

Inleiding consultatiedocument Effectiviteit en gewenste mate van bescherming voor zzp-ers en mkb-ers bij financiële diensten en producten

In de praktijk zie ik geen noodzaak tot vergaande bescherming van zzp-ers. Het kader ontbreekt hiervoor. Het onderscheid in de dienstverlening tussen zakelijke diensten / producten en particuliere diensten/ producten is op dit moment al helder. Immers; er bestaan geen zakelijke arbeidsongeschiktheidsverzekeringen of zakelijke pensioenproducten voor zzp-ers. Deze producten vallen al onder het wettelijke kader en de kennisachterstand (of gebrek) van de zzp-er bij het afsluiten van deze producten is niet anders dan de particulier die een pensioenproduct afneemt of een werknemer die zich (aanvullend) wil verzekeren voor de gevolgen van arbeidsongeschiktheid. Dat wil niet zeggen dat ik geen voorstander ben van vergaande veranderingen.

Huidige situatie

In mijn praktijk (fiscaal/financiële dienstverlening voor ongeveer 50 zzp-ers en dga-ers), kom ik bij deze éénpitters alleen de volgende echt zakelijke producten tegen:

- Rekening courant bank
- Aansprakelijkheidsverzekering voor bedrijven
- Inboedel/inventaris/voorraad verzekering

Deze producten zijn dusdanig laagdrempelig of vallen al onder de huidige bescherming, dat een aanvulling hierop niet gewenst is. Dat zou naar mijn mening als “betuttelend” worden omschreven.

Verder is naar mijn mening de impact van rentederivaten in individuele gevallen schrikbarend, maar komt het maar bij ongeveer 1% van zzp-ers/mkb-ers voor. Het optuigen van vergaande bescherming van de volledige populatie is omgekeerd redeneren en excessief. De bron/kern van het handelen/denken/doen moet anders (conventies moeten worden doorbroken).

De uitgangspunten van de consultatie herken ik niet.

Waar wringt in de praktijk de schoen?

- 1) Particulier en zakelijk lopen door elkaar bij de zzp-er
- 2) Aanbieder en adviseur product wordt meestal uit dezelfde ruif betaald / productgedreven verkoop
- 3) Gebrek aan kennis en totaaloverzicht bij de aanbieder / productadviseur

1) Particulier en zakelijk lopen door elkaar

Bij de in de consultatie genoemde voorbeeldsituaties handelt de zzp-er namelijk voor zichzelf en niet in hoedanigheid van “zzp-er” of als “consument”. Terwijl in het aanbod van producten en daarmee de dienstverlening een strikt onderscheid wordt gemaakt tussen particuliere en zakelijke producten. Niet alleen in de financiële dienstverlening, maar ook bij grote partijen als telecomaanbieders. Daarmee is het aanbod van producten en diensten totaal niet gericht op de doelgroep

Voorbeeld 1: aanschaf van een laptop door een zzp-er:

- Is dit product nu particulier of zakelijk aangeschaft?
Particulier, want een zzp-er koopt juridisch gezien alles op persoonlijke titel
- Maar, wanneer de laptop nu (tevens) zakelijk wordt gebruikt, is het dan verzekerd op de inboedelverzekering?
Ehh, kleine-lettertjes-verhaal. Als de zzp-er aan huis werkt, zal het wel goedkomen; maar als de zzp-er op locatie werkt in een gehuurd kantoorpand is het maar de vraag of de laptop aldaar verzekerd is tegen brand/diefstal.

Voorbeeld 2: telefoonaansluiting voor de thuiswerkende zzp-er

- Zakelijk? Of gewoon particulier?
- Voor particulier zijn de opzegtermijnen geregeld onder het consumentenrecht, maar bij zakelijk is de aanbieder vogelvrij om (woeker-)overeenkomsten af te sluiten. Is dit in het belang van de doelgroep?

Voorbeeld 3: betaalrekening of zakenrekening

- Voor een particuliere rekening betaalt de klant nauwelijks bankkosten.
- Een zakenrekening kan qua kosten behoorlijk oplopen.
- Veelal betaalt de zzp-er ten laste van de zakelijk gebruikte bankrekening zijn inkomstenbelasting, AO premie, telefoonrekening; allemaal zaken die eigenlijk privé zijn en niets met zakelijke betalingen van doen hebben. Waarom moet de zzp-er kiezen tussen het een of het ander? Is dit in het belang van de doelgroep?

In alle voorbeelden geldt dat het aanbod van producten inside-out bedacht is en niet in het belang van de doelgroep is neergezet. Bij een zzp-er lopen privé en zakelijk nu eenmaal door elkaar. De interne inrichting (silo's, businessunits, etc) (lees: product denken) is bij de aanbieders in het beton gegoten. Hierdoor ontbreekt in de praktijk de kennis en ervaring om de doelgroep die balanceert tussen beide takken, goed te kunnen bedienen.

Voorbeeld 4:

- Toen ik bij Tele2 wilde omzetten van zakelijk naar particulier, moest ik eerst opzeggen bij zakelijk en vervolgens bij particulier een nieuwe overeenkomst. Intern switchen is niet mogelijk.
- Dat geldt ook voor betaalrekeningen. Switchen van particulier naar zakelijk, betekent het openen van een nieuwe zakelijke rekening.

Zowel in de dienstverlening als in de ontwikkeling van producten ligt hier een open terrein. En als dat wordt ingevuld zullen er automatisch producten en dienstverlening in het belang van de klant ontstaan.

2) Aanbieder en adviseur product worden nog steeds uit dezelfde ruif betaald / productgedreven verkoop

“Wij van WC-eend adviseren WC-eend”

Er mag dan wel een provisieverbod zijn, waardoor er minder vermenging is tussen aanbieder en adviseur, maar bij de bank en veel verzekeraars ontvangt de adviseur van de producten nog steeds zijn of haar loon uit dezelfde ruif als de aanbieder van het product. Naar mijn mening zou ook hier een strikte scheiding tussen advies en bemiddeling moeten worden ingericht.

Voorbeeld 5: excessieve verschillen in rentetarieven (bron: banksparen.com 6/9/2016)

- het verschil in rentetarief tussen OHRA en ABN Amro op lijfrentebanksparen is op dit maar liefst 75(!)%. OHRA vergoedt 0,8% en ABN Amro 1,4%.
- De medewerker/adviseur van OHRA zal echt niet wijzen op het veel aantrekkelijker tarief van ABN Amro. Terwijl je bij een bemiddelaar toch mag verwachten onder het huidige kader dat hij/zij een vergelijkend warenonderzoek heeft gedaan en de klant *alternatieven* voorlegt alvorens de definitieve keuze gemaakt wordt

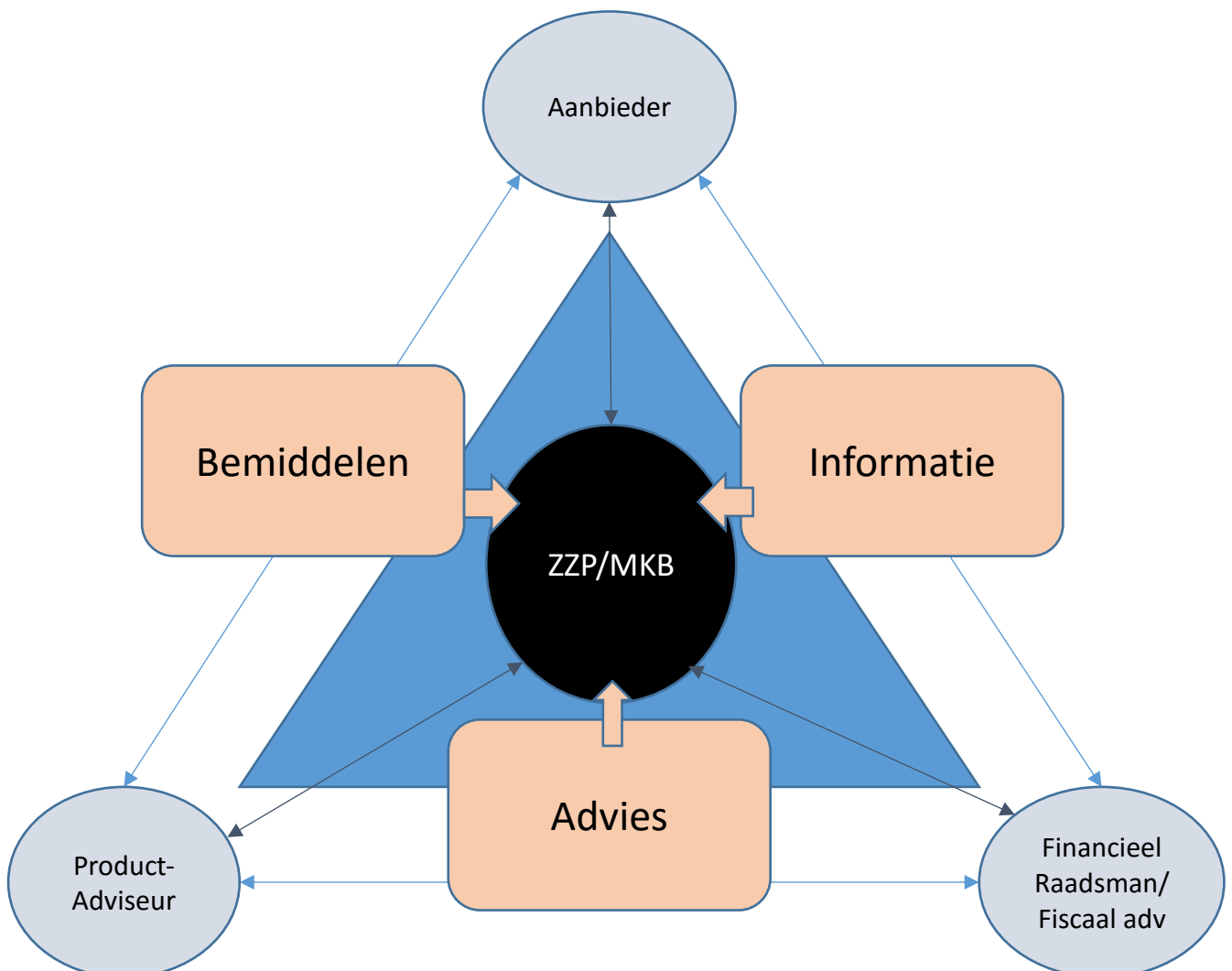
Dit geldt overigens niet alleen op het moment van afsluiten, maar ook tijdens de looptijd van het product. Aanbieders als banken en telecom grossieren nog steeds in de ontwikkeling van nieuwe producten die veelal betere voorwaarden en gunstigere tarieven dan de producten in het assortiment.

Ook hier geldt dat zowel in de dienstverlening als in de ontwikkeling van producten een open terrein ligt. Waarom krijgt de klant niet automatisch het nieuwste product? Wanneer dit het geval is, zouden producten als woekerpolissen niet bestaan. Maar ook het woord legacy zou niet bestaan. Voorbeeld: KPN komt deze maand met een nieuw abonnement waarin buitenland bellen/data gewoon uit de bundel wordt afgerekend. Waarom alleen bij nieuwe abonnementen? Dat is toch niet in het belang van de (miljoenen?) klant(en)?

3) Gebrek aan kennis en totaaloverzicht bij de aanbieder / productadviseur. Rol voor financieel raadsman inpassen.

Mijn ervaring is dat het totaaloverzicht ontbreekt bij de aanbieder en adviseur van producten, in het bijzonder als het gaat om de situatie van de zzp-er. Oorzaak hiervan is dat privé en zakelijk door elkaar lopen, de adviseur onder gemiddelde fiscale kennis heeft en dat totaaloverzicht (kasstromen, liquiditeitsbegroting, samenhang tussen producten, gedateerde financiële overzichten (balans/V&W)) ontbreekt. Voor een aantal producten / diensten is dat geen probleem, bijvoorbeeld het openen van een betaalrekening. Maar bij complexe producten of producten met een groot financieel belang (aankoop zakenpand, swaps, derivaten, vermogensbeheer, etc) mis ik de rol van de fiscaal/financieel adviseur van de zzp-er / mkb-er. In de adviesfase bij complexe financiële producten zou de mening van degene die de jaarrekening en fiscale aangifte verzorgt (belastingconsulent) voor de zzp-er / mkb-er kunnen worden toegevoegd. Bijvoorbeeld d.m.v. een toets op de uitgangspunten en doelstelling van het advies.

Er zou naar mijn mening veel meer in de "driehoek" gewerkt moeten worden, waarbij de zzp-er/mkb-er centraal staat.



Door informatie en adviesstromen in te richten tussen de partijen, kan niet alleen op aanschafmoment, maar vooral gedurende het bestaan van de ondernemer, worden geconstateerd of de producten en dienstverlening (nog) in het belang van de klant zijn. De financiële raadsman heeft als het goed is het totaalbeeld en ziet als geen ander de commerciële en financiële ontwikkelingen van de zzp-er/mkb-er, maar wordt in de praktijk (door aanbieders/adviseurs) ondergewaardeerd als het gaat om het totaaloverzicht en toepassen/bewaken van het fiscale kader. Sterker, als de zzp-er al fiscaal onderbouwd door zijn belastingconsulent bij de aanbieder een product wenst af te nemen (bijvoorbeeld lijfrentebanksparen), dan gaat de adviseur het fiscale hoofdstuk in ruil voor een vergoeding doodleuk "overdoen". En tegelijkertijd kom ik voorbeelden tegen waarbij helemaal geen fiscaal kader wordt geschetst bij het afsluiten van (fiscaal gefacilieerde) financiële producten. De financiële raadsman is zeg maar de "financiële huisarts" en er zou kader moeten worden ontwikkeld daar waar de financiële raadsman zelf mag adviseren en daar waar hij/zij moet doorverwijzen. Op dit moment is dat nog een grijs gebied. Kortom, de kennis is aan de kant van de ZZP-er / MKB-er wel aanwezig, maar wordt niet ingezet of benut. Hierdoor ontstaat efficiency en met name extra/onnodige kosten voor de zzp-er/mkb-er.

Conclusie/samenvatting

Naar mijn mening moet het toezicht niet worden uitgebreid, maar anders ingericht. Waarbij vooral een rol is weggelegd voor de aanbieders van producten/dienstverlening. Door conventies los te laten als het gaat om de interne inrichting en productdenken, zou men kunnen kantelen van productgedreven verkoop naar klantgerichte dienstverlening. Hierbij zou de rol van de financiële raadsman (boekhouder, accountant, belastingconsulent) moeten worden ingepast. Aanbieders zouden producten moeten ontwikkelen die zowel particuliere als zakelijke situaties dekken. Dit geldt niet alleen voor de financiële dienstverlening, maar ook voor andere partijen als telecomaandbieders. Als de aanbieders vervolgens de klant altijd het nieuwste product geven, wordt er altijd in het belang van de klant gehandeld. In ieder geval is er dan geen discriminatie meer tussen "oude" en "nieuwe" klanten.

De nadruk en toezicht zou meer gelegd moeten worden op de aanbieders van producten. Elk product dat niet in het belang van de klant is (lees: alleen in het belang van de aanbieders is) zou met terugwerkende kracht moeten worden kunnen geannuleerd.

Als laatste wil ik graag concluderen dat de zzp-er en mkb-er over het algemeen bewuste keuzes maakt als het gaat om wel/niet afdekken van risico's. Het gaat immers om het zelfstandig ondernemerschap. De zzp-er kiest juist voor vrijheid en niet voor betutteling in de vorm van vergaande bescherming die leidt tot ingewikkelde aanvraagprocedures en bijkomende kosten. Dit heeft juist een afschrikkend en daarmee tegenovergesteld effect. Het toezicht zou zo moeten zijn ingericht dat een kwaadwillende aanbieder/adviseur (oplichting) hard wordt aangepakt en dat justitie meer tijd en energie steekt in opsporing en vervolging. Als producten en diensten volledig in het belang van de klant worden ontwikkeld, is er geen bescherming meer nodig!

Nieuwegein, 6 september 2016

H.M. Sieders