

Datum  
Ons kenmerk JsRj-20074623  
Pagina 1 van 3  
Betreft Consultatiereactie AFM inzake  
Wijzigingsbesluit financiële markten  
2021

Geachte heer Hoekstra,

Graag maakt de Autoriteit Financiële Markten ('AFM') gebruik van de gelegenheid te reageren op de voorgestelde aanpassingen van het Besluit Gedragstoezicht financiële ondernemingen (BGfo) ten aanzien van provisie transparantie en het vervallen van de kennis- ervaringstoets voor verduurzaming, die door u ter consultatie zijn aangeboden in het Wijzigingsbesluit financiële markten 2021 (Wijzigingsbesluit).

### **Achtergrond**

De AFM heeft in haar reactie op de consultatie van het Besluit implementatie richtlijn verzekeringsdistributie, in 2017, reeds verzocht om in artikel 86i, eerste lid, aanhef en sub e, BGfo op te nemen dat de financiële dienstverlener zijn klant ook over de hoogte van de ontvangen provisie informeert als deze door de aanbieder wordt betaald. De AFM gaf daarbij aan dat het in het belang van de klant is als de financiële dienstverlener ook transparant is over de hoogte van de provisie wanneer deze via de aanbieder wordt betaald. Immers, ook deze provisie wordt door de klant betaald, zij het indirect via de verzekeringspremie. Tevens wordt hiermee inzichtelijk wat de klant betaalt voor de dienstverlening van de financiële dienstverlener gedurende de looptijd van de verzekering.

Door provisiestromen actief, en niet slechts op verzoek, transparant te maken, zal voor meer consumenten duidelijker zijn welke provisie zij indirect via de premie betalen. De AFM verwacht dat consumenten hierdoor beter in staat zullen zijn het gesprek aan te gaan over de dienstverlening die hier tegenover staat. Het is volgens de AFM in het belang van de klant dat de dienstverlener ook de van de aanbieder ontvangen provisie verantwoordt aan de hand van de door hem aan de klant verleende dienstverlening. Er zijn geen redenen in het belang van de klant om hem niet actief te informeren over de provisie ontvangen van de aanbieder.

### **Productgroepen en percentages**

De in het Wijzigingsbesluit gemaakte keuzes rondom provisietransparantie wijken af van hoe de AFM actieve provisietransparantie voor zich ziet.

De AFM is voorstander van actieve provisietransparantie waarbij de consument vóór het aangaan van de overeenkomst wordt geïnformeerd over **de nominale hoogte** van de provisie **voor het product of de producten** die hij aanschaft.

Ten aanzien van het voorstel om actieve provisietransparantie vorm te geven op het niveau van categorieën van schadeverzekeringen in plaats van verzekeringsproducten, en met gemiddelde percentages in plaats van nominale bedragen, vrezen wij dat niet alle doelen van actieve provisietransparantie worden gerealiseerd. In lijn met onze eerdere brief d.d. 16 maart 2018, betreffende de Vervolgstappen evaluatie provisieverbod, vindt de AFM dat alleen het bekendmaken van gemiddelde provisies per productsoort, al dan niet uitgedrukt in percentages, niet afdoende is. Uit inzichten op het terrein van consumentenbedrag blijkt dat nominale bedragen meer aanspreken dan percentages. Als een consument op de hoogte is van de concrete nominale hoogte van de betaalde provisie, kan hij zich een beeld vormen over de dienstverlening die hij voor dit bedrag kan verwachten. Dit zal veel minder het geval zijn bij de generieke vorm waar nu voor gekozen is.

In het geconsulteerde voorstel dient de adviseur de consument actief te informeren of er sprake is van afsluitprovisie of doorlopende provisie, en over de kenmerken van de dienstverlening in relatie tot de provisie. Een gemiddelde provisie, waarbij tevens de ruimte gelaten wordt voor het uitdrukken van de provisie in (gemiddelde) percentages, is volgens de AFM te generiek en biedt geen handvatten om het gesprek aan te gaan over de verwachtingen ten aanzien van de dienstverlening. Bovendien ziet de gemiddelde provisie op een categorie verzekeringen. Dit draagt bij aan het generieke karakter van de voorgestelde actieve transparantie. Wil een consument kunnen afwegen of (de kenmerken van) de dienstverlening zich verhoudt tot de betaalde provisie, dan zal de consument, net als in de huidige situatie, echter zelf actief moeten vragen naar het concrete provisiebedrag inzake de afgesloten verzekering. De facto wordt daarmee de huidige passieve provisietransparantie gehandhaafd. Verder zal het in een online omgeving, waarin soms geen gesprek plaatsvindt tussen adviseur en consument, in de praktijk niet altijd mogelijk zijn voor consumenten om actief te vragen naar de hoogte van het provisiebedrag.

### **Zakelijke markt**

Ook ten aanzien van de keuze om actieve provisietransparantie alleen te laten gelden voor de particuliere markt en niet voor de zakelijke markt, heeft de AFM een andere zienswijze. In het Wijzigingsbesluit wordt aangevoerd dat (grotere) bedrijven op dit moment al vaker in gesprek gaan over provisie en dienstverlening. Ook wordt in de zakelijke markt vaker integraal totaaladvies gegeven (zogenoeten risicomangement), waarbij het om een pakketprovisie gaat en minder om provisie per productgroep. Waar dit wellicht opgaat voor grotere bedrijven, geldt dit veel minder voor kleinere bedrijven. De AFM wil er graag op wijzen dat kleine ondernemers vergelijkbaar handelen als consumenten. De AFM is dan ook van mening dat zij een vergelijkbare bescherming zouden moeten genieten. Het ligt in de rede om aan te sluiten

bij de structuur van de Wet op het financieel toezicht (Wft), waardoor actieve provisietransparantie uitsluitend niet zal gelden voor partijen uitgezonderd via artikel 4:18, eerste lid, aanhef en sub b, Wft. Overigens houdt artikel 86d BGfo over passieve transparantie thans al hetzelfde stramen aan, dus het zou logisch zijn om daar bij aan te sluiten.

### **Gelijke speelveld**

De AFM is met u van mening dat het belangrijk is om cliënten de mogelijkheid te bieden om distributiekanaalen te vergelijken. Wij ondersteunen het voorstel om van zowel directe aanbieders van schadeverzekeringen als adviseurs en/of bemiddelaars te vragen kenbaar te maken wat de kenmerken van hun dienstverlening zijn. Tevens ondersteunen wij het voorstel dat directe aanbieders kenbaar moeten maken welke aanbrengvergoedingen zij betalen aan derden. Naast dat deze informatie behulpzaam is voor consumenten, is het belangrijk om het gelijke speelveld tussen distributiekanaalen te borgen.

### **Vervallen kennis- en ervaringstoets**

Het Wijzigingsbesluit laat voorts de kennis- en ervaringstoets vervallen wanneer een consument een aanvullend hypothecair krediet wil afsluiten voor de financiering van energiebesparende maatregelen in de eigen woning. Met deze toets bepaalt een consument of hij in staat is om een complex financieel product af te sluiten zonder hulp van een financieel adviseur. Het *execution only* afsluiten of verhogen van de hypotheek kan geschikt zijn voor consumenten die zich voldoende bewust zijn van de risico's en de gevolgen voor de eigen financiële situatie. Voor veel consumenten is dit echter niet het geval. Een hypotheek is een complex financieel product en een verkeerde keuze kan grote gevolgen hebben.

De doelstelling van het kabinet is om de 'drempel' tot het verhogen van de hypotheek voor verduurzaming zo laag mogelijk te maken. De AFM deelt de suggestie dat het uitvoeren van de toets onnodig kostenverhogend is voor consumenten niet. Wanneer immers blijkt dat het *execution only* aanbieden van de hypotheek passend is bij de situatie van de klant, brengt dit geen aanvullende kosten met zich mee. Indien de toets uitwijst dat de consument over onvoldoende kennis en ervaring beschikt, kan financieel advies bijdragen aan een goed begrip van de werking van het product, de risico's ervan en de gevolgen voor de financiële situatie. Het niet langer vaststellen of een consument mogelijk advies nodig heeft teneinde de stap naar een hogere schuld zo klein mogelijk te maken, is wat de AFM betreft geen verantwoorde weg om verduurzaming te stimuleren. De AFM geeft u in overweging om eerst in kaart te brengen voor welke klantgroepen mogelijk een verkeerde prikkel ontstaat.

De memorie van toelichting bevat geen inhoudelijke gronden waarop het niet langer noodzakelijk wordt geacht om te toetsen of een consument de werking van het product en de gevolgen voor de financiële situatie voldoende begrijpt om de hypotheek zonder advies te verhogen. De AFM mist een onderbouwde analyse van het veronderstelde gebrek aan risico's voor consumenten om verkeerde keuzes te maken wanneer zij gestimuleerd worden dit *execution only* te doen. Met een bovengrens van € 25.000 is sprake van een significante verhoging het hypothecair krediet. Het ligt meer voor de hand dat voor sommige consumenten de afweging tussen de looptijd, kosten en voorwaarden van het krediet en het rendement van (een combinatie van) energiebesparende maatregelen moeilijk zelfstandig te maken zijn.

Ten slotte merkt de AFM op dat de formulering van de energiebesparende voorzieningen niet overeenkomt met de opsomming van de energiebesparende middelen in de eveneens geconsulteerde wijziging van de Tijdelijke Regeling Hypothecair Krediet (artikel 1 b). De AFM beveelt aan hiervoor aan te sluiten bij de adviezen uit het consultatiedocument Financieringslastnormen 2021 van het Nationaal Instituut voor Budgetvoorlichting (Nibud).

Hoogachtend,  
Autoriteit Financiële Markten

L.B.J. van Geest  
Voorzitter  
Bestuur

drs. J.R. Heuvelman MSc  
Bestuurslid  
Bestuur