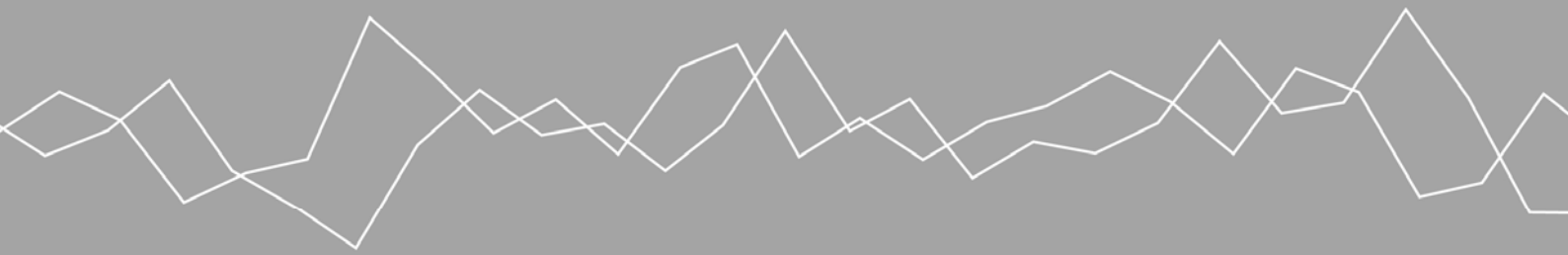


Onderscheid distributie- en adviesbeloning



Amsterdam, april 2008

In opdracht van de Nederlandse vereniging van assurantieadviseurs en financiële dienstverleners

Onderscheid distributie- en adviesbeloning

Jorna Leenheer
m.m.v.
Barbara Baarsma
Simon Bremer
Janneke van der Voort



seo economisch onderzoek

“De wetenschap dat het goed is”

SEO Economisch Onderzoek doet onafhankelijk toegepast onderzoek in opdracht van overheid en bedrijfsleven. Ons onderzoek helpt onze opdrachtgevers bij het nemen van beslissingen. SEO Economisch Onderzoek is gelieerd aan de Universiteit van Amsterdam. Dat geeft ons zicht op de nieuwste wetenschappelijke methoden. We hebben geen winstoogmerk en investeren continu in het intellectueel kapitaal van de medewerkers via promotietrajecten, het uitbrengen van wetenschappelijke publicaties, kennisnetwerken en congresbezoek.

SEO-rapport nr. 2008-23

ISBN 978-90-6733-444-0

Copyright © 2008 SEO Economisch Onderzoek Amsterdam. Alle rechten voorbehouden. Het is geoorloofd gegevens uit dit rapport te gebruiken in artikelen en dergelijke, mits daarbij de bron duidelijk en nauwkeurig wordt vermeld.

Inhoudsopgave

1	Inleiding.....	1
1.1	Onderzoeksvraag.....	1
1.2	Onderzoeksaanpak.....	1
1.3	Leeswijzer.....	2
2	Onderzoeksresultaten.....	3
2.1	Dienstverleningsproces.....	3
2.1.1	Oriëntatiefase.....	3
2.1.2	Adviesfase.....	4
2.1.3	Bemiddelingsfase.....	5
2.1.4	Service en Nazorgfase.....	6
2.2	Distributie- en adviestaken.....	7
2.3	Kwantificering van distributie- en adviestaken.....	9
2.3.1	Enkele opmerkingen aangaande de kwantificering van resultaten.....	9
2.3.2	Resultaten.....	10
2.4	Vergelijking hypotheek-, leven- en pensioenbemiddeling.....	11
Bijlage A	Gespreksleidraad.....	13
Bijlage B	Lijst van geïnterviewden.....	19

1 Inleiding

1.1 Onderzoeksvraag

De Nederlandse vereniging van assurantiadviseurs en financiële dienstverleners (NVA) is van mening dat er onderscheid dient te worden gemaakt tussen distributie- en adviesbeloning. In het eerste geval gaat het om een kostenpost van de aanbieder¹ (de verzekeraar of bank), die onder zijn distributiekosten hoort te staan. Bij de adviesbeloning neemt de transparantie van het intermediair toe. De NVA denkt bij de distributiecomponent ook aan het betalen voor een distributiepunt. Er is een samenwerkingsovereenkomst met de aanbieder, met rechten en plichten.

In het kader daarvan wenst de NVA een definitie van distributiekosten en advieskosten en een (cijfermatige) onderbouwing van de werkzaamheden die daarbij horen en onderverdeeld naar productsoorten. Hierbij ligt de focus op complexe producten voor de consumentenmarkt.

1.2 Onderzoeksaanpak

Het onderzoek bestaat uit de volgende vier onderzoeksstappen:

1. SEO heeft in samenspraak met de NVA mede een lijst gemaakt met alle mogelijke activiteiten/kostenposten die een intermediair kan uitvoeren. Deze lijst is terug te vinden in Bijlage A.
2. SEO selecteert in samenspraak met NVA vijf intermediairs die relatief veel in complexe producten doen, die verder representatief zijn voor de achterban van NVA en die bereidwillig zijn om mee te werken.
3. SEO houdt vijf persoonlijke interviews waarin hij met de intermediair de lijst langsloopt en in vult in welke categorie de betreffende activiteit/kostenpost valt (advies, distributie, beiden) en wordt bekeken of de intermediairs een cijfermatige onderbouwing in uren (en uurtarief) kunnen geven. Er is gekozen voor persoonlijke gesprekken omdat mondelinge toelichting nodig is op de individuele posten en om te kunnen achterhalen waarom een intermediair een bepaalde post als advies- of distributiekosten ziet. De lijst van geïnterviewden is terug te vinden in Bijlage B.
4. Op basis van de kennis verworven in een parallel voor de NVA uitgevoerd onderzoek en informatie uit de 5 interviews is het hiervoor liggende rapport opgesteld op waarin de resultaten van de interviews op anonieme wijze zijn verwerkt.

De complexe producten die aan de orde kwamen in de persoonlijke interviews waren doorgaans hypotheek met een spaar/beleggingscomponent en eventueel daaraan gekoppeld een levensverzekering (vier van de vijf interviews). In één van de interviews is uitsluitend ingegaan op

¹ Wanneer in het rapport gesproken wordt over verzekeraars, moet doorgaans worden gelezen: verzekeraars, banken en andere geldverstrekkers. Het gaat namelijk om alle relevante aanbieders van producten.

levenproducten, zoals koopsommen en lijfrentes. Daarnaast is bij één van de kantoren zowel het proces voor een hypotheek als voor pensioenbemiddeling besproken.

1.3 Leeswijzer

In Hoofdstuk 2 worden de belangrijkste onderzoeksresultaten samengevat. Individuele uitspraken van gesprekspartners zijn altijd geanonimiseerd. De geïnterviewden worden vanuit het oogpunt van anonimiteit consequent aangeduid met “hij”, ook als het een vrouwelijke respondent betreft. Voor het kwantitatieve gedeelte geldt dat de individuele observaties niet zijn te traceren, omdat enkele gemiddeldes en ranges worden gerapporteerd.

Het resultatenhoofdstuk (Hoofdstuk 2) kent de volgende indeling. In 2.1 wordt een bespreking gegeven van het dienstverleningsproces van een complex product. In 2.2 wordt uiteengezet welke distributie- en adviestaken gedurende het dienstverleningsproces worden uitgevoerd. In 2.3 volgt een kwantificering van distributie- en adviestaken in termen van uren en kosten. In 2.4 volgt een bespreking van de belangrijkste verschillen van het dienstverleningsproces voor een hypotheekproduct versus levenproducten en pensioenproducten.

2 Onderzoeksresultaten

2.1 Dienstverleningsproces

In deze paragraaf wordt het dienstverleningsproces van een complex product besproken. Deze bestaat uit vier fases: oriëntatie, advies, bemiddeling en service en nazorg.

2.1.1 Oriëntatiefase

De oriëntatiefase bestaat doorgaans uit een telefonisch gesprek en daarop volgend een persoonlijk gesprek. Eén van de adviseurs geeft aan veel waarde te hechten aan het eerste telefonische contact en voert dit gesprek ook altijd zelf. Andere kantoren zeggen juist het telefonische contact zo kort mogelijk te houden en zo snel mogelijk een afspraak te maken. Eén kantoor stuurt altijd een afspraakbevestiging waarin alvast precies wordt aangegeven welke bescheiden en documenten de klant moet opzoeken.

Voor hypotheekbemiddeling geldt dat het een belangrijk gegeven is of de cliënt al een huis heeft gekocht (of bezig is te kopen) of dat dit nog niet het geval is. Als men voorafgaand aan de koop komt, heeft dat als voordeel dat de adviseur een klant kan behoeden voor onmogelijke of onverstandige aankopen. Keerzijde is dat er vaker aangepaste berekeningen moeten worden gemaakt naar aanleiding van actuele ontwikkelingen aangaande de zoektocht op de woningmarkt. Men geeft overigens aan dat dit met behulp van de gebruikte softwareprogramma's (zie ook adviesfase) niet heel veel tijd hoeft te kosten.

Daarnaast is het van belang of het gaat om een bestaande klant (evt. doorverwezen door het makelaarsonderdeel van het kantoor) of een nieuwe klant. In het geval van een nieuwe klant moet er meer informatie worden verzameld, omdat er nog geen gegevens bekend zijn.

De genoemde taken in de leidraad zijn behoorlijk compleet en worden door alle kantoren uitgevoerd. Een aanvullende taak in de oriëntatiefase is de selectie of filtering van klanten om onnodig werk in de toekomst voor het kantoor zelf en voor de verzekeraar/ bank te voorkomen (kansloze offertes). Dit kan worden beschouwd als een distributietaak. Hieronder geven we de verschillende taken weer:

- Afspraakbevestiging, documentatie voorbereiden, etc.
- Toelichten van de dienstverlening die het kantoor aanbiedt
- Inventarisatie van de doelstellingen en wensen van de cliënt
- Inventarisatie van de persoonlijke situatie van de cliënt
- Inventarisatie van de vermogenspositie van de cliënt
- Inventarisatie van de bestaande voorzieningen van de cliënt
- Inventarisatie van de financiële kennis en ervaring van de cliënt
- Inventarisatie van de risicobereidheid van de cliënt
- Verstrekking van globale informatie over de verschillende productvormen

- Indicatief advies geven van de mogelijkheden en indicatie van de maandlasten
- Verslaglegging en dossiervorming om in de komende tijd goed te begeleiden
- Aangepaste berekeningen naar aanleiding van actuele ontwikkelingen (bijv. naar aanleiding van zoektocht op de woningmarkt)
- Selectie en filtering van toekomstige klanten

2.1.2 Adviesfase

In de adviesfase wordt meestal een tweede, meer productinhoudelijk gesprek gevoerd. De voorbereiding hiervan kost enige tijd. Twee kantoren geven aan oriëntatie en advies binnen een gesprek te vatten en na dit eerste gesprek meteen tot een advies te komen.

De kantoren werken meestal met een softwaresysteem als leidraad voor het voeren van de gesprekken. De volgende systemen werden genoemd: Aefin, Nationale Woonpakket en Geldzaken. In deze pakketten kunnen zowel de harde gegevens (persoonlijke gegevens, gegevens object, et cetera) als de zachte gegevens (wensen, doelstellingen, etc.) worden ingevoerd. Ook Aefin-pro wordt genoemd als hulpmiddel om geldstromen over jaren inzichtelijk te maken voor een klant.

Na dit gesprek worden de berekeningen aan de klant toegestuurd. Eén van de geïnterviewden stelt altijd een samenvattend verslag op met daarin de belangrijkste besproken punten. Als de wensen van de klant duidelijk zijn en de berekeningen rijmen met de verwachtingen van de klant, kan er met de aanvraag van offertes worden begonnen. Deze toegestuurde berekeningen kunnen echter ook leiden tot nadere gesprekken waarin bepaalde aspecten worden aangepast.

Variatie in tijdsbesteding binnen de adviesfase is deels terug te voeren op de interesse en kundigheid van de klant. Sommige intermediairs laten de diepgang van de uitleg sterk afhangen van de interesse van de klant, waar anderen het als een noodzakelijke plicht zien om dit compleet te doen. Daarnaast geldt uiteraard dat hoe complexer het wordt, hoe meer tijd het kost. Als complexiteit wordt bijvoorbeeld de situatie van zelfstandigen genoemd. Daarnaast zijn levenproducten eenvoudiger dan hypotheek.

De genoemde taken in de leidraad zijn behoorlijk compleet en dekkend en worden door alle kantoren uitgevoerd. Wel valt op dat de oriëntatiefase en de adviesfase enigszins door elkaar lopen. Sommige kantoren voeren adviestaken in de oriëntatiefase uit, bij andere kent de adviesfase oriënterende elementen. Niet alle intermediairs besteden even veel aandacht aan bestaande financiële voorzieningen. Sommige kantoren vinden dit essentieel, terwijl een ander expliciet betoogt dat als de klant aangeeft dat dit goed geregeld is, hier niet verder op wordt ingegaan. Hieronder geven we de verschillende taken weer:

- Nalopen en bespreken klantprofiel zoals opgesteld in de oriëntatiefase
- Verzamelen en analyseren van de onderliggende stukken ten behoeve van het advies. Bijvoorbeeld: lopende polissen, opgebouwde pensioenaanspraken, lopende financiële verplichtingen (leningen, alimentatie, etc.).
- Relatie leggen tussen de gesloten verzekering en de doelstelling op lange termijn met o.a. de financiële gevolgen van pensionering, na een vroeg overlijden, na arbeidsongeschiktheid (rekening houdend met de aanwezige voorzieningen)

- Gedetailleerd bespreken van de verschillende verzekeringsvormen en adviseren met betrekking tot de verzekeringsvorm
- Vaststellen van de exacte verzekeringswensen
- Indicatie maken van de maandlasten op basis van een aannemelijke aanbieder
- Verslagleggen van de uitgangspunten en samenvatten van het advies
- Bespreken van het advies
- Uitleggen waarom bepaalde gegevens moeten worden aangeleverd
- Zorgen dat formulieren goed worden ingevuld

2.1.3 Bemiddelingsfase

De bemiddelingsfase vangt doorgaans aan met het aanvragen van offertes. Kantoren verschillen in het aantal offertes dat ze aanvragen. Waar het ene kantoor standaard meer dan één offerte aanvraagt, geven andere aan zo weinig mogelijk offertes aan te vragen. Ook geeft één kantoor aan altijd verschillende offertes aan te vragen behalve als met de inkoopcombinatie wordt gewerkt. Binnenkomende offertes worden altijd gecheckt. De intermediairs geven aan dat er vaak fouten in offertes zitten. Het niet duidelijk of de oorzaak ligt in de onjuiste invoer van gegevens door de intermediair of dat de gegevens door verzekeraars/banken verkeerd retour worden gegeven. Na correctie worden de offertes aan de klant voorgelegd en wordt deze begeleid in de uiteindelijke keuze. Dit kan wederom in een persoonlijk gesprek, maar vaak gebeurt dit telefonisch of schriftelijk. De keuze hiervoor is soms heel bewust. Zo hecht één van de intermediairs veel waarde aan het opstellen van een brief waarin de offertes worden uitgelegd, de verschillen worden besproken, en er wordt gerefereerd aan het gevoerde gesprek. Door middel van deze schriftelijke uitleg heeft de consument meer ruimte om zaken te overwegen en rustig terug te lezen.

Nadat een keuze is gemaakt, wordt de hypotheek en/of verzekering aangevraagd. Daarbij moeten zeer veel bescheiden worden aangeleverd en kost het verzamelen van de gegevens veel tijd. Wel kunnen deze activiteiten deels door ondersteunende medewerkers worden gedaan.

De intermediairs verschillen in het belang dat zij hechten aan de begeleiding van het vloeiend verloop van de rest van het proces. Zo is er één intermediair die meestal aanwezig is bij het passeren van de akte bij de notaris. Procesbewaking wordt soms door de adviseur zelf gedaan, maar anderen laten dit aan de ondersteunende diensten over. Samenvattend worden er in deze fase de volgende taken uitgevoerd:

- Naar aanleiding van het advies een analyse maken van de verschillende aanbieders waarvoor bemiddeld wordt. Hier wordt vergeleken op o.a.: de premie, de voorwaarden, verwachte kapitaalopbouw en risicoprofiel
- Uitwerking van de analyse waarin de verschillende aanbieders worden vergeleken.
- Overleg met verzekeraars/ banken over bijzonderheden en afwijkende wensen
- Aanvragen één of meer offertes
- Controleren offerte(s) op volledigheid en juistheid
- Inventariseren van de benodigde stukken. U kunt dan denken aan: kopie identiteitsbewijzen, de financiële verplichtingen (leningovereenkomsten), kopie koopakte, kopie recente loonstrook, kopie pensioengegevens (afhankelijk van de

leeftijd), echtscheidingsconvenant en inschrijving burgerlijke stand, financiële bijsluiters, algemene voorwaarden

- Bespreken van de offertes en de voorwaarden voor de verzekering
- Begeleiden bij de keuze voor een van de offertes
- Ondertekening offerte, invullen aanvraagformulieren, gezondheidsverklaringen en regelen medische keuringen.
- Bewaken voortgang definitieve acceptatie door de verzekeraar/ bank
- Bewaken voortgang van de (medische) acceptatie door de verzekeraar
- Beoordelen en bespreken van eventuele afwijkende aanbiedingen
- Bewaken opmaak eventuele polissen.
- Controleren correctheid en volledigheid van de polissen in relatie tot aanvraag en advies
- Polis in de administratie verwerken en uitreiken aan de klant
- Het dossier van de klant controleren op WFD eisen
- Bewaken ontvangst adviesbeloning van cliënt, bank of verzekeraar.
- Voorbereiden gang naar de notaris/ bijwonen sessie bij notaris

2.1.4 Service en Nazorgfase

Alle kantoren staan open voor nazorg, maar sommige kantoren verklaren dat het initiatief vanuit de klant moet komen. Eén intermediair verklaart daarbij dat zijn doel is om hypotheek voor de toekomst te sluiten waarbij hij probeert een hypotheek te kiezen waar de klant voor lange tijd mee vooruit kan. Volgens hem is een goed advies en dienstverleningsproces garantie voor weinig nazorgbehoefte. Een van de intermediairs maakt altijd nog een afspraak met de klant nadat hij is verhuisd. Drie kantoren doen aan periodiek onderhoud door bestaande hypotheek/verzekeringen eens in de twee a drie jaar te bellen en eventueel uit te nodigen voor een gesprek.

Sommige kantoren geven aan de klantrelatie te gebruiken om de klant voller te maken en andere verzekeringsproducten (zoals schade) te sluiten (cross-selling).

De meeste kantoren zorgen niet voor periodieke informatie over de actualiteit en geven aan dat dit voornamelijk bij de verzekeraar/bank ligt. Aangaande het controleren of de geldverstrekker nog steeds een goed tarief biedt, geeft een van de ondervraagden aan dat hij geen voorstander is van het oversluiten van hypotheek. Hij hekelt de gedifferentieerde rentetarieven die geldverstrekkers hanteren voor nieuwe versus bestaande klanten, omdat deze oversluiting in de hand werken en onrechtvaardig zijn. Geen enkele intermediair geeft aan de beleggingen actief te volgen voor zijn klanten.

Gewijzigde persoonlijke omstandigheden kunnen aanleiden geven tot nazorg. Het kan bijvoorbeeld gaan om scheiding, andere baan, behoefte aan een tweede hypotheek. Dit kan al snel tot een nieuw dienstverleningsproces leiden. Kleinere acties worden door de intermediairs veel meer als service beschouwd.

Samenvattend kan worden gesteld dat de nazorgtaken iets minder uitgebreid zijn en minder actief worden gevoerd dan in de leidraad werd verondersteld. We vatten de taken in deze fase hieronder samen:

- Van wijzigingen in de persoonlijke situatie van cliënt bespreken wat daar de consequentie van is voor het advies. Bij de wijzigingen kunt u denken aan: andere werkgever, beëindiging van een lopende relatie, samenwonen of trouwen, gezinsuitbreiding, een andere vermogenssituatie (bijvoorbeeld door een erfenis)
- Behoeftte aan additionele financiering, bouwdepots, etc....
- Actief contact zoeken met de klanten om stand van zaken te bespreken en uitnodigen voor gesprek.
- Proberen om klantrelatie te verbreden door gesprek aan te gaan over andere bestaande verzekeringspolissen (bijv. inboedel- en opstalverzekering)
- Doorverwijzen aan belastingadviseur indien gewenst
- Afhankelijk van de bovenstaande evenementen kan het zijn dat het adviestraject volledig bijgesteld moet worden.
- Wanneer de conclusie naar aanleiding van een gewijzigd advies leidt tot aanpassing van de verzekeringen, zal het bemiddelingstraject (deels) opgestart worden.

2.2 Distributie- en adviestaken

De meeste geïnterviewden hebben moeite met het onderscheid distributie/advies. Het vergt doorvragen, we moeten het goed uitleggen en soms komen ze ook gedurende het gesprek op antwoorden terug. Men is duidelijk niet gewend in termen van distributie en advies te denken. Daarbij geldt dat het onderscheid vaak al niet per activiteit is te maken. Dat wil zeggen dat een bepaalde activiteit (zoals bulletgewijs opgesomd in 2.1) in veel gevallen zowel distributie- als advieselementen in zich heeft. We bespreken dit in deze paragraaf en komen in 2.3 tot een kwantificering. In 2.4 bespreken gaan we in op verschillen tussen hypotheek en levenproducten, wat betreft het serviceproces en het onderscheid distributie/advies.

De *oriëntatiefase* bestaat hoofdzakelijk uit adviestaken. Het gaat om het toelichten van de dienstverlening, verstrekking van globale informatie over productvormen en indicatief advies over maandlasten. Er worden twee soorten distributietaken in deze fase genoemd. In de eerste plaats gaat het om activiteiten die te maken hebben met documentatie, dossiervorming en archivering. In de tweede plaats filtert de adviseur de binnenkomende klanten; hij schat in of verder contact kansrijk is. Hij vraagt zich daarbij af in hoeverre de klant serieus is en of een aanvraag van de gewenste hypotheek kansrijk. Alleen in dat geval zet hij de dienstverlening verder in. De intermediair voert hiermee een selectie uit waarmee hij onnodig werk voor zichzelf en de verzekeraar/bank voorkomt. Overigens zijn niet alle intermediairs hierin even restrictief; sommige kantoren zien het zelfs als hun plicht om mensen niet van dienstverlening uit te sluiten. Daarnaast inventariseren intermediairs in de oriëntatiefase niet enkel ten behoeve van het gevraagde producten, maar ook om in te schatten of de consument wellicht behoeftes heeft aan additionele producten. Het blootleggen van deze latente behoeftes vervult een duidelijke commerciële functie ten gunste van de verzekeraars: er kan voor hen extra productie uit voortvloeien.

Ook de *adviesfase* bestaat inherent aan de benaming vooral uit adviestaken. Het advies wordt meer specifiek en op product en aanbieder toegesneden dan in de oriëntatiefase. Waar het hypotheek betreft zijn de behoeftes duidelijker nadat men de keuze op een specifiek huis heeft laten vallen.

Kantoren beschouwen het als distributietaak om informatie boven water te halen en consumenten te begeleiden in het invullen van formulieren. Zij geven daarbij aan dat als zij niet als tussenpersoon hadden gefungeerd de verzekeraars slecht ingevulde gegevens zou binnen krijgen en dit hen veel extra tijd zou kosten. Eén van de kantoren geeft aan dat, omdat er met veel verschillende verzekeraars zijn, het niet op voorhand duidelijk is welke informatie moeten worden aangeleverd. Zodoende is de gegevensverzameling niet volledig als distributietaak te beschouwen.

Verder geven intermediairs wederom aan dat zij een selectietaak op zich nemen. Ze behoeden consumenten voor kansloze aanvragen en besparen daarmee de verzekeraar onnodig werk. De intermediairs vermoeden dat verzekeraars zich hiervan doorgaans onvoldoende bewust zijn. De screening van de BKR-registratie vindt bijvoorbeeld pas laat in het proces plaats, maar consumenten zijn zich er slecht van bewust in hoeverre deze voor hen problemen of vertraging kan opleveren. De intermediair probeert vroegtijdig na te gaan bij consumenten of dit mogelijk voor problemen zal kunnen zorgen. Het intermediair heeft zodoende een anticiperende functie in het efficiënt kunnen laten verlopen van het proces. Sommige intermediairs gaan verder dan dit en weigeren tophypotheken of zeer risicovolle constructies (zoals aandelen- leaseproducten) te sluiten. Daarbij wordt het door een van de respondenten als onrechtvaardig beschouwd dat de verzekeraars degene zijn die dit soort risicovolle producten ontwerpen, maar dat de intermediairs er vervolgens op worden aangekeken als er in wordt bemiddeld en het fout afloopt. De NVA zou hierin een rol kunnen spelen door zich uit te spreken tegen bepaalde producten.

De *bemiddelingsfase* bevat zowel advies- als distributiecomponenten, maar de distributietaken maken het grootste deel van de activiteiten uit. De advieselementen bestaan uit voorlichting over het verdere verloop van het traject (zoals medische acceptatie, gang naar notaris, overdracht, etc.), begeleiden bij de keuze uit de aangevraagde offertes en het bespreken en beoordelen van afwijkende aanbiedingen. Daarnaast wordt er voorlichting gegeven aan de klant. Voor hem is vaak niet duidelijk waarom hij bepaalde gegevens moet aanleveren (bijv. over verzekeringen gesloten in het verleden of medische gegevens van ouders).

De distributieactiviteiten bestaan uit het controleren van de correctheid van offertes en polissen, de aanvraag zelf, het regelen van benodigde bescheiden, controle op WFD-eisen, voortgangsbewaking, administratie van de polis en uitreiking aan de klant. Wat opvalt is dat de distributietaken in tijdsbelasting vrij intensief zijn. Vooral de aanvraag kost veel tijd. Dit wordt door alle kantoren aangegeven.

De *nazorg- en servicefase* bestaat voornamelijk uit adviestaken. De geïnterviewde intermediairs zijn over het algemeen van mening dat het informeren over marktontwikkelingen vooral bij de verzekeraar ligt; deze verzorgt daarover informatie aan de consument. Voor zover het gaat om distributietaken is de vraag al snel of er geen sprake is van een nieuw dienstverleningsproces. Het gaat bijvoorbeeld om splitsing bij scheiding, een tweede hypotheek voor een verbouwing of een oversluiting.

De geïnterviewden geven aan dat de distributie-inspanningen verschillen per verzekeraar. Een van de geïnterviewden geeft aan dat dit niet statisch is maar een cyclisch patroon lijkt te volgen. Hij geeft aan dat fusies en overnames een belangrijke reden zijn voor het tijdelijk verslechteren van systemen en verwerking. Wat opvalt is dat meerdere geïnterviewden spontaan aangeven dat offertes vrijwel nooit foutloos zijn.

2.3 Kwantificering van distributie- en adviestaken

2.3.1 Enkele opmerkingen aangaande de kwantificering van resultaten

In deze paragraaf wordt het dienstverleningsproces en de daarbij uitgevoerde distributie- en adviestaken gekwantificeerd. We proberen steeds een gemiddelde te geven en de range (minimum en maximum). Een brede range duidt erop dat er aanzienlijke verschillen bestaan tussen de kantoren. De kleine steekproef van vijf kantoren leidt in dat geval tot onbetrouwbaarheid. De gevonden gemiddeldes moeten met voorzichtigheid worden beschouwd.

Het blijkt voor veel kantoren moeilijk om aan te geven hoeveel tijd ze besteden aan iedere afzonderlijke taak. Er is daarom voor gekozen om de respondenten dit in ieder geval per fase te laten aangeven. Sommigen maken binnen de fases nog wel een urenuitsplitsing. Daarnaast wordt gevraagd de tijdsbelasting uit te splitsen naar distributie en advies.

Kantoren geven soms aan dat er verschillen bestaan tussen klanten. In sommige gevallen hebben ze dit ook weten te kwantificeren door een interval aan te geven voor uurbelasting van een bepaalde fase. Voor het berekenen van gemiddeldes gaan we uit van de gemiddelde belasting zoals deze door een kantoor is opgegeven (en deze wordt gemiddeld over de vijf kantoren). Bij opgave van de range houden we wel rekening met het feit dat kantoren soms intervallen hebben opgegeven.

Van de vijf kantoren werken twee kantoren met uurtarieven; geen van de kantoren doet aan tijdschrijven. Van de geïnterviewde intermediairs maakt slechts één gebruik van uurtarieven voor consumenten. Overigens werkt dit kantoor voor consumenten veelal met een vast totaaltarief. Een ander kantoor werkt alleen voor B2B klanten met een uurtarief, maar overweegt dit voor de consument in de nabije toekomst ook te gaan doen. De andere drie kantoren werken enkel op provisiebasis.

De kantoren die met uurtarieven (gaan) werken geven aan dat transparantie een belangrijk voordeel is van het werken met uurtarieven. Men kan laten zien hoeveel provisie wordt ontvangen, in hoeverre dat de kosten dekt en hoeveel er van de kant van de klant nog bij moet. Daartegenover staat dat de andere intermediairs enkele nadelen van het werken met uurtarieven aangeven. Een van de intermediairs geeft aan dat het werken met een uurtarief problematisch is, omdat het grootste gedeelte van de werkzaamheden niet bestaat uit advies maar uit distributie. Een ander nadeel is dat uurtarifiering solidariteit van het systeem ondergraaft. Ook worden fiscale complicaties genoemd (doorrekenen van BTW).

Sommige geïnterviewden hebben moeite om uurtarieven/kosten te geven; de opgaven in uren moeten daarom ook als het meest betrouwbaar worden beschouwd. Het kantoor dat op uurtarief werkt heeft vanzelfsprekend een duidelijk beeld van tarieven en kosten. Een van de kantoren is niet bereid een uurtarief te noemen, voor dit kantoor wordt met het gemiddelde tarief over de andere kantoren gewerkt om tot kostenberekeningen te komen. De geïnterviewde verklaart daarbij dat zij/hij niet in staat is om een kostenopgave te maken, omdat het kantoor op basis van provisies wordt vergoed. De andere drie kantoren geven een uurtarief op dat volgens hen redelijk is. Er is gevraagd een opsplitsing te maken naar uren en tarief voor ondersteunend werk en voor werk voor de adviseur zelf. Een van de kantoren geeft aan dat 50% van de werkzaamheden wordt uitgevoerd door ondersteunende medewerkers, bij de andere kantoren is dit minder.

Gemiddeld bedraagt het werk voor ondersteunende medewerkers rond 30% van het gehele proces. Vooral distributietaken worden door ondersteunende medewerkers uitgevoerd; het dient daarbij wel om geschoolde medewerkers te gaan.

2.3.2 Resultaten

In Tabel 1 is weergegeven wat de tijdsbelasting per fase is en welke kosten ermee gemoeid zijn. Uit onderstaande cijfers blijkt dat een totaal dienstverleningsproces tussen vijf en 36 uur kost, met een gemiddeld van 17,6 uur. Dit komt neer op een kostenbedrag van € 2220. Wat opvalt zijn de aanzienlijke kostenverschillen. Het minimum- en maximumbedrag verschilt ruim een factor 6 (€ 590 versus € 3600).

De bemiddelingsfase kost het meeste tijd; deze fase bevat veel distributietaken. Kantoren geven aan dat het in orde maken van de daadwerkelijke aanvraag tussen 4 en 8 uur in beslag neemt. Wel wordt er in de bemiddelingsfase iets meer gebruik gemaakt van ondersteunende medewerkers zodat de kosten relatief iets minder hoog zijn.

Het kantoor dat is geïnterviewd over levenproducten geeft verreweg de laagste tijdsbelasting aan. Als dit kantoor buiten beschouwing wordt gelaten is de gemiddelde tijdsbelasting 20,7 uur voor een kostenbedrag van € 2620.

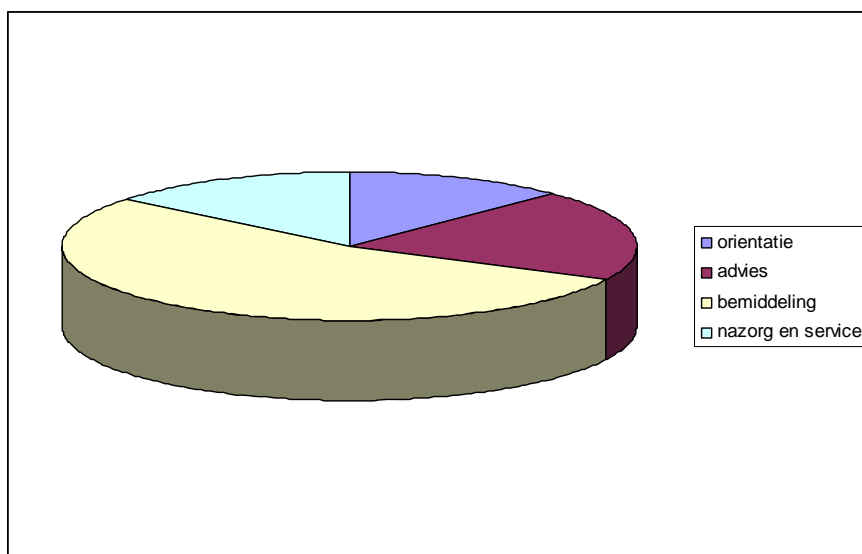
Tabel 1: Uurbelasting en kosten naar fases dienstverleningsproces

	Uren		Kosten	
	Gemiddeld	Range	Gemiddeld	Range
Oriëntatiefase	2,2	(0,25 - 5,5)	€ 270	(€ 130 - € 540)
Adviesfase	3,55	(0,75 - 7,75)	€ 450	(€ 93,75 - € 780)
Bemiddelingsfase	9,33	(2,5 - 16,67)	€ 1200	(€ 287,50 - € 1750)
Nazorg en service	2,5	(0 - 6)	€ 300	(€ 0 - € 660)
Totaal	17,6	(5 - 36)	€ 2220	(€ 590- € 3600)

* Gemiddelde (range)

Figuur 1 laat zien dat in termen van uren de oriëntatiefase ruim 10% van het totale proces uitmaakt, de adviesfase 20%, de bemiddelingsfase ruim 50% en de service en nazorgfase ongeveer 15%. Voor de relatieve kosten per fase is dit beeld nagenoeg gelijk.

Figuur 1: Relatieve uurbelasting naar fase van het dienstverleningsproces



In tabel 2 worden de uren en kosten uitgesplitst naar advies en distributie. De distributietaken maken ongeveer 52% van de uitgevoerde taken uit en adviestaken 48%. Wat opvalt is dat er grote verschillen bestaan in deze verhouding tussen de vijf geïnterviewde kantoren. Twee kantoren besteden substantieel meer tijd aan advies dan aan distributie (ongeveer 2:1 in uren gemeten), terwijl de andere drie kantoren substantieel meer tijd besteden aan distributie doen dan aan advies (ongeveer 1:2 in uren gemeten). Er zijn geen verschillen waar te nemen wat betreft type kantoor en dienstenpakket voor kantoren die veel aan distributie versus veel aan advies doen. Wel opvallend is het dat de twee kantoren die relatief veel aan advies doen de twee kantoren zijn die het grootste en respectievelijk het laagste aantal uren opgeven voor het gehele dienstverleningstraject. Het is dus niet zo dat meer (of minder) tijdsbesteding gepaard gaat met meer aandacht voor advies. Veel eerder lijkt het te gaan om het efficiënt laten verlopen van de aanvraag en bemiddeling.

Tabel 2: Advies- en distributietaken gedurende het dienstverleningsproces

	Uren			Kosten
	Gemiddeld	%	Range	Gemiddeld
Advies	8,5	48%	3,26-27,7	€ 1066
Distributie	9,1	52%	1,4-12,5	€ 1154
Totaal	17,6	100%	(5-36)	€ 2220

* Gemiddelde (range)

2.4 Vergelijking hypotheek-, leven- en pensioenbemiddeling²

In één van de gesprekken zijn simultaan twee producten aan de orde gekomen: pensioenen en hypotheek. Pensioenen zijn eigenlijk een B2B product, maar we hebben het aan de orde gesteld, omdat het een hoge mate van complexiteit kent, het betreffende kantoor ook altijd direct advies geeft aan de eindgebruiker (werknemer) en dit een interessante vergelijking oplevert met

² Omdat het slechts om een enkele observatie gaat voor deze producten, moeten de resultaten met grote voorzichtigheid worden beschouwd. Kantoor-specifieke aspecten kunnen de resultaten sterk beïnvloeden.

hypotheek. Verder heeft in één gesprek de focus gelegen op levenproducten. Aangezien de geïnterviewde ook veel ervaring heeft met hypotheekbemiddeling, is hem gevraagd hiermee een vergelijking te maken. De belangrijkste verschillen worden hieronder kort besproken.

De aanleiding om contact op te nemen met een assurantie-adviseur is voor levenproducten anders dan voor een hypotheek. Het gaat hier namelijk niet om (het voornemen tot) het kopen van een huis. De volgende drie redenen zijn te onderscheiden:

- Mensen zonder pensioen bij werkgever
- Mensen die informatie krijgen over bestaande polissen (en waardeontwikkelingen) en hierover vragen hebben (toenemend in belang)
- In geval van expirerende polissen

Voor pensioenen is de grootte van de onderneming vrij bepalend voor de tijdsbelasting van het proces; we zijn uitgegaan van een fictieve organisatie met 70 werknemers. Een belangrijke tijdsbelasting daarbij is het initiële advies en uitleg aan alle medewerkers (ca. 1 uur per medewerker). Verder zorgen ook mutaties in het medewerkersbestand voor additioneel werk.

In de oriëntatiefase is het aftasten en komen tot een klik belangrijk bij pensioenbemiddeling. Er wordt nog minder op inhoudelijke zaken ingegaan. Dat gebeurt pas in de adviesfase. Daarbij geldt wel dat in de adviesfase meteen relevante bescheiden op tafel komen, zodat dit bij de daadwerkelijke aanvraag minder tijdrovend is dan bij een hypotheek. Voor levenproducten geldt het omgekeerde. Het adviestraject is korter, er zijn minder gesprekken nodig om tot een advies te komen. Het is sneller duidelijker wat het financiële probleem is en welk product hier een goede oplossing voor biedt.

Voor zowel pensioenen als levenproducten geldt dat de er minder aanbieders zijn dan voor hypotheek. Omdat er minder mogelijke verzekeringspartijen zijn is de keuze gemakkelijker. Bij hypotheek speelt de prijs een grotere rol bij de consument dan bij levenproducten. Ook kent het proces een grotere mate van stress en tijdsdruk. Bij levenproducten is de precieze productspecificatie echter relevanter.

Het nazorgtraject kent voor pensioenen niet alleen een adviesfunctie maar ook een duidelijke distributiefunctie. Deze betreffen de verwerking van mutaties (nieuwe werknemers, salarismutaties en veranderingen in persoonlijke omstandigheden werknemers). Voor levenproducten is de nazorg en service beperkter dan voor hypotheek.

De kosten voor het pensioentraject zijn exclusief voorlichting aan medewerkers ongeveer dubbel zo groot als het hypotheekadviestraject. Het gaat om ruim 40 werkuren. Voor voorlichting aan medewerkers moet initieel ook nog ca. 70 uur worden uitgetrokken. Als we het 40-urige traject bekijken valt wel op dat het zwaartepunt anders ligt. Oriëntatie en advies maken tezamen 36% van de uren uit, bemiddeling 30% en nazorg 34%. Het bemiddelingsdeel is dus naar verhouding minder belangrijk dan voor een hypotheek. Mede omdat er veel tijd wordt uitgetrokken aan advies aan medewerkers, is het adviesgedeelte substantieel belangrijker dan het distributiedeel.

De tijdsbelasting van het dienstverleningstraject voor een levenproduct is ongeveer vijf uur en dus substantieel lager dan voor een hypotheekproduct. Wel worden er vaak simultaan meerdere producten gesloten; de berekening gaat uit van een traject voor een enkel product. De verdeling van de inspanning over de verschillende fases wijkt nauwelijks van dat van een hypotheekproces.

Bijlage A Gespreksleidraad

Notitie	Datum	21 februari 2008
	onderwerp	Gespreksleidraad distributie- en adviesbeloning assurantieadviseurs
	van	Jorna Leenheer, SEO Economisch Onderzoek

SEO Economisch Onderzoek voert in opdracht van de NVA een onderzoek uit naar het onderscheid tussen distributie- en adviesactiviteiten van assurantieadviseurs bij de verkoop van complexe verzekeringsproducten. Doel van dit onderzoek is om te komen tot een definitie van distributiekosten en advieskosten van complexe producten en een (cijfermatige) onderbouwing daarbij van de bijbehorende werkzaamheden, onderverdeeld naar productsoorten.

In het kader van dit onderzoek hebben wij een aantal gesprekken met intermediairs, waaronder het gesprek met u.

Zoals toegezegd sturen wij u bij deze de gespreksleidraad toe. De leidraad bevat alleen de hoofdlijnen van wat wij graag met u willen bespreken. Dit geeft u de mogelijkheid om u enigszins voor te bereiden, zonder dat wij door middel van deze leidraad uw gedachten te veel sturen.

Graag danken wij u bij voorbaat voor uw bereidwilligheid om mee te werken. Binnen een week na ons gesprek ontvangt u van ons een gespreksverslag en zullen we u vragen om het verslag te accorderen. Informatie die in het gesprek geeft, wordt alleen anoniem in de analyse en het rapport verwerkt. Indien we toch een citaat o.i.d. zouden willen opnemen, doen we dat alleen na toestemming van u.

Leidraad:

In het gesprek zouden we graag het volgende met u bespreken:

1. Ten eerst willen we een inventarisatie maken van alle mogelijke activiteiten die u uitvoert bij de verkoop van een complex product.
2. Voor ieder van de door u genoemde activiteiten, willen we vervolgens bepalen of u vindt dat de genoemde activiteit onder advies, verkoop of beide valt.
3. Voor ieder van de door u genoemde activiteiten, willen we vervolgens bepalen hoe veel tijd (uren) en kosten (uurtarief) hiermee gemoeid zijn.
4. Het kan zijn dat er aanzienlijke variatie bestaat tussen producten in de bovengenoemde activiteiten, en de uur- en tijdsbelasting. Bij vraag 1 tot en met 3 is het de bedoeling om een gemiddeld of doorsnee beeld te krijgen. Bij punt 4 zullen we met u bespreken op welke punten de variatie tussen verkooptrajecten aanzienlijk is.

Bijgevoegd vindt u een tabel, waarop u de bovengenoemde zaken kunt invullen. We houden daarbij de volgende fasering van het verkooptraject aan: oriëntatiefase, adviesfase, bemiddelingsfase, advies en nazorg. Bij iedere fase staan al een groot aantal activiteiten genoemd;

waar nodig kunnen echter aanpassingen en aanvullingen worden gemaakt. U hoeft de tabel niet voorafgaand aan het gesprek in te vullen; we zullen het gezamenlijk doorlopen gedurende het interview.

Welke werkzaamheden vallen onder een volledig adviestraject voor een complex product?

	Voert kantoor uit (ja/ nee)	Advies, distributie of beide?	Tijdbelasting (uren)	Kosten (uurtarief *uren)
<p>Oriëntatiefase</p> <ul style="list-style-type: none"> o Afspraakbevestiging, documentatie voorbereiden, etc. o Toelichten van de dienstverlening die het kantoor aanbiedt o Inventarisatie van de doelstellingen en wensen van de cliënt o Inventarisatie van de persoonlijke situatie van de cliënt o Inventarisatie van de vermogenspositie van de cliënt o Inventarisatie van de bestaande voorzieningen van de cliënt o Inventarisatie van de financiële kennis en ervaring van de cliënt o Inventarisatie van de risicobereidheid van de cliënt o Verstrekking van globale informatie over de verschillende productvormen o Indicatief advies geven van de mogelijkheden en indicatie van de maandlasten o Verslaglegging en dossiervorming om in de komende tijd goed te begeleiden o Aangepaste berekeningen naar aanleiding van actuele ontwikkelingen (bijv. naar aanleiding van zoektocht op de woningmarkt) <p><i>Deze lijst kan in het gesprek nog verder worden aangevuld....</i></p>				

	Voert kantoor uit (ja/ nee)	Advies, distributie of beide?	Tijdbelasting (uren)	Kosten (uurtarief *uren)
<p>Adviesfase</p> <ul style="list-style-type: none"> o Nalopen en bespreken klantprofiel zoals opgesteld in de oriëntatiefase o Verzamelen en analyseren van de onderliggende stukken ten behoeve van het advies. Bijvoorbeeld: lopende polissen, opgebouwde pensioenaanspraken, lopende financiële verplichtingen (leningen, alimentatie, etc.). o Relatie leggen tussen de gesloten verzekering en de doelstelling op lange termijn met o.a. de financiële gevolgen van pensionering, na een vroeg overlijden, na arbeidsongeschiktheid (rekening houdend met de aanwezige voorzieningen) o Gedetailleerd bespreken van de verschillende verzekeringsvormen en adviseren met betrekking tot de verzekeringsvorm o Vaststellen van de exacte verzekeringswensen o Indicatie maken van de maandlasten op basis van een aannemelijke aanbieder o Verslagleggen van de uitgangspunten en samenvatten van het advies o Bespreken van het advies <p><i>Deze lijst kan in het gesprek nog verder worden aangevuld....</i></p>				

	Voert kantoor uit (ja/ nee)	Advies, distributie of beide?	Tijdbelasting (uren)	Kosten (uurtarief *uren)
<p>Bemiddelingsfase</p> <ul style="list-style-type: none"> o Naar aanleiding van het advies een analyse maken van de verschillende aanbieders waarvoor bemiddeld wordt. Hier wordt vergeleken op o.a.: de premie, de voorwaarden, verwachte kapitaalopbouw en risicoprofiel o Uitwerking van de analyse waarin de verschillende aanbieders worden vergeleken. o Overleg met verzekeraars/ banken over bijzonderheden en afwijkende wensen o Aanvragen één of meer offertes o Controleren offerte(s) op volledigheid en juistheid o Inventariseren van de benodigde stukken. U kunt dan denken aan: kopie identiteitsbewijzen, de financiële verplichtingen (leningovereenkomsten), kopie koopakte, kopie recente loonstrook, kopie pensioengegevens (afhankelijk van de leeftijd), echtscheidingsconvenant en inschrijving burgerlijke stand, financiële bijsluiters, algemene voorwaarden o Bespreken van de offertes en de voorwaarden voor de verzekering o Begeleiden bij de keuze voor een van de offertes o Ondertekening offerte, invullen aanvraagformulieren, gezondheidsverklaringen en regelen medische keuringen. o Bewaken voortgang definitieve acceptatie door de verzekeraar/ bank o Bewaken voortgang van de (medische) acceptatie door de verzekeraar o Beoordelen en bespreken van eventuele afwijkende aanbiedingen o Bewaken opmaak eventuele polissen. o Controleren correctheid en volledigheid van de polissen in relatie tot aanvraag en advies o Polis in de administratie verwerken en uitreiken aan de klant o Het dossier van de klant controleren op WFD eisen o Bewaken ontvangst adviesbeloning van cliënt, bank of verzekeraar. 				

<i>Deze lijst kan in het gesprek nog verder worden aangevuld....</i>				
--	--	--	--	--

	Voert kantoor uit (ja/ nee)	Advies, distributie of beide?	Tijdbelasting (uren)	Kosten (uurtarief *uren)
Service en nazorg <ul style="list-style-type: none"> o Zorgen voor periodieke informatie aan cliënt over de actualiteit o Van wijzigingen in de persoonlijke situatie van cliënt bespreken wat daar de consequentie van is voor het advies. Bij de wijzigingen kunt u denken aan: andere werkgever, beëindiging van een lopende relatie, samenwonen of trouwen, gezinsuitbreiding, een andere vermogenssituatie (bijvoorbeeld door een erfenis) o Bespreken van de stand van zaken in de waardeontwikkeling (zitten de beleggingen op schema) o Controleren of de verstrekker een goed tarief aanbiedt (markt- en productontwikkelingen bijhouden) o Afhankelijk van de bovenstaande evenementen kan het zijn dat het adviestraject volledig bijgesteld moet worden. o Wanneer de conclusie naar aanleiding van een gewijzigd advies leidt tot aanpassing van de verzekeringen, zal het bemiddelingstraject (deels) opgestart worden. <p><i>Deze lijst kan in het gesprek nog verder worden aangevuld....</i></p>				

Bijlage B Lijst van geïnterviewden

Kantoor	Geïnterviewde	Datum gesprek
Albers Advies - Bussum	dhr. B. van den Berg	27 februari
Duine Adviesburo – Bergen op Zoom	dhr. D. Duine	29 februari
Van Klaveren – Loon op Zand	dhr. van Klaveren	4 maart
Duinrand – Den Haag	dhr. B. Caminada	10 maart
Raamsdonksveer	mevr. C. Nieuwesteeg	14 maart



seo economisch onderzoek

Roetersstraat 29 . 1018 WB Amsterdam . T (+31) 20 525 16 30 . F (+31) 20 525 16 86 . www.seo.nl