



## **Dienstverleningsdocument; een sterk fundament voor verdere groei in kwaliteit van financiële dienstverlening**

*Samenvatting van onderzoek gedaan in april 2013 naar de waardering van het Dienstverleningsdocument. Uitgevoerd door TNS Nipo in opdracht van de Autoriteit Financiële Markten (AFM).*

### **Kennis over gebruik en nut van dienstverleningsdocument (DVD) neemt toe bij oriëntatie en afsluiten**

Het nieuws rondom het provisieverbod is bij Nederlanders vooralsnog niet goed blijven hangen. Slechts 38% van de Nederlanders is op de hoogte van het provisieverbod. Als we specifiek kijken naar de groep Nederlanders die zich in 2012 of 2013 hebben georiënteerd op een financieel product of die er een hebben afgesloten zien we het percentage omhoog schieten naar 63%. Het mag duidelijk zijn dat de bekendheid met het provisieverbod nauw samenhangt met het zich oriënteren op en/of afsluiten van financiële producten.

We zien een vergelijkbaar verschil bij het draagvlak voor provisieverbod. Onder Nederlanders is 53% voorstander van de invoering van het provisieverbod. Bij de groep die zich georiënteerd hebben of die financiële producten afgesloten hebben, bedraagt dit 61%.

Het merendeel van de Nederlanders voelt goed aan voor welke activiteiten men moet betalen. Ook hier blijkt dat Nederlanders die recent hebben georiënteerd of afgesloten het net wat beter aanvoelen. Opvallend is wel dat bij een bank/verzekeraar diensten vaker als gratis worden aangemerkt dan bij een assurantiekantoor/tussenpersoon. Zo denkt 25% van de groep die georiënteerd en/of afgesloten heeft, dat het ontvangen van financieel advies via een adviseur en/of bemiddelaar gratis is, terwijl maar liefst 40% denkt dat financieel advies ontvangen via een bank gratis is.

Ondanks de soms hogere kosten van advies en afsluiten van een hypotheekproduct bij tussenpersonen, geeft 40% van de Nederlanders hier de voorkeur aan. Vervolgens geeft 34% aan zich door een bank te willen laten adviseren en daar ook af te willen sluiten en 26% wil zonder advies bij een bank afsluiten. Onder de groep die zich georiënteerd heeft en/of financiële producten afgesloten heeft, zijn deze verschillen groter. 44% kiest voor een tussenpersoon, 31% voor advies en afsluiten bij een bank en de groep zonder advies blijft vrijwel gelijk op 25%.

Bij een bankspaarproduct voor pensioen zien we dat 45% van de Nederlanders kiest voor afsluiten zonder advies. Bij de groep die georiënteerd en/of afgesloten heeft stijgt dit percentage naar 54%. De toegevoegde waarde van advies wordt hier blijkbaar lager beoordeeld.

### **Begrijpelijkheid DVD op goed niveau, gewenning kost wel tijd**

Het DVD biedt volgens de respondenten meer keuzevrijheid, en geeft hen duidelijkheid over welke rol de dienstverlener hierin kan betekenen en welke kosten met zich mee brengt. Nog niet iedereen kan zich voorstellen wat het document hen oplevert. Ook denken respondenten ten onrechte dat het DVD hen informatie geeft over financiële producten. Daarmee is het DVD een gewenningsdocument, wat na verloop van tijd in waarde kan stijgen.

Uit het onderzoek komt duidelijk naar voren dat respondenten die zich al georiënteerd hebben, zich een betere voorstelling kunnen maken van wat ze met een DVD kunnen doen.

Hoogste score wat DVD kan doen voor respondent wordt gegeven aan de hoogte van de advieskosten (60%), direct gevolgd door wat de financiële adviseur voor de respondent kan betekenen (56%). Verder scoren rente- en premiekosten (41%) en vergelijken van productkenmerken (35%) nog redelijk hoog, terwijl deze niet in het DVD thuishoren.

### 1 Onderzoek

Hoe is uw persoonlijke financiële situatie?

### 2 Advies

Welke financiële oplossing past bij u en uw situatie?

### 3 Zoeken

Welke bank of verzekeraar heeft de lening die bij u past?

### 4 Contract

Heeft u gekozen? Dan zorgen wij ervoor dat u de contracten krijgt.

### 5 Extra

U heeft het contract. Daarna houden wij in de gaten of het goed gaat.

## De vijf stappen; Onderhoud vraagt extra aandacht

Bij het koppelen van activiteiten aan de vijf stappen die een financiële dienstverlener kan verrichten, blijkt dat vier stappen redelijk goed te begrijpen zijn voor Nederlanders. Het gaat om de eerste vier stappen; Onderzoek, Advies, Zoeken en Contract. 42% of meer van de Nederlanders koppelt in meeste gevallen de juiste activiteit aan de juiste stap. Van de activiteit 'algemene informatie verstrekken' wordt ten onrechte door de helft van de Nederlanders gedacht dat die onder stap twee 'Advies' valt. De laatste stap 'Extra', waarbij het gaat om het onderhoud, geeft het minst houvast. Bij activiteiten als 'het doen van extra aflossingen op de hypotheek' en 'het verlagen van de maandelijkse inleg van bankspaarproduct', koppelt 32% respectievelijk 31% deze activiteit onterecht aan de 'Extra' (Onderhoud) stap. Ter bevordering van de begrijpelijkheid is de term 'extra' (stap 5) aangepast naar 'onderhoud'. De tekst en samenvattingsbalk die de vijf stappen beschrijven, geeft 68% van de Nederlanders een (heel) duidelijk inzicht in het soort dienstverlening dat ze kunnen verwachten van een financiële dienstverlener.

43% van de Nederlanders kan zich een voorstelling maken van wat de laatste stap 'Extra' (Onderhoud) inhoudt en blijkt dit bij nadere uitleg ook juist te begrijpen (92%). Wanneer de groep die aangaf zich geen voorstelling te kunnen maken een nadere toelichting onder ogen krijgt, geeft alsnog 64% aan dat het duidelijk is wat deze stap inhoudt.

## De komst van het DVD wordt door Nederlanders zeer gewaardeerd

In de meeste gevallen is helder welke dienstverlener wat doet. Nederlanders kunnen vrij goed een bank, een tussenpersoon en een vergelijkingssite van elkaar onderscheiden. Alleen in het geval van execution only, waarbij geen advies wordt gegeven maar er wel een contract kan worden afgesloten, blijkt dat alle drie de dienstverleners (aanbieders, adviseurs en bemiddelaars) ongeveer even vaak genoemd worden en wordt 'weet niet' met 25% ook relatief vaak genoemd.

Nederlanders voelen goed aan of een dienstverlener onafhankelijk is. Wanneer een dienstverlener aangeeft advies te kunnen geven over de eigen financiële producten, dan geeft 72% van de Nederlanders aan dat dit advies niet onafhankelijk is. Onder de groep die zich recent georiënteerd of afgesloten heeft, is dit zelfs 82%. Het gaat hier om aanwezige basiskennis die door de komst van het DVD verder aangescherpt zal worden.

73% van de Nederlanders vindt het (heel) belangrijk om te weten hoe onafhankelijk een dienstverlener is. Het DVD helpt ze daarbij op de juiste manier door te laten zien of de dienstverlener 'geen vergelijking van producten', 'vergelijking van beperkt aantal producten' of 'vergelijking van groot aantal producten' maakt. Door dit te laten zien wordt door respondenten de juiste koppeling gemaakt naar de mate van onafhankelijkheid van de dienstverlener.

Het DVD helpt ook wanneer wordt aangegeven of men uitsluitend in producten van anderen adviseert, of daarbij een zakelijke relatie is met één aanbieder en of men eigen producten adviseert. Het is voor de meeste Nederlanders duidelijk hoe onafhankelijk de dienstverlener is en dat onafhankelijk advies kán leiden tot hogere kosten.

70% geeft aan dat de informatie uit het DVD (heel) belangrijk is om de onafhankelijkheid van een dienstverlener te bepalen.

Wanneer een dienstverlener met een andere partij een zakelijke relatie of een contractuele afspraak heeft, is het voor 56% van de Nederlanders in beide gevallen duidelijk dat dit invloed heeft op de onafhankelijkheid van het advies. 74% geeft aan dat in dit geval de adviseur met voorkeur een bepaalde financiële dienstverlener zal adviseren.

## Kosten zijn helder, behalve bij onderhoud

Bij de weergave van kosten is het voor Nederlanders duidelijk hoeveel ze moeten betalen in het geval ze een product afsluiten of alleen advies hebben gekregen. Bij advies en afsluiten vult de helft juist in wat ze moeten betalen. Bij alleen advies vult zelfs 60% het juiste bedrag in. Naarmate Nederlanders

vaker een product afsluiten, zijn ze beter op de hoogte dat over de prijs onderhandeld kan worden. Zo is onder Nederlanders 16% van mening dat over de prijs onderhandeld kan worden, onder de groep hypotheekafsluiters is dit 24%.

Voor merendeel is duidelijk voor welke diensten betaald moet worden en welke gratis zijn. Alleen bij onderhoud is meer twijfel over de kosten. Maar liefst 50% weet niet of er voor betaald moet worden.

### **Toekomst DVD; digitaal**

Het belangrijkste aspect van het dienstverleningsdocument (DVD) is het inzicht dat het de Nederlander geeft in de dienstverlening van de adviseur (32%). De meeste Nederlanders (58%) verwachten het DVD te gaan gebruiken, nog altijd 17% zegt dit niet te gaan doen.

Bijna de helft van de Nederlanders (48%) ziet de financiële dienstverlener als afzender. De meerderheid verwacht (54%) en hoopt (58%) het DVD via internet kunnen vinden. Opvallend hierbij is dat 25% verwacht het DVD op een DVD-verzamelwebsite aan te treffen en maar liefst 45% hoopt dat het DVD uiteindelijk ook op een DVD-verzamelsite te vinden is.

### **Technische verantwoording**

Het onderzoek is online kwantitatief afgenomen onder 691 oriënteerders en afsluiters van complexe financiële producten. Daarnaast zijn er nog 179 Nederlanders ondervraagd, representatief voor de leeftijdscategorie 18 tot en met 55 jaar. De veldwerkperiode liep van 17 tot en met 25 april 2013.