

De impact van nieuwe toetreders op de markt  
voor particuliere rechtsbijstand





Amsterdam, september 2020

In opdracht van BrandMR

## De impact van nieuwe toetreders op de markt voor particuliere rechtsbijstand

Christiaan Behrens

Erik Brouwer

Ellen van 't Klooster

Met medewerking van Gerben de Jong



**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 winst oogmerk en investeren continu in het intellectueel kapitaal van de medewerkers via promotietrajecten, het uitbrengen van wetenschappelijke publicaties, kennisnetwerken en congresbezoek.*

SEO-rapport nr. 2020-59

ISBN: 978-90-5220-086-6

**Informatie & Disclaimer**

SEO Economisch Onderzoek heeft op de verkregen informatie en data geen onderzoek uitgevoerd dat het karakter draagt van een accountantscontrole of due diligence. SEO is niet verantwoordelijk voor fouten of omissies in de verkregen informatie en data.

**Copyright © 2020 SEO Amsterdam.** Alle rechten voorbehouden. Het is geoorloofd gegevens uit dit rapport te gebruiken in artikelen, onderzoeken en collegesyllabi, mits daarbij de bron duidelijk en nauwkeurig wordt vermeld. Gegevens uit dit rapport mogen niet voor commerciële doeleinden gebruikt worden zonder voorafgaande toestemming van de auteur(s). Toestemming kan worden verkregen via [secretariaat@seo.nl](mailto:secretariaat@seo.nl)

## Samenvatting

*De Nederlandse Orde van Advocaten bepaalt dat advocaten in loondienst van een rechtsbijstandverzekeraar alleen rechtsbijstand mogen verlenen aan verzekerden. BrandMR wil graag via advocaten in loondienst van SRK Rechtsbijstand BV onverzekerden bijstaan. Dit onderzoek toont aan dat het weren van een alternatief zoals BrandMR de mededinging en daarmee de consument schaadt.*

Bij conflicten en geschillen is juridische hulp en expertise wenselijk en soms noodzakelijk. In Nederland bestaan er verschillende manieren om een zo laagdrempelig mogelijke toegang te verkrijgen tot het recht. Hierbij spelen rechtsbijstandverzekeraars en advocatenkantoren een belangrijke rol. Volgens de regels die door de Nederlandse Orde van Advocaten (NOvA) zijn opgesteld mogen advocaten in loondienst bij een rechtsbijstandverzekeraar geen rechtsbijstand verlenen aan onverzekerden. Deze beperking volgt uit de Verordening op de advocatuur (Voda).

BrandMR is een juridische dienstverlener en SRK rechtsbijstand BV is een onafhankelijk schade-regelingskantoor. De twee ondernemingen zijn honderd procent dochters van SRK Groep. BrandMR wil juridische dienstverlening aan onverzekerden aanbieden via advocaten in loondienst. Dit bedrijfsmodel krijgt tot op heden geen toestemming van de NOvA. BrandMR stelt dat de regelgeving en opstelling van de NOvA in strijd zijn met de Mededingingswet. In het kader van de lopende procedure hierover heeft BrandMR SEO Economisch Onderzoek verzocht om een economische analyse uit te voeren naar de impact van de genoemde beperking.

Het onderzoek bestaat uit twee kernvragen. De eerste vraag is of het bedrijfsmodel van BrandMR tot dezelfde relevante markt behoort als de dienstverlening aan particulieren van rechtsbijstandverzekeraars en advocatenkantoren. De tweede vraag behandelt de impact van de mededingingsbeperkende regelgeving en opstelling van de NOvA op de concurrentie in de markt, consumenten en potentiële toetreders. Het onderzoek is verder onder te verdelen in een analyse van de vraagzijde van de markt en de aanbodzijde. De infographic op pagina iii geeft deze twee aanliegroutes weer.

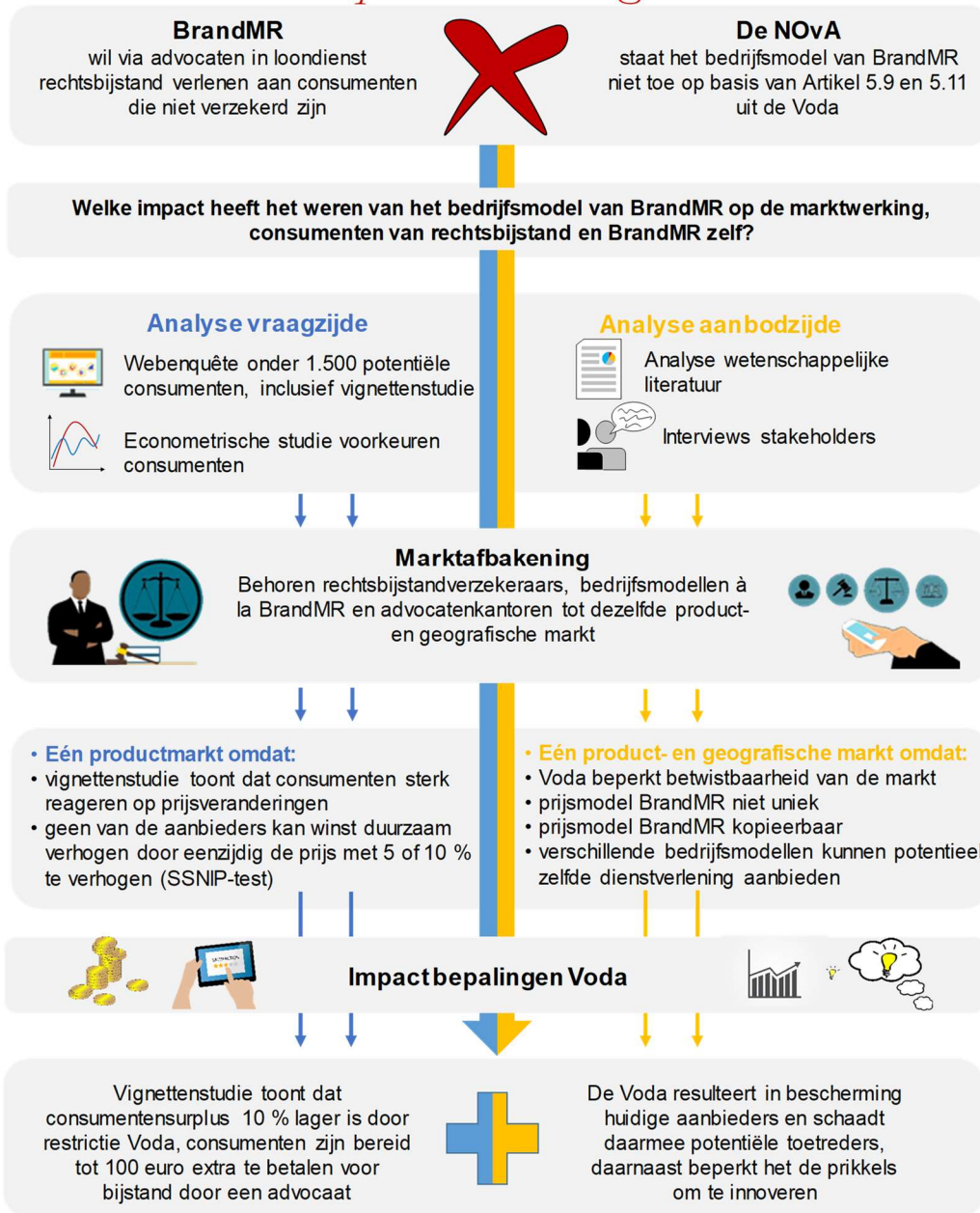
Uit het onderzoek volgt dat het bedrijfsmodel van BrandMR tot dezelfde productmarkt behoort. Behalve door het aanbieden van juridische dienstverlening door advocaten in loondienst kenmerkt BrandMR zich ook door het hanteren van vaste prijzen per onderdeel van de juridische dienstverlening. De conclusie van één markt is gebaseerd op de uitkomsten van de uitgevoerde vignetten-analyse onder ruim 1.500 respondenten. In deze analyse zijn de respondenten meerdere hypothetische keuzescenario's voorgelegd. Hierbij kon men uit de drie in de eerste kernvraag genoemde verschillende soorten rechtsbijstand kiezen. Behalve het soort dienstverlening zijn ook de kenmerken prijs, kwaliteitsscore, het aantal fysieke afspraken en behandeling door jurist of advocaat meegenomen in de analyse. Het geschatte econometrische model geeft de waarderings voor elk van die kenmerken. Op basis van deze waarderings blijkt dat geen van de drie typen bedrijfsmodellen eenzijdig de winst duurzaam kan verhogen door de prijs aan te passen, bijvoorbeeld met vijf of tien procent.

De vignettenanalyse laat zien dat, op basis van het hypothetisch gedrag van consumenten, de bedrijfsmodellen tot één markt behoren. Deze conclusie wordt, kijkend naar de aanbodkant, bevestigd aan de hand van desk research en de gesprekken met zes juridische en economische professionals. De verschillende bedrijfsmodellen moeten in staat worden geacht dezelfde dienstverlening aan te bieden in het hypothetische geval dat de beperking uit de Voda niet zou bestaan.

De impact van deze beperkingen is uit te drukken in consumentensurplus. Dit consumentensurplus is te berekenen aan de hand van de empirische modeluitkomsten en waarderingen voor kenmerken van de dienstverlening. Indien het BrandMR wordt toegestaan om via advocaten haar dienstverlening aan te bieden, zal het consumentensurplus naar verwachting met zo'n tien procent toenemen.

De huidige situatie met de beperking uit de Voda schaadt dus het belang van consumenten. Daarnaast geven de gesprekpartners aan dat de beperking en de opstelling van de NOvA een belemmering vormen voor de toetreding van nieuwe bedrijfsmodellen, het aantrekken van investeringen en het innoveren en meer stroomlijnen van de juridische dienstverlening. De Voda-beperking beschermt de huidige aanbieders en schaadt daarmee potentiële toetreders tot de markt. Het consumentenonderzoek laat zien dat een bedrijfsmodel zoals dat van BrandMR op een significant marktaandeel kan rekenen in de juridische domeinen waarin het actief wil worden.

## *Impact Verordening op de advocatuur (Voda) op marktwerking*



seo economisch onderzoek





# Inhoud

<b>Samenvatting</b> .....	<b>i</b>
<b>1 Inleiding</b> .....	<b>1</b>
1.1 Aanleiding en onderzoeksvraag .....	1
1.2 Aanpak onderzoek en leeswijzer.....	2
<b>2 De huidige markt voor rechtsbijstand</b> .....	<b>3</b>
2.1 Afbakenen van de relevante markt.....	3
2.2 Eerdere studies over rechtsbijstand in Nederland .....	4
2.3 Marktschets.....	5
<b>3 Analyse consumentenvoorkeuren</b> .....	<b>11</b>
3.1 Vignettenanalyse in het kort .....	11
3.2 Ontwerp van de vignetten .....	11
3.3 Kenmerken en voorkeuren van respondenten .....	15
3.4 Resultaten vignettenanalyse .....	19
<b>4 Marktafbakening en impact</b> .....	<b>21</b>
4.1 Marktafbakening vraagzijde en de SSNIP-test .....	21
4.2 Marktafbakening aanbodzijde .....	24
4.3 Impact bepalingen Voda .....	25
<b>5 Conclusies</b> .....	<b>29</b>
<b>Literatuur</b> .....	<b>31</b>
<b>Bijlage A Gesprekken</b> .....	<b>33</b>
<b>Bijlage B Econometrisch model</b> .....	<b>37</b>
<b>Bijlage C Enquête</b> .....	<b>39</b>
<b>Bijlage D Modellschattingen</b> .....	<b>45</b>
<b>Bijlage E Scenario's en voorkeursaandelen</b> .....	<b>47</b>



# 1 Inleiding

*De juridische dienstverlener BrandMR is onderdeel van SRK Groep en wil onverzekerden bijstaan met advocaten die in dienst zijn van SRK Rechtsbijstand BV. De Verordening op de advocatuur (Voda) bepaalt echter dat advocaten in loondienst van een rechtsbijstandverzekeraar alleen verzekerden mogen bijstaan. Dit onderzoek kijkt naar de effecten van de Voda op de marktwerking in de rechtsbijstandsmarkt en op de positie van BrandMR hierin.*

## 1.1 Aanleiding en onderzoeksvraag

BrandMR is een juridische dienstverlener en onderdeel van de SRK Groep. BrandMR wil een product aanbieden dat wordt uitgesloten op basis van de door de Nederlandse Orde van Advocaten (NOvA) opgestelde Verordening op de advocatuur (Voda). Het product betreft het verlenen van rechtsbijstand aan onverzekerden via advocaten in loondienst van SRK Rechtsbijstand BV. Volgens artikelen 5.9 en 5.11 van de Voda mogen advocaten in loondienst van uitvoerders van rechtsbijstandverzekeringen enkel rechtsbijstand aan verzekerden verlenen. SRK stelt echter dat deze artikelen in strijd zijn met artikel 6 van de Mededingingswet. Artikel 6 van de Mededingingswet verbiedt, onder andere, beslissingen van ondernemersverenigingen en onderling afgestemde feitelijke gedragingen van ondernemingen die de mededinging op de markt verhinderen.

Dit rapport geeft via een economische analyse inzicht in de markt waarop BrandMR zich wil begeven. Daarnaast volgt uit de analyse of en in welke mate het huidige verbod om de dienstverlening uit te voeren via advocaten in loondienst de marktwerking beperkt.

De dienst van BrandMR houdt in dat advocaten in loondienst van SRK ook rechtsbijstand verlenen aan onverzekerden. Deze bijstand vindt plaats tegen vaste tarieven voor vooraf vastgestelde stappen van de dienstverlening. De nieuwe dienst richt zich met name op inkomensgroepen die niet in aanmerking komen voor gesubsidieerde rechtsbijstand en de uurtarieven van reguliere advocaten niet kunnen of willen betalen. De doelgroep bestaat daarbij vooral uit consumenten die op dit moment geen rechtsbijstandverzekering hebben.

In dit onderzoek analyseren we factoren die inzicht geven in de huidige markt en marktwerking: het aantal concurrenten, het marktaandeel van aanbieders, de beschikbaarheid van substituten, de mate van productdifferentiatie, de aan- en afwezigheid van toetredingsdrempels, de mate van transparantie, kwaliteit en de mogelijke potentiële concurrentie. Deze analyse leidt tot een afbakening van de relevante markt van juridische dienstverlening. De omvang van de relevante product- en geografische markt is van belang bij het inschatten van de impact van de huidige beperking in de mededinging. Leidt de beperking, vanuit economisch oogpunt, tot een onwenselijke situatie in de relevante markt ten opzichte van de hypothetische situatie zonder de beperking?

## 1.2 Aanpak onderzoek en leeswijzer

Het onderzoek richt zich op twee onderzoeksvragen:

1. Wat is de relevante markt waartoe de (geweerde) dienstverlening van BrandMR behoort en welke (economische) positie neemt BrandMR in op deze markt, met en zonder het huidige verbod op de beoogde dienstverlening?
2. Wat is de economische impact van het huidige verbod (uitsluiting) op de marktwerking in de relevante markt en op BrandMR in het bijzonder?

Om deze onderzoeksvragen te beantwoorden, combineren we verschillende onderzoeksmethoden. Een economisch overzicht van de huidige markt en de werking van deze markt volgt uit deskresearch. Deze deskresearch betreft een analyse van openbare (onderzoeks)rapporten over de markt voor rechtsbijstand in Nederland, openbare kwantitatieve gegevens over de vraag naar en het aanbod van rechtsbijstand in Nederland, en de verschillende rapportages en inzichten die BrandMR in de afgelopen jaren als onderdeel van het ondernemersplan heeft opgesteld en verzameld om de markt te verkennen. Inzichten uit door SEO gevoerde gesprekken met experts en betrokkenen in deze markt vullen de deskresearch aan, om daarmee te komen tot een beeld van de aanbodzijde van de markt.<sup>1</sup> Tot slot geeft het rapport een kort overzicht van relevante ontwikkelingen en ervaringen met de opkomst van vergelijkbare verdienmodellen in de markt voor rechtsbijstand buiten Nederland.

Om inzicht te krijgen in de vraagzijde van de markt analyseren we het keuzegedrag van zo'n 1.500 respondenten in verschillende scenario's. De respondenten hebben in verschillende keuzesituaties een keuze gemaakt tussen rechtsbijstand via een rechtsbijstandverzekering, via de dienstverlening zoals BrandMR beoogt, en via een advocaat. Op basis van de gemaakte keuzes is te achterhalen in welke mate consumenten de drie verschillende typen dienstverlening als substituten beschouwen. Dit is waardevolle informatie bij het beoordelen van de omvang van de relevante markt. Deze empirische inzichten gebruiken we om te simuleren wat de impact is van het uitsluiten van een bepaald type dienstverlening.

De gehanteerde methoden geven een beeld van de vraagsubstitutie, aanbodsubstitutie en potentiële concurrentie in de markt voor rechtsbijstand en helpen op deze wijze de relevante markt af te bakenen. Daarnaast biedt deze aanpak een systematische wijze van het analyseren van alle relevante (economische) omstandigheden. Daardoor zijn de gevolgen in te schatten van het uitsluiten van het type dienstverlening dat BrandMR in deze markt wil leveren.

In Hoofdstuk 2 staat een beschrijving van de huidige markt voor rechtsbijstand. Hoofdstuk 3 gaat over het empirisch keuzeonderzoek onder de respondenten en de belangrijkste resultaten. Aan de hand van deze resultaten vindt in Hoofdstuk 4 de marktafbakening plaats. Daarnaast behandelt Hoofdstuk 4 de mate van substitutie in het aanbod op deze markt. Dit hoofdstuk sluit af met een analyse van de impact van de beperkende bepalingen uit de Voda op de markt. Hoofdstuk 5 geeft een conclusie.

---

<sup>1</sup> Voor dit onderzoek hebben in totaal zes gesprekken plaatsgevonden. Bijlage A geeft de gesprekspartners weer. De inzichten uit deze gesprekken zijn geanonimiseerd in dit rapport opgenomen.

## 2 De huidige markt voor rechtsbijstand

*Gebruikers van rechtsbijstand kunnen wel of niet een rechtsbijstandverzekering hebben en wel of niet in aanmerking komen voor gesubsidieerde rechtsbijstand. De bepalingen uit de Voda en het procesmonopolie zorgen ervoor dat voor een deel van de markt enkel advocaten(kantoren) diensten mogen aanbieden. Overige juridische aanbieders zijn hiervan uitgesloten.*

### 2.1 Afbakenen van de relevante markt

#### **Begrip relevante markt**

Om de huidige markt voor rechtsbijstand te duiden, volgt dit rapport dezelfde stappen die noodzakelijk zijn om de relevante markt af te bakenen. De Europese Commissie omschrijft de relevante productmarkt als de markt die alle producten en diensten omvat die op grond van hun kenmerken, prijs en gebruik substitueerbaar zijn (Europese Commissie, 1997). Daarnaast kent marktafbakening ook een geografische component. De relevante geografische markt is het gebied waarbinnen ondernemingen een rol spelen in de markt en waarbinnen in voldoende mate dezelfde concurrentievoorwaarden heersen (Europese Commissie, 1997).

De beoogde dienstverlening van BrandMR vormt het vertrekpunt om de stappen van een marktafbakening te doorlopen en zo de markt in kaart te brengen. Daarbij is het relevant dat BrandMR zich met haar dienstverlening met name richt op de particuliere markt (consumentenmarkt) en dat er geen vraagsubstitutie mogelijk is tussen rechtsbijstand voor consumenten enerzijds en rechtsbijstand voor ondernemingen – de zakelijke markt – anderzijds. De kernvraag is in hoeverre de dienst die BrandMR levert vervangbaar is door al bestaande of toekomstige diensten. Deze dienst is vanuit de vraagzijde geredeneerd specifiek voor het type geschil. Voor iemand met een arbeidsgeschil is rechtsbijstand bij een woongeschil op dat moment geen substituuut. Het aanbod aan dienstverlening voor rechtsbijstand die consumenten als mogelijke vervanging zien van de beoogde dienst van BrandMR behoort tot dezelfde relevante markt. Producten en diensten kunnen voor vragers en/of aanbieders vervangbaar zijn. Voordat we de markt verder in kaart brengen, bespreken we eerst kort de rol van de vraagzijde, de aanbodzijde en de potentiële concurrentie.

#### **Rol vraagzijde**

Vraagsubstitutie geeft aan hoe makkelijk de consument producten en/of diensten kan vervangen door een vergelijkbare dienst of vergelijkbaar product. Een veelgebruikte kwantitatieve test om te toetsen of deze substitutie voldoende is om concurrentie tussen aanbieders te faciliteren, is de SSNIP-test (*small but significant and non-transitory increase in price*). Als er concurrentie aanwezig is, is dit een sterke indicatie dat de aanbieders in één relevante productmarkt opereren. De SSNIP-test bestaat uit een gedachte-experiment waarbij men kijkt of een kleine prijsverhoging (ten opzichte van het huidige, en als concurrerend veronderstelde, prijsniveau) van één product, dienst of aanbieder leidt tot een substantiële verschuiving van de oorspronkelijke vraag naar dit product naar andere producten. Als dit zo is, behoren deze producten tot dezelfde markt. Ook impliceert dit dat het voor de betreffende aanbieder niet mogelijk is om op een duurzame winstgevende manier het prijsniveau zelfstandig te verhogen.

Een manier om dit gedachte-experiment verder uit te werken, is het uitvoeren van empirisch onderzoek naar consumentengedrag in de betreffende markten. Aangezien BrandMR een nog niet bestaand product op de markt wil brengen, is het niet mogelijk om op basis van bestaande marktgegevens over consumentengedrag te kwantificeren hoe consumenten zullen reageren op nieuwe aanbieders zoals BrandMR. Een klassieke SSNIP-test gebaseerd op daadwerkelijk consumentengedrag is daarom niet mogelijk.

Om invulling te geven aan het gedachte-experiment voeren we een keuze-experiment uit onder potentiële consumenten van rechtsbijstand. Hiervoor is een vignettenanalyse uitgezet waarbij de respondenten een zo'n waarheidsgetrouw mogelijke keuze moeten maken in een hypothetisch scenario tussen (hypothetische) aanbieders met verschillende kenmerken (zoals prijs). De methode en resultaten van dit empirische onderzoek staan in Hoofdstuk 3 en Hoofdstuk 4.

### **Rol aanbodzijde en potentiële concurrentie**

De substitueerbaarheid van de aanbodzijde gaat over het gemak waarmee aanbieders hun aanbod kunnen uitbreiden en het gemak waarmee bestaande ondernemingen in de markt hun aanbod kunnen aanpassen aan veranderende concurrentieverhoudingen. De Europese Commissie noemt potentiële concurrentie als apart te bestuderen onderwerp. Hierbij gaat het om het gemak waarmee op deze markt nog niet actieve ondernemingen kunnen toetreden en via deze dreigende toetreding concurrentiedruk uitoefenen op de bestaande aanbieders. Dit laatste wordt ook wel aangeduid met de mate van betwistbaarheid van de markt (Baumol, 1982). Wanneer (toetredings)barrières tot de markt laag zijn, zal een prijsverhoging van spelers op die markt niet duurzaam van aard zijn en snel onrendabel worden door de toestroom van nieuwe ondernemingen of de uitbreiding van het aanbod van bestaande ondernemingen. Ondernemingen die op deze manier concurrentiedruk bieden aan bestaande aanbieders behoren tot de relevante markt.

## **2.2 Eerdere studies over rechtsbijstand in Nederland**

In 2019 heeft SRK een handhavingsverzoek ingediend bij de Autoriteit Consument en Markt (ACM). SRK heeft de ACM verzocht om op te treden tegen de NOvA, op grond van artikel 6 van de Mededingingswet. SRK stelt dat zij met BrandMR een maatschappelijk probleem aanpakt, namelijk het bedienen van de steeds grotere groep rechtsmijders die niet in aanmerking komt voor de sociale advocatuur en drempels ervaart bij het inschakelen van reguliere advocaten. De ACM heeft het handhavingsverzoek in januari 2020 voorlopig afgewezen (ACM, 2020).

Wolters Kluwer (2019) voert periodiek een benchmark uit naar de stand van de advocatuur in Nederland, met de nadruk op kleine- tot middelgrote kantoren in Nederland. Zo'n negentig procent van de advocatenkantoren bestaat uit minder dan vijf medewerkers. Kleine en middelgrote advocatenkantoren zijn benaderd om een online vragenlijst in te vullen. De vragenlijst is door ruim tweehonderd verschillende kantoren ingevuld. De benchmark geeft inzicht in uurtarieven, winstdoelstellingen en regionale verschillen. Deze informatie wordt in Hoofdstuk 4 gebruikt om de impact van de beperkende werking van de Voda-bepalingen te analyseren.

In 2019 heeft Significant – Aarts et al. (2019) – in opdracht van het ministerie van Justitie en Veiligheid onderzocht of het mogelijk is om binnen het budgettaire kader van de rijksoverheid hoogwaardige rechtshulp pakketten in te kopen die altijd en overal in voldoende mate beschikbaar zijn.

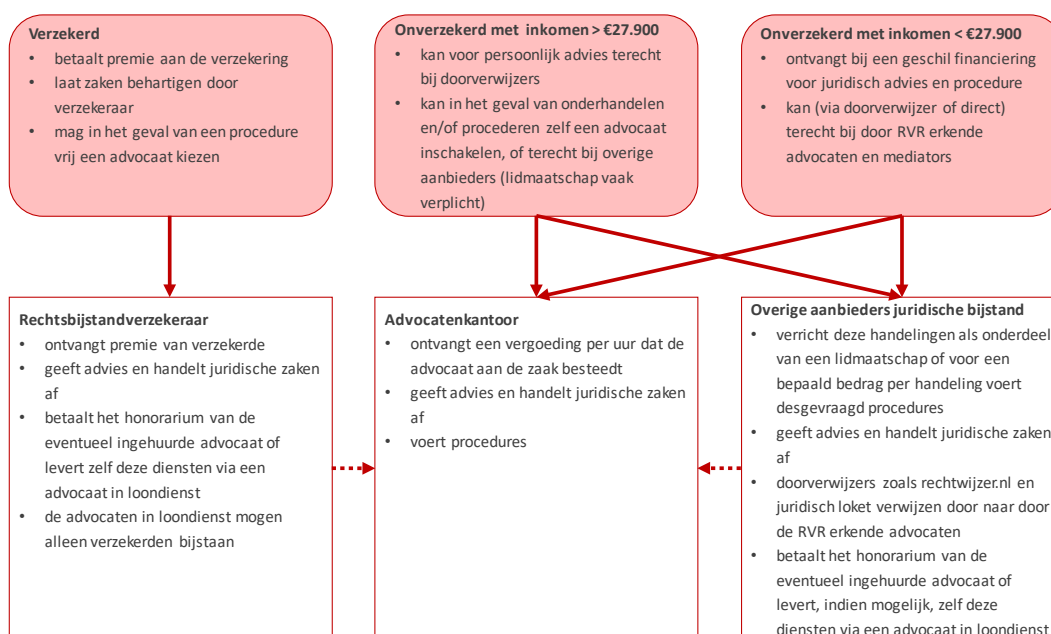
Daartoe hebben zij wijzigingen in het stelsel voor de gesubsidieerde rechtsbijstand met elkaar vergeleken. Het rapport bevat ook informatie over de markt voor rechtsbijstandverzekeraars. Het rapport toont een overzicht van de tien grootste aanbieders van rechtsbijstandverzekeringen. Deze informatie wordt in Hoofdstuk 3 toegepast om de hypothetische keuzescenario's vorm te geven. De commissie Van der Meer heeft een uitgebreid onderzoek uitgevoerd naar het beloningsstelsel van de uitvoerders van gesubsidieerde rechtsbijstand in Nederland. Dit rapport – Cebeon (2017) – bevat inzichten over een mogelijk aanpalende markt. In de Geschilbeslechtingdelta-onderzoeken – uitgevoerd in 2004, 2010 en 2014 – worden de civiel- en bestuursrechtelijke problemen van Nederlandse burgers beschreven, de aanpak die zij volgden om de problemen op te lossen en de resultaten die zij behaalden. Het onderzoek uit 2014 van Ter Voert & Klein Haarhuis (2015) geeft inzicht in aspecten van toegankelijkheid en kwaliteit van het rechtsbestel en levert input voor de marktschets en de vormgeving van de keuzescenario's.

## 2.3 Marktschets

### Overzicht van de markt

Figuur 2.1 toont de huidige markt voor particuliere rechtsbijstand. De vraagzijde van de markt bestaat uit personen die in aanmerking komen voor gefinancierde rechtsbijstand, personen met een rechtsbijstandverzekering en personen zonder rechtsbijstandverzekering. Voor persoonlijk advies, onderhandelen en sommige procedures kunnen verzekerden terecht bij hun rechtsbijstandverzekeraar. Bij een procedure kunnen de verzekerden vervolgens een advocaat inschakelen. Onverzekerden kunnen terecht bij overige aanbieders van juridische dienstverlening, of kunnen zelf een advocaat inhuren. Voor personen met een laag inkomen, voor alleenstaanden bruto maximaal 27.900 euro en in andere gevallen 39.400 euro, geldt dat zij via gesubsidieerde rechtsbijstand een advocaat of mediator die verbonden is aan de Raad voor Rechtsbijstand (RvR) kunnen inschakelen.

Figuur 2.1 Advocatenkantoren bedienen consumenten direct, maar ook indirect



Bron: SEO Economisch Onderzoek (2020)

Noot: Overige aanbieders zijn onder andere doorverwijzers, vakbonden, beroepsverenigingen, en ANWB

De aanbieders op de markt voor rechtsbijstand zijn advocaten, rechtsbijstandverzekeraars en overige aanbieders van rechtsbijstand. Bij een deel van de procedures is vertegenwoordiging door een advocaat verplicht, zie Box 2.1. Op dit deel van de markt kunnen alleen aanbieders actief zijn die rechtsbijstand door een advocaat kunnen bieden. Omdat een geschil kan uitmonden in een zaak met verplichte vertegenwoordiging door een advocaat, komt het voor dat aanbieders van rechtsbijstand (die geen advocaat zijn) een geschil moeten overdragen aan een advocaat. Het procesmonopolie heeft daarmee mogelijk ook impact op geschillen waarbij in eerste instantie geen advocaat nodig is. De advocatenkantoren – middelste blok in Figuur 2.1 – kunnen rechtstreeks rechtsbijstand aan consumenten bieden, maar spelen ook een rol in het bieden van rechtsbijstand aan consumenten die in eerste instantie via de twee andere kanalen de markt voor rechtsbijstand betreden.

### Box 2.1 Bij bepaalde procedures hebben advocaten een ingesteld monopolie

Alle advocaten in Nederland vormen gezamenlijk de beroepsorganisatie NOvA. De NOvA stelt regels op voor de rechtsbijstand en is ingesteld bij wet. De regels zijn te vinden in de Verordening op de advocatuur (Voda). De NOvA ontvangt om reden van onafhankelijkheid geen geld van de overheid. De regels zijn opgesteld om bepaalde kernwaarden van de advocatuur te waarborgen, zoals onafhankelijkheid, partijdigheid, deskundigheid, integriteit en vertrouwelijkheid.

Eén van de regels van de verordening houdt in dat vertegenwoordiging door een advocaat bij bepaalde procedures verplicht is: het procesmonopolie. Bij de kantonrechter geldt geen procesmonopolie. Bij de kantonrechter kan een eiser of een gedaagde zelf procederen, of met een jurist of niet-jurist die geen advocaat is, of met een advocaat. Omdat bij de kantonrechter geen sprake is van verplichte procesvertegenwoordiging, treden in de praktijk veel niet-advocaten op in kantonzaken. In het geval van een hoger beroep is inschakeling van een advocaat wel verplicht. Ook bij rechtszaken met een financieel belang onder 25.000 euro (en zaken over consumentenkrediet met een belang onder 40.000 euro) is inschakeling van een advocaat niet verplicht. Baarsma & Felsö (2005) vinden in hun onderzoek sterke aanwijzingen dat het faciliteren van het procesmonopolie vanuit economisch oogpunt niet de meest effectieve en efficiënte manier is om rechtszekerheid te borgen.

Bron: SEO Economisch Onderzoek (2020)

### Vraagzijde en aandeel verschillende typen aanbieders

Ter Voert & Klein Haarhuis (2015) rapporteren over het verloop van (potentiële) juridische problemen van burgers. Van alle burgers die met een geschil te maken hadden, heeft 8 procent geen actie ondernomen, 47 procent het geschil zelf zonder hulp aangepakt en 46 procent hulp gezocht bij een (juridische) instantie. Bij 5 procent van de geschillen heeft bemiddeling plaatsgevonden, bij 4 procent is een gerechtelijke procedure gestart en bij 11 procent heeft een buitengerechtelijke procedure plaatsgevonden. Voorbeelden van dit soort procedures zijn onder andere procedures bij klachten-, bezwaar-, huur-, of geschillencommissies.

Tabel 2.1 toont het aandeel van elk van geraadpleegde juridisch adviseurs zoals gerapporteerd in de studie van Ter Voert & Klein Haarhuis (2015). Dit geeft een indicatie van de marktaandelen van de verschillende aanbieders van rechtsbijstand. Van degenen die een juridisch adviseur benaderden, raadpleegde 26 procent een advocaat, 24 procent een rechtsbijstandverzekeraar, 11 procent een vakbond of beroepsvereniging en 11 procent het Juridisch Loket.



**Tabel 2.1 De advocaat en rechtsbijstandverzekering worden het vaakst ingeschakeld**

Type adviseur	Aandeel van respondenten dat adviseur inschakelde (in %)
Advocaat	26
Rechtsbijstandverzekering	24
Vakbond/beroepsvereniging	11
Het Juridisch Loket	11
Mediator/(buurt)bemiddelaar	7
Rechtskundig adviseur	7
Notaris	4
Wets- of rechtswinkel	4
Sociaal raadsman of -vrouw	2
Gerechtsdeurwaarder/incassobureau	2

Bron: Ter Voert & Klein Haarhuis (2015)

Noot: Vanwege afrondingsverschillen tellen de categorieën niet noodzakelijk op tot 100 procent

### Aanbodzijde en bestaande aanbieders

Hieronder volgt een kort overzicht van de belangrijkste aanbieders van rechtsbijstand in dezelfde uitsplitsing als in Figuur 2.1. Dit zijn rechtsbijstandverzekeraars, advocatenkantoren en overige aanbieders van juridische bijstand. In totaal zijn er in Nederland tien onafhankelijke partijen die rechtsbijstandverzekeringen aanbieden (Aarts et al., 2019). Het aandeel van op de zakelijke markt gerichte verzekeringen is ongeveer 27 procent. Het resultaat, ofwel de marge, van de rechtsbijstandverzekeringen was in 2018 14 procent (Verbond van Verzekeraars, 2019). Tabel 2.2 toont de grootste verzekeringsmaatschappijen in de rechtsbijstand tot en met 2015.

**Tabel 2.2 DAS en Achmea Schade zijn de grootste rechtsbijstandverzekeraars**

	Omzet in miljoen euro				
	2011	2012	2013	2014	2015
DAS	209	210	208	205	201
Achmea Schade	181	185	182	183	179
Nationale-Nederlanden Schade	42	41	40	38	39
Univé Schade	38	39	41	41	35
ABN Amro Schade	29	31	32	32	32
a.s.r. Schade	38	37	35	32	31
Delta Lloyd Schade	30	22	23	22	23
Reaal Schade	16	21	21	21	20

Bron: Verbond van Verzekeraars (2016)

Rechtsbijstandverzekeraars behandelen zo'n 400.000 zaken per jaar. De totale premieomzet van rechtsbijstandverzekeraars bedroeg in 2018 circa 800 miljoen euro. De grootste tien aanbieders hadden een marktaandeel van ongeveer 75 procent in 2014. Ongeveer de helft van de Nederlandse gezinnen heeft een rechtsbijstandverzekering, maar de verzekerdenpopulatie vergrijsst en de markt voor rechtsbijstandverzekeringen groeit de afgelopen jaren niet tot weinig. Volgens het Verbond van Verzekeraars (2017) kijken de jonge generaties anders tegen zekerheid aan. Zij willen toereikende informatie en een snelle en flexibele oplossing voor hun probleem.

Tabel 2.3 toont het aantal advocatenkantoren in Nederland, uitgesplitst naar het aantal werkzame personen per kantoor. In 2020 zijn er naar inschatting van het CBS 9.805 kantoren in Nederland,

waarvan het gros bestaat uit kantoren met één werkzaam persoon. In dat geval gaat het per definitie om één advocaat. Er zijn veertig kantoren met vijftig of meer werkzame personen, het aantal advocaten onder deze werkzame personen is niet bekend uit de data.<sup>2</sup> Uit de gesprekken blijkt dat grote kantoren met name ondernemingen bijstaan en niet particulieren. Particulieren worden vooral geholpen door kleine advocatenkantoren. Er zijn relatief veel van dit soort kantoren in Nederland.

**Tabel 2.3** Het gros van de advocatenkantoren bestaat uit kantoren met één advocaat

Perioden	Totaal	Aantal bedrijven naar aantal werkzame personen						
		1	2	3 tot 5	5 tot 10	10 tot 20	20 tot 50	meer dan 50
2016	8.755	6.290	870	705	540	200	100	50
2018	9.440	6.910	935	740	525	185	105	40
2020	9.805	7.285	960	745	490	185	100	40

Bron: CBS Statline (2020), Bedrijven, bedrijfstak, bedrijfsgrootte voor SBI 69101, zie <https://open-data.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/81589ned/table?dl=72A4>

Ter Voert & Klein Haarhuis (2015) vergelijken alle typen adviseurs die zijn ingeschakeld bij problemen. Tabel 2.1 toont dat, naast advocaten en rechtsbijstandverzekeringen, de volgende (juridische) partijen ook regelmatig worden benaderd: de vakbond/beroepsvereniging, het Bureau voor Rechtshulp, de politie, een mediator/bemiddelaar, rechtskundig adviseurs/adviesbureaus, een notaris, wets- of rechtswinkel en maatschappelijk werk. Bij vakbonden en beroepsverenigingen sluit men in de regel ook een abonnement af tegen een vaste, jaarlijkse prijs, vergelijkbaar met een rechtsbijstandverzekering.

Een deel van de genoemde aanbieders werkt aan toevoegingen. Dit zijn geschillen van personen met een inkomen onder de 27.900 euro en waarvoor personen subsidie voor rechtsbijstand ontvangen van de overheid. Deze personen kunnen alleen een rechtshulpverlener benaderen die ingeschreven staat bij de Raad voor Rechtsbijstand (RvR). Alleen advocaten en mediators kunnen zich aansluiten bij de RvR. In 2017 stonden er zo'n tienduizend rechtsbijstandverleners ingeschreven, waarvan 92 procent als advocaat en 14 procent als mediator. Dit betekent dat zo'n 6 procent van de dienstverleners zowel als advocaat en als mediator staat ingeschreven. Ruim 7.950 van de ingeschreven aanbieders heeft in ten minste één zaak gesubsidieerde rechtsbijstand verleend. De meeste ingeschreven rechtshulpverleners bieden naast de gesubsidieerde bijstand ook niet-gesubsidieerde rechtsbijstand aan (Aarts et al., 2019).

### Prijzen

Om een beeld te krijgen van de prijzen van verschillende aanbieders, bekijken we de prijs voor een arbeidsgeschil bij een rechtsbijstandverzekering, BrandMR en een advocatenkantoor. Omdat de diensten van deze aanbieders van elkaar kunnen verschillen, is er geen eenduidige vergelijking tussen de prijzen te maken en geldt de vergelijking als een ruwe inschatting.

<sup>2</sup> Op [advocatie.nl](https://www.advocatie.nl/advocatuur-top-50-2020/) wordt de lijst met grootste advocatenkantoren in Nederland bijgehouden, zie <https://www.advocatie.nl/advocatuur-top-50-2020/>. Hieruit blijkt dat in 2020 er 32 kantoren zijn met meer dan 50 advocaten.

De verwachte prijs voor het inschakelen van BrandMR bij een arbeidsgeschil wordt op basis van door BrandMR verstrekte gegevens ingeschat op zo'n 800 euro.<sup>3</sup> Een rechtsbijstandverzekering met alleen dekking voor wonen en consumentenzaken kost jaarlijks gemiddeld 150 euro, een wat uitgebreidere gezinspolis, inclusief dekking voor arbeidsgeschillen, kost zo'n 250 euro per jaar.<sup>4</sup> De respondenten in de Geschilbeslechtingdelta krijgen zo eens in de negen jaar te maken met een potentieel juridisch probleem (Ter Voert & Klein Haarhuis, 2015). De verwachte prijs per geschil met een rechtsbijstandverzekering zou in dat geval negen maal 250 = 2.250 euro zijn.

De prijzen per geschil bij een advocatenkantoren zijn minder inzichtelijk. Het gemiddeld uurtarief van de kleine tot middelgrote advocatenkantoren was 217 euro (Wolters Kluwer, 2019). De kosten van een arbeidsgeschil kunnen echter sterk uiteenlopen en hangen af van het aantal uren dat de advocaat nodig heeft. We maken eerst een inschatting van de totale advocaatkosten voor bijstand bij een arbeidsgeschil, gebaseerd op gegevens over de gesubsidieerde rechtsbijstand. Toevoegingsadvocaten krijgen voor een arbeidsgeschil gemiddeld 9,5 uur toegekend, zie Tabel 2.4. Vermenigvuldigd met het gemiddelde uurtarief van 217 euro zijn de totale advocaatkosten per zaak zo'n 2.060 euro.<sup>5</sup>

**Tabel 2.4** Gemiddeld krijgen toevoegingsadvocaten 9,5 uur vergoed bij een arbeidsgeschil

	Aantal toevoegingen	Aantal punten
Reguliere toevoegingen arbeid en ontslag	11.491	10
Mediation	6	6
Lichte adviestoevoegingen	688	2
Gemiddeld aantal punten		9,5

Bron: SEO Economisch Onderzoek (2020) op basis van Van Gammeren-Zoetewij et al. (2018) en Cebeon (2017)

Daarnaast zijn online een aantal inschattingen van de totale advocaatkosten te vinden. Op een online bedrijvengids voor advocaten staan gemiddelde kosten bij verschillende werkzaamheden vermeld:<sup>6</sup>

- juridische beoordeling geschil vanaf 350 euro;
- procedure geschillencommissie vanaf 1.450 euro;
- controle vaststellingsovereenkomst vanaf 750 euro;
- gerechtelijke procedure vanaf 2.250 euro.

Deze werkzaamheden zijn niet op één type geschil, zoals bijvoorbeeld een arbeidsgeschil, toegepast. Enkele aanbieders tonen online een inschatting van de advocaatkosten bij een specifiek arbeidsconflict, in dit geval de verwachte kosten van een ontslagprocedure. De inschatting ligt tussen de 2.500 en 6.000 euro.<sup>7</sup> Daarnaast heeft BrandMR prijzen van specifieke diensten op het gebied

<sup>3</sup> Een intake kost 139 euro. Van alle consumenten gaat naar verwachting 70 procent naar de onderhandelfase. Deze fase kost 849 euro bij een arbeidsgeschil. Van deze 70 procent gaat 5 procent procederen. Deze fase kost 2.395 euro. In totaal bedragen de verwachte kosten:  $139 + 0,7 * 849 + 0,7 * 0,05 * 2.395 = 817$  euro.

<sup>4</sup> Zie <https://www.consumentenbond.nl/rechtsbijstandverzekering/rechtsbijstandverzekering-wat-is-het>.

<sup>5</sup> Dit bedrag vormt een ondergrens. Het uurtarief is vaak exclusief btw en sommige advocatenkantoren rekenen additionele kantoorkosten bovenop het uurtarief. Het uurtarief is vaak exclusief griffierechten van 80 tot 1.000 euro. Deze kosten zijn bij een rechtsbijstandverzekering en het bedrijfsmodel à la BrandMR inclusief.

<sup>6</sup> Zie <https://advocatengids.net/>.

<sup>7</sup> Zie <https://wsadvocaten.nl/kosten-advocaat-arbeidsrecht-arbeidsconflict/>.

van arbeidsrecht verzameld tijdens het ontwikkelen van haar nieuwe bedrijfsstrategie. Het gaat om diensten door advocatenkantoren die vergelijkbaar zijn met die van BrandMR. Uit dit overzicht blijkt dat de gemiddelde kosten voor een adviesgesprek tussen de 200 en 550 euro liggen. Voor bemiddeling zijn de kosten rond de 2.100 euro. De kosten van een procedure liggen tussen de 1,350 en 3,550 euro.<sup>8</sup>

### Positie BrandMR

Advocaten in loondienst van SRK willen via BrandMR ook rechtsbijstand verlenen aan onverzekerden. Het prijsmodel van BrandMR is gebaseerd op een vast tarief per onderdeel van de dienstverlening.

De meest voor de hand liggende afnemers van deze dienstverlening zijn onverzekerden die niet in aanmerking komen voor door de overheid gefinancierde rechtshulp en die de uurtarieven van reguliere advocaten niet kunnen of willen betalen. Naar inschatting van SRK zijn er in Nederland 4,7 miljoen personen zonder rechtsbijstandverzekering met een inkomen van boven de 30.000 euro. Van deze groep krijgen jaarlijks 564.000 personen te maken met een juridisch geschil.<sup>9</sup> In 435.000 gevallen wordt daadwerkelijk rechtsbijstand ingeschakeld. BrandMR gaat uit van dit aantal als haar totale marktpotentieel.<sup>10</sup>

De prijsstrategie van BrandMR is opgebouwd rond transparante en vaste prijzen per processtap. Er zijn vaste tarieven voor de intake, de onderhandel- en de procedeerfase. Uit de gesprekken met stakeholders blijkt dat (het idee van) deze prijsstrategie niet uniek is. Er zijn ook andere aanbieders in de markt die adverteren met vaste prijzen voor bepaalde onderdelen van de dienstverlening. Een prijsstrategie gericht op vaste prijzen heeft voor de consument het voordeel dat onzekerheid over de maximaal te betalen vergoeding verdwijnt. Vanuit economisch oogpunt hebben aanbieders met vaste prijzen ook minder de prikkel om onnodige of niet-efficiënte dienstverlening uit te voeren in een zaak. Behalve op de prijs is de strategie van BrandMR ook gericht op het bereiken van schaalvoordelen in de dienstverlening, onder andere door het online inrichten van het dienstverleningsproces en het bereiken van een grotere doelgroep door middel van marketing. De gesprekspartners geven aan dat dit beoogde bedrijfsmodel resulteert in prijsdruk voor bestaande aanbieders.

Uit het onderzoek van Aarts et al. (2019) is te concluderen dat de propositie van BrandMR in een bredere trend past. De vraag naar rechtsbijstandverzekeringen is afgenomen en de behoefte aan rechtsbijstand is veranderd. Aarts et al. (2019) geeft aan dat rechtsbijstandverzekeraars hierop inspringen door nieuwe bedrijfsmodellen te hanteren. Eén manier is door rechtshulp *on demand* aan te bieden. Rechtshulp *on demand* is hierbij synoniem met rechtsbijstand voor onverzekerden tegen een vast tarief – het model dat BrandMR ook beoogt te leveren.

<sup>8</sup> Respondenten uit de enquête (zie Hoofdstuk 3 voor details) hebben gemiddeld zo'n 2.300 euro besteed aan rechtsbijstand in de afgelopen drie jaar, gegeven het hebben van een arbeidsgeschil en het niet hebben van een rechtsbijstandverzekering. De gesprekspartners noemen prijzen die in dezelfde orde van grootte liggen.

<sup>9</sup> Deze inschatting is gebaseerd op de volgende aannames. De aannames zijn gebaseerd op eerder marktonderzoek dat SRK heeft laten uitvoeren. Op honderd verzekerden maakt 11 procent een juridische claim per jaar. Verzekerden doen in 89 procent van de keren dat er een geschil is een claim. Dit komt neer op een aantal juridische geschillen van  $11/89=12$  procent. Dit leidt tot  $0,12*4,7=564.000$  onverzekerden met een juridisch geschil.

<sup>10</sup> Uit eerder (vertrouwelijk) marktonderzoek uitgevoerd in opdracht van SRK blijkt dat het percentage dat daadwerkelijk rechtshulp inschakelt bij een juridische kwestie ongeveer 77 procent bedraagt, dit is lager dan het percentage van verzekerden dat rechtshulp claimt. Dit leidt tot  $0,77*564.000=435.000$  geschillen.

## 3 Analyse consumentenvoorkeuren

*Hoe kiezen consumenten tussen de verschillende alternatieven die er in de markt voor rechtsbijstand zijn? Uit de vignettenanalyse blijkt dat consumenten onder andere de kosten, het verschil tussen bijstand door een jurist of advocaat, en klantwaardering belangrijke factoren vinden.*

### 3.1 Vignettenanalyse in het kort

Een vignettenanalyse verschaft inzicht in de factoren die van invloed zijn op de keuze van consumenten voor verschillende producten. Een vignettenanalyse onderzoekt de betalingsbereid van de consument voor een bepaald product en achterhaalt welke factoren van invloed zijn op de keuzes van consumenten.

Het doel van deze vignettenanalyse is om de substitutie tussen verschillende aanbieders van rechtsbijstand in kaart te brengen. Elke respondent krijgt verschillende hypothetische keuzescenario's voorgelegd waarin men kan kiezen uit drie *alternatieven* die beschreven worden aan de hand van een aantal *kenmerken*. Gevraagd wordt om telkens een keuze te maken voor het meest aantrekkelijke alternatief. Het gaat daarnaast bij elke keuzesituatie om de keuze voor rechtsbijstand die de respondent zou maken, indien dit de enige keuzemogelijkheden zijn. Door de combinatie van kenmerken te variëren, is de waardering van consumenten voor de kenmerken te identificeren.

Met behulp van econometrische analyses is uit de antwoorden van de respondenten af te leiden in welke mate de respondent de verschillende productkenmerken waardeert en hoe deze kenmerken het keuzegedrag beïnvloeden. Op basis van deze informatie kunnen voorkeuren en de substitutie tussen verschillende aanbieders van rechtsbijstand worden gesimuleerd.

Dit levert de prijselasticiteiten op om de SSNIP-test (*small but significant, non-transitory increase in price*) uit te voeren. De basisgedachte van de SSNIP-test voor een productmarktafbakening is als volgt: als producten sterke substituten zijn, stappen afnemers bij een prijsverhoging over naar een concurrerende aanbieder. Deze producten behoren dan tot dezelfde productmarkt en aanbieders kunnen hun prijzen niet duurzaam winstgevend verhogen. Wanneer een onderneming de prijs winstgevend kan verhogen, bestaat er concurrentiebelemmering. De SSNIP-test toetst deze hypothese voor prijsveranderingen van 5 tot 10 procent. De resultaten staan in Hoofdstuk 4. In Bijlage B worden de uitgevoerde vignettenanalyse en de econometrische analyse verder toegelicht.

### 3.2 Ontwerp van de vignetten

#### **Kenmerken en (kenmerk)niveaus**

Het doel van de vignetten- en scenarioanalyse is om te kijken welke typen rechtsbijstand bij dezelfde markt horen als de diensten die BrandMR beoogt aan te bieden. De vraag hierbij is of verdienmodellen à la BrandMR en de huidige aanbieders van rechtsbijstand, zoals die in Hoofdstuk 2 zijn beschreven, tot dezelfde markt horen. Wanneer consumenten gemakkelijk tussen deze soorten

aanbieders wisselen, zijn de aanbieders concurrenten van elkaar en behoren zij tot dezelfde relevante markt.

We onderzoeken dit door respondenten herhaaldelijk te laten kiezen tussen opties voor rechtsbijstand met verschillende kenmerken. De uitdaging is om de keuzescenario's zo helder en simpel mogelijk te maken zodat respondenten een keuze kunnen maken, terwijl ze tegelijkertijd voldoende informatie over de voorkeuren van respondenten opleveren.

De kenmerken weerspiegelen realistische kenmerken van de huidige aanbieders van rechtsbijstand en de beoogde dienst van BrandMR, zodat de analyse iets zegt over keuzes die consumenten in de praktijk zouden maken indien de dienst van BrandMR toegestaan zou zijn. Het grootste onderscheid tussen de aanbieders is het verdienmodel. Daarnaast is op dit moment vanwege de bepalingen uit de Voda een belangrijk verschil dat BrandMR de juridische dienstverlening niet door advocaten kan laten uitvoeren. BrandMR biedt rechtsbijstand aan tegen een vast tarief per geschil. Bij een rechtsbijstandverzekering betaalt de consument een vast bedrag per jaar en een advocaat biedt rechtsbijstand tegen een (vast) uurtarief. Overige aanbieders van rechtsbijstand werken vaak met een abonnement met vaste kosten per jaar (vakbonden, beroepsverenigingen, ANWB, consumentenbond). Dit verdienmodel is vergelijkbaar met de rechtsbijstandverzekering. De drie belangrijkste prijsstrategieën van aanbieders zijn dus verzekeren, betalen per geschil en betalen per uur.

Respondenten krijgen tien keer een hypothetische keuze voorgelegd. Binnen deze hypnotische keuzescenario's weten respondenten dat zij dit jaar mogelijk te maken krijgen met een juridisch geschil. De respondenten krijgen als informatie dat zij gemiddeld eens in de vijf jaar met een geschil te maken krijgen. Een juridisch geschil houdt in dat ze rechtsbijstand nodig hebben voor de afhandeling van het geschil. Gegeven deze informatie vragen we de respondenten te kiezen tussen drie opties voor rechtsbijstand. De drie opties verschillen in elke keuzeset in gehanteerde prijsstrategie:<sup>11</sup>

1. Optie 1 is een verzekering, met een vaste prijs per jaar, ongeacht of iemand wel of geen rechtsbijstand afneemt. De kosten per vijf jaar zijn X euro.
2. Optie 2 is een vaste prijs voor rechtsbijstand van X euro per geschil. Er zijn geen extra kosten. De kans op een geschil is 20 procent. De verwachting is dus dat de respondent eens in de vijf jaar te maken heeft met een geschil.
3. Bij optie 3 wordt de prijs van de rechtsbijstand per uur betaald. Het aantal uren is op het moment van aankopen onbekend. De respondent krijgt alleen een inschatting van de X euro over de prijs per juridisch geschil te zien, met de vermelding dat de daadwerkelijke prijs hoger of lager kan uitvallen. De kans op een geschil is net bij de tweede optie 20 procent. De verwachting is dus dat de respondent eens in de vijf jaar te maken heeft met een geschil.

Het bedrag X varieert tussen de keuzesets en tussen respondenten en ligt voor elk van bovenstaande opties tussen 1.250 en 1.800 euro. Verder kunnen de opties verschillen in het type rechtshulpverlener (jurist of advocaat), de gemiddelde klanttevredenheid en het aantal face-to-facecontactmomenten (de *kenmerken*). Het eerste kenmerk is belangrijk aangezien de Voda-bepaling daarom draait en dit de kern van de gedraging is die door BrandMR wordt betwist. Tabel 3.1 toont deze productkenmerken en de niveaus die de kenmerken tijdens de vignetten kunnen aannemen.

<sup>11</sup> De volgorde van de opties verschilt willekeurig tussen de keuzesets.

**Tabel 3.1** De opties voor rechtsbijstand variëren tijdens de vignetten in productkenmerken

Productkenmerk	Schaal/stappen	Niveaus
Betaalmodel	Categorisch	Verzekering, betalen per geschil, betalen per uur (drie niveaus)
Prijs	€ 50	€ 1.250 tot € 1.800 (twaalf niveaus)
Bijstand door	Categorisch	Advocaat, jurist (twee niveaus)
Klanttevredenheid op schaal van 1 tot 5	0,1 of 0,2	4.0, 4.2, 4.3, 4.4, 4.6, 4.8 (zes niveaus)
Face-to-facecontactmomenten	1	0 tot 2 (drie niveaus)

Bron: SEO Economisch Onderzoek (2020)

De niveaus van de kenmerken zijn zo gekozen dat er voldoende variatie is binnen kenmerken om de consumentenvoorkeuren te kunnen identificeren. Daarbij is er nadrukkelijk op gelet dat in de keuzescenario's enkel realistische alternatieven voor rechtsbijstand worden getoond. Realistisch betekent hier niet dat de alternatieven in werkelijkheid aanwezig zijn in de markt, maar wel dat de getoonde prijs en kenmerken herkenbaar zijn voor de consument. Juist om het effect van de bepaling uit de Voda te analyseren, wordt in het keuze-experiment de mogelijkheid opengelaten dat elk van de drie alternatieven de dienstverlening wel of niet via advocaten uitvoert.

De hierboven genoemde productkenmerken variëren in de keuzesituaties die de respondenten voorgelegd krijgen. Welke tien keuzesituaties de respondent krijgt voorgelegd wordt bepaald aan de hand van een statistisch optimaal experimenteel ontwerp. Dit ontwerp zorgt ervoor dat de (kenmerk)niveaus onderling niet samenhangen, zodat de invloed van elk afzonderlijk kenmerk zuiver geïdentificeerd kan worden. Figuur 3.1 geeft een voorbeeld van zo'n hypothetische keuzesituatie.

### Afwegingen

Naast de in het experiment gespecificeerde kenmerken, spelen andere factoren mogelijk ook een belangrijke rol bij de keuze tussen verschillende aanbieders van rechtsbijstand. Voorbeelden hiervan zijn de inhoud van het geschil, of iemand aangeklaagd wordt of zelf aanklaagt, wie de tegenpartij is en wat het financiële belang van het geschil is. Om tot een zo goed mogelijk gecontroleerd experiment te komen dat gericht is op het beantwoorden van de onderzoeksvragen, krijgt de respondent beperkt extra context mee. De respondenten krijgen uitgelegd dat het bij de keuze om rechtsbijstand gaat over een mogelijk arbeidsgeschil. Verder geven we weinig informatie mee om de keuzescenario's zo simpel mogelijk te houden. Respondenten moeten daarnaast een keuze maken voordat ze weten of een geschil gaat plaatsvinden. In de praktijk gebeurt dit met name bij de keuze tussen wel of geen rechtsbijstandverzekering en ook dan weten consumenten van tevoren niet of en met wat voor een geschil zij te maken krijgen. De keuze tussen een aanbieder zoals BrandMR of een advocaat vindt doorgaans plaats als een consument daadwerkelijk met een geschil te maken heeft en daarmee ook meer informatie heeft over het geschil.

Daarnaast verschaft deze analyse alleen inzicht in voorkeuren voor verschillende typen rechtsbijstand ten opzichte van *elkaar* en niet ten opzichte van *geen* rechtsbijstand. Er zijn twee redenen voor deze keuze. Ten eerste: het doel van de enquête is om de substitutie tussen verschillende aanbieders van rechtsbijstand in kaart te brengen en niet substitutie tussen rechtsmijden en rechtsbijstand. Ten tweede: de keuze om wel of geen rechtsbijstand in te schakelen is sterk afhankelijk van eerder genoemde factoren zoals het financiële belang van een geschil. Om tussen wel of geen rechtsbijstand te kiezen, heeft de respondent meer informatie nodig. Daarmee worden de keuzes complexer



en zijn de resultaten minder goed te generaliseren. De uitspraken over marktafbakening zijn dan ook beperkt tot de drie onderzochte prijsstrategieën voor rechtsbijstand.

**Figuur 3.1** Een willekeurig voorbeeld van een keuzeset met drie opties voor rechtsbijstand

Type rechtsbijstand:	Betalen per uur	Verzekering	Betalen per juridisch geschil
	<ul style="list-style-type: none"> <li>U betaalt alleen als u een juridisch geschil heeft. U verwacht eens in de vijf jaar een juridisch geschil te hebben.</li> <li>Alleen de inschatting van de kosten is bekend. De daadwerkelijke kosten kunnen hoger of lager uitvallen.</li> <li>Onderstaande kosten zijn een inschatting van de kosten per geschil.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>U betaalt een vast bedrag per jaar, ongeacht of u gebruik maakt van rechtsbijstand.</li> <li>De kosten zijn €350,- per jaar. Onderstaande kosten zijn de kosten per vijf jaar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>U betaalt alleen als u te maken krijgt met een juridisch geschil. U verwacht eens in de vijf jaar een juridisch geschil te hebben.</li> <li>De kosten per juridisch geschil staan vast.</li> <li>Onderstaande kosten zijn de kosten per geschil.</li> </ul>
Kosten:	€1.400,-	€1.750,-	€1.500,-
U wordt bijgestaan door:	Jurist	Jurist	Advocaat
Klanttevredenheid:	4.6	4.4	4.2
Face-to-face contactmomenten:	1	2	0
	Select	Select	Select

Bron: SEO Economisch Onderzoek (2020)

### Webenquête en respondenten

De vignetten zijn geprogrammeerd in een webenquête die door respondenten online in te vullen is.<sup>12</sup> In deze enquête zijn naast de vignetten ook reguliere enquêtevragen opgenomen. Deze vragen richten zich onder andere op kenmerken van de respondenten, het daadwerkelijke gedrag van respondenten omtrent geschillen en rechtsbijstand en voorkeuren met betrekking tot risico's en rechtsbijstand. De complete enquête is opgenomen in Bijlage C.

De enquête is uitgezet onder respondenten tussen de 20 en 75 jaar.<sup>13</sup> De enquête stond uit vanaf 29 juni tot en met 20 juli 2020. Tijdens het veldwerk zijn er geen aanpassingen doorgevoerd in de enquête.

De respondenten zijn zo geselecteerd dat zij in de afgelopen drie jaar te maken hebben gehad met een geschil en/of een rechtsbijstandverzekering hebben (gehad). Om een oververtegenwoordiging van respondenten met een rechtsbijstandverzekering te voorkomen, is een quotum toegepast op het aantal respondenten met een rechtsbijstandverzekering van maximaal vijftig procent. Ongeveer de helft van de Nederlandse gezinnen heeft een rechtsbijstandverzekering (Aarts et al., 2019). Daarnaast is een quotum gehanteerd op het opleidingsniveau van de respondenten. Een deel van de

<sup>12</sup> Voor het programmeren van de webenquête is gebruikgemaakt van de specialistische enquête-software Sawtooth Lighthouse, zie: <https://www.sawtoothsoftware.com/products/online-surveys>.

<sup>13</sup> De respondenten komen uit een bestaand consumentenpanel van PanelClix, zie: [www.panelclix.nl](http://www.panelclix.nl).



bevolking heeft recht op gesubsidieerde rechtsbijstand. Dit zijn met name laagopgeleiden (Van Gammeren-Zoetewij et al., 2018). De markt voor gesubsidieerde rechtsbijstand is in het huidige onderzoek minder relevant, vandaar dat een quotum van hoogopgeleiden tussen de dertig en vijftig procent is gehanteerd.

### 3.3 Kenmerken en voorkeuren van respondenten

#### Basiskenmerken van de respondenten

In totaal hebben 1.537 respondenten van 20 tot 75 jaar de enquête compleet ingevuld. Dit zijn respondenten die in de afgelopen drie jaar een juridisch geschil en/of een rechtsbijstandverzekering hebben gehad. Tabel 3.2 toont enkele basispersoonskenmerken voor de respondenten. De laatste kolom toont dezelfde basispersoonskenmerken voor de 20- tot en met 75-jarigen van de Nederlandse populatie. De gemiddelde leeftijd van de steekproef is iets lager dan de gemiddelde leeftijd van de Nederlandse populatie en mannen zijn in de steekproef licht ondervertegenwoordigd. Het aandeel hoogopgeleiden is hoger in de steekproef, vanwege het quotum dat we hebben gesteld op opleidingsniveau. Op basis van deze kenmerken is de steekproef voldoende representatief voor de Nederlandse populatie.

**Tabel 3.2** De respondenten zijn qua leeftijd, sekse en het hebben van een baan representatief

Persoonskenmerk	Respondenten	Populatie van 20 tot 75 jaar (2020)
Leeftijd	44,9	47,1
Man	48 %	50 %
Hoogopgeleid (hbo of hoger)	52 %	36 %
Werkzaam	72 %	69 %
Aantal	1.537	12,2 miljoen

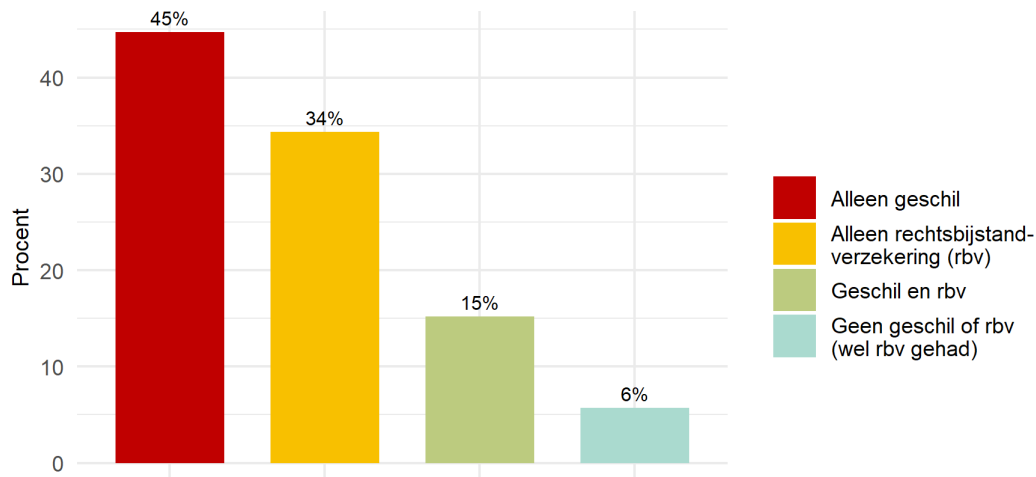
Bron: SEO Economisch Onderzoek (2020) en CBS Statline: Bevolking; geslacht, leeftijd en burgerlijke staat & Werkzame beroepsbevolking; beroep

#### Selectie inkomenspositie en ervaring met rechtsbijstand

De respondenten hebben de vraag ingevuld in hoeverre zij comfortabel leven van hun inkomen. Bijna negentig procent leeft comfortabel of komt rond van zijn/haar inkomen. Zo'n tien procent heeft moeite rond te komen. Gezien de selectie op hoger opgeleiden, om daarmee indirect op middeninkomens en hoger te selecteren, ligt deze uitkomst in de lijn der verwachting.

Figuur 3.2 laat de verdeling van de respondenten zien naar hun ervaring met rechtsbijstand. De verdeling is gegeven het gehanteerde quotum van vijftig procent op het hebben van een rechtsbijstandverzekering. De grootste groep, bijna de helft, heeft enkel te maken gehad met een geschil, maar heeft geen rechtsbijstandverzekering gehad de afgelopen drie jaar. Daarna is de groep respondenten het grootst die wel een verzekering hebben gehad, maar geen geschil. Slechts vijftien procent van de respondenten had de mogelijkheid om de verzekering in te schakelen aangezien zij te maken hebben gehad met een geschil en verzekerd waren. Deze twee groepen tellen op tot vijftig procent van de respondenten met een rechtsbijstandverzekering; dit is gelijk aan het quotum. Hieruit volgt de conclusie dat zo'n dertig procent van de respondenten met een verzekering ook een geschil heeft gehad. Tot slot heeft een kleine groep respondenten geen geschil en rechtsbijstandverzekering, maar heeft wel zo'n verzekering in het verleden gehad.

**Figuur 3.2 Dertig procent van de respondenten met een verzekering heeft ook een geschil gehad**



Bron: SEO Economisch Onderzoek (2020)

Noot: In totaal heeft 49 (34+15) procent een verzekering, dit betekent dat  $15/49=30$  procent van de verzekerden ook een geschil heeft gehad

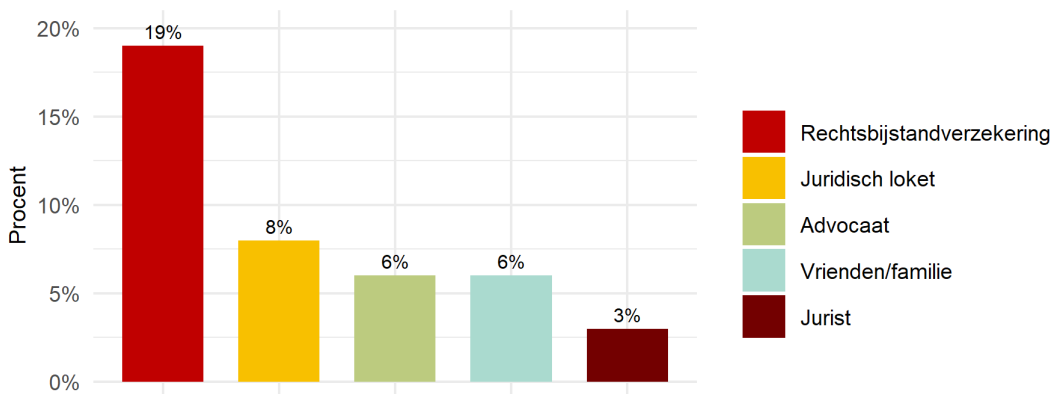
### Daadwerkelijk gebruik van juridische dienstverlening

Uit Figuur 3.2 blijkt dat in totaal  $45 + 15 = 60$  procent van de respondenten een geschil heeft gehad. Daarnaast blijkt uit de enquête dat zo'n 38 procent van de respondenten gebruikgemaakt heeft van rechtsbijstand via een rechtsbijstandverzekering of een andere aanbieder. Dit impliceert dat ruim  $38 / 60 = 63$  procent van de respondenten met een geschil uiteindelijk rechtsbijstand heeft gezocht. Dit percentage ligt tussen de percentages van 46 en 77 procent die in Hoofdstuk 2 zijn genoemd.

Figuur 3.3 laat zien van welke dienstverleners de respondenten gebruikmaken indien ze kiezen voor rechtsbijstand. De meeste respondenten, zo'n twintig procent, maken gebruik van een rechtsbijstandverzekering. Opvallend is dat zo'n vijftien procent gebruik maakt van gratis dienstverleners zoals het Juridisch Loket, of informele dienstverleners in de vrienden- of familiale kring. Slechts zes procent geeft aan gebruik te maken van een advocaat en drie procent van een jurist. Deze cijfers geven aan dat het inschakelen van advocaten in beperkte mate voorkomt en suggereren dat veel van de geschillen al in een eerder stadium worden opgelost, of men uiteindelijk kiest om gebruik te maken van het informele kanaal of de zaak niet door te zetten. De laatste groep is te classificeren als de zogenoemde rechtsmijders. Hierbij geldt de kanttekening dat een rechtsbijstandverzekering normaal gesproken minimaal een jurist inschakelt en indien nodig ook een advocaat. Onder deze aanname komt uiteindelijk zo'n dertig procent van de respondenten in aanraking met een jurist of advocaat.

In de enquête is gevraagd aan de respondenten om een inschatting te geven van hoeveel geld zij in de afgelopen drie jaar besteed hebben aan rechtsbijstand. Dit levert een verdeling op van bestedingen waarbij zo'n vijftig procent minder dan 600 euro heeft uitgegeven en de percentages snel dalen naarmate de bestedingsklasse groter wordt. De bestedingsklassen vanaf 2.000 euro gelden nog maar voor ongeveer vijf procent van de respondenten.

**Figuur 3.3** Respondenten krijgen in het gros van de gevallen rechtsbijstand via een rechtsbijstandverzekering



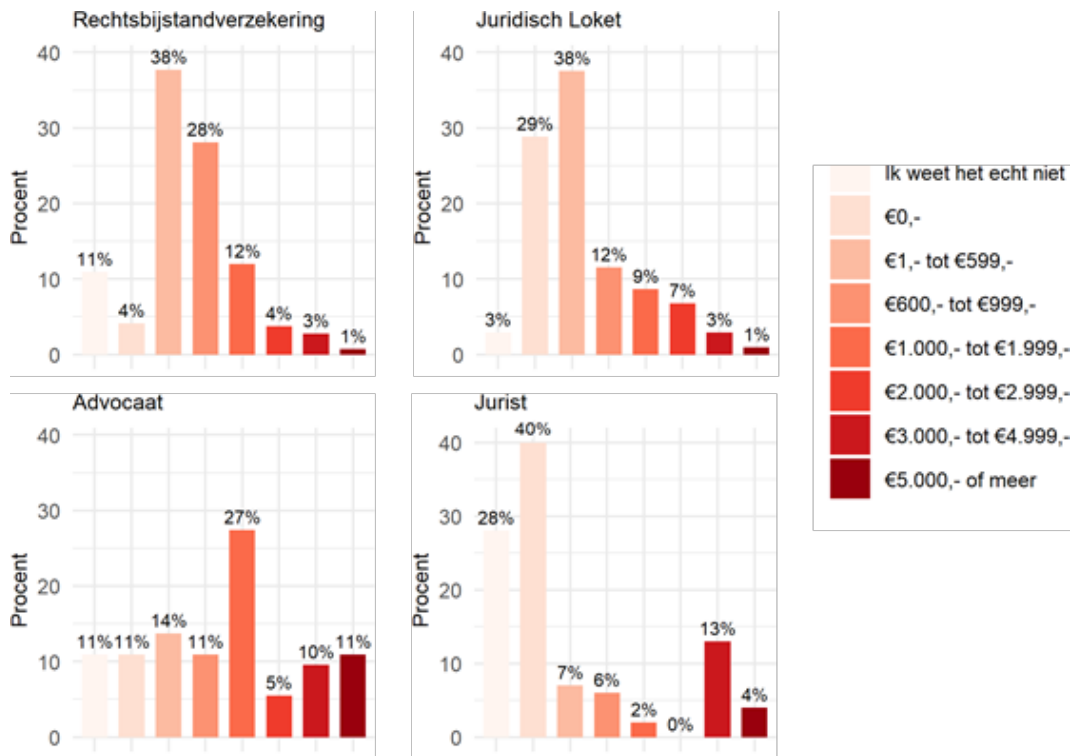
Bron: SEO Economisch Onderzoek (2020)

Noot: In totaal kreeg 38 procent van de respondenten via één of meerdere kanalen rechtsbijstand. Een klein deel van de respondenten heeft via meerdere kanalen rechtsbijstand gehad. Dit verklaart waarom de categorieën in het figuur optellen tot een percentage hoger dan 38 procent.

Figuur 3.4 laat de verdeling van bestedingen zien, uitgesplitst naar of de respondenten zijn bijgestaan door de rechtsbijstandverzekering, het Juridisch Loket, een advocaat of een jurist. Dat de verdeling van de bestedingen in het geval van de rechtsbijstandverzekering en het Juridisch Loket een lange staart naar rechts heeft, is goed te zien. Dit is logisch aangezien mensen met een rechtsbijstandverzekering een vaste premie van tussen de 200 en 250 euro per jaar kwijt zijn en enkel in extreme gevallen hogere kosten zullen moeten betalen, als de dekking van de verzekering onvoldoende blijkt. Bij een advocaat en een jurist is een meer uniforme verdeling te zien over de verschillende bestedingscategorieën. De uniforme verdeling is in lijn met een vaste vergoeding per uur en totale kosten die dan met name afhangen van de noodzakelijke inspanning in uren van de dienstverlener. De kans dat een zaak 5, 10 of 15 uur kost is redelijk gelijk, en dit leidt tot de uniforme verdeling van de bestedingen. Opvallend is de piek in bestedingen aan advocatuur van zo'n dertig procent in de bestedingscategorie 1.000 tot 2.000 euro. Dit ligt op de ondergrens van de gemiddelde kosten van een geschil zoals berekend in Hoofdstuk 2 aan de hand van de gemiddelde marktprijs van rond de 220 euro per uur en een gemiddelde inspanning van 10 uur per geschil.

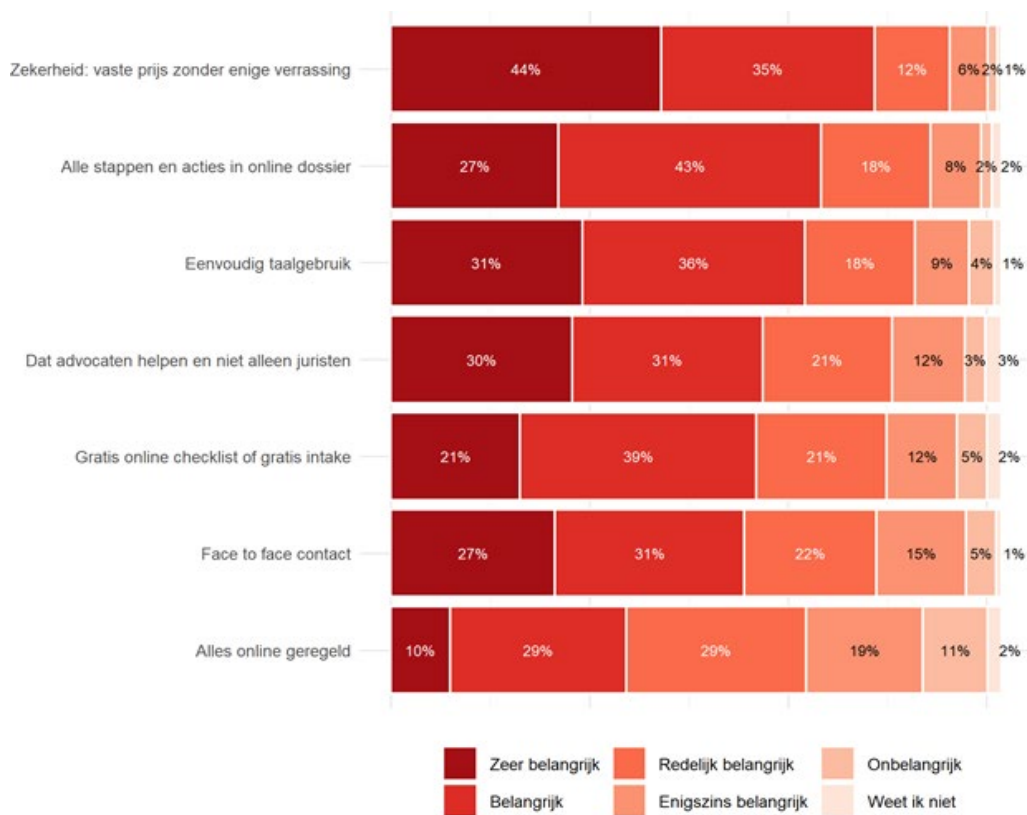
Figuur 3.5 toont het belang dat consumenten hechten aan verschillende factoren van rechtsbijstand. De factoren zijn gesorteerd naar het aantal respondenten dat een factor zeer belangrijk of belangrijk vindt. Naast aan prijszekerheid en een online dossier hechten consumenten veel belang aan eenvoudig taalgebruik en de mogelijkheid te worden bijgestaan door een advocaat. De wijze waarop de dienstverlening plaatsvindt – alles online of met face-to-facecontacten – is daarentegen minder belangrijk, zolang er maar wel een online dossier mogelijk is. De figuur geeft een eerste inzicht in wat consumenten belangrijk vinden, maar laat niet zien in hoeverre consumenten bereid zijn te betalen voor bepaalde (kwaliteits)kenmerken.

**Figuur 3.4 De gemiddeld hoogste bestedingen vinden plaats bij bijstand door advocaat**



Bron: SEO Economisch Onderzoek (2020)

**Figuur 3.5 Respondenten hechten veel waarde aan zekerheid in de prijs**



Bron: SEO Economisch Onderzoek (2020)

### 3.4 Resultaten vignettenanalyse

De vignettendata worden geanalyseerd aan de hand van discrete-keuze modellen, de uitleg over deze modellen staat in Bijlage B. Dit type regressiemodel identificeert, op basis van de keuzes van respondenten, het relatieve belang van de afzonderlijke productkenmerken. Uit de resultaten van deze modellen volgt dus welke kenmerken van invloed zijn op het keuzegedrag van consumenten in de markt voor rechtsbijstand.<sup>14</sup>

In Bijlage D staan de tabellen met de complete schattingsresultaten. Tabel D.1 laat de resultaten zien voor twee modellen die geschat zijn op de gehele steekproef. Het eerste model is het basis-model met enkel directe effecten, terwijl het tweede model middels zogenoemde interactietermen toetst of de betalingsbereidheid afhangt van het type prijsmodel. De resultaten tonen aan dat de prijs, het type rechtshulpverlener (advocaat of jurist), de klanttevredenheid en het aantal face-to-facecontactmomenten een statistisch significante invloed hebben op de keuze van consumenten tussen de verschillende alternatieven voor rechtsbijstand. In lijn met de verwachting verlaagt een hogere prijs het nut dat de consument ontleent aan een specifiek alternatief en daarmee ook de kans dat dit alternatief wordt gekozen. Bijstand door een advocaat, hogere klanttevredenheid en meer face-to-facecontactmomenten verhogen juist het nut en de kans om gekozen te worden door de consument.

Uit het tweede model in Tabel D.1 blijkt dat de mate van invloed van de prijs op het keuzegedrag verschilt per prijsstrategie. De keuze voor een verzekering wordt minder sterk beïnvloed door prijs dan de keuze voor betalen per uur of betalen per geschil. Met andere woorden: consumenten die voor een verzekering kiezen zijn minder prijsgevoelig. Bij betalen per geschil zijn consumenten niet minder of meer gevoelig voor de prijs ten opzichte van betalen per uur. Tussen verzekering en betalen per uur zit mogelijk het effect van onzekerheid. Als respondenten risicomijdend zijn, zullen zij een voorkeur voor de verzekering hebben. Het verschil tussen betalen per geschil en verzekering is lastiger te interpreteren. Mogelijk zit ook hier het effect van (waargenomen) onzekerheid in. De verzekering geeft de meeste zekerheid, omdat de kosten vaststaan, onafhankelijk ervan of iemand daadwerkelijk een geschil heeft.

Tabel D.2 geeft de resultaten weer van een robuustheidsanalyse waarbij getoetst is of het wel of niet hebben van een rechtsbijstandverzekering leidt tot een ander keuzegedrag. Uit de resultaten van de drie modellen blijkt dat die sterk overeenkomen met de resultaten op basis van de hele steekproef. Dit toont aan dat er geen statistisch significante verschillen zijn tussen de geschatte effecten op basis van andere selecties van de steekproef.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> De voorkeuren van consumenten zoals gemeten in de vignettenanalyse zijn geen exacte weergave van het daadwerkelijke marktgedrag van consumenten. Specifieke redenen waarom verschillen tussen de vignetten en de daadwerkelijke keuzes voor rechtsbijstand kunnen optreden zijn: het in de praktijk niet volledig geïnformeerd zijn van consumenten over alle productkenmerken, de mogelijkheid om in de praktijk geen rechtsbijstand in te schakelen, en de invloed van andere, externe factoren die de keuze in werkelijkheid beïnvloeden maar niet zijn opgenomen in het keuze-experiment. De eerstgenoemde reden leidt mogelijk tot een overschatting van de daadwerkelijke mate van substitutie tussen de verschillende type aanbieders. De twee overige redenen kunnen leiden tot een over- of onderschatting.

<sup>15</sup> Daarnaast is er ook getoetst of het wel of niet meenemen van respondenten die de enquête zeer snel hebben ingevuld en/of de controlevraag onjuist hebben beantwoord de resultaten verandert. Deze robuustheidsanalyse laat zien dat dit niet het geval is. De schattingsresultaten zijn op aanvraag beschikbaar bij de auteurs.



## 4 Marktafbakening en impact

*Uit de SSNIP-test volgt dat de drie betaalmodellen actief zijn op dezelfde relevante markt. De drie modellen zijn in staat om in de kern dezelfde dienstverlening aan te bieden, zeker in het hypothetische scenario zonder de Voda-bepalingen. Het uitsluiten van dienstverlening via advocaten in loondienst resulteert naar schatting tot een tien procent lagere welvaart bij consumenten.*

### 4.1 Marktafbakening vraagzijde en de SSNIP-test

De Europese Commissie geeft richtlijnen voor het uitvoeren van de SSNIP-test (Europese Commissie, 1997). De te beantwoorden vraag is of aanbieders van rechtsbijstand met een geringe prijsverhoging van vijf of tien procent hun winst duurzaam kunnen verhogen. Een rendabele prijsverhoging van één van de aanbieders impliceert dat consumenten de overige producten als onvoldoende vervangingsproducten zien om tot dezelfde productmarkt te behoren. De substitutie is dan te beperkt en de aanbieders zijn niet actief op dezelfde markt. Een onrendabele prijsverhoging houdt in dat consumenten na de prijsverhoging naar andere aanbieders switchen. De aanbieders zijn in dat geval substitueerbaar en behoren tot dezelfde markt. Door de huidige Voda-bepalingen is het in dit onderzoek enkel mogelijk om de SSNIP-test uit te voeren op experimentele data van het keuzegedrag van consumenten en niet op het daadwerkelijke keuzegedrag.

Het uitvoeren van de SSNIP-test aan de hand van de schattingsresultaten uit Hoofdstuk 3 vergt een vertaalslag van een uitkomst gemeten in nut naar uitkomsten gemeten in kansen (voorkeursaandelen) dat een alternatief wordt gekozen. Hiervoor gebruiken we de geschatte parameters, enkele theoretische eigenschappen van het discrete-keuzemodel, en een inschatting van de kenmerken van de verschillende alternatieven. In Bijlage E staan de details van de basisaannames over deze kenmerken, de technische details van het omzetten naar voorkeursaandelen per alternatief en verschillende robuustheidsanalyses rondom deze scenario's. De robuustheidsanalyses laten zien dat, ongeacht de keuzes voor scenario's, het kwalitatieve inzicht overeind blijft dat de drie betaalmodellen tot dezelfde markt behoren.

#### **Het basisscenario**

Om de voorkeursaandelen voor bepaalde betaalmodellen te bepalen, is het noodzakelijk om aannames te maken over de productkenmerken per type. Tabel 4.1 toont de gehanteerde productkenmerken voor het basisscenario. In het basisscenario zijn de kenmerken zo ingevuld dat de kenmerken die bij de verzekering horen zo veel mogelijk op kenmerken van een rechtsbijstandverzekering lijken en binnen de bandbreedte vallen van de niveaus van de productkenmerken zoals gebruikt in de vignetten. De kenmerken van betalen per geschil lijken zo veel mogelijk op de dienst van BrandMR en de kenmerken van betalen per uur zo veel mogelijk op die van een traditioneel advocatenkantoor.

**Tabel 4.1 De combinatie van kenmerken en modelresultaten resulteert in voorkeurs aandelen**

	<b>Verzekering</b>	<b>Betalen per geschil</b>	<b>Betalen per uur</b>
Prijs	€ 1.200	€ 1.200	€ 1.200
Bijstand door	Jurist	Jurist	Advocaat
Klanttevredenheid	4,5	4,5	4,5
Face-to-facecontactmomenten	1	0	2
Voorkeurs aandeel	36,8%	29,1%	34,1%

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Noot: De onderste rij toont de gesimuleerde voorkeurs aandelen gegeven de gekozen productkenmerken op basis van model twee uit Tabel D.2

### Substitutiepatronen

Uitgaande van de geschatte parameters van het model en het basisscenario is het nu mogelijk om te analyseren wat er gebeurt met de voorkeurs aandelen als één (type) aanbieder er voor kiest om de prijs met vijf procent te verhogen. Deze analyse wordt gedaan voor elk van de drie alternatieven afzonderlijk. In deze analyse verandert dus alleen de prijs van de aanbieder in kwestie, alle andere kenmerken van deze aanbieder en de overige aanbieders blijven gelijk aan de waarden zoals getoond in Tabel 4.1.

Tabel 4.2 toont de voorkeurs aandelen na de verschillende prijsverhogingen. Op de diagonaal staan de effecten van een prijsverhoging op het eigen alternatief. Voor elk van de alternatieven leidt een prijsverhoging van vijf procent tot een daling in het marktaandeel van meer dan vijf procent. Voor het alternatief betalen per geschil is de procentuele verandering in het voorkeurs aandeel met bijna veertien procent het hoogste, gevolgd door het betalen per uur en de verzekering. Deze relatief grote afname in voorkeurs aandelen is een eerste sterke aanwijzing dat de drie betaalmodellen tot dezelfde markt behoren.

**Tabel 4.2 Een verhoging van de prijs resulteert in een lager voorkeurs aandeel van het alternatief**

	<b>Procentuele verandering voorkeurs aandeel</b>		
	<b>Verzekering</b>	<b>Betalen per geschil</b>	<b>Betalen per uur</b>
Prijs verzekering +5 %	-9,5	5,5	5,6
Prijs per geschil +5 %	5,4	-13,7	5,6
Prijs per uur +5 %	6,3	6,2	-12,3

Bron: SEO Economisch Onderzoek (2020)

### SSNIP-test

De vraag is of de daling van het voorkeurs aandeel, en daarmee de afzet, opweegt tegen de hogere prijs van deze afzet. Door de prijsstijging van vijf procent veranderen zowel de omzet (via prijs en afzet) en de kosten (via afzet) voor het (gemiddelde bedrijf) van een alternatief betaalmodel. De vraag is of de winst – omzet minus de kosten – stijgt of daalt na deze prijsverhoging. Hierbij is er een afruil tussen minder verkopen, maar wel voor een hogere prijs en met het mogelijk verlagen van de totale variabele kosten.

Voor deze berekening zijn enkele veronderstellingen nodig. De kosten van de drie alternatieven zijn onbekend. Om deze kosten in te schatten, veronderstellen we dat rechtsbijstandverzekeraars, betaalmodellen met betalen per geschil en alternatieven met betalen per uur respectievelijk een



marge hebben van 15, 22,5 en 30 procent.<sup>16</sup> Op basis van deze marges en de geschatte omzet per alternatief op basis van de kenmerken en parameters uit het empirische model is het mogelijk om de totale kosten te berekenen. Vervolgens worden deze totale kosten opgedeeld naar variabele en vaste kosten. Op basis van CBS-data over de bedrijfskosten van rechtskundige dienstverlening uit schatten we een verhouding waarin 40 à 50 procent van de kosten vast zijn, waarbij de waarde van 48 procent het meest waarschijnlijk is.<sup>17</sup> Als de vaste kosten op die wijze zijn vastgesteld, is het ook mogelijk om de variabele kosten per geschil te benaderen.

Met deze informatie en aannames is het mogelijk om de verwachte winstniveaus in het basisscenario en het scenario met een prijsverandering van één van de alternatieven met elkaar te vergelijken. Tabel 4.3 laat op elke rij een scenario met een prijsverhoging zien. Per alternatief en per scenario geeft de tabel weer met hoeveel procent de winst verandert als gevolg van een prijsverandering van dat specifieke alternatief. Ter illustratie: een prijsverhoging van 5 procent door een rechtsbijstandverzekering leidt tot een daling van de winst van rechtsbijstandverzekeringen van 0,8 procent, een zelfde prijsverhoging bij betalen per geschil leidt tot een winstdaling van ruim 13 procent.

**Tabel 4.3 Een prijsverhoging leidt voor geen van de alternatieven tot een hogere winst**

	Procentuele verandering winst		
	Verzekering	Betalen per geschil	Betalen per uur
Prijs 5% hoger, 40% vaste kosten, marges 15, 22,5, 30	-0,8	-13,3	-9,1
Prijs 5% hoger, 45% vaste kosten, marges 15, 22,5, 30	-3,5	-15,7	-10,6
Prijs 5% hoger, 50% vaste kosten, marges 15, 22,5, 30	-6,2	-18,0	-12,0
Prijs 5% hoger, 45% vaste kosten, marges 15, 15, 15	-3,5	-19,7	-14,4
Prijs 5% hoger, 45% vaste kosten, marges 30, 30, 30	-4,4	-13,6	-10,6
Prijs 10% hoger, 40% vaste kosten, marges 15, 22,5, 30	-6,1	-28,7	-20,3
Prijs 10% hoger, 45% vaste kosten, marges 15, 22,5, 30	-11,4	-33,1	-23,1
Prijs 10% hoger, 50% vaste kosten, marges 15, 22,5, 30	-16,6	-37,5	-25,8
Prijs 10% hoger, 45% vaste kosten, marges 15, 15, 15	-11,4	-43,1	-33,1
Prijs 10% hoger, 45% vaste kosten, marges 30, 30, 30	-10,8	-28,7	-23,1

Bron: SEO Economisch Onderzoek (2020)

De opeenvolgende rijen vormen een robuustheidsanalyse waarbij andere aannames over het aandeel vaste kosten, de marges en verhoging van de prijs worden getest.<sup>18</sup> De tabel laat duidelijk zien dat een prijsverhoging onder alle geteste aannames leidt tot een winstdaling voor elk van de drie soorten aanbieders (als sector en niet als individuele onderneming). Dit impliceert dat consumenten

<sup>16</sup> De marge is te definiëren als de omzet minus kosten gedeeld door de omzet. Ter Voert & Klein Haarhuis (2015) laten zien dat de marge van rechtsbijstandverkeeraars in 2014 zo'n 14 procent bedraagt, terwijl uit data van het CBS blijkt dat de marge van rechtskundige dienstverleners zo'n 29 procent is (CBS Statline, 2020: Bedrijfsleven; arbeids- en financiële gegevens, per branche, SBI 2008). We veronderstellen dat de marge van het betaalmodel per geschil tussen de twee andere alternatieven in zit.

<sup>17</sup> De inkoopwaarde van de omzet, overige verkoopkosten, overige communicatiekosten en kosten van overige diensten veronderstellen we volledig als variabele kosten. Personeelskosten en overige bedrijfskosten veronderstellen we voor vijftig procent variabel en vijftig procent vast. De kosten energieverbruik, huisvestingskosten, kosten apparatuur en inventaris, vervoermiddelen en de afschrijving op vaste activa veronderstellen we volledig als vaste kosten. Vaste kosten zijn hier te interpreteren als op korte termijn niet vermijdbare kosten.

<sup>18</sup> In Bijlage E staat dezelfde analyse gebaseerd op het alternatieve basisscenario waarbij alle kenmerken van de alternatieven gelijk zijn, behalve het type betaalmodel. De kwalitatieve inzichten over de marktafbakening blijven ook in dit alternatieve basisscenario overeind.

switchen naar een andere aanbieder, als één van de aanbieders de prijs verhoogt. Dit leidt tot de conclusie dat de drie soorten aanbieders substituten zijn en tot dezelfde markt behoren.<sup>19</sup>

## 4.2 Marktafbakening aanbodzijde

### Aanbodsubstitutie

Gelet op mogelijke aanbodsubstitutie kan de markt breed worden gedefinieerd waarbij de verschillende betaalmodellen tot dezelfde markt behoren. Hierbij geldt wel de kanttekening dat de huidige bepalingen uit de Voda aanbodsubstitutie van juridische dienstverlening door advocaten aan onverzekerden beperken.

Bij de substitueerbaarheid aan de aanbodzijde is de leidende vraag welke aanbieders met elkaar (kunnen) concurreren. De informatie over de substitueerbaarheid volgt uit de gesprekken met betrokkenen. Uit deze gesprekken komt naar voren dat er al verschillende aanbieders in de markt zijn die op BrandMR lijken. Omnius, Flexx en Legalgard worden als vergelijkbare diensten genoemd. Sommige advocatenkantoren werken ook met vaste tarieven voor delen van de dienstverlening, maar er blijft kans bij die constructies dat de kosten anders en met name hoger uitvallen.

Regels van de NOvA hebben een directe impact op de mate van substitutie in de markt. Veel procedures moeten verplicht door een advocaat worden uitgevoerd. Bij deze procedures is daarom geen sprake van substitueerbaarheid met niet-advocaten. Daarnaast geniet de titel van advocaat status en hebben consumenten voorkeur voor een advocaat ten opzichte van een jurist (zie ook Sectie 4.3). Deze status geeft niet-advocaten, ook bij geschillen buiten het procesmonopolie om, een concurrentienadeel ten opzichte van advocaten. Advocaten in loondienst van een rechtsbijstandverzekeraar kunnen momenteel geen onverzekerden bijstaan. Ook dit beperkt direct de mogelijkheden voor aanbodsubstitutie: BrandMR en rechtsbijstandverzekeraars is het op grond van de regelgeving en opstelling van de NOvA niet toegestaan onverzekerden diensten via advocaten aan te bieden.

In theorie zouden advocatenkantoren diensten kunnen aanbieden die vergelijkbaar zijn met die van BrandMR. In de praktijk zijn het vaak kleine advocatenkantoren die rechtsbijstand aan particulieren geven. Voor deze kleinere kantoren is het lastig, vanwege de beperkte schaalomvang, een vast tarief te hanteren. Kleine kantoren kunnen zich minder goed negatieve uitschieters veroorloven dan grotere aanbieders van rechtsbijstand. Dit beperkt de substitutie aan de aanbodzijde tussen advocatenkantoren en het bedrijfs- en prijsmodel van aanbieders zoals BrandMR.

### Betwistbaarheid van de markt

Als de NOvA toestaat dat advocaten in loondienst van een rechtsbijstandverzekeraar ook onverzekerden mogen helpen, is het naar verwachting van de gesprekspartners aannemelijk dat veel nieuwe aanbieders de markt gaan betreden. Het bedrijfsmodel van BrandMR wordt in die zin niet als uniek en niet als niet-kopieerbaar gezien. De gesprekspartners noemen expliciet dat ook andere

<sup>19</sup> De resultaten in Tabel 4.3 suggereren dat de markt voor rechtsbijstandverzekeringen mogelijk een aparte markt kan vormen onder de aanname dat het aandeel vaste kosten lager dan 40 procent is en de marge niet hoger is dan 15 procent. De verklaring hiervoor is dat in dat geval de relatieve marge sterk toeneemt door de prijsstijging en er relatief veel variabele kosten vermeden worden waardoor een prijsstijging mogelijk winstgevend kan zijn.

rechtsbijstandverzekeraars via advocaten in loondienst rechtsbijstand aan onverzekerden zullen gaan aanbieden. Deze partijen hebben in tegenstelling tot kleinere advocatenkantoren mogelijkere- wijns voldoende schaalomvang om ook eenzelfde soort betaalmiddel – met vaste prijzen voor onderdelen van de dienstverlening – te hanteren. Deze nieuwe aanbieders zijn potentiële concurrenten van huidige aanbieders.

Daarnaast verwachten de gesprekspartners dat de toelating van BrandMR de deur voor andere bedrijven open zal zetten om via advocaten in loondienst de markt voor rechtsbijstand te betreden. Hierbij denken zij aan bestaande accountantskantoren en nieuwe innovatieve bedrijven.

### **Geografische marktafbakening**

De geografische marktafbakening verschilt per type aanbieder. Rechtsbijstandverzekeraars zijn nationaal actief en bieden hun dienst als adviseur doorgaans aan op landelijk niveau. Dit geldt niet voor advocaten. Ten eerste moet, volgens de verordening van de NOvA, een advocaat die procedeert voor een cliënt die cliënt in persoon hebben ontmoet. Hiermee worden afstand en reistijd tot een bepaalde advocaat van belang. Verder blijkt uit gesprekken dat cliënten het vaak ook plezierig vinden om fysiek af te spreken, het empirisch onderzoek uit Hoofdstuk 3 bevestigt dit beeld. Kleinere advocatenkantoren – die zich op dezelfde productmarkt richten als BrandMR – zijn redelijk uniform over Nederland verspreid. De grootste advocatenkantoren, die veel zakelijke procedures doen, concentreren zich in stedelijke gebieden.

BrandMR wil een dienst aanbieden waarmee cliënten grotendeels online worden geholpen. Voor deze dienst geldt binnen Nederland geen geografische beperking. Mocht een cliënt een procedure starten waarvoor een advocaat noodzakelijk is, dan geldt de afbakening voor advocaten zoals hierboven besproken. De verschillen in uurtarieven tussen regio's zijn beperkt en een groot deel van de diensten wordt op nationaal niveau aangeboden (Wolters Kluwers, 2019). Dit leidt tot de inschatting dat de markt voor rechtsbijstand mogelijk gedeeltelijk regionaal is, namelijk bij geschillen die face-to-facecontact verplicht of gewenst maken, maar met name nationaal. Hierbij geldt dat de regionale markten kunnen overlappen waardoor er een keten van overlappende regionale markten ontstaat die het kenmerk heeft van een nationale markt.

## **4.3 Impact bepalingen Voda**

### **Impact op consumenten, marktwerking en BrandMR**

De empirische analyse van het consumentengedrag (zie Hoofdstuk 3) geeft op verschillende manieren aanknopingspunten om de impact van het uitsluiten van rechtsbijstand door advocaten in loondienst aan consumenten zonder rechtsbijstandverzekering aan te tonen en daar waar mogelijk te kwantificeren.

In het keuze-experiment is één van de kenmerken van de alternatieven of de dienstverlening wordt uitgevoerd door advocaten of juristen. De geschatte parameter – zie Tabel D.1 – is positief en statistisch significant. Dit houdt in dat consumenten het meer waarderen als de dienstverlening wordt uitgevoerd door advocaten, in plaats van niet-advocaten. Uit de geschatte parameters blijkt dat indien de dienstverlening door een advocaat wordt uitgevoerd, rechtsbijstandverzekeraars hun prijs met zo'n 100 euro kunnen verhogen en betaalmodellen à la BrandMR een bedrag van 80 euro

meer kunnen vragen.<sup>20</sup> De betalingsbereidheid van consumenten ligt dus, ongeacht de kosten voor een geschil, tussen de 80 en 100 euro per geschil hoger als ze daarvoor een advocaat krijgen.

Een manier om te kijken naar de schade van consumenten is door de impact te analyseren op het surplus dat consumenten bij deze transactie (keuze) hebben. Het consumentensurplus is een veelgebruikte economische maatstaf voor het nut (welvaart) dat een consument bij de aankoop van een product of dienst ervaart. In dit geval gaat het om de verandering in dit consumentensurplus als gevolg van een verandering in het aanbod.<sup>21</sup> Stel dat ten opzichte van het basisscenario zoals weergegeven in Tabel 4.1 zowel de rechtsbijstandverzekeraars als de betaalmodellen à la BrandMR een advocaat in kunnen schakelen. Onder de aanname dat overige kenmerken in de markt gelijk blijven, stijgt het consumentensurplus hierdoor dan met zo'n twintig procent.<sup>22</sup> Het consumentensurplus, het nut of de welvaart van de consument, is dus lager door de huidige beperkende regelgeving en opstelling van de NOvA.

Tot slot spreken de gesprekspartners de verwachting uit dat advocatenkantoren marktaandeel zullen verliezen als de nieuwe dienst van BrandMR wordt toegelaten. Tegelijkertijd zullen ook veel nieuwe aanbieders de markt betreden. Zowel tussen de verschillende betaalmodellen als binnen het betaalmodel à la BrandMR zal de concurrentie toenemen. Deze verwachting van de gesprekspartners is in lijn met de uitkomsten van het empirisch model. Op basis van economische theorie is te voorspellen dat deze toename in concurrentie zal leiden tot een lagere marge voor bestaande aanbieders, met andere woorden: zij zullen een betere prijs-kwaliteitsverhouding aanbieden.<sup>23</sup>

### Bescherming en innovatie

Meerdere gesprekspartners geven aan dat de argumentatie achter de bepalingen uit de Voda onduidelijk is. De stelling dat een advocaat in loondienst van een rechtsbijstandverzekeraar een verzekerde wel onafhankelijk en met voldoende kwaliteit kan helpen, maar een onverzekerde niet wordt niet gevolgd. De gesprekspartners wijzen er op dat de NOvA vast houdt aan de bepalingen om zo vercommercialisering van de advocatuur te voorkomen, waarbij de kernwaarden van de advocatuur in het geding komen. Te veel externe financiering kan leiden tot een verlies van de onafhankelijkheid van advocaten. Daarnaast stellen de gesprekspartners dat advocaten zelf een economisch belang hebben bij het in stand houden van de beperkende bepalingen: die verkleinen immers de betwistbaarheid van de markt. Waar de bepalingen uit de Voda oorspronkelijk zijn bedoeld om de

<sup>20</sup> Dit komt neer op het afleiden van de zogenoemde *willingness-to-pay*. De *willingness-to-pay* is gedefinieerd als het marginale effect op het nut van het kenmerk gedeeld door het marginaal nut van inkomen (Train, 2009). Het marginaal nut van inkomen is gelijk aan de geschatte coëfficiënt voor prijs. De berekening voor rechtsbijstandverzekeraars is daarmee dus gelijk aan  $0,27 / (0,0035 + 0,00097) \approx 100$  euro.

<sup>21</sup> Het consumentensurplus is hier gedefinieerd als de *logsum* vermenigvuldigd met het marginaal nut van inkomen (Train, 2009). Bijlage E geeft meer details. Het verschil in consumentensurplus volgt uit het berekenen van het surplus in de situatie waarin de twee andere alternatieven al dan niet advocaten inzetten.

<sup>22</sup> Als in de hypothetische situatie zonder de Voda-bepalingen enkel de betaalmodellen à la BrandMR kiezen om advocaten in te zetten, stijgt het consumentensurplus met tien procent.

<sup>23</sup> De redenering is als volgt. De markt kenmerkt zich nu als een markt met onvolkomen concurrentie. Er is, bijvoorbeeld, sprake van asymmetrische informatie en productdifferentiatie. Dit houdt in dat de aanbieders een winstmarge behalen die hoger ligt dan een normaal rendement. De aanbieder maximaliseert de winst rekening houdend met het gedrag van de anderen. In het geschatte discrete keuze model is de winst gelijk aan het voorkeursaandeel vermenigvuldigd met de prijs minus de kosten. De winst is maximaal als de eerste afgeleide van deze winstfunctie gelijk is aan nul. Deze vergelijking geeft een uitdrukking voor de marge – prijs minus marginale kosten – die afhankelijk is van het voorkeursaandeel en de geschatte prijs coëfficiënt. Uit deze vergelijking volgt dat de marge altijd stijgt in het voorkeursaandeel. De marge van aanbieders wordt hoger naarmate er minder concurrentiedruk is en het voorkeursaandeel, *ceteris paribus*, hoger ligt.

kwaliteit van de advocatuur te bewaken, lijkt het volgens meerdere gesprekspartners nu vooral te resulteren in marktbescherming van huidige aanbieders. Eén gesprekspartner beoordeelt de houding van de NOvA als een uitkomst van een weeffout in het systeem. De NOvA initieert en hanteert bepalingen die de status hebben van wetgeving, terwijl de bepalingen niet noodzakelijkerwijs het publiek belang dienen, maar eerder het belang van de advocaten.

In de discussie over gesubsidieerde rechtsbijstand hebben 24 vooraanstaande professionals uit de juridische sector in een korte visie zes suggesties gegeven voor de verbetering van de toegang tot het recht, zie Brenninkmeijer et al. (2015). In deze visie worden de gevestigde belangen en verdienmodellen in de juridische sector een probleem genoemd. Volgens deze professionals is er sprake van een perverse prikkel om bestaande mogelijke inefficiënte procedures en processen niet aan te passen aangezien juist deze procedures en processen de kern van het verdienmodel vormen van de beroepsgroep en huidige aanbieders. Het toestaan van nieuwe verdienmodellen en bedrijven met een andere aanpak is een mogelijke manier om deze perverse prikkels uit het systeem te halen.

In de gesprekken benoemen de betrokkenen de negatieve impact van de Voda-bepalingen op innovatie in deze markt. De gesprekspartners kwalificeren de markt als behoudend en conservatief zodat processen en procedures door de jaren heen amper veranderen. Door de markt af te schermen voor nieuwe verdienmodellen – zoals bijvoorbeeld het aanbieden van juridische dienstverlening aan onverzekerden door advocaten in loondienst – blijft het moeilijk om de markt te betwisten met nieuwe soorten dienstverlening.

De gesprekspartners zien het betaalmodel van BrandMR niet zozeer als uniek en innoverend, maar wél dat BrandMR advocaten in loondienst wil inschakelen. Door deze manier van organiseren zien de gesprekspartners mogelijkheden ontstaan om op een grotere schaal te opereren. Deze schaalomvang is volgens de meeste gesprekspartners een vereiste om de sector interessant te maken voor investeringen in onder andere digitalisering, het stroomlijnen van repeterende werkprocessen, en het opzetten en onderhouden van een systeem om de kwaliteit van de dienstverlening transparant te maken voor consumenten. Door investeringen in geautomatiseerde data- en documentanalyse in combinatie met een online kanaal voor consumenten is in de toekomst mogelijk om de toegang tot het recht op een effectieve en efficiëntere manier te borgen. Hierbij blijft het wel van cruciaal belang dat partijen transparant zijn over, bijvoorbeeld, de te gebruiken algoritmes. Daarnaast maakt deze schaa sprong het ook makkelijker om advocaten specifiek in te zetten op twee à drie kerngebieden van de desbetreffende advocaat. Dit is een ontwikkeling die de NOvA met het rechtsgebiedenregister eveneens beoogt te stimuleren.<sup>24</sup>

### **Buitenland**

Uit de gesprekken komt naar voren dat een aantal buitenlandse markten meer open is voor juridische dienstverlening, zoals de markten in het Verenigd Koninkrijk, de Verenigde Staten en Australië. Hier zijn ook vernieuwende initiatieven te zien. Voorbeelden zijn sterk gedigitaliseerde juridische dienstverleners, zoals QualitySolicitors in Engeland (een alliantie van onafhankelijke advocatenkantoren dat online diensten aanbiedt) en Legalzoom en Rocket Lawyer in de Verenigde Staten. Voor bedrijven in deze landen is het gemakkelijker dan voor bedrijven in Nederland om externe financiering aan te trekken waardoor innovatie mogelijk wordt. De gesprekspartners noemen hier

---

<sup>24</sup> Zie <https://www.advocatenorde.nl/dossier/kwaliteit/rechtsgebiedenregister>.

twee redenen voor. De regulering van externe financiering en eigendom van niet-advocaten is minder streng in die landen en het zijn grotere geografische markten. Het Nederlands recht heeft gezien zijn omvang een relatief kleine afzetmarkt waardoor grootschalige investeringen minder interessant zijn. De investeringen zijn namelijk moeilijk te kopiëren naar een ander geografisch gebied.

In Engeland en Wales is in 2007 de 'Legal Services Act' (LSA) aangenomen. Sindsdien is externe financiering en eigendom van juridische dienstverleners door niet-advocaten toegestaan. Aulakh en Kirkpatrick (2016) hebben de impact van deze deregulering op de marktwerking geanalyseerd. Zij zien dat bijna tien jaar na de wijziging de alternatieve bedrijfsstructuren in 2016 een klein aandeel van de totale markt van juridische diensten in handen gekregen hebben. De verwachting dat nieuwe toetreders zich een groot deel van de markt zouden toe-eigenen en dat de concentratie in de markt zou toenemen met de opkomst van enkele zeer grote aanbieders, is niet uitgekomen.

## 5 Conclusies

*De markt voor rechtsbijstand is één markt waarin rechtsbijstandverzekeraars, advocatenkantoren en bedrijfsmodellen zoals BrandMR met elkaar concurreren. De Voda staat niet toe dat BrandMR haar dienstverlening via advocaten in loondienst aanbiedt. Dit schaadt niet alleen potentiële toetreders, maar ook de consumenten, die zo'n tien procent minder consumentensurplus hebben door de beperkende Voda-bepalingen.*

### Vraagstelling en aanpak

De regels die door de Nederlandse Orde van Advocaten (NOvA) zijn opgesteld maken het voor advocaten in loondienst bij een rechtsbijstandverzekeraar onmogelijk om rechtsbijstand te verlenen aan onverzekerden. Deze beperking volgt uit de Verordening op de advocatuur (Voda). BrandMR is een juridische dienstverlener en onderdeel van SRK Groep. BrandMR wil juridische dienstverlening aanbieden via advocaten in loondienst aan onverzekerden. Dit bedrijfsmodel krijgt tot op heden geen toestemming van de NOvA. BrandMR stelt dat de regelgeving en opstelling van de NOvA in strijd zijn met de Mededingingswet.

Dit onderzoek beantwoordt de vraag of BrandMR op dezelfde markt actief is als rechtsbijstandverzekeraars en advocatenkantoren. Zien de potentiële consumenten van rechtsbijstand de drie type aanbieders in voldoende mate als substituten en kunnen de huidige en potentiële aanbieders in voldoende mate hetzelfde of een vergelijkbaar product of vergelijkbare dienstverlening aanbieden?

Voor de analyse van het consumentgedrag is een vignettenanalyse onder ruim 1.500 respondenten uitgevoerd en vervolgens is er een discrete-keuzemodel geschat waarmee de afwegingen van de consumenten voor bepaalde kenmerken van het aanbod zijn geïdentificeerd. Vervolgens zijn aan de hand van verschillende scenario's de effecten van prijsgedrag van aanbieders en de beperkende bepalingen uit de Voda op de marktwerking en het consumentenwelzijn gekwantificeerd. De keuze voor een vignettenanalyse is in het kader van het onderzoek noodzakelijk aangezien de beoogde dienstverlening op dit moment niet in de markt gezet kan worden, gegeven Voda. Aanvullend op het kwantitatieve consumentenonderzoek is op basis van gesprekken met zes juridische en economische professionals en een analyse van bestaande studies de aanbodzijde van de markt in kaart gebracht. De inzichten uit deze analyse zijn onder andere gebruikt om de vignettenanalyse op te zetten en verder te optimaliseren.

### Conclusie marktafbakening

Uit het geschatte discrete-keuzemodel volgt dat de voorkeursaandelen voor de drie typen aanbieders in sterke mate afhankelijk zijn van de prijs die een aanbieder rekent voor rechtsbijstand. Dit geldt ongeacht of dit in de vorm is van een verzekering, een vast bedrag per geschil (à la BrandMR) of betalen per uur. Op basis van deze modellen is getoetst of één van de typen aanbieders de winst duurzaam kan verhogen door eenzijdig een hogere prijs te hanteren. In de kern vormt dit een SSNIP-test, maar dan uitgevoerd op hypothetisch consumentengedrag. De conclusie is dat geen van de typen aanbieders de winst op deze manier kan verhogen. Daaruit volgt dat de aanbieders tot dezelfde productmarkt behoren. Uit de gesprekken met betrokkenen en uit deskresearch komt

duidelijk het beeld naar voren dat de aanbieders in staat zijn om elkaars dienstverlening uit te voeren. De dienstverlening van BrandMR – het leveren van rechtsbijstand voor een vaste prijs – wordt door geen van de betrokkenen als een unieke en niet-kopieerbare propositie gezien. De enige reden waarom aanbodssubstitutie op dit moment beperkt is tussen de verschillende aanbieders zijn de beperkingen die volgen uit de Voda. BrandMR en andere potentiële toetreders kunnen de positie van rechtsbijstandverzekeraars en advocatenkantoren op dit moment niet betwisten als het gaat om het leveren van juridische dienstverlening door advocaten in loondienst aan onverzekerden. De Voda-bepalingen verhinderen dit.

### **Conclusie impact**

De impact van deze belemmeringen en de opstelling van de NOvA voor consumenten zijn in kaart gebracht door het simuleren van het consumentensurplus in de hypothetische situatie dat BrandMR wel een advocaat mag inzetten voor haar dienstverlening. Consumenten hebben een voorkeur voor het laten behandelen van hun casus door een advocaat. De consumenten hebben hier gemiddeld minimaal zo'n 80 tot 100 euro per geschil voor over.

Het consumentensurplus zou met zo'n tien procent kunnen toenemen als BrandMR een advocaat mag inzetten. De consumenten lijden dus een schade van zo'n tien procent, gemeten in consumentensurplus, als gevolg van de Voda-bepalingen. Het beeld dat de gesprekspartners schetsen, leidt tot hetzelfde kwalitatieve inzicht. Volgens hen belemmeren de Voda-bepalingen op dit moment de toetreding van (nieuwe) aanbieders en innovatie van de markt.



## Literatuur

- Aarts, L., et al. (2019). Quickscan marktverkenning rechtshulppakketten, Rapport Significant: MB/bv/001359.
- ACM Autoriteit Consument en Markt (2020). Openbaar besluit SRK Groep B.V. en BrandMR B.V. Zaaknummer: ACM/19/037438.
- Aulakh, S., & Kirkpatrick, I. (2016). Changing regulation and the future of the professional partnership: the case of the Legal Services Act, 2007 in England and Wales. *International Journal of the Legal Profession*, 23(3), pp. 277-303.
- Baarsma, B. & Felsö, F. (2005). Het proces als domein. Over de effecten van het procesmonopolie van de advocatuur. SEO-Rapport 2005-846, Amsterdam: SEO Economisch Onderzoek.
- Baumol, W.J. (1982). Contestable markets: An uprising in the theory of industry structure. *American Economic Review* 72(1), pp. 1-15.
- Bierlaire, M. (2018). PandasBiogeme: a short introduction. Technical report TRANSP-OR 181219. Transport and Mobility Laboratory, ENAC, EPFL.
- Brenninkmeijer, A., et al. (2015). Zes suggesties voor verbetering van de toegang tot recht. *Nederlands Juristenblad* 27: pp. 1816-1820.
- Cebeon (2017). Puntentoekening gesubsidieerde rechtsbijstand: Andere tijden. Eindrapport: 16858.
- Europese Commissie (1997). Bekendmaking van de Commissie inzake de bepaling van de relevante markt voor het gemeenschappelijke mededingingsrecht. *Publicatieblad Nr. C 372*.
- Ter Voert, M.J., & Klein Haarhuis, C.M. (2015). Geschilbeslechtingdelta 2014: over verloop en afloop van (potentieel) juridische problemen van burgers. WODC-rapport 315: Den Haag.
- Train, K. (2009). *Discrete choice methods with simulation*. Cambridge University Press: New York.
- Van Gammeren-Zoetewij, M., et al. (2018). Monitor Gesubsidieerde Rechtsbijstand 2017. Raad voor Rechtsbijstand, Utrecht: Wolf Legal Publishers.
- Verbond van Verzekeraars (2016). Verzekerd van Cijfers. Den Haag.
- Verbond van Verzekeraars (2017). De toekomst van de rechtsbijstandverzekeraar: hoe ziet deze er uit in 2025? Den Haag.
- Verbond van Verzekeraars (2019). Financieel jaarverslag verzekeringsbranche 2019. Den Haag.
- Wolters Kluwer (2019). Kleos benchmark advocatuur 2019: Kleine en middelgrote kantoren in Nederland. Alphen aan den Rijn.



## Bijlage A Gesprekken

### Gesprekspartners (in willekeurige volgorde):

- Mevrouw B.E. Baarsma, directievoorzitter Rabobank Amsterdam en hoogleraar toegepaste economie Universiteit van Amsterdam.
- De heer D. Giltay Veth, advocaat bij Frankfortsluis Advocaten, lid van het College van Afgevaardigden van de Nederlandse Orde van Advocaten.
- Mevrouw I. van den Berg, lector Toegankelijkheid van het Recht Inholland Hogeschool.
- De heer J.W.A. Kakebeeke, lecturer Universiteit Leiden.
- Mevrouw I. Nijboer, algemeen directeur Raad voor Rechtsbijstand.
- De heer H. Niezink, managing partner bij Omnius Legal Service Provider.

### Leidraad voor gesprekken

#### Introductie

1. Kunt u uzelf kort introduceren, wat is uw functie en welke relatie heeft u tot de markt van rechtsbijstand?
2. Bent u bekend met het concept van BrandMR?
3. Hoe kijkt u naar het geschil tussen BrandMR en de NOvA? Denkt u dat een advocaat in loondienst van een rechtsbijstandverzekeraar onverzekerden moet kunnen bijstaan?
4. Welk verschil maakt het volgens u of een advocaat wel of niet in loondienst is bij het verlenen van rechtsbijstand aan onverzekerden?
5. Wat is volgens u het essentiële verschil tussen het concept van BrandMR en andere bestaande concepten?
6. Waarom zijn deze verschillen belangrijk, en hoe belangrijk zijn deze verschillen in de markt voor rechtsbijstand?
7. Bent u bekend met vergelijkbare voorbeelden in het buitenland?

#### Marktafbakening

8. Vanwege het procesmonopolie lijkt het of de markt voor rechtsbijstand uit twee delen bestaat. Het ene deel omvat de procedures onder het procesmonopolie, met verplichte bijstand door een advocaat. Het andere deel bestaat uit advies en onderhandelen, en de procedures waarbij vertegenwoordiging door een advocaat niet verplicht is.
  - Ziet u dit ook zo?
  - In hoeverre zijn deze delen geïntegreerd?
  - Heeft het monopolie bij procederen ook impact op de markt voor advies en onderhandelen? (Bij aanvang van een geschil weet je niet of jouw zaak uiteindelijk in het procesmonopolie eindigt. De klant kiest dan het zekere voor het onzekere en neemt bij aanvang een advocaat.)

9. Wie zijn de potentiële afnemers van de dienst van BrandMR? Zullen veel consumenten switchen van advocaat/rechtsbijstandverzekering naar BrandMR? Of zijn het vooral mensen die nu geen rechtsbijstand zoeken die de dienst van BrandMR gaan afnemen?
10. Zijn er aanbieders die diensten aanbieden die vergelijkbaar zijn met BrandMR?
11. Is er, in uw optiek, sprake van een nationale, regionale of lokale markt voor 1) advocatuur en 2) rechtsbijstand in het algemeen (advies/onderhandelen)? Ziet u in uw praktijk vooral dat consumenten het aanbod ‘dichtbij huis’ kiezen, is dit beeld veranderd in de loop van de tijd?

### **Marktwerking**

12. In hoeverre variëren prijzen voor rechtsbijstand?
  - Veel variatie binnen de groep advocaten/binnen verschillende rechtsbijstandverzekeringen/binnen overige aanbieders?
  - Veel variatie tussen de verschillende typen aanbieders? Advocaten/rechtsbijstandverzekeringen/overige.
  - Indien veel variatie, hoe komt dat volgens u?
13. Is er sprake van vrije competitie tussen advocatenkantoren? En in hoeverre concurreren advocatenkantoren ook met juristen/andere aanbieders van rechtsbijstand?
14. Hoe is uw houding ten opzichte van marktwerking in de markt voor rechtsbijstand, wat zijn de kansen en bedreigingen zowel in economische als in niet-economisch zin?

### **Aanbod in markt**

15. Hoe makkelijk is het voor bestaande partijen om hun dienstverlening uit te breiden of in te krimpen al naar gelang de vraag naar rechtsbijstand verandert? Indien niet, waar in het (rechts)systeem zitten dan de belangrijkste bottlenecks en gelden die zowel voor uitbreiden als voor inkrimpen?
16. Kunnen bestaande partijen dezelfde dienstverlening aanbieden als BrandMR?
17. Is het mogelijk voor partijen om te innoveren? Legal tech?
18. Zijn bestaande aanbieders veel met innovatie bezig? Of moet dit vooral van nieuwe toetreders komen?
19. Wordt innovatie beperkt/gestimuleerd door de Orde van Advocaten?

### **Consumentengedrag**

20. Hoe kiezen (welke elementen zijn belangrijk – bv. prijs, mogelijke economische schade, kennisniveau, ervaringen, type conflict, etc.), volgens u, consumenten voor rechtsbijstand:
  - Keuze wel of niet van te voren verzekeren.
  - Keuze wel of niet rechtsbijstand in geval van ‘conflict’.
  - Keuze van dienstverlener (advocaat/jurist/overig) in geval van kiezen voor rechtsbijstand.
21. Hoe transparant is de markt? Kennen consumenten aanbod/wanneer jurist of advocaat nodig? Hebben consumenten goed inzicht in de prijzen van verschillende (advocaten)kantoren?
22. Is er op dit moment, volgens u, sprake van een potentiële markt van rechtszoekenden die met het huidige aanbod (en aanbodsvormen) niet bediend wordt?:
  - Zo ja, welke typen rechtszoekenden zijn dit (hoe groot?)?
  - Zo ja, zouden deze rechtszoekenden zich aangetrokken voelen door het BrandMR-concept?

- Zo ja, kan ons rechtssysteem dit aan? [algemene vraag, als nog niet eerder ter sprake gekomen– kan ons rechtssysteem marktwerking aan, wat als er veel meer gebruik gemaakt wordt van rechtsbijstand?]
- Wordt de potentiële markt beperkt door het procesmonopolie?

**Kwaliteit en informatie**

23. Is kwaliteit te meten in deze markt, en zo ja, hoe wordt dit normaliter gedaan?
24. Welke informatie is beschikbaar voor consumenten om een keuze te maken – ervan uitgaande dat er een keuze is – en hoe behapbaar is deze informatie voor consumenten?

**Hypothetisch scenario BrandMR**

25. Hoewel het nu niet mag, wat zou er volgens u gebeuren op de markt voor advocatuur als het BrandMR wordt toegestaan om deze markt te betreden – dat wil zeggen rechtsbijstand aan onverzekerden te leveren middels advocaten in loondienst?
  - Impact op consumenten.
  - Impact op bestaande concurrenten.
  - Impact op rechtssysteem.
  - Impact op / reactie van mogelijke andere concurrenten die verdienmodel willen kopiëren?
  - Impact op innovatie.



## Bijlage B Econometrisch model

Voor het analyseren van de vignetten wordt gebruikgemaakt van discrete-keuzemodellen (Train, 2009). Het uitgangspunt van deze modellen is nutsmaximalisatie.<sup>25</sup> Dit betekent dat consumenten kiezen voor het alternatief (in dit geval rechtsbijstand) dat hun nut maximaliseert.

Het nut dat consumenten ontleen aan elk van de alternatieven is in dit model afhankelijk van de kenmerken van de alternatieven. Zo is de verwachting dat een hogere klanttevredenheid leidt tot een hoger nut, terwijl een hogere prijs juist tot een lager nut leidt. Hoe hoger het nut van een bepaald alternatief, hoe groter de kans dat de consument dit alternatief kiest. Het nut dat een consument  $n$  ontleent aan een vorm van rechtsbijstand  $i$  kan op de volgende manier (wiskundig) geformuleerd worden:

$$U_{ni} = \beta_1 \text{prijs}_i + \beta_2 \text{rechtshulpverlener}_i + \beta_3 \text{klanttevredenheid}_i + \beta_4 \text{face-to-facecontactmomenten}_i + \sum_l \delta_l \text{betaalmodel}_{il} + \epsilon_{in}$$

In deze formule vertegenwoordigen  $\text{prijs}_i$ ,  $\text{rechtshulpverlener}_i$ ,  $\text{klanttevredenheid}_i$ , en  $\text{face-to-facecontactmomenten}_i$  en  $\text{betaalmodel}_{il}$  de productkenmerken. Er zijn drie type betaalmodellen: verzekeren, betalen per geschil en betalen per uur.

De  $\beta$ 's en  $\delta$ 's zijn de coëfficiënten van de productkenmerken. Deze coëfficiënten worden in het model berekend op basis van de keuzes die de respondenten in de vignetten gemaakt hebben.<sup>26</sup> De  $\beta$ -coëfficiënten geven het (gemiddelde) effect van de kenmerken op de keuze. Bijvoorbeeld, als  $\beta_1$  positief en statistisch significant is, dan betekent dit dat consumenten meer nut ontleen aan rechtsbijstand met een lagere prijs en dat de consumenten daardoor ook vaker voor de optie met een lagere prijs kiezen. De  $\delta$ -coëfficiënten geven het (gemiddelde) verschil in nut van de verschillende vormen van rechtsbijstand ten opzichte van elkaar.

Tot slot is de  $\epsilon_{in}$  de storingsterm die noodzakelijk is omdat er gegeven bepaalde kenmerken van de opties voor rechtsbijstand alsnog variaties in het nut kunnen optreden, bijvoorbeeld door onoplettendheid of inconsistentie van de respondent.<sup>27</sup>

<sup>25</sup> Hiermee is dit model stevig verankerd in de economische theorie. Zie, onder andere, het klassieke artikel van Nobelprijswinnaar Daniel McFadden, waarin voor het eerst een link werd gelegd tussen multinomiale logistische regressiemodellen en nutsmaximalisatie.

<sup>26</sup> Voor het berekenen van deze coëfficiënten maken we gebruik van de Python-bibliotheek PandasBiogeme, zie Bierlaire (2018) voor een beschrijving van deze bibliotheek.

<sup>27</sup> Zie Train (2009) voor een uitgebreide behandeling van dit model en de interpretaties van de storingstermen.





## Bijlage C Enquête

- Opening van de enquête:

Hartelijk dank dat u wilt meedoen. Deze enquête is onderdeel van een marktonderzoek waarin wij onderzoeken hoe consumenten kiezen tussen verschillende aanbieders van rechtsbijstand. SEO Economisch Onderzoek voert dit onderzoek uit. Om ervoor te zorgen dat deze enquête aansluit bij uw situatie, vragen wij of u in de afgelopen drie jaar een arbeids- of woongeschil heeft gehad.

De enquête bestaat uit 27 vragen en is opgebouwd in de volgende onderdelen:

1. Algemene vragen.
2. Keuzesets: u wordt gevraagd een aantal keer een keuze te maken uit verschillende rechtsbijstandproducten.
3. Voorkeuren rond rechtsbijstand.

Uw bijdrage is van belang! Het invullen van de vragenlijst kost ongeveer 10 minuten.

De onderzoekers gaan zorgvuldig om met uw antwoorden en verwerken alle gegevens conform de door de wet gestelde eisen. De verwerking van de gegevens in het onderzoek zal op geaggregeerd niveau plaatsvinden en de gegevens zijn niet te herleiden naar één persoon. Uw ingevulde enquête wordt op een afgeschermd server bewaard en slechts voor dit onderzoek benut.

- Vragen naar de achtergrondkenmerken van respondenten:
  1. Wat is uw geboortjaar? (bv. 1989) [verplicht, numeriek 4 cijfers tussen 1900 en 2019]
  2. Wat is uw geslacht? [verplicht, één antwoord]
    - a) Man
    - b) Vrouw
    - c) Wil ik niet zeggen
  3. Wat is de hoogste opleiding die u heeft afgerond? [verplicht, één antwoord]
    - a) Basisonderwijs
    - b) Vmbo, havo-,vwo-onderbouw, mbo 1
    - c) Havo, vwo, mbo 2 t/m 4
    - d) Hbo-, wo-bachelor
    - e) Hbo-, wo-master, doctor
    - f) Anders, namelijk: [open invulveld, verplicht]
- Vragen om te bepalen of respondenten tot de potentiële markt behoren:
  4. Heeft u in de afgelopen 3 jaar een arbeidsgeschil gehad?, zoals bijvoorbeeld: (dreigend) onvrijwillig ontslag, niet-uitbetaald loon, onredelijk concurrentiebeding, aanvraag WW onterecht niet toegekend, niet passend werk bij reorganisatie, etc. [verplicht, één antwoord]
    - a) Ja
    - b) Nee
  5. Heeft u in de afgelopen 3 jaar een woongeschil gehad?, zoals bijvoorbeeld: verborgen gebreken, schadevergoeding te late oplevering, burengeschil, koper in gebreke stellen etc. [verplicht, één antwoord]
    - a) Ja
    - b) Nee

6. Heeft u in de afgelopen 3 jaar een rechtsbijstandverzekering gehad? [verplicht, één antwoord]
- Ja, maar nu niet meer
  - Ja, nog steeds
  - Nee

**Als de respondent 'Nee' heeft ingevuld bij vragen 4, 5 én 6 eindigt de enquête (screen out).**

(screen-out tekst)

Het van belang dat u in de afgelopen drie jaar een arbeids- dan wel woongeschil heeft gehad en geen rechtsbijstandverzekering heeft (gehad). U voldoet helaas niet aan één of meerdere van deze voorwaarden. Hartelijk dank voor uw interesse in deze enquête.

**Als de respondent niet tussen de 20 en 75 jaar is eindigt de enquête (screen out).**

(screen out-tekst)

Het is voor dit onderzoek van belang dat respondenten tussen de 20 en 75 jaar zijn. U valt helaas buiten deze categorie. Hartelijk dank voor uw interesse in deze enquête.

- Vraag om de houding van de respondent omtrent een conflict te onderzoeken:
  7. Stel, u heeft te maken met een conflict. In welke houding herkent u zich dan het meest? [verplicht, één antwoord]
    - Ik luister naar wat de ander wil en pas me daarop aan
    - Ik vermijd het conflict, hopelijk lost het zich vanzelf op
    - Ik ga met de ander in discussie om een oplossing of compromis te vinden
    - Ik houd vast aan mijn standpunt tot ik mijn gelijk krijg

- Vignetten:

(8-17. Blok van tien keuzesituaties.)

Zo meteen krijgt u tien keuzesets voorgelegd, waarbij u telkens één optie voor rechtsbijstand moet kiezen. We lichten eerst de situatie toe.

Neem aan dat uw situatie er als volgt uitziet:

- U heeft op dit moment geen juridisch geschil.
- Een juridisch geschil houdt in: een conflict waarbij u rechtsbijstand nodig heeft.
- U krijgt mogelijk te maken met een juridisch geschil, maar dit is niet zeker. Uw verwachting is dat u eens in de vijf jaar te maken te krijgen met een juridisch geschil.
- U heeft op dit moment geen rechtsbijstandverzekering.

U kunt straks kiezen uit drie vormen voor rechtsbijstand: verzekering, betalen per juridisch geschil en betalen per uur.

Bij een verzekering betaalt u elk jaar een vast bedrag, ongeacht of u gebruik maakt van rechtsbijstand.

Bij betalen per juridisch geschil betaalt u alleen als u een juridisch geschil heeft. De kosten per geschil staan vast.

Bij betalen per uur betaalt u ook alleen als u een juridisch geschil heeft, maar de kosten per geschil staan dan niet vast.

Op de volgende pagina volgt eerst een rekenvoorbeeld van de verwachte kosten per vorm van rechtsbijstand. Daarna volgen de 10 keuzesets.

### Rekenvoorbeeld over de verwachte kosten per vorm van rechtsbijstand

**Verzekering:** U betaalt elk jaar een vast bedrag, ongeacht of u gebruik maakt van rechtsbijstand. Stel uw verzekering kost €300,- per jaar. De kosten per vijf jaar zijn vijf maal €300,-; ofwel €1.500,-

Kort samengevat:

- U betaalt een vast bedrag per jaar.
- De kosten per vijf jaar zijn in dit voorbeeld €1.500,-.

**Betalen per juridisch geschil:** U betaalt alleen als u een juridisch geschil heeft. De kosten per juridisch geschil staan vast. Stel de kosten per juridisch geschil zijn €1.500,-. Omdat u verwacht eens in de vijf jaar te maken te hebben met een juridisch geschil, verwacht u dit eens in de vijf jaar te moeten betalen.

Kort samengevat:

- U betaalt alleen als u een juridisch geschil heeft. De kosten per geschil staan vast.
- De kosten per juridisch geschil zijn in dit voorbeeld €1.500,-.

**Betalen per uur:** U betaalt alleen als u een juridisch geschil heeft. De rechtshulpverlener toont u een inschatting van de totale kosten. Deze kosten kunnen uiteindelijk lager of hoger uitvallen, afhankelijk van het uiteindelijke aantal uren dat de rechtshulpverlener maakt. De inschatting van de kosten per juridisch geschil zijn in dit voorbeeld €1.500,-. Omdat u verwacht eens in de vijf jaar te maken te hebben met een juridisch geschil, verwacht u dit eens in de vijf jaar te moeten betalen.

Kort samengevat:

- U betaalt alleen als u een juridisch geschil heeft. De kosten per geschil staan niet vast.
- Alleen de inschatting van de kosten per juridisch geschil is bekend. De daadwerkelijke kosten kunnen hoger of lager uitvallen. De inschatting is in dit voorbeeld €1.500,-.

De opties verschillen in vorm van rechtsbijstand (verzekering/betalen per juridisch geschil/betalen per uur). Daarnaast zit er variatie in:

- kosten,
- of u wordt bijgestaan door een advocaat of jurist,
- het aantal face-to-face contactmomenten met de advocaat/jurist,
- de klanttevredenheid. De klanttevredenheid is weergegeven als de gemiddelde beoordeling van eerdere klanten op een schaal van 1 tot 5.

U bent nu klaar voor de keuzesets! U wordt straks tien keer gevraagd om één optie voor rechtsbijstand te kiezen.

(voorbeeld van een keuzesituatie)

Welk van onderstaande opties kiest u? (Neem aan dat u op dit moment geen rechtsbijstand-verzekering heeft.) [verplicht, één antwoord]

**[Herhaling uitleg situatie]**

Beweeg met de muis over/tik met de vinger op [Herbaling uitleg situatie] voor extra uitleg.  
(1 of 10)

Type rechtsbijstand:	Betalen per uur	Verzekering	Betalen per juridisch geschil
	<ul style="list-style-type: none"> <li>U betaalt alleen als u een juridisch geschil heeft. U verwacht eens in de vijf jaar een juridisch geschil te hebben.</li> <li>Alleen de inschatting van de kosten is bekend. De daadwerkelijke kosten kunnen hoger of lager uitvallen.</li> <li>Onderstaande kosten zijn een inschatting van de kosten per geschil.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>U betaalt een vast bedrag per jaar, ongeacht of u gebruik maakt van rechtsbijstand.</li> <li>De kosten zijn €350,- per jaar. Onderstaande kosten zijn de kosten per vijf jaar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>U betaalt alleen als u te maken krijgt met een juridisch geschil. U verwacht eens in de vijf jaar een juridisch geschil te hebben.</li> <li>De kosten per juridisch geschil staan vast.</li> <li>Onderstaande kosten zijn de kosten per geschil.</li> </ul>
<b>Kosten:</b>	€1.400,-	€1.750,-	€1.500,-
<b>U wordt bijgestaan door:</b>	Jurist	Jurist	Advocaat
<b>Klanttevredenheid:</b>	4.6	4.4	4.2
<b>Face-to-face contactmomenten:</b>	1	2	0
	Select	Select	Select

Noot: Dit is een illustratief voorbeeld van een keuzesituatie. Elke respondent krijgt tien van deze keuzesituaties voorgelegd. De (kenmerk)niveaus van de getoonde loterijen variëren over deze tien keuzesituaties én over de respondenten.

- Vragen over afname van rechtsbijstand in de afgelopen drie jaar:

18. Heeft u in de afgelopen 3 jaar rechtsbijstand gehad? [verplicht, meerdere antwoorden mogelijk]

- Ja, van mijn rechtsbijstandverzekering
- Ja, van juridisch loket
- Ja, via vrienden/familie
- Ja, van een advocaat
- Ja, van een jurist
- Nee
- Anders, namelijk: [open invulveld, verplicht]

19. Hoeveel geld heeft u in de afgelopen 3 jaar in totaal uitgegeven aan rechtsbijstand (inclusief rechtsbijstandpremie en advocatenkosten tezamen)? Een grove schatting volstaat. [verplicht, één antwoord]

- €0
- €1 - €599
- €600 - €999
- €1.000 - €1.999
- €2.000 - €2.999
- €3.000 - €4.999
- €5.000 - €9.999
- €10.000 of meer

- i. Ik weet het echt niet
- Indien de respondent in vraag 6 heeft aangegeven een rechtsbijstandverzekering te hebben:
  - 20. Hoe lang heeft u al een rechtsbijstandverzekering? [verplicht, één antwoord]
    - a. Korter dan 1 jaar
    - b. Tussen de 1 en 5 jaar
    - c. Tussen de 5 en 10 jaar
    - d. Langer dan 10 jaar
    - e. Ik heb geen rechtsbijstandverzekering
  - 21. Heeft u eerder een rechtsbijstandverzekering gehad die inmiddels is opgezegd? [verplicht, één antwoord]
    - a. Ja
    - b. Nee
  - 22. Geef van de onderstaande factoren aan hoe belangrijk ze zijn voor uw keuze voor rechtsbijstand: [verplicht, één antwoord, zes categorieën: Onbelangrijk / Enigszins belangrijk / Redelijk belangrijk / Belangrijk / Zeer belangrijk / Weet ik niet ]
    - a. Zekerheid een all-in prijs voor rechtsbijstand zonder enige verrassing
    - b. Alle stappen en acties in online dossier
    - c. Gratis online checklist of gratis (telefonische) intake
    - d. Dat echte advocaten werkzaam zijn aan uw dossier en niet alleen juristen
    - e. Gebruik van eenvoudige (niet-juridische) taal versus enkel juridische taal
    - f. Alles online geregeld
    - g. Face to face contact
    - h. Als u dit leest klik dan 'Enigszins belangrijk' aan
  - 23. Welk type rechtsbijstand heeft uw voorkeur? [verplicht, één antwoord]
    - a. Verzekering. U betaalt een vast bedrag per jaar, ongeacht of u rechtsbijstand nodig heeft.
    - b. Betalen per juridisch geschil. U betaalt alleen als u rechtsbijstand nodig heeft, de kosten per juridisch geschil staan vast.
    - c. Betalen per uur. U betaalt alleen als u rechtsbijstand nodig heeft, de kosten per juridisch geschil staan niet vast. Deze hangen af van het aantal uur dat de rechtshulpverlener maakt voor uw geschil.
- Vragen over financiële situatie respondent:
  - 24. Geef aan welke van de onderstaande antwoorden uw werksituatie het beste omschrijft. [verplicht, één antwoord]
    - a. Werknemer
    - b. Zelfstandige
    - c. Gepensioneerd
    - d. Uitkeringsgerechtigd
    - e. Werkloos
    - f. Huisman/huisvrouw
    - g. Student/scholier
    - h. Anders, namelijk: [open invulveld, verplicht]
  - 25. Welk van de volgende antwoorden komt het dichtst in de buurt van hoe u zich voelt over uw inkomen?
    - a. Ik leef comfortabel van mijn inkomen
    - b. Ik kom rond van mijn inkomen
    - c. Ik heb moeite om rond te komen van mijn inkomen
    - d. Wil ik niet zeggen

- Vragen over risico-aversie:

26. Welke van de volgende situaties heeft uw voorkeur?

- a. U ontvangt zeker €500
- b. U krijgt €1.000 met een kans van 50% maar u heeft ook 50% kans dat u helemaal niets ontvangt
- c. Ik heb geen voorkeur

27. Welke van de volgende situaties heeft uw voorkeur?

- a. U verliest zeker €500
- b. U verliest €1.000 euro met een kans van 50% maar u heeft ook 50% kans dat u helemaal niets verliest.
- c. Ik heb geen voorkeur

- Afsluiting van de enquête:

Dit is het einde van de vragenlijst. Wij danken u hartelijk voor uw deelname aan dit onderzoek.

Heeft u nog opmerkingen naar aanleiding van deze enquête? [niet verplicht, open invulveld]

## Bijlage D Modelschattingen

Tabel D.1 Resultaten discrete keuze model, volledige steekproef

	(1) Volledige steekproef		(2) Inclusief interactie-effecten	
	Coëf.	Std.fout	Coëf.	Std.fout
Kosten (in euro's)	-0.0031**	0.0001	-0.0035**	0.0001
Rechtshulpverlener (1 = advocaat, 0 = jurist)	0.2734**	0.0186	0.2684**	0.0186
Klanttevredenheid (op schaal van 1 tot 5)	0.7460**	0.0379	0.7491**	0.0379
Face-to-facecontactmomenten (in aantal)	0.1902**	0.0108	0.1867**	0.0108
<b>Betaalmodellen</b>				
Verzekering	0.8153**	0.0227	-0.6316*	0.2469
Betalen per geschil	0.5205**	0.0235	0.2827	0.2554
Betalen per uur	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
<b>Interactie-effecten</b>				
Kosten * verzekering			0.0010**	0.0002
Kosten * betalen per geschil			0.0002	0.0002
Kosten * betalen per uur			0.0000	0.0000
Observaties		15370		15370
Initial log likelihood		-16885.67		-16885.67
Final log likelihood		-14503.22		-14481.12
McFadden's Pseudo-R <sup>2</sup>		0.141		0.142

Bron: SEO Economisch Onderzoek (2020)

Noot: \*p < 0,05; \*\*p < 0,01

Tabel D.2 Resultaten discrete keuze model, selecties naar rechtsbijstandverzekering

	(3) Geen rechtsbijstand- verzekering		(4) Rechtsbijstandverzekering gehad		(5) Rechtsbijstandverzekering huidig	
	Coëf.	Std.fout	Coëf.	Std.fout	Coëf.	Std.fout
Kosten (in euro's)	-0.0039**	0.0002	-0.0042**	0.0004	-0.0031**	0.0002
Rechtshulpverlener (1 = advocaat, 0 = jurist)	0.3017**	0.0297	0.3021**	0.0545	0.2461**	0.0272
Klanttevredenheid (op schaal van 1 tot 5)	0.7809**	0.0608	0.7168**	0.1108	0.7798**	0.0556
Face-to-facecontactmomenten (in aantal)	0.2227**	0.0174	0.1652**	0.0315	0.1764**	0.0158
<b>Betaalmodellen</b>						
Verzekering	-1.1685**	0.3952	-1.6307*	0.7194	0.4184	0.3653
Betalen per geschil	-0.0963	0.3985	-0.8911	0.7388	1.0191**	0.3812
Betalen per uur	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
<b>Interactie-effecten</b>						
Kosten * verzekering	0.0010**	0.0003	0.0014**	0.0005	0.0006*	0.0002
Kosten * betalen per geschil	0.0004	0.0003	0.0009**	0.0005	-0.0003	0.0003
Kosten * betalen per uur	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Observaties		5970		1780		7620
Initial log likelihood		-6558.715		-1955.53		-8371.426
Final log likelihood		-5620.399		-1692.522		-6826.297
McFadden's Pseudo-R <sup>2</sup>		0.143		0.134		0.185

Bron: SEO Economisch Onderzoek (2020)

Noot: \*p < 0,05; \*\*p < 0,01





## Bijlage E Scenario's en voorkeursaandelen

Het basisscenario is zo vastgesteld dat de alternatieven zoveel mogelijk op respectievelijk een rechtsbijstandverzekering, BrandMR en een traditioneel advocatenkantoor lijken. We stellen de prijs en klanttevredenheid bij de drie alternatieven aan elkaar gelijk, omdat de verschillen in prijs en klanttevredenheid tussen de aanbieders in de praktijk niet eenduidig zijn. In de praktijk wordt men bij een advocatenkantoor door een advocaat geholpen en bij een rechtsbijstandverzekering relatief vaak door een jurist. Bij BrandMR is bijstand door een advocaat op dit moment door de Voda bepalingen niet mogelijk. Ter Voert & Klein Haarhuis (2015) tonen de wijze van contact die mensen met hun advocaat of rechtsbijstandverzekeraar hebben. Van de mensen die een advocaat raadpleegden, heeft zo'n 35 procent face-to-facecontact gehad. Van de mensen die hun rechtsbijstandverzekering raadpleegden, lag dit percentage op zo'n 10 procent. Bij BrandMR heeft men in de regel geen face-to-facecontact. Het aantal face-to-facecontactmomenten in het basisscenario is daarom bij verzekering gelijk aan één, bij betalen per geschil gelijk aan nul en bij betalen per uur gelijk aan twee.

De formule om de voorkeursaandelen te berekenen uit een discrete-keuzemodel is opgebouwd uit de verschillende nutsniveaus die de alternatieven bieden:

$$P_i = \frac{e^{u_i}}{\sum_{i=1}^k e^{u_i}}$$

waarbij  $u_i$  de nutsfunctie voor een alternatief beschrijft, zoals gedefinieerd in Bijlage B. Om tot het voorkeursaandeel van een alternatief te komen, wordt de exponent van het nut van dit alternatief gedeeld door de som van de exponent van het nut van alle alternatieven. De noemer van de bovenstaande formule is de zogenoemde *logsum*. Het vermenigvuldigen van deze *logsum* met het marginaal nut van inkomen – de geschatte prijscoëfficiënt – geeft het consumentensurplus weer.

Tabel E.1 laat een alternatief basisscenario zien waarbij alle kenmerken van de alternatieven gelijk zijn, behalve het type betaalmiddel. Het voorkeursaandeel voor een verzekering is in dat geval duidelijk het hoogst. Respondenten kiezen dus het vaakst voor het betaalmiddel met de meeste zekerheid over de te verwachten kosten als de overige kenmerken niet verschillen. Dit is consistent met de theorie dat consumenten risico proberen te vermijden. Ook in dit basisscenario geldt dat een verhoging van de prijs met vijf procent resulteert in een relatief groot verlies aan voorkeursaandeel.

Tabel E.1 Onderstaande kenmerken horen bij scenario B: identieke kenmerken

	Verzekering	Betalen per geschil	Betalen per uur
Prijs	€ 1.500	€ 1.500	€ 1.500
Bijstand door	Jurist	Jurist	Jurist
Klanttevredenheid	4,5	4,5	4,5
Face-to-facecontactmomenten	1	1	1
Voorkeursaandeel basisscenario B	45,7%	34,2%	20,1%
Prijs verzekering +5%	-10,3	8,8	8,5
Prijs per geschil +5%	8,1	-15,8	8,5
Prijs per uur +5%	4,6	5,0	-18,9

Bron: SEO Economisch Onderzoek (2020)

Tabel E.2 geeft het effect op de winst weer van de verschillende robuustheidsanalyses die scenario B als uitgangspunt nemen. In geen van de gevallen leidt een prijsverhoging tot een hogere winst: de kwalitatieve conclusie dat de drie betaalmodellen tot dezelfde markt behoren, blijft dus gelden.

**Tabel E.2 Een prijsverhoging leidt niet tot een hogere winst in scenario B**

	Procentuele verandering winst		
	Verzekering	Betalen per geschil	Betalen per uur
Prijs 5% hoger, 40% vaste kosten, marges 15, 23, 30	-3,8	-18,8	-22,9
Prijs 5% hoger, 45% vaste kosten, marges 15, 23, 30	-6,7	-21,4	-25,1
Prijs 5% hoger, 50% vaste kosten, marges 15, 23, 30	-9,6	-24,1	-27,3
Prijs 5% hoger, 45% vaste kosten, marges 15, 15, 15	-6,7	-28,2	-39,8
Prijs 5% hoger, 45% vaste kosten, marges 30, 30, 30	-6,2	-18,5	-25,1

Bron: SEO Economisch Onderzoek (2020)





# seo economisch onderzoek

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