

Een onafhankelijkheids **Meer producten**



Label voor de adviseur op het schap

Wie zijn Wft-PE bijhoudt mag zich vakbekwaam noemen. Dat wil niet zeggen dat je ook een onafhankelijk adviseur bent. De term 'onafhankelijk' zou beter beschermd moeten worden, vindt de OVFD. De lobbyorganisatie pleit er al jaren voor de definitie van wat onafhankelijk is, wettelijk vast te leggen. Nu worden er over het onderwerp Kamervragen gesteld.

DOOR: ROSALI DE HART

Consumenten weten niet wat onafhankelijk advies is. En adviseurs weten het zelf ook niet altijd: is het vakbekwaam? Professioneel? Of dat je niet wordt betaald door een aanbieder? Even googlen door websites van diverse adviseurs leert dat zij hun dienstverlening aanprijzen als 'onafhankelijk'. Maar waar die onafhankelijkheid dan precies uit bestaat, wordt niet duidelijk.

"Vrijwel alle adviseurs profileren zich als onafhankelijk en als je dan gaat bekijken wat ze onder 'onafhankelijkheid' verstaan, dan word je als consument niet veel wijzer", aldus Colinda Rosenbrand, directeur van de Organisatie voor Financieel Dienstverleners (OVFD). Adviseurs slagen er daardoor niet in de toegevoegde waarde van onafhankelijk advies over het voetlicht te brengen.

De OVFD nam al in 2013 het initiatief voor een onafhankelijkheidslabel. "Tegelijkertijd kwamen er verschillende richtlijnen uit Europa, zoals de IDD (Insurance Distribution Directive), de richtlijn voor verzekeringsdistributie", aldus Colinda Rosenbrand. "Die laatste richtlijn zegt tegen de lidstaten: als je als adviseur tegen klanten zegt dat je onafhankelijk bent, dan moet je over een toereikend aantal producten kunnen adviseren. Daar bestaat een term voor: objectieve analyse."

Objectieve analyse

Onderdeel van je zorgplicht is dat je mensen kunt wijzen op alternatieven en daarvoor moet je een breed aanbod hebben. Je doet een objectieve analyse op het moment dat je over meer dan 50% van de producten in een bepaalde productgroep kunt adviseren. Daar ontbreekt het nogal eens aan.

Rosenbrand: "De direct writers, banken, bieden alleen hun eigen producten aan. Maar er zijn ook adviseurs die een beperkte analyse uitvoeren onder een paar aanbieders. Als zelfstandig adviseur kun je uiteraard niet elk product rechtstreeks aanbieden. Maar dat probleem los je op door je aan te sluiten bij een serviceorganisatie."

Inmiddels heeft 70 à 80% van de adviseurs dat gedaan. Het merendeel van de beroepsgroep heeft dus de beschikking heeft over een groot aanbod van aanbieders en producten. Die adviseurs kunnen dus onafhankelijk adviseren en dat moeten ze volgens Rosenbrand ook doen. "Als een consument op zoek is naar de laagste rente of naar de beste verhuisregeling, dan moet hij die ook kunnen krijgen."

Evaluatie provisieverbod

Of een adviseur objectieve analyse toepast, wordt bijgehouden door de AFM. Het staat ook in het dienstverleningsdo-

'Een adviseur die zichzelf onafhankelijk noemt, moet objectieve analyse toepassen'

cument (DVD). Rosenbrand: "Europese richtlijnen stellen dat onafhankelijk advies beter beschermd zou moeten worden. Nederland zegt daarop: er is al transparantie want in de DVD staat of de adviseur objectieve analyse doet. Alleen blijkt uit de Evaluatie Provisieverbod dat de consument die niet leest."

Transparantie is niet hetzelfde als een wettelijke bescherming van de term onafhankelijk. Actueel is daarbij de eerdergenoemde: evaluatie van het provisieverbod. Begin dit jaar verschenen twee rapporten, één over het keuzegedrag van consumenten en de effectiviteit van het DVD. En een rapport over de markteffecten van het provisieverbod. Wat blijkt: de markt heeft het provisieverbod vrij geruisloos geabsorbeerd. Maar de consument is er niet wijzer van geworden.

"Het provisieverbod heeft een einde gemaakt aan situaties waarbij financieel adviseurs hun klant richting een product of aanbieder stuurden waar ze zelf de hoogste provisie kregen", concludeert minister Hoekstra. "Het belang van de klant staat nu meer voorop. Het provisieverbod voor complexe producten is daarmee effectief te noemen." (Amweb, 23 januari 2018).

Dienstverleningsdocument

Toch heeft dat er niet toe geleid dat consumenten een kritischer keuze maken voor een product. "Consumenten vergelijken financiële dienstverleners maar in zeer beperkte mate", zo constateert de minister in zijn kamerbrief bij de aanbieding van de onderzoeksrapporten. Consumenten baseren zich bij het kiezen van een dienstverlener vaak op informatie van internet of tips van familie en bekenden. Ze vergelijken de verschillende vormen van dienstverlening nauwelijks. Het dienstverleningsdocument speelt een beperkte rol.

"Het dienstverleningsdocument is transparant. Maar niemand leest het", zegt Rosenbrand. Het heeft gefaald als vergelijkingsinstrument, beaamt onderzoeker Peter Riseeuw in een interview met *Assurantie Magazine* (Amweb 31 januari 2018). "Klanten zijn minder gaan shoppen en vergelijken





Colinda Rosenbrand

'Consumenten lezen het dienstverleningsdocument niet'

"Het is een belangrijk onderwerp dat nu speelt. Het is nu hot, want er zijn Kamervragen en er is een motie. Uit de evaluatie komt naar voren dat één op de tien consumenten denkt dat als je bij een bank binnenstapt, je onafhankelijk advies krijgt. Eén op de drie denkt dat wanneer hij bij een zelfstandig adviseur binnenstapt. Maar die kan ook slechts twee producten adviseren. Dan wordt de definitie belangrijker. Zeker ook omdat uit de evaluatie blijkt dat consumenten niet meer shoppen, dus wie bij een bank binnenstapt, kiest daarmee vaak onbewust voor een minder passend product. Weinig consumenten zullen overstappen als al advieskosten zijn gemaakt."

Vakbekwaamheid

Een positief punt van de Evaluatie Provisietransparantie: Minister Hoekstra concludeert dat de advieskwaliteit is verbeterd. Rosenbrand: "Maar alleen in termen van de wettelijke procesvereisten: aangescherpte vakbekwaamheid, het gebruik van software. Het is maar de vraag of klanten daadwerkelijk beter af zijn in termen van passende adviezen en producten. "Onafhankelijkheid leidt tot een verdere verbetering van de advieskwaliteit, omdat als het assortiment waaruit gekozen kan worden groter is, dit ook leidt tot een betere matching tussen klant en product."

Wat de OvFD nu wil, is een wettelijke borging van de definitie van onafhankelijkheid. Het eerste punt is dan: een adviseur die zichzelf onafhankelijk noemt, moet adviseren op basis van een objectieve analyse.

Als er geen wettelijke definitie komt, dan wordt het gewoon een label/keurmerk van de OVFD. "Dan kun je denken aan meer eisen, zoals dat de aanbieder geen aandelen bezit in je bedrijf, dat je geen juridisch afdwingbare contractuele verplichtingen hebt om voor een of meerdere aanbieders te bemiddelen", noemt Rosenbrand als voorbeelden.

Meer informatie:

Rapport: *Consumenten en financieel advies: Consumentenonderzoek in het kader van de evaluatie van het provisieverbod*, Centerdata, 22 november 2017.

Rapport: *Zakelijke verhoudingen: De markteffecten van het provisieverbod*, Desisio, november 2017.

Kamerbrief Evaluatie Provisieverbod: www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/kamerstukken/2018/01/23/kamerbrief-evaluatie-provisieverbod/kamerbrief-evaluatie-provisieverbod.pdf

minder. Het DVD is bedoeld als vergelijkingsmiddel, maar als ze niet vergelijken: wat moet je er dan mee? (...) Het DVD komt dus niet uit de verf en dan is de vraag wat de markt en de wetgever ermee willen."

Voorman Edwin Herdink van de CFD en schrijver van het boek *'Provisietransparantie 2.0'* vindt het provisieverbod daarom mislukt, zo zei hij in een reactie eerder dit jaar op het onderzoek. "Er wordt juist meer via execution-only verkocht, dus klanten gaan producten rechtstreeks aankopen bij de leverancier en slaan het advies over. Er komt helemaal geen advies meer aan te pas. Dat zien we in de praktijk ook, de klanten willen niet betalen." (*Amweb*, 24 januari 2018).

Gratis

Uit het onderzoek van Riseeuw blijkt ook dat consumenten nog steeds denken dat advies gratis is. Riseeuw: "Er wordt nog vaak geen nota gestuurd als er geen product wordt afgesloten. (...) En wat gratis is, heeft geen waarde. Veel adviseurs zijn er nog niet in geslaagd om de waarde van hun dienst uit te dragen." Datzelfde geldt voor het in rekening brengen van nazorg. Ook daar 'worstelt' de adviseur mee. Het lukt adviseurs maar niet om een door klanten geaccepteerd verdienmodel op te zetten. Terwijl de klant wel elk jaar naar de tandarts gaat of zijn auto naar de APK-keuring brengt.

Rosenbrand: "Mensen zijn minder bereid te betalen voor advies, omdat ze de toegevoegde waarde niet zien. Wij zeggen: Maak het wettelijk, die onafhankelijke analyse. Adviseren op basis van een groter assortiment leidt ertoe dat de consument een kwalitatief beter passend product krijgt. Dan kun je als adviseur dus ook beter je toegevoegde waarde laten zien."