

GELIJKE MONNIKEN, GELIJKE KAPPEN

De roep om een 'level playing field' – in gewoon Nederlands: een gelijk speelveld – staat met stip op nummer één bij de onderwerpen die ik de afgelopen tijd met u heb besproken. De argumenten voor een gelijk speelveld staan als een huis, zo veel heb ik wel gemerkt. Maar u kunt zichzelf ook de vraag stellen of dat perfect aangestampte veld nu doorslaggevend is in de concurrentieslag om de consument.

Het is terecht dat financiële dienstverleners verwachten dat ze op voet van gelijkheid de concurrentiestrijd aan kunnen gaan met directe aanbieders. In de eerste plaats als het gaat om de regels waar iedereen zich aan moet houden, maar ook als het gaat om een consequente uitleg en handhaving van die regels door de AFM.

Wetgever en toezichthouder onderkennen het belang van een gelijke uitgangspositie. In mijn vorige column noemde ik al dat aanbieders straks verplicht zijn om hun advies- en distributiekosten apart in rekening te brengen bij consumenten. Om te voorkomen dat aanbieders de hoogte van die rekening kunstmatig laag houden om zo hun concurrentiepositie te verbeteren, moeten zij ook een kostprijsmodel hanteren voor de berekening van hun tarief.

Ook op het terrein van de vakbekwaamheidseisen wordt het speelveld vlak gemaakt. In tegenstelling tot wat veel dienstverleners die ik spreek denken, gaat de diplomaplicht niet

**“EEN EERLIJK SPEELVELD
IS NOG GEEN GARANTIE OP
SUCCES”**

alleen voor hen gelden maar ook voor adviseurs in dienst van aanbieders. Dus ook voor aanbieders is het straks niet meer mogelijk om de vakbekwaamheid op peil te houden door bedrijfsvoering alleen.

Gelijke monniken, gelijke kappen dus. Maar wat betekent dat nu voor uw kans op succes? Uiteindelijk gaat het toch om het vertrouwen dat de consument in u stelt als de behartiger van zijn belangen. Consumenten zijn aangewezen op de financiële sector om hun toekomst goed te regelen. Voor de meeste mensen betekent dit deskundige hulp inschakelen. Daar ligt uw kans. U bent hard nodig om de consument te helpen bij het maken van ingewikkelde keuzes. Die consumenten willen u daarvoor betalen. Zij weten dat het maken van slechte keuzes heel veel geld kan kosten en dat goede keuzes meer zekerheid en kwaliteit van leven kunnen opleveren.

Sommige personen zien geen toekomst voor financiële dienstverleners, zo bleek onlangs, maar ik ben er van overtuigd dat u onmisbaar bent als u het vertrouwen van de consument waar maakt. De nieuwe AFM Consumentenmonitor laat zien dat u daar kennelijk al prima in slaagt. Zes op de tien hypotheek worden tegenwoordig via het intermediair gesloten. Het aandeel hypotheek dat via het intermediaire kanaal is afgesloten is zelfs voor het eerst groter dan via het bancaire kanaal. Bovendien blijken nagenoeg alle hypotheeksluiters zich te laten informeren in een persoonlijk adviesgesprek.

Een verstoord speelveld is geen eerlijk speelveld. Dit is vooral ook ten nadele van de consument. Maar een gelijk speelveld is nog geen garantie op succes. Zoals Johan Cruijff zou zeggen: het zijn juist de verschillen waarop u zich als financiële dienstverlener onderscheidt. Ik kan me dus goed voorstellen dat sommigen onder u zeggen: ik leg de waterpas nu even aan de kant, en zet me vol in op het overbrengen van die toegevoegde waarde aan de klant. ««



MICHEL DENKERS,
Hoofd Toezicht AFM

In aanloop naar de nieuwe financiële wereld zoekt de AFM nadrukkelijk de dialoog met onafhankelijke adviseurs. Reacties op deze column zijn welkom op vp@afm.nl.