



Shopaholic

Hopelijk zijn niet alle mannelijke lezers afgehaakt door de titel van deze column. Jammer dan, want ik wil u toch graag bijpraten over mijn grootste hobby: shoppen. Ik ben namelijk – volgens mijn man althans – een echte shopaholic.

Nu concludeert het rapport ‘Evaluatie provisieregels’ dat een groot probleem voor onze branche is gelegen in het feit dat consumenten voor adviezen inzake financiële producten te weinig shoppen. Feit is ook dat als de consument wat meer shopgedrag had getoond, de minister misschien zelfs helemaal geen noodzaak had gezien voor een provisieverbod.

Consumenten moeten gaan shoppen, zodat ze de verschillen – en daarmee de toege-

voegde waarde – kunnen ontdekken tussen de verschillende (soorten) adviseurs. De verwachting was dat belonings- en diensttransparantie

(via het dienstverleningsdocument) wel een dergelijk effect zouden hebben, maar dat bleek niet het geval. De branche heeft keurig aan de regels voldaan, maar het heeft de consument niet tot actie – lees shopgedrag – aangezet.

Oorzaak hiervoor is onder meer dat het dienstverleningsdocument in de berg aan andere documenten verdween en vaak erg juridisch getint was. Hierdoor werd niet echt duidelijk welke diensten een adviseur leverde, aan welke kwaliteit daarbij werd voldaan en tegen welke prijs. Voor consumenten heeft shoppen geen zin als de prijs/kwaliteitverhouding niet transparant is.

Onze grootste uitdaging is dan ook om consumenten zodanig te prikkelen dat ze zich gaan interesseren voor de meerwaarde die een deskundig intermediair kan leveren en daarvoor willen shoppen. Om dit te bewerk-

stelligen zal het intermediair een cultuuromslag moeten maken. De kwaliteit van de dienstverlening moet zichtbaar worden.

Gebeurt dat niet, dan dreigt een proces van ‘averechtse selectie’, waarbij intermediairs zich alleen nog maar kunnen onderscheiden op basis van prijs en niet op basis van kwaliteit. Hierdoor dreigen dan juist de intermediairs die een hoge kwaliteit leveren uit de markt te verdwijnen, het aanbod versmalt en de keuzevrijheid wordt beperkt.

We moeten voorkomen dat dit proces plaatsvindt. Wij zien hierin ook een belangrijke rol weggelegd voor ketens en serviceproviders. Zij kunnen de juiste uitgangspunten voor het onafhankelijke intermediair creëren in de vorm van een breed productaanbod met gunstige inkooprijzen en goede voorwaarden, waardoor het gemakkelijker wordt om de meerwaarde richting de consument te bewijzen.

Het jaar 2011 wordt cruciaal omdat we gaan werken aan de concrete uitwerking van het provisieverbod. Onze belangrijkste uitdaging hierbij is om een kwalitatief hoogstaand advies voor de consument toegankelijk en betaalbaar te houden. Het is mooi dat de minister overweegt om een beschermde titel te maken voor onafhankelijke adviseurs, zodat die zich duidelijk kunnen profileren ten opzichte van productverkopers, maar dat is niet voldoende. Alle randvoorwaarden moeten worden ingevuld, zoals de mogelijkheid tot gespreide betaling, een beloning voor de werkzaamheden die van aanbieders worden overgenomen en een volledig level playing field tussen alle distributiekanaalen met echte nettoproducten en kostentransparantie.

Vervolgens moeten wij consumenten omvormen tot shopaholics, door ervoor te zorgen dat de kwaliteit van onze dienstverlening transparant wordt. Begin daar nu al mee. Op die manier voorkomen we dat onze branche in de uitverkoop moet worden gezet.

“Voorkomen moet worden dat juist de intermediairs die een hoge kwaliteit leveren uit de markt verdwijnen”