

Tussenpersoon moet klant zeggen hoeveel provisie hij ontvangt

Intermediairs moeten hun klanten vertellen hoeveel provisie ze krijgen voor de schadeverzekeringen die ze adviseren. Daarvoor pleit toezichthouder AFM, gesteund door het Verbond van Verzekeraars en de Consumentenbond. Maar dat is tegen het zere been van financieel adviseurs, die transparantie onnodig belastend vinden en vrezen klanten te verliezen.



Ook

hypotheekadviseurs dreigen hun klanten actief te moeten vertellen hoeveel provisie ze krijgen als ze een verzekering verkopen. Foto: Peter Hilz /HH

Vijf jaar na invoering van het provisieverbod op complexe producten als hypotheek en inkomensverzekeringen, ligt een nieuwe provisie onder vuur: die op schadeverzekeringen. Dit keer willen critici geen verbod, maar actieve openheid over de commissies die tussenpersonen ontvangen op bijvoorbeeld een inboedelverzekering. Adviseurs krijgen van de verzekeraar jaarlijks zo'n €20 op elke €100 schadepremie, zo lang de verzekering loopt. Dat vertellen ze de klant niet.

Indirect in premie verwerkt

Er zijn 'geen redenen in het belang van de klant' te bedenken voor het stilhouden van die provisie, *vindt de AFM*. Openheid zal consumenten duidelijk maken welk bedrag zij indirect via de premie betalen en ze in staat stellen hun adviseur te vragen welke dienstverlening er tegenover staat. De gedragstoezichthouder schreef dat vorige maand in reactie op een nieuwe Europese richtlijn voor de distributie van verzekeringen, die uiterlijk 23 februari 2018 moet ingaan.

20%

Percentage dat tussenpersonen krijgen op elke €100 schadepremie die ze verkopen

In die richtlijn is nu opgenomen dat tussenpersonen alleen openheid hoeven te geven over hoogte van de provisie als de consument daar specifiek om vraagt. Dat gaat de AFM niet ver genoeg. Ze vreest dat alleen mondige klanten die vraag durven stellen en wil dat de richtlijn in Nederland wordt aangepast.

Steun Consumentenbond

De AFM kreeg direct bijval van het Verbond van Verzekeraars. Afgelopen week kwam daar steun van de Consumentenbond bij. 'We weten dat consumenten zelf niet vragen hoeveel provisie een bemiddelaar krijgt, terwijl dat wel waardevolle informatie kan zijn', zegt directeur Bart Combée.

Maar financieel adviseurs en hun brancheorganisaties verzetten zich tegen het verplicht altijd vertellen hoe hoog de provisie is. Voor hen kwam de oproep van de AFM als een verrassing. 'Zonder overleg met de branche, zonder onderzoek naar de noodzaak of het effect van zo'n maatregel', zegt directeur Enno Wiertsema van Adfiz, de grootste brancheclub van financieel adviseurs (1250 leden).

'Geen excessen'

'Er zijn geen problemen of excessen met provisies op schadeverzekeringen', zegt Colinda Rosenbrand van de OvFD, branchevereniging van o.a. hypotheekadviseurs (600 leden). 'Wij zien de noodzaak gewoon niet.'

'Ik kies bewust niet voor verdergaande transparantie-eisen omdat ik een dergelijke maatregel disproportioneel zwaar vind voor de markt van schadeverzekeringen'

- Toenmalig minister Jan Kees de Jager (Financiën) in 2011 aan de Kamer

Wierstema valt haar bij: 'Op sommige complexe producten zaten vroeger torenhoge provisies. Maar bij schadeverzekeringen is daar geen sprake van.' Van de provisie wordt volgens hem behalve het advies ook hulp bij afhandeling van schade betaald.

Eens met Jan Kees de Jager

Hij wijst op een opmerking van oud-minister Jan Kees de Jager (Financiën), [in een brief uit 2011](#) over het provisieverbod. 'Ik kies bewust niet voor verdergaande transparantie-eisen omdat ik een dergelijke maatregel disproportioneel zwaar vind voor de markt van schadeverzekeringen', schreef hij. Die markt noemde De Jager 'concurrerend' en zonder 'excessen'.

‘De AFM wil weer het braafste jongetje van de klas zijn’

- Enno Wiertsema van branchevereniging Adfiz

Het provisieverbod heeft als effect dat consumenten nu al minder geneigd zijn om advies in te winnen over complexe producten als arbeidsongeschiktheidsverzekeringen, merkt de branche. Klanten zouden geen zin hebben direct te betalen voor advies. Wiertsema vreest dat de minder geïnformeerde consument straks ook wegblijft voor advies over schadeverzekeringen, of alleen maar op de kosten gaat letten.

Braafste jongetje

De Europese richtlijn was juist 'heel gebalanceerd' en bedoeld om een gelijk speelveld te creëren voor verzekeraars en adviseurs in de EU, zegt hij. 'Nu wil de AFM weer het braafste jongetje van de klas spelen.' Hij pleit ervoor dat de richtlijn in Nederland niet alsnog wordt verzaamd.