

# Ondernemer moet loskomen van provisiemodel

**“Vasthouden aan het provisie-systeem binnen de intermediaire bedrijfstak is bedrijfseconomisch een raadsel.” Dat stelde Fred de Jong vorig jaar in het wetenschappelijke kwartaalblad ‘Het Verzekerings-Archief’. De Jong was tot voor kort bestuurssecretaris van Fidin. Sinds 1 april is hij zelfstandig adviseur en werkt hij aan een proefschrift over het intermediaire kanaal. Op verzoek van VVP schreef hij een essay over de toekomstige rol en positie van de tussenpersoon.**

**E**r is volop rumoer in de branche. Een deel van het intermediair wil excellent adviseren, een deel denkt dat veranderingen niet nodig zijn en een deel weet nog helemaal niet welke kant het op moet. Ik ben er van overtuigd dat de verzekeringsbedrijfstak zal moeten transformeren om de huidige positie te kunnen behouden. Stilzitten is geen optie.

De markt voor tussenpersonen in Nederland is een traditionele markt. De samenstelling van de portefeuille van een tussenpersoon is de afgelopen decennia nauwelijks structureel gewijzigd. Nog steeds vormen particuliere schadeverzekeringen de hoofdmoot qua omzet voor de meeste tussenpersonen. Daarnaast bestaat de markt nog steeds grotendeels uit kleine tot zeer kleine ondernemingen. Zo is 35 procent van de markt zzp'er.

Sinds 2002 mogen tussenpersonen op een andere manier beloond worden dan uitsluitend provisie. Nu, acht jaar later, blijkt dat nog slechts een beperkt deel (minder dan 10 procent) structureel actief is met een ander verdienmodel. De afgelopen decennia hebben tussenpersonen ook de (economische) wind mee gehad. Premies stegen, producten werden complexer (mede fiscaal gestimuleerd), er ontstond een markt voor beleggingen en de hypotheekbedragen vlogen omhoog. Door de directe relatie tussen de hoogte van premies en hypotheekbedragen en de provisie-inkomsten van een tussenpersoon heeft deze markt optimaal kunnen profiteren. Dat heeft ook geleid tot een zekere mate van organisatie-slack, waardoor de markt weinig innoverend en vernieuwend is gebleken.

In dit essay beschrijf ik waarom

deze ontwikkeling grote bedrijfs-economische risico's met zich meebrengt en waarom deze markt zal moeten veranderen. Gezien de voorgeschiedenis van de branche is het echter al een enorme klus om de tussenpersonen te overtuigen dat zij moeten veranderen. Dat is dan ook de eerste uitdaging die aangegaan dient te worden alvorens het veranderingsproces überhaupt in te kunnen gaan.

## BESTAANSRECHT ONDER DRUK

Tussenpersonen in de financiële dienstverlening bestaan bij de gratie van een falende markt. Doordat aanbieders en afnemers niet zelf de match kunnen maken tussen vraag en aanbod, hebben tussenpersonen toegevoegde waarde zolang zij wel die match tot stand kunnen brengen. De markt voor tussenpersonen wordt gekenmerkt door het bestaan van principaal-agent relaties. De tussenpersoon is de agent die werkzaamheden verricht voor twee principalen. Aan de ene kant de aanbieder van financiële producten (banken en verzekeraars), aan de andere kant de afnemer van deze producten, consumenten en bedrijven. De toegevoegde waarde van de tussenpersoon bestaat – vanuit de theorie bezien – uit het verminderen van transactiekosten en het verkleinen van de zogenoemde informatie-asymmetrie. Om een transactie te sluiten moeten zowel aanbieders als afnemers kosten maken. Aanbieders maken kosten om afnemers te lokaliseren en te benaderen, om de producten

onder de aandacht te brengen en om het aanvraagformulier ingevuld te ontvangen. Afnemers maken kosten (kan ook tijd zijn) om informatie te zoeken, de juiste aanbieder en het product te selecteren en de aanvraag tot een product in te dienen. De functie van een tussenpersoon vanuit de transactiekostentheorie is dat een tussenpersoon beter en goedkoper in staat is om de transactie tot stand te brengen dan wanneer aanbieders en afnemers rechtstreeks met elkaar zaken doen. Met name gaat dit op als het gaat om complexe producten waarbij de afnemer onzeker is over zijn aankoop.

Naast het verminderen van transactiekosten is het primaire bestaansrecht van de tussenpersoon het verkleinen van de informatie-asymmetrie. De aanbieder kent de afnemer onvoldoende en ook niet het risico dat deze afnemer vertegenwoordigt. De afnemer heeft over het algemeen geen kennis van het verschil tussen de vele aanbieders en hun producten. De tussenpersoon verkleint zowel voor de aanbieder als voor de afnemer deze informatie-kloof. Als gevolg van de technologische vooruitgang hebben zowel afnemers als aanbieders van financiële producten meer mogelijkheden om zonder tussenpersoon zaken met elkaar te doen. Verzekeraars en banken communiceren steeds vaker rechtstreeks met klanten en klanten sluiten steeds vaker direct hun producten af bij de aanbieders. Vooral bij eenvoudige financiële producten als schadeverzekeringen is het



FRED DE JONG:

*“Tussenpersonen lopen groot bedrijfseconomisch risico.”*

marktaandeel van deze direct wrijvers stijgende ten koste van die van de tussenpersonen. In tien jaar tijd daalde het marktaandeel van tussenpersonen bij particuliere schadeverzekeringen met 25 procent (bron: GfK, 2008). Dit is extra pijnlijk voor de tussenpersonen, omdat de meeste kantoren voor circa driekwart van de omzet afhankelijk zijn van juist deze markt. De transactiekosten zijn duidelijk gedaald voor afnemers en aanbieders. Daarnaast zijn vooral de consumenten steeds slimmer geworden en hebben ze ook de beschikking over steeds meer en steeds betere

informatie om een financiële beslissing te kunnen nemen. Het gemiddelde opleidingsniveau in Nederland neemt toe en de partijen die informatie bieden aan de consument (maar dit geldt ook voor de zakelijke markt), zoals vergelijkingsites en consumentenprogramma's zorgen voor een beter geïnformeerde consument.

#### MEER CONCURRENTIE

Mede als gevolg van bovengenoemde ontwikkelingen is de concurrentie voor de tussenpersoon de afgelopen jaren sterk toegenomen. Vrijwel alle banken en verzekeraars

die samenwerken met tussenpersonen hebben ook een direct distributiekanaal. Voornamelijk bij verzekeraars is een toename te zien van directe kanalen, zoals Ditzo, Izio, Allsecur en Inshared. Daarnaast hebben banken de strategie, via het creëren van bankassurance bedrijven, om via hun bankkantoren de klant ook te bewegen verzekeringen af te sluiten. De ontwikkeling van de marktaandelen in de markt voor particuliere schadeverzekeringen, bewijzen dat de concurrentie inderdaad is toegenomen en dat de tussenpersoon die strijd lijkt te gaan verliezen.

Maar ook bij tussenpersonen onderling neemt de concurrentie toe. Franchiseketens die zijn begonnen in de hypotheekmarkt zoeken naar mogelijkheden om het productenpalet te verbreden. De hypotheekspecialist, mede gedreven door de economische omstandigheden, wil ook verzekeringen sluiten, de assurantietussenpersoon richt zich op de beleggingsmarkt. Verder zorgen de economische omstandigheden ervoor dat de rendementen bij het intermediair zijn gedaald. De hypotheekmarkt en de markt voor levensverzekeringen is sterk gedaald, beleggen is nog even geen optie voor veel consumenten en de kosten van de bedrijfsvoering nemen toe. Dat betekent dat het intermediair genoodzaakt is om scherper te concurreren om op de overgebleven markt een rol te kunnen blijven spelen. Er is minder markt voor hetzelfde aantal spelers immers.

#### UITDIJENDE REGELGEVING

De wetgever heeft een breed scala aan maatregelen genomen ter bescherming van de consument, ter versterking van het vertrouwen in de financiële dienstverlening en ter verbetering van de kwaliteit van de financiële dienstverlening. De meeste maatregelen zijn van zeer recente datum. Met de invoering van de Wfd (later opgegaan in de

Wft) zijn tussenpersonen verplicht een vergunning te hebben, moeten ze deskundig zijn en blijven en worden onder meer eisen gesteld aan de integriteit en betrouwbaarheid. Maar vooral ten aanzien van de beloningsstructuur hebben tussenpersonen veel extra regels opgelegd gekregen.

Een intermediair die adviseert of bemiddelt in complexe producten en/of hypotheeklen is door de wetgever verplicht transparant over de beloning, gebonden aan een maximale verhouding tussen afsluitprovisie en doorlopende provisie (behalve bij hypotheeklen), gebonden aan een terugboekingsrisico voor ten minste vijf jaar, ontvangt alleen provisie die de kwaliteit ten goede komt en niet verhindert dat in het belang van de klant wordt gehandeld (de zogeheten inducementregels) en ontvangt geen provisie meer, anders dan afsluit en doorlopende provisie. Deze set regels geldt alleen als de tussenpersoon op *provisiebasis* werkt, hetgeen betekent dat de aanbieder de tussenpersoon vanuit de premie of maandlasten beloont voor zijn werkzaamheden via provisie. Als een tussenpersoon rechtstreeks door de afnemer voor de dienstverlening wordt betaald, via een fee of abonnement bijvoorbeeld, dan gelden al de hiervoor beschreven beloningsregels niet. De overheid laat dus duidelijk merken dat zij de tussenpersoon het werken op provisiebasis wil ontmoedigen. Omdat op dit moment nog circa 95 procent van alle tussenpersonen op provisiebasis werkt, gaat de markt gebukt onder een juk aan regels. Het einde van de regelgeving ten aanzien van tussenpersonen is nog niet in zicht. Als gevolg van de kredietcrisis maken de Nederlandse én de Europese wetgever zich op voor nieuwe regels. De Richtlijn Verzekeringsbemiddeling (IMD) wordt aangepast, de Mifid wordt aangepast en er ligt een nieuw voorstel voor de regulering van de markt

voor samengestelde beleggingsproducten (Prijs). Daarbij zal de focus liggen op het terugdringen van perverse beloningsprikkelers, het verbeteren van de informatie aan de consument en het reguleren van onjuiste verkooptechnieken.

## **BEDRIJFSECONOMISCH RISICO**

De tussenpersonen lopen een groot bedrijfseconomisch risico. Doordat op dit moment vrijwel alle tussenpersonen grotendeels afhankelijk zijn van provisie voor hun inkomsten, beschikken zij niet over de mogelijkheid om prijs als strategisch instrument in te zetten om de geschatte ontwikkelingen het hoofd te bieden. De prijs van de tussenpersoon wordt hoofdzakelijk bepaald door de aanbieder. Het is de aanbieder die bepaalt én betaalt. Alleen de zeg top-150 tussenpersonen is in staat om zelf te onderhandelen met de aanbieder over de hoogte van de provisie.

Bekend is dat de verschillen in provisie tussen tussenpersonen over het algemeen te verwaarlozen zijn. Omdat de tussenpersoon, voor zover deze op provisiebasis werkt, niet zelf de prijs van zijn dienstverlening kan sturen, loopt hij bedrijfseconomisch onaanvaardbare risico's. Als de premie door concurrentie daalt, daalt ook de provisie, terwijl de tussenpersoon meer inspanning moet verrichten om de premieverschillen voor de consument inzichtelijk te maken. Door de kredietcrisis zijn de huizenprijzen en dus ook de hypotheekbedragen gedaald, wat zich doorvertaalt in lagere provisies op lagere transactiebedragen. Daarnaast zijn banken en verzekeraars, naast uitbataler van de provisie, ook de directe concurrent voor het intermediair. Immers zowel banken als verzekeraars hanteren een multichannelbeleid.

Daarnaast is de wetgever bezig met een regime om het werken op pro-

visiebasis onaantrekkelijker te maken. Vanaf januari 2010 geldt er zelfs een verbod op provisie bij complexe producten en hypotheeken, met uitzondering van afsluiten en doorlopende provisie. Ook de onlangs geïntroduceerde inducementregels hanteren als stelregel dat provisie alleen onder voorwaarden is toegestaan. Dat betekent dat tussenpersonen een risico lopen richting de toekomst om voor hun inkomsten volledig afhankelijk te blijven van provisie. Het is mogelijk dat aan provisie nog meer regels worden verbonden of dat deze zelfs helemaal verboden gaat worden in de toekomst.

In ieder geval is duidelijk dat ondernemers minder afhankelijk dienen te worden van het provisie-model. Of op zijn minst zouden tussenpersonen zelf de hoogte van de provisie moeten bepalen in plaats van de aanbieders. Steeds meer aanbieders bieden die mogelijkheid ook, via de zogeheten provisie-schuif.

De consument en de politiek hebben steeds minder vertrouwen in de financiële sector. Het intermediair heeft daar ook last van. De vele schandalen van de afgelopen jaren (aandelenlease, woekerpolissen, Easylife, Palm Invest) en de kredietcrisis maakt dat zowel de consument als de politiek de sector onbetrouwbaar vindt. Dat leidt tot steeds meer regelgeving en toezicht en beperkt de neiging om te vertrouwen op het (neoliberales) begrip marktwerking. Het intermediair staat hierdoor op een achterstandpositie, omdat eerst het vertrouwen moet worden teruggewonnen alvorens de consument weer volledig op het advies van zijn tussenpersoon afgaat.

## **UITDAGINGEN**

De in dit essay genoemde ontwikkelingen duiden op een sombere toekomst voor het intermediair. Als

geboren optimist heb ik het liever over uitdagingen. En niet zonder reden. Uit alle onderzoeken, waaronder die van CentiQ, blijkt dat de consument behoefte heeft aan advies bij financiële aankopen. Dat advies kan overigens ook van een kennis komen, maar in potentie betekent dit een markt voor het intermediair. De kredietcrisis en andere schandalen hebben waarschijnlijk een grotere negatieve impact op de banken en verzekeraars dan op tussenpersonen. Het zijn overduidelijk de aanbieders die hoofdvantwoordelijk zijn gesteld voor deze drama's. Dat kan betekenen dat het imago van het intermediair wel eens positief (of minder negatief) kan afsteken tegenover dat van banken en verzekeraars. Het is dan wel zaak om de nauwe (financiële) banden met aanbieders los te laten.

Een voordeel voor de tussenpersonen is ook dat in Nederland al een enorm regelgevend kader is neergelegd. Het is vrijwel ondenkbaar dat Europa daar nog een schepje bovenop kan doen, gezien het feit dat in de mediterrane landen bijvoorbeeld nog nauwelijks iets geregeld is voor tussenpersonen. De tussenpersonen worden nu gedwongen om, als resultaat van de hiervoor geschetste ontwikkelingen, in ieder geval na te denken over het eigen verdienmodel. Het Verbond van Verzekeraars doet daar een schepje bovenop met zijn position paper over het CAR-model. Tussenpersonen moeten zich afvragen in hoeverre klanten voldoende rendabel zijn, of men afhankelijk wil blijven van de aanbieder voor de eigen beloning en men zal meer en meer concrete afspraken moeten maken met klanten. De automatisen van de traditionele bedrijfstak verdwijnen, de polisverkoper moet adviseur en ondernemer zijn in deze tijd. Het toekomstbeeld voor de

tussenpersonen is dat dit uiteindelijk leidt tot een veel betere, meer onafhankelijke positie van het eigen kantoor.

## **TUSSEN DE OREN**

Het zien van de uitdaging is één ding, het realiseren ervan is een ander. Gezien de omvang en complexiteit van deze uitdagingen is het van belang dat de intermediaire bedrijfstak één front gaat vormen. Op dit moment zijn er meerdere belangenorganisaties actief voor tussenpersonen, terwijl zowel de consument als de banken en verzekeraars zich door slechts één organisatie laten vertegenwoordigen. Dat moet als eerste veranderen. De oprichting van Fidiv en Adfiz is wat dit betreft een eerste goede stap. Daarnaast dient de intermediaire wereld een eigen toekomstvisie neer te leggen over de rol en positie van de tussenpersoon in de komende jaren. Om daarmee de stip aan de horizon te kunnen zetten waar de bedrijfstak naar toe wil werken. Daarbij is het van belang om te proberen deze toekomstvisie gedeeld te krijgen met de stakeholders, banken, verzekeraars, overheid en consumentenorganisaties. Daarmee creëert de bedrijfstak draagvlak en middelen om de noodzakelijke omslag daadwerkelijk te kunnen maken. Overigens is het interessant om de visie van de banken te vernemen op de huidige CAR-discussie die in verzekeringsland plaatsvindt. Vanuit die hoek blijft het vooralsnog behoorlijk stil. Voor de levensfase waarin de tussenpersoon als instituut nu verkeert, is het zaak om de urgentie tot verandering tussen de oren te krijgen bij de ondernemers zelf. Alleen dan kan er ook effectief aan de noodzakelijke verandering worden gewerkt. ■

Reacties op dit welkom op  
fred@freddejong.eu