

ONAFHANKELIJK ADVIES CONCREET MAKEN

Is de consument in verwarring door het provisieverbod? Ik denk van niet. De consument is de weg kwijt, omdat wij er als branche niet in slagen het verschil tussen advies en onafhankelijk advies onderscheidend en concreet te maken.

Het maakt het voor de consument niet overzichtelijker dat directe aanbieders – volgens de Wft althans – ook adviseren, maar dat is niet de hoofdoorzaak van zijn verwarring.

Duidelijk is wel dat de definities in de Wft op de schop moeten. ‘Advies’ betekent nu niet meer dan het aanbevelen van een specifiek product aan een bepaalde klant en is daarmee feitelijk volledig gericht op productverkoop, terwijl het moet gaan om de klantrelatie. Directe aanbieders, die uitsluitend hun eigen producten verkopen, voldoen hieraan. Zij moeten echter niet onder de definitie van advies (kunnen) vallen, maar uitsluitend onder die van ‘aanbieden’. Ze zouden dan in de communicatie met de klant ook niet meer mogen spreken over ‘advies’, maar uitsluitend van een productaanbod.

Helemaal mooi zou het zijn als we bij het herdefiniëren van advies ook een aparte status kunnen creëren voor onafhankelijk advies. Uit onderzoeken blijkt dat consumenten een voorkeur hebben voor onafhankelijk advies,

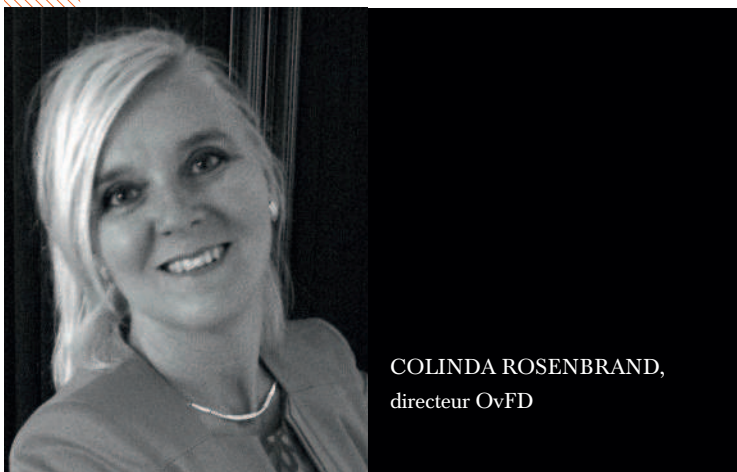
**“HET LUKT ONS NIET DE
POLITIEK TE OVERTUIGEN
DAT ONAFHANKELIJK ADVIES
OOK ECHT IETS INHOUDT”**

maar als puntje bij paaltje komt vaak toch kiezen voor de (schijnbaar) lagere adviestarieven van directe aanbieders. Hebben die consumenten dan wel goed begrepen wat precies onder onafhankelijk advies wordt verstaan en wat hen dit concreet oplevert? Waarschijnlijk niet! Het is dus van vitaal belang dat volkomen duidelijk wordt wat onafhankelijk advies is en welke grote voordelen dat voor klanten heeft.

Een korte rondgang langs websites van financiële dienstverleners laat zien dat nagenoeg alle adviseurs aangeven dat ze ‘onafhankelijk’ of zelfs ‘echt onafhankelijk’ zijn, zonder dit concreet toe te lichten. Ook de impliciete betekenis van het woordje ‘echt’ is in dit opzicht veelzeggend. Hoe moet de consument dan door de bomen het bos zien?

De minister heeft overwogen om een wettelijke term ‘onafhankelijkheid’ in het leven te roepen. Hij heeft hiervan afgezien, omdat “het dan zou gaan om een minimumdefinitie die niet verder gaat dan het simpele feit dat aanbieders geen zeggenschap mogen hebben over een adviseur. Dit werkt weinig onderscheidend en sluit niet aan bij mogelijk hogere verwachtingen omtrent de kwaliteit van onafhankelijk advies.” Een minimumdefinitie?! Het lukt ons dus zelfs niet om de politiek te overtuigen dat onafhankelijk advies ook echt iets inhoudt.

Misschien is de minister wel in voor een wettelijke bescherming van onafhankelijk advies, op het moment dat wij als branche hier wel een kwalitatief onderscheidend karakter in aanbrenge. Sterker nog, als we dit nu goed oppakken – inhoud, vorm en communicatie – dan volgen consumenten vanzelf hun voorkeur. Ook zonder wettelijke titel. ««



COLINDA ROSENBRAND,
directeur OvFD