

Steuntje in de rug vanuit de wetenschap

De afgelopen jaren is er veel over de tussenpersoon / het intermediair gezegd en geschreven. En al die publicaties waren niet altijd even positief. In deze column voor de afwisseling daarom maar eens wat positieve berichten gebundeld, ondersteund door de wetenschap.

In oktober is Janko Gorter¹ aan de Rijksuniversiteit Groningen gepromoveerd op een proefschrift over prikkels in de verzekeringssector. Een van de belangrijkste conclusies uit zijn onderzoek is dat de kwaliteit van financiële adviezen door het intermediair als gevolg van het provisieverbod een positieve impuls krijgt. Maar daarbij maakt hij zich zorgen over de kwaliteit van de adviezen die door directe aanbieders worden gegeven. Immers daar biedt het provisieverbod geen oplossing voor. Nu mag worden verwacht dat de kwaliteit van het advies in het intermediaire kanaal verbetert, is het zaak om ook naar de kwaliteit van advisering door directe aanbieders te kijken. Gorter pleit ervoor dat de toezichthouders meer aandacht geven aan de advieskwaliteit bij directe aanbieders, waarmee tevens minder nadruk hoeft te worden gelegd op toezicht van het intermediaire kanaal. DNB-baas Klaas Knot was de promotor van Gorter, dus de boodschap zal zeker zijn aangekomen.

Uit wetenschappelijk onderzoek van Hackethal et al (2010²) en Calcagno & Monticone (2011³) blijkt dat klanten van zelfstandige / onafhankelijke financieel adviseurs vooral mensen zijn die kennis hebben van het bestaan van belangenconflicten. Juist mensen die denken dat directe aanbieders ook onafhankelijk kunnen adviseren, kiezen eerder voor het directe kanaal. Ook blijkt dat er een relatie is tussen opleidingsniveau en kanaalkeuze. Met name lager opgeleide mensen kiezen voor advies bij het directe kanaal, terwijl de keuze voor onafhankelijk advies eerder door hoger opgeleide mensen wordt gemaakt⁴.

Een slimme klant kiest dus voor onafhankelijk advies. Dat zou een mooie slogan kunnen zijn om het onafhankelijke advieskanaal te promoten. Voorwaarde is dan wel dat het intermediair zich echt onafhankelijk gedraagt. En voorwaarde is ook dat het intermediair die onafhankelijkheid tastbaar en zichtbaar maakt voor de consument.

Maar ook voor de wetgever, politiek en toezichthouders zouden bovenstaande wetenschappelijke inzichten een aanzet moeten vormen om nog eens te onderzoeken hoe de advieskwaliteit van de directe aanbieders, met name bij complexe en impactvolle producten, structureel verbeterd kan worden. Hoe zit het daar met de interne beloningsprikkels? Hoe is de deskundigheid geborgd en wordt voldoende duidelijk gecommuniceerd aan de klant dat het advies van het directe kanaal gekleurd is? Het nieuwe dienstverleningsdocument bevat op zich die informatie, maar is wel erg

¹ J. K. Gorter, *Incentives in the Insurance Industry*, University of Groningen, 2013

² A. Hackethal, I. Roman & S. Meyer, *Trading on Advice*, Frankfurt: University of Frankfurt 2010.

³ R. Calcagno & C. Monticone, *Financial literacy and the demand for financial advice*, Paper provided by Center for Research on Pensions and Welfare Policies in its series CeRP Working Papers, number 117, Turijn (Italië) 2011.

⁴ Wijzer in Geldzaken, *het provisieverbod & gebruik financieel adviseurs*, uitgevoerd door Bureau Veldkamp, www.wijzeringeldzaken.nl/media/377903/publieksmonitor-provisieverbod.pdf, Den Haag 2012.

cryptisch beschreven. Misschien is een waarschuwingszin meer op zijn plaats op de website van een directe aanbieder. Let op, ik adviseer u alleen mijn eigen producten.