

Speech Jan Boerboom

waarnemend hoofd Toezicht Verzekeren en Pensioenen Autoriteit Financiële Markten

Uitgesproken op 18 april 2018 tijdens de uitreiking van het Keurmerk Klantgericht Verzekeren, georganiseerd door de Stichting Toetsing Verzekeraars.

(gesproken woord geldt)

AFM en Stv: samen bouwen aan duurzaam vertrouwen

Allereerst wil ik beginnen met u allen te feliciteren met het behaalde – en natuurlijk zeer verdiende – Keurmerk Klantgericht Verzekeren! Hoewel u uiteraard allemaal het klantbelang fier voorop heeft staan, blijft het altijd spannend om door anderen de maat te worden genomen. Als toezichthouder realiseer ik me dat maar al te goed. Ik heb dan ook veel respect voor verzekeraars die zichtbaar willen maken dat zij klantgericht werken en bereid zijn zich daarop te laten toetsen.

Hartelijk dank ook voor de uitnodiging om vandaag tijdens deze heugelijke bijeenkomst te mogen spreken. Het thema ‘duurzaam vertrouwen in de verzekeringssector’ is belangrijk voor u als verzekeraars, voor ons als toezichthouder, maar vooral voor de mensen waar het uiteindelijk om draait: de consumenten. Voor dat ik in ga op dat vertrouwen, stel ik mezelf eerst even voor. Want kunt u mij wel vertrouwen, als u niet weet wie er voor u staat?

Wie is Jan Boerboom eigenlijk en wat doet hij bij de AFM?

Ik ben Hoofd Toezicht Service Centrum en sinds het vertrek van Karina Raaijmakers per 1 april, ben ik tevens waarnemend Hoofd Verzekeren & Pensioenen bij de AFM. Samen met mijn collega's werk ik iedere dag aan het voorkomen van voorzienbare teleurstelling bij klanten die zich willen verzekeren tegen risico's en een goed pensioen willen opbouwen. Ik werk nu ruim 12 jaar bij de AFM en heb mij altijd ingezet voor een helder doel: een fundament onder het vertrouwen van de klant.

In het begin van mijn loopbaan heb ik dat gedaan in het vergunningverleningsproject naar aanleiding van de komst van de Wet financiële dienstverlening: in het overgangsregime zijn 11.000 aanvragen van adviseurs en bemiddelaars beoordeeld op onder meer de betrouwbaarheid van de beleidsbepalers, vakbekwaamheid en de bedrijfsvoering. Na deze vergunningcontrole was het hen blijvend toegestaan om klanten te adviseren in financiële oplossingen. Ook heb ik diverse onderzoeken gedaan naar de zogenaamde ‘rotte appels’ op de markt. Destijds stond het klantbelang niet echt centraal bij bepaalde verkopers van met name inkomensbeschermers. Ook bewaar ik goede herinneringen aan onze publicatie over de informatieverstrekking en dienstverlening bij expirerende lijfrentes en het onderzoek naar de advieskwaliteit van AOV's. Bij beiden kon en moest het klantbelang naar een hoger niveau. De laatste jaren heb ik mij toegelegd op het inrichten en professionaliseren van onze entreepoort naar het toezicht en visitekaartje van de AFM: het Toezicht Service Centrum. Wij beantwoorden vragen van marktpartijen en consumenten, pakken signalen uit de markt op, verlenen vergunningen en zorgen dat het AFM-register actueel blijft. Hiermee ondersteunen wij onze oriëntatiefunctie en het zijn van poortwachter.

Kortom: dat betekent voor mij dat vertrouwen geen holle frase is, en dat we er samen voor zorgen dat klanten goed geholpen worden en dat, zoals gezegd, bij hen voorzienbare teleurstellingen worden voorkomen.

Over duurzaam vertrouwen

Laat ik dan nu aan het onderwerp duurzaam vertrouwen beginnen. Dit vertrouwen komt, zo is de zegswijze, te voet en gaat te paard. Daar geloof ik zeker in, hoewel we dit paard tegenwoordig misschien wel moeten vervangen door een e-bike of een Tesla. De onderliggende wijsheid blijft staan en is ook van toepassing op de verzekeringssector. Het is daarom belangrijk dat wij samen blijven werken aan dat vertrouwen. U als verzekeraars, het Verbond, de Stichting toetsing verzekeraars in haar rol en de AFM als toezichthouder.

Recent hebben de Stichting, het Verbond en de AFM hierin een grote stap genomen. Wij zijn een duurzame relatie aangegaan en hebben een soort samenlevingscontract getekend.

Ik vertel u graag wat meer over de voettocht die wij met elkaar hebben afgelegd om tot het benodigde vertrouwen te komen. En waarom wij als toezichthouder zo veel waarde hechten aan de samenwerking met de Stichting.

Route naar vertrouwen in de Stv

Misschien dat niet iedereen bekend is met het AFM Klantbelang Dashboard. Grofweg delen we scores uit van 1 tot en met 5 voor de mate waarin de sector het belang van de klant centraal stelt in diverse producten, diensten en procedures. Doel is dat verzekeraars het klantbelang duurzaam centraal stellen en proactief met klanten meedenken. Het Dashboard voeren we meestal uit bij de grote verzekeraars. Soms ook bij kleinere verzekeraars, als zij bijvoorbeeld een groot marktaandeel hebben binnen een specifieke productgroep.

Sinds de start van het AFM Klantbelang Dashboard in 2010 hebben wij de samenwerking gezocht met het Keurmerk Klantgericht Verzekeren. Stichting directeur Ron van Kesteren en enkele toezichthouders wilden elkaar eerst beter leren kennen. Net zoals dat bij een klintinventarisatie gaat. Wie zit er eigenlijk voor je en hoe steekt die persoon, of die organisatie in elkaar. Er zijn toen lange discussies gevoerd over het verschil tussen klanttevredenheid en het centraal stellen van het klantbelang. Van beide kanten is toen besloten om contact te houden. Of fraaier gezegd, in dialoog te blijven. En dat, in dialoog zijn, is een essentiële stap in de opbouw van vertrouwen.

Want langzaam verschoof de discussie van verschillen naar overeenkomsten. Stapje voor stapje heeft de AFM kunnen zien hoe gedegen de auditors van het Keurmerk hun werk doen. Met de groei van het onderlinge vertrouwen is de samenwerking dan ook steeds sterker geworden.

Ron van Kesteren heeft de afgelopen jaren dan ook menig AFM toezichthouder voorbij zien komen. En andersom is Ron ook vaak bij de AFM geweest. Iedereen die wel eens bij de AFM op bezoek is geweest, weet hoe moeilijk de parkeergarage te vinden is te midden van alle omleidingen door de aanleg van de Noord-Zuid lijn. En, vertrouwt u mij, Ron weet ons inmiddels blindelings te vinden. Mede dankzij zijn doorzettingsvermogen en de inzet van het Verbond is met de samenwerkingsovereenkomst een wens van de AFM in vervulling gegaan. Dat meer zelfregulering een wens van de sector is, is evident.

De AFM juicht het toe dat verzekeraars hun verantwoordelijkheid nemen in het zelfstandig uitvoeren van dashboard modules. Iets wat voor andere spelers uit de financiële sector nog een brug te ver lijkt. U verdient daarvoor een compliment!

Toch was zelfregulering ook eens de wens van de AFM. Dat behoeft wellicht enige toelichting.

Risicogestuurd Dashboard

Nu de Stichting het eigenaarschap van de drie onderzoeksthema's informatieverstrekking, klachtenmanagement en claimbehandeling uit het Dashboard overneemt, biedt dat de AFM de gelegenheid ons Dashboard nog meer risicogestuurd in te richten. Dat wil zeggen dat de gekozen onderwerpen voor 2018 en verder naadloos aansluiten bij de toezichtprioriteiten.

Voor verzekeraars betekent dat bijvoorbeeld dat wij dit jaar voor ons Dashboard een drietal onderwerpen onderzoeken. Het gaat om het Dashboard productontwikkeling bij pensioenverzekeringen, de invoering van de Insurance Distribution Directive (u beter bekend als de IDD) en de distributie van zakelijke verzekeringen. Ik vertel u graag wat meer over de accenten die we daarin leggen.

Dashboard pensioenverzekeringen

Zoals u weet is de pensioensector sterk in ontwikkeling. Er wordt uitgebreid gesproken over een nieuw pensioenstelsel en ook de afgelopen jaren zijn al diverse vernieuwingen doorgevoerd waaronder het Algemeen Pensioenfonds en de Wet verbeterde premieregeling. In brede zin zien we een verschuiving van uitkeringsovereenkomsten naar premieovereenkomsten waarbij deelnemers meer keuzevrijheid krijgen maar waarbij ook steeds meer risico's bij die deelnemer komen te liggen. Dit zien we bijvoorbeeld terug bij het variabele uitkeringsproduct. In het dashboardonderzoek kijkt de AFM hoe verzekeraars dit product hebben vormgegeven en in hoeverre het klantbelang hierin is meegenomen. Bij een complex product zoals een variabele uitkering is het noodzakelijk dat alle belangen zorgvuldig worden afgewogen.

Implementatie IDD

En dan de IDD. Zoals u allemaal weet, moeten verzekeraars per 1 oktober 2018 voldoen aan de normen uit deze richtlijn. Per 1 juli aanstaande moet de wetgever klaar zijn met de definitieve aanpassingen in de Nederlandse wetgeving. Het lijkt erop dat dit onze wetgever ruimschoots gaat lukken. We weten dat sommige wetten nog niet helemaal definitief zijn. Maar de overgrote meerderheid van de regels staat inmiddels vast, al dan niet via direct werkende Uitvoeringsverordeningen. Op de website van de AFM en via de nieuwsbrieven (waarop u natuurlijk allemaal geabonneerd bent) bent u al bestookt met informatie over de nieuwe gedragsregels. De IDD brengt het niveau van consumentenbescherming op gebied van verzekeren en verzekeraars omhoog, is het idee. Ik ben ervan overtuigd dat naleving van de normen uit de IDD – niet alleen naar de letter van de wet maar ook naar de geest van de wet – bijdraagt aan het duurzame herstel van het vertrouwen van klanten in de verzekeringssector.

De IDD is er namelijk voor een belangrijk deel op gericht om het verzekeringsproduct zo goed mogelijk te laten aansluiten op de wensen en behoeften van de klant. Of die nu een product afsluit bij een verzekeraar, een adviseur of een vergelijkingssite. Met of zonder advies.

Zakelijke verzekeringen

En dan het MKB. Ook kleine en middelgrote ondernemers moeten kunnen vertrouwen op de producten en diensten die zij afnemen van financiële ondernemingen. Voor hen is het vaak lastig om een financieel product kritisch te beoordelen. De dienstverlening van banken aan kleine en middelgrote ondernemingen is daarom een van de aandachtspunten van de AFM. Specifiek kijken we dit jaar naar collectieve arbeidsongeschiktheidsverzekeringen. De normen op gebied van productontwikkeling gelden ook voor collectieve arbeidsongeschiktheidsverzekeringen. Het is voor ons van groot belang dat werkgevers en hun werknemers erop kunnen vertrouwen dat de

verzekeringen die ze aangeboden krijgen aantoonbaar het resultaat zijn van zorgvuldige productontwikkeling waarin op evenwichtige wijze rekening is gehouden met de belangen van de cliënt en zijn werknemers.

Het is bijvoorbeeld essentieel dat de verzekeraar voor zijn collectieve arbeidsongeschiktheidsverzekeringen specifieke doelgroepen onderscheidt, de verzekering test voordat deze op de markt wordt gebracht en regelmatig reviewt in de periode dat het product op de markt verkrijgbaar is.

Ook horen de beloningen aan (onder)gevolmachtigde agenten en bemiddelaars geen risico op sturing in de distributie mee te brengen of op een andere manier afbreuk te doen aan de belangen van de werkgever en zijn werknemers.

Samen met de Stv op weg naar duurzaam consumentenvertrouwen

De samenwerking met de Stv voorziet erin dat de Stv, samen met de Keurmerkhouders de normen blijft doorontwikkelen. Daarin ligt de uitdaging voor de toekomst en de uitdaging die ik bij u neerleg. Nieuwe technologieën, veranderend klantgedrag, economische ontwikkelingen, nieuwe wet- en regelgeving, ga zo maar door. De wereld staat nooit stil. Sterker nog, de veranderingen lijken elkaar steeds sneller op te volgen.

Het is daarom dat ik van mening ben dat de samenwerking met de Stv zo belangrijk is. Nu en in de toekomst. De kracht van de Stv zit hem in haar verbondenheid met de sector. De Stv kent de sector en haar spelers als geen ander en het is voor de toezichthouder belangrijk om samen met de Stv en haar keurmerkhouders te blijven nadenken over manieren waarop de klant dienstverlening en producten krijgt die voldoen aan zijn verwachtingen. We weten allemaal één ding zeker: passende dienstverlening en passende producten zijn het fundament onder duurzaam vertrouwen van de klant. En zonder fundament, valt er niets duurzaam te bouwen.

Dank u wel.