

MET GOED ADVIES ZIJN FOUTE PRODUCTEN TE WEREN

door NATASJA DE GROOT

AMSTERDAM – Tussenpersonen moeten een cruciale rol spelen in het behoeden van consumenten voor een nieuwe generatie 'foute' financiële producten, zoals een volgende woekerpolisaffaire. Die verantwoordelijkheid moeten ze ook nemen om te overleven, stelt onderzoeker Fred de Jong. Dinsdag promoveert hij aan de Universiteit van Amsterdam op de rol van het intermediair bij het marktfalen.

Hoewel De Jong tussenpersonen er flink van langs geeft in zijn promotieonderzoek – door ze als spin in het web te beschouwen bij de massale afzet van miljoenen woekerpolissen in ons land – ziet hij een wereld zonder assurantiekan-
toren niet voor zich. „Als de banken en verzekeraars in de toekomst alleen nog rechtstreeks financiële producten aan de klant zouden verkopen, zonder inmenging van het intermediair, blijft marktfalen zeker bestaan. Tussenpersonen kunnen door goede advisering voorkomen dat er nog langer foute producten bij klanten terechtkomen.”

Bovendien blijven intermediairs volgens de deskundige nog om een andere reden hard nodig: financieel analfabetisme. Hoe hard het ook bestreden wordt via onderwijs of door financiële partijen zelf, het blijft bestaan en daarmee ook behoefte aan uitleg en advies.

„Op internet valt veel informatie te vinden, een simpele auto- of inboedelverzekering kun je gemakkelijk online afsluiten. Maar een hypotheek is een ander verhaal. Het is complexere materie, je gaat een contract voor een lange tijd aan. Als huizenkoper wil je je goed laten voorlichten over wat de meest geschikte hypotheek zijn en de risico's. Daar ligt een taak weggelegd voor onafhankelijke adviseurs.”

In het verleden zijn veel tussenpersonen die taak uit het oog verloren, meent de Veenendaalse onderzoeker. Na een onderzoek van zes jaar concludeert hij dat zij zijn doorgeslagen in hun zucht naar bonussen en provisies en daarbij het belang van het bedienen van de klant op de tweede plaats hebben gesteld.

„Maar”, zo nuanceert hij, „die tendens was vooral te zien bij partijen die zich op de levensmarkt stortten, omdat daar goud geld te verdienen viel. Bij de eenmanszaken, de zogeheten 'papa-mama'-kantoren die vandaag de dag nog 30 tot 40% van de markt uitmaken, bleef de focus liggen op de simpele schadeverzekeringen en waren hypotheek en beleggingsverzekeringen veel meer de kers op de taart.”

De Jong juicht een scheiding tussen eenvoudige schadeverzekeringen en complexe financiële producten, zoals minister De Jager van Financiën onlangs heeft voorgesteld aan de Tweede Kamer, dan ook van harte toe. De bewindsman wil vanaf 2013 bij complexe, risicovolle producten (zoals hypotheek, levensverzekeringen en beleggingsverzekeringen) een provisieverbod instellen. Dit is ook de belangrijkste aanbeveling die de onderzoeker doet. Uit zijn promotieonderzoek komt namelijk een duidelijk verband naar voren tussen het

marktfalen en het gedrag van tussenpersonen, en door een provisieverbod in te stellen bij complexe producten zou dit falen volgens hem fors teruggedrongen kunnen worden.

„Als je terugkijkt op de afgelopen vijftien jaar, dan zijn er telkens misstanden te signaleren, of het nu gaat om berekening van hoge kosten of slechte advisering over producten. De oorzaak is altijd terug te voeren op de ongezonde relatie tussen de verzekeraars en tussenpersonen. Verzekeraars hebben de producten bedacht, zij kwamen met de hoge provisies aanzetten om tussenpersonen te verlekkeren. En het waren vervolgens de tussenpersonen die zich door die belo-



FRED DE JONG

factuurje' vindt De Jong zeer onverstandig. Consumentenbescherming moet ergens op houden, anders blijft ook de consument risicovol gedrag vertonen.

In dat verlengde verwacht hij dat er vergelijkingsstudies voor tussenpersonen komen, die aangeven hoe een assurantiekanthoor scoort op prijs en kwaliteit. Dan kunnen consumenten daarop hun keuze maken voor dienstverlening en weten zij wat voor prijs zij daarvoor moeten betalen.

Uiteindelijk gaan de komende jaren duizenden assurantiekanthoren over de kop, voor-
spelt De Jong. Voor 2005 telde Nederland nog 22.000 tot 23.000 kantoren, inmiddels ligt dat aantal volgens cijfers op ruim 9000 kantoren. „Voor de oorlog was het de melkboer die de verzekeringspremie aan de deur kwam innen. Toen telde Nederland maar liefst 60.000 verzekeringsagenten. Tegenwoordig zijn er in ons land nog altijd meer tussenpersonen dan huisartsen. Dat hoeft op zich niet verkeerd te zijn, maar het is wel cruciaal dat er strengere regels gelden, zodat niet iedereen zomaar een kantoor kan beginnen.”

ningsprikkels lieten leiden.”

Dat het zo scheef heeft kunnen groeien in de verzekeringswereld, is volgens de promovendus het gevolg van de grote macht van een handjevol financiële partijen in ons land. Gezamenlijk hebben de concerns achter ING, Delta Lloyd, Achmea en ASR 70 tot 80% van de markt in handen.

„In het verleden, toen het internet nog niet bestond en banken en verzekeraars gescheiden leefden, waren de financiële instellingen voor de afzet van verzekeringen compleet afhankelijk van het intermediair als distributiekanaal. Zij hadden de macht in handen. Door de komst van internet en de vorming van bank-verzekeraars is dat aan het verschuiven, mede door de komst van nieuwe verzekeraars als Inshared en direct writers. Hierdoor zien traditionele verzekeraars het intermediair ook niet meer als hét afzetkanaal.”

Dat De Jager overweegt om ook regels te stellen aan het werken op basis van 'uurtje

DFT 22/10/2012
Intermediair moet klant dienen