

Minister De Jager in zijn brief aan de Tweede Kamer

2-5



De bevindingen van SEO; Huidige provisieregels onvoldoende effectief; Werkzaamheden voor de aanbieder; Vormgeving dienstverleningsdocument; Provisieverbod voor complexe producten; Kredietovereenkomst bij betaling in termijnen; Nettoprijs aanbieders; Positie serviceproviders; Gelijk speelveld; Aanscherping bewaarplicht / Overleg met marktpartijen

Het evaluatierapport van SEO Economisch Onderzoek

	De eindconclusies	6
	Dilemma:	
	Excellente kwaliteit wordt niet op prijs gesteld en niet betaald	7
	Advies van 'gratis' naar 'duur'	7
	Waterbedeffect	8
	Vergoeding werkzaamheden voor aanbieder	8

De visie van:



Arno Dolders: Gespreide betaling via de premie cruciaal	9
AFM: Buitensporig hoge fees	10
Henk Duthler: Btw-vrijstelling voor advies	11
Adfiz en OvFD: Randvoorwaarden	12
AFM Wetgevingsbrief	13

Abonnementensysteem



De redenering van DNB over serviceabbonementen	14
Reactie FIDIN (Adfiz) : adviseur is geen doorgeefluik	15
Prof mr Gerard Kamphuisen: Assistentie bij schade is bemiddeling en niet verzekeren	16
Mr Cees de Jong: Serviceabbonement geen rechtsbijstandverzekering	17

Algemeen overleg Tweede Kamer en minister 25-11-2010



Provisieverbod impactvolle producten en bonusverbod schade - Toegankelijkheid van het advies - Fiscale gevolgen - Dienstverleningsdocument - Balansregel - Level playing field - Serviceabbonement - Geldwinkels	18-19
Commentaar Jan Aikens: 'Veel open einden'	20
Adfiz mist standpunt deskundigheid en publiceert lijst producten waarvoor volgens haar het provisieverbod moet gaan gelden	21

Deze findi**print**-aflevering is gratis te downloaden van www.findinet.nl en wordt regelmatig geactualiseerd. De actualisering wordt aangekondigd in de nieuwsbrief.

Aflevering: 3 december 2010

Minister De Jager heeft op 12 oktober 2010 een brief aan de Tweede Kamer gestuurd met als onderwerp: 'evaluatie provisieregeling en vervolg'. Hij schetst daarin de belangrijkste uitkomsten van het evaluatierapport van SEO Economisch Onderzoek. Als bijlage bij de brief voegt hij niet alleen het SEO-rapport, maar ook een brief van de AFM waarin kortweg de conclusie getrokken wordt dat 'buitensporig hoge provisies hebben plaatsgemaakt voor buitensporig hoge fees'. Deze constatering kan verregaande consequenties hebben, omdat daardoor de kans bestaat dat naast de provisiebeloning ook beloning rechtstreeks door de klant gereguleerd wordt. De minister neemt daar in zijn brief al een voorschot op. Belangrijker, zo leert de ervaring, is hoe de Tweede Kamer met de aan haar verstrekte gegevens zal omgaan.

De minister heeft een voorlopig standpunt over beloning en transparantie maar hoe reageert de Tweede Kamer?

Deze publicatie duidt de informatie waar de Tweede Kamerleden over beschikken, en biedt de lezer handvatten om daar pro actief op in te spelen.

In zijn brief aan de Kamer maakt de minister een selectie uit het evaluatierapport:

Regelgeving:

De provisieregeling beoogt op hoofdlijnen, stelt De Jager:

- prikkels die uit kunnen gaan van betaling van provisie uit de markt te bannen,
- consumenten in staat te stellen marktdisciplinerend op te treden en
- de toezichthouder te voorzien van middelen om in te grijpen tegen excessen.

De cultuurverandering die daarmee beoogd wordt, kan worden samengevat als een transitie van productgedreven verkoop naar klantgerichte advisering.

De geëvalueerde provisieregeling omvat een aantal samenhangende regels:

- beloningstransparantie,
- dienstverleningsdocument,
- balans- en terugboekregeling en
- de passende provisionorm (die begin 2010 is uitgebreid tot totaalverbod op bonusprovisies).

De bevindingen van SEO

De Jager meldt de Kamer dat SEO bij het onderzoek het volgende heeft geconstateerd:

Geringe tegenmacht consumenten

Klanten zijn onvoldoende geïnformeerd en vormen daarom geen

effectief tegenwicht tegen adviseurs/bemiddelaars, waardoor een goede prijs/kwaliteitverhouding voor de klant niet gewaarborgd is.

De doelstelling om potentiële klanten 'aan de poort' te informeren over wat ze aan diensten en kosten mogen verwachten, wordt onvoldoende gerealiseerd. Daardoor zijn consumenten onvoldoende in staat om tegenwicht te bieden tegen adviseurs/bemiddelaars. Dit vindt zijn oorzaak zowel bij de adviseurs/bemiddelaars als bij de consumenten.

Werking van het dienstverleningsdocument

De kwaliteit van de dienstverlening wordt met het huidige dienstverleningsdocument onvoldoende zichtbaar. Daarmee bestaat het risico op averechtse selectie: juist de adviseurs die een hoge kwaliteit leveren, dreigen uit de markt te verdwijnen.

Als kwaliteit niet of onvoldoende zichtbaar gemaakt kan worden, terwijl het leveren van extra kwaliteit wel geld kost voor de adviseur, bestaat het gevaar van toenemende eenvormigheid van het aanbod: een tendens naar de gemiddelde kwaliteit en weinig differentiatie in de aangeboden dienstverlening. Daarmee versmalt het aanbod, loopt het kwaliteitsniveau achteruit en wordt de keuzevrijheid beperkt in plaats van vergroot.

Conclusie: shoppen heeft voor de consument geen zin, als de prijs-kwaliteitverhouding niet transparant is.

Overload aan informatie

Dat consumenten onvoldoende tegenwicht bieden tegen adviseurs/bemiddelaars ligt aan de andere kant ook aan beperkingen bij de consument. Provisietransparantie en het

dienstverleningsdocument bieden informatie, maar het omzetten van informatie in inzicht en actie gebeurt vaak niet. Voor veruit de meeste consumenten zijn het dienstverleningsdocument en de kostenverklaring onderdeel van een *overload* aan informatie welke lang niet altijd begrijpelijk is.

Een relatief kleine groep consumenten die wél kennis neemt van het dienstverleningsdocument, voelt zich adequaat geïnformeerd. Dat heeft echter ook bij hen beperkte invloed op hun keuzegedrag. Er is nauwelijks sprake van dat consumenten zich actiever op dienstverleners oriënteren, wat een essentiële voorwaarde is om vanuit mondigheid een onderhandelingspositie op te kunnen bouwen.

Belangrijkste perverse prikkels verdwenen

De belangrijkste perverse prikkels en hit-and-run praktijken zijn mede door de regelgeving uit de markt verdwenen.

Marktpartijen aan vraag- en aanbodzijde zijn het erover eens dat hit and run-advisering goeddeels is uitgebannen.

De belangrijkste perverse prikkel, de omzetgerelateerde bonus, is met de passende provisiennorm uit de markt verdwenen.

Hiermee zijn echter nog niet alle perverse prikkels uit het systeem verdwenen, meldt de minister op gezag van het SEO-rapport.

Zo sturen aanbieders nog steeds (indirect) op omzet door eisen te stellen aan de omzet die een tussenpersoon moet aanleveren om voor een aanbieder te mogen bemiddelen. Deze praktijk is diep geworteld in de huidige wijze van samenwerking/financiering van de adviseur/bemiddelaar en de aanbieder. Dit betekent evenwel dat in het huidige provisiensysteem nog steeds prikkels voor de adviseur/bemiddelaar om het belang van de klant niet centraal te stellen.

Cultuurverandering blijft uit

De marktpartijen houden zich goeddeels aan de regels voor kosten- en dienstentransparantie. Dat betekent evenwel nog niet dat de beoogde cultuuromslag bij adviseurs/bemiddelaars in denken en gedrag is bereikt.

De normen uit de regelgeving worden nog onvoldoende 'geïnternaliseerd' (= zijn zich nog onvoldoende eigen gemaakt) en er zijn aanwijzingen voor ontwijkgedrag, alhoewel de omvang daarvan moeilijk te achterhalen is, aldus SEO.

Concreet wordt hierover opgemerkt:

- De gewenste cultuuromslag, waarin klantgerichtheid als vanzelfsprekend voorop komt te staan, manifesteert zich vooralsnog niet.
- Regelgeving wordt naar de letter geïnterpreteerd.
- Bij open normen wordt gezocht naar mogelijkheden om niet te hoeven veranderen, mogelijk uit onwil, mogelijk uit onekerheid.

Divers ontwijkgedrag: provisies worden overgeheveld naar niet complexe producten waarvoor de regelgeving minder zwaar is (het 'waterbedeffect').

- Veel portefeuilles worden omgezet naar het volmachtbedrijf.

Huidige provisieregels onvoldoende effectief

Minister De Jager trekt uit de onderzoeksresultaten de conclusie *dat de huidige provisieregels niet of onvoldoende effectief zijn om de gewenste cultuuromslag binnen een acceptabele tijd te bewerkstelligen en daarmee de kwaliteit van de advisering en de borging van het belang van de klant te optimaliseren.*

De gewenste cultuuromslag van productgedreven verkoop naar klantgerichte advisering vereist, zo vervolgt hij, dat de nog altijd in deze markt overheersende relatie tussen tussenpersoon en aanbieder moet worden vervangen door zuivere relaties van de consument met adviseur/bemiddelaar en consument met aanbieder.

Administratieve werkzaamheden voor de aanbieder

De Jager: "Bij de aanbieder betreft de consument financiële producten en bij de adviseur/bemiddelaar krijgt de consument dienstverlening: advies over wat een passend product is. Nader onderzocht moet worden hoe en op welke termijn dit zuivere marktmodel realiseerbaar is. Daarbij moet onder meer bekeken worden hoe om te gaan met de huidige praktijk dat een adviseur/bemiddelaar administratieve werkzaamheden verricht voor een aanbieder bij de levering van een financieel product.

Om het zuivere marktmodel te bevorderen vindt De Jager maatregelen nodig in twee richtingen:

1. verdere verbetering van de transparantie omtrent de prijs, aard en kwaliteit van dienstverlening en
2. een verbod op provisies voor complexe financiële producten, inkomensverzekeringen, betalingsbeschermers en uitvaartproducten en dienstverlening onder het Nationaal Regime Mifid.

Vormgeving dienstverleningsdocument

SEO heeft geconstateerd dat het dienstverleningsdocument niet aan doelstelling beantwoordt. Het doel van het dienstverleningsdocument is dat de consument geïnformeerd wordt over de aard en reikwijdte van de dienstverlening van een adviseur/bemiddelaar en de prijs die hij daarvoor moet betalen. Het dienstverleningsdocument wordt door marktpartijen op verschillende manieren vormgegeven en dat draagt er – aldus de minister - niet toe bij dat consumenten erdoor worden geholpen bij de keuze voor een dienstverlener.



Abonneer u op de nieuwsbrief van www.findinet.nl

Hij stelt voor de volgende veranderingen in het dienstverleningsdocument te veranderen:

1. er moet inhoudelijk meer ruimte komen voor het zichtbaar maken van verschil in kwaliteit en
2. het format en de beschikbaarheid van het dienstverleningsdocument moet worden verbeterd:
 - het moet voor de consumenten een herkenbaar document worden en het vergelijken van dienstverleners vergemakkelijken;
 - het document moet korter en begrijpelijker (vergelijkbaar met de Financiële Bijsluiter)
 - beschikbaarheid op internet van het dienstverleningsdocument

De AFM heeft reeds enige bevoegdheid om nadere regels te stellen aan het dienstverleningsdocument. De minister zal bezien of die bevoegdheid adequaat is en zo niet, overgaan tot aanpassing.

Provisieverbod voor complexe producten

De minister zegt SEO na, dat de cultuur die heerst bij aanbieders en adviseurs/bemiddelaars te weinig en te langzaam verandert ten gunste van de consument. “Dat heeft veel te maken met de sterke vervlechting tussen aanbieders en adviseurs/bemiddelaars. De adviseur/bemiddelaar opereert te veel in de keten als een ‘tussenpersoon’ tussen aanbieder en consument. In de huidige praktijk wordt de beloning van een adviseur/bemiddelaar door de aanbieder bepaald. Deze beloning wordt vervolgens via de premiebetaling bij de consument in rekening gebracht. Hiermee is de prijs en de kwaliteit van de dienstverlening niet voldoende transparant omdat de consument niet daadwerkelijk ervaart dat hij voor de dienstverlening betaalt.

Daarmee blijft het voor de adviseur/bemiddelaar mogelijk zowel het belang van de aanbieder als dat van de consument te dienen.”

Om de gewenste cultuurverandering te bespoedigen acht De Jager het noodzakelijk dat die vervlechting definitief doorbroken wordt.

“In beginsel is er in een zuiver marktmodel geen geldstroom meer tussen adviseur/bemiddelaar en aanbieder.

Een noodzakelijke maatregel daartoe is een verbod op provisies. De adviseur en consument bepalen dan in overleg de beloning/prijs voor de dienstverlening. Consumenten zullen naar verwachting kritischer worden als ze zelf moeten gaan betalen voor advies en dit ook daadwerkelijk ervaren. Daarom vind ik het belangrijk dat de dienstverlening van de adviseur/bemiddelaar een eigen prijs heeft.

“Er zijn al adviseurs/bemiddelaars die zich rechtstreeks door de consument laten belonen, maar deze beweging verdient een steun in de rug. De eerste aanbieder die zonder provisie gaat werken zal in de huidige markt zijn afzetmogelijkheden zien verminderen en daarmee zijn productie zien afnemen. Dit probleem van de eerste die wil veranderen verdwijnt door een algeheel provisieverbod voor complexe producten.

Het provisieverbod zal in elk geval gelden voor complexe producten, uitvaartverzekeringen en betalingsbeschermers. “Het lijkt me niet nodig om bij eenvoudige schadeverzekeringen over te gaan tot een verbod op provisies. Bij eenvoudige producten kan de consument gemakkelijk overstappen, is de markt redelijk transparant en concurrerend, terwijl er ook weinig excessen bekend zijn. Momenteel loopt er bovendien een Europees traject (IMD) dat mogelijk impact zal hebben op de transparantie van de beloning bij advisering en bemiddeling in schadeproducten. Ook bij complexe producten moet overigens rekening gehouden worden met de Europese trajecten.”

Kredietovereenkomst

De overeengekomen beloning/prijs kan in overleg met de consument direct bij hem in rekening worden gebracht op basis van bijvoorbeeld een uurtarief of een vast bedrag. Om de toegankelijkheid van financieel advies ook te borgen voor consumenten met een lager inkomen moet ook de wenselijkheid van het alsnog betalen voor advies via de aanbieder nader onderzocht worden. Er zou in zo’n situatie sprake kunnen zijn van een kredietovereenkomst, omdat de consument de beloning van de adviseur/bemiddelaar in termijnen betaalt.

Nettoprijs en providers

Een zuiver eindmodel vereist maximale beperking van de huidige praktijk dat de adviseur/bemiddelaar werkzaamheden verricht voor de aanbieder bij de levering van een financieel product. Uiteindelijk stelt de bereidheid van de consument om te betalen voor dergelijke activiteiten namelijk een grens. Tegelijkertijd is het logisch – stelt De Jager - dat aanbieders een nettoprijs (dat wil zeggen een prijs zonder de kosten van advies en bemiddeling) voor het financiële product zetten. Dit kan de bereidheid van de consument om direct te betalen voor advies bevorderen, omdat tegelijkertijd de prijs van het financieel product omlaag gaat. Ook heeft hij oog voor de positie van de serviceproviders, gezien zijn opmerking dat nader bezien moet worden op welke wijze bemiddelaars zonder klantcontact moeten worden geadresseerd in de regelgeving.

Gelijk speelveld

Van groot belang vindt de minister het dat “heel zorgvuldig” bekeken moet worden hoe omgegaan kan worden met de “al dan niet gepercipieerde” verstoring van het speelveld tussen adviseurs/bemiddelaars en bankadviseurs en direct writers “die immers optisch gratis blijven”.

“Door de invoering van een provisieverbod zal dit level playing field wel onder druk komen te staan en aanvullende aandacht behoeven. Ik denk in dat kader onder meer aan aanvullende maatregelen om voor consumenten de toegevoegde waarde van onafhankelijk advies beter te kunnen onderscheiden en zichtbaar te

Minister De Jager: “In beginsel is er in een zuiver marktmodel geen geldstroom meer tussen adviseur/bemiddelaar en aanbieder.”



maken in vergelijking tot gebonden adviseurs/verkopers van directe aanbieders. Overigens zal in het zuiver marktmodel de brutoprijs van de producten van direct writers logischerwijs verschillen van de nettoprijzen van producten die via een adviseur/bemiddelaar geadviseerd worden.”

Passende beloning voor andere beloningsvormen dan provisie
Het argument dat door een directe beloning door de klant veel beloningsregels kunnen worden afgeschaft, omdat die allemaal over provisie gaan, wordt door de minister genuanceerd. Hij wijst op het door SEO geconstateerde ‘ontwijkgedrag’ en ook op een brief van de AFM. De toezichthouder constateert daarin dat excessief hoge provisies plaats gemaakt hebben voor excessief hoge declaraties.

De minister: “Uit deze signalen kan worden afgeleid dat de markt op dit punt niet goed functioneert, in die zin dat de vraagzijde het aanbod onvoldoende corrigeert. Dit sluit aan bij de bevinding van SEO dat consumenten niet of onvoldoende in staat zijn om voldoende tegenwicht te bieden tegen financiële dienstverleners. Bij consumptieve kredieten hebben fees betrekking op advisering over bijkomende verzekeringen. Niet zelden worden deze excessieve adviesfees gefinancierd uit het hypotheicair of consumptief krediet, zodat deze minder zichtbaar en ‘voelbaar’ zijn voor de consument. Dit vermindert het tegenwicht door consumenten nog verder.

De belangrijkste stap is daarom de introductie van een open norm van passende beloning voor andere beloningsvormen dan provisie. De norm stelt dat adviseurs beloningen in rekening brengen die in een redelijke verhouding staan tot de aard en reikwijdte van de geleverde dienstverlening.”

In overleg met de AFM zal de minister onderzoeken hoe deze norm het beste vormgegeven kan worden. “In beginsel verwachten we dat marktpartijen vervolgens zelf invulling kunnen geven aan naleving van deze norm. Daarmee zal nadere en gedetailleerdere regelgeving voorkomen kunnen worden.”

Aanscherping bewaarplicht

De minister wil de bewaarplicht van financieel dienstverleners met betrekking tot de gegevens aanscherpen. Hij vindt die bewaarplicht op dit moment zeer minimaal geregeld. “Teneinde de AFM de mogelijkheid te geven effectief toezicht te kunnen houden zal de bewaarplicht worden aangescherpt voor gegevens waarmee naleving van de provisie- en transparantieregels kan worden gecontroleerd.

Overleg met marktpartijen

Deze brief aan de Tweede Kamer is een ‘tussenstand’. De minister wil over de uitwerking van de regels die hij aankondigt eerst goed overleg met toezichthouder, consumentenorganisaties en overige marktpartijen, “zodat we gezamenlijk en breed gedragen voortgang kunnen boeken aan het centraal stellen van de klant in financiële dienstverlening.”

Hij verwacht de Kamer over dit overleg begin 2011 te kunnen informeren.

Het evaluatierapport van SEO

SEO Economisch Onderzoek begint het rapport 'Evaluatie provisieregels complexe producten' met het in vraag en antwoord kort weergeven van de conclusies, die hieronder letterlijk worden weergegeven:

Worden klanten geïnformeerd over de dienstverlening die ze mogen verwachten, en over de kosten van die dienstverlening?

Strikt genomen wel. De marktpartijen houden zich goeddeels aan de regels voor kosten- en dienstentransparantie.

Dat gebeurt echter niet steeds van harte. Er is een cultuur in de markt ontstaan die gericht is op het voldoen aan de eisen die door de toezichthouder geformuleerd zijn, om sancties te voorkomen en aansprakelijkheid uit te sluiten. Dat is iets anders dan de door de wetgever en toezichthouder beoogde cultuuromslag in denken en gedrag. Er is dan ook slechts beperkt sprake van het bewust en welwillend informeren van de klant, om dienstverlening en prijs transparant te maken. De doelstelling om potentiële klanten 'aan de poort' te informeren over wat ze aan diensten en kosten mogen verwachten, wordt niet gerealiseerd. Er ontstaat in de markt wel een langzaam groeiend bewustzijn over de rol en de bijbehorende financiële stromen van de diverse spelers in de distributiekolom. Klanten hebben nog moeite met het besef dat advies niet gratis is.

Leidt deze transparantie tot mondiger en kritischer consumenten?

In zeer beperkte mate. Informatie verkrijgen is één stap, het omzetten van informatie in inzicht en actie, waar het bij transparantie uiteindelijk om gaat, is een volgende. Voor veruit de meeste consumenten zijn het dienstverleningsdocument en de kostenverklaring vooral documenten die horen bij de toch al hoge stapel van moeilijk toegankelijke documenten die horen bij financiële producten, en die ze het liefst terzijde schuiven. Die consumenten die kennis nemen van de betrokken informatie, voelen zich wel adequaat geïnformeerd. Dat heeft echter beperkte invloed op hun keuzegedrag. Er is nauwelijks sprake van dat consumenten zich actiever op dienstverleners en producten oriënteren, wat een essentiële voorwaarde is om vanuit mondigheid een onderhandelingspositie op te kunnen bouwen.

Zijn de perverse beloningsprijkkels uit de markt verdwenen?

De belangrijkste perverse prikkel, de omzetgerelateerde bonus, is met de inducementnorm uit het systeem gehaald. De praktijk

van hit-and-run advisering is goeddeels uitgebannen, deels door de balansregel, deels door de bredere eisen die de Wft aan bemiddelaars en adviseurs stelt, en deels door het feit dat de markt voor beleggingsverzekeringen na alle berichtgeving over woekerpolissen nagenoeg droog is komen te staan.

Dat wil echter niet zeggen dat alle perverse prikkels weg zijn. Er is bijvoorbeeld nog steeds sprake van omzetquota (minimum productie-eisen).

Zijn er beloningsprijkkels voor in de plaats gekomen met een vergelijkbare ongewenste werking?

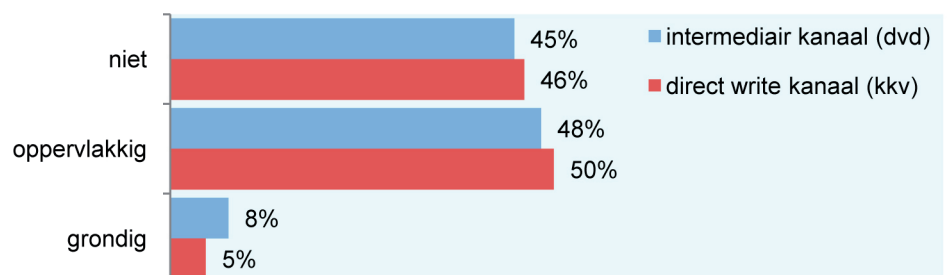
Er is sprake van een divers, maar moeilijk bewijsbaar ontwijkgedrag. Dat materialiseert zich bijvoorbeeld in het overhevelen van beloningen naar branches die buiten het provisieregime vallen (het 'waterbedeffect'), of door hoge bedragen (in de woorden van de AFM: 'excessieve fees') in rekening te brengen, op een wijze die buiten het provisieregime valt. De omvang van dit gedrag is moeilijk te achterhalen. Marktpartijen merken op, dat voor zover deze mechanismes bestaan, het op beperkte schaal gebeurt.

Gaat de kwaliteit van de advisering omhoog?

Het wegnemen van perverse prikkels op zich is niet voldoende. Zo lang consumenten, op basis van gebrek aan interesse en/of informatie, niet hun mondige en kritische positie willen of kunnen innemen, hebben marktpartijen de mogelijkheid om kosten en beloningen kunstmatig hoog te houden. Om perverse beloningsprijkkels geheel weg te nemen, is het noodzakelijk dat er kritische massa is: een voldoende grote groep consumenten die gaat shoppen. Essentieel is dat de regelgeving primair aangrijpt bij het transparant maken van de prijs. De kwaliteit wordt ook met de nieuwe regelgeving niet zichtbaar. Zolang kwaliteit niet zichtbaar is, en het leveren van extra kwaliteit wel geld kost voor de adviseur, bestaat het gevaar van toenemende eenvormigheid van het aanbod: te weinig diversiteit, te weinig keuze. Op een markt zonder keuze heeft shoppen voor de consument geen zin, en kan hij ook de prijs-kwaliteitverhouding niet transparant krijgen.

Er is niettemin een communis opinio onder marktpartijen en de

: Minderheid consumenten neemt grondig kennis van diensten- en kosteninformatie



bron: SEO/TNS Nipo 2010

spelers rondom de markt dat de kwaliteit van de advisering en de passendheid van de verkochte producten er op vooruit zijn gegaan sinds het in werking treden van het toezichtregime. Daarbij moet aangetekend worden dat twee andere grote ontwikkelingen in de buitenwereld (het internet en de recessie) eveneens druk op de spelers zetten, en ze daarmee aanmoedigen om een stapje harder te lopen voor hun klanten.

De klant zelf, om wie het uiteindelijk gaat, is nog lang niet in staat om zich een oordeel te vormen over de kwaliteit van de dienstverlening. Het is niet mogelijk om de conclusie over kwaliteitsverbetering te onderbouwen met consumentendata.

Is er sprake van verbreding van het aanbod, wordt de keuzevrijheid van de klant groter?

Er blijft een grote eenvormigheid bestaan in de wijze waarop adviseurs hun werk doen en daarvoor beloond worden. Een verschuiving naar andere beloningsvormen dan provisie komt langzaam op gang, hoewel er bij hypotheekbemiddeling wel sprake is van beweging **richting directe betaling voor het advies**. Het aantal aanbieders waarvan bemiddelaars producten in het assortiment voeren, wordt kleiner.

Doordat spelers de open normen van de regelgeving op sterk overeenkomstige wijze invullen, tendert de markt naar het midden. Samen met onvolwaardig geïnformeerde consumenten (ongeacht de vraag of dat door leveranciers of door de klanten zelf komt), dreigt dat te resulteren in een proces van 'averechtse selectie', waardoor juist de adviseurs die inzetten op een hoge kwaliteit uit de markt dreigen te verdwijnen. Daarmee versmalt het aanbod, loopt het kwaliteitsniveau achteruit en wordt de keuzevrijheid beperkt in plaats van vergroot.

Kortom

- **De regelgeving heeft bijgedragen aan een proces waarin de belangen van de klant beter gewaarborgd worden.**
- Aan dat proces dragen ook de voortschrijdende technologische ontwikkeling (internet), en de economische crisis bij.
- **Er zijn misstanden verdwenen. Deze vooruitgang hangt er vooral mee samen dat marktpartijen zich formeel aan de opgelegde regels houden.**
- **De gewenste cultuuromslag, waarin klantgerichtheid als vanzelf voorop komt te staan, manifesteert zich voorshands niet.**
- **Processen van herschikking die zich in de markt voordoen, hebben vooral betrekking op de verhouding tussen verzekeraars en tussenpersonen, en niet op de positie van de klant.**
- **De klant heeft weinig belangstelling om zich in de distributieketen een serieuze plaats te verwerven, en wordt daar door de marktpartijen niet in aangemoedigd.**

Dilemma: Excellente kwaliteit wordt niet op prijs gesteld en niet betaald

SEO constateert in haar rapport een interessant fenomeen: de averechtse selectie en daaraan zal de bedrijfstak bij het overleg serieus aandacht moeten schenken.

Uit het onderzoek is het volgende gebleken:

- klanten zijn weinig geïnteresseerd in de kosten van het advies- en bemiddelingstraject;
- het maakt ze niet uit in welke mate de kosten die ze betalen uiteenvallen in kosten voor het advies, kosten voor de bemiddeling en administratieve kosten voor de aanbieder;
- ze beschouwen de kolom van aanbieders en intermediairs als een geheel, waarin het de taak van de tussenpersoon is om de maximale hypotheek te organiseren;
- ze beoordelen de aantrekkelijkheid van het product op de totale kosten, en
- zien het inzichtelijk maken van de kosten van de diverse onderdelen eerder als complicerend dan als verhelderend;
- consumenten zijn ten tijde van het afsluiten van een financieel product met een lange looptijd niet of vrijwel niet in staat om de waarde van de bijdrage van de tussenpersoon te beoordelen.

Een van de gedachten achter diensten- en beloningstransparantie vooraf is dat klanten worden aangemoedigd om zich breder te oriënteren (te *shoppen*), om zodoende een gevoel te ontwikkelen van de waarde die diverse partijen in het proces voor ze kunnen creëren. Dat shoppen is niet gratis: het kost tijd en inspanning. Consumenten moeten bereid zijn te investeren in informatie en inzicht.

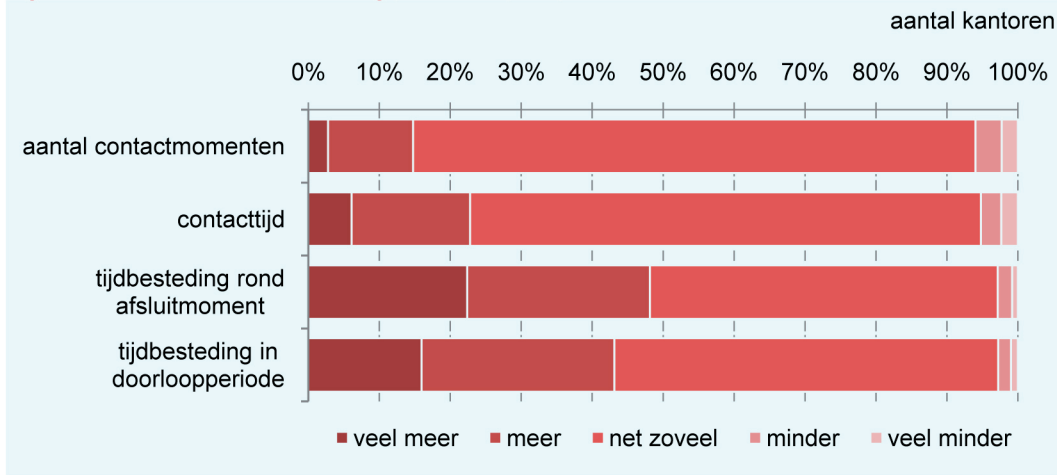
Als consumenten de meerwaarde van een goed geschoolde en integere intermediair niet kunnen of willen beoordelen, en intermediairs zich zodoende slechts kunnen onderscheiden op basis van prijsverschillen en niet op kwaliteit, ontbreekt een prikkel voor intermediairs om diensten van een hoge kwaliteit te leveren. Hierdoor ontstaat een proces van 'averechtse selectie'. Doordat intermediairs zich niet kunnen onderscheiden op grond van kwaliteit, tendert de marktprijs naar de prijs die hoort bij het gemiddeld kwaliteitsniveau. Intermediairs die een hogere inhoudelijke kwaliteit bieden, waar in de regel hogere kosten bij horen, worden verlieslijdend, en zullen uit de markt verdwijnen. Hierdoor daalt de gemiddelde kwaliteit, waardoor ook de marktprijs weer verder zakt, et cetera.

Een echte conclusie wordt niet getrokken. Duidelijk is, dat niet volstaan kan worden met het reglementeren van de beloning en de inhoud en vormgeving van het dienstverleningsdocument zonder het hiervoor geschetste probleem aan te pakken. Hier ligt een gezamenlijke taak voor de overheid, de toezichthouder en binnen de intermediaire kolom voor zowel aanbieders als adviseurs. Zowel het maatschappelijk als het branchebelang is niet gediend met de consequenties van averechtse selectie, die leidt tot kwaliteitsverlaging en meer eenvormigheid van het aanbod.

Advies van 'gratis' naar 'duur'

Een ander punt van aandacht verdient het deel van het SEO-rapport dat de impact van de transparantie behandelt. Het onderzoek toont aan dat 30% van de consumenten die de afgelopen anderhalf jaar een hypotheek en/of levensverzekering hebben afgesloten, aangeeft te weten wat de beloning voor

Figuur 4-10: Toenemende belasting per klant / polis, vooraf administratief



bron: SEO/TNS Nipo 2010

betrokken bemiddelaar was. Ruim een kwart geeft aan het niet te weten maar het wel op te kunnen zoeken. 43 Procent van de recente afsluiters van een complex product weet niet wat de beloning van de betrokken intermediair is.

De Ombudsman Financiële Dienstverlening merkt op dat naarmate meer consumenten expliciet te zien krijgen dat ze (direct of indirect) voor de diensten van de bemiddelaar (moeten) betalen, het aantal klachten over de hoogte van het bedrag stijgt. **In eerste instantie leidt informatie over de beloning dus niet zozeer tot prijsdruk, maar tot klachten** – die niet ontvankelijk zijn, want de Ombudsman spreekt zich niet over de hoogte van de beloning. Dit laatste wordt bevestigd in de andere interviews. Consumenten hebben in hun eigen perceptie vroeger nooit hoeven betalen voor de diensten van het intermediair. Nu dat dankzij kostentransparantie duidelijk wordt, maakt de toename in het aantal klachten duidelijk, dat ze hier ook niet zomaar toe bereid zijn.

SEO trekt de volgende conclusie: De impact van dvd en de kostenverklaring op het keuzegedrag van de consumenten is vooralsnog zeer gering. Slechts voor een minderheid is de betrokken informatie een bepalend of een ondersteunend deel van het beslissingsproces in de keuze voor een distributiekanaal, een tussenpersoon of een specifiek product. Er zijn ook geen aanwijzingen voor een intensivering van het shopgedrag.

Waterbedeffect

Marktpartijen zullen zich erop moeten voorbereiden dat vanuit het parlement kritische vragen gesteld kunnen worden over het ‘waterbedeffect’. Het SEO-rapport verstrekt de Kamerleden daarvoor de nodige munitie:

“Er zijn geen aanwijzingen dat direct volumegerelateerde vormen van beloning in het kanaal van complexe producten nog voorkomen. Er zijn echter wel aanwijzingen dat er sprake is van een verschuiving van dergelijke vormen van beloning naar andere branches, het zogenoemde *waterbedeffect*.

Kantoren die volume behalen in levensverzekeringen en/of hypotheek, zouden additioneel beloond worden via de aanstellingsrelaties die deze kantoren bij dezelfde maatschappijen

hebben voor schadeverzekeringen.”

SEO noemt dit een vorm van ontwijkgedrag. Voor de marktpartijen speelt daarnaast nog een gevaar, als de constatering van SEO juist blijkt te zijn. Dit waterbedeffect kan immers alleen optreden bij multibrancheverzekeraars. De pure levens- en pensioenverzekeraars kunnen door een dergelijk gedrag gedupeerd worden.

Vergoeding van werkzaamheden voor de aanbieder

Het is niet voor alle partijen duidelijk welke diensten tussenpersonen voor de consumenten verrichten en welke voor de aanbieders, constateert SEO, die daarmee een heet hangijzer aansnijdt.

Minder gelukkig is, dat het onderzoeksinstituut dit onderwerp in de paragraaf ‘Ontwijkgedrag’ aan de orde stelt en deze zaak ook als zodanig behandelt.

Minder gelukkig, omdat sprake is van een concreet probleem dat aanleiding is tot een discussie tussen aanbieders en intermediairs.

Het splitsen van de beloning van de tussenpersoon in een provisie (ten laste van de consument, onder de inducementregels) en een vergoeding voor werkzaamheden ten behoeve van de aanbieder (buiten de inducement), noemt SEO “een wijze om de inducementnorm te omzeilen. Dat is te kort door de bocht, maar kan al snel een eigen leven gaan leiden. Het is een signaal dat aanbieders en intermediairs overeenstemming over dit onderwerp moeten bereiken, voordat de Kamer daarover gaat debatteren.

Datzelfde geldt overigens voor de volmachtconstructies. Het ontgaat ook de overheid en de toezichthouder niet, dat het aantal volmachten als paddenstoelen uit de grond schiet. SEO geeft daar de volgende interpretatie aan: Portefeuilles worden van het provinciaal bedrijf (de traditionele tussenpersoon) omgezet naar het volmachtbedrijf. In dit kanaal bestaat een deel de beloning voor de gevolmachtigd agent uit tekencommissie, die gezien wordt als een vergoeding voor aan de verzekeraar geleverde diensten, dat wil zeggen een beloningsvorm die buiten de inducementregels valt.

Het is dus goed om op dit verwijt voorbereid te zijn.

*Arno Dolders,
algemeen directeur Legal &
General Nederland:*

gespreide betaling via premie



De ontwikkelingen volgen elkaar in hoog tempo op. De inkt van het advies van Adfiz was bij wijze van spreken nog niet droog, of het rapport van het SEO over de evaluatie van de provisieregels bij complexe producten rolde van de persen. En nu heeft de minister van financiën, De Jager, op 12 oktober j.1. een brief aan de voorzitter van de Tweede Kamer gestuurd. Hierin schetst de minister het beleid zoals hij dat ten aanzien van het onderwerp provisie wil voeren.

De brief van de minister is van zeer algemene aard. De minister schetst slechts de contouren van een beleid dat hij wenst te voeren. Wat nu volgt zijn consultaties met belanghebbenden en behandeling in de Kamer. De ervaring wijst uit dat tijdens zo'n traject de exacte uitwerking fors kan afwijken van wat in eerste instantie is voorgesteld. Daarom is het voor iedereen die de intermediaire wereld een warm hart toedraagt van belang zijn mening over dit onderwerp te vormen en kenbaar te maken.

Duidelijk boodschap

Over de kern van de boodschap, die de minister uitdraagt kan in mijn ogen geen verschil van mening bestaan. De beloning van het intermediair is een afspraak tussen klant en intermediair en deze afspraak is transparant. Alleen zo zal geleidelijk het besef doordringen bij de consument, dat de onafhankelijke adviseur geen wederverkoper van de aanbieder is, maar daadwerkelijk een adviseur, die aan de kant van de klant staat. En dat een professioneel en deskundig advies geld kost, maar dit geld ook waard is gezien alles wat de adviseur voor de klant doet. Gespreide betaling voor het advies

Van cruciaal belang is dat de mogelijkheid blijft bestaan om de afspraak tussen klant en intermediair gespreid te betalen via de premie, die de aanbieder int Elk onderzoek, zowel in Nederland als in Engeland, geeft aan dat consumenten een sterke voorkeur hebben om de kosten van dienstverlening gespreid te betalen over de looptijd van het product. De adviseur daarentegen maakt op het moment van het advies de meeste kosten. Deze kosten moeten op dat moment ook worden afgerekend. Het huidige systeem van inning via de premie sluit hierop prima aan. Het alternatief, dat de klant direct het volledige bedrag betaalt, heeft verstrekkende gevolgen. Niet alleen mensen die het minder breed hebben, zullen af zien van financieel advies. Ook welgestelde consumenten zullen sterk worden afgeremd in het zoeken van ondersteuning voor de opbouw van hun oudedagsvoorziening. Zeker in een tijd waarbij de zekerheden van pensioen en AOW ter discussie staan, is het maatschappelijk gewenst dat de burger zelf zijn verantwoording neemt om de oudedagsvoorziening in te richten. Tot op heden gebeurt dit in 85% van de gevallen via

een adviseur. Hiervoor onnodige drempels opwerpen, zal leiden tot het achterwege blijven van de noodzakelijke opbouw met alle maatschappelijke gevolgen van dien op termijn.

Beloning in combinatie met consumptief krediet

De suggestie van de minister om een gespreide betaling van de beloning via de premie te beschouwen als een consumptief krediet, beschouw ik als een hoogst ongelukkige. Dit leidt tot extra administratieve lasten en bizarre situaties. De adviseur moet met een klant overleggen of dit krediet verantwoord is, welke vorm van krediet het beste bij de klant past en of de klant met betrekking tot krediet een betalingsbeschermer moet afsluiten. En de kosten voor deze rompslomp moeten weer door de klant worden betaald. Die weg moet in het belang van de klant en de sector niet worden ingeslagen.

Vervallen van adviesmatch

Dat met de voorgestelde maatregelen de adviesmatch komt te vervallen juich ik toe. Legal & General heeft zich in het verleden bij voortdurende verzet tegen de adviesmatch. Het leidt tot de onredelijke situatie dat van de financieel dienstverlener in toenemende mate inspanning wordt gevraagd op het adviesmoment, maar tegelijkertijd de daaraan verbonden kosten alleen maar in de jaren daarna betaald mogen worden. Van de financieel dienstverlener wordt dus verwacht dat hij zijn kosten zelf voorschiet. Dat is economisch niet te handhaven. Ook is het positief, dat de minister aangeeft dat de nieuwe regels niet mogen leiden tot oneerlijke concurrentie tussen het intermediair en direct werkende aanbieders. De huidige situatie waarbij adviseurs van de bank ogenschijnlijk gratis advies geven en een bankspaarrekening kunnen aanprijzen onder het motto dat daarbij 0% kosten in rekening worden gebracht, is in ieder geval het tegengestelde van een levelplayingfield.

BTW problematiek

Wat helaas ontbreekt in de brief van de minister is een voorstel om de BTW problematiek in geval van directe beloning aan te pakken. Provisie als onderdeel van de premie is, net zoals de premie, vrij van BTW. Dit geldt niet voor alle vormen van advies die direct worden betaald. Ook wordt de aftrekbaarheid van de directe beloning van advies niet altijd gelijk behandeld als in geval van provisie. Op dit punt zou de wetgever zorgvuldigheid moeten betrachten en beide vormen van beloning op dezelfde wijze fiscaal moeten behandelen.

Professioneel intermediair

Legal & General zal zich, net als in het verleden, blijven inzetten om te komen tot een wettelijk systeem dat recht doet aan de belangrijke positie die het professionele intermediair in Nederland heeft. Daarbij zal Legal & General bij belangrijke ontwikkelingen het met haar samenwerkend intermediair zo goed mogelijk informeren en waar mogelijk ook met concrete instrumenten ondersteunen.

Legal & General beseft als geen ander wat de impact is van de maatregelen die nu worden voorgesteld. Maar vanuit haar ervaringen in de Engelse markt is Legal & General er ook van overtuigd dat het professionele intermediair uiteindelijk versterkt uit deze ontwikkeling zal komen. Dat betekent dat met minder bemiddelaars een relevant groter marktaandeel zal worden bediend. En dat perspectief is dan ook precies de reden waarom Legal & General bij haar strategie blijft om haar producten uitsluitend via het intermediair te distribueren.

“Met het van toepassing verklaren van de passende provisieregels was de verwachting dat de geconstateerde buitensporige hoge provisies tot het verleden zouden gaan behoren”, schrijft de AFM aan het ministerie van Financiën. “Verder was het te verwachten effect dat consumenten niet zonder meer akkoord zouden gaan met (te) hoge provisies. naar fee-betaling. Het gaat hierbij om dezelfde hoge bedragen die nu rechtstreeks in rekening worden gebracht bij de klant. Deze praktijk baart de AFM ernstige zorgen.”

De toezichthouder geeft een aantal concrete voorbeelden:

AFM wil excessieve beloning uitbannen

Een voorbeeld hiervan is een dossier waarin een klant een fee van € 1.995,00 betaalt voor de advisering en bemiddeling van een verzekering met een maandpremie van € 5,47. De fee maakt in dit voorbeeld 79 procent uit van de contante waarde van het totaal aan de verschuldigde bedragen, zijnde de verzekeringpremies en de fee. Het betreft een relatief eenvoudige verzekering waar in de regel een geringe inspanning van de adviseur tegenover staat. Daarbij komt dat een deel van die inspanning ook al wordt geleverd voor de bemiddeling en advisering in het krediet, waarvoor provisie wordt ontvangen van de kredietaanbieder.

Bij een andere variant is de klant de fee ook verschuldigd als hij besluit de verzekeringen niet af te sluiten. Een voorbeeld is een dossier waarin een klant een krediet afsluit van €15.000,00 en hierbij wordt geadviseerd over negen verschillende verzekeringen. De klant besluit de verzekeringen niet af te sluiten. De adviseur brengt wel een vergoeding voor zijn advieswerkzaamheden in rekening bij de klant. De vergoeding voor de adviseur bedraagt € 450,00 per geadviseerde verzekering en € 900,00 voor het bezoek. De totale vergoeding bedraagt hiermee 4.950,00.

“In eerste instantie lijkt het er op dat klanten akkoord gaan met de hoge bedragen die zij aan hun adviseur moeten betalen. Bij een aantal klanten hebben we navraag gedaan en toen bleek echter het tegendeel. Men beseft niet dat een dergelijk hoog bedrag *uitsluitend* voor de bijproducten, en dus niet ook voor het krediet, in rekening werd gebracht. De geboden transparantie werkt bij deze klanten blijkbaar niet afdoende. Een verklaring kan zijn dat consumenten te gebrand zijn op het verkrijgen van

het krediet en niet altijd even open staan voor informatie over de dienstverlening van de adviseur. Wij houden hierbij tevens rekening met de mogelijkheid dat de adviseurs de fee in hun adviesgesprekken zodanig presenteren dat de klant niet bewust wordt van het feit dat er een discrepantie is tussen inspanning en prijs. Adviseurs hebben een prikkel om deze bijproducten te verkopen en de indruk te wekken dat de fee over meer dan alleen het bijproduct gaat.”

De AFM concludeert dat de buitensporige hoge provisies nog niet tot het verleden behoren. “Zij hebben plaatsgemaakt voor buitensporig hoge fees.”

De AFM wil met de minister bespreken nu de vereiste en geboden transparantie in bepaalde gevallen onvoldoende bescherming biedt, of aanvullende maatregelen nodig zijn. “De AFM heeft een aantal gedachten om perverse prikkels zoveel mogelijk tegen te gaan die ze tijdens dit gesprek graag de revue wil laten passeren.”

De minister heeft in zijn brief al laten doorschemeren open te staan voor aanvullende maatregelen. Dat zou betekenen dat niet alleen de ‘traditionele’ provisie gereguleerd blijft, maar dat ook de directe beloning door de klant aan regels wordt gebonden.

Het is de vraag of dat gebeurt in de vorm van een Leidraad passende beloning van de AFM of via (opnieuw) een uitbreiding van de regelgeving in het Bgfo.

(advertentie)

**Eerlijk over
AEGON Modulaair Pensioen.**



Henk Duthler, voorzitter FFP: Schrappen provisie levert schatkist ten minste € 700 mln per jaar op: Handelt De Jager in belang van consument?

Minister De Jager van Financiën heeft eerder deze week aan de Tweede Kamer een verbod op provisie voorgesteld omdat de gewenste cultuurverandering in de markt door de bestaande provisieregels volgens hem nog onvoldoende is bereikt. FFP-voorzitter Henk Duthler vraagt zich echter af of dit wel de enige drijfveer is voor de minister: "Met het voorgestelde provisieverbod houdt hij zomaar € 700 mln per jaar op zak. In deze tijd van overheidsbezuinigingen is dat ongetwijfeld een welkom extraatje voor hem. Alleen wordt financieel advies daardoor voor heel veel mensen in Nederland aanzienlijk duurder of zelfs onbereikbaar. En dat kan zijn bedoeling toch niet zijn."

In de huidige situatie zijn de kosten van financieel advies als onderdeel van provisie fiscaal aftrekbaar, bij de aanbieder danwel bij de consument als particuliere belastingbetaler. Als het intermediair zijn advieskosten echter afzonderlijk bij de consument declareert, is dat niet het geval. Bovendien moet de consument over de rechtstreekse nota voor advieskosten 19% BTW betalen, terwijl dit bij provisie niet aan de orde is. Dit betekent volgens Duthler dat een provisieverbod voor complexe financiële producten en inkomensverzekeringen De Jager wel € 700 mln per jaar extra oplevert. De FFP-voorzitter baseert dit bedrag deels op het SEO-rapport „Inzicht in belonen“ uit mei 2008. "Daarin staat dat in 2006 een kleine 1,5 miljard aan provisie op levenproducten werd uitgekeerd. Die leidde óf bij de aanbieder via vennootschapsbelasting óf via de premie- of rentebetaler in privé tot een belastingbesparing van ergens tussen de 25% en de 50%", aldus Duthler. "Ga gemiddeld eens uit van een derde van het uitgekeerde bedrag, dan levert de afschaffing van provisie De Jager al een extra inkomen op van € 500 mln. Hetzelfde geldt voor de BTW. Als de consument rechtstreeks een nota moet betalen, betekent dit zonder verdere maatregelen een extra BTW-opbrengst van minimaal € 200 mln. Opgeteld: € 700 mln op jaarbasis in het laatje. Dat bedrag mag echter niet verdwijnen in de schatkist maar moet terugvloeien naar de consument, om daarmee het noodzakelijke financiële advies betaalbaar voor



hem te houden. Alle politieke partijen vinden immers dat de consument zich zou moeten laten begeleiden bij belangrijke financiële beslissingen en dat de toegankelijkheid van advies geborgd moet blijven."

Alle advies fiscaal aftrekbaar

Dat financieel advies in Nederland een heel ander prijskaartje krijgt voor de consument als De Jager zijn voorgenomen provisieverbod zonder meer doorvoert, licht Duthler toe met een simpele rekensom: "Stel dat een financieel advies € 3000 exclusief BTW kost. Als die advieskosten via provisies in de premies zijn verwerkt, zoals nu nog mogelijk is, kost dit de doorsnee klant bij 40% fiscaal voordeel netto € 1800. Datzelfde advies van € 3000 kost de consument straks € 3600 inclusief BTW als de adviseur zijn kosten direct bij de klant in rekening moet brengen. Het dubbele dus!" De FFP bepleit daarom dat in het voorstel van De Jager – in het belang van de consument – wordt opgenomen dat de kosten voor financieel advies aftrekbaar zijn van de belasting en vrijgesteld van BTW. De FFP heeft hierover al vorig jaar een notitie gezonden aan de Vaste Kamercommissie Financiën in de Tweede Kamer, waarin e.e.a. verder uitgewerkt is.

Vanuit de branche is over het algemeen gematigd positief gereageerd op de voornemens van minister De Jager. De nadruk in de reacties ligt voornamelijk op het gedeeltelijke provisieverbod dat de complexe producten c.a. treft en de schadeproducten buiten schot laat. Zoals hiervoor aangegeven spelen ook andere onderwerpen een belangrijke rol in de komende discussie.

Enkele reacties

Adfiz: randvoorwaarden

Adfiz juicht de plannen van De Jager toe: “De adviseur staat definitief aan de kant van de klant, de klant dient ‘eerbaarder’ te worden gemaakt en de adviseur dient zich verder te professionaliseren. Om dit laatste te onderstrepen, heeft Adfiz het initiatief genomen tot de oprichting van een Personenregister en invoering van tuchtrecht.”

Adfiz laat haar definitieve steun voor door de minister uiteindelijk te nemen maatregelen nadrukkelijk afhangen van de invulling van de randvoorwaarden. Daarnaast spelen voor Adfiz nog twee belangrijke elementen.

Ten eerste de fiscale neutraliteit: bij directe beloning dient klip en klaar helderheid geboden te worden over al dan niet btw, assurantiebelasting en eventuele fiscale aftrekbaarheid van de advieskosten.

Het tweede aandachtspunt betreft de abonnementendiscussie met de DNB. Deze dient überhaupt op de kortst mogelijke termijn te worden beslecht, ofwel door een gewijzigde zienswijze van de DNB, ofwel door een wijziging van de wet.

OvFD: gelijk speelveld van cruciaal belang

Voor de OvFD is het van groot belang dat de minister aangeeft dat hij heel zorgvuldig zal bekijken hoe omgegaan kan worden met de verstoring van het speelveld tussen adviseurs/ bemiddelaars, bankadviseurs en direct writers, die optisch gratis blijven. “Niet alleen is in dit kader van belang dat alle kosten transparant worden gemaakt en gespecificeerd, maar ook is van groot belang dat er echte, volledige nettoproducten in de markt worden gezet. De minister geeft aan dat het logisch is dat aanbieders een nettoprijs (dat wil zeggen een prijs zonder de kosten van advies en bemiddeling) voor het financiële product zetten. Wij vinden dit cruciaal omdat het onafhankelijk advies van een product voor de consument betaalbaar moet blijven. Op dit moment zien wij in de meeste gevallen bijvoorbeeld niet dat de hypotheekrente lager is als een hypotheekadviseur op basis van een fee werkt. Een eerlijk en gelijk speelveld betekent echter ook dat als een klant wordt geadviseerd door een bankadviseur de hypotheekrente dan feitelijk hoger zou moeten zijn dan wanneer die klant hetzelfde bankproduct krijgt geadviseerd door een onafhankelijke hypotheekadviseur. Het product van de

bank moet tenslotte volledige netto, dus tegen een lagere rente, aan de klant van een onafhankelijke hypotheekadviseur worden aangeboden.”

De OvFD wijst erop dat het intermediair ook een adequate - transparante - beloning moet blijven ontvangen van aanbieders c.q. geldverstrekkers voor de werkzaamheden die ze voor hen verrichten.

Fiscale gevolgen

Ook de OvFD wil duidelijkheid over de fiscale gevolgen. Een probleem dat indertijd al door minister Bos werd onderkend, maar die hij naar de toekomst verschoof. Ook nu geeft De Jager hierover nog geen uitsluitsel. Vandaar dat de OvFD duidelijk stelt dat op dit punt waarborgen geschapen moeten worden. Deze zijn van groot belang “om te voorkomen dat onafhankelijk advies straks veel duurder wordt omdat adviezen dan niet langer zijn vrijgesteld, maar wellicht onder het btw-tarief komen te vallen. Provisie is op dit moment tot een maximum bedrag fiscaal aftrekbaar, terwijl voor directe beloningen nog geen vergelijkbare (eenduidige) regeling geldt.”



**Meer informatie en integrale teksten op:
www.findinet.nl/bedrijfsvoering**

Bij de aanbieding van het rapport van de Commissie De Wit heeft de minister aangekondigd dat DNB en AFM jaarlijks zullen rapporteren over geconstateerde knelpunten in de toezichtregelgeving. Naar aanleiding daarvan heeft de AFM haar eerste 'wetgevingsbrief' gepubliceerd, die ook naar de Tweede Kamer wordt gestuurd.

AFM wil eerder kunnen ingrijpen en haar regelgevende bevoegdheid uitbreiden

Onder het kopje 'Klantbelang centraal' constateert de AFM nog eens dat de consument moeite heeft om de kwaliteit van financiële producten te bepalen en te waarderen. Dat heeft een weerslag op de kwaliteit van de producten en ook op de prijs, waaronder de adviesbeloning. De consumenten hebben, aldus de AFM, "de afgelopen jaren (met regelmaat) producten aangeschaft die geen of weinig toegevoegde waarde boden. Voorbeelden die we de afgelopen jaren hebben gezien en voor een belangrijk deel nog zien, zijn: 'leeglopende' beleggingsverzekeringen, koopsomverzekeringen met torenhoge provisies, dakpanconstructies bij sparen en onbegrijpelijke gestructureerde producten. Bij deze producten zien wij problemen in de productontwikkeling, de marketing en advisering. Om ervoor te zorgen dat de consument een product krijgt dat bij zijn situatie past en een goede prijs-kwaliteitverhouding heeft, is het nodig dat door financiële ondernemingen het klantbelang centraal stellen op al deze onderdelen."

Eerder ingrijpen

De toezichthouder erkent dat haar huidige bevoegdheden al 'aanzienlijk' zijn, maar pas laat in het proces van de totstandkoming van de financiële dienstverlening uitgeoefend kunnen worden. Daarom pleit de AFM voor een wettelijke verankering van het toezicht op het productontwikkelingsproces. De AFM kan dan in een eerder stadium ingrijpen door - verbeteringen af te dwingen bij productaanbieders die niet voldoen aan de gestelde norm.

Als voorbeeld wordt aangegeven dat op dit moment risicovolle producten in de markt worden gezet als spaarproducten. "Het gaat hierbij veelal om beleggingsproducten die worden verkocht binnen het kader van de Wet banksparen of om achtergestelde deposito's die worden aangeboden als spaarproducten, maar in hun werking niet wezenlijk verschillen van obligaties. Deze risico's zouden aangepakt kunnen worden", geeft de AFM als suggestie mee, "door de aanpassing van wet- en regelgeving op deze specifieke terreinen, maar ook via de overkoepelende norm voor het productontwikkelingsproces."

Ook de Commissies Scheltema en De Wit hebben dit onderwerp aan de orde gesteld. AFM juicht de reactie die de minister toen gaf, toe. Hij gaf aan dat financiële ondernemingen ervoor moeten zorg dragen dat binnen alle geledingen en processen van hun bedrijf op adequate wijze rekening wordt gehouden met de jegens klanten te betrachten zorgvuldigheid.

"In dit kader", schrijft de AFM, "willen wij ook wijzen op de evaluatie van de provisieregeling welke onlangs naar de Tweede Kamer is gestuurd. "De AFM staat positief tegenover het voorstel

van de minister over een verbod op provisie voor complexe producten. De AFM zal nauw betrokken zijn bij de uitwerking hiervan."

Verhoging kwaliteit advisering

De AFM signaleert in de wetgevingsbrief dat de kennis en vaardigheden van diegenen die diensten verlenen aan de klant (aanbieders, adviseurs en bemiddelaars) nog niet van voldoende niveau is. "Uit voorlopige onderzoeks cijfers blijkt dat ongeveer 20% van de financieel dienstverleners niet of niet volledig voldoet aan de huidige vakbekwaamheidseisen. Momenteel evalueert uw ministerie het stelsel van vakbekwaamheid. De AFM is daarbij nauw betrokken. Hoewel de evaluatie nog niet is afgerond, voorziet de AFM dat een aanscherping van de eisen voor vakbekwaamheid, zowel bij aanbieders als bij adviseurs/ bemiddelaars, nodig is."

"Ook het advies aan werkgevers over pensioenregelingen schiet vaak tekort, de AFM kwalificeert 75% van de adviezen als slecht tot zeer slecht. Voor kwalitatief goede advisering is het belangrijk dat de vakbekwaamheid, de vaardigheden en de bedrijfsvoering van de pensioenadviseurs goed zijn geregeld. In de huidige eisen voor vakbekwaamheid van deze adviseurs wordt onvoldoende aandacht besteed aan de pensioenmaterie en aan de benodigde adviesvaardigheden van de adviseur. Bovendien blijkt dat bijna de helft van de financieel dienstverleners die adviseren over pensioenverzekeringen momenteel slechts een à twee pensioenregelingen in portefeuille heeft en pensioenadvisering 'er dus naast doet'."

Waarmee de toezichthouder wil aangeven dat ernst gemaakt moet worden met een aparte Wft-module, die volgens de planning op 1 januari 2012 zal worden ingevoerd.

Vergroting regelgevende bevoegdheid

Op een paar plaatsen in de Wft en de besluiten wordt de AFM de mogelijkheid geboden om uitvoerende nadere regels te stellen. Denk daarbij bijvoorbeeld aan de financiële bijsluiter en waarschuwingen bij beleggingen en consumptieve kredieten. De AFM vraagt in de brief "de ruimte voor snelle nadere regelgeving enigszins te verruimen. Als toezichthouder signaleren wij dat marktpartijen hun gedrag aanpassen op veranderende regelgeving. En niet altijd ten goede. Daarbij duurt het ontwikkelen van nieuwe wet- en regelgeving zo'n anderhalf tot twee jaar, terwijl een nieuw product in enkele maanden ontwikkeld kan zijn."

Als oplossing stelt de AFM een eigen regelgevende bevoegdheid voor, al dan niet gekoppeld aan een generieke zorgplichtbepaling.

“Als een serviceabonnement van een assurantietussenpersoon voorziet in belangenbehartiging bij schade, dan zal er meestal sprake zijn van een verzekering en zal de tussenpersoon vergunningplichtig zijn volgens de Wet op het financieel toezicht (Wft).”

Dat althans is de conclusie die De Nederlandsche Bank trekt na een verkenning “naar aanleiding van de groeiende populariteit bij tussenpersonen van het aanbieden van zogeheten serviceabonnements aan hun klanten”.

DNB over serviceabonnements

“Na deze verkenning blijft DNB zich op het standpunt stellen dat er sprake is van een verzekering zodra het abonnement voorziet in meer dan louter administratieve handelingen bij een toekomstig onzeker voorval”, meldt de toezichthouder kort en bondig op haar website.

“Het is tussenpersonen niet toegestaan om zonder vergunning te verzekeren. Zij dienen hun activiteiten zo in te richten dat zij niet vergunningplichtig zijn”, aldus de bank.

Wat in deze redenering voor de adviseur resteert die op basis van abonnements werkt is volgens DNB slechts:

- handelingen die voortvloeien uit omstandigheden die ten tijde van het sluiten van het abonnement onzeker zijn, niet op te nemen in het abonnement,
- of het abonnement te beperken tot handelingen die een louter administratief karakter hebben.

De motivering van DNB

In brieven aan diverse adviseurs onthult DNB de overwegingen die tot haar conclusie hebben geleid en die op zijn minst aanvechtbaar zijn, zo blijkt uit de analyse van prof mr Gerard Kamphuisen (zie pagina 00).

De Nederlandsche Bank verwijst naar het Burgerlijk Wetboek, waarin is bepaald dat sprake is van een verzekering indien aan de volgende vier criteria is voldaan:

- een overeenkomst;
- een verbintenis tot premiebetaling
- een verbintenis tot uitkering en
- onzekerheid

DNB doelt hier op artikel 7:925 BW, lid 1:

“Verzekering is een overeenkomst waarbij de ene partij, de verzekeraar, zich tegen het genot van premie jegens haar wederpartij, de verzekeringnemer, verbindt tot het doen van een of meer uitkeringen, en bij het sluiten der overeenkomst voor partijen geen zekerheid bestaat, dat, wanneer of tot welk bedrag enige uitkering moet worden gedaan, of ook hoe lang de overeengekomen premiebetaling zal duren. Zij is hetzij schadeverzekering, hetzij sommenverzekering.”

Als aan één van deze criteria niet wordt voldaan, is geen sprake van een verzekering, vindt DNB, die op deze basis het abonnementensysteem tegen het licht hield.

Bij een abonnement wordt - vindt DNB - al snel voldaan aan drie van de vier criteria. “Voor het beantwoorden van de vraag of een abonnement aangemerkt dient te worden als verzekering, is met name van belang om vast te stellen of sprake is van onzekerheid (is tijdens het afsluiten van de overeenkomst al dan niet zeker óf, wanneer of hoe vaak de tussenpersoon gehouden is tot uitkering ofwel gehouden is de toegezegde prestatie(s) te verrichten) en of er sprake is van een verbintenis tot uitkering.”

Normale slijtage

Geïnspireerd door het begrip ‘abonnement’ maakt DNB een vergelijking met een overeenkomst waarin afspraken zijn gemaakt over periodiek onderhoud.

Bij zo’n abonnement, redeneert DNB, “houdt de prestatie verband met schade ontstaan doos normale slijtage ofwel regulier gebruik. In dat geval is het niet onzeker of, wanneer, of hoe vaak prestatie(s) verricht moet(en) worden. Hierbij kan worden gedacht aan het vervangen van motorolie in een auto na een op voorhand te bepalen aantal kilometers of het jaarlijks onderhoud aan een CV-ketel. Indien in een onderhoudsabonnement de prestatie daarentegen – ook – verband houdt met schade ontstaan los van de normale slijtage, zal veelal wel sprake zijn van een verzekering. In deze situatie bestaat immers wel onzekerheid ten aanzien van de prestatie.”

Alleen administratieve handelingen

“Indien een abonnement zich beperkt tot administratieve handelingen in geval van schade, dan wordt voldaan aan het criterium ‘onzekerheid’. Een dergelijke prestatie wordt echter niet gezien als een ‘verbintenis tot uitkering’. Deze prestatie heeft namelijk louter een administratief karakter. Het abonnement wordt dan niet als een verzekering aangemerkt. Indien een abonnement evenwel ook voorziet in belangenbehartiging in geval van schade, dan wordt zowel aan het criterium ‘onzekerheid’ als aan het criterium ‘verbintenis tot uitkering’ voldaan. Hierbij kan onder meer worden gedacht aan een toezegging van een tussenpersoon om in geval van schade ten behoeve van zijn cliënt in discussie te treden met de verzekeraar over de dekking en/of de omvang van de schade. Er is dan sprake van een prestatie waarvan het ten tijde van het afsluiten van de overeenkomst niet zeker is óf, wanneer of hoe vaak deze dient te worden verricht en een prestatie die verder gaat dan het verrichten van administratieve handelingen. Indien ook aan de overige twee criteria wordt voldaan, is sprake van een verzekering.”

Wat kan nog wel volgens DNB?

- het abonnement beperken tot prestaties die uitsluitend een administratief karakter hebben
- een abonnement waarin geen handelingen zijn opgenomen die voortvloeien uit omstandigheden die ten tijde van het sluiten van de overeenkomst onzeker zijn.

Door het volgen van deze redenering beschouwt DNB in de praktijk vrijwel alle mogelijke abonnementsvormen als een verzekering.

Reactie Adfiz op DNB-redenering: 'adviseur is geen doorgeefluik'



Federatie FIDIN (Adfiz) vindt dat De Nederlandsche Bank een bom legt onder het provisieverbod door vast te houden aan het standpunt dat aspecten van schadebehandeling door het intermediair worden aangeduid als verzekeraaractiviteiten.

“Zoals bekend bepleit Minister De Jager een wettelijk provisieverbod op financieel advies. FIDIN (Adfiz) ondersteunt deze visie, mits voldaan wordt aan diverse belangrijke randvoorwaarden. In de markt neemt het aantal intermediairs snel toe dat vooruit loopt op de zogenoemde nieuwe wereld. Velen bedienen zich of willen zich gaan bedienen van een abonnementsvorm.”

FIDIN(Adfiz) stelt dat dit standpunt van DNB de ontwikkelingen van een directe beloningsvorm door de klant ernstig frustreert en vraagt de wetgever met een oplossing te komen om een oplossing te vinden voor dit door DNB opgeworpen probleem.

Doorgeefluik

“DNB reduceert de taak van de tussenpersoon tot het fungeren als een doorgeefluik; een miskenning van de noodzaak dat juist een tussenpersoon aan zijn klant een goede en volledige service dient te bieden”, schrijft FIDIN. “In de praktijk is immers opkomen voor de belangen van de klant, vooral op het aspect van assistentie bij schadeafwikkeling, een kerntaak van de adviseur. Tot heden werd hij voor deze activiteit veelal beloond via de provisie.”

FIDIN(Adfiz) vindt het “onbegrijpelijk dat de DNB in dat geval geen aanleiding ziet de activiteit tot een verzekeraaractiviteit te benoemen, maar wel als de klant daarvoor via een abonnement betaalt.” In het grootzakelijk segment, praat FIDIN De

Nederlandsche Bank bij, is het volledig geaccepteerd dat de adviseur (vaak een makelaar) dienstverlening verricht op basis van een vaste beloning (fee of honorarium) waarbij de makelaar zich verplicht tot serviceverlening die DNB nu aanmerkt als ‘verzekeraaractiviteiten’. “Het is niet goed denkbaar dat deze praktijk van jaren op de helling moet.”

FIDIN(Adfiz) wijst op de bemiddelingsdefinitie in artikel 1:1 Wft en op de Europese richtlijn IMD I (zie voor een uitwerking hiervan de reactie van prof Kamphuisen op pagina 16).

Visie Adfiz

FIDIN wijst erop dat Adfiz eind oktober haar ‘Visie op een andere wijze van belonen van de financieel adviseur’ aan minister De Jager overhandigd. In het kort komt de visie erop neer dat voor schade- en zorgverzekeringen (verzekeringsadvies) provisie blijft bestaan als wijze van beloning, maar dat – onder voorwaarden - provisie voor advisering van complexe producten (financieel advies) wordt verboden.

“Minister de Jager heeft deze voorstellen in zijn brief over de evaluatie van de provisieregels aan de Tweede Kamer grotendeels overgenomen. Door de opstelling van DNB valt nu een belangrijke vorm van directe betaling door de klant weg: namelijk via een abonnement.

Volgens FIDIN kan er geen sprake zijn van enig provisieverbod zonder dat de abonnementsbeloning volledig is toegestaan. De stellingname van de DNB is derhalve niet in het belang van de klant, noch in het licht van het centraal stellen van de klant.”

Het gehele persbericht van FIDIN (Adfiz) vindt u www.findinet.nl/bedrijfsvoering/adfiz011110.htm

Adfiz heeft zich bij haar reactie op de stelling van DNB dat sprake is van ‘verzekeren’ wanneer een adviseur de klant op grond van een abonnement assisteert bij een schade, uitstekend gedocumenteerd. Zo heeft de intermediairorganisatie onder meer advies ingewonnen bij een autoriteit op het gebied van verzekeringsrecht: prof mr Gerard Kamphuisen. Zijn conclusie is niet voor tweeërlei uitleg vatbaar: “Het standpunt van DNB is op juridische en praktische gronden onjuist en behoeft dringend heroverweging”.

Prof Kamphuisen: Assistentie bij schade is bemiddeling en niet verzekeren

Definitie bemiddelen

In een uitgebreide brief analyseert Kamphuisen de argumenten en conclusies van De Nederlandsche Bank. Zo wijst hij bijvoorbeeld op de definitie van het begrip ‘bemiddelen’ in artikel 1:1 Wft:

‘alle werkzaamheden in de uitoefening van een beroep of bedrijf gericht op het als tussenpersoon tot stand brengen van een verzekering tussen een cliënt en een verzekeraar of op het assisteren bij het beheer en de uitvoering van een verzekering.’

“Daaruit valt”, aldus Kamphuisen, “geen andere conclusie te trekken dan dat de wetgever het tot de taak van een tussenpersoon rekent om te assisteren bij de uitvoering van de verzekering en dus ook bij de schadeafhandeling.”

Dit oordeel wordt extra versterkt door het feit dat deze definitie de implementatie in de nationale wetgeving is van de definitie van ‘verzekeringsbemiddeling’ in de Europese Richtlijn Verzekeringbemiddeling 2002. “Daarin zijn aan de zojuist geciteerde woorden van de Wft de volgende woorden nog toegevoegd ‘..., in het bijzonder in het geval van een schadegeval’.”

Kamphuisen wijst erop dat de Europese tekst ook in het Nederlands recht bindend is “en daarmee staat dan vast dat het verlenen van assistentie bij de schaderegeling volgens Europees recht bemiddeling is en geen verzekeren”. Hij vervolgt: “Het valt zonder een nadere toelichting, die ontbreekt, niet in te zien waarom een taak die door de wet wordt omschreven als één van een bemiddelaar, desalniettemin het uitoefenen van het bedrijf van een aanbieder zou kunnen beduiden. Het lijkt erop dat alleen al dat feit een krachtig argument oplevert voor de stelling, dat het standpunt van DNB in strijd is met de Wft en het Europese recht.”

Uitleg BW

Maar daarmee zijn de argumenten van Gerard Kamphuisen nog niet uitgeput.

Hij duikt dieper in artikel 7:925 BW, waarop DNB een belangrijk deel van haar redenering op baseert. De toezichthouder heeft immers de abonnementen doorgelicht aan de hand van de vier criteria die in dat artikel worden genoemd (zie pagina 14).

“DNB gebruikt”, zegt Kamphuisen, “de tekst van dit artikel als sluitende checklist”: als een contract de drie kenmerken ‘onzekerheid’, ‘een verbintenis tot premiebetaling’ en ‘een verbintenis tot uitkering’ bevat, dan zou onontkoombaar sprake zijn van een verzekering.

“Daarme”, betoogt Kamphuisen, “handelt DNB in strijd met het Burgerlijk Wetboek, waar, bij de interpretatie van de tekst van de wet, grote betekenis toekomt aan standpunten die de wetgever in de parlementaire behandeling daaromtrent heeft ingenomen. De Memorie van Toelichting op het oorspronkelijke ontwerp van Titel 17 verwerpt uitdrukkelijk de gedachte dat sprake zou zijn van een ‘definitie’ in de voormelde zin.”

Dat gebeurt met de volgende bewoordingen:

‘Evenals bij de meeste andere titels van Boek 7 het geval is, wordt ook hier een omschrijving van de overeenkomst waarover de titel handelt, vooropgesteld.

(.....)

Met de in dit lid gegeven omschrijving is niet beoogd een voor alle gevallen sluitende definitie te geven. De aanhef van het lid: ‘De verzekering is een overeenkomst’, maakt duidelijk dat de gegeven omschrijving in bepaalde gevallen te ruim is; vgl I Mulder, NJB 1974, p. 1095. De uiteindelijke grenzen kunnen door de rechtspraak worden getrokken.’

Kamphuisen: “Die tekst laat geen ruimte voor de interpretatie van dat artikel, waarvan DNB reeds geruime tijd blijkt geeft. ‘Uiteraard zal in veel gevallen bij de aanwezigheid van de drie zojuist genoemde elementen, direct en zonder tegenspraak uit te lokken, de conclusie getrokken kunnen worden dat het om een verzekeringsovereenkomst gaat, maar er zijn veel contracten, waarbij de ene partij belooft de andere een bepaalde som te betalen en de andere belooft een bepaalde prestatie te zullen leveren, terwijl niet tegelijkertijd vaststaat of wanneer de prestatie gevraagd zal worden en met welke kosten dat voor de ene partij zal meebrengen. Het geheel achterwege laten van ieder nader onderzoek of werkelijk sprake is van een verzekeringsovereenkomst, is in strijd met de uitgesproken bedoeling van de wetgever. Nu die bedoeling zo duidelijk uit de parlementaire geschiedenis blijkt zal een rechter – en ook een



toezichthouder in strijd met de wet handelen, wanneer hij dat geheel negeert.”

Welke schadeverzekeringsbranche?

Kamphuisen gaat in op de alinea, waarin DNB stelt (zie pagina 14) “Indien in de bovengenoemde voorbeelden tevens dekking10 wordt geboden voor schade los van de normale slijtage, zal veelal wel sprake zijn van een verzekering. Onzekerheid ten aanzien van de vraag of, wanneer en hoe vaak de toegezegde prestaties verricht dienen te worden, leidt er dus in de regel toe dat sprake is van een verzekering.”

“Dat betekent dus dat telkens wanneer een onderneming op zich neemt om, bijvoorbeeld naast het periodiek onderhoud, ook binnen een overeengekomen tijd aanwezig te zijn voor het verrichten van reparaties, - hetgeen naar zijn aard ten tijde van de contractsluiting onzeker is – sprake is van verzekering, zodat die onderneming de vorm moet aannemen van een Naamloze Vennootschap en aan de kapitalisatie-eisen die voor een (schade)-verzekeringsmaatschappij gelden zal moeten voldoen.” Een onmogelijke eis natuurlijk.

Bovendien: als alleen de onzekerheid ten aanzien van de vraag of, wanneer en hoe vaak de toegezegde prestaties dienen te worden verricht, bepalend is en die prestatie bestaat (bijvoorbeeld uit repareren van een cv-installatie, dan zal op grond van de 1e Schaderichtlijn uit 1973, de branche van een dergelijke ‘verzekering’ moeten worden bepaald aan de hand van Bijlage A van die richtlijn. Daar immers zijn de 19 branches opgesomd waarvoor überhaupt een vergunning kan worden verleend.” Het enkele uitvoeren van een reparatie valt niet op een zinnige manier onder te brengen in één van de 19 branches. “En als dat niet ‘past’ is er dus geen verzekering,” constateert Kamphuisen. “Ook daaruit volgt dat de door DNB toegepaste ‘test’ onjuist, althans onvoldoende is.”

Maatschappelijk belang

“Het verdelen van risico’s in een overeenkomst betekent niet dat er steeds sprake is van ‘verzekeren’, hoewel het begrip ‘risico’ ook blijkt het woordenboek betrekking heeft op iets dat onzeker is. Het maatschappelijk belang om die risicoverdeling tussen partijen in overeenkomsten toe te kunnen passen is, naar men mag aannemen, vele malen groter dan het (overigens onduidelijke) belang van de toezichthouder om het begrip ‘verzekering’ zo extensief en in strijd met de wetsgeschiedenis toe te passen.”

Serviceabonnement geen rechtsbijstandverzekering

Een abonnementsysteem kan weliswaar kwalificeren als verzekering, maar niet als rechtsbijstandverzekering. Dit schrijft mr Cees de Jong in Het Financieel Dagblad. Hij betoogt daarin dat zo’n systeem onder geen enkele in de Europese regelgeving en in de Wft gedefinieerde branche valt. Dus, zo luidt de conclusie van De Jong, is het een vorm van verzekering waarvoor geen vergunning nodig zou moeten zijn. “Iets om dit najaar mee te nemen bij de evaluatie van de Wft.”

“Wat DNB er niet bij vertelde, was dat bij rechtsbijstandverzekering de schadeafwikkeling moet worden toevertrouwd aan een juridisch zelfstandig schaderegelingskantoor. Is dat er niet, dan moet zijn geregeld dat de klant de behartiging van zijn belangen aan een advocaat mag toevertrouwen.”

Oerwoud van vergunningen

Verder schrijft hij dat “verzekeringstussenpersonen dreigen te verdwalen in een oerwoud aan vereiste vergunningen.” Hij wijst op het recente boetebesluit van de AFM, dat aangeeft dat een adviseur niet mag zeggen dat het beter is om te sparen dan een verzekering te sluiten. “Ook niet als dat voor de klant het beste advies is. Althans, als die tussenpersoon niet beschikt over een vergunning om over spaarrekeningen te adviseren of daarin te bemiddelen. Hij zal zijn opdrachtgever dan moeten doorverwijzen naar een concurrent: een bank of iemand die wél over de vereiste vergunning beschikt.”

“De verzekeringstussenpersoon die met een klant een betalingsregeling wil treffen, moet beschikken over een kredietvergunning. Want als hij toestaat dat een klant zijn jaarpremie in twaalf maandelijkse termijnen betaalt, staat dat gelijk aan het aanbieden van krediet. De praktijk heeft uitgewezen dat de AFM op dit punt een strikte uitleg van de Wet op het financieel toezicht (Wft) hanteert. En ook dat deze gedragstoezichthouder daarin wordt gevolgd door de bestuursrechter.”

Verzekeringstussenpersonen dreigen te verdwalen in een oerwoud aan vereiste vergunningen.



De overgrote meerderheid van de Tweede Kamer gaat akkoord met een provisieverbod op impactvolle financiële producten. Voor schade komt er geen provisieverbod, maar wel moet uit die sector de mogelijkheid van 'verkeerde prikkels' worden uitgesloten. Daarom volgt er wel een bonusverbod en worden ook alle andere omzetgerelateerde beloningen taboe verklaard.

Overleg Tweede Kamer: Provisieverbod voor impactvolle en bonusverbod voor schadeproducten

De vermoedelijke ingangsdatum van de nieuwe beloningsregels is 1 januari 2013. De Kamer wil dat al eerder twee zaken geregeld worden:

- Regels met betrekking tot passende beloning (te vergelijken met de AFM-Leidraad passende provisie)
- Het bonusverbod voor schadeproducten.

Verbod schadeprovisie blijft boven de markt hangen
Het 'gevaar' van een provisieverbod voor schadeproducten is voorlopig afgewend, met de nadruk op voorlopig. Uit het algemeen overleg van de Commissie Financiën met minister De Jager op 25 november 2010 valt op te maken dat provisie als beloningsmodel mogelijk blijft zolang De Jager en met hem de politieke partijen ervaren dat zich op schadegebied geen grote problemen voordoen.

De politici uitten de volgende zorgen:

- Door de handhaving van deze provisiemogelijkheid bestaat het risico van een 'waterbedeffect': de beloning die de aanbieder niet meer mag verstrekken met betrekking tot impactvolle producten zou kunnen verschuiven naar een extra vergoeding voor het afsluiten van schadeproducten.
- Wanneer geen regels worden geformuleerd voor schadeprovisie blijven omzetprovisie en andere bonussen in dit segment mogelijk, hetgeen niet in het belang van de klant is.

Het laatste punt wordt ondervangen door een bonusverbod. Maar als desondanks de indruk gaat ontstaan dat het klantbelang niet centraal wordt gesteld, dan kan door een kleine ingreep op korte termijn het provisieverbod ook voor schade gaan gelden. Minister De Jager zei in dat verband, dat hij een provisieverbod niet principieel afwijst. Omdat de huidige en komende regelgeving bijzonder ingrijpend is voor de branche, wil hij daar van afzien. "Maar als blijkt dat dit tot verkeerde prikkels leidt, dan kan ik snel ingrijpen omdat ik de producten waarvoor wel een provisieverbod gaat gelden zal plaatsen op een lijst die je meteen makkelijk kan aanpassen/vergroten."

Binnen de intermediaire bedrijfskolom bestaat verschil van mening over de vraag of de adviseur passieve, danwel actieve provisietransparantie moet bieden. Deze vraag kwam in het debat niet aan de orde.

Toegankelijkheid van het advies

Veel Kamerfracties maken zich zorgen dat het provisieverbod leidt tot een hoge adviesdrempel voor de lagere inkomens. De Kamer beseft dat ook nu advies niet gratis is, maar dat leidt niet tot problemen omdat de klant de beloning daarvoor die in de premie verwerkt is, gespreid betaalt. Bij de minister werd erop aangedrongen deze manier van financiering te handhaven. De Jager erkende dat incasso van de adviesbeloning "misschien kostenefficiënt is, al het dan maar wel transparant gebeurt".

Een definitieve toezegging deed hij niet, maar hij volstond met de mededeling dat hij gaat onderzoeken of gespreide betaling de toegankelijkheid stimuleert en zo ja, dan zal hij de voor- en nadelen van het betalen van het advies via de premie op een rij zetten. "We moeten de weg naar de adviseur niet afsluiten, maar oppassen dat er niet een nieuwe intransparante geldstroom tussen aanbieder en adviseur ontstaat", schetste hij het dilemma.

Om diezelfde reden ziet hij weinig mogelijkheden voor vergoedingen voor werkzaamheden die de adviseur voor de aanbieder verricht, omdat dat tot nieuwe ontwijkmanoeuvres zou kunnen leiden. De minister zal hierover nog wel overleg met de markt voeren.

Fiscaal

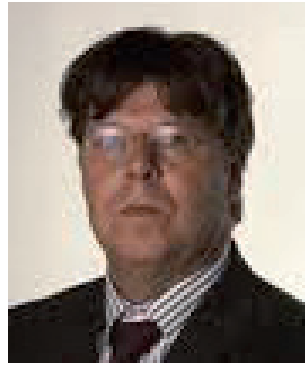
Opnieuw kwam er geen duidelijkheid van de minister over de fiscale gevolgen van het provisieverbod. De huidige wetgeving is niet werkbaar voor de intermediaire markt:

- over de in de premie versleutelde provisie is assurantiebelaasting verschuldigd en geen btw
- bemiddelingsactiviteiten zijn vrijgesteld van btw
- staat de adviesactiviteit voorop – en dat is de bedoeling van de moderne intermediair en van alle 'stakeholders' – dan dient de adviseur zijn declaratiebedrag te verhogen met 19% btw.

Dit probleem is niet nieuw en werd ook aangekaart bij toenmalig minister Bos, die toezegde hiervoor een oplossing te zoeken. Ook nu gaf De Jager geen duidelijkheid, maar heeft de problematiek op het bordje gelegd van de staatssecretaris. Die heeft een werkgroep ingericht, gaat spreken met de sector en zal de Kamer schriftelijk informeren.



Ewout Irrgang (SP)



Tony van Dijk (PVV)



Jolande Sap (GroenLinks)



Elly Blanksma (CDA)



Ronald Plasterk (PvdA)



Wouter Koolmees (D66)

Dienstverleningsdocument

De minister volgde de wens van de Kamer door toe te zeggen dat het dienstverleningsdocument gestandaardiseerd zal worden. “Het document kan effectiever door het kleiner te maken.” Wel houden adviseurs de mogelijkheid hun eigen bedrijfsidentiteit aan de DVD mee te geven en hun ‘unique selling points’ daarin te etaleren.

Balansregel

Na de branchepartijen en de AFM is nu ook de minister ervan overtuigd dat de balansregel strijdig is met de inducementnorm, al voegde hij daaraan toe “dat bij het inwerking treden van het provisieverbod dit probleem uit de wereld is.” Daarmee geeft hij aan de balansregel nog tot 1 januari 2013 te willen handhaven en dat is wonderlijk en ook onwenselijk. Nu alle partijen het erover eens zijn dat de balansregel de bedrijfsvoering van het intermediair nodeloos schaadt, kan die eenvoudig direct worden afgeschaft.

Level playing field

De minister wekte de suggestie dat de marktwerking zelf zal zorgen voor een gelijk speelveld. Zijn redenering: “De adviseur biedt een netto product aan, terwijl de direct writer met bruto prijzen moet werken.” Daardoor blijft het misverstand bestaan dat de netto premie gelijk is aan de bruto premie minus provisie. Als die rekensom niet verfijnd wordt, zal de product- + adviesprijs in vrijwel alle gevallen hoger uitvallen dan de premie die de directe aanbieder in rekening brengt. Met andere woorden: de klant die voor advies kiest betaalt duidelijk extra voor dat advies.

Om het verschil tussen een onafhankelijk adviseur en bijvoorbeeld een ‘verkoper’ van de bank duidelijker tot uiting te laten komen denkt de minister eraan om de titel ‘onafhankelijk financieel

adviseur’ wettelijk te beschermen. “Een andere mogelijkheid is om deze status in het dienstverleningsdocument op te nemen.”

Serviceabonnement

De adviseur moet in staat zijn om bij schadeproducten de provisie te vervangen door een abonnement waarbij hij de mogelijkheid moet hebben dezelfde dienstverlening te bieden als bij provisie. Hierover bestond tijdens het algemeen overleg grote overeenstemming. Daarbij past niet de drempel van een verzekeraarsvergunning. De minister beloofde samen met de DNB te kijken “of er pragmatische oplossingen zijn”.

Geldwinkels

Hoe kan een financieel ‘ongeleterde’ consument de kwaliteit van het advies inschatten? Het antwoord van de minister baarde was verrassend. “Onder auspiciën van CentiQ worden volgend jaar een paar Geldwinkels geopend. Studenten en vrijwilligers geven daar antwoord op basale vragen. De consumenten kunnen daar kennis opdoen en gewapend met die kennis naar een adviseur.” Het gaat duidelijk om algemeen advies zonder dat een bepaald product in beeld komt. Daardoor is geen sprake van advisering in de zin van de Wft. Overigens wekte de minister wel even die indruk door de Geldwinkels te vergelijken met de bestaande rechts- en wetwinkels, waar wel activiteiten ontplooid worden die betrekking hebben op een concrete zaak. “De Geldwinkel wordt een soort vraagbaak”, zei de minister. “De marktpartijen kunnen leren van het soort vragen die daar binnenkomen.”

Als hij erbij gezegd had dat het winkelpersoneel zich verder beperkt tot de functie van wegwijzer, had hij veel commotie kunnen voorkomen.

Politiek benoemt probleem; helpt zij het ook op te lossen? Provisie(verbod)debat: veel open einden

Op hoofdlijnen was de uitkomst niet verrassend: voor financiële producten gaat per 1 januari 2013 een provisieverbod gelden. Voor schadeproducten blijft provisie mogelijk, maar worden bonusprovisie en andere omzeterelateerde beloningen taboe verklaard. Die laatste regel wordt al eerder ingevoerd, net als een open norm voor passende beloning. Marktpartijen die voorspelden dat met het provisieverbod ook een einde zou komen aan de beloningsregelgeving komen dus bedrogen uit. De constatering van SEO en AFM dat excessieve provisies is vervangen door excessief hoge declaraties leidt ertoe dat de AFM gaat bepalen of de declaratie van een adviseur in overeenstemming is met de verrichte werkzaamheden.

Op zich een wonderlijke rechtsfiguur: een publiek orgaan als de toezichthouder die een stem krijgt in een privaatrechtelijke overeenkomst die adviseur en klant met elkaar afsluiten.

Dat is één van de details die aantonen dat de minister nog ver af is van gedegen nieuwe regelgeving. Er is nog geen oplossing voor het btw-vraagstuk, een mogelijke vergoeding voor adviseurs die werkzaamheden voor aanbieders verrichten, de manier waarop het dienstverleningsdocument moet worden ingericht, een level playing field kan worden gegarandeerd en een serviceabonnement kan worden ingevoerd zonder verzekeraarsvergunning, om een paar punten te noemen.

Misschien belangrijker nog is dat wel zeker is dat het provisieverbod er komt, maar niet hoe het advies betaalbaar kan blijven, ook voor de klant met een lager inkomen. Wat dat betreft komen parlement en minister niet veel verder dan dit probleem te benoemen. Een oplossing lijkt nog ver weg. Aan de ene kant ligt het voor de hand om de advieskosten gespreid met de premie te betalen. Aan de andere kant liggen de problemen die daaruit kunnen voortvloeien voor de hand: Wanneer aanbieders de adviesfee gaan voorfinancieren en dat 'krediet' via een opslag op de

premie terughalen, ontstaat een geldstroom tussen aanbieders en adviseurs en daar willen eigenlijk alle partijen van af.

Ronald Plasterk (PvdA) maakte het vraagstuk nog complexer met zijn uitleg dat klanten met een lager inkomen nu profiteren van een vorm van kruissubsidie, omdat de hoogte van de provisie gekoppeld is aan het transactiebedrag. Als die koppeling wegvalt zal blijken dat bij uurtje-factuurtje deze klant in het verleden eigenlijk te weinig betaalde voor het advies en de meer gefortuneerde consument teveel. "Er zal een nivellering optreden in de hoogte van de declaratie van de adviseur en daardoor wordt advies voor de degene die dit het meest nodig heeft te duur."

De minister zegde toe het probleem te willen 'bestuderen'.

Nu er grote consensus bestaat om provisie voor nader te benoemen financiële producten af te schaffen, mag het geen optie zijn om – hoe transparant de bedoelingen ook zijn – een nieuwe geldstroom te creëren. Eigenlijk bestaat er maar één oplossing en die is, dat de adviseur van een onafhankelijke derde het declaratiebedrag gefinancierd krijgt. Het lijkt dan geen probleem dat de aanbieder een opslag op de premie legt en die vervolgens aan de derde afdraagt als aflossing op het verleende krediet. Een soort factoring dus. Daaraan zijn financiële risico's verbonden. Dat zou kunnen betekenen dat de adviseur slechts 75 of 80% van het declaratiebedrag kan financieren. Tenzij natuurlijk de politiek echt hecht aan toegankelijkheid van het advies, ook en vooral voor minder draagkrachtigen, en voor die groep een deel van dit risico wil overnemen. Dan benoemt zij niet alleen dit probleem, maar helpt zij het ook op te lossen.

Jan Aikens

Adfiz mist standpunt over deskundigheid

Adfiz meldt blij te zijn met de bijdragen van de Kamerleden en met de reactie van de minister en zal de verdere uitwerking kritisch volgen, “met name waar het de fiscale neutraliteit en de efficiencyvergoeding betreft. Zonder goede invulling van deze voorwaarden is invoering van een provisieverbod niet mogelijk.” Ook is Adfiz verheugd over de toezegging van de minister dat hij samen met DNB naar een oplossing wil zoeken voor de door DNB opgeworpen problemen rond het serviceabonnement.

Wel heeft de intermediairorganisatie twijfels bij de tempoversnelling die de Kamer bepleit en die door de minister ‘met een slag om de arm’ is toegezegd, “maar wil graag meewerken aan een zorgvuldige realisatie van de plannen”.

Deskundigheid

Adfiz is verbaasd dat er in het debat niet gesproken is over de deskundigheids- en vakbekwaamheidseisen. Adfiz is van mening dat ook deze eisen van belang zijn om de gewenste cultuurverandering te bewerkstelligen. Zij legt momenteel de laatste hand aan een visiedocument waarin haar opvattingen op een herziening van het deskundigheids- en vakbekwaamheidsbouwwerk worden weergegeven.

Producten waarvoor het provisieverbod gaat gelden

Adfiz heeft een productenlijst samengesteld met producten waarop het provisieverbod van toepassing moet zijn:

Hypotheken

- Aflossingsvrije hypotheek
- Lineaire hypotheek
- Annuïteitenhypotheek
- Effectenhypotheek
- Beleggingshypotheek
- Spaarhypotheek
- Overbruggingshypotheek
- Bankgarantie

Pensioenen

- Individuele pensioenovereenkomst
- Collectieve pensioenovereenkomst *

Levensverzekeringen: (premiebetalend of tegen koopsombetaling)

- Kapitaalopbouwende levensverzekeringen (vallend in box 1 of 3)
- Beleggingsverzekering
- Gemengde levensverzekering
- Kapitaalverzekering op vaste termijn
- Combinatieverzekeringen
- Uitgestelde (levenslange of tijdelijke) lijfrenteverzekering
- Direct ingaande (levenslange of tijdelijke) lijfrenteverzekering

- Tijdelijke kapitaalverzekering bij overlijden
- Risicokapitaalverzekering op vaste termijn
- Erfrenteverzekering

Uitvaart

- Natura uitvaartverzekering **
- Begrafenisverzekering **
- Uitvaartverzekeringen met beleggingscomponent

Arbeidsongeschiktheid

- Individuele Arbeidsongeschiktheidsverzekering
- Vermogensbeschermer
- Woonlastenbeschermer

Bankspaarproducten

- Spaarrekening Eigen Woning (SEW)
- Beleggingsrekening Eigen Woning (BEW)
- Bancaire lijfrentespaarrekening (opbouwend of uitkerend)
- Bancaire lijfrentebeleggingsrekening (opbouwend of uitkerend)
- Goudenhanddruk banksparen

Bankproducten

- Kredieten (consumptief krediet en leaseconstructies) ***
- Beleggingsrekeningen
- Effectenportefeuille
- Beleggingsobject

Een aantal producten behoeft enige toelichting:

* alle genoemde producten betreffen individuele producten.

Een collectieve pensioenverzekering is dit niet. Het is een door de werkgever getroffen collectieve regeling ten behoeve van zijn medewerkers. Derhalve zou dit product niet op deze lijst thuis horen. Gezien het vermogensopbouwende karakter onderschrijft Adfiz desondanks het belang van een provisieverbod.

** zowel de natura uitvaart- als de begrafenisverzekering vallen onder het huidige regime van beloningstransparantie. Feitelijk is dit een oneigenlijke keuze, want de producten zijn complex noch impactvol. De producten hangen evenwel samen met financiële gevolgen van leven en daarom rangschikt Adfiz die consequent onder de provisieverbod-producten.

*** voor kredieten geldt nu een wettelijke beperking van de beloningsvorm tot doorlopende provisie. Adfiz onderkent dat sinds de invoering van deze beloningsbeperking er geen sprake is van ongewenste (excessieve)beloningen voor de bemiddeling in consumptief krediet. De vraag rijst of bij een provisieverbod hier niet alsnog ongewenste situaties optreden. Daarom bepleit Adfiz te onderzoeken, om in afwijking van een éénduidige gedragslijn t.a.v. kredietproducten, hier een uitzondering te maken, evenals voor de ook eerder door Adfiz gememoreerde eenvoudige betaal- en spaarrekeningen.