

## Ministerie van Financiën

> Retouradres Postbus 20201 2500 EE Den Haag

Voorzitter van de Tweede Kamer Staten-Generaal  
Postbus 20018  
2500 EA 's-Gravenhage

### **Directie Financiële Markten**

Korte Voorhout 7  
2511 CW Den Haag  
Postbus 20201  
2500 EE Den Haag  
[www.minfin.nl](http://www.minfin.nl)

### **Ons kenmerk**

FM/2013/454 U

### **Uw brief (kenmerk)**

2013Z03759

Datum

Betreft Kamervragen Van Hijum over provisieverbod

Geachte voorzitter,

Bijgaand treft u aan de antwoorden op de vragen van het lid Van Hijum (CDA) over de invoering van het provisieverbod.

Hoogachtend,  
de minister van Financiën,

J.R.V.A. Dijsselbloem

**2013Z03759**

**Directie Financiële Markten**

Vragen van het lid Van Hijum (CDA) aan de minister van Financiën over verwarring bij de invoering van het provisieverbod (ingezonden 27 februari 2013)

**Ons kenmerk**  
FM/2013/454 U

1

Bent u bekend met artikel "Verwarring bij provisieverbod"? 1)

**Antwoord**

Ja.

2

Wat zijn uw eerste bevindingen en die van de Autoriteit Financiële Markten (AFM) voor wat betreft de knelpunten bij de invoering van het provisieverbod sinds 1 januari 2013?

**Antwoord**

Het provisieverbod is per 1 januari 2013 in werking getreden en is een zeer ingrijpende maatregel voor alle financiële dienstverleners (banken, verzekeraars en adviseurs/bemiddelaars). Verdienmodellen van financiële dienstverleners zijn ingrijpend op de schop gegaan door de introductie van het provisieverbod, maar dat is niet voor niets. Het doel van het provisieverbod is een cultuuromslag te laten plaatsvinden. De gewenste cultuuromslag is van productgedreven verkoop naar klantgerichte advisering. Deze beweging vereist dat er ontvlechting plaatsvindt van taken en verantwoordelijkheden van aanbieders, adviseurs en bemiddelaars zodat sturingsmogelijkheden worden weggenomen. Cultuurveranderingen kosten echter tijd. Financiële dienstverleners dienen zelf te innoveren en in dit kader nieuwe bedrijfsmodellen/verdienconcepten te ontwikkelen, die goed aansluiten op de behoeften van de consument. Duidelijk is dat in deze verdienconcepten in ieder geval geen plaats meer is voor provisie van aanbieders aan bemiddelaars en adviseurs (voor wat betreft financiële producten waarvoor het provisieverbod van toepassing is) en dat deze verdienmodellen niet in strijd mogen zijn met het belang van de klant.

Ervaring met trajecten waar een ingrijpende cultuurverandering wordt nagestreefd, leert dat marktpartijen en consumenten enige tijd nodig hebben om hun weg te vinden en zich aan te passen aan de nieuwe situatie. Een periode van twee maanden waarin de eerste ervaringen worden opgedaan is in het algemeen te kort om van knelpunten te spreken. De AFM is uiteraard met marktpartijen in gesprek over de juiste toepassing van het provisieverbod.

3

In hoeverre is het volgens u mogelijk om ondanks het provisieverbod toch gratis advies te leveren? Wordt dan de scheiding tussen product en advies voldoende gewaarborgd? In hoeverre is het wenselijk dat de AFM naar het prijsniveau van de adviesproducten kijkt?

### **Antwoord**

Met het provisieverbod wordt een omslag beoogd van productgerichte verkoop naar klantgerichte advisering. Verdienmodellen inzake advisering die een prikkel tot productverkoop geven verhouden zich daar moeilijk toe. Het verdienmodel dient vooral te waarborgen dat de adviseur het belang van de klant centraal stelt.

Directie Financiële Markten

Ons kenmerk  
FM/2013/454 U

Bedrijfseconomisch gezien lijkt het gratis bieden van advies geen duurzaam bedrijfsmodel. Adviseren is een kennisintensieve activiteit waar aan een prijskaartje hangt. Het lijkt mij dan ook twijfelachtig dat advies gratis kan worden aangeboden en als het gebeurt lijkt het me onvermijdelijk dat dit de kwaliteit van het advies niet bevordert.

Het is mogelijk voor alle financieel dienstverleners om gratis oriënterende gesprekken te voeren met consumenten. In de oriëntatiefase kan de consument onderzoeken welke dienstverlening hij van welke financiële dienstverlener tegen welke kosten wil afnemen. In deze fase kunnen beide partijen globaal vaststellen of zij wat voor elkaar kunnen betekenen.

In de regelgeving in het kader van het provisieverbod is bepaald dat alle aanbieders in de oriëntatiefase inzichtelijk maken welke advies- en distributiekosten zij (gemiddeld maken) en zij dienen deze kosten ook rechtstreeks in rekening te brengen aan de klant. De advies- en distributiekosten mogen niet in de prijs van het product zijn verwerkt. Ik meen dat daarmee het scheiden van advies- en distributiekosten van productprijs voldoende is geregeld.

De AFM kan in individuele gevallen optreden tegen excessen in de vergoedingen, met behulp van de in de regelgeving vastgelegde kennelijke onredelijkheidsnorm. De AFM heeft verder geen bevoegdheden met betrekking tot het prijsniveau van dienstverlening. Dat is ook niet wenselijk, omdat daarmee de marktwerking zou worden belemmerd en differentiatie om de diversiteit aan klantbehoeftes te bedienen dan zou kunnen worden gefnuikt. Het is juist de bedoeling van het provisieverbod dat de markt op dit punt zijn werk doet: dat door transparantie prijsvorming wordt gedisciplineerd en een divers aanbod bestaat.

4

In hoeverre is het wenselijk dat er nu een soort tussenperiode ontstaat, zoals in het geval van Rabobank die haar no cure, no pay model pas op 30 juni a.s. invoert?

### **Antwoord**

Iedere partij moet voldoen aan de geldende wet- en regelgeving. Het betreffen echter nieuwe normen, waarop de markt zich nog aan het aanpassen is. Soms is sprake van interpretatievragen rond de afweging of een bepaald verdienmodel is toegestaan. De duidelijkheid daarover heeft de AFM pas recent kunnen bieden. De Rabobank heeft er, naar ik heb begrepen, zelf voor gekozen haar adviesmodel aan te passen naar aanleiding van constructieve gesprekken met de AFM. In tegenstelling tot wat de vraag suggereert, wordt het adviesmodel overigens zo aangepast dat niet langer sprake is van een "no cure, no pay"-model. Deze aanpassingen hebben grote implicaties voor de bedrijfsvoering. Het kost tijd om dit te verwerken in de systemen. Zo dienen ICT- en factureringssystemen te

worden aangepast en dienen adviseurs getraind te worden. Zonder in te willen gaan op individuele casuïstiek, is duidelijk dat diverse marktpartijen hun modellen nog aan het bijschaven of aanpassen zijn.

**Directie Financiële Markten**

**Ons kenmerk**  
FM/2013/454 U

5

Wat zijn de gevolgen van deze tussenperiode voor het gelijke speelveld? Wat vindt u daarvan?

**Antwoord**

Het gelijke speelveld wordt vooral bevorderd door de klant zo goed mogelijk te informeren over de dienstverlening en de kosten daarvan in een zo vroeg mogelijk stadium. Ook aanbieders dienen hun advies- en distributiekosten rechtstreeks bij de klant in rekening te brengen. Dat laat onverlet dat het voor zowel banken als het intermediair mogelijk is om gratis oriënterende gesprekken te voeren met consumenten, wat dat betreft is er dus een gelijk speelveld.

Het creëren van een volledig gelijk speelveld is overigens niet mogelijk, omdat het gaat om verschillende groepen financieel dienstverleners (intermediair en aanbieders), die van elkaar verschillen en dus ook niet volledig gelijk behandeld kunnen worden. Wel is in de bestaande wet- en regelgeving getracht zoveel mogelijk gelijke prikkels op te nemen, die ervoor dienen te zorgen dat alle financieel dienstverleners de gewenste cultuuromslag maken van een productgedreven verkoop naar een klantgerichte advisering.

6

Deelt u de mening dat de verwarring ten aanzien van het provisieverbod onwenselijk is? Zo ja, wat bent u van plan daar aan te doen?

**Antwoord**

Het provisieverbod is per 1 januari jl. in werking getreden. Het is niet onlogisch dat in de eerste periode na de invoering van een dergelijk ingrijpende maatregel vragen ontstaan over grijze gebieden rondom de maatregelen.

Het is daarnaast de verantwoordelijkheid van de sector zelf om consumenten goed voor te lichten en hen in staat te stellen goed geïnformeerde keuzes te maken voor bepaalde financiële dienstverlening en financiële producten.

De Autoriteit Financiële Markten heeft bovendien onder meer een meldpunt Financiële Markten waar consumenten terecht kunnen met vragen en een Ondernemersloket voor financiële dienstverleners met vragen. Ook is op de website van de AFM uitgebreide informatie voor zowel consumenten als financieel dienstverleners te vinden rondom de introductie van het provisieverbod.

Gelet op het bovenstaande meen ik dat er voldoende plaatsen zijn waar mensen met vragen rondom het provisieverbod terecht kunnen.