

# Beloningstransparantie en het effect op kwaliteit van intermediaire dienstverlening

Drs. Fred de Jong

De markt voor financieel advies ligt onder een vergrootglas, van de politiek, consumentenorganisaties en toezichthouder Autoriteit Financiële Markten. Een belangrijk punt van zorg is of de bestaande prikkels in de beloningsstructuur leiden tot 'misselling' aan consumenten. Om dit risico tegen te gaan, is sinds dit jaar beloningstransparantie wettelijk verplicht voor de intermediairs die adviseren over complexe producten en hypotheek. In dit artikel analyseer ik de gevolgen van meer transparantie voor de kwaliteit van financiële dienstverlening.

## ] Inleiding

De markt voor financieel advies beperk ik voor dit artikel tot de complexe producten en hypothecaire kredieten, zoals is gedefinieerd in het gewijzigde Bgfo van 9 december 2008.<sup>1</sup> Deze markt kent verschillende distributiekanaalen: banken, intermediairs en direct writers, waarbij het intermediair het belangrijkste kanaal is, gemeten naar premieomzet (CVS, 2007). Consumenten betalen voor de aanschaf van verzekeringen en hypotheek op verschillende manieren. Verzekeringen worden betaald via de premie, hypotheek via de rente. Daarnaast betaalt de consument, indien men gebruikmaakt van een intermediair, voor de diensten van een intermediair. Deze diensten zijn onder meer advies, bemiddeling en beheer. Verreweg in de meeste gevallen betaalt de consument de beloning van het intermediair in de vorm van provisie. Binnen de intermediaire bedrijfstak wordt geschat dat een zeer beperkt deel (minder dan 10%) van de omzet via een fee rechtstreeks door de klant aan het intermediair wordt betaald. De discussie betreft dan ook een markt waarin het provisiestelsel leidend is.

Over het algemeen is de provisie voor het intermediair procentueel gerelateerd aan de premie voor de verzekering of de hoogte van het hypotheekbedrag. Hoe hoger de premie of de hypotheek, des te hoger de beloning voor het intermediair. Stijgt de premie, dan nemen de inkomsten van het intermediair toe, daalt de premie

dan dalen de inkomsten. Hetzelfde principe gaat op voor hypotheek. Bijvoorbeeld voor een spaarhypotheek is de provisie rond de 2%,<sup>2</sup> dat is dus €4.000 op een hypotheek van €200.000. Bij een autoverzekering bijvoorbeeld is de provisie circa 22,5%<sup>3</sup> van de jaarpremie die de consument betaalt. Dat betekent bij een jaarpremie van €450 dat de jaarlijkse provisie voor het intermediair € 101,25 bedraagt. Duidelijk is dat het intermediair minder zal verdienen als markten concurrerender worden en premies dalen. Dit gebeurt nu in de markt voor autoverzekeringen. De premies zijn met tientallen procenten gedaald in de laatste jaren.

Met de invoering van de regels voor beloningstransparantie beoogt de wetgever het tegengaan van beloningsgedreven advisering door het intermediair. In de nota van toelichting bij het Bgfo van 9 december 2008, staat hierover *'Provisies vormen een wijze van beloning of vergoeding voor de werkzaamheden die tussenpersonen verrichten in het kader van het bemiddelen of adviseren ter zake van een financieel product. In het systeem van provisie schuilt een risico van beloningsgedreven «kleuring» van het advies dat door tussenpersonen wordt gegeven. De regels inzake beloningstransparantie en provisieharmonisatie zijn gericht op het ondervangen van dit risico.'*

Het intermediair moet vanaf dit jaar de beloning bekend maken die men ontvangt voor de bemiddeling bij complexe financiële producten en hypotheek aan con- »

Drs. Fred de Jong is werkzaam als beleidscoördinator bij de NVA, is bestuurssecretaris van Federatie FIDIN, is verbonden aan onderzoekscentrum ACIS van de Universiteit van Amsterdam en werkt aan een proefschrift over het intermediaire kanaal. Dit artikel is op persoonlijke titel geschreven.

<sup>1</sup> Besluit van 9 december 2008, houdende wijziging van het Besluit gedragstoezicht financiële ondernemingen Wft met het oog op harmonisatie van voor aanbieders en bemiddelaars geldende regels inzake provisie en het Besluit boetes Wft, Stb. 2008, 546 (Bgfo).

<sup>2</sup> Bron: website Vereniging Eigen Huis, april 2009.

<sup>3</sup> Bron: website NHP, april 2009.

sumenten. Dit is geregeld in art. 58<sup>4</sup> van het Bgfo. Deze beloning moet precontractueel, schriftelijk en nominaal transparant worden gemaakt. Daarnaast geldt ook bij de transparantieregels dat de informatie feitelijk juist, niet misleidend en begrijpelijk moet zijn. De beloning die transparant moet worden gemaakt kan bestaan uit zowel geldelijke als niet geldelijke bestanddelen.

Sinds er binnen politiek Den Haag gesproken wordt over de invoering van transparantie in de intermediaire bedrijfstak, is een veel gehoorde reactie bij intermediairs die van verzet. Vanuit de veronderstelling dat 'anything you say may be used against you (in a court of law)', was het intermediair kritisch om de beloning transparant te maken. Inmiddels is het besef bij de meeste intermediairs geland, dat beloningstransparantie niet tegen te houden is. Transparantie is een maatschappelijk diep gewortelde wens geworden.

### ] Raadsel

Het vasthouden aan het provisie-systeem binnen de intermediaire bedrijfstak is bedrijfseconomisch een raadsel. Het intermediair wordt via de provisie betaald door banken en verzekeraars. Diezelfde banken en verzekeraars beconcurreren daarnaast het intermediair door rechtstreeks zaken te doen met consumenten. Blijkbaar vindt het intermediair het prima dat de directe concurrent ook de broodheer is. Daarnaast kiest de intermediaire bedrijfstak zelf voor het in stand houden van kruissubsidie. Het provisie-systeem brengt met zich mee dat consumenten die meer premie betalen of een hogere hypotheek geven, naar verhouding meer provisie betalen ter compensatie van enerzijds de consument die weinig premie betaalt of een lage hypotheek afsluit, anderzijds betalen afnemers van een financieel product via het intermediair voor de consumenten die wel advies vragen maar geen product afsluiten.

Sinds 2002 is het in Nederland wettelijk toegestaan voor het intermediair om op een andere manier dan via provisie betaald te worden voor de dienstverlening.<sup>5</sup> Gezien die relatief korte tijd dat bijvoorbeeld feebeloning is toegestaan, is het niet reëel om te verwachten dat de meeste intermediairs van het provisie-systeem zouden zijn afgestapt. Maar dat het percentage feebeloning nog zo laag is, is wel verwonderlijk. Daarnaast is het vreemd, vanuit bedrijfseconomisch perspectief, dat een ondernemer er vrijwillig voor kiest om in zijn beloningssysteem kruissubsidie toe te passen. Logischer zou het zijn als een dergelijke solidariteit door de overheid zou zijn afgedwongen. Als verklaring hiervoor noem ik dat het provi-

siesysteem ondanks of dankzij de kruissubsidie profijtelijk is.

De beloning voor het intermediair is dus niet direct gerelateerd aan zijn inspanningen, en wellicht ook niet aan de kwaliteit van zijn dienstverlening. Natuurlijk is de bepaling van de provisie niet geheel willekeurig en is de beloning wel deels afhankelijk van het werk dat een intermediair dient te verrichten. Maar daarmee is er nog geen duidelijke relatie met de kwaliteit van dienstverlening.

De intermediaire bedrijfstak streeft zelf naar meer inspanningsgerichte en kwaliteitsgeoriënteerde beloningssystemen (NVA, 2008). Inspanningsgericht betekent dat de beloning voor het werk van het intermediair meer in relatie moet staan tot de inspanning die hij levert. Bij kwaliteitsgeoriënteerde beloning gaat het over een beloningssysteem waarbij de beloning meer in relatie komt te staan met de kwaliteit van de geleverde dienst. Daarbij kan die kwaliteit op twee manieren worden uitgelegd, vanuit het perspectief van de aanbieders (banken en verzekeraars) of vanuit het perspectief van de afnemers (consumenten en bedrijfsmatige relaties). In het vervolg van dit artikel concentreer ik mij op de kwaliteit van intermediaire dienstverlening voor de consument.

### ] Kwaliteit

Om de kwaliteit van de intermediaire dienstverlening aan de consument te verbeteren zijn andere prikkels noodzakelijk. De intermediaire bedrijfstak heeft tot op heden onvoldoende naar de mening van de AFM en diverse politici haar kwaliteit getoond. Vaak ook laten onderzoeken zien dat de markt faalt doordat consumenten niet de goede adviezen krijgen van het intermediair. De consument heeft van zijn kant gezien onvoldoende inzicht in de kwaliteit van dienstverlening.

Het is voor consumenten lastig om de kwaliteit van financiële dienstverlening te beoordelen. Ook dat is een vorm van informatie-asymmetrie die leidt tot marktfalen. Vooral complexe financiële producten zijn ervaringsgoederen (Tirole, 1992), waarvan het nut voor de consument pas later wordt ervaren. Zo weet je pas op je 65e of de pensioenverzekering die je veertig jaar daarvoor hebt afgesloten een goed product is geweest. Gezien de grote impact van financiële producten op een gemiddeld huishouden, denk aan de hypotheek of het pensioen, is het belangrijk dat financiële producten en het advies erover kwalitatief goed zijn. Kwalitatief goede adviezen leiden tot een sterk verminderd risico op marktfalen. Van

4 Art. 58 luidt:

1. Voorafgaand aan de totstandkoming van een overeenkomst inzake een complex product of hypothecair krediet verstrekt een bemiddelaar een consument informatie over de hoogte van de provisie, de afsluitprovisie, het jaarlijkse bedrag aan doorlopende provisie en het aantal termijnen daarvan die de desbetreffende aanbieder rechtstreeks of middellijk zal betalen in verband met het complexe product of het hypothecair krediet.
2. Het eerste lid is van overeenkomstige toepassing op bemiddelaars die complexe producten als bedoeld in art. 1, onderdeel d, onder 4°, samenstellen of in de markt verkrijgbaar stellen, voor zover het betreft de financiële producten die onderdeel zijn van die complexe producten.
- 5 Tot dat moment was in de Wet assurantiebemiddelingsbedrijf (WABB) vastgelegd dat de beloning van een tussenpersoon uitsluitend mag bestaan uit afsluitprovisie en verlenging- of incassoprovisie. In de WABB was ook geregeld dat een tussenpersoon geen (gedeelte van de) provisie aan de verzekeringnemer mocht retourneren.

marktfalen is hier sprake als consumenten verkeerde financiële producten aanschaffen doordat de financieel adviseur die bemiddelt de consument niet optimaal informeert en adviseert. Onder verkeerde producten versta ik producten die niet passend zijn, kwalitatief niet goed of producten die naar verhouding te duur zijn. Ik sluit mij aan bij de uitleg van de AFM, die het volgende aangeeft naar aanleiding van onderzoek naar de kwaliteit van hypotheekadviesing (AFM, 2007). Een goed advies voldoet volgens de AFM aan drie criteria: voldoende aandacht voor de persoonlijke situatie van de consument, inzichtelijk advies door kwantitatief onderbouwde analyse en de gegevens zijn zodanig vastgelegd dat ze voor alle betrokkenen begrijpelijk zijn.

De intermediaire markt wordt getypeerd door het bestaan van principaal-agentrelaties. Daarbij is het intermediair de agent en zijn aanbieders en afnemers de principalen. Principalen en agenten hebben verschillende doelen die men wil nastreven. Het belang van het intermediair is niet per definitie het belang van de consument. Wel is het zo dat het reputatiemechanisme ervoor zorgt dat intermediairs niet alleen de eigen belangen kunnen nastreven, immers anders zouden zowel aanbieders als afnemers geen gebruik meer maken van het intermediair. Ook schrijft de Wft (Wet op het financieel toezicht) voor dat adviezen van intermediairs passend moeten zijn in relatie tot de financiële positie van de consument, de financiële kennis en ervaring, de doelen en de risicobereidheid. Verder worden eisen gesteld aan de deskundigheid, betrouwbaarheid en integriteit van het intermediair. Het is van belang om ervoor te zorgen dat de belangen van principalen en agenten meer in overeenstemming worden gebracht. Zo zien Alchian en Demsetz (1972) deling van de voordelen en verantwoordelijkheden tussen principalen en agenten als de meest voor de hand liggende mogelijkheid. Dat kan op verschillende manieren. Zo kan de informatie-asymmetrie worden verkleind door meer transparantie te bieden over kosten en beloningen, een proces dat inmiddels volop in gang is gezet in de financiële sector. Per 1 januari 2009 is beloningstransparantie bij complexe financiële producten bij wet geregeld. Tevens is per die datum de zogeheten inducementnorm voor complexe financiële producten ingevoerd<sup>6</sup>. Deze inducementnorm gaat in grote lijnen uit van het principe dat provisie verboden is, tenzij het de kwaliteit van dienstverlening ten goede komt en mits het niet verhindert dat het intermediair in het belang van de klant werkt. Cummins en Doherty (2006) stellen dat de oplossing meer moet worden gezocht in het beloningssysteem van agenten, dat recht zou moeten doen aan de belangen van zowel principaal als agent.

### ] Prestatiebeloning

De positie van de consument als eindgebruiker is bij het slechten van de principaal-agentdiscussie de meest belangrijke. De vraag is dus hoe het intermediair, in zijn huidige rol als verkoper en adviseur, kan worden geprikkeld om naast zijn eigen belangen ook de belangen van de

klant optimaal te behartigen. Om het risico van misselling te voorkomen, is het van belang om de kwaliteit van dienstverlening richting de afnemers positief te prikkelen. De beste prikkel is daarbij de beloning. Enerzijds is het werken op feebasis de meest zuivere vorm (SEO, 2008), anderzijds is feebeloning ook een relatief dure vorm voor de consument. Juist via de kruissubsidie betalen consumenten aan de onderkant van de samenleving relatief weinig provisie en betaalt de bovenkant relatief veel. De ervaring in het Verenigd Koninkrijk is bijvoorbeeld dat het werken op feebasis de toegankelijkheid tot onafhankelijk financieel advies ernstig heeft beperkt. Het is dan ook het onderzoeken waard in hoeverre er op de markt voor financieel advies, binnen het huidige provisiemodel, een vorm van prestatiebeloning mogelijk is. Daarbij is een complicatie dat de kwaliteit van dienstverlening van een intermediair moeilijk meetbaar is. De kwaliteit van dienstverlening is het geven van goed advies. Het beste advies zou de hoogste beloning van de klant moeten krijgen. Maar bij de adviezen die het intermediair geeft gaat het om vertrouwensgoederen; de kwaliteit blijkt over het algemeen pas na afloop van het contract, waarbij veel contracten wel twintig tot dertig jaar lopen (hypotheeken, beleggingsverzekeringen etc.). Het is niet redelijk en ook niet bedrijfseconomisch verantwoord, om de beloning van het intermediair voor het gegeven advies pas na twintig of dertig jaar uit te betalen. Er moet dus gezocht worden naar alternatieve beloningsvormen die enerzijds recht doen aan de inspanning (beloning voor het advies en de bemiddeling) en anderzijds aan de geleverde kwaliteit. Daarbij heeft SEO (2008) in het rapport 'inzicht in belonen' al een prima raamwerk neergezet om toekomstvaste beloningsvormen te beoordelen. Wat SEO niet heeft behandeld is aanpassing van het huidige provisiemodel. Hoewel SEO het provisiemodel op zich als toekomstvast bestempelt, stellen de onderzoekers ook de vraag of het provisiemodel bijdraagt aan kwaliteitsverbetering.

Hierna volgen enkele vormen van prestatiebeloning die binnen het huidige provisiestelsel kunnen worden geïntroduceerd. Het is de vraag of deze vormen realistisch zijn, maar wat ik van belang vind is om de discussie over het principe te voeren.

### ] *Percentage van de uitkomst bij vermogensopbouwende producten*

In 2006 heeft het CPB onderzoek gedaan naar de markt voor individuele levensverzekeringen. De onderzoekers concludeerden dat consumenten die bij aankoop van een koopsompolis (het storten van een bedrag ineens in plaats van maandelijks een premie voor de aankoop van een levensverzekering) in de periode 1980 - 2003 gebruik maakten van een intermediair, producten met een gemiddeld lagere uitbetaling afsloten dan consumenten die dit rechtstreeks bij een verzekeraar (direct writers) hadden aangeschaft. Een ander product dat steeds meer in de markt verkrijgbaar is, mede gezien de commotie rond de tegenvallende opbrengsten van beleggingsverzekeringen, zijn vermogensopbouwende producten met »

6 Zie art. 149a Bgfo.

een gegarandeerd kapitaal. Het zou aan te bevelen zijn als intermediairs bij de advisering en verkoop van dergelijke producten, naast een vaste uitkering of een vaste inleg, mede op basis van de uitkomst voor de consument worden beloond. Een risico daarbij is dat adviseurs worden geprikkeld om consumenten te sturen naar maximale uitkeringen met ook hoge kosten. Dit is niet in het belang van de klant.

*] Percentage van jaarlijkse waardeontwikkeling (positief en negatief)*

Als gevolg van de zogenaamde 'woekerpolisaffaire' heeft de Ombudsman Financiële Dienstverlening in 2008 een aanbeveling gedaan om consumenten die onjuist zijn voorgelicht over beleggingsverzekeringen in enige mate financieel te compenseren. De Ombudsman noemt daarbij ook het intermediair als medeschuldige (naast verzekeraars, overheid en consumenten zelf). Het intermediair had beter inzicht moeten hebben in de kostenonttrekking in beleggingsverzekeringen en had de consument ook beter hierover moeten informeren, zo kun je de aanbeveling interpreteren. Het zou dan ook goed zijn om bij financiële producten die op basis van beleggingen (dus ook de bankspaarproducten met een beleggingselement) worden samengesteld, een beloningsprikkel te introduceren voor het intermediair, waarmee hij mede belang heeft bij de uitkomsten van de beleggingen. Uiteraard kan het intermediair niet volledig voor zijn beloning afhankelijk worden gesteld van de waardeontwikkeling van een beleggingsportefeuille, wel zou bijvoorbeeld zijn doorlopende beloning afhankelijk kunnen worden gemaakt van de jaarlijkse waardeontwikkeling van het beleggingsproduct. Zo zou naast een eenmalige adviesbeloning (bij het afsluiten van het product), de doorlopende provisie gehalveerd kunnen worden. De overblijvende helft van de oorspronkelijke doorlopende provisie wordt dan positief en negatief afhankelijk gemaakt van de jaarlijkse waardeontwikkeling. Voorbeeld. De beloning is nu €1.000 afsluitprovisie en €1.000 doorlopende provisie. Dat zou kunnen worden: €1.000 afsluitprovisie, €500 doorlopende provisie en de restbeloning is dan afhankelijk van de jaarlijkse waardeontwikkeling. Daarmee heeft het intermediair een financiële prikkel om voor de consument de beste fondsen van de beste aanbieders te adviseren, waarbij er scherp zal worden gelet op de kosten die in een product zitten en de rendementen die worden gemaakt.

Het nadeel van een dergelijke prikkel is dat consumenten wellicht worden overgehaald om onverantwoorde en ongewenste risico's te nemen. Het zou immers kunnen zijn dat adviseurs de beloning op het te behalen rendement als een extraatje gaan beschouwen en daarom bereid zullen zijn extra risico te nemen namens de klant.

*] Beloning naar rato aflossing*

Vanuit de overheid worden banken en hypotheekadviseurs gestimuleerd om het probleem van over-

kreditering aan te pakken. Daartoe is onder meer de Gedragscode Hypothecaire Financiering<sup>7</sup> aangescherpt en stelt de Wft ook nadere eisen. De huidige beloningsstructuur bij hypotheke is zo ingericht dat hypotheekadviseurs meer beloning ontvangen naar mate de hypotheek hoger wordt en consumenten dus meer lenen. Er kan worden gesteld dat hypotheekadviseurs een financieel belang hebben bij overkreditering, helemaal in de situatie wanneer er nog alleen afsluitprovisie voor een hypotheekadvies wordt uitbetaald. Inmiddels is de regelgeving aangepast en mag de afsluitprovisie vanaf 2011 bij complexe hypotheekproducten (hypotheke gecombineerd met een levens- of beleggingsverzekering) niet meer bedragen dan het totaal aan doorlopende provisie.<sup>8</sup> Om overkreditering terug te dringen is het het overwegen waard om de beloning voor de adviseur mede afhankelijk te maken van de mate waarin een hypotheek wordt afgelost. Daarbij richt ik mij ook tot de aflossingsvrije hypotheke die nu zeer populair zijn. Misschien wel juist bij deze producten is het verstandig consumenten te beschermen en te bewegen juist wel (een deel van) de schuld af te lossen. Hoewel het vanwege fiscale overwegingen misschien voor een individuele klant een goed advies is om een hypotheek juist niet af te lossen, zijn de maatschappelijke belangen meer gebaat bij het wel aflossen van schulden. Als dan ook de beloning van het intermediair hoger wordt naarmate een consument zijn lening aflost, wordt het intermediair mede risicodragend. Daarmee heeft het intermediair een positieve prikkel om bij te dragen aan een maatschappelijk belang en worden tevens geldverstrekkers tegen zichzelf beschermd. Als les uit de kredietcrisis is dit geen overbodigheid gebleken.

Het is de vraag of invoering van de hier geschetste vormen van prestatiebeloning, geen nieuwe perverse prikkels met zich meebrengen. Het risico bestaat dat intermediairs geprikkeld worden om bij voorkeur producten te adviseren die de hoogste rendementen beloven (en dus het hoogste risico vormen voor de consument) of dat intermediairs consumenten gaan pushen om hun schuld af te lossen, terwijl dit geen passend advies zou kunnen zijn. Echter in een markt waar steeds over de perverse prikkels van het provisiestelsel wordt gesproken, zou het prijzenswaardig zijn om te onderzoeken in hoeverre perverse prikkels kunnen worden omgezet naar positieve prikkels.

### **] Gevolgen voor het intermediair**

Hoewel het mijn overtuiging is dat beloningstransparantie op lange termijn leidt tot een verbetering van de kwaliteit van dienstverlening door het intermediair, zullen de gevolgen op korte termijn minder rooskleurig zijn. Een achterliggende doelstelling van beloningstransparantie is dat consumenten worden gestimuleerd om met het intermediair over de transparant gemaakte provisie te gaan onderhandelen. De steeds meer onderhandelende consument zal meer waar voor zijn geld eisen, wat zich uit in de vraag naar betere dienstverle-

<sup>7</sup> Zie voor de volledige tekst van de gedragscode, [www.nvb.nl](http://www.nvb.nl), onder dossier hypotheke.

<sup>8</sup> Deze regeling staat bekend als de balansregels en is opgenomen in het Bgfo.

ning of een lagere prijs. Dat betekent dat intermediaire dienstverlening ook een prijsmarkt gaat worden, waarbij intermediairs gaan concurreren op basis van prijs. Daarnaast zal er meer geconcentreerd gaan worden op omvang en kwaliteit van de dienstverlening. In een markt waar sterk geconcentreerd wordt op prijs en kwaliteit van dienstverlening, zullen kleine dienstverleners het moeilijk krijgen. Schaalvergroting en concentratietendensen zijn dan onvermijdelijk.

Als gevolg van het transparant worden van de beloning komt er druk op de kruissubsidie die het provisiemodel kenmerkt. Consumenten die nu 'meer' betalen ter subsidie van de minder draagkrachtige of shoppende consument, zullen dit minder makkelijk blijven accepteren. Als deze consumenten duidelijk wordt dat zij meebetalen voor een ander zal er vanuit die groep consumenten meer vraag komen naar alternatieve beloningsvormen, zoals feebeloning. Daarentegen zullen de consumenten die nu relatief minder betalen en profiteren van de kruissubsidie achter het provisie-systeem, niet geneigd zijn om zelf voor een alternatief beloningsmodel te kiezen. Een dergelijk model immers, zal voor hen vrijwel zeker duurder uitvallen. Dat betekent dus dat de vermogende klanten als gevolg van de transparantieregels minder gaan betalen en de arme consument nog steeds te weinig blijft betalen, netto een niet aantrekkelijk vooruitzicht voor het intermediair. Een specifiek aspect is dat het intermediair niet of nauwelijks zelf zijn prijs bepaalt. Over het algemeen bepalen de aanbieders de hoogte van de provisie die wordt uitgekeerd aan het intermediair. Ik heb het dan over de basisprovisie, niet over de bonusprovisie en andere beloningsvormen. Deze beloning verschilt in de basis niet of nauwelijks per intermediair. Alleen de grote intermediairs (de top 150 kantoren) en de ketens zijn in staat om prijsafspraken met de aanbieders te maken. Voor de overige ruim 10.000 intermediairs geldt dat de aanbieders het beloningsbeleid alleen kunnen bepalen en intermediairs vervolgens de voorgestelde provisieovereenkomst accepteren of niet. De meeste intermediairs kunnen, als men het provisiemodel blijft hanteren, de terugvallende inkomsten als gevolg van de transparantie niet zelf bijsturen. Dat betekent dat het intermediair meer zelf zijn beloning zal moeten gaan bepalen, door met directe beloningsvormen te gaan werken of door zelf de provisie te kunnen inregelen.<sup>9</sup>

De intermediaire bedrijfstak is over het algemeen te weinig transparant geweest over de eigen toegevoegde waarde in relatie tot de prijs van de dienstverlening. De beloning voor het intermediair was jarenlang een groot geheim. Pas met de invoering van de GIDI (in 2002) en later de Wft (in 2006) zijn intermediairs consumenten gaan informeren over de manier van beloning. Tot 2002 mochten intermediairs alleen op provisiebasis werken, echter het is twijfelachtig of consumenten toen wisten hoe een intermediair voor zijn werkzaamheden werd beloond. Het heeft tot 2009 geduurd alvorens het inter-

mediair de consument is gaan informeren over de hoogte van de beloning. Tenminste, dit geldt voor die kantoren (de overgrote meerderheid) die op provisiebasis zijn blijven werken.

De innigheid van de relatie tussen aanbieders en intermediair heeft in het verleden ook geen aanleiding gegeven om daarover openheid te geven. Waar het vroeger nog tussenpersonen waren die namens de verzekeraars premies kwamen innen bij de consument, zijn de verkopers zich meer gaan positioneren als adviseurs, aan de kant van de klant. Dit heeft echter niet geleid tot een andere feitelijke positionering, omdat de financiële banden met verzekeraars in stand bleven. De structuren werden niet veranderd, de positionering wel.

De hierboven beschreven organisatieslack, heeft er toe geleid dat intermediairs zijn vergeten de eigen dienstverlening voldoende te promoten. Door het gesloten karakter van de bedrijfstak in het verleden, is aan consumenten nooit goed uitgelegd hoe het intermediaire kanaal functioneert, hoeveel werk een intermediair verzett en welke waarde de intermediaire dienstverlening heeft voor de consument. Sterker nog, de consument is door de laksheid van het intermediairkanaal gaan geloven dat het advies van het intermediair gratis is. Een bedrijfseconomisch groot risico, dat zich nu wrekt in de transitie naar een meer transparante bedrijfstak. Het verschil tussen de beleving van de consument (advies is gratis) en de daadwerkelijke kostprijs van het intermediair (duizenden euro's bij complexe producten) is dermate groot geworden dat het lastig zal worden om dat uit te leggen. Ik veronderstel dan ook dat veel intermediairs niet in staat zullen zijn om dat verschil met de consument te overbruggen. Deze intermediairs zullen dan ook moeite hebben om hun aandeel complexe producten in de portefeuille te behouden.

Wat in ieder geval moet gebeuren is dat er een degelijke impactanalyse wordt gemaakt van de consequenties van de nu ingezette transitie. Naar mijn mening is de overheid en de AFM vergeten om de gevolgen van hun handelen (de regels en het toezicht) fatsoenlijk in kaart te brengen. Daarbij denk ik niet aan de gevolgen voor de marktpartijen, maar juist aan de gevolgen voor de consument. In hoeverre leidt de huidige wetgeving van het Bgfo tot een situatie waarbij financieel advies zo duur wordt, dat juist die consumenten die advies nodig hebben, dat niet meer kunnen betalen. En in hoeverre blijft de toegang tot laagdrempelig, onafhankelijk advies voor de consument gewaarborgd. Laten we lessen trekken uit de Engelse markt, waar veel ontwikkelingen op Nederland vooruit lopen. Financieel advies is van groot maatschappelijk en economisch belang. Dat mag geen luxegoed worden.

9 Door middel van een zogeheten proviesieschuif stellen verzekeraars het intermediair steeds vaker in staat om, tot een bepaald maximum, de provisie in te regelen in het product, zoals dat is afgesproken met de klant.

## ] Conclusie

De kwaliteit van het intermediair in de financiële dienstverlening is niet goed vast te stellen en er bestaat twijfel over de vraag of meer marktwerking bijdraagt aan een hogere kwaliteit van financiële dienstverlening. Er zijn stromingen die roepen dat afschaffing van het provisiestelsel voor financieel adviseurs de beste manier is om de kwaliteit te verbeteren. Adviseurs zouden dan uitsluitend door de klant worden betaald. Hoewel het inderdaad zo is dat de markt sterker wordt geprikkeld om kwaliteit te leveren als de klant direct aan de adviseur betaalt, is de consument op dit moment nog nauwelijks bereid tot het betalen van een fee aan de adviseur. Transparantie van de beloning van de financieel adviseurs zal hierin versnelling brengen. Maar het afschaffen van provisie, wat veel te makkelijk door deskundigen wordt geroepen, heeft ook negatieve consequenties voor de consument. Ik daag de wetenschap uit om een gedegen impactstudie los te laten op de voor- en nadelen van het huidige provisiemodel voor de consument. Ik beschouw onafhankelijk financieel advies als een dienst die het publieke belang dient. Dit onderzoek behoort de overheid dan ook te financieren.

Elke tussenpersoon die zich wenst te onderscheiden op kwaliteit van dienstverlening heeft baat bij openheid over de beloning. Want om kwaliteit van een dienst aan te kunnen tonen, is als referentiekader een prijs voor die dienst noodzakelijk. Meer inzicht bij de consument over de prijs van de dienstverlening zal de consument meer kennis geven over de kwaliteit van de financiële dienst. Daarmee heeft het intermediair ook een instrument in handen om de concurrentie met banken en direct writers aan te kunnen. Immers er wordt meer gestreden op kwaliteit en minder op prijs. Juist het tegengaan van transparantie over beloning zal op den duur bewerkstelligen dat er meer op prijs zal worden geconcentreerd in plaats van op kwaliteit van dienstverlening. En op prijs en vertrouwen alleen kunnen tussenpersonen de concurrentiestrijd waarschijnlijk niet overleven.

Intermediairs die geen kwaliteit toevoegen zullen door de consument als gevolg van beloningstransparantie worden afgestraft. Voor kwaliteitsarme kantoren lijkt geen toekomst te bestaan, in ieder geval niet op de markt voor complexe producten en hypotheek.

Dit artikel is een verkenning naar beloningsalternatieven binnen het huidige provisiemodel van de intermediaire bedrijfstak. Meer onderzoek is nodig naar de vraag of door andere beloningsprikkelers, de geleverde kwaliteit omhoog gaat en wat de bedrijfseconomische effecten voor het intermediair zelf naar verwachting zullen zijn.

## ] Literatuur

AFM (2007), *Kwaliteit advies en transparantie bij hypotheek*, Amsterdam.

Alchian and Demsetz (1972), 'Production, information costs, and economic organization', *American Economic Review* 62 (December): 777-795.

Besluit van 9 december 2008, houdende wijziging van het Besluit gedragstoezicht financiële ondernemingen Wft met het oog op harmonisatie van voor aanbieders en bemiddelaars geldende regels inzake provisies en het Besluit boetes Wft, *Stb.* 2008, 546.

Centraal Plan Bureau (2006), 'The price of free advice', *CPB discussion paper* 66, Den Haag.

Centrum voor Verzekeringsstatistiek (2007), *Verzekerd van Cijfers 2007*, Den Haag.

J.D. Cummins en N.A. Doherty, 'The economics of insurance intermediaries', *Journal of Risk & Insurance*, Vol. 73, No. 3, p. 359-396, September 2006.

F. de Jong (2009), 'Kredietcrisis en tussenpersonen', *Economische Statistische Berichten* 20 maart 2009, p. 170-172, Sdu.

Markt voor hypothecaire kredietverlening, *Kamerstukken II* 2004/05, 29 629, nr. 4.

NVA (2008), *Meerjarenvisie 2008 - 2011*, Amersfoort.

SEO-rapport nr. 2008-17, *Inzicht in belonen*, B. Baarsma en anderen, Amsterdam, 2008.

J. Tirole (1992), *The theory of industrial organisation*, fifth printing, Cambridge Massachusetts, MIT press.

Uitkomsten harmonisatieoverleg belonings- en kosten-transparantie (2008), brief minister Bos aan de Tweede Kamer, nr. FM08-1166, Den Haag.

J.W. Wabeke, *Aanbeveling Ombudsman Financiële Dienstverlening inzake het geschil tussen particuliere afnemers van een beleggingsverzekering, hierna te noemen 'de consument' en bij het Klachteninstituut Financiële Dienstverlening aangesloten verzekeringsmaatschappijen, hierna te noemen 'verzekeraars'*, Den Haag.

Wet van 28 september 2006, houdende regels met betrekking tot de financiële markten en het toezicht daarop (Wet op het financieel toezicht), *Stb.* 475.