

Gaat het Verbond van Verzekeraars zijn wonden likken nu het echec van 'de stip op de muur' dat Customer Agreed Remuneration heet, onafwendbaar lijkt? Het zou kunnen. Onomwonden spreekt Adfiz alvast over de epiloog van het boek dat CAR zou moeten heten en verklaart daarmee openlijk en eenzijdig CAR als een gepasseerd station. Is daarmee het Verbond van Verzekeraars de verliezer en komt Adfiz als winnaar uit de bus? Dat gaat te ver. Is er eigenlijk wel een winnaar? Of zijn er alleen verliezers?

CAR is dood!

Leve CAR



Wat in 2010 dé doorbraak had moeten worden in de driehoeksverhouding klant, aanbieder en bemiddelaar, heeft partijen alleen maar verder uit elkaar gedreven. Standpunten verhardden zich naarmate de tijd verstreek. De neutrale toeschouwer staat met verbijstering te kijken hoe een bedrijfstak er niet in slaagt zijn interne verdeeldheid verborgen te houden in een tijdsgericht waarin wantrouwen tegen de sector als gevolg van (o.a.) een woekerpolisaffaire en op zijn minst de geur van ongebreidelde zelfverrijking door torenhoge bonussen en dito provisies, hand in hand gaat met een economische crisis die schreeuwt om eensgezindheid en 'alle hens aan dek'. Natuurlijk, een nieuw beloningsmodel is van het grootste belang en een stevige discussie waard. Maar zo?

Achteraf beschouwd kunnen we vaststellen dat het Verbond van Verzekeraars in zijn streven om CAR als hét beloningsmodel voor de 21e eeuw doorgevoerd te krijgen, een paar tactische fouten heeft gemaakt. Maar het Verbond is ook gewoon slachtoffer van domme pech. Was het kabinet niet gevallen, dan waren de kansen voor CAR als wettelijk beloningsmodel vele malen groter geweest dan nu. Niettemin, juist door deze ontwikkeling groeit er misschien iets beters en mooiers.

Tactische fouten

Om met die fouten te beginnen. Ten eerste heeft het Verbond Customer Agreed Remuneration zoals die in het Verenigd Konink-

rijk van toepassing is op – uitsluitend – vermogensvormende producten, in Nederland van toepassing willen verklaren voor alle verzekeringsproducten. Dat bleek niet één, maar meerdere bruggen te ver. Het Verbond was in de communicatie over CAR niet altijd even duidelijk over de beperkte reikwijdte van dit beloningsmodel in het Verenigd Koninkrijk.

Ten tweede: vorig jaar zijn er in een ledenvergadering van het Verbond van Verzekeraars afspraken gemaakt over CAR als hét beloningsmodel voor de Nederlandse intermediaire markt. Maar... toen het Verbond vervolgens die standpunten vervatte in een position paper en dat een paar maanden later publiceerde en positioneerde als hét standpunt van verzekeraars, bleken leden zich niet allemaal in even grote mate in dat position paper te herkennen. Dat kan twee dingen betekenen. Of de leden hebben ingestemd met een beloningsmodel dat – op onderdelen – toch wat anders is dan in het position paper is verwoord. Of: individuele verzekeraars, en met name de kleinere, intermediaire verzekeraars, zijn zich rot geschrokken van de heftige reacties die het position paper heeft opgeroepen. Procedureel is er in ieder geval iets misgegaan.

CAR is dood

Wat we ook van die tactische fouten vinden, voor het uiteindelijke resultaat zijn die niet van belang. Immers, nú weten we dat CAR in het Verenigd Koninkrijk helemaal niet dé oplossing is. In de praktijk bleken klanten – in tegenstelling tot de doelstelling van CAR – niet tot onderhandelingen over de beloning bereid te zijn. CAR schoot daarmee goeddeels haar doel voorbij. De Financial Services Authority (FSA) heeft met haar ‘policy statement’ in maart van dit jaar CAR afgezworen en een keuze gemaakt voor ‘adviser charging’. Daarmee lijkt ook in Nederland de bodem onder het draagvlak van CAR voor een belangrijk deel te zijn weggeslagen.

Formeel heeft het Verbond van Verzekeraars niet gereageerd op die berichten uit het Verenigd Koninkrijk over CAR en ook niet op de inmiddels wat al te triomfantelijke houding van Adfiz, nu ze naar het schijnt met succes de kruistocht tegen CAR kunnen beslechten. Maar ook zonder die formele reactie is er voldoende twijfel over de houdbaarheid van CAR. Behalve de situatie aan de overkant van de Noordzee, dragen ook de val van het kabinet, de interne verdeeldheid onder de Verbondsleden en het heftige verzet van Adfiz niet bij aan een draagvlak voor een wettelijke verankering van CAR, zoals het Verbond voorstaat.

Manipulatie

Adfiz ondertussen manifesteert zich vooral als een soort ‘tegenpartij’. Adfiz is gewoon tegen CAR en laat, na aanvankelijk een aarzelend op gang gekomen protest, geen gelegenheid voorbijgaan dat uit te dragen. De middelen die Adfiz

aangrijpt om argumenten aan haar protest te geven, hebben wij vorige maand als ‘een beetje manipulatief’ omschreven. Zo bijvoorbeeld haar poging om met een enquête individuele verzekeraars te benaderen en over te halen een individueel standpunt over CAR in te nemen en daarmee het Verbondsstandpunt te ondermijnen.

‘Het Verbond heeft CAR geleidelijk tot een dogma verheven’

Zo’n actie dient natuurlijk maar één doel en dat is een wig drijven tussen de leden enerzijds en het Verbond van Verzekeraars anderzijds. Fraai is dat niet. Evenmin verdient de reactie van het Verbond applaus die – laten we het daar maar op houden – de interesse van de NMa heeft opgewekt. In een ‘hete’ oorlog zijn er kennelijk veel middelen geoorloofd. En heet is de strijd! En groot zijn de belangen! De huidige situatie is daarbij interessant vanuit beider standpunten. Terwijl in de publieke opinie de strijd onverminderd doorgaat en elke reactie van de ene partij een heftige reactie van de andere uitlokt, wordt achter de schermen doorlopend vergaderd, gesproken en gewerkt aan alternatieven.

Belangen

Om welke belangen gaat het nu eigenlijk? Het is niet onbelangrijk om die goed op het netvlies te hebben, voordat een juiste oordeelsvorming over het CAR-issue te geven is. Op de achtergrond spelen twee aspecten mee die niet los gezien kunnen worden van de discussie over een nieuw beloningsmodel.

Allereerst gaat het om het herstellen van vertrouwen in de financiële sector. Daar is het Verbond veel, zo niet alles, aan gelegen. Daarom ook heeft het Verbond een project (‘Verzekeraars vernieuwen’) opgetuigd. Het in de vorige eeuw zo zorgvuldig opgebouwde, betrouwbare imago van verzekeraars heeft veel inspanning gekost. Denk bijvoorbeeld aan de lange en moeizame weg die voor het leven- en schadeverzekeringsbedrijf resulteerde in de Wet toezicht verzekeringsbedrijf. Denk ook aan de intensieve begeleiding vanuit het Verbond bij het faillissement van Vie d’Or en – eerder al – dat van levensverzekeraar De Wereld. En niet te vergeten de wetshistorie van de WAb/Wabb en alle Verbondsinspanningen rondom de vorming van bankverzekeraars en de – zeker achteraf – nodeloos gebleken boycot van de NVA tegen Nationale-Nederlanden.

Het was steeds weer aan het behoedzaam en politiek manoeuvreren van het Verbond te danken dat dit alles tot stand kon komen en dat dreigen-

ALTERNATIEF VOOR CAR IS NIET EENVOUDIG

CAR, zoals voorgesteld door het Verbond van Verzekeraars, krijgt geen branchebrede steun. Niet alleen ontbreekt het draagvlak bij Adfiz, maar ook bij de banken (geen onbelangrijke partij in dezen) die een vroegtijdige 'lock-in' vrezen. Evenmin kan CAR rekenen op de volledige instemming van stakeholders als de Autoriteit Financiële Markten, de Consumentenbond en het Nibud.

Bonusprovisie voor de zogenoemde complexe producten blijft 'taboe'. Veel stakeholders staan terecht op het standpunt dat provisie en zeker bonusprovisie onder geen enkele voorwaarde aan de waardeopbouw onttrokken mag worden.

Op een aantal punten is echter ook wel consensus te vinden.

- Voor vermogensvormende producten zal 'adviser charging' op steun van veel partijen kunnen rekenen. In dit model vertelt de adviseur vooraf aan de (potentiële) klant wat een advies gaat kosten en, bij instemming, gaat hij aan het werk.
- Een verbod op bonusprovisie op niet-complexe producten zal om maatschappelijke redenen uiteindelijk branchebreed bespreekbaar blijken te zijn (maar je weet maar nooit ...).
- Op de markt voor particuliere (schade)producten zal op enigerlei wijze het provisiemodel gehandhaafd blijven. Het argument dat advies toegankelijk moet blijven

voor iedereen ligt hieraan ten grondslag.

Het heikele punt blijft de betaling van werkzaamheden die de adviseur verricht voor de verzekeraar. Enerzijds zijn verzekeraars helder in hun voorkeur om geen 'bemoeienis' meer met de honorering te hebben tussen bemiddelaar en klant. Anderzijds kunnen verzekeraars maar moeilijk ontkennen dat adviseurs wel degelijk ook werkzaamheden verrichten voor de verzekeraar waartegenover een adequate compensatie dient te staan. Overigens is dit laatste punt – naar onze inschatting – het meest lastige punt om overeenstemming over te bereiken.

de escalaties in de kiem gesmoord werden. Daarmee kon een sfeer van betrouwbare soliditeit rond het verzekeringsbedrijf in Nederland ontstaan met als resultaat dat in het laatste kwart van de vorige eeuw sprake was van een bedrijfstak die terecht het vertrouwen van de samenleving genoot en incidentjes zelf wel op wist te lossen.

Deuk

Dat vertrouwen nu heeft een stevige deuk opgelopen. Dat begon met de woekerpolisaffaire en dat zette zich voort met het imago van een graaien-grijp-cultuur die de bedrijfstak in de publieke opinie opgestempeld heeft gekregen met als angstwekkende katalysator een economische crisis die maakt dat onvolkomenheden pijnlijk aan het licht komen. Het gevolg hiervan is dat het Verbond momenteel weinig tot geen voet aan de grond krijgt in politiek Den Haag.

'Wie is nu eigenlijk waar op tegen, en – omgekeerd – wie is waar voor?'

Om dat tij te keren, is een beloningsmodel nodig dat transparant en rechtvaardig is en aan de te onderscheiden inspanningen van verzekeraars enerzijds en adviseurs anderzijds, toewijsbaar is. Het huidige provisiestelsel is dat niet. Daarom moest CAR er komen. Dat werd een heilig moeten waarbij het middel – CAR – een doel op zich werd.

Duivels dilemma

Waar Adfiz eigenlijk voorstander van is, laat zich daarentegen minder makkelijk duiden. Hoewel? Adfiz kampt met een duivels dilemma. Zij staat allereerst voor de uitdaging om aan haar achterban duidelijk te maken dat wat ooit het enige, wettelijke beloningsmodel was, nu als een uitwas van de 'oude wereld' en als een achterhaald principe wordt weggezet. De tweede majeure uitdaging voor Adfiz is om de leden zoveel mogelijk ongeschonden door het zware weer te loodsen. Want zwaar weer is het door een combinatie van ongelukkig samenvallende factoren. Wet- en regelgeving die het werken als intermediair niet makkelijker en ook niet leuker maakt. Een publieke opinie die gehakt maakt van het imago van de sector in het algemeen en die van de tussenpersoon in het bijzonder, terwijl veel tussenpersonen zelf van mening zijn dat dat imago vooral op anderen maar niet op henzelf van toepassing is. En 'last but not least': de faillissementen in de sector zijn legio en de voorspellingen zijn somber (zie ook 'Visie op zakelijke dienstverlening' op www.abnamro.nl).

Gegeven die omstandigheden wekt het geen verwondering dat elke roep om verandering van verdienmodel als een regelrechte aanval op de bedrijfstak gezien wordt. Temeer omdat het van de zijde van de media, de politiek en de publieke opinie met een zekere mate van agressiviteit gepaard gaat die makkelijk als bedreigend uitgelegd kan worden.

Besmet begrip

En toch verklaart voorgaande slechts ten dele waarom CAR zoveel heftige reacties oproept. Zowel voor als tegen. Want: wie is nu eigenlijk

waar op tegen, en – omgekeerd – wie is waar voor? Wie goed luistert, leest en analyseert moet in ieder geval erkennen dat het Verbond geen tegenstander van provisie is, mits met de klant overeengekomen en mits transparant gemaakt. En omgekeerd is Adfiz niet mordicus tegen een beloning op basis van een andere grondslag dan provisie. Bovendien, beide organisaties belijden en bepleiten ten eerste het belang om de klant centraal te stellen. Wat beide organisaties ook samen zal binden, is het besef dat de toekomst van de intermediaire distributie op het spel staat en dat die toekomst niet versimpeld kan worden tot voor- of tegenstander zijn van CAR. Niettemin, CAR is – terecht of onterecht dat doet ook hier alweer niet ter zake – een besmet begrip geworden. Maar dan hebben we het alleen over CAR zoals die in de beeldvorming is ontstaan en mede door de reacties van Adfiz tot een karikatuur is verworpen van de CAR zoals die in het position paper van het Verbond van Verzekeraars is vastgelegd.

CAR naar de eeuwige jachtvelden?

Daar waar het Verbond geleidelijk aan CAR tot dogma heeft verheven, wekt het geen verwondering dat Adfiz achterliggende belangen vermoedt. Bijvoorbeeld een complete herinrichting van de distributie. Omgekeerd ziet het Verbond in de verbetering waarmee Adfiz de strijd tegen CAR aanbindt, weinig anders dan een blinde houding voor alle signalen uit de samenleving die schreeuwen om een nieuwe beloningsaanpak uit puur economisch lijfsbehoud van haar leden.

Je hoeft echter geen economie gestudeerd te hebben om te weten dat deze vormen van protectionisme uiteindelijk in een vrije economie en een vrije democratie geen stand houden. De oplossing ligt waarschijnlijk in een wederzijdse afspraak om het besmette begrip CAR naar de eeuwige jachtvelden te sturen, maar de uitgangspunten van CAR goeddeels overeind te houden. Oftewel: CAR is dood! Leve CAR.

Adfiz heeft tot slot van deze inventarisatie van standpunten en knelpunten het nadeel in de underdogpositie te zijn gemanoeuvreed. Steeds was het het Verbond dat op dit dossier met zijn bestuurlijke apparaat en machtige lobby de eerste stappen zette en daarmee de toon van de muziek bepaalde. En het is vooral die toon die kwaad bloed zette. Het is nu einde zomer en we zijn zo'n driekwart jaar verder nadat de eerste kruitdampen rondom CAR opstegen. Adfiz heeft zich herpakt en stelt nu dat 90% van haar achterban anti-CAR is. Adfiz constateert verder dat in de inmiddels roemruchte hoorzitting van de Vaste Kamercommissie voor Financiën over (o.a.) CAR geen enkele steun voor het position paper van het Verbond is verkregen en dat veel, heel veel stakeholders uiterst kritisch over CAR zijn.

Alternatief

Adfiz, tot nu toe alleen maar duidelijk in waar het op tegen is, zegt nu aan een alternatief voor CAR te werken dat op brede maatschappelijke steun mag rekenen en dat begin september rijp is om aan de leden voorgelegd te worden. Formeel is daarover geen overleg met het Verbond. Het risico is dus levensgroot dat op zijn beurt het Verbond zich gedwongen voelt de hakken in het zand te zetten. Ook formeel wil Bob Veldhuis, voorman van Adfiz, geen inhoudelijke mededelingen doen over de inhoud van dat alternatief. Niettemin durven wij wel een oplossingsrichting aan te dragen, waarvan het realiteitsgehalte zeker niet op voorhand in twijfel moet worden getrokken. De vermoedelijke uitgangspunten zijn puntsgewijs (zie ook het kader):

- CAR zoals voorgesteld door het Verbond van Verzekeraars krijgt geen kans.

'Adfiz zegt nu aan een alternatief voor CAR te werken'

- Bonusprovisie voor de zogenaamde complexe producten blijft 'taboe'.
- Voor vermogensvormende producten zal 'adviseur charging' op steun van veel partijen kunnen rekenen.
- Een verbod op bonusprovisie op niet-complexe producten is bespreekbaar.
- Voor particuliere (schade)producten blijft een provisiemodel van kracht.
- Verzekeraars en intermediair zullen hoe dan ook samen een oplossing moeten vinden voor compensatie van door de intermediair verrichte werkzaamheden ten behoeve van verzekeraars.

Bespiegeling

Tot slot nog een kleine bespiegeling. Provisie (niet zijnde bonusprovisie) op particuliere schadeproducten is een adequate beloningsvorm die niet in het nadeel van de polishouder uitvalt. Allereerst omdat provisie op niet-vermogensvormende producten niet van invloed is op de prestatie van de verzekeraar (zoals dat wél het geval is als provisie ten koste van het rendement op de premie-inleg van een verzekeringnemer gebracht wordt). En ten tweede omdat het risico van een partijdig of gekleurd advies nihil is. En passant kan dan ook de inducementnorm worden afgeschaft zodat het toezicht door de AFM eindelijk meer 'principle' dan 'rule based' uitgevoerd kan worden: makkelijk en helder. ■

Door: Michiel Huisman