

Ministerie van Financiën
Postbus 201
2500 EE Den HaagVan Lanschot
IBAN NL21 FVLB 0699 4622 74
BIC FVLBNL22
BTW nr. NL 0025.85.339.B01
KvK 40506331

Amersfoort, 13 augustus 2020

Betreft : consultatiereactie op Wijzigingsbesluit financiële markten 2021
Contact : dhr. L. de Bruijn
Email : l.de.bruijn@adfiz.nl

Geachte heer/mevrouw,

Graag reageren wij op de consultatie van het Wijzigingsbesluit financiële markten 2021. Hieronder geven we per onderwerp onze reactie op de consultatie.

Actieve transparantie bij schadeverzekeringen

Algemeen

We vinden het voorstel voor actieve transparantie bij schadeverzekeringen evenwichtig. Zoals eerder aangegeven, zien wij geen noodzaak om de wettelijke transparantie-eisen verder uit te breiden. Tegelijk is duidelijk dat er een wens is voor actieve transparantie vanuit de gedachte dat een consument een bewustere keuze voor een financiële dienstverlener moet kunnen maken door voordat hij die keuze maakt te beschikken over meer informatie over de inhoud van dienstverlening en de kosten daarvan. Om dat te bereiken ligt er thans het voorstel om in de fase voor het advies transparantie te verplichten, en voor zover het de kosten betreft gaat het dan om een percentage of gemiddeld bedrag. Het voorstel is evenwichtig omdat dit het voor consumenten makkelijker maakt zich te informeren en tegelijkertijd rekening is gehouden met de belangrijkste risico's die verbonden zijn aan doorgeslagen transparantie, te weten wegvallen van solidariteit, ongelijk speelveld en uitholling van adviesdienstverlening aan de klant. Uit het voorstel en de toelichting blijkt dat er oog is voor deze risico's. Dat blijkt onder meer uit de aandacht voor de inhoud van dienstverlening, het tijdstip waarop en de vorm waarin transparantie moet worden geboden. Wat ons betreft wordt dit voorstel zo snel mogelijk in deze vorm aangenomen, zodat we ons nu kunnen gaan concentreren op hoe we dit goed en snel samen in praktijk kunnen brengen.

Aanvullende opmerkingen inzake het voorstel

Kern van het voorstel is dat een adviseur uiterlijk tegelijk met zijn advies de consument informeert over de provisie en de dienstverlening die daar tegenover staat. In het voorstel wordt aangegeven dat als de consument weet dat hij of zij voor een bepaalde dienst betaalt, hij of zij dan wellicht ook eerder geneigd is om naar deze dienstverlening te vragen en dit biedt hem of haar de mogelijkheid om dienstverleners en distributiekanaalen te vergelijken. In het voorstel is verder opgenomen dat directe aanbieders evenals adviseurs kenbaar maken wat de kenmerken van hun dienstverlening zijn. Gezien het doel van de maatregel, namelijk in een vroeg stadium zorgen dat de consument bij zijn keuze het belang van adequate dienstverlening meeneemt, is dit ons inziens een goede inrichting die beantwoordt aan de praktijk.

Dat geldt ook voor de wijze waarop in het voorstel de provisie transparantie is vormgegeven namelijk een gemiddeld genomen provisie voor bepaalde categorieën van producten. Een consument is immers gebaat bij informatie vroeg in het contact met de dienstverlener en het is zoals in de toelichting aangegeven precontractueel voor het advies niet mogelijk om exacte provisiebedragen te geven. Een exact bedrag suggereert een zekerheid die op dat moment niet te geven is. De gemiddelde provisie voor bepaalde categorieën is daarmee een praktisch en uitvoerbaar voorstel.

Elke verdergaande vorm van transparantie op een later moment in het adviesproces, zoals nominale transparantie op de offerte voor het verzekeringsproduct, zou ongewenst gedrag stimuleren. Deze informatie komt namelijk nadat de consument voor advies heeft gekozen en op een moment dat de consument het grootste deel van de adviesdienstverlening bij afsluiten al heeft ontvangen. Deze informatie helpt hem niet bij een bewuste keuze voor het beter passende verzekeringsproduct (wat op dat moment in het proces de keuze is die de consument moet maken op basis van het reeds ontvangen advies), maar faciliteert en stimuleert consumenten wél om na afname van de adviesdienst af te zien van vergoeding daarvoor. Dat kan niet het doel van wetgeving zijn en zou volkomen onuitlegbaar zijn.

Dat geldt evenzeer voor ongevraagde informatie over beloning op basis van exacte bedragen bij of na afsluiten van het product. De klant heeft dan al gekozen voor een product inclusief dienstverlening voor een all-in prijs. Een gespecificeerd bedrag voor het provisiedeel heeft geen waarde meer voor zijn keuze voor dienstverlening. Wel kan het ongevraagd onder de aandacht brengen van deze informatie op negatieve wijze ingrijpen in het adviesproces, doordat het na het ontvangen van het advies en na het aangaan de overeenkomst de consument kan aanzetten tot oversluiten naar het rechtstreekse kanaal van de verzekeraar om zo (een deel van) de adviesvergoeding te ontwijken of onbewust af te zien van relevante dienstverlening gedurende de looptijd van het product.

Deze verdergaande vormen bieden de consument dus geen relevant handelingsperspectief, verstoren wel de marktwerking, zijn overbodig omdat eerder wel relevante transparantie is geboden en bovendien de mogelijkheid blijft bestaan om desgevraagd aanvullende informatie te ontvangen, waarbij de context van het advies en de fase van het advies kunnen worden toegelicht.

De keuze om de transparantie eisen te beperken tot de consumentenmarkt ondersteunen wij. Zoals in de toelichting is aangegeven verschilt de particuliere markt sterk van de zakelijke markt.

Transparantie aanbrengrvergoedingen

In het voorstel is opgenomen dat aanbieders kenbaar moeten maken wat zij aan derden betalen als aanbrengrvergoeding in geval een derde, niet zijnde de adviseur of bemiddelaar, een klant verwijst. Daarbij geeft hij aan wat de relatie is van de vergoeding tot de dienstverlening van de verwijzer.

In het kader van vergelijkbaarheid is dit voor de klant van belang omdat voor klanten geheel niet duidelijk is dat in het directe kanaal hiervoor vergoedingen worden gegeven.

Wij hebben wel een vraag daarover. Op welk moment dient de verzekeraar de klant te informeren over de vergoeding die hij aan een derde betaalt voor het aanbrengen? Is dat net als bij adviseurs en bemiddelaars op een moment dat de klant nog kan afzien van aangaan van de verzekeringsovereenkomst? Wij stellen voor dat de vergoeding aan de derde partij kenbaar wordt gemaakt uiterlijk zodra de klant vanaf (of: via) de website van de derde partij op de website van de rechtstreekse aanbieder komt.

Toelichting op de nalevingskosten

In de toelichting op de nalevingskosten wordt ingegaan op de kosten voor ontwikkeling van het informatiedocument. Van belang bij de uitwerking van het voorstel voor actieve transparantie in een informatiedocument is de betrokkenheid van alle relevante partijen om te zorgen dat het document praktisch is en voldoende informerende waarde heeft voor de consument. Adfiz heeft hiervoor al een opzet gemaakt die wij graag delen en door ontwikkelen met de partijen die betrokken zijn bij de uitwerking. Zoals aangegeven zal een en ander ook investering vergen van de adviseur die dit zal inpassen in zijn adviespraktijk. Wij zullen dit actief stimuleren en entameren bij de uitrol in de markt.

Onafhankelijk advies

Het is voor een klant van belang te weten wanneer er sprake is van onafhankelijk advies en wanneer er sprake is van gebonden advies (lees: verkoopadvies). Het verankeren in de wet van dát onderscheid zou de klant daadwerkelijk kunnen helpen bij zijn keuze voor een dienstverlener omdat hij een heldere keuze krijgt. Tegenover het belang van onafhankelijk advies staan immers de risico's van gebonden/verkoopadvies. De consument is dan ook in de eerste plaats gebaat bij een duidelijk signaal wanneer er sprake is van een verkoopadvies of gebonden advies.

Nu dit signaal m.b.t. verkoopadvies ontbreekt weegt het mogelijke risico van verkeerde aanscherping van de wettelijke verankering van onafhankelijk advies extra zwaar. In het voorstel wordt onafhankelijk advies echter verstandig uitgewerkt door het te koppelen aan een toereikend aantal producten dat niet uitsluitend wordt aangeboden vanuit de directe invloedssfeer van de adviseur. Zo wordt voorkomen dat iedere relatie met een aanbieder bij voorbaat strijdig zou zijn met wettelijke onafhankelijkheid. Hieronder lichten wij dat toe.

Toereikend aantal producten

Zoals in de brief van 15 januari 2019 door de minister is aangegeven is bij de vormgeving van onafhankelijk advies uitgegaan van het meenemen van een toereikend aantal producten dat relevant is. Deze vormgeving vinden wij verstandig, omdat er praktische grenzen zijn aan het meenemen van het aantal producten in de zin van meerkosten t.o.v. de marginale meeropbrengst per extra vergeleken product. In deze vormgeving van onafhankelijk advies wordt uitgegaan van een toereikend aantal op de markt verkrijgbare producten die voldoende divers zijn wat type en aanbieder betreft. Dat is praktisch en sluit aan bij de klantbehoefte.

Niet uitsluitend aangeboden vanuit directe invloedssfeer

In het voorstel staat eveneens dat er in geval van onafhankelijk advies geen risico mag bestaan dat juridische of economische banden afbreuk doen aan onafhankelijkheid van het verstrekte advies. De aanwezigheid van financiële banden betekent niet per definitie dat het risico op die afbreuk bestaat. Evenmin betekent de afwezigheid van financiële banden per definitie dat dit risico niet bestaat. De uitwerking dat onafhankelijkheid strijdig is met een advies dat uitsluitend betrekking heeft op eigen producten en/of producten van nauw verbonden entiteiten doet recht aan het feit dat de beoordeling of sprake is van onafhankelijkheid niet gelegen is in het enkele feit dat sprake is van eigendomsverhouding of andere relatie op zich, maar in het antwoord op de vraag of dit afbreuk doet aan de onafhankelijkheid van het advies.

Het sluit ook aan bij de praktijk die vaak laat zien dat ook bij eigendomsverhouding van een aanbieder in de onderneming van de adviseur, zoals het geval bij captives, sprake is van echt onafhankelijk adviseren. Duidelijk is dat de adviseur ongeacht of hij al dan niet op onafhankelijke basis adviseert transparant moet zijn over het feit dat sprake is van eigendomsverhouding.

Geautomatiseerd advies

Wij vinden het goed dat de minister met een nadere wettelijke invulling komt van de consumentenbescherming bij geautomatiseerd advies. Daarmee wordt meer duidelijkheid gegeven aan de markt. Wij hebben wel vragen bij de voordelen en de risico's die worden aangegeven en er zijn meerdere zaken in het voorstel die een nadere toelichting behoeven. Wij gaan hieronder daarop in:

Voordelen en risico's

Als voordelen van geautomatiseerd advies voor de consument wordt aangegeven de betere toegankelijkheid van advies omdat gekozen kan worden voor een locatie en een tijdstip die de consument schikken. Daarnaast wordt gewezen op de lagere kosten op termijn als, na ontwikkeling en investeringen, bij veelvuldig gebruik de advieskosten naar verwachting dalen. Geautomatiseerd advies zou beter begrijpelijk zijn door visuele weergaven en andere interactieve toepassingen.

De beschreven voordelen gelden echter eveneens en zo niet sterker bij fysiek advies waarbij gebruik wordt gemaakt van ondersteuning via geautomatiseerde informatievergaring en analyses. Qua rendement in de zin van een gunstige financiële keuze ook op langere termijn, gemak en begrijpelijkheid is de fysieke vorm van advies een "proven" concept met zekere uitkomsten. De begrijpelijkheid in de zin van 'snapt de consument de informatie' is ook groter bij fysiek advies waar reële toetsing kan plaatsvinden. De vergelijking met niet geautomatiseerd advies gaat dus niet op waar het gaat om de hierboven genoemde voordelen.

Wij zien wel dat geautomatiseerd advies kan bijdragen aan de consistentie van advies, doordat meer input kan worden verwerkt en automatisch gegevens kunnen worden ingeladen. Het is duidelijk dat dit vanuit het oogpunt van de toezichthouder een voordeel is. Tegelijk is dit ook de achilleshiel omdat sprake zal zijn van verdergaande standaardisering van het advies en productaanbod. Daarmee wordt niet ingespeeld op de diversiteit van de klantvraag en de complexiteit van de klantsituatie. In hoeverre is hier sprake van een daadwerkelijk klantbelang en staat hier niet het systeembelang voorop?

Bij de risico's worden in de toelichting alleen de systeemrisico's genoemd, te weten dat door de ontwikkelaar onjuiste of onvolledige informatie in de tool wordt opgenomen en de klaninventarisatie leidt tot verkeerde uitkomsten. Even zo relevant is het risico dat het systeem niet in staat is voldoende betrouwbare en gevalideerde informatie van de klant te ontvangen. Er is voorzien in een verwijzing naar artikel 4:23 Wft over inwinnen van informatie bij de klant, maar hoe dat gebeurt op een wijze die recht doet aan de klantsituatie en daarmee leidt tot een passend advies wordt niet aangegeven.

Er is daarmee wel aandacht voor systeemfouten maar niet voor fouten in de klantanalyse.

Meer waarborg voor het klantbelang is mogelijk door naast de steekproeven op de uitkomsten van het systeem ook doorlopend te toetsen of het gegeven advies daadwerkelijk aansluit op de klantbehoefte en door de klant goed begrepen wordt.

Vragen over de vormgeving

In het voorstel wordt meer duidelijkheid gegeven aan de eisen voor geautomatiseerd advies vanuit consumentenbescherming. Tegelijk zijn er nog de nodige vragen en dat is logisch met een nieuw fenomeen zoals dit. Wij begrijpen dat al enkele partijen gereed staan om actief geautomatiseerd advies aan te bieden. Wij verwachten dat deze nieuwe ontwikkelingen nauwgezet vanuit toezicht worden gevolgd en dat ervaringen op transparante wijze met de markt worden gecommuniceerd en waar nodig de toezichthouder nader normstellend zal optreden om te zorgen dat de klantbescherming bij geautomatiseerd advies aansluit bij normen van advies.

Hieronder volgen een aantal vragen met een mogelijke oplossing naar aanleiding van het voorstel:

- Als er sprake is van een fout in het systeem is er een plicht tot melding van de fout, maar moet de aanbieder van de tool de klant daarbij ook handelingsperspectief bieden? Een klant met een foutmelding verkeert immers in onzekerheid.
 - *Wij stellen voor dat met de foutmelding ook daadwerkelijk in niet geautomatiseerde vorm de klant een aanbod met handelingsperspectief krijgt danwel op de persoon gerichte handelingsinformatie.*
- Hoe is het onderhoud/ de nazorg geregeld van het financieel product? In het voorstel is nu alleen geregeld dat het systeem zelf periodiek wordt onderhouden voor nieuwe adviezen. Hoe is dat ten aanzien van verstrekte adviezen? Hoe is de Wft zorgplicht ingeregeld waarbij de klant wordt geïnformeerd over wezenlijke wijzigingen?
 - *Wij stellen voor dat de financiële dienstverlener bij zijn advies altijd aangeeft hoe de nazorgdienstverlening kan worden ingericht en welke keuzes de klant daarbij heeft.*
- Aangegeven wordt dat het voor de klant voldoende duidelijk is welke informatie gevraagd wordt. Het is echter niet alleen van belang dat de klant begrijpt welke informatie wordt gevraagd om te zorgen dat hij de correcte gegevens aanlevert, maar ook dat hij begrijpt waarom dit wordt gevraagd. Anders is het voor de klant een black box. Controle vragen zijn dan niet voldoende. De uitleg richting de klant moet adequaat zijn. Juist bij de informatie uitvraag is van belang dat de klant begrijpt waar hij mee bezig is. Wordt eenmaal het geautomatiseerd advies gegeven dan zit de klant al in de keuze trechter en is voor de klant niet duidelijk welke andere keuzes hij of zij had gehad.
 - *Een dergelijk inzicht kan worden verkregen door continue monitoring van adviezen waarbij niet alleen wordt gekeken of het advies klopt volgens de invoer maar ook of de uitvraag van informatie die voor het advies is gebruikt aansluit bij de klantsituatie.*
- Hoe zorgt de aanbieder dat ook daadwerkelijk de gebruiker van het systeem tot de doelgroep behoort?
 - *Wij stellen een actieve en reproduceerbare check en vastlegging voor van deze continue toets. Daarbij zou de monitoring moet plaatsvinden op klantniveau en niet alleen op doelgroep niveau.*
- Aangegeven wordt dat hoe minder complex de klantsituatie en het betreffende financieel product is, hoe minder varianten er zijn die in het geautomatiseerde systeem ingebouwd moeten worden voor een advies dat geschikt is voor de klant. Maar wat is een minder complexe klantsituatie en hoe wordt dat vastgesteld? Achter een eenvoudige klantvraag kan immers een complexe klantsituatie schuil gaan. Standaardisering door alleen de meest voorkomende varianten aan te bieden, is vanuit systeemefficiency van belang, maar sluit daarmee vaak niet aan op de situatie van de individuele klant.
 - *Een aanbieder zou in dat geval op zijn minst moeten waarschuwen dat de klant een beperkt aanbod krijgt.*

Kostprijsmodel

Wij begrijpen de aanpassing van het kostprijsmodel die in het besluit is opgenomen vanuit het oogpunt van voorkoming van onnodige extra lasten, omdat dat niet in het belang is van de sector en niet in het belang van de klant. Tegelijk is er wel een belang dat de klant eerlijk wordt geïnformeerd over de distributiekosten van een aanbieder en dat een aanbieder in de vergelijking met andere aanbieders geen kosten kan verschuiven van distributie naar product.

Een van de problemen die inherent is aan de huidige inrichting van het toerekening model is echter dat een aanbieder zijn kosten van nazorg (van de basis informatieverplichtingen op grond van Wft zorgplicht tot uitgebreid actief klantbeheer) wel mag meenemen in de prijs of rente van het product, terwijl een adviseur/bemiddelaar de kosten voor nazorg apart in rekening moet brengen bij de klant. Klanten begrijpen dat niet en klanten vermijden daardoor de noodzakelijke afname van nazorgdienstverlening omdat die immers bij een aanbieder “gratis” zou zijn. Bovendien leidt het ertoe dat adviesklanten dubbel betalen: ze betalen apart voor nazorg door hun adviseur en via de productprijs betalen ze mee aan de nazorg aan rechtstreekse klanten door de aanbieder. Dit is niet uit te leggen en maakt dat de huidige inrichting van de kostentoe rekening bij complexe producten in de wet niet op basis van gelijk speelveld is.

Wij vragen de minister opnieuw te kijken naar het model voor kostentoe rekening en niet alleen nu op basis van nalevingslasten maar ook op basis van een gelijk speelveld, eerlijke concurrentie en de gevolgen voor klantkeuzes.

Vervallen kennis en ervaringstoets bij verduurzaming

Onderdeel van het voorstel is om de kennis en ervaringstoets te laten vervallen bij verduurzaming van woningen in geval van een verhoging of aanvulling op de hypotheek tot € 25.000. Als reden hiervoor wordt genoemd dat consumenten een drempel ervaren door enerzijds hoge advieskosten en anderzijds het moeten maken van een uitgebreide kennis- en ervaringstoets.

In de toelichting op het voorstel wordt aangegeven dat de verwachting is dat meer kredietverstrekkers de verhoging hypothecair krediet voor verduurzaming aanbieden via execution only verkoop en dat de kosten voor verhogen daardoor verlaagd worden. Daarmee zou de drempel voor consument om te verduurzamen lager moeten worden. Als waarborg voor de consument blijft slechts de kredietwaardigheidstoets van de aanbieder. Met dit voorstel wordt beoogd dat klanten zonder tussenkomst van hypotheekadviseurs zelf hun hypotheek verhogen wat enige advieskosten bespaart.

Het belang van financieel inzicht

Advies, zeker bij het aangaan van complexe producten, is de beste bescherming voor de consument. Met de kennis- en ervaringstoets krijgt de consument inzicht of hij hypotheek begrijpt en in staat is te overzien welke keuzes hij maakt en wat de impact daarvan is. De beoordeling van de kredietwaardigheid van de consument door de aanbieder in het kader van de leennormen dient een ander doel en vervangt de kennis- en ervaringstoets geenszins. Bovendien geeft die beoordeling de consument geen inzicht in het belang van meenemen van de eigen persoonlijke en financiële situatie in zijn beslissing. Voor de in het consultatiedocument genoemde maatregelen die de consument tot een grens van € 25.000 mag nemen geldt op de langere termijn wellicht dat de risico's voor de consument beperkt zijn, op korte termijn kan dit anders liggen. Juist dergelijke risico's kunnen middels een verkort advies of gerichte kennis- en ervaringstoets worden gesignaleerd.

Wij begrijpen en onderschrijven het maatschappelijk nut van particuliere investeringen in verduurzaming. Echter met het huidige voorstel wordt voorbij gegaan aan het feit dat het juist de adviseur is die de klant kan begeleiden in verduurzaming van de woning. Aan welke maatregelen de consument onder andere kan denken, hoe is dat verstandig te financieren, hoe is dat goed te organiseren, etc etc. Goed geholpen

klanten, zo zien we uit de huidige praktijk, motiveren anderen om ook te informeren naar verduurzaming. Dat werkt veel beter dan consumenten het helemaal zelf te laten uitzoeken.

Het zelf laten uitzoeken beperkt de mogelijkheden tot 'nudging', iets waarvan inmiddels wetenschappelijk vaststaat dat het werkt. Het is het verkeerde signaal (er kan je niets gebeuren) voor een goed doel (investeringen in verduurzaming) dat veel beter en directer en effectiever bereikt kan worden.

Verkort advies

Zo kunnen advieskosten bijvoorbeeld beperkt worden door adviseurs nog beter in staat te stellen klanten met verduurzamingswensen gericht en passend te adviseren. Het document 'dienstverlening op maat' van de AFM biedt hier de nodige aanknopingspunten toe, maar in de praktijk ervaren adviseurs belemmeringen in het geven van verkort advies. Een nadere illustratie van principe 1 ('Pas uw dienstverlening aan op uw klant') met een aantal indicatieve (niet limitatieve) voorbeelden, zou de markt hier de nodige steun in de rug kunnen geven. Verkort advies leidt tot lagere advieskosten en werkt daarmee drempelverlagend voor de consument.

Gerichte kennis- en ervaringstoets

De ervaren toets drempel bij execution only kan beperkt worden door de mogelijkheid te verkennen om tot een gerichte kennis- en ervaringstoets voor verduurzaming te komen. Dit werkt drempelverlagend voor de consument zonder een belangrijk consumentenbeschermingsmechanisme buiten werking te stellen. Zo'n gerichte toets zorgt ervoor dat middels de juiste vragen snel in kaart kan worden gebracht of de consument met het verhogen of aangaan van een tweede lening mogelijk (onbedoelde) risico's aangaat. Het nieuwe artikel 80f lid 1 Bgfo (huidig artikel 80e) biedt al mogelijkheden tot een dergelijke evenredige uitvraag. Wij gaan graag in gesprek hoe deze twee oplossingen in de praktijk uitgewerkt kunnen worden.

Voor zover al gekozen zou worden voor het in algemene zin laten vervallen van de kennis- en ervaringstoets bij verduurzaming – hetgeen wij dus een onverstandig voorstel vinden – is de maximering op € 25.000 zeer fors. Mocht er desalniettemin worden gekozen de verplichting tot het afleggen van een kennis- en ervaringstoets te laten vervallen bij verduurzaming dan lijkt het ons logischer aansluiting te zoeken bij de grens van € 9.000 die buiten beschouwing mag worden gelaten bij de LTI-norm op grond van de huidige Bgfo. Hiermee kunnen de minst risicovolle no-regret maatregelen worden genomen.

Conclusie

Het laten vervallen van de kennis- en ervaringstoets bij verduurzaming geeft het verkeerde signaal en onthoudt consumenten het noodzakelijke inzicht waar de huidige wetgeving juist op is gericht. Tegelijkertijd zien wij met de Minister de mogelijkheden die (aanvullende) hypotheekverstrekking biedt om verduurzaming van woningen te versnellen. Daarom hebben wij in deze consultatie twee alternatieven uitgewerkt waarbij de consumentenbescherming niet in het geding is. Wij gaan graag in overleg met u en partijen die willen bijdragen aan verdere verduurzaming om te bezien op welke wijze we als sector verder aan verduurzaming kunnen bijdragen.

Nadere duiding kennis en ervaringstoets (artikel 80f Bgfo)

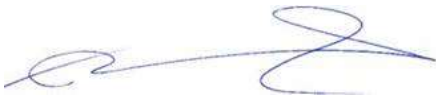
In het voorstel is een nadere uitwerking opgenomen van artikel 4:24 tweede lid en zesde lid Wft. Bij de kennis- en ervaringstoets moet de consument gewaarschuwd worden als uit de ingewonnen informatie blijkt dat de financiële dienst niet passend is. Dat kan via een gestandaardiseerde mededeling. Het gaat daarbij om een vaststelling van onvoldoende kennis en ervaring in relatie tot de aard en de omvang van de dienst of de complexiteit en de risico's van het product.

Wij hebben de volgende vragen bij dit artikel en de toelichting op het voorstel:

- Het risico voor informatieverschaffing en afsluiten ligt bij de consument, terwijl duidelijk is dat de dienst niet passend is. Waarom sta je als wetgever toe dat aanbieders bewust niet passende diensten mogen leveren aan consumenten? Dit lijkt in strijd met artikel 6 lid 2 en artikel 7 lid 3 van de uitvoeringsverordening productontwikkeling. Een waarschuwing als blijkt dat sprake is van niet passendheid is onvoldoende. De aanbieder zou moeten aangeven dat hij execution only dit product of deze dienst niet kan aanbieden.
- In het voorstel staat verder dat de financiële dienstverlener mag vertrouwen op de aan hem door de consument verstrekte informatie. Waarom worden er geen nadere eisen gesteld aan de in te winnen informatie in relatie tot het product en de risico's? Als immers onvoldoende of niet adequate informatie wordt ingewonnen dan is er een gerede kans dat het product niet passend is.

Tot zover onze reactie. Wij lichten een en ander graag nader toe.

Met vriendelijke groet,



Drs. Enno H.M. Wiertsema
Directeur