

Transparantie heeft niet alleen maar voordelen

De consument betaalt de rekening

Als je het goed regelt kan transparantie bijdragen aan bewustere en dus betere keuzes van consumenten. Ook als het gaat om financieel advies en verzekeringen. Maar wat is 'goed regelen'?

Slecht geregeld

Bewustere en betere keuzes kunnen gemaakt worden als de juiste informatie op het juiste moment wordt gegeven. Dat betekent dat er:

- 1) bij de keuze voor een adviseur gesproken wordt over de inhoud en kosten van zijn adviesdiensten, en
- 2) bij de keuze voor een verzekering gesproken wordt over de inhoud en prijs van de verzekering.

Dat lijkt een eenvoudige regel, en toch staat het wetsvoorstel van de minister hier haaks op. Hij regelt dat je pas tijdens de koop van de verzekering gaat praten over de prijs van de adviseur. Zo krijg je geen bewustere en betere keuzes.

De prijs van minder solidariteit

Wat je wel krijgt is minder solidariteit, doordat je stimuleert om nadat het advies al is ontvangen nog eens over de prijs te gaan onderhandelen. Dit wetvoorstel baat niet, maar het schaadt wel. Het is géén no-regret maatregel. Er ontstaat een reëel risico dat consumenten in meerdere opzichten de prijs betaalt. Wat kan de consument verliezen?

Slachtoffer 1: No cure no pay

Als je als consument nu geen verzekeringsproducten koopt ben je ook geen advieskosten kwijt. Dat maakt advies voor iedereen toegankelijk. Maar dit verdwijnt als je na het advies zo'n groot uitstapmoment stimuleert.

Slachtoffer 2: Makkelijk switchen.

Als consument kun je niet alleen zonder overstapkosten switchen van product, maar ook van adviseur. Dit wordt lastiger als de terugverdiendtijd van het advies onder druk komt te staan door extra evaluatie- en uitstapmomenten te stimuleren.

Slachtoffer 3: Advies voor lage inkomens

Advies aan consumenten met slechts een paar verzekeringen (geen eigen huis, geen dure auto) kan alleen maar doordat andere consumenten meer provisie betalen. Dit verdwijnt als er prijsdruk ontstaat aan de bovenkant van de markt. Of het wordt honderden euro's duurder.

Slachtoffer 4: Hulp bij losse verzekeringen

Advies en hulp bij goedkope aansprakelijkheidsverzekeringen kan alleen maar doordat klanten ook duurdere autoverzekeringen hebben. Dit verdwijnt als de duurdere verzekeringen direct gesloten worden om provisie te ontlopen.

Slachtoffer 5: Hulp bij schade

Op het moment dat een huis uitbrandt of bij een auto-ongeluk met letselschade, levert de adviseur de meest waardevolle, en ook de meest kostbare dienst uit zijn dienstenpakket. Dat kan alleen dankzij een goed werkend systeem waarin het betalen voor doorlopende diensten geen voortdurende discussie oplevert.

Slachtoffer 6: Onderhoudsdienstverlening

Nadat de verzekeringen eenmaal gesloten zijn blijven adviseurs consumenten gevraagd én ongevraagd helpen om actief in te spelen op veranderingen in hun situatie. Ook die dienst bestaat bij de gratie dat de bekostiging hiervan niet voortdurend ter discussie wordt gesteld.

Slachtoffer 7: Activatie van consumenten

Adviseurs brengen consumenten in beweging om hun financiële fitheid te bevorderen. Deze functie wordt belemmerd als de bekostiging hiervan na de dienstverlening opnieuw verantwoord moet worden en bovendien ongelijk behandeld wordt ten opzichte van de directe aanbieders.

Slachtoffer 8: Heldere keuze voor product

Voor consumenten is de keuze voor een passend financieel product vaak lastig. Die keuze is gebaat bij duidelijke voorwaarden en een eenvoudig te begrijpen totaalprijs. Informatie over (delen van) de prijsopbouw leiden af van een bewuste, gerichte productkeuze.

Slachtoffer 9: Eerlijke vergelijking tussen product met en zonder advies

Consumenten vergelijken het makkelijkste op eindprijzen. Voor zijn keuze met of zonder advies is behalve de inhoud van de dienstverlening vooral ook de eindprijs van belang. Het verschil tussen die eindprijzen is namelijk de relevante meerprijs die een consument betaalt voor advies door een zelfstandig adviseur in plaats van distributie door de aanbieder zelf. Dat beeld vertroebelt door de nadruk op provisie, en het wordt nog onduidelijker doordat de kosten van de distributie door de aanbieder niet apart benoemd hoeven te worden.