



Eerlijk zijn over vertrouwen

Een reactie van tussenpersonen op het document
“Terug naar vertrouwen” van het Verbond van
Verzekeraars voor de kabinetsperiode 2010-2014



ATP

Inhoud

Inleiding

Tussenpersonen vernieuwen

1. De klant centraal: versterking van de positie van de consument

- Intermediaire distributie
- Klantgerichtheid en transparantie
- Financiële educatie consument
- Minder kosten, helder inzicht

2. De kredietcrisis en de gevolgen daarvan voor de consument

3. Wonen

4. De klant aan het stuur, niet de verzekeraar

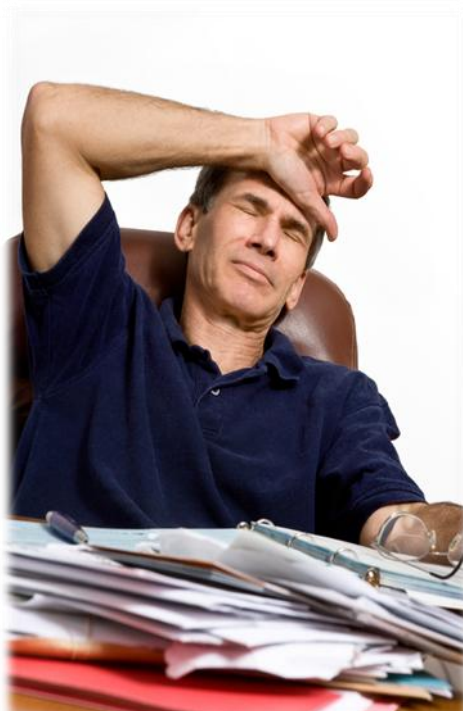
Colofon

Inleiding

Op 9 juni 2010 zijn de verkiezingen voor de Tweede Kamer. Kernpunten voor ons toekomstig kabinet zijn; het terugdringen van een enorm begrotingstekort en het behouden van zoveel mogelijk koopkracht en werkgelegenheid.

De door banken en verzekeraars veroorzaakte kredietcrisis, de rendements-honger van pensioenverzekeraars en de dreiging van een staatsschuldcrisis, hebben het vertrouwen bij consumenten ernstig beschadigd.

Vooraf de woekerpolis, de woekerhypotheek, torenhoge kosten voor diensten van verzekeraars en tegenvallende beleggingsresultaten in combinatie met miljoenenbonussen voor banken en verzekeraars hebben consumenten financieel fobisch gemaakt.



De consument krijgt er hoofdpijn van

Ook de tussenpersoon is hier debet aan. Verleid met bonussen, reisjes en mooie cadeaus, werd veel te weinig naar de kwaliteit van een verzekeraar en/of product gekeken. Het advies was vaak onder de maat en het eigen belang of het belang van de verzekeraar ging vaak boven die van de consument.

Voor de komende kabinetsperiode voorspelt het CPB een zeer bescheiden economische groei. De uitgaven van de overheid moeten sterk teruggedrongen worden en tegelijkertijd moet de werkgelegenheid zoveel mogelijk worden behouden. Banken, verzekeraars en tussenpersonen moeten in deze omstandigheden alles in het werk stellen om het vertrouwen van de consument terug te winnen en de kwaliteit van het financieel advies zo hoog mogelijk te houden tegen zo laag mogelijke kosten.

100% transparantie in de **volledige** bedrijfskolom en een gecontroleerd gelijk speelveld tussen verzekeraars, banken en tussenpersonen is essentieel en legt de basis om financiële rust in deze onzekere tijden terug te brengen bij consumenten.

Het vertrouwen herstellen bij de consument is sterk verbonden met de vertrouwensrelatie tussen banken, verzekeraars en tussenpersonen. Vooral op het laatste terrein is heel veel te herstellen. Daar moeten wij eerlijk over durven zijn.



Tussenpersonen Vernieuwen

Tussenpersonen zien als nooit tevoren het belang van een vertrouwensrelatie tussen consument en tussenpersoon. Door de geringe interesse bij consumenten in verzekeringen en financiën, is deze het meest gebaat bij een 100% onafhankelijk werkende tussenpersoon die hij volledig kan vertrouwen.

Het is ook onze overtuiging dat loondienstorganisaties bij grote verzekeraars en balieadviseurs bij banken niet de gewenste transparantie kunnen bieden waar consumenten in de huidige marktomstandigheden recht op hebben. Al was het maar vanwege het feit dat deze groep adviseurs niet of beperkt hun kosten van advies openbaar hoeven maken. Dat is niet het gelijke speelveld dat zo noodzakelijk is voor een goede transparantie.

In de laatste vijf jaar heeft geen enkele beroepsgroep zich zo getransformeerd als de groep van onafhankelijke tussenpersonen.

In deze periode zijn de volgende concrete verbeteringen doorgevoerd.

- Een advieswijzer werd geïntroduceerd (document waarin wordt uitgelegd wie de tussenpersoon is en wat van hem/haar verwacht mocht worden)
- De provisie balansregel werd doorgevoerd (slechts een deel van de provisie mocht ineens worden uitgekeerd en een deel gedurende de looptijd van de verzekering)
- Er is Permanente Educatie ingevoerd, waarbij tussenpersonen jaarlijks hun expertise moeten aantonen en actualiseren op alle adviesgebieden.
- Er is een veel intensievere controle door de AFM, hetgeen o.a. heeft geresulteerd in een toename van toezichtskosten van ruim 60% over de laatste twee jaar alleen al.
- Er wordt een verplicht jaarlijks self-assessment opgeleverd om het volledige bedrijfsbeleid van de tussenpersoon door te lichten.
- Tussenpersonen betalen sterk toegenomen kosten voor een verplichte aansluiting bij het Kifid (Klachteninstituut Financiële Dienstverlening) en voor een beroepsaansprakelijkheidsverzekering, waarbij dekkingen sterk zijn verhoogd.
- Tussenpersonen hebben als eerste en enige in de branche geen enkele bonusregeling in geld of natura meer. Daarmee lopen zij ver vooruit op de bonuscultuur van banken en verzekeraars.
- Tussenpersonen werken sinds 2009 met volledige kostentransparantie voor hun werkzaamheden. Deze kosten worden ook schriftelijk bevestigd aan de klanten.
- Tussenpersonen werken sinds 2009 met een dienstverleningsdocument waarin klanten voor het advies worden geïnformeerd over de wijze waarop een tussenpersoon kosten maakt en in rekening brengt aan de consument.

- Tussenpersonen ontwikkelden diverse keuzemodellen voor verrekening van advies aan de consument. Directe provisie, doorlopende provisie, declaratie en abonnementen.
- Introductie van klantprofiel en risicoprofiel alsmede procesmatige aanpak adviestraject en adequate vastlegging daarvan.
- Indien tussenpersonen op provisiebasis werken, moeten zij in het dossier vastleggen dat deze beloning in verhouding staat tot de geleverde dienst (inducement norm).
- Tussenpersonen hebben bovengemiddeld geïnvesteerd in ICT om aan de verdere eisen van verzekeraars te voldoen. Zo is de bewaarplicht van legitimaties en originele aanvragen neergelegd bij de tussenpersoon, zijn zij meer en meer verantwoordelijk voor de initiële verwerking van schades en wordt een hoger kennisniveau verwacht van de tussenpersoon, omdat verzekeraars sterk besparen op hun buitendienstondersteuning.

Deze enorme transformatie heeft geleid tot een sterk verhoogde klantfocus. De keerzijde is dat het ook een enorme wissel heeft getrokken op de financiële huishouding van de tussenpersoon en dat de relatie tussen verzekeraar en tussenpersoon snel is verslechterd.

Veruit het grootste deel (80%) van deze sector bestaat uit kleinere bedrijven (tot 5 mensen). Door de sterk toegenomen kosten van educatie, toezicht, het verdwijnen van bonussen en het versoberen van provisieregelingen is de gemiddelde winst al met ca. 25% gedaald.

Wanneer daar de effecten van een ingestorte leven- en hypotheekmarkt bij worden opgeteld, loopt de daling op tot 50% en meer. Niet voor niets zijn in 2009 de meeste faillissementen ooit gerigistreerd in deze branche. Gelet op de economische vooruitzichten van het CPB, mag voor de komende kabinetsperiode ook geen sterk herstel worden verwacht. Er wordt dan ook al gesproken over het verdwijnen van ruim 30% van alle tussenpersonen in de markt. Dit zal de toegankelijkheid van advies sterk verschromen.

De tussenpersoon is ook veel kritischer geworden naar verzekeraars en banken. Zo vindt zij het onbegrijpelijk dat op consumentenniveau volledige inzage in kosten van de tussenpersoon moet worden gegeven, maar dat kosten van verzekeraars en banken in veel situaties uiterst ondoorzichtig blijven. Een belangrijk breekpunt in het vertrouwen tussen banken, verzekeraars en tussenpersonen is ook het feit dat de prijzen voor de consument, ondanks de lagere provisies en verdwijnen van bonussen, hetzelfde zijn gebleven. De consument profiteert dus helemaal niet van de versobering van inkomsten bij tussenpersonen.

Toch is er bij tussenpersonen nog een grote wilskracht om de onafhankelijke rol van tussenpersoon tussen consument en verzekeraar te willen blijven invullen. Dit vindt zijn oorsprong in het feit dat vooral de kleinere regionaal opererende tussenpersoon nog veel vanuit een passie voor het vak consumenten adviseert.

In de laatste vijf jaar heeft de tussenpersoon als geen andere beroepsgroep bewezen te willen leren van fouten uit het verleden en heeft daartoe drastische en pijnlijke beleidsveranderingen doorgevoerd. Wij doen dan ook een nadrukkelijk beroep op de politiek om ons de gelegenheid te geven in de komende kabinetsperiode te laten zien wat deze transformatie voor de klant oplevert.

De voorgestelde verandering op verandering op verandering die de verzekeraars nu voorstaan met het CAR (Customer Agreed Remuneration) model, ofwel "een door de klant goedgekeurde beloning", is een idee van verzekeraars en niet van consumenten of tussenpersonen! En dat is merkwaardig als je als verzekeraar roept dat de klant centraal staat.

CAR is een modeverschijnsel dat is overgewaaid uit Engeland en daar absoluut niet een succesvol bewezen concept is. In Engeland blijkt een van de grootste bezwaren te zijn dat advies niet meer laagdrempelig toegankelijk wordt voor grote groepen van consumenten. Met name de groep consumenten die financieel kwetsbaarder zijn. Met CAR wordt de kern van verzekeringen (draagt elkanders lasten) overboord gegooid. Vooral voor simpele producten is al aangetoond dat CAR zelfs kostenverhogend werkt. **Het is een systeem voor de rijken.**

Het is de overtuiging van tussenpersonen dat een hybride beloningsmodel in combinatie met beloningstransparantie voor de consument de beste mogelijkheden biedt tot een objectief advies en een laagdrempelige toegang tot advies. Banken en verzekeraars zouden zich in deze discussie veel meer dienstig moeten opstellen naar de tussenpersoon in plaats van zelf het voortouw nemen in de beloningsdiscussie.

Verzekeraars geven zelf aan dat beloning voor advies iets is tussen consument en tussenpersoon. Laat de verzekeraar dit dan ook faciliteren met diverse beloningsmodellen, waaronder directe en doorlopende provisie.

Het is zeer in het belang van de consument dat zijn advieskosten gespreid kunnen worden over de looptijd van een verzekering, waarbij de tussenpersoon wel direct kan worden beloond voor de initiële fase (klantprofiel, risicoprofiel, inventarisatie, analyse, offerte, aanvraag, verwerking aanvraag) van het advies. Traditioneel worden dan de meeste uren gemaakt door een tussenpersoon. Het voorfinancieren van die advieskosten, mits tegen een marktconforme rente, is een typische verantwoordelijkheid van banken en verzekeraars en onderstreept ook hun maatschappelijke betrokkenheid voor een goed en toegankelijk advies. Sterker nog, bij hun eigen loondienstverkopers wordt dit voorfinancieringsmodel ook toegepast.



1. De klant centraal: versterking van de positie van de consument

Het beleid van de tussenpersoon is er op gericht om consumenten volledige transparantie te kunnen bieden waar het gaat om beloning, productspecificaties, rendement en risico en kosten van banken en verzekeraars.

Alle wettelijke wijzigingen in de laatste vijf jaar hebben een zeer sterke focus gehad op met name de beloning van de tussenpersoon. Die is dan ook sterk versoberd. Maar de consument ziet dit nog niet terug in de prijs. Banken en verzekeraars moeten daarom de komende jaren zich vooral focussen op verbeteringen binnen de eigen muren. Transparantie in eigen kosten, transparantie in producten en achterliggende beleggingsfondsen en transparantie van kosten in eigen verkoopnetwerken en internetsites.

Het is een onwenselijke situatie dat bij het afsluiten van een hypotheek bij een bank of bij een loondienstagent van een verzekeraar de kosten slechts gedeeltelijk of helemaal niet inzichtelijk worden gemaakt voor de consument, daar waar een onafhankelijk tussenpersoon dit wel moet doen. Een consument kan dan geen transparant vergelijk maken van de kosten.

Intermediaire distributie: de klant aan het stuur

De omschrijving die het Verbond geeft onder dit hoofdstuk is grotendeels in overeenstemming met hoe tussenpersonen hier tegen aan kijken. Het grote verschil in inzicht is echter dat dit al wordt bereikt met de huidige regelgeving.

Een consument bepaalt al hoe de beloning wordt berekend en verrekend. Kosten worden van te voren al inzichtelijk gemaakt en de uiteindelijke kosten worden altijd schriftelijk bevestigd.

Er is slechts één verschil met CAR. De schadeverzekeringen (opstal, inboedel, aansprakelijkheid, rechtsbijstand etc.) vallen nog niet onder de huidige beloningsregelstransparantie. Al vele tientallen jaren werkt deze markt uitsluitend met doorlopende provisies, waardoor geen sprake is van perverse prikkels. Ter illustratie: een gemiddeld schadepakket kost € 60,00 per maand. Hierop wordt gemiddeld 20% provisie betaald. Dat is € 12,00 per maand. Verzekeraars kunnen deze kosten simpel op de polis specificeren!

Naast het onderbrengen van schadeverzekeringen onder CAR (in Engeland is overigens al aangetoond dat CAR voor deze productcategorie alleen maar kostenverhogend werkt voor de consument) is er verder geen enkele reden te bedenken waarom CAR beter zou zijn dan het huidig werkende model. Althans, niet voor de consument of de tussenpersoon.....

Klantgerichtheid en transparantie

Tussenpersonen onderschrijven de doelstelling van verzekeraars op dit punt. Wij zien wel een groot verbeterpunt. Alle initiatieven die de laatste jaren zijn ontstaan, komen uit de koker van de wetgever. Verzekeraars hebben slechts een uitvoerende rol daar in gehad.

Tussenpersonen zouden graag zien dat er systemen komen waarbij veel meer vanuit consumenten – en tussenpersoonbehoefte informatievoorziening wordt ontwikkeld. Banken en verzekeraars doen er daarom verstandig aan veel meer te investeren in de dialoog en de samenwerking met tussenpersonen. Nu verloopt dat nog hoofdzakelijk via accountmanagers die tenminste 3 managementlagen door moeten om resultaat te boeken, hetgeen dan ook zelden lukt.

Transparantie en klantgerichtheid voor de consument vraagt om korte lijnen in communicatie tussen verzekeraar en tussenpersoon en het borgen van procedures om kwalitatieve input van tussenpersonen snel op de juiste plek te krijgen.

Financiële educatie

Alhoewel tussenpersonen de doelen van verzekeraars onderschrijven, zien zij van de inspanningen van verzekeraars in de praktijk nog te weinig terug. De kennis bij consumenten van financiële producten blijft op een veel te laag niveau. Deze situatie wordt alleen maar erger wanneer het CAR model wordt doorgedrukt. Immers advies op uurbasis wordt dan gemeengoed en wanneer je niets van financiële producten weet, moet er ook heel veel worden uitgelegd. Dat jaagt de consument enorm op kosten. En dan hebben wij het nog niet eens gehad over de kostenstijging door 19% BTW bij advies op uurbasis. Provisie is BTW vrij.

Overigens zien wij steeds meer tussenpersonen hun verantwoordelijkheid nemen op het punt van educatie. Zo zijn er al diverse boeken op de markt gebracht die wezenlijk bijdragen aan de financiële kennis van consumenten. Goede voorbeelden hiervan zijn;

Financieel slim in 6 stappen, en
Een huis kopen, voorkom een drama.

Maar ook op websites van tussenpersonen en op YouTube ontstaan initiatieven die hier op inspelen. Wij zouden graag zien dat banken en verzekeraars dit veel meer in gezamenlijke verantwoordelijkheid met tussenpersonen en de overheid oppakken. Een integrale aanpak levert aantrekkelijke synergie voordelen op.

Minder kosten, helder inzicht

Tussenpersonen maken zich grote zorgen over de sterk stijgende kosten op alle fronten. Deze kosten worden doorberekend aan de consument. Een betere samenwerking tussen verzekeraars onderling kan sterk bijdragen tot lagere kosten.

Zo werken de meeste verzekeraars nog steeds met eigen extranetten, aanvraagformulieren en gezondheidsverklaringen en bestaan er grote verschillen in beloningsvormen, administratieve eisen, sterk verschillende acceptatieprocessen, papierintensieve informatieprocessen, etc. Normering daarvan, desnoods opgelegd door de overheid, kan tot enorme kostenreductie leiden. Tot op de dag van vandaag is de zogenaamde straight through processing (bij de klant een aanvraag invullen die direct digitaal wordt doorgeschoten naar de verzekeraar en bijgewerkt in het klantmanagementsysteem van de tussenpersoon) nog in een beginfase.

Een ander belangrijk verbeterpunt is de toegankelijkheid tot de systemen van een verzekeraar door een tussenpersoon. Het is toch absurd dat een consument tegenwoordig via allerlei aantrekkelijke websites een product rechtstreeks kan bekijken en eventueel kan sluiten bij een verzekeraar, maar wanneer een tussenpersoon wil bemiddelen voor een verzekeraar er een keiharde omzet eis op tafel wordt gelegd? Geen omzet, geen toegang. Vervolgens worden tussenpersonen doorverwezen naar allerlei kostenverhogende tussenschakels met veel te beperkte kennis van zaken.

Een onafhankelijk tussenpersoon moet onbeperkt en gratis toegang hebben tot alle verzekeraars die er zijn in Nederland. **Dat zou wettelijk verankerd moeten worden.** Tussenpersonen kunnen op die manier veel meer producten meenemen in hun analyse. Dat komt de consument uiteindelijk ten goede.

Tenslotte constateren wij dat de kosten van toezicht, permanente educatie, keurmerken, beroepsaansprakelijkheidsverzekeringen en juridische kosten de pan uit rijzen voor de tussenpersoon. Wij hopen hiervoor voldoende aandacht te kunnen vragen in een nieuw kabinet. Onze beroepsgroep is goed voor minimaal 20.000 arbeidsplaatsen en levert een structurele bijdrage aan het welzijn van consumenten op de korte en de lange termijn.



2. De kredietcrisis en de gevolgen daarvan voor de consument

Als tussenpersoon hebben wij een focus op de kredietcrisis vanuit de ervaring zoals wij die horen van consumenten. Naast consumenten die hun baan hebben verloren door de crisis is de crisis met name merkbaar op de huizenmarkt met dalende prijzen. Vooral de groep met tophypotheeklen die gedwongen moeten verkopen worden hierdoor zeer zwaar geraakt.

Het steekt tussenpersoon dat banken/verzekeraars, ondanks het soepele monetaire beleid van de Centrale Bank en de enorme financiële injecties van de overheid, liever hun geld investeren in het opkopen van staatsobligaties dan een concurrerende markt creëren voor hypotheekzoekers.

De winststopslag die nu nog steeds voor hypotheeklen wordt gehanteerd zou veel strenger moeten worden aangepakt door de nieuwe regering. Dat zou een enorme impuls voor de hypotheekmarkt en de economie zijn.

Het spreekt meer in het algemeen voor zich dat strengere eisen stellen aan verzekeraars en banken wel het minste is wat de regering kan doen om herhaling van de kredietcrisis te voorkomen. Tot welk niveau dit moet is een zaak tussen de regering en banken en verzekeraars.

Waar wij als tussenpersoon tegen in opstand komen is de opmerking van het Verbond in het gelijknamige hoofdstuk van hun document, waarin zij wederom het beloningsbeleid aanstippen. Wij vinden het buitenproportioneel dat het Verbond het beloningsbeleid van tussenpersonen in verband lijkt te willen brengen met de kredietcrisis.

Mogen wij u er aan herinneren dat de kosten van de verzekeraar over de hele looptijd van de polis vele malen hoger zijn dan de kosten van de bemiddelaar? Laat de verzekeraars dus nu eerst naar hun interne kosten kijken en voorlopig even afblijven van de beloning van de tussenpersoon.

In de ogen van tussenpersonen is de consument in deze crisis nu vooral gebaat bij financiële rust. Wij doelen dan op de vele fiscale wijzigingen in de afgelopen jaren. Het via allerlei omwegen beperken van hypotheekrenteaftrek, de zware gevolgen van de wet VPL, het beperken van fiscale aftrekposten, etc.

Maar ook het versoberen van nabestaandenpensioenen, de twijfel over de waardevastheid van het pensioen, de steeds maar tegenvallende beleggingsresultaten. Het kost tussenpersonen ongelofelijk veel energie om dit in goede banen te leiden en werkt alleen maar kostenverhogend voor de consument. Met de geplande bezuiniging van 30 miljard, pleiten wij voor zoveel mogelijk rust op terreinen waar al zoveel is veranderd.

3. Wonen

In het voorgaande hoofdstuk hebben wij hier al de nodige aandacht aan besteed. De veel te hoge opslag op hypotheekrentes van banken zet de markt op slot en de strengere eisen voor hypotheekverstrekking versmallen de markt nog verder. Op korte termijn drastische maatregelen doorvoeren kan de markt tot een crash brengen.

Wij onderschrijven de visie van het Verbond over de hypotheekrenteaffrek en willen daar aan toevoegen dat het aanpakken van de hypotheekrente op de langere termijn als onderdeel moet worden gezien van een totale aanpak voor de woningmarkt in Nederland. Daar hoort ook bij de overdrachtsbelasting, het huurwaardeforfait, andere fiscale faciliteiten, de subsidie van de huurmarkt, de ontwikkeling van de grondprijzen etc. Met andere woorden duurzame verandering.

4. De klant aan het stuur, niet de verzekeraar.

Tussenpersonen zijn in de afgelopen jaren flink door het stof gegaan om hun branche op te schonen en zich voor te bereiden op een nieuwe toekomst. Er staat inmiddels een nieuwe generatie adviseurs die op basis van transparantie en eerlijke beloning de consument terzijde willen staan met producten die veilig, duidelijk en goedkoop zijn.

Een essentieel aandachtspunt is niet meer de tussenpersoon maar de verzekeraar en de relatie tussen verzekeraar en tussenpersoon. Deze relatie heeft onder alle veranderingen van de laatste jaren ernstig te leiden gehad. Er moet een nieuwe balans worden gevonden. Daar waar de relatie tussen verzekeraar en tussenpersoon vroeger kwantitatief was gericht, moet die nu kwalitatief gericht worden. Dominantie moet plaatsmaken voor interactie.

Daarnaast hebben verzekeraars een veel betere lobby bij de overheid dan tussenpersonen, waardoor regelmatig een te eenzijdig beeld van de markt wordt geschetst in de politiek. Juist vanwege de kleinschaligheid van tussenpersonen laat deze branche zich moeilijk verenigen.

Een betere samenwerking tussen regering, verzekeraars en tussenpersonen is uiteindelijk altijd in het voordeel van de klant. Een discussie over CAR die nu geheel buiten tussenpersonen om wordt gevoerd is zeer onwenselijk. CAR is voor de rijken en tast het solidariteitsprincipe aan waarmee ons land groot is geworden.

Wij hopen dat de nieuwe regering inziet dat een goede inventarisatie van inzichten bij zowel banken, verzekeraars als tussenpersonen een waarborggarantie is voor een meer gedragen beleid, snellere implementatie en meer voordeel, transparantie en rust bij de consument. Dan zal die consument ook met een gerust hart het stuur van ons willen overnemen.

Colofon

Eerlijk zijn over vertrouwen is een uitgave van een onbekende tussenpersoon in reactie op het document 'Terug naar Vertrouwen' van het Verbond van Verzekeraars.

Deze uitgave is beschikbaar gesteld aan tussenpersonen om, als zij de inhoud van deze uitgave ondersteunen, de uitgave te kunnen doorsturen naar de politiek om een ander geluid te laten horen dan die van het Verbond.

Deze uitgave wil duidelijk maken dat de uitgave van het Verbond op belangrijke punten afwijkt van de visie van tussenpersonen, hetgeen verontrustend is omdat juist een goede samenwerking tussen deze partijen de route opent naar het perfecte en betaalbare advies voor consumenten.

Mocht de politiek dit document verder willen bespreken, dan adviseert de schrijver van dit document contact op te nemen met de Commissie WFD/WFT en/of Fidin.

Delen van de uitgave 'Terug naar Vertrouwen' van het Verbond van Verzekeraars zijn in deze uitgave gebruikt, hetgeen is toegestaan onder voorwaarde van bronvermelding.