

## KOSTEN ONDER VERGROOTGLAS

Waarom zouden aanbieders mogen volstaan met een halfslachtig kostprijsmodel, terwijl de advieskosten van adviseurs onder een vergrootglas lijken te liggen? Volgens mij een legitieme vraag.

Zo heeft de AFM recentelijk aangegeven dat ze signalen heeft ontvangen dat een aantal adviseurs misbruik maakt van de onwetendheid van consumenten en dubbele kosten in rekening brengt. Als een adviseur onredelijke kosten maakt moet de AFM optreden, maar uit een interview bij BNR bleek vervolgens dat deze signalen nog werden onderzocht. De kwalificatie 'misbruik' lijkt dan wel erg voorbarig, maar is al wel naar de consument gecommuniceerd. Dezelfde consument loopt echter bij een onvolledig functionerend kostprijsmodel ook het risico dat hij dubbel of te veel betaalt!

Consumenten moeten in staat worden gesteld om op basis van heldere informatie over de dienstverlening en de prijs daarvan, te beslissen welke soort dienstverlening zij wensen en van wie. Directe aanbieders moeten daarom hun advies- en distributiekosten via een kostprijsmodel transparant maken. Een gelijk speelveld tussen de distributiekanaalen is daarbij van groot belang, omdat de kosten vergelijkbaar, juist en controleerbaar moeten zijn. De Nederlandse Beroepsorganisatie van Accountants (NBA) constateert echter dat de open normering van het kostprijsmodel veel ruimte voor interpretatie laat bestaan en dat daarom het doel, inzicht in en vergelijkbaarheid van tarieven, waarschijnlijk niet wordt gerealiseerd.



COLINDA ROSENBRAND,  
directeur OvFD

**“ADVIESKOSTEN MOETEN REËEL ZIJN, WIL EEN CONSUMENT DE JUISTE KEUZE KUNNEN MAKEN”**

De AFM houdt desondanks geloof in het kostprijsmodel. Ik ben sceptisch. Feit is dat er voor aanbieders teveel ruimte voor interpretatie blijft bestaan, zoals een schatting van het aantal te verkopen producten en de winstopslag. De accountant moet dan wel onderzoek verrichten naar de totstandkoming van de gehanteerde veronderstellingen, maar het blijven subjectieve normen die openstaan voor discussie. De conclusie van de NBA lijkt me daarom reëler. Kijk alleen maar naar het feit dat uit de Rentebarmeter van Vereniging Eigen Huis blijkt dat de winstmarges historisch hoog zijn en dat hypotheek hierdoor veel duurder zijn dan nodig is. Reden voor VEH om ervoor te pleiten, dat de politiek moet ingrijpen door een maximum te stellen aan de winstmarges.

De vergelijkbaarheid van tarieven kan worden vergroot door gedetailleerdere normen uit te werken. Het kostprijsmodel zou daarmee wel dé grondslag kunnen zijn voor een eerlijk en vergelijkbaar overzicht tussen de verschillende distributiekanaalen en van meer inzicht in de productprijzen. Het kostprijsmodel kan dan ook worden gecontroleerd door de accountant, zoals wettelijk is afgesproken.

Minder is niet acceptabel, want dat gaat uiteindelijk ten koste van de consument. Uit onderzoek van GfK blijkt dat de consument de voorkeur heeft voor een onafhankelijke adviseur. Maar als dit advies duurder is dan het advies van een (afhankelijke) bank, dan verschuift de voorkeur naar het bancaire kanaal.

De advieskosten moeten dus reëel zijn, wil een consument de juiste keuze kunnen maken. Zeker ook omdat uit onderzoek van MoneyView blijkt dat consumenten die bij een bank een hypotheek afsluiten, veel meer geld kwijt zijn dan bij een onafhankelijke adviseur als je niet alleen naar de advieskosten kijkt maar naar de totale kosten. Mooi, maar dat moet de consument dan wel weten! ◀◀