geen problemen spelen (en speelden) hetgeen door de minister van Financiën recent nog werd bevestigd, door te stellen dat nadere regelgeving alhier disproportioneel zou zijn (minister Wouter Bos in februari 2010).

De Europese Commissie worstelt met het issue transparantie op schadeverzekeringsproducten. Overwogen wordt in de zakelijke markt de zachte vorm van desgevraagde transparantie te introduceren. Eenzelfde overweging ligt er voor de consumentenmarkt. Implementatie van nadere regelgeving (IMD-2 en PRIPs) wordt voorzien rond 2013. Adfiz wacht de ontwikkelingen in Europa af, maar kan zich op hoofdlijnen vinden in de overwegingen van de Europese Commissie en niet alleen omdat dit voor een groot deel reeds de geldende praktijk is in Nederland: een klant die informeert naar de hoogte van de beloning op een autoverzekering, zal in de regel van die adviseur antwoord krijgen. Geeft hij dat niet, dan riskeert hij achterdocht te wekken bij de klant en hem om die reden te verliezen. Bovendien voorkomt deze 'zachte' transparantievorm veel administratieve lasten. In elk geval is Adfiz tegen een 'zwaar' wettelijk transparantieregime voor schadeverzekeringen. Gelet op de aard van dit soort producten en de behoeften van de consumenten zou dit leiden tot disproportionaliteit in de regelgeving. Immers, de lasten en het toezicht zouden hierdoor onevenredig toenemen en dus leiden tot hogere eindprijzen voor consumenten. Maar het zou ook tot gevolg hebben dat groepen consumenten die advies nodig hebben niet langer toegang tot advies zullen krijgen: het advies wordt te duur. Dit is maatschappelijk onacceptabel. Adfiz baseert zich hierbij op het onderzoek dat het Nibud deed in haar opdracht, naar de behoeften van de klant aan financieel advies (zomer 2010, www.nibud.nl).

Bonussen verbieden

Sinds 1 januari 2009 is een bonusverbod van toepassing op de complexe producten. Voor het overige zijn bonussen toegestaan. Politiek/maatschappelijk stuiten bonussen echter keer op keer op weerstand en Adfiz ziet in bonussen, óók in de schadeverzekeringshoek, een potentieel reputatierisico. En hoewel in de schadesector, als eerder gezegd, zich geen excessen hebben voorgedaan, bepleit Adfiz toch een totaal verbod op bonussen, die omzet- of winstgedreven zijn. Dus ook bij schadeverzekeringen. Daarmee wil Adfiz iedere suggestie van de mogelijkheid tot 'waterbedeffecten' wegnemen.

Fiscale neutraliteit

Er heerst in de markt grote verwarring over de fiscale gevolgen van andere beloningsvormen dan provisie. Daarbij gaat het zowel om de assurantiebelasting als om de btw. De belastingdienst heeft aan deze verwarring zelf bijgedragen door haar brief van oktober 2008, waarin zij uitleg geeft over de fiscale gevolgen van bepaalde situaties in de relatie met de klant.

Adfiz stelt zich op het standpunt, en draagt dat standpunt al lange tijd uit, dat het bij de beoordeling van de vraag of sprake is van een vrijstelling voor de btw uitsluitend gaat om de activiteiten, die worden verricht. En dus niet om de wijze waarop deze activiteiten worden beloond. Vanwege de ingrijpende effecten die een andere zienswijze tot gevolg zouden hebben wil Adfiz van de belastingdienst klaarheid over deze situatie. Anders komt de directe beloningsvorm in een heel ander daglicht te staan: het wordt duurder voor de consument, die de btw niet kan verrekenen en er ontstaat verschil in de fiscale behandeling van een klant van een onafhankelijk adviseur (btw) en een klant in een direct kanaal (geen btw). Bovendien vraagt Adfiz aandacht voor de cumulatie van btw en assurantiebelasting, die in het laatste geval, zonder verdere maatregelen, zou kunnen optreden.

Voor de inkomstenbelasting speelt een vergelijkbare situatie. De beloning voor adviezen inzake hypotheek, lijfrenten, pensioenen, arbeidsongeschiktheid, juist dus de financiële producten, zijn nu als provisie, onderdeel uitmakend van de premie, aftrekbaar. Adfiz stelt dat in een situatie van direct belonen er geen verschil kan zijn inzake de aftrekbaarheid van de beloning voor het advies. De Vereniging van Financiële Planners vroeg al eerder aandacht voor dit aspect. Ook op dit aspect dient volstrekte helderheid van de belastingdienst te komen.

Abonnementen en DNB

Een directe beloningsvorm die op dit moment door steeds meer adviseurs wordt toegepast is de vorm van een abonnement. Nu is het niet de belastingdienst die voor verwarring zorgt, maar De Nederlandsche Bank. Het is evident dat ook bij een beloning via een abonnement de werkzaamheden niet anders zijn dan bij betaling via provisie. Adfiz is dan ook van oordeel dat de visie van de DNB, waarin deze stelt dat in bepaalde gevallen van dienstverlening een verzekeraarsvergunning nodig is om bepaalde dienstverlening aan de klant te kunnen bieden, onjuist is. Maar, mocht dit anders blijken te zijn, dan zal de wetgever deze vorm van direct belonen moeten mogelijk maken zonder dat dat als gevolg heeft dat adviseurs dan ook verzekeraar moeten worden.

Invoering

Implementatie van bovenstaande voorstellen voor zowel Financieel Advies (FA) als Verzekeringsadvies (VA) voor nieuwe contracten moet voortvarend ter hand worden genomen, maar zorgvuldig worden ingevoerd. Gezien de omvang van onze voorstellen pleit Adfiz voor integrale invoering, in harmonie met Europese wetgeving, in plaats van stapsgewijze wetswijzigingen. Vooruitlopend op nieuwe wetgeving (2013?) zou de markt al op diverse aspecten in de geest van de voorstellen van Adfiz kunnen gaan werken.

Algemeen

1. Adviz is voor een wettelijke stelselwijziging die een onderscheid aanbrengt tussen Financieel Advies (FA) en Verzekeringsadvies (VA).
2. Adviz is voorstander van een integraal bonusverbod, zowel bij Financieel Advies als bij Verzekeringsadvies.

Financieel Advies

3. Adviz is voor een wettelijke uitsluiting van provisie bij Financieel Advies. Beloning voor Financieel Advies wordt dus uitsluitend een zaak tussen de klant en de adviseur. Provisiereglementen of agentschapsovereenkomsten worden niet langer gesloten.
4. Geen provisie meer voor Financieel Advies betekent dat alle huidige wettelijke 'provisie'-artikelen kunnen verdwijnen. Dat is een voordeel voor de aanbieders, maar zeker ook voor de adviseurs en uiteindelijk ook voor de klant.
5. In artikel 149 b van het Bgfo (Besluit Gedragstoezicht Financiële Ondernemingen) wordt nu de procedure beschreven waaraan de adviseur in een complex product moet voldoen om zijn dienstverlening en zijn beloning met de klant af te stemmen (DVD-artikel). Het verplicht de adviseur tot duidelijkheid over zijn dienstverlening en over de wijze en hoogte van de beloning. Ook wanneer er geen sprake meer is van provisie is een dergelijk artikel zinvol om onaangename verrassingen achteraf voor de klant te voorkomen. Adviz pleit daarom voor handhaving van het artikel over de DVD, met daarbij nog steeds aandacht voor de beloning, nu zijnde een directe beloning.
6. In de praktijk is Adviz er voorstander van dat vanuit het belang van de adviseur, de adviseur streeft naar een overeenkomst tot opdrachtneming. Daarin kunnen concrete afspraken worden gemaakt over de dienstverlening en over de beloning. Adviz heeft echter geen behoefte aan een wettelijke regeling in de Wft op dit punt.
7. De overeengekomen beloning kan in overleg met de klant direct bij hem in rekening worden gebracht door middel van bijvoorbeeld een (fee-) factuur of een abonnement.
8. Zij kan ook - transparant - worden betaald bij de periodieke afdracht van de premie of de rente. De aanbieder fungeert dan alleen als incasseerder van de beloning van de klant, hij heeft geen enkele invloed op de hoogte van de beloning.
9. Wettelijk dient het vooruitbetalen van de contante waarde van de doorlopende-/zorgbeloning door de aanbieder verboden te worden zelfs al zou dit zijn afgesproken met de klant. Dit ter voorkoming van misselling.
10. Adviz wil een wettelijke mogelijkheid van een efficiencyvergoeding voor werkzaamheden die de adviseur uitvoert in het belang van de aanbieders.
11. Adviz wil tenslotte de mogelijkheid open houden c.q. creëren om aanbieders te belasten voor onverwachte werkzaamheden, die het gevolg zijn van aantoonbaar wanpresteren van die aanbieders. Het is vanzelfsprekend onacceptabel de kosten hiervoor bij klanten in rekening te brengen, of de adviseur deze voor zijn rekening te laten nemen. Om elke schijn van een perverse prikkel hierover te vermijden, is Adviz voorstander van een meldingsplicht van dit soort vergoedingen bij de toezichthouder.

-
12. Er mag geen verschil zijn in de fiscale behandeling van de verschillende beloningsvormen.
Waar het gaat om dezelfde activiteiten die de adviseur doet, moet met name het btw regime geen onderscheid maken tussen directe beloningen en provisie. Maar hetzelfde geldt voor de inkomstenbelasting.
 13. De voorstellen die Adfiz doet, moeten leiden tot een ingrijpende (administratieve) lastenverlichting.

Verzekeringsadvies

14. Daar waar sprake is van Verzekeringsadvies wil Adfiz geen wettelijke beperkingen van de beloningsvorm. Met name provisie moet mogelijk blijven, nu duidelijk blijkt uit onderzoek dat dat de wens is van de klanten. De adviseur moet derhalve zelf kunnen bepalen op welke wijze hij beloond wil worden.
15. Adfiz ziet op dit moment geen dringende redenen om transparantie van de beloning voor Verzekeringsadvies eerder wettelijk te verplichten dan mogelijk door Europa wordt ingegeven. Er zijn in de schademarkt immers geen problemen geweest. Adfiz is - indien dit door Europa zou worden vastgesteld - geen tegenstander van een zachte vorm van transparantie ('desgevraagd') mits administratief eenvoudig uitvoerbaar.