

SAMEN STERKER

Dat het provisieverbod meer is dan het stop zetten van een betaalstroom, is zo langzamerhand wel duidelijk. De nieuwe realiteit zorgt voor een herbezinning bij alle marktpartijen. Samenwerkingsverbanden die tot nu toe als vanzelfsprekend werden ervaren, worden tegen de achtergrond van een provisieloze wereld met een frisse blik bekeken.

Het verbaast dan ook niet dat de AFM op dit moment veel vragen van marktpartijen krijgt over de invulling van de samenwerking tussen aanbieders, serviceorganisaties en onafhankelijke adviseurs. Dat is een logisch gevolg van nieuwe wetgeving die weliswaar een kraakheldere doelstelling heeft, maar die ook relatief veel open normen kent en dus niet voor elke situatie een sjabloon bevat.

Zoals meestal is ook het antwoord op vragen over de manier waarop partijen na het provisieverbod met elkaar samenwerken, niet pasklaar in één zinnetje samen te vatten. Hoewel *oneliners* het vaak goed doen als nieuwskop, of in tweets, doen dit soort leuzen vaak geen recht aan de complexe werkelijkheid van de advieswereld. Wat vast staat is dat onafhankelijke adviseurs en aanbieders ook in de nieuwe advieswereld met elkaar zullen moeten samenwerken om de klant te voorzien van passende en efficiënte oplossingen.

Bij specifieke vragen over samenwerking, gaan wij altijd terug naar het doel van de nieuwe regels. De hoofdgedachte is bekend: om het risico op verkeerde prikkels te voorkomen mogen aanbieders adviseurs niet langer betalen voor advies



MICHEL DENKERS,
Hoofd Toezicht AFM

“TE KORT DOOR DE BOCHT OM TE STELLEN DAT AANBIEDERS MET ALLE ADVISEURS MOETEN SAMENWERKEN”

en bemiddeling. Op deze manier kan de klant er op vertrouwen dat hij krijgt wat hij nodig heeft en waarvoor hij betaalt: een oplossing die volledig gestoeld is op een afweging van *zijn* belangen, en niet die van iemand anders.

Nu zien we in de samenwerking verschillende soorten afspraken waarbij je een technische discussie kan voeren of die onder deze hoofdregel vallen, maar die evident tot verkeerde prikkels kunnen leiden. Denk bijvoorbeeld aan marketingvergoedingen voor producten onder het provisieverbod.

Bent u er dus als aanbieder als u geen provisie meer betaalt? Of als adviseur als u geen provisie meer ontvangt? Is dan alles wat u daarnaast met elkaar afsprekt ‘oké’? Is bijvoorbeeld het doel van het provisieverbod gediend bij samenwerkingsovereenkomsten waarbij een adviseur wordt gehouden aan eisen over de minimale omzet? Blijft u dan volledig vrij en onafhankelijk om de klant te adviseren?

Wie deze vragen kan stellen, kan ze ook zelf beantwoorden. Er kan sturing uitgaan van andere afspraken dan afspraken over betaling. Afspraken die omzetvereisten stellen aan samenwerkingsovereenkomsten leiden tot een sturingsprikkel in de adviezen van de adviseurs en stroken om die reden niet met het doel van het provisieverbod.

Deze constatering mag niet leiden tot de kort-door-de-bochtconclusie dat aanbieders verplicht zijn om met alle adviseurs samen te werken, of dat zij geen enkele eisen mogen stellen aan samenwerkende partijen. Het is bijvoorbeeld goed als aanbieders hun verantwoordelijkheid nemen voor kwaliteit van dienstverlening in de keten.

Andersom mogen klanten van de onafhankelijke adviseur verlangen dat hij naast hen gaat staan om samen de meest efficiënte aanbieder uit te zoeken, die producten levert met de beste prijs/kwaliteitverhouding en de meest heldere informatieverstrekking. En het een kan niet zonder het ander. Dit nieuwe evenwicht zorgt ervoor dat het uitgangspunt ‘samen sterker’ onder het provisieverbod meer betekent dan ooit tevoren. En dat is pure winst voor de klant. ««

Reacties op deze column zijn welkom op vpv@afm.nl