

Datum 28 augustus 2013

Pagina 1 van 12

Betreft Terugkoppeling AFM op informatieverzoek
naleving artikel 86g en 86h BGfo

Geachte heer, mevrouw,

Op 23 april 2013 hebben wij u een informatieverzoek gestuurd met vragen over de naleving van de regels gericht op het rechtstreeks in rekening brengen van advies- en distributiekosten. Wij danken u voor uw medewerking aan dit omvangrijke informatieverzoek en voor de waardevolle inzichten die u ons hiermee heeft geboden.

Wat was het doel van het informatieverzoek?

Het doel van het informatieverzoek was om inzicht te verkrijgen in de mate waarin de regels ten aanzien van advies- en distributiekosten worden nageleefd. Het informatieverzoek is verstuurd naar banken en verzekeraars die producten onder het provisieverbod aanbieden en die gezamenlijk 80% of meer marktaandeel in deze markten hebben.

Welke algemene indruk heeft de AFM van de beantwoording?

De beantwoording van het informatieverzoek heeft ons een goed beeld gegeven van de knelpunten die aanbieders ervaren bij het opstellen van het kostprijsmodel en het rechtstreeks in rekening brengen van advies- en distributiekosten. Voor een volledig inzicht in de juiste toepassing van de nieuwe regels met betrekking tot het kostprijsmodel is het ook van belang dat de accountantscontrole wordt uitgevoerd.

Wat moet u doen?

Lees de informatie in deze brief goed door. In de bijlage vindt u namelijk onze terugkoppeling op de antwoorden van de deelnemers aan het informatieonderzoek. De AFM vraagt u om aan de hand van de informatie in deze brief te beoordelen of uw kostprijsmodel moet worden aangepast, en op basis van deze beoordeling het kostprijsmodel te wijzigen. Daarnaast bent u verplicht om de juistheid van uw kostprijsmodel te laten controleren door de accountant. In paragraaf 1 van bijlage I leest u ons standpunt hierover.

In bijlage II bij deze brief vindt u het relevante wettelijk kader. In bijlage III hebben wij de achtergrond van deze brief uiteengezet.

Datum 28 augustus 2013

Pagina 2 van 12

Wat is het vervolg?

De beantwoording geeft bij het merendeel van de instellingen aanleiding tot het voeren van een vervolgesprek. Dit kan zijn omdat de beantwoording vragen oproept, of omdat de AFM vindt dat aanpassingen gewenst zijn. Deze gesprekken worden op individuele basis met de betrokken ondernemingen gevoerd.

Hoogachtend,
Autoriteit Financiële Markten

BIJLAGE I ALGEMENE BEVINDINGEN

Wat zijn de bevindingen van de AFM?

Hieronder zijn de algemene bevindingen van de AFM opgenomen. De bevindingen volgen uit de beantwoording van de vragen uit het oorspronkelijke informatieverzoek. Wij hebben voor deze terugkoppeling een selectie gemaakt van belangrijke onderwerpen en opvallende antwoorden op vragen uit het informatieverzoek. In deze brief zijn zowel meer algemene als specifieke onderwerpen opgenomen.

1. Totstandkoming kostprijsmodel en accountantscontrole

Reactie respondenten

Alle deelnemende aanbieders hebben het kostprijsmodel gebruikt voor de berekening van de advies- en distributiekosten die zijn gericht op het tot stand brengen van een overeenkomst ten aanzien van producten als bedoeld in artikel 86c van het Besluit Gedragstoezicht financiële ondernemingen Wft (BGfo).

Een meerderheid van de respondenten geeft aan dat zij de accountant nog geen opdracht heeft gegeven om de juistheid van het kostprijsmodel te controleren. Een kleine minderheid van de respondenten geeft aan dat de accountant is begonnen met de controle van het kostprijsmodel. Geen van de ondervraagde partijen heeft van de accountant al een verklaring ontvangen.

Terugkoppeling AFM

De verplichting om de juistheid van het kostprijsmodel door een accountant te laten controleren is opgenomen in artikel 86g, tweede lid, van het BGfo. Hierin is ook opgenomen dat de accountant jaarlijks controleert of de begrote advies- en distributiekosten juist en volledig zijn toegerekend aan de financiële producten. De controle door de accountant is opgenomen om te waarborgen dat de advies- en distributiekosten aansluiten bij de daadwerkelijk begrote kosten.

De Nederlandse Beroepsorganisatie van Accountants (NBA) heeft begin dit jaar nog enkele vragen gesteld over de te verrichten controles en de door de accountant af te geven verklaring. Na overleg met het Ministerie van Financiën, het Verbond en de AFM heeft de NBA een model assurance-rapport over de controle van het kostprijsmodel ontwikkeld. Volgens de NBA doet dit model recht aan de zekerheid die op basis van de controlewerkzaamheden kan worden verkregen. De AFM verwacht van de ondernemingen dat zij de accountants nu opdragen de vereiste controle uit te voeren, en van de accountants dat deze een assurance-rapport opstellen.

2. Volledigheid berekening kostprijsmodel

Ingevolge artikel 86g van het BGfo moeten aanbieders die een dienstverleningsdocument verstrekken een kostprijsmodel opstellen. Dit kostprijsmodel moet door aanbieders worden gebruikt voor de berekening van de advies- en distributiekosten die zijn gericht op het tot stand brengen van een overeenkomst ten aanzien van producten als bedoeld in artikel 86c BGfo met een consument of, indien het een verzekering betreft, cliënt.

Uit de antwoorden op de vragen uit het informatieverzoek met betrekking tot de naleving van artikel 86g en 86h BGfo ontstaat het beeld dat niet alle aanbieders volledig zijn geweest in het opnemen van de kosten en

winstmarges in het kostprijsmodel die betrekking hebben op advies- en distributiedienstverlening. Op basis van de antwoorden op het informatieverzoek alleen kan de AFM de volledigheid van de opbouw van advies- en distributiekosten echter niet beoordelen. De verklaring van de accountant moet hier meer duidelijkheid over geven.

In deze paragraaf worden een aantal kostensoorten besproken die, zoals blijkt uit de antwoorden op het informatieverzoek, mogelijk door aanbieders onterecht niet, of niet volledig, zijn opgenomen in het kostprijsmodel. Daarnaast wordt aandacht gevraagd voor het gebruik van een winstmarge om te komen tot een tarief.

2.1. Kosten gratis oriëntatiegesprek

Reactie aanbieders

Aanbieders kunnen ervoor kiezen een oriëntatiegesprek gratis aan te bieden aan consumenten. Uit de antwoorden op het informatieverzoek blijkt niet op welke wijze aanbieders de kosten van oriëntatiegesprekken onderdeel hebben gemaakt van het kostprijsmodel.

Terugkoppeling AFM

Logischerwijs maken aanbieders kosten voor het voeren van een oriënterend gesprek. Deze kosten mogen niet terugkomen in de prijs van het product, maar moeten worden opgenomen in de berekening van advies- en distributiekosten volgens het kostprijsmodel.

Uit de toelichting op artikel 86g van het BGfo blijkt namelijk dat de kosten die verbonden zijn aan het informeren van de cliënt over de inhoud van de dienstverlening¹ in ieder geval onder de advieskosten moeten worden verstaan. Dit betekent dat de kosten van het oriënterend gesprek moeten worden meegenomen in de berekening van de advies- en distributiekosten volgens het kostprijsmodel. Omdat alle advies- en distributiekosten moeten worden opgenomen in het kostprijsmodel, moeten ook de kosten van oriëntatiegesprekken die niet leiden tot een adviestraject worden meegenomen in de berekening van de advies- en distributiekosten.

2.2. Kosten reclame

Reactie aanbieders

Uit de antwoorden op het informatieverzoek blijkt dat er aanbieders zijn die voor bepaalde producten geen reclamekosten rekenen. Hoewel het mogelijk is dat voor de advies- en distributiedienstverlening van bepaalde producten geen reclame wordt gemaakt, valt het de AFM op dat er aanbieders zijn die voor bijna alle gevoerde producten geen reclamekosten rekenen. Onduidelijk is waarin de kosten voor reclame wel zijn doorberekend.

Terugkoppeling AFM

Uit de toelichting op artikel 86g, tweede lid, van het BGfo blijkt dat de kosten voor reclame in ieder geval die kosten omvatten "...die direct gekoppeld zijn aan het onder de aandacht brengen van het advies en het klantcontact over producten en de productaanvraag (exclusief reclame voor het product). Tevens behelst dit de

¹ Staatsblad 2012-695, pagina 93: "Onder advieskosten vallen in ieder geval de kosten voor de volgende werkzaamheden..."

*logistiek om met een potentiële of bestaande klant een afspraak te maken.*² Dit betekent dat bijvoorbeeld de kosten voor het maken van een afspraak met een consument voor een (oriënterend) gesprek, eventuele reistijd voor een adviseur naar een (oriënterend) gesprek en het beantwoorden van vragen over het product moeten worden meegenomen in de berekening van de advies- en distributiekosten volgens het kostprijsmodel.

2.3. Kosten over- en ondercapaciteit en reorganisaties

Reactie respondenten

Uit de antwoorden op het informatieverzoek blijkt dat aanbieders verschillend omgaan met het toerekenen van de kosten van over- en ondercapaciteit en reorganisaties. Een meerderheid van de respondenten heeft in het kostprijsmodel overigens geen rekening gehouden met over- en ondercapaciteit.

Terugkoppeling AFM

Het uitgangspunt is dat de kosten van de unit(s) verantwoordelijk voor advies en distributie, inclusief overcapaciteit, mee worden genomen in de berekening van advies- en distributiekosten volgens het kostprijsmodel. Het kan zijn dat er in een individueel jaar een reorganisatie plaatsvindt in de advies- en/of distributie-unit. Het is mogelijk om daar rekening mee te houden in berekening van de advies- en distributiekosten. Alleen in dit betreffende jaar moeten dan de kosten voor deze reorganisatie worden meegenomen.

Een reorganisatie kan aanleiding geven om het kostprijsmodel zelf tijdelijk te wijzigen. Dit kan naar het oordeel van de AFM echter geen structureel karakter krijgen, door jaarlijks het kostprijsmodel aan te passen op over-, ondercapaciteit en reorganisaties. Hierdoor ontstaat namelijk een situatie die de schijn geeft van het toerekenen naar een gewenste uitkomst.

2.4. Winstmarge

Reactie respondenten

Uit de beantwoording van de vragen blijkt dat er ondernemingen zijn die voor bepaalde producten een negatieve winstmarge hanteren. In het dienstverleningsdocument wordt als gevolg hiervan een lagere prijs vermeld dan is berekend op basis van het kostprijsmodel. Dit betekent dat deze ondernemingen bewust verlies maken op hun advies- en distributiedienstverlening.

Reactie AFM

Door een winstopslag toe te voegen aan de kostprijsberekening ontstaat een tarief dat vergelijkbaar is met het tarief dat de adviseur/bemiddelaar hanteert in het dienstverleningsdocument. Het is mogelijk dat een aanbieder op incidentele basis besluit verlies te nemen op de adviesdienst, bijvoorbeeld omdat een nieuwe aanbieder tot de markt toetreedt en daar een positie tracht op te bouwen. Met incidentele basis bedoelt de AFM dat dit in een bepaald jaar kan voorkomen, maar niet jaar op jaar mag voortduren.

Voor winstmarges geldt echter dat deze structureel positief moeten zijn. Een negatieve winstmarge impliceert namelijk dat niet alle advies- en distributiekosten bij de consument in rekening zijn gebracht. In dit verband wijst de AFM er nog op dat de kosten voor advies en distributie niet in de prijs van het financiële product mogen

² Staatsblad 2012-695, pagina 93

worden opgenomen. Dit brengt met zich mee dat een negatieve winstmarge zich niet mag vertalen in de (hogere) prijs van het financiële product, om op die manier de verliezen op de advies- en distributiedienst op te vangen.

In het advies van SIS Finance, dat ten grondslag ligt aan de bepalingen in het BGfo, wordt voorgesteld om voor de winstmarge “een marktconforme opslag voor rendement op adviesdiensten in Nederland” te nemen. De AFM ziet vooralsnog geen aanleiding om zich uit te spreken over wat een ‘marktconforme’ winstmarge is. Het is aan aanbieders om tot een winstmarge te komen die recht doet aan het door SIS Finance gehanteerde criterium.

3. Afronden naar ronde commerciële tarieven

Reactie respondenten

Enkele respondenten geven aan dat zij de uitkomsten van het kostprijsmodel vertalen naar een commercieel tarief dat afgeronde getallen kent.

Terugkoppeling AFM

De wens van marktpartijen om de prijs van de dienstverlening in ronde getallen weer te geven, begrijpt de AFM. Bij afronding moeten aanbieders er wel rekening mee houden dat de uiteindelijke in rekening te brengen advies- en distributiekosten een afspiegeling moeten zijn van de daadwerkelijk gemaakte kosten voor de advies- en distributiedienstverlening. Een (grote) afwijking kan er immers toe leiden dat de weergave van de kosten in het DVD niet overeenkomt met de werkelijke kosten. Een afronding binnen een bandbreedte van 5 procent van de kostprijs lijkt de AFM niet onredelijk.

4. Systemen waarbij de consument advies- en distributiekosten pas betaalt als deze daadwerkelijk overgaat tot het sluiten van de overeenkomst

Reactie respondenten

De AFM heeft met partijen die een systeem hanteren waarbij de consument de advies- en distributiekosten pas betaalt als deze overgaat tot het sluiten van een overeenkomst intensieve gesprekken gevoerd, en met hen afgesproken dat zij hiermee stoppen. Een enkele onderneming heeft dit uit eigen beweging gedaan. Het afschaffen van dergelijke systemen is in lijn met het standpunt van de AFM.

Terugkoppeling AFM

Op grond van artikel 86h, eerste lid, van het BGfo dient een directe aanbieder de advieskosten en distributiekosten gericht op het tot stand brengen van een overeenkomst met betrekking tot een betalingsbeschermer, complex product, hypothecair krediet, individuele arbeidsongeschiktheidsverzekering, overlijdensrisicoverzekering, uitvaartverzekering, of bij ministeriële regeling aan te wijzen ander financieel product rechtstreeks in rekening te brengen bij de consument of, indien het een verzekering betreft, de cliënt. De kosten van de dienstverlening zijn hierdoor voor de consument transparant. De consument kan op basis van informatie over de reikwijdte en kosten van de dienstverlening een bewuste keuze maken voor een onafhankelijk adviseur of voor een adviseur in dienst van een directe aanbieder.

Eén van de belangrijke doelstellingen van het provisieverbod is dat adviseurs naast de klant gaan staan en handelen vanuit het belang van de klant. Dit betekent dat in de advisering de belangen van de klant centraal staan.

De vraag of de oplossing voor de vraag van de consument het afsluiten van een nieuw product is, het wijzigen van een bestaand product, of het advies aan de consument om niets te doen, kan voor het geven van advies niet bepalend zijn. Dit moet logischerwijs zijn weerslag vinden in het verdienmodel. Een verdienmodel waarbij alleen voor advies wordt betaald als een product wordt afgesloten, sluit niet op deze gedachte aan. In een dergelijk verdienmodel blijft toch een prikkel voor een adviseur bestaan om een product te verkopen.

5. Mogelijkheden om de advies- en distributiekosten op een andere manier te voldoen

Reactie respondenten

Bij het product direct ingaande lijfrente blijkt in sommige gevallen dat advies- en distributiekosten aan de koopsom worden onttrokken. Dit betekent dat de kosten van advies en distributie uit het – fiscaal gefaciliteerde – opgebouwde vermogen wordt betaald. Sommige aanbieders brengen deze kosten wel rechtstreeks bij de consument in rekening.

Terugkoppeling AFM

Op grond van artikel 86h BGfo, eerste lid, moeten directe aanbieders van financiële producten de advies- en distributiekosten gericht op het tot stand brengen van een overeenkomst met betrekking tot de genoemde financiële producten rechtstreeks in rekening brengen. Het onttrekken van de advies- en distributiekosten aan de koopsom doet geen recht aan dit artikel, omdat deze kosten dan niet rechtstreeks in rekening worden gebracht. Deze wijze van in rekening brengen is in de praktijk ook een ‘no cure no pay’ constructie. De advies- en distributiekosten worden immers alleen in rekening gebracht als het product wordt afgesloten. Het standpunt van de AFM over deze constructies staat in paragraaf 4. Tot slot wijzen wij nog op de standpunten van de kennisgroep verzekeringsproducten van de Belastingdienst over de fiscale behandeling van advies- en distributiekosten bij directe aanbieders en beloningen van tussenpersonen. Deze standpunten zijn op 12 augustus 2013 gepubliceerd³.

6. Advies in de beheerfase

Reactie respondenten

Uit de antwoorden op het informatieverzoek blijkt dat bij aanbieders nog onduidelijkheid bestaat over advisering in de beheerfase. Hierbij wordt onder meer gewezen op klanten met betalingsachterstanden, de zogenaamde ‘bijzonder beheerklanten’. Ook in geval van rentewijzigingen kan een bestaande klant behoefte hebben aan een advies over de passendheid van de huidige hypotheekconstructie. Veel aanbieders vragen zich af in welke gevallen de kosten voor advies en distributie in de beheerfase rechtsreeks in rekening moeten worden gebracht.

Terugkoppeling AFM

Aanbieders moeten de kosten van adviezen gericht op het tot stand brengen van een overeenkomst van een product onder het provisieverbod rechtstreeks in rekening brengen bij de klant. Deze verplichting geldt ongeacht of er daadwerkelijk een overeenkomst tot stand wordt gebracht. De wettelijke regels voor het rechtstreeks in rekening brengen van de kosten van adviezen gericht op de totstandkoming van een overeenkomst zijn niet anders dan wanneer de adviezen worden gegeven tijdens de beheerfase.

³ Zie hiervoor: <http://www.rijksoverheid.nl/ministeries/fin/documenten-en-publicaties/circulaires/2013/08/13/standpunten-kennisgroep-verzekeringsproducten-over-advies-en-distributiekosten.html>

De wet verplicht directe aanbieders klanten de kosten van advies gericht op de totstandkoming van een overeenkomst rechtstreeks in rekening te brengen. De vraag is wanneer adviezen gericht zijn op het tot stand brengen van een nieuwe overeenkomst. Dit kan het geval zijn bij klanten die een nieuwe overeenkomst willen aangaan, maar ook bij klanten die een bestaande overeenkomst willen wijzigen.

In het civiele recht is geregeld wanneer een overeenkomst tot stand komt. Voor de beantwoording van de vraag wanneer een wijziging van een overeenkomst leidt tot een nieuwe overeenkomst, moet dan ook naar het civiele recht worden gekeken. Of de wijziging van een bestaande overeenkomst als een nieuwe overeenkomst moet worden beschouwd hangt onder meer af van de bestaande overeenkomst, en van de te maken wijzigingen. Marktpartijen hebben hierin dus een eigen verantwoordelijkheid; zij moeten zelf beoordelen of advies- en distributiekosten rechtstreeks bij klanten in rekening moeten worden gebracht.

De AFM is van mening dat bij bestaande klanten, dus tijdens de beheerfase, de advies- en distributiekosten in ieder geval rechtstreeks in rekening moeten worden gebracht wanneer het advies is gericht op wijziging van de productsamenstelling of de productoplossing. Ook in de beheerfase hoort de klant gedegen advies te krijgen over de passendheid van de producten. De AFM vindt het belangrijk dat de klant in de beheerfase een bewuste keuze maakt over waar hij zijn advies afneemt.

Een concreet voorbeeld van een wijziging van de productsamenstelling is de omzetting van een opbouwproduct, bijvoorbeeld een beleggingsverzekering, naar een ander financieel product. Dit geldt ook als het opbouwproduct verbonden is aan een eerder afgesloten hypothecaire lening. Een ander voorbeeld is de omzetting van de hypotheekvorm, zoals een omzetting van een aflossingsvrije hypotheek naar een andere hypotheekvorm.

De plicht tot het rechtstreeks in rekening brengen geldt niet wanneer de aanbieder of adviseur in overeenstemming met het eerder door de AFM gepubliceerde stappenplan gehouden is tot het geven van kosteloos hersteladvies over een beleggingsverzekering. Zie voor verdere informatie hierover de website van de AFM:

www.afm.nl/hersteladvies.

Aanbieders en adviseurs kunnen hun klanten ook in de beheerfase een kostenloze oriëntatie op de dienstverlening aanbieden. Tijdens de beheerfase is het eveneens van belang dat klanten zich goed oriënteren op de geboden dienstverlening. In de oriëntatie kunnen aanbieders en adviseurs de klant duidelijk maken hoe de dienstverlening eruit zal zien en wat de eventuele kosten hiervan zijn. Als de klant besluit om een advies af te nemen, dan moeten aanbieders deze kosten rechtstreeks bij de klant in rekening brengen. De directe aanbieder mag deze kosten namelijk niet in de prijs van het financiële product verwerken. De kosten van de oriëntatiefase moeten worden opgenomen in het kostprijsmodel dat u moet opstellen om de kosten van advies en distributie te berekenen. In paragraaf 2 vindt u meer informatie over het meenemen van deze kosten in de berekening van advies- en distributiekosten.

Bij advisering aan klanten met structurele betalingsachterstanden, bijvoorbeeld bij klanten in bijzonder beheer die minimaal twee termijnen betalingsachterstand hebben, zal de advisering in de praktijk meestal niet gericht zijn op de totstandkoming van een overeenkomst. Aanbieders en adviseurs zijn dan niet verplicht om advies- en

distributiekosten rechtstreeks in rekening te brengen. Dat deze kosten niet in rekening hoeven te worden gebracht, betekent niet dat aanbieders bemiddelaars voor werkzaamheden in het kader van bijzonder beheer mogen betalen.

7. De kennis- en ervaringstoets

Reactie respondenten

Het beeld dat de uitvraag geeft over de wijze waarop marktpartijen invulling hebben gegeven aan de kennis- en ervaringstoets is wisselend. Over het algemeen is bij banken de kennis- en ervaringstoets niet blokkerend. Dit betekent dat ook al ‘haalt de consument de toets niet’, hij het product toch kan afsluiten. Bij verzekeraars is bij levensverzekeringen een ander beeld waarneembaar. Bij het afsluiten van levensverzekeringen mag de consument in een aantal gevallen het product niet afsluiten als deze niet slaagt voor de kennis- en ervaringstoets.

Reactie AFM

Voor bepaalde producten⁴ die execution only worden afgenomen, moet een kennis- en ervaringstoets worden afgenomen. De wetgever heeft deze toetsen inhoudelijk niet verder ingevuld. De AFM gaat ervan uit dat u deze toetsen zo opstelt dat zij de daadwerkelijke kennis en ervaring van uw klant testen, zowel over het product als over de geboden dienst. De wet verplicht u niet om klanten die niet voor de toets slagen te weren. Het uitgangspunt van de wetgeving is dat uw klant zelf kan kiezen voor een distributiekanaal, en dus de keuze heeft of hij voor de aanschaf van een financieel instrument advies wenst in te winnen. De klant moet wel gewaarschuwd worden. Wij wijzen er op dat er aansprakelijkheidsrisico's verbonden kunnen zijn aan het bieden van execution only dienstverlening aan klanten die niet genoeg kennis en/of ervaring hebben om de risico's van execution only en het betrokken financiële product te begrijpen.

De kennis- en ervaringstoets is een onderdeel van de werkzaamheden van de directe aanbieder die een product aan de klant aanbiedt, zonder daarbij te adviseren. De kosten (zowel voor de ontwikkeling van de toets als de doorlopende kosten) van de toets moeten daarom worden meegenomen in de berekening van de distributiekosten, en mogen geen onderdeel zijn van de prijs van het financiële product zelf. De distributiekosten moeten apart op de factuur worden vermeld en rechtstreeks bij de klant in rekening worden gebracht.

8. De kennelijke onredelijkheidsnorm

Tot slot merken wij op dat voor elke vorm van kosten die in rekening worden gebracht geldt dat deze moeten passen binnen de kennelijke onredelijkheids norm, zoals verwoord in artikel 86c tweede lid, onder a, van het BGfo. Uit deze norm volgt dat de beloning die de consument of cliënt voor de advies- en/of distributiedienstverlening aan de aanbieder betaalt, niet kennelijk onredelijk mag zijn gelet op de aard en reikwijdte van de dienstverlening.

⁴ Voor uitvaartverzekeringen en overlijdensrisicoverzekeringen geldt de verplichting om de kennis en ervaring van de consument te toetsen niet. Voor deze producten geldt het provisieverbod wel.

Bijlage II WETTELIJK KADER

Artikel 80e BGfo (Kennis en Ervaringstoets)

1. Een financiëledienstverlener die, zonder daarbij te adviseren, een betalingsbeschermer, complex product, hypothecair krediet, individuele arbeidsongeschiktheidsverzekering of een bij ministeriële regeling aan te wijzen ander financieel product aanbiedt, bemiddelt of ten aanzien van dit financieel product optreedt als gevolmachtigde agent, stelt bij de beoordeling van de passendheid, bedoeld in artikel 4:24, eerste lid, van de wet, voorafgaand aan de dienstverlening vast of de consument of cliënt over voldoende kennis en ervaring beschikt om te begrijpen welke risico's zijn verbonden aan het desbetreffende financieel product en het verlenen van de betrokken financiële dienst.
2. Het inwinnen van informatie over de kennis en ervaring van de consument of cliënt, bedoeld in artikel 4:24, eerste lid, van de wet, is wat de hoeveelheid betreft evenredig aan de aard van het financieel product, de complexiteit daarvan en de daarmee samenhangende risico's. In ieder geval wordt informatie ingewonnen over:
 - a. de financiële producten waarmee de consument of cliënt bekend is;
 - b. het inzicht van de consument of cliënt in de eigenschappen en risico's van het desbetreffende financieel product en de financiële dienst;
 - c. de mate waarin de consument of cliënt inzicht heeft in zijn eigen financiële situatie; en
 - d. de behoefte van de consument of cliënt aan advies over het desbetreffende financieel product.
3. In de waarschuwing, bedoeld in artikel 4:24, tweede lid, van de wet wijst de financiëledienstverlener de consument of cliënt erop dat het inwinnen van advies raadzaam is.
4. Een financiëledienstverlener mag vertrouwen op de door de consument of de cliënt verstrekte informatie over de in het tweede lid genoemde onderwerpen, tenzij hij weet of redelijkerwijs kan vermoeden dat deze informatie gedateerd, onnauwkeurig of onvolledig is.
5. Indien meerdere financiëledienstverleners betrokken zijn bij het verlenen van de financiële dienst aan de consument of cliënt wordt de informatie, bedoeld in het eerste lid, ingewonnen door de financiëledienstverlener die rechtstreeks door de consument of cliënt is benaderd voor het verlenen van de financiële dienst.
6. De Autoriteit Financiële Markten kan nadere regels stellen met betrekking tot de wijze waarop de informatie over de kennis en ervaring, bedoeld in het eerste lid, wordt ingewonnen van de consument of cliënt, de informatie, bedoeld in het tweede lid, alsmede de formulering van de waarschuwing, bedoeld in het derde lid.

Artikel 86c (Provisieverbod)

1. Een financiëledienstverlener verschaft of ontvangt, rechtstreeks of middellijk, geen provisie voor het bemiddelen of adviseren van een betalingsbeschermer, complex product, hypothecair krediet, individuele arbeidsongeschiktheidsverzekering, overlijdensrisicoverzekering, uitvaartverzekering of bij ministeriële regeling aan te wijzen ander financieel product.
2. Het eerste lid is niet van toepassing op:

- a. provisies die rechtstreeks worden verschaft door de consument of, voor zover het een verzekering betreft, de cliënt of degene die namens hem optreedt, tenzij de hoogte van deze provisies kennelijk onredelijk is gelet op de aard en reikwijdte van de dienstverlening;
 - b. provisies die noodzakelijk zijn voor het verlenen van de desbetreffende financiële dienst of de desbetreffende financiële dienst mogelijk maken;
 - c. provisies die worden verschaft door een bemiddelaar of adviseur, niet zijnde een aanbieder of gevolmachtigde agent, aan een andere bemiddelaar of adviseur;
 - d. relatiegeschenken, voor zover de gezamenlijke waarde daarvan op jaarbasis niet meer bedraagt dan € 100.
3. Het eerste en tweede lid zijn van overeenkomstige toepassing op degene die, in combinatie met een complex product of een hypotheccair krediet, beleggingsdiensten verleent als bedoeld in onderdeel a of d van de definitie van verlenen van een beleggingsdienst in artikel 1:1 van de wet.

Artikel 86g BGfo (Kostprijsmodel)

1. Een aanbieder die een dienstverleningsdocument dient te verstrekken, stelt een kostprijsmodel op. Dit kostprijsmodel wordt gebruikt voor de berekening van de advieskosten en distributiekosten die zijn gericht op het tot stand brengen van een overeenkomst ten aanzien van producten als bedoeld in artikel 86c met een consument of, indien het een verzekering betreft, cliënt.
2. De aanbieder laat de juistheid van het kostprijsmodel controleren door een accountant. Tevens controleert een accountant jaarlijks of de begrote advieskosten en distributiekosten juist en volledig zijn toegerekend aan de financiële producten, bedoeld in het eerste lid.

Artikel 86h BGfo (Rechtstreeks in rekening brengen)

1. Een directe aanbieder brengt de advieskosten en distributiekosten gericht op het tot stand brengen van een overeenkomst met betrekking tot een betalingsbeschermer, complex product, hypotheccair krediet, individuele arbeidsongeschiktheidsverzekering, overlijdensrisicoverzekering, uitvaartverzekering, of bij ministeriële regeling aan te wijzen ander financieel product rechtstreeks in rekening bij de consument of, indien het een verzekering betreft, de cliënt.
2. De aanbieder brengt geen andere kosten dan de advieskosten en distributiekosten in rekening bij de consument onderscheidenlijk cliënt voor de werkzaamheden gericht op het tot stand brengen van een overeenkomst met betrekking tot de financiële producten, bedoeld in het eerste lid.

Bijlage III ACHTERGROND VAN DEZE BRIEF

Het hoofddoel van het provisieverbod is het verbeteren van de kwaliteit van de financiële dienstverlening. Het provisieverbod doet dit door het ontvlechten van taken en verantwoordelijkheden van aanbieders, adviseurs en bemiddelaars zodat sturingsmogelijkheden worden weggenomen. Door aanbieders te verbieden provisie te betalen aan adviseurs en bemiddelaars, die hun producten adviseren en afsluiten, worden adviseurs in staat gesteld volledig in het belang van hun klant te adviseren zonder dat deze last heeft van prikkels tot productgedreven verkoop.

In lijn hiermee moet de consument in staat worden gesteld om op basis van informatie over de reikwijdte van de dienstverlening en de prijs van de dienstverlening te beslissen welk soort dienstverlening zij wenst en waar zij die wil betrekken. Om de consument te helpen bij het maken van die keuze is het gestandaardiseerde dienstverleningsdocument (DVD) in het leven geroepen. In dit document worden naast de informatie over de reikwijdte van de dienstverlening, de kosten van dienstverlening in euro's kenbaar gemaakt. Om een goede vergelijking mogelijk te maken tussen de kosten van dienstverlening van de zelfstandig adviseur/bemiddelaar en van de adviserende aanbieder, dient de aanbieder de kosten van zijn dienstverlening uit te rekenen met behulp van een kostprijsmodel. Tevens dient de adviserende aanbieder de kosten van zijn dienstverlening rechtstreeks – en dus niet opgenomen in de prijs van een financieel product- bij de consument in rekening te brengen. Op deze manier is voor de consument duidelijk wat de advies en distributiekosten zijn en wat de prijs van het financiële product is. Dit is vooraf – in het dienstverleningsdocument – en achteraf – op de factuur – voor de consument inzichtelijk. De systematiek verschilt zó niet met dat van de zelfstandige adviseur, die voor zijn dienstverlening ook rechtstreeks door de consument wordt betaald. Zo kan een consument een goede vergelijking tussen de kosten van dienstverlening van de zelfstandige adviseur en de adviserende aanbieder