

De verzekeringsmakelaar als kameleon

De Europese regelgeving, de specialisatie in de financiële dienstverlening, de informatie in de media en de marktomgeving verplichten verzekeringsmakelaars na te denken over de toekomst van hun beroep.

Nederland gidsland?

Jos Koets, commentator in de Nederlandse vakpers, noemde in april 2010 verzekeringsadviseurs “een uitstervend ras”. Volgens hem zijn er binnenkort geen verzekeringsadviseurs meer werkzaam in Nederland. Vanuit alle kanten wordt er de laatste tijd hard aan gewerkt om het beroep te ontmoedigen. In Nederland is volledige transparantie van provisies (commissies) van toepassing sinds 1 april 2009, specifiek bij het verkopen van een complex financieel product zoals een levensverzekering of een beleggingsverzekering, maar ook bij een hypotheek. Na de premiebetaling ontvangt de verzekeringsadviseur maximum 60% van de afsluitprovisie. Het saldo wordt in tien jaar uitgekeerd als doorlopende provisie. Vanaf 2011 zijn de percentages 50-50 van toepassing. Deze beperking van de afsluitprovisie heeft ervoor gezorgd dat veel adviseurs zijn overgestapt op een uurtarief of een serviceabonnement. De klant betaalt bv. een maandelijks bedrag. Deze verdienmethode ligt in Nederland nog onder vuur, van onder meer De Nederlandsche Bank.

De toezichthouder, de Autoriteit Financiële Markten (AFM), heeft bovendien regels uitgewerkt voor de zogeheten passende provisie (inducementnorm). Het schema in bijlage geeft een overzicht van de stappen. Er mag geen provisie worden betaald tenzij de beloning de kwaliteit van de dienst ten goede komt en niet ten koste gaat van het belang van de klant. Verder is het verboden om bonussen te betalen aan tussenpersonen voor het behalen van een bepaalde omzet. Niet-geldelijke beloningen zijn enkel toegestaan als ze de kwaliteit van de dienstverlening bevorderen, bv. software voor productvergelijking en seminars die bijdragen aan kennis en deskundigheid. Incentives zoals reizen naar exotische bestemmingen, horen hier duidelijk niet bij. Tenslotte dient de tussenpersoon na het eerste oriëntatiegesprek met de consument, een dienstverleningsdocument op te stellen. In dat document beschrijft hij welke beloning hij ontvangt en welke werkzaamheden hij hiervoor doet. Informatie over provisies dient steeds gegeven in bedragen, niet in procenten.

Met de “Leidraad passende provisie financiële dienstverlener” (juli 2009) en de “Leidraad dienstverleningsdocument” (juni 2009) geeft de AFM uitvoering aan de Markets in Financial Instruments Directive (MiFID), de Europese richtlijn van 21 april 2004. In haar inleidende commentaar stelt de toezichthouder dat “in een ideale situatie de financiële dienstverlener helemaal geen provisies meer ontvangt van derden, maar zijn kosten direct in rekening brengt bij de cliënt.” Dit kadert in het streven van de AFM om het vertrouwen van consumenten in de financiële markten te versterken. De (ontslagnemende) Nederlandse minister van Financiën Jan Cees de Jager heeft hierop ingespeeld en een verbod voorgesteld op de betaling van provisies aan financiële tussenpersonen voor producten als hypotheeken, levensverzekeringen en pensioenvoorzieningen (complexe financiële producten). Hij heeft daartoe op 12 oktober 2010 een brief gestuurd naar de Tweede Kamer. Op basis daarvan zou het verbod ingaan op 1 januari 2013, na een overgangperiode. Het doel bestaat erin een cultuuromslag teweeg te brengen bij de tussenpersonen, waarbij het belang van de consument centraal dient te staan. Door dit voorstel komt het verdienmodel van tussenpersonen onder nog hogere druk. Als deze plannen werkelijkheid worden, zal de concurrentie

tussen de adviseurs op basis van prijs en kwaliteit verhogen. Particulieren zullen voor eenvoudige verzekeringsproducten mogelijk kiezen voor het internet. Direct writing door verzekeraars zal meer dan waarschijnlijk toenemen. Of een provisieverbod echt in het voordeel zal werken van de consument, blijft een open vraag. De invoering ervan miskent de unieke positie van de verzekeringsbemiddelaar, die zowel diensten verleent aan de klant als aan de verzekeringsmaatschappij. Hij maakt het verzekeringsproces efficiënter in het belang van de verzekeringsnemer. Precies daarom dient er vrijheid van vergoeding te bestaan, transparant gecommuniceerd aan de klant.

België sribbelt tegen

In België verzet de beroepsorganisatie FVF (Federatie voor Verzekerings- en Financiële tussenpersonen) zich tegen de toepassing van de MiFID regels voor verzekeringsproducten (persbericht van 21 april 2010). Ze argumenteert dat de verschillen tussen de bank- en verzekeringssector “voldoende groot zijn opdat een regelgeving zoals MiFID, die specifiek gericht is op de banksector, niet noodzakelijk aangepast is in de context van de verzekeringssector.” De FVF wijst ook op de tsunami aan regels die meer transparantie en een betere bescherming van de consument beogen, een ambitie waar de verzekeringssector volgens de federatie een doeltreffend palmares kan voorleggen. Ze refereert naar de sectorale informatiefiches, de gedragscode inzake reclame en informatieverstrekking over individuele levensverzekeringen, de financiële infofiche levensverzekeringen, de deontologische code en de onafhankelijke ombudsdienst. Het gaat telkens om instrumenten en reglementen die voortvloeien uit de wetgeving op de verzekeringsdistributie, waartoe ook de gedragsregels van de verzekeringssector inzake geregelde bijscholing verzekeringsbemiddeling en -distributie behoren. Een arsenaal onder toezicht van de CBFA. Belangrijk is de toepassing van het level playing field principe, dat gelijke voorwaarden vooropstelt voor alle aanbieders en bemiddelaars op de markt, zodat concurrentievervalsing uitgesloten is.

Inmiddels is in België op 2 juli 2010 de nieuwe wet ingevoerd tot wijziging van het toezicht op de financiële sector en de financiële diensten. De artikelen 9 en 27 leggen de nadruk op de bescherming van de consument. Ze laten toe een verbod dan wel beperkende voorwaarden op te leggen voor de verhandeling van retailbeleggingsproducten. Ze creëren eveneens ruimte voor maatregelen tot bevordering van de transparantie over de tarifiering en de administratiekosten. Een koninklijk besluit bepaalt de uitvoeringsmodaliteiten.

Europa bestudeert nieuwe regelgeving

De Europese Commissie van haar kant streeft minstens op fiscaal vlak naar een gelijke behandeling van bank- en verzekeringsproducten, ongeacht hun juridische structuur, voor zover ze zich in het domein bevinden van sparen en beleggen. Het doel is de invoering van een horizontale aanpak van dit type producten. Dit blijkt onder meer uit het voorstel van richtlijn de dato 13 november 2008 tot wijziging van de spaarrichtlijn 2003/48/EG en uitbreiding van haar toepassingsgebied tot levensverzekeringsproducten gekoppeld aan rentedragende instrumenten via een zogenaamde “doorkijkbenadering”. Op 30 april 2009 heeft de Europese Commissie bovendien een mededeling gedaan aan de Europese instanties over “Pakketproducten voor retailbeleggingen (PRIPS)”. Hieronder ressorteren ook beleggingen in de vorm van een levensverzekering. Er is volgens de Europese Commissie sprake van een “duidelijke informatie- en expertiseasymmetrie tussen enerzijds

de ontwikkelaars en distributeurs van producten en anderzijds de kleine beleggers, die op financieel gebied doorgaans vrij weinig kennis van zaken hebben". Het Europees wetgevingskader voor de verplichte informatieverstrekking en de verkooppraktijken bij pakketproducten voor retailbeleggingen dient dan ook in overeenstemming gebracht met de marktrealiteit. Het uiteindelijke doel is een grotere transparantie, een betere uitleg en een verkoop afgestemd op de belangen van de belegger. De Europese Commissie neemt daarbij onder meer als uitgangspunt dat „bij verkopen met en zonder advies beleggers bruikbare, duidelijke en trefzekere informatie moeten ontvangen over de beloningsafspraken en alle kosten, provisies en vergoedingen die betaald zijn." Op 16 december 2009 is een update gevolgd van de mededeling met een stand van zaken van het "work in progress".

De Europese Commissie wenst verder in de tweede helft van 2011 een voorstel bekend te maken tot herziening van de richtlijn betreffende verzekeringsbemiddeling (Insurance Mediation Directive van 9 december 2002). Het voorkomen van belangenconflicten en de transparantie inzake vergoedingen aan verzekeringstussenpersonen, komen hierin ongetwijfeld aan bod. De evolutie in de regelgeving betekent evenwel niet dat MiFID zal gelden "voor alle verzekeringsproducten of dat MiFID zonder aanpassingen zal gelden voor alle beleggingsproducten verkocht door verzekeraars" (Karel Van Hulle, Hoofd van de Afdeling Verzekeringen en Pensioenen van de DG Markt van de Europese Commissie in Vrijuit nr.4 – 2010, het Dossier Europa van de FVF). Afwachten en hopen dat de Europese wetgever finaal rekening houdt met de specificiteit van de diverse financiële producten en hun juridische context, bij uitbreiding de verzekeringsbemiddelaar aanspoort of zelfs oplegt zijn dienstverlening te upgraden zonder hem te bedelven onder administratieve verplichtingen. Zo niet zal de lengte van de disclaimers (beperkingen van aansprakelijkheid) op documenten en correspondentie alleen maar drastisch toenemen. Zie de toepassing van MiFID door de financiële instellingen.

Aanpassen of verdwijnen?

De vraagstelling is scherp, maar toch even refereren naar een citaat van Charles Darwin, grondlegger van de evolutietheorie. „Het zijn niet de sterkste soorten die overleven en evenmin de meest intelligente, maar wel de soorten met het grootste aanpassingsvermogen." Het is duidelijk dat verzekeringstussenpersonen uit hun routine dienen te treden en zich niet langer mogen richten op standaardproducten. De klant verwacht toegevoegde waarde door maatwerk. Hij wenst een gesprekspartner die over een gedegen dossierkennis beschikt, zich integer opstelt en transparant communiceert. Hij wil beslissingen nemen met kennis van zaken, met een totaalbeeld van zijn financiële situatie voor ogen. Met gemeende aandacht voor zijn persoonlijk toekomstperspectief, zijn doelstellingen en verwachtingen. Met oplossingen die hem bescherming en evenwicht bezorgen, gemoedsrust en veerkracht. Een attitude en een aanpak die we volledig terugvinden in het concept van de persoonlijke financiële planning. Een veelomvattende dienstverlening die de verzekeringsmakelaar toelaat adequaat in te spelen op de evolutie van de regelgeving en de marktomgeving. Dit is exact de boodschap die de vzw FinPlan – Vereniging voor Financiële Planning al verkondigt sinds haar oprichting op 4 september 2001.

Het gaat er in deze redenering niet om de verzekeringsmakelaar om te vormen tot financiële planner. Het gaat om de verbetering van de kwaliteit van de dienstverlening. Verduidelijking, rationalisering, efficiëntie. Toepassing van het best advice principe. Door gebruik te maken van de technieken van financiële planning binnen het domein van de verzekeringsbemiddeling. Door externe experts in te

schakelen voor vermogensstructurering en successieplanning, vennootschapsstructuren en fiscaliteit. Door samen te werken met andere professionele adviseurs die de klant bijstaan: accountants, bedrijfsrevisoren, notarissen, advocaten, bankiers, vermogensbeheerders. Beroepen die alle een eigen wettelijk kader en deontologie genieten. In een context waarin de verzekeringsmakelaar op zijn terrein blijft en coördineert met erkende professionals, is een apart juridisch statuut van financiële planner niet zinvol. Dat laatste is wel nodig wanneer de beoefenaar van de activiteit van financiële planning over geen enkel andere door de wetgeving omschreven beroepskwalificatie beschikt. Het louter indammen van financiële planning in een volledig autonoom statuut, niet cumuleerbaar met het statuut van bank- of verzekeringstussenpersoon, doet afbreuk aan de toegevoegde waarde die erkende financiële bemiddelaars aan hun clientèle wensen te bieden door hun gezichtsveld te verruimen, hun actieradius te verbreden. Met een gezonde dosis pragmatisme. Financiële planning is tenslotte een hulpmiddel, een tool, geen fetisj.

Financiële planning als werkinstrument

FinPlan heeft hard aan de weg getimmerd en verzorgt vandaag nog steeds juridisch-fiscale, verzekeringstechnische en financiële vorming voor verzekeringsmakelaars, in samenwerking met Kluwer Opleidingen. De vereniging is daartoe geaccrediteerd door de CBFA. Als vzw kan ze natuurlijk moeilijk commerciële initiatieven nemen om de combinatie van financiële planning en verzekeringsbemiddeling in de praktijk gestalte te geven. Daarom hebben vier onafhankelijke kantoren van erkende verzekeringsmakelaars besloten hun krachten te bundelen en hebben zij op 3 november 2009 de NV Mentor Instituut voor Vermogensanalyse opgericht. Het gaat om de NV Median, de NV FinCent, de BVBA Metris Financial Planning en de BVBA Corporate Financial Planning Company (CFPC). Op 27 mei 2010 hebben zij het gezelschap gekregen van de BVBA Accurato, eveneens bij de CBFA ingeschreven als verzekeringsmakelaar. Het kapitaal van Mentor bedraagt actueel 1.100.000 EUR. Samen met haar vennoten stelt Mentor 63 medewerkers tewerk in kantoren te Melsbroek, Aalst, Brasschaat, Waasmunster en Wemmel. Een stevige regionale verankering als bijkomende troef. Het instituut is louter actief op het terrein van de adviesverlening in financiële planning en vermogensanalyse, met uitsluiting van vermogensbeheer en beleggingsadvies. Activiteiten van verzekeringsbemiddeling en distributie van verzekeringen zijn voorbehouden aan de Mentor vennoten, die in deze materie over de nodige expertise, ervaring en knowhow beschikken. Voor patrimoniumplanning (estate planning) verwijst Mentor door naar een onafhankelijk en gereputeerd expert, advocaat in vermogensplanning Jos Ruysseveldt, professor aan de Fiscale Hogeschool Brussel en executive professor aan de Universiteit Antwerpen Management School. Zijn tussenkomst is gestructureerd in acht bouwstenen of modules: schenkingen, huwelijkscontracten, samenlevings- en aanwascontracten, testamenten, burgerlijke maatschap, vennootschapsstructuren, private stichting, vastgoedplanning.

Mentor staat voor een transparante, coherente en evenwichtige dienstverlening in financiële planning onder de benaming Financial Planning Coach® (FPC), een concept ontworpen door Median en succesvol toegepast sinds september 2006. Het functioneert op basis van een opdracht van de klant, vastgelegd in een gedetailleerde overeenkomst. Hierin is een traject of stappenplan opgenomen met als vertrekpunt een inventarisatie van het roerend en onroerend vermogen, van de verbintenissen voor de organisatie, instandhouding en overdracht van het vermogen, van de reeds opgebouwde en te verwachten pensioenkapitalen en rentes en van de voorzieningen voor zorg, hospitalisatie, invaliditeit en arbeidsongeschiktheid. De gezinssituatie, de professionele

engagementen en organisatie, het bezit van vastgoed, worden in kaart gebracht. Levensstandaard, behoeften, financiële doelstellingen en persoonlijk toekomstperspectief komen ruimschoots aan bod. De sterkte/zwakte analyse gebeurt aan de hand van een checklist en resulteert in een overzichtsdossier met adviezen en een actieplan. Hierin zijn voorstellen verwerkt van optimalisering en implementatie. Het luik roerend vermogen behelst bovendien een gedegen risicoprofielanalyse, die als basis dient voor het invullen door de verzekeringsmakelaar, vennoot van Mentor, van de fiche voor het sparen of beleggen met een levensverzekering (informatieverplichting voortvloeiend uit de wet van 22 februari 2006). Het eindrapport en financieel actieplan FPC focust op drie domeinen: patrimoniumplanning, planning pensioen, zorg en inkomen, tenslotte planning roerend vermogen. Mentor distantieert zich uitdrukkelijk van de promotie, verkoop en verhuur van vastgoed. Rechtstreeks of onrechtstreeks. Mentor wenst elk belangenconflict in deze materie te vermijden.

Mentor reikt makelaars de hand

Voor de individuele verzekeringsmakelaar is het niet evident om zelf een dienstenpakket financiële planning aan te bieden aan zijn klanten, zonder de nodige backgroundkennis, middelen, personeel, software en organisatiestructuur. Bovendien wordt hij in de markt geconfronteerd met financiële instellingen die zich profileren met wealth management of family office voor een vermogende clientèle in private en personal banking. Gesofisticeerdere benamingen voor financiële planning met wat meer toeters en bellen. Sterker gefocust ook op vermogensbeheer en beleggingsproducten. Nog zwaardere concurrenten zijn de expansieve, geoliede verkoopsmachines, die in publiciteit en media het terrein bezetten. Ze azen op zijn klanten met de gestandaardiseerde commercialisering van verzekeringsproducten in combinatie met de verkoop en verhuur van vastgoed. In een land waar de inwoners met een baksteen in de maag worden geboren, is dat laatste nog altijd een lucratieve aangelegenheid...voor de vastgoedpromotor. Met die motivatie is het uitkijken voor onzorgvuldig opgebouwde financiële planning dossiers met een verkeerd of oneigenlijk gebruik van rechtsfiguren, vennootschapsvormen en controlemechanismes.

De verzekeringsmakelaar heeft over het algemeen met zijn klanten een vertrouwensrelatie opgebouwd. De huidige marktomgeving zet zijn functie onder druk. In de strijd met de commerciële organisaties beschikt hij jammer genoeg over ongelijke wapens. Het is daar dat Mentor hem te hulp wil komen. Met een specifiek programma dat de naam Broker Business Model® (BBM) heeft meegekregen. Net zoals bij Financial Planning Coach® is BBM gedetailleerd omschreven in een samenwerkingsovereenkomst, dit keer tussen de verzekeringsmakelaar (broker), Mentor en de Mentor vennoot die in een specifieke regio de makelaar kan bijstaan. Korte communicatielijnen bevorderen de dynamiek van de samenwerking. Met een betere dialoog, betere prestaties en betere resultaten tot gevolg. De BBM overeenkomst laat de verzekeringsmakelaar toe zich proactief te verdedigen tegen de concurrentie, zijn klantenportefeuille te beschermen en te ontwikkelen, last but not least de kwaliteit van zijn dienstverlening te verhogen op een kostenefficiënte manier. Binnen het kader van een langetermijnsamenwerking. Mentor bevestigt uitdrukkelijk en onherroepelijk dat de makelaar eigenaar is van zijn klantenportefeuille en dat zijn klanten hun volledige vrijheid van keuze in verzekeringsproducten behouden. Afwerping van cliënteel is uitgesloten. De makelaar zorgt voor de introductie van de Mentor adviseurs financiële planning bij bestaande klanten. Zonder enige administratielast en aansprakelijkheid van de makelaar. Mentor zorgt voor de dossierverwerking en de multidisciplinaire aanpak. Een adviescomité bestaande uit experts estate, asset en pension planning bespreekt het eindrapport en het actieplan met de klant. Een Mentor vennoot staat in voor

de implementatie, op instructie van de klant en steeds in overleg met de makelaar. Hierbij geldt prioriteit voor estate planning onder supervisie van Prof. Jos Ruysseveldt als extern expert. Op deze manier stelt het Mentor BBM de verzekeringsmakelaar in staat de nieuwe uitdagingen in verzekeringen aan te gaan.

Een betere toekomst

Volgens Assuralia, de beroepsvereniging van verzekeringsondernemingen, bedraagt het marktaandeel van verzekeringsmakelaars in de distributie van verzekeringsproducten ongeveer 50%. Zo een vaart zal het dus niet lopen met het verdwijnen van het beroep. Wie zich evenwel niet als een kameleon aanpast aan de wijzigende marktomgeving, loopt het risico behoorlijk wat klanten en omzet te verliezen. Zowel makelaar als klant moeten hun defensieve reflex tegenover de marktomstandigheden laten varen. Een offensievere strategie met meer anticipatievermogen is nodig om resultaat te behalen. Een gewaarschuwd makelaar is er twee waard. De uitgestoken hand van Mentor is in elk geval oprecht gemeend.

Melsbroek, 19 november 2010

Marc Peeters

Gedelegeerd bestuurder Mentor NV Instituut voor Vermogensanalyse

Voorzitter FinPlan vzw en Median NV