
Visie

op een
Level Playing Field

Januari 2011

Samenvatting

Wijzigingen in (transparantie)regelgeving hebben een verstoring van het level playing field veroorzaakt. Een aanstaand provisieverbod zal de concurrentieverhoudingen nog verder uit hun evenwicht brengen. Dit is nadelig voor het onafhankelijk intermediair, maar nog meer voor de consument, die gebaat is bij optimale concurrentie en transparantie. Nu het intermediair transparant is, kunnen aanbieders in het kader van level playing field niet achterblijven. Met het transparant maken van de marges van de aanbieder van financiële producten slaat de markt derhalve twee vliegen in één klap.

Het grote voordeel voor aanbieders is dat zij door deze transparantie beter kunnen duiden welke toegevoegde waarde zij bieden voor deze marges. Een en ander past voortreffelijk in de plannen van zowel verzekeraars als banken om de klant écht centraal te stellen.

Adfiz realiseert zich dat dit ingrijpende (ict-)projecten voor aanbieders zijn en dat dit voorbereidings-tijd vraagt. Hoe eerder invoering echter realiseerbaar is, hoe beter dit voor de klant is. Met als uiterste datum 1 januari 2013, de beoogde inwerkingtreding van het provisieverbod voor Financieel Advies producten.

Overwogen wordt om de AFM wettelijke ruimte te bieden tot toezicht op 'excessieve fees'. In het verlengde hiervan zou het verstandig zijn de AFM eveneens toe te laten zien op de mogelijke excessiviteit van marges op financiële producten. Zowel voor adviseurs als voor banken en verzekeraars geldt, dat zij in staat moeten zijn om een faire prijs te vragen voor hun dienstverlening. Zelfverrijking ten koste van de klant, stelt de klant niet centraal en daar moet derhalve tegen kunnen worden opgetreden.

Adfiz wil dat - voor zover noodzakelijk - de regelgeving wordt aangepast waardoor wordt bewerkstelligd dat:

1. Het intermediair nominaal transparant is over zijn tarieven bij Financieel Advies.
2. De aanbieder nominaal transparant is over zijn productmarge bij Financieel Advies producten, dat dus nominaal transparant wordt hoe de netto-premies/-rentes zijn opgebouwd bij Financieel Advies producten.
3. Intermediair en (directe) aanbieder in de oriëntatiefase een dienstverleningsdocument ter beschikking stellen aan de klant bij Financieel Advies producten.
4. Execution only bij impactvolle producten niet is toegestaan, in ieder geval sterk wordt teruggedrongen door tenminste invoering van een geschiktheidstoets bij Financieel Advies producten.
5. Alle vrijstellingen van toezicht worden heroverwogen waarbij dienstverleners met een andere hoofdberoepswerkzaamheid (o.a. accountants) vergunningplichtig zijn voor zover hun dienstverlening kwalificeert als financiële dienstverlening.
6. Generiek financieel advies vergunningplichtig wordt.
7. Medewerkers met inhoudelijk klantcontact hun deskundigheid moeten kunnen aantonen met uitsluitend wettelijk erkende diploma's; de mogelijkheid tot het aantonen van de vakbekwaamheid via het bedrijfsvoeringsmodel dient te vervallen.
8. Als er een wettelijke norm tegen excessieve fees komt, er eveneens een wettelijke norm tegen excessieve marges van aanbieders komt.
9. Er volstrekte helderheid komt over de identiteit van de financiële dienstverlener: is die onafhankelijk of gebonden aan een aanbieder.

Inleiding

Adfiz heeft bij de aanbieding van haar 'Visie op een andere wijze van belonen' aan minister De Jager aangegeven op een later moment te zullen komen met haar 'Visie op een level playing field' tussen de verschillende kanalen: het intermediair kanaal, het kanaal van de direct writers en het bankenkanaal. Adfiz maakt in haar Beloningsvisie onderscheid tussen Financieel Advies (leven, overlijden en arbeidsongeschiktheid) en Verzekeringsadvies (schade en zorg). Adfiz bepleit voor Financieel Advies een verbod op provisie. Op het terrein van Verzekeringsadvies ziet Adfiz geen noodzaak tot een provisieverbod of een verplichting tot transparantie. De markt is competitief en goed vergelijkbaar op eindprijzen voor de consument.

In dit document geeft Adfiz haar visie op een gelijk speelveld tussen de verschillende distributiekkanalen. Daarbij spelen de overwegingen een belangrijker rol bij Financieel Advies dan bij Verzekeringsadvies. Door invoering van de transparantiewetgeving en de voorgestane invoering van een provisieverbod bij Financieel Advies is/wordt in deze markt het speelveld verder uit zijn evenwicht getrokken. Het doel dat Adfiz nastreeft is garanties te bewerkstelligen in de regelgeving, waardoor aan alle kanalen gelijke eisen worden gesteld ten aanzien van (de informatie over) hun dienstverlening en hun informatieverplichtingen. Niet alleen het gevoel van een unlevel playing field en daarmee van een oneerlijke achterstand in de concurrentie moet verdwijnen, het moet ook feitelijk zo zijn.

Een gelijk speelveld tussen de distributiekkanalen is - los van de partijen die in een achterstandspositie verkeren - in de eerste plaats in het belang van de consument. Het is in zijn belang dat hij - teneinde een afgewogen keuze te kunnen maken - de dienstverlening en de prijs in de verschillende kanalen met elkaar kan vergelijken.

Daarnaast bevordert een gezond intermediair kanaal de concurrentie. Niet alleen vergelijken onafhankelijke adviseurs het aanbod kritischer dan de consument zelf, ook nieuwe binnen- en buitenlandse toetreders op de Nederlandse markt vinden hun weg gemakkelijker via het intermediaire kanaal. Hierdoor profiteert de consument uiteindelijk van scherpere tarieven.

Adfiz voelt zich in deze opvatting gesteund door de NMa die in haar kortgeleden gepubliceerde Visiedocument Toekomst Financiële Landschap pleit voor een helder regulerend kader waarin het speelveld zo min mogelijk wordt verstoord. Op banken, verzekeraars of intermediairs die in dezelfde markt actief zijn, dient zoveel als mogelijk hetzelfde regulerend kader van toepassing te zijn, aldus de NMa.

In een gelijk speelveld is volstrekte helderheid over de identiteit van de financiële dienstverlener tenminste zo belangrijk: wordt de klant geadviseerd uit een breed pallet van producten en aanbieders en is dus sprake een onafhankelijk advies, of wordt uitsluitend gekozen uit de producten van het eigen bedrijf en is sprake van een verkooporganisatie als een bank of een direct writer? Hoewel dit strikt genomen geen zaak is van het level playing field wordt aan het eind van dit Position Paper op dit punt nader ingegaan, omdat dit er ons inziens nauw mee samenhangt.

Het spreekt voor zichzelf dat nieuwe regelgeving en interpretatie en toepassing van bestaande regelgeving niet mag leiden tot een (verdere) verstoring van het speelveld. Zo mag de toepassing van de fiscale wetgeving op provisie en fee er niet toe leiden dat een bepaald distributiekanaal fiscaal aantrekkelijker wordt.

Eerder vroeg Adfiz in haar vorengenoemde Beloningsvisie aandacht voor de verschillen in behandeling door de belastingwetgeving/-dienst van de BTW, de Inkomstenbelasting en de Assurantiebelasting. Het kan niet zo zijn dat een andere beloningsvorm voor dezelfde dienstverlening leidt tot een andere fiscale behandeling. Adfiz kijkt uit naar de aangekondigde nota van de Staatssecretaris van Financiën op deze punten.

In dit Position Paper worden de onderwerpen genoemd waar geen dan wel onvoldoende sprake is van een level playing field. Eerst wordt een beeld gegeven van de huidige regelgeving. Vervolgens wordt aangegeven tot welke problemen deze regelgeving leidt. Tenslotte geeft Adfiz haar visie op de oplossing van het probleem.

Transparantie van dienstverlening en beloning

Huidige situatie

Bemiddelaars/adviseurs zijn met ingang van 1 januari 2009 wettelijk verplicht voor complexe producten (en hypotheke, uitvaartverzekeringen en betalingsbeschermers) nominale transparantie te bieden over hun provisie (art. 58 en 149a Bgfo). Vanaf 1 juli 2009 dienen zij in de 'oriëntatiefase' transparant te zijn over hun dienstverlening via het wettelijk verplichte dienstverleningsdocument (dvd).

Aan deze transparantie over de dienstverlening dienen zij tevens - indicatief - hun tarieven te koppelen (art. 149b Bgfo). Dit betreft zowel de provisie als een eventuele fee. Hiermee wordt mede beoogd om (de hoogte van) zijn eventuele 'verkooprikkels' inzichtelijk te maken.

Een aanbieder die zonder tussenkomst van bemiddelaars/adviseurs een complex product aanbiedt - een direct writer of een rechtstreeks werkende bank - dient in de 'oriëntatiefase' informatie te geven over de aard en reikwijdte van zijn dienstverlening. Tevens dient hij de consument door middel van een zogenaamde kwalitatieve kostenverklaring te informeren over het feit dat hij kosten maakt ten behoeve van de distributie met inbegrip van het adviseren en dat deze kosten onderdeel uitmaken van de prijs van het product of verwerkt kunnen zijn in het rentepercentage (art. 58, derde lid, Bgfo).

Beloningstransparantie

De bemiddelaar/adviseur dient voor complexe producten, hypotheke, uitvaartverzekeringen en betalingsbeschermers dus nominaal transparant te zijn over de ontvangen provisie richting zijn cliënten (dit zijn zowel consumenten als zakelijke klanten), terwijl de directe aanbieder kan volstaan met een algemeen verhaal over het feit dat hij kosten maakt voor distributie en advies aan uitsluitend consumenten.

Dienstverleningsdocument

Voor directe aanbieders geldt in de oriëntatiefase geen wettelijke verplichting om hun dienstverlening in een dienstverleningsdocument weer te geven. Hierdoor kan de consument de dienstverlening tussen beide kanalen niet goed vergelijken, laat staan op juiste waarde schatten.

Hoewel de huidige regelgeving zowel het intermediair als het directe kanaal verplicht om de klant in de oriëntatiefase te informeren over hun dienstverlening en hun tarieven (intermediair) en het feit dat ze kosten maken voor distributie (directe aanbieder), is het middel daarvoor niet gelijk. Het intermediair dient een dvd uit te reiken; de directe aanbieder kan volstaan met een kwalitatieve kostenverklaring. Daarenboven strekt de dvd-verplichting zich uit tot de cliënt, de kwalitatieve kostenverklaring dient slechts tot de consument te worden gericht.

Voorts is het intermediair specifiek in zijn tarieven (indicatief in zijn dvd) en nominaal transparant voorafgaand aan de overeenkomst. De directe aanbieder is niet wettelijk verplicht aan de klant te melden wat de kosten voor distributie en advies zijn.

Probleem

Adfiz constateert dat het directe kanaal zich schijnbaar goedkoper kan presenteren aan de consument dan het intermediaire kanaal, doordat het aan minder strenge transparantie-eisen op het gebied van dienstverlening en kosten/beloningen moet voldoen.

In de praktijk gebeurt het nogal eens dat directe aanbieders, meer specifiek de banken, de suggestie wekken dat hun diensten, waaronder het adviseren van financiële producten, gratis zijn. Feit is dat een bank zijn kosten onderbrengt in het gehanteerde rentetarief. Voor de gemiddelde klant is het onderbrengen van kosten voor distributie en advies in het rentetarief onbegrijpelijk. Dit maakt het voor de klant onmogelijk om een eerlijke prijsvergelijking tussen diverse dienstverleners en producten te maken. 'Gratis' dienstverlening spreekt de gemiddelde klant weliswaar aan, maar is zonder meer als misleidend te kwalificeren.

Oplossing

Adfiz wil - primair - dat wettelijke verankerd wordt dat de (directe) aanbieder in de oriëntatiefase zijn productmarges nominaal bekend maakt. Daarmee maakt de (directe) aanbieder de cliënt duidelijk wat het belang van de (verkoper/adviseur van de) aanbieder is, indien de cliënt het betreffende product koopt. Bovendien maakt hij inzichtelijk voor de cliënt welk product margetechnisch voor de aanbieder interessant(er) is.

Productmarge

Bij hypotheek is de productmarge het nominale verschil tussen de aangeboden rente en de inkooprente (verhoogd met eventuele risico-opslagen). Voor verzekeringen is dat het nominale verschil tussen de door de consument te betalen bruto premie en het deel van de bruto premie dat aangewend wordt voor de opbouw van waarde, die geheel - eventueel verhoogd met winst-aandeel - aan de klant zal worden uitgekeerd. Voor bancaire en beleggingsproducten is dat het nominale verschil tussen het renderende deel van de inleg en de totale inleg.

Adfiz wil bovendien een wettelijke dvd-plicht voor de directe aanbieders. De wetgever heeft het dvd mede geïntroduceerd en wettelijk verankerd om consumenten in staat te stellen de dienstverlening van verschillende financiële dienstverleners - in de oriëntatiefase - te vergelijken. Om de consument in staat te stellen op een goede manier ook de financieel dienstverleners uit de verschillende (distributie)kanalen te kunnen vergelijken, en mogelijke verkeerde prikkels te kunnen onderkennen, zou voor zowel de bemiddelaar/adviseur als de directe aanbieder dezelfde dvd-verplichting dienen te gelden. En de dvd-plicht voor beide kanalen dient bovendien voor de cliënt te gelden en niet uitsluitend voor consument.

Dat betekent dat het dvd voor directe aanbieders ook in de 'oriëntatiefase' zal moeten worden verstrekt, en dat deze aanbieders in het dvd ook informatie moeten geven over de nominale productmarge. Adfiz gaat er daarbij vanuit dat de productmarge van aanbieders bij afzet via het directe kanaal per definitie hoger is dan bij afzet via het indirecte kanaal. Of, om met de minister van Financiën te spreken:

"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."

Advisering en execution only

Huidige situatie

De Wft verplicht financiële ondernemingen om bij zogenaamde impactvolle financiële producten, indien zij adviseren, (kort samengevat) passend te adviseren (art. 4:23, eerste lid, Wft).

Deze verplichting geldt zowel voor de bemiddelaar als voor de directe aanbieder. Het staat financiële ondernemingen niettemin vrij om impactvolle financiële producten zonder advies te bemiddelen of verkopen, indien zij voorafgaand aan hun dienstverlening duidelijk maken dat zij niet adviseren (art. 4:23, tweede lid, Wft).

Advies wordt in de Wft - kort samengevat - gedefinieerd als het in de uitoefening van een beroep of bedrijf aanbevelen van een of meer specifieke financiële producten aan een bepaalde klant (art. 1:1 Wft).

Een aantal beroepsgroepen is (deels) vrijgesteld van de verplichtingen uit de Wft en daarmee van onder meer het gedragstoezicht door de AFM. Denk daarbij aan het reisbureau dat onder voorwaarden reisverzekeringen zonder vergunning mag verkopen. Een accountant mag - incidenteel - consumenten adviseren zonder te beschikken over een vergunning.

Probleem

Steeds meer financiële producten, waaronder ook impactvolle, kunnen worden aangeschaft via internet. Het zichtbaar maken van advieskosten in uitsluitend het intermediaire kanaal, versterkt mogelijk de gedachte bij de consument dat hij zonder advieskosten goedkoper en dus beter uit is, indien hij dergelijke producten zonder advies aanschaft.

Dit kan via execution only, waarbij de financiële onderneming niet adviseert. Met name de directe kanalen laten deze werkwijze toe, omdat zij sterk op internet aanwezig zijn en natuurlijk mikken op de zelfwerkzaamheid van de klant. Een onafhankelijk adviseur zal zijn naam eer aan doen en in beginsel altijd adviseren, zeker inzake impactvolle producten.

De gemiddelde consument is niet in staat om (de werking van) impactvolle en/of complexe financiële producten te doorgronden. Dat ligt niet alleen aan het product zelf; veelal ook aan de toepasselijke (fiscale) regelgeving.

Adfiz stelt dat naast het probleem van de klant die zonder voldoende kennis zelf een product aanschaft, er een vergelijkbaar probleem is met betrekking tot partijen in de markt, die adviseren over financiële producten, maar geen Wft-vergunning hebben. In toenemende mate wordt geadviseerd door dienstverleners met een andere hoofdberoepswerkzaamheid dan financiële dienstverlening zoals accountants, fiscaal adviseurs en pensioenbureaus. Zij adviseren klanten om een product(soort) aan te schaffen of dat juist na te laten, zonder dat zij onder het toezicht vallen. Ook dit verstoort het gelijke speelveld, maar is eigenlijk nog onwenselijker voor klanten die door deze partijen worden 'geadviseerd'.

Oplossing

Adfiz wil - ter bescherming van de consument - dat het bemiddelen of verkopen van impactvolle financiële producten op basis van execution only, dus zonder dat er wordt geadviseerd, niet langer wordt toegestaan, dan wel met strenge waarborgen wordt omkleed. Niet voor niets heeft de wetgever een groot aantal regels opgesteld om deze bescherming vorm te geven via regels die aan de financiële dienstverleners worden gesteld.

Adfiz onderkent dat er klanten zijn die zelf in staat zijn bepaalde complexe producten te beoordelen. Maar dat is een kleine minderheid. In elk geval wil Adfiz dat in het geval van een impactvol financieel product er tenminste een geschiktheidstoets plaatsvindt door de financiële dienstverlener. Daarin beoordeelt de financiële dienstverlener of - kort samengevat - de klant begrijpt wat hij aanschaft.

Indien de financiële dienstverlener tot het oordeel moet komen dat de klant niet begrijpt wat hij aanschaft, dan dient hij de klant in niet mis te verstane bewoordingen te waarschuwen dat de klant iets aanschaft waarvan hij (waarschijnlijk) de gevolgen niet of niet voldoende overziet. Execution only moet zo een uitzondering worden.

Adfiz wil dat alle vrijstellingen van (een gedeelte van) de toezichtwetgeving worden heroverwogen. Uitgangspunt is dat iedere activiteit die kwalificeert als financiële dienstverlening, integraal onder de relevante toezichtwetgeving valt.

Voorts dient meer generiek financieel advies in de uitoefening van beroep of bedrijf, waar dus niet één (of meer) specifiek financieel product wordt aanbevolen, maar - bijvoorbeeld - uitsluitend een productsoort, eveneens onder de werking van de Wft te worden gebracht. Daaronder dient ook te worden verstaan het advies om, na analyse van de financiële situatie, geen financieel product aan te schaffen.

Vakbekwaamheid/integriteit (Kennis en kunde)

Huidige situatie

Voor bemiddelaars/adviseurs gelden strikte wettelijk verankerde vakbekwaamheidseisen en integriteitseisen. Alle medewerkers van bemiddelaars/adviseurs met inhoudelijk klantcontact dienen vakbekwaam te zijn, waarbij tenminste een feitelijk leidinggevende wettelijk voorgeschreven vakdiploma's dient te bezitten. Tevens dienen zij - teneinde hun vakdiploma geldig te houden - aan wettelijke PE-verplichtingen te voldoen.

De wetgever geeft voor grotere organisaties de mogelijkheid hun deskundigheid aan te tonen via hun bedrijfsvoeringsmodel en daar maken met name de aanbieders gebruik van.

Probleem

Adfiz is van mening dat de klant in iedere situatie moet kunnen vertrouwen op deskundig advies, onafhankelijk van het kanaal. Door de huidige wettelijke regeling is dit niet in alle kanalen gelijkelijk geborgd.

Oplossing

Daarom pleit Adfiz voor het volledig gelijkschakelen van de wettelijke vakbekwaamheids- en integriteitseisen voor medewerkers van bemiddelaars/adviseurs, enerzijds, en medewerkers van direct writers/banken, anderzijds.

Adfiz heeft inmiddels haar Visie op het deskundigheidsbouwwerk afgerond. Daarin bepleit Adfiz om, zonder onderscheid of zij werken bij een intermediair dan wel bij een direct writer of een bank, alle klantadviseurs te verplichten de nodige Wft-diploma's te bezitten op het terrein waarop zij adviseren. Bovendien bepleit Adfiz dat in de leiding van de bedrijven, zowel bij het intermediair als bij de banken en direct writers, kennis zit van de inhoudelijke aspecten van de bedrijfsvoering. Eisen met

betrekking tot permanente educatie moeten eveneens onverkort gelden voor alle diplomahouders, waar zij ook werken. Adfiz bepleit dan ook de afschaffing van het zogenaamde bedrijfsvoeringsmodel, dat nu nog mogelijk is op grond van de Wft. Deze nieuwe situatie wijkt sterk af van de huidige wettelijke regeling. In de huidige regeling ervaart Adfiz veel ongelijkheid en acht deze ongewenst.

In dit kader past ook het eerdere pleidooi van Adfiz voor de invoering van een Personenregister. Hierin dienen alle personen te worden opgenomen die actief zijn in de financiële dienstverlening en inhoudelijk klantcontact hebben. Hierin worden dus opgenomen alle medewerkers met inhoudelijk klantcontact die werkzaam zijn bij vergunninghoudende financiële ondernemingen onafhankelijk van de vraag in welk distributiekanaal de betreffende financiële onderneming werkzaam is. Het register zal informatie gaan omvatten van diploma's, vaardigheden en competenties. Bovendien zal Adfiz zich sterk maken in het register ook te onderscheiden op onafhankelijkheid van de adviseurs.

Level playing field in geval van provisieverbod

Provisieverbod

Huidige situatie

Daar waar Adfiz zich thans sterk maakt voor een provisieverbod bij complexe en/of impactvolle financiële producten (zogenaamd Financieel Advies), wordt het contrast tussen een direct met de klant afgesproken beloning van de bemiddelaar/adviseur, enerzijds, en de kostenverklaring van de aanbieder, anderzijds, onevenredig groter.

In een zuiver marktmodel dient de premie van een verzekeraar of de rente van een bank die hun producten afzetten via een onafhankelijk intermediair die rechtstreeks door de klant beloond wordt, zichtbaar lager te zijn dan wanneer de aanbieder het product rechtstreeks afzet. Of, om met de Minister van Financiën te spreken: "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."

Probleem

Adfiz constateert dat het voorgenomen provisieverbod, zoals door de minister van Financiën in het najaar van 2010 is aangekondigd, ook van invloed is op het kostenmodel van verzekeraars. Adfiz wil voorkomen dat (advies)kosten dubbel berekend worden. Zo wil Adfiz voorkomen dat de intermediaire klant naast de productprijs dubbel betaalt voor aanbiederskosten die direct of indirect behoren tot of samenhangen met het bedrijfsproces van de aanbieder, maar door derden, in casu het intermediair, worden uitgevoerd.

Oplossing

Adfiz hecht er aan dat er volstrekte helderheid komt hoe de nettopremies/-rentes zijn samengesteld. Het kan - ceteris paribus – niet zo zijn dat de premie of rente, inclusief provisie (dus vóór invoering van het provisieverbod) even hoog zal zijn, als het tarief dat de aanbieder hanteert indien hetzelfde product via een intermediair, die zonder provisie werkt, wordt afgenomen. De door het intermediair met zijn klant af te spreken directe beloning voor zijn dienstverlening mag kortom niet verworden tot een toeslag op de huidige tariefstelling.

Teneinde voor de klant inzichtelijk te maken wat voor hem het voordeligst is, dient het hiervoor weergegeven pleidooi, waarbij directe aanbieders nominaal transparant dienen te zijn over de productmarge en impliciet over onder meer dat deel van de premie of de rente dat bestemd is voor distributie en advies, eens te meer te worden overgenomen.

Inducement op fee

Huidige situatie

De minister van Financiën overweegt flankerend beleid ten behoeve van het toezicht teneinde de toezichthouder in staat te stellen om in een provisieloos systeem op te kunnen treden tegen excessieve fees.

Adfiz is hierover zeer terughoudend. Het civiele recht beheerst de contractsverhoudingen tussen partijen. Wanneer een klant willens en wetens een beloningsafpraak met een dienstverlener maakt dient deze in de eerste plaats te worden gerespecteerd.

Het ligt daarbij voorts op de weg van consumentenorganisaties en brancheverenigingen om de consument adequaat te informeren wat een eerlijke prijs is voor de dienstverlening van het intermediair.

Maar wanneer toch een dergelijke optie in de wet wordt overwogen dan valt niet in te zien waarom deze ook niet zou gelden voor de directe aanbieders.

Probleem

Adfiz constateert dat wanneer sprake zou zijn van inducement op fee, de overheid zich wel een oordeel permitteert over redelijke kostenniveaus bij het intermediair, maar dat de grondslag voor een vergelijkbaar oordeel over redelijke kosten bij de (directe) aanbieder en haar verkoopkanaal ontbreekt.

Oplossing

Adfiz is dan ook van mening dat de AFM ook een wettelijk instrument zou moeten krijgen om tegen excessieve kosten van - onder meer distributie en advies van - directe aanbieders op te treden.

En ook daarbij past in dat geval dus ook een wettelijke verplichting tot het nominaal transparant maken van marges en kosten.

De discussie over de hoogte van de hypotheekrentes en het onderzoek van de NMa hiernaar geven voldoende voedingsgrond om de toezichthouder ook een dergelijke bevoegdheid van toetsen te geven jegens de directe verkoopkanalen.

Dit is andermaal een goede reden om de kwalitatieve kostenverklaring substantieel te wijzigen in een wettelijke verplichting tot het transparant maken van de productmarge.

Identiteit van de financiële dienstverlener

Huidige situatie

De huidige regelgeving verlangt van de financiële dienstverlener dat hij aan de klant bekend maakt vanuit welke identiteit hij werkt: werkt hij voor een bepaald product exclusief voor één aanbieder, dan moet hij de klant vooraf informeren dat hij 'gebonden' is. Werkt hij onder de vergunning van een aanbieder dan is hij 'verbonden' adviseur. Is hij volledig vrij in de keuze van zijn aanbieders, dan moet hij aangeven of hij zaken doet met alle aanbieders in de markt of met een aantal voorgeselecteerde aanbieders. Hij is dan 'ongebonden'.

In de praktijk is het voor de gemiddelde klant onduidelijk wat nu echt de verschillen zijn tussen de ongebonden intermediair, de bank en de direct writer, terwijl die er wel degelijk zijn.

De ongebonden intermediair is vrij in zijn advies en adviseert uit een kleiner of groter aantal vooraf geselecteerde aanbieders. Hij adviseert in elk geval op basis van een voor de markt representatief scala van producten van meer aanbieders.

Daarentegen doen ook bankintermediairs voorkomen dat zij 'ongebonden' adviseren. De praktijk is dat bankintermediairs uitsluitend huismerken verkopen. De hypotheekadviseurs van de banken 'adviseren' uitsluitend de eigen hypotheekproducten, een enkele uitzondering daargelaten. Niet in geschil is dat zij de klant een passend product moeten adviseren, maar de passendheid beperkt zich tot de eigen producten.

De direct writers zitten in dezelfde positie als de banken die hun eigen financiële producten verkopen. Ook zij hebben een beperkt aanbod van producten, namelijk uitsluitend producten die zij zelf aanbieden.

Voor de gemiddelde klant is het niet duidelijk wat voor dienstverlener hij tegenover zich heeft. De innige relatie tussen menig bank en verzekeringsmaatschappij, veelal behorend tot hetzelfde concern, is voor de gemiddelde consument geen vanzelfsprekendheid. En van hem mag niet verwacht worden dat hij dit vanzelf onderkent, wanneer de identiteit van de financiële dienstverlener en de onderlinge relaties tussen banken en verzekeringsmaatschappijen niet duidelijk benoemd worden.

Ongelijke/onguidelijke klantinformatie van financiële dienstverleners is ook op Europees niveau een thema. De Europese Commissie overweegt te komen met regelgeving die dit probleem moet wegnemen. Het moet vanzelfsprekend worden dat een 'onafhankelijk' bemiddelaar/adviseur aan de kant van de klant staat en hem een breed scala aan oplossingen van verschillende aanbieders kan bieden.

Probleem

Adfiz constateert dat de huidige classificatie gebonden–ongebonden–verbonden adviseurs voor de consument weinigzeggend is. Adfiz bepleit een indeling die relevant, duidelijk en onderscheidend is, en recht doet aan het onderscheid tussen enerzijds de onafhankelijk adviseur en anderzijds de verkoper-adviseur van bank of verzekeraar.

Oplossing

Adfiz wil dat de wetgever harde eisen stelt aan de identiteitsinformatie door de verschillende marktpartijen. Uit diverse onderzoeken blijkt dat veel klanten eraan hechten dat zij geadviseerd worden uit een breed spectrum van aanbieders, en dus een 'onafhankelijk' advies krijgen. Dat betekent dat hem in elk kanaal volstrekt duidelijk moet worden gemaakt wat hij mag verwachten aan dienstverlening zodat hij zich ervan kan vergewissen of hij een onafhankelijk advies ontvangt of een verkoopadvies.

Adfiz heeft onafhankelijkheid in haar statuten gedefinieerd als vrijheid van advies. Adfiz bepleit om de informatieartikelen in de wetgeving hierop aan te passen. Er moet volstrekte helderheid zijn over de wijze waarop een adviseur zijn advieswerkzaamheden kan invullen.

Fictieve vrijheid van advies moet verdwijnen. Wanneer een bepaalde bank (bemiddelaar) uitdraagt dat in beginsel producten van een bepaalde verzekeringsmaatschappij worden geadviseerd dan moet dat klip en klaar duidelijk zijn voor de klant. Maar ook, wanneer een intermediair (nagenoeg) uitsluitend zaken doet met één aanbieder moet dat helder zijn voor de klant.

De onafhankelijke, door de cliënt betaalde, adviseur staat aan de kant van de klant. De gehele financiële sector stelt inmiddels de klant centraal. Banken en direct writers staan echter niet per definitie aan de kant van de klant. Dat is een wezenlijk verschil. Adfiz werpt zelfs de vraag op of je bij medewerkers van banken en direct writers nog moet spreken over adviseurs, nu zij uitsluitend de klant hun eigen producten kunnen en trachten te verkopen. Het adviseurschap bij deze partijen heeft duidelijk een beperking in zich, nu zij zich bij oplossingen voor de klant beperken tot de producten die door de eigen financiële onderneming worden gevoerd. Beter is om bij die ondernemingen te spreken over een verkoper-adviseur.

Voor een gelijk speelveld wil Adfiz een wettelijk kader waaraan informatie over de identiteit moet voldoen. De toezichthouder zou binnen dit kader duidelijke normen moeten kunnen stellen met bij voorkeur een vast informatieformat, passend bij de verschillende identiteiten. Op de uitlatingen jegens de klant dient de toezichthouder nadrukkelijk toe te zien. Adfiz stelt voor dat een dienstverleningsdocument in elk kanaal wordt verplicht, met daarbij in eerste instantie duidelijke informatie over de identiteit.

Uiteindelijk moet het in de samenleving als vanzelfsprekend worden beschouwd dat de onafhankelijke adviseur staat aan de kant van de klant, adviseert uit een breed scala van producten en vooral het klantenbelang voor ogen heeft.