

NADELEN PROVISIEVERBOD WORDEN ZICHTBAAR

“Veel eindklanten denken dat er een totaal provisieverbod is.” Henk Smit (Acura) maakt na een jaar provisieverbod de balans op en vraagt zich af of de consument er nu werkelijk beter van is geworden. Toon Berendsen

Smit loopt al bijna dertig jaar mee in het verzekeringsbedrijf, hij werkte eerder bij onder meer Amev. Als mede-aandeelhouder en commercieel directeur van Acura spreekt Smit zowel verzekeraars als financieel adviseurs (Acura is een fullservice provider met momenteel veertien volmachten en circa vijftig deelnemende kantoren).

Smit vindt het tijd de balans op te maken na één jaar provisieverbod. “In Nederland zijn we vooruitstrevend, dat zit in onze genen. We moeten ons ook niet verzetten tegen de evolutie. De klant verwacht transparantie in alles wat je doet. Dat is van deze tijd. Het dwingt ons op een andere manier naar de wereld te kijken. Maar dat is nooit anders geweest en geldt voor elke bedrijfstak”, aldus Smit.

“Het is wel goed om tijdens de evolutie af en toe even opzij te stappen om te kijken of de ontwikkeling nog de juiste is. De veranderingen in de financiële sector zijn in gang gezet om de situatie voor de consument beter te maken. Is er op dit moment werkelijk sprake van verbetering? Of dreigt er een systeem te ontstaan waar de consument uiteindelijk de dupe van wordt?”

BRENGPRODUCT UIT DE GRATIE

“Een andere vorm van beloning levert niet per definitie beter of objectief advies op. Neem bijvoorbeeld de uitvaartverzekering, die onder het provisieverbod is gebracht. We zien nu dat veel minder mensen hun uitvaart verzekeren. De uitvaartverzekering is altijd een brengproduct geweest dat nu moet worden gebracht tegen een uur- of vast tarief. Ik zie dat dit een drempel opwerpt voor mensen die eventueel geïnteresseerd zijn in het product. Dit zou kunnen uitdraaien op een maatschappelijk probleem, want uiteindelijk moet wel iemand opdraaien voor de kosten van de uitvaart.

“Wat ging er nu eigenlijk mis bij uitvaartpolissen? De beloning was te hoog, er werden overlappende producten gesloten. Het was wellicht verstandiger geweest om dat

aan te pakken in plaats van procentuele beloning helemaal te verbieden.”

MAATSCHAPPELIJK ONGEWENST

Smit: “Duizend euro advieskosten en een onderhoudsfee voor een aov is geen probleem als de klant hoger opgeleid is. Die begrijpt dit en heeft er ook het geld voor. Maar de timmerman of de schilder, die wil en kan dit vaak niet betalen. Was het niet beter geweest een procentuele beloning toe te staan al dan niet met een plafond? “Als je ziet hoeveel zorgverzekeringsvragen er bij adviseurs binnenkomen en die ze beantwoorden, terwijl de doorlooppromissie 2 tot 3 procent bedraagt. Zelfs al zou de adviseur slechts het uurtarief vragen dat klanten zelf zeggen redelijk te vinden, 44 euro, dan nog wil de klant dit veelal niet betalen – als hij het al kan. Het resultaat is dat mensen zelf gaan aanmodderen op internet of zich helemaal niet meer verzekeren. Dat moeten we maatschappelijk niet willen.

“Wat wil de eindklant? Hij wil ontzorgd worden en dat via één aanspreekpunt. Hij wil daar best voor betalen, mits hij weet waarvoor en de beloning passend is. Een buitensporige beloning is nooit goed of het nu een procentuele of nominale beloning is. Maar mijn indruk is dat de beloningsvorm niet uitmaakt, zolang de consument vindt dat de verdiensten in redelijke verhouding tot de inspanningen staan.

SCHADEPROVISIE BLIJFT

“Een jaar geleden zeiden velen: procentuele beloning gaat er ook bij schadeverzekeringen af, het worden abonnementen en vaste tarieven. Als ik het nu vraag, is het antwoord: provisie op Schade blijft. Het is ook een systematiek die altijd goed heeft gewerkt. Maar het lijkt er op dat we met het badwater het kind hebben weggegooid. “Vrijheid in beloningsvormen past ook in deze moderne tijd. Dat is prima uit te leggen en doet niets af aan de kwaliteit of onafhankelijkheid van het advies.” ◀◀

A portrait of Henk Smit, a middle-aged man with light brown hair and a beard, smiling. He is wearing a black and white vertically striped button-down shirt. His arms are crossed. The background is a plain, light-colored wall.

Henk Smit (Acura):
“IS ER WERKELIJK SPRAKE
VAN VERBETERING?”