



IMD 2

De voorgestelde wijzigingen van de richtlijn 'Insurance mediation' (IMD2) zijn onder meer gericht op het waarborgen van een level playing field voor alle partijen die betrokken zijn bij de verkoop van verzekeringsproducten. Kort door de bocht kan gezegd worden dat alle regels die van toepassing zijn op het intermediair ook gelden voor directe aanbieders.

De richtlijn zou dan ook beter herdoopt kunnen worden in Richtlijn verzekeringsbemiddeling en -verkoop.

Uiteraard is het oogmerk van de richtlijn vooral het versterken van de bescherming van de consument.

De reikwijdte van de richtlijn is dus vergroot. Maar niet alleen directe aanbieders vallen onder de regeling. Datzelfde geldt ook voor andere 'verzekerverkopers' zoals reisbureaus, autobedrijven etc. Voor hen geldt een verlicht regime en dat is ook in lijn met het proportionaliteitsbeginsel dat de Europese Commissie heeft willen nastreven. De regels zijn zo stringent als voor een doel- of productgroep noodzakelijk is. Zo worden strengere eisen gesteld aan de verkoop of advies van een complex product dan van een reisverzekering.

IMD 2 regelt namelijk het advies, de bemiddeling en de verkoop van alle verzekeringsproducten, van eenvoudige schade- tot en met levensverzekeringen met kapitaalopbouwelementen en andere complexe producten.

Maar de regelgeving beperkt zich niet tot advies, bemiddeling en verkoop. De richtlijn geldt namelijk ook voor personen waarvan de activiteit bestaat in het rechtstreeks of namens een klant of een verzekeringsonderneming helpen

bij het beheer en de uitvoering van een overeenkomst, met inbegrip van het professionele beheer van claims, of de deskundige beoordeling van de vorderingen.

De Richtlijn beschrijft de minimumeisen. De Lidstaten kunnen besluiten om stringenter regels in hun nationale wetgeving op te nemen als zij in het belang van de consumentenbescherming noodzakelijk vinden.

Wat Nederland betreft toont de inhoud van de Richtlijn grote overeenkomst met onze Wft en Bgfo zoals die vanaf 2013 luiden.

Ook daarin wordt gestreefd naar een level playing field voor intermediairs en aanbieders. Al lijkt het erop dat de Richtlijn die lijn iets strikter en principiëler toepast door in ieder artikel de bemiddelaar/adviseur en de aanbieder in één adem te noemen. Maar of er werkelijk sprake is van beduidende verschillen met de nationale regelgeving moet nog blijken. Dat hangt af van de invulling van de kaders in de lagere regelgeving.

Hieronder de meest in het oog lopende wijzigingen ten opzichte van de IMD zoals die nu geldt. Zoals gezegd is er weinig nieuws onder de zon in vergelijking met Wft/Bgfo 2013. Wel valt op dat de Richtlijn op termijn een einde maakt aan de passieve transparantie met betrekking tot provisie op schadeverzekeringen. Na een periode van vijf jaar (te rekenen na de inwerkingtreding van de nieuwe Richtlijn) moet ook op dat vlak sprake zijn van actieve transparantie.

IMD 2 is alleen Engelstalig beschikbaar. Deze Findiprint is alleen bedoeld een aantal facetten te belichten en geeft geen letterlijke citaten omdat de officiële Nederlandse versie van de richtlijn nog niet bekend is.

Algemene beginselen van de Richtlijn:

- tussenpersonen moeten handelen in het beste belang van hun klanten;
- vergelijkbare informatie-eisen voor verzekeringsmaatschappijen en intermediairs;
- actieve transparantie met betrekking tot de grondslag en het bedrag van de beloning van verzekeringstussenpersonen;
- actieve transparantie met betrekking tot bekendmaking van het bedrag van elke variabele beloning ontvangen door de verkoop. Dit geldt zowel voor werknemers van verzekeringsondernemingen als voor tussenpersonen;
- een verplicht 'full disclosure' regime voor de verkoop van levensverzekeringen en
- een 'desgevraagd' regime voor de verkoop van niet-levenproducten met een overgangperiode van 5 jaar. Na het verstrijken van deze overgangperiode zal het volledige 'full disclosure' regime van toepassing zijn op de verkoop van niet-levenproducten

Websites

De regels met betrekking tot verzekeringsbemiddeling zijn ook van toepassing op bepaalde activiteiten van websites die erop gericht zijn verzekeringsovereenkomsten af te sluiten.

De richtlijn geldt ook in het geval (her)verzekeraarsaanbiedingen gedaan worden als reactie op criteria geselecteerd door de klant via een website of andere middelen, of als uitkomst van het aanbieden van een ranking van (her)verzekeringproducten of van een korting op de prijs van een contract, wanneer de klant direct een verzekeringsovereenkomst aan het einde van het proces kan sluiten.

De richtlijn is niet van toepassing op zuivere introductie activiteiten, zoals het verstrekken van gegevens en informatie aan potentiële polishouders over (her)verzekeringsondernemingen, tussenpersonen of (her)verzekeringproducten aan potentiële polishouders.

Kenniseisen ook voor medewerkers aanbieders

Artikel 8 beschrijft de kwalificaties waaraan een financiële dienstverlener moet voldoen en die wij kennen uit de Wft:

- passende kennis en bekwaamheid;
- integriteitsvereiste;
- beroepsaansprakelijkheidsverzekering,
- eisen met betrekking tot de bedrijfsvoering en
- maatregelen ter bescherming tegen onvermogen van de tussenpersoon om de premie aan de aanbieder of uitkeringen aan de verzekerde te voldoen.

Het artikel bevat ook het vereiste van 'continue professionele ontwikkeling' (permanente educatie).

IMD2 zegt hierover:

Een hoog niveau van professionalisme en bekwaamheid onder verzekerings- en herverzekeringstussenpersonen is belangrijk. Datzelfde geldt voor de medewerkers van directe verzekeraars die betrokken zijn bij activiteiten vóór, tijdens en na de verkoop van verzekeringen.

- De vakkennis van de tussenpersoon, van de werknemers van directe verzekeraars, en autoverhuurbedrijven en reisbureaus, evenals
- de professionele kennis van personen die uitkeringen/vorderingen moeten beoordelen, moet overeenkomen met het niveau van de complexiteit van deze activiteiten.

Permanente educatie moet door de onderneming worden gewaarborgd.

Level playing field/ transparantie

Openbaarmaking van de verschillende elementen van de totale prijs - met inbegrip van de tussenpersoon vergoeding - stelt de klant in staat te kiezen op basis van verzekeringsdekking, gekoppelde diensten (bijvoorbeeld serviceaspecten) en prijs. Verplichte openbaarmaking van beloning heeft positieve gevolgen voor de mededinging in de distributie van verzekeringen en biedt de consument een bredere kennis van producten en kosten, alsmede mogelijke belangenconflicten. Verschillende EU-lidstaten, zoals Nederland, eisen al beloningstransparantie voor sommige verzekeringsproducten en MiFID II vergt dit voor beleggingsproducten.

De openbaarmaking van de beloning moet wel zodanig worden vorm gegeven dat de vergelijking tussen tussenpersonen en directe aanbieders is gewaarborgd. Dat betekent aparte informatie over de prijs van de dekking en die van de distributiekosten.

In het bijzonder – om situaties van belangenverstrengeling te voorkomen - moeten verzekeringsondernemingen ook vermelden wat de basis is voor de berekening van de variabele beloning die hun werknemers als gevolg van de verkoop van een product ontvangen.

Om de klant hetzelfde niveau van bescherming te bieden ongeacht of hij rechtstreeks van een verzekeraar, of indirect van een tussenpersoon koopt, betreft de werkingssfeer van de richtlijn niet alleen verzekeringsondernemingen maar ook andere marktdeelnemers die verzekeringsproducten als 'bijproduct' verkopen (bv. reisbureaus, autoverhuurbedrijven en leveranciers van goederen die niet voldoen aan de voorwaarden voor de vrijstelling)

Productcombinaties

Artikel 21 introduceert een bepaling inzake gebundelde producten. Het artikel schrijft voor dat de klant gemeld moet worden dat de producten ook afzonderlijk gekocht kunnen worden.

Financieel rijbewijs

Terwijl in Nederland wordt gediscussieerd over het nut van een financieel rijbewijs, schrijft de Richtlijn deze procedure dwingend voor in artikel 25.

Bij execution only moet de tussenpersoon of de aanbieder informatie inwinnen over de kennis en ervaring van de klant om de geschiktheid van het product te bepalen. Wanneer een product niet geschikt is, moet de klant gewaarschuwd worden. Deze waarschuwing mag in gestandaardiseerde vorm worden verstrekt. De Commissie zal hiervoor nadere regels opstellen

Voorafgaand aan het afsluiten van een overeenkomst, met inbegrip van verkoop zonder advies, moet de klant relevante informatie over het verzekeringsproduct verstrekt worden, zodat deze de mogelijkheid heeft om een geïnformeerd besluit te nemen. De verzekeringstussenpersoon moet de klant de belangrijkste eigenschappen van een product kunnen uitleggen.

Cross-selling

Cross-selling praktijken kunnen voordeel opleveren voor de consument maar ook nadelig zijn en/of concurrentievervalsend werken. Van dat laatste is vooral sprake wanneer twee of meer financiële diensten samen worden verkocht in een pakket en ten minste één van die diensten of producten niet apart verkrijgbaar is. Als voorbeeld noemt de Richtlijn de verplichting om een rekening-courant bij de aanbieder te openen om premies op te kunnen storten. Ook is cross-selling niet toegestaan wanneer aan de financiering van een zaak de voorwaarde van een bepaalde verzekering wordt gekoppeld

Wel kunnen meerdere producten in een pakket worden aangeboden. Maar als die producten ook afzonderlijk kunnen worden aangeschaft, moet de consument op dat feit attent gemaakt worden. De afzonderlijke producten hoeven overigens niet noodzakelijkerwijs op dezelfde voorwaarden of omstandigheden aangeboden worden als in een pakket.