

# Adfiz wil elke schijn van perverse prikkels vermijden

Adfiz  
Beloning  
Scheiding  
Transparantie

Vervolg van pag. 1

"Provisie wordt gezien als verkoopstimulus; dit voorstel haalt ons van het verdachtenbankje af", stelt Adfiz-voorzitter Bob Veldhuis. Klanten moeten hun adviseur in de toekomst rechtstreeks gaan betalen.

"De kosten van advies gaan dan niet langer ten laste van vermogensopbouw, hetgeen nu wel het geval is", zo benoemt Adfiz een concreet voordeel voor de klant. Tot het gebied 'financieel advies' rekent Adfiz alle advie-

Bob Veldhuis:  
"Provisie wordt gezien als verkoopstimulus; dit voorstel haalt ons van het verdachtenbankje af."



zen en producten voor pensioenen, (hypothecair) krediet, banksparen, beleggen, overlijdensrisico's, uitvaart en inkomensverzekeringen. Onder dat laatste vallen ook arbeidsongeschiktheids- en woonlastenpolis. "Aov's buiten de scope houden is behalve onlogisch ook volstrekt onhoudbaar. Het is het enige schade-product dat politiek voor schade kan zorgen."

## Transparantie

Voor schade- en zorgverzekeringen (en eenvoudige betaalen en spaarrekeningen) moet provisie mogelijk blijven. Transparantie van die provisie moet evenmin wettelijk worden afgedwongen. "De Europese Commissie overweegt een zachte vorm van transparantie bij zakelijke verzekeringen en een nieuwe richtlijn voor assurantiebemiddeling kan dat in 2013 ook voor de consumentenmarkt voorschrijven", weet de brancheorganisatie.

"Adfiz kan zich daar in hoofdlijnen vinden, mits administratief eenvoudig. Voor een groot deel is dit al de geldende praktijk: een klant die informeert naar de hoogte van de beloning op een autoverzekering, zal in de regel van die adviseur antwoord krijgen."

Adfiz is echter fel gekant tegen een "zwaar regime" in Nederland voor provisie-transparantie bij particuliere schade-polissen. "De verzekeringssector heeft reputatieschade opgelopen door zaken die financieel advies betreffen, terwijl 80% van de inkomsten van het intermediair betrekking hebben op verzekeringsadvies; daar zit de pijn niet."

## Bonussen

"Het Nibud zegt dat het nadelig zal uitpakken voor consumenten. Ook de AFM en de Consumentenbond zijn er niet van overtuigd dat het een versterking voor consumenten zou betekenen. En in En-

geland heeft de toezichhouder de CAR-regels teruggedraaid", stelt Bob Veldhuis. "Actieve provisie-transparantie is dus heel onverstandig en niet in het belang van de klant. Bij particuliere schadeverzekeringen zijn premies nu goed te vergelijken, de markt is zeer competitief, de impact ervan voor klanten is gering en er spelen geen excessen. Het zou alleen maar duurder worden."

Een maatregel die niet alleen voor 'financieel advies' maar ook voor schadeverzekeringen moet gelden, is het afschaffen van 'incentives' en omzetbonussen: "Deze zijn niet in het belang van de klant en passen in geen enkel toekomstig beloningssysteem", zo vindt Adfiz inmiddels. "Wij hebben bonussen altijd gezien als een inkoopkorting, een heel normaal bedrijfseconomisch fenomeen", legt voorzitter Veldhuis uit. "Maar er is maatschappelijk geen enkel draagvlak meer voor bonussen."

Adfiz meent van verzekeraars te hebben begrepen dat het bij bonussen om aanzienlijke bedragen gaat. "We zijn dus geïnteresseerd hoeveel dit de klant gaat opleveren."

## Geldstromen

Het intermediair staat aan de kant van de klant en moet met die klant streven naar een overeenkomst tot opdrachtgeving. Adfiz wil echter de optie openhouden - ook bij 'financieel advies' - dat een directe beloning van de klant aan de adviseur door aanbieder mag worden geïncasseerd, tegelijk met de premie of rentebetaling. "Om advies voor iedereen toegankelijk te maken." Die optie moet gepaard gaan met een verbod op het vooruitbetalen door aanbieders van de contante waarde van deze beloning. Bovendien moeten aanbieders transparante vergoedingen gaan betalen aan het intermediair voor "gemaakte

kosten die bijdragen aan een efficiëntere en effectievere keten, een fenomeen dat in het CAR-voorstel van het Verbond onmogelijk is". Veldhuis noemt de completering van hypotheekdossiers als voorbeeld. Al zulke afspraken moeten in 'service level agreements' met aanbieders worden vastgelegd, bij het afsluiten en tijdens de looptijd van een product aan de klant worden vermeld en ter controle ("op redelijkheid") worden voorgelegd aan de toezichhouder. "Aegon moet NN op dit punt niet overtroeven, om een voorbeeld te noemen", zegt Veldhuis. Doel is verkoopstimulerende geldstromen te voorkomen.

Het intermediair moet bovendien de mogelijkheid hebben aanbieders bij aantoonbaar wanpresteren te belasten voor extra werk waarmee zij wordt opgezadeld. Ook hier wenst Adfiz een meldingsplicht bij de toezichhouder, "om elke schijn van perverse prikkels te vermijden".

## Gelijk speelveld

Voor de toekomst voorziet Veldhuis een beloningssysteem waarin veel klanten zullen vasthouden aan gespreide betaling van hun adviseur, al dan niet als onderdeel van de premie. "Dat neigt naar vormen als een abonnementensysteem, eventueel aangevuld met een fee voor extra advies en begeleiding", denkt de Adfiz-voorman.

Een visie op de regels waaraan direct writers en banken zich zouden moeten houden, heeft Adfiz in voorbereiding. "Het heeft hier direct mee te maken", zo benadrukt Veldhuis het belang ervan. "Wij zullen daar binnenkort een uitgebreid document over uitbrengen. Feit is dat een bankadviseur op veel eenvoudiger wijze een klant te woord kan staan dan leden van Adfiz, met de schijn van gratis advies. Geen provisieverbod zonder eerlijke concurrentie."