

HOEWEL HET VERMINDEREN VAN ONGELIJKHEID ÉÉN VAN DE DUURZAAMHEIDSDOELEN VAN DE VERENIGDE NATIES IS, ZIEN WE DAT HET GAT TUSSEN ARM EN RIJK STEEDS GROTER WORDT. OOK IN NEDERLAND IS DIT HELAAS HET GEVAL. IK VREES DAT DIT - ONDER MEER DOOR HET OVERHEIDSBELEID - DE KOMENDE JAREN ALLEEN MAAR GROTER GAAT WORDEN. ALS ADVISEUR/BEMIDDELAAR KUNT U HIER IETS AAN DOEN. IK NEEM U IN DIT ARTIKEL GRAAG MEE IN DE PROBLEMEN DIE IK SIGNALEER EN HOE U HIER UW VERANTWOORDELIJKHEID KUNT NEMEN.



# Gelijke kansen

TEKST RICHARD MEINDERS, SVC GROEP

In 2013 is het provisieverbod op impactvolle en complexe producten en uitvaartverzekeringen van kracht geworden. De consument moet u nu rechtstreeks betalen voor uw dienstverlening in plaats van via de premie of de rente van het financiële product. In 2017 is er in opdracht van het ministerie van Financiën een evaluatieonderzoek uitgevoerd naar de werking van het provisieverbod. Tot een heldere conclusie leidt deze evaluatie niet, maar de minister concludeert wel dat er geen reden is om het provisieverbod ter discussie te stellen. Wel worden er enkele maatregelen voorgesteld om de consument beter geïnformeerd keuzes te laten maken. Lezen we vervolgens de resultaten uit de markteffecten, dan is de conclusie dat de vraag naar het afnemen van financiële producten zonder aanvullende financiële dienstverlening (zogenaamde execution only) toeneemt. Dit is volgens het rapport deels toe te schrijven aan een toenemend aanbod, en deels toe te schrijven aan een door adviseurs ervaren beperkte bereidheid bij klanten om

voor advies te betalen. Met name in de branches arbeidsongeschiktheid, leven en uitvaart komt het grootste deel van de nieuwe producten via execution only tot stand.

Uit het rapport van Decisio, het bureau dat het onderzoek naar de markteffecten voor het ministerie heeft uitgevoerd, vallen de antwoorden op van adviseurs op de vraag of ze een toenemende vraag naar execution only ervaren: 52 procent ervaart een toenemende vraag over de gehele linie; 24 procent ervaart een toenemende vraag bij huishoudens met lage inkomens; zes procent ervaart een toenemende vraag bij huishoudens met hoge inkomens.

Met name het aanmerkelijke verschil in vraag naar execution only tussen huishoudens met lage inkomens en huishoudens met hoge inkomens lijkt de stelling in de evaluatie dat consumenten niet bereid zijn om te betalen te logenstraffen. In mijn opinie is het meer een kwestie van niet kunnen betalen! Zorgwekkend vind ik dan ook met name dat de groep die over het algemeen weinig kennis heeft van finan-

ciële risico's en financiële producten zelf een keuze moet maken.

Sinds de invoering van het provisieverbod is niet alleen de vraag naar adviesdiensten bij het intermediair voor arbeidsongeschiktheids-, levens- en uitvaartverzekeringen verminderd, maar is ook de productie van deze verzekeringen gedaald. Ik heb al vaker gesignaleerd dat dit de komende jaren tot grote financiële problemen kan gaan leiden en ik vrees dat dit vooral aan de onderkant van de samenleving plaatsvindt. Het doel van het provisieverbod was om een cultuurverandering te weeg te brengen, Het provisieverbod was in mijn ogen symptoombestrijding en levert hierdoor geen substantiële bijdrage aan het probleem.

### ACTIEVE PROVISIETRANSPARANTIE

Na de 'overwinning' van de AFM en de Consumentenbond op het gebied van het provisieverbod moest er ook nog actieve provisietransparantie op schadeverzekeringen komen. Deze treedt op 1 juli 2024 in werking. De reden voor deze transparantie? Klanten moet de

dienstverlening kunnen afwegen tegen de prijs die ze hiervoor betalen. Om dit op de juiste wijze te kunnen afwegen is het van belang dat klanten een goed inzicht krijgen in het werk van de adviseur/bemiddelaar. Helaas zal ook deze wetswijziging weer gevolgen hebben voor de zwakkeren in onze samenleving. Het provisie-systeem zorgt voor een redelijk sociaal model van lastenverdeling. Zeg maar de rijken betalen voor de armen. Een particuliere klant met een hoog inkomen, duur huis, dure auto, etcetera, betaalt in verhouding te veel provisie voor de dienstverlening die de adviseur/bemiddelaar hem levert. De bijstandsmoeder met twee kinderen zal in de praktijk te weinig betalen voor de dienstverlening, maar gemiddeld genomen heeft de adviseur/bemiddelaar een prima bedrijfsmodel. Doordat klanten straks de dienstverlening gaan afwegen tegen de prijs die ze hiervoor gaan betalen, zal de klant die relatief veel provisie betaalt, vragen om een korting. Dit betekent dat de adviseur/bemiddelaar de klanten die te weinig betalen, zeg maar die bijstandsmoeder, moet gaan bijbetalen voor de dienstverlening wil de hij of zij een rendabel bedrijfsmodel blijven hanteren. Je voelt hem al aankomen, zij gaan ook op dit gebied andere, waarschijnlijk minder verantwoorde, keuzes maken. Een overwinning voor de AFM en de Consumentenbond, een verlies voor kansgelijkheid.

#### ROL ADVISEUR

Als adviseur overkomt u deze wetgeving en moet u er het beste van maken. Toch ben ik van mening dat u ook uw rol kunt pakken om de kansongelijkheid te verminderen. De wet biedt u de mogelijkheid om uw fee-beloning te spreiden over 24 maanden. U mag dan geen rente en kosten in rekening brengen. Door uw fee-beloning te spreiden maakt u uw advies op complexe en impactvolle producten betaalbaarder voor uw klant, zeker de klant die het adviesbedrag niet ineens kan betalen.



## ‘Adviseur kan verschil maken bij verminderen kansongelijkheid’

Een andere mogelijkheid is om in ieder advies een vrijwillige solidariteitsbijdrage te vragen. U kunt op deze manier een potje aanmaken voor advies aan klanten die dit niet kunnen betalen.

Ook kun je denken aan een gratis inlooppreekuur waarin klanten vragen kunnen stellen over hun financiële risico's en/of producten.

De laatste optie is wat mij betreft gewoon klanten die een lagere provisie vragen uitleggen waarom je dit niet kunt doen, namelijk de subsidie van klanten die minder (kunnen) provisie betalen. Is dit voor de klant geen valide

reden, dan is de vraag of deze klant bij je past.

#### CONCLUSIE

We staan voor een spannende tijd voor de adviseur/bemiddelaar om zijn bedrijfsmodel rendabel te houden en hierin de juiste keuzes te maken. Voor wat betreft deze juiste keuzes gaat het niet alleen om zijn eigen bedrijfsvoering, maar ook op de impact die dit heeft voor zijn klanten en het verschil dat hij kan maken op het gebied van kansgelijkheid. Ik hoop dat u met mijn adviezen de juiste keuzes maakt. ■