



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

Marktfalen bij tussenpersonen: Onderzoek naar marktfalen in de intermediaire bedrijfstak voor financiële dienstverlening

de Jong, A.J.

Publication date
2010

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

de Jong, A. J. (2010). *Marktfalen bij tussenpersonen: Onderzoek naar marktfalen in de intermediaire bedrijfstak voor financiële dienstverlening*. [, Universiteit van Amsterdam]. Uitgeverij Paris.

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

Inhoudsopgave

Voorwoord / 13

1 Inleiding / 15

1.1 Maatschappelijke betekenis van het intermediaire distributiekanaal / 16

1.2 Onderzoeksvragen / 17

1.3 Ten geleide / 18

2 SGR-paradigma / 21

3 Theorieën ten aanzien van intermediaire dienstverlening / 27

3.1 Neoklassieke theorie / 27

3.2 Theorie van financiële intermediatie / 27

3.3 Nieuwe institutionele theorie / 28

3.3.1 Transactiekosten / 28

3.3.1.1 Transactiekostenreductie / 31

3.3.2 Eigendomsrechten / 34

3.3.3 Principaal-agenttheorie / 37

3.3.3.1 Informatieprobleem / 38

3.3.3.2 Sturing van agenten / 40

3.3.3.3 Verkleinen van ongunstige selectie (adverse selection) / 41

3.3.3.4 Minimaliseren van moreel risico (moral hazard) / 42

3.4 Verticale integratie / 43

3.4.1 Dubbele marginalisatie / 43

3.4.2 Productiekosten / 44

3.4.3 Transactiekosten / 44

3.4.4 Marktfalen / 44

3.5 Conclusie theorieën ten aanzien van intermediaire dienstverlening / 45

4 Marktbeschrijving van de intermediaire bedrijfstak / 47

4.1 Marktaandeel intermediaire bedrijfstak / 47

4.2 Penetratiegraad / 51

4.3 Afnemers / 51

4.4 Aanbieders / 52

4.5 Marktomvang intermediaire bedrijfstak / 54

4.6 Activiteiten en producten / 55

4.7 Vormen van intermediairs / 57

4.7.1 Mate van onafhankelijkheid / 57

4.7.2 Intermediaire functies / 58

4.8 Verticale integratie binnen de keten / 59

4.8.1	Volmacht / 60
4.9	Horizontale integratie binnen de keten / 60
4.10	Organisatiegraad / 61
4.11	Conclusie marktbeschrijving / 61
5	Basismarktcondities / 63
5.1	Bijzondere relatie intermediairs-aanbieders / 63
5.2	Juridische positie / 64
5.3	Regelgeving / 66
5.3.1	Zelfregulering / 69
5.4	Conclusie basismarktcondities / 70
6	Marktstructuur / 73
6.1	Concentratie en concurrentie / 73
6.2	Toetredingsdrempels / 76
6.3	Mate van productdifferentiatie / 78
6.4	Beloningsstructuur / 79
6.4.1	Provisie / 80
6.4.2	Kruissubsidie / 82
6.4.3	Bias / 82
6.4.4	De hoogte van beloning / 82
6.4.5	Fee / 84
6.4.6	Distributievergoeding / 85
6.4.7	Bonussen en incentives / 85
6.5	Technologie / 86
6.6	Conclusie marktstructuur / 88
7	Marktstructuur en marktfalen / 91
7.1	Theorie marktfalen / 92
7.1.1	Externaliteiten / 93
7.1.2	Marktmacht / 94
7.1.3	Publieke goederen of diensten / 94
7.1.4	Informatieasymmetrie / 95
7.1.5	Transactiekosten / 95
7.2	Conclusie theoretische benadering marktfalen / 96
7.3	Praktijkonderzoek marktfalen / 96
7.3.1	Marktverkenning beleggingsverzekeringen / 96
7.3.2	Rapport-Boot / 97
7.3.3	CPB-rapport over de markt voor oudedagsvoorzieningen / 98
7.3.4	RFT-rapport / 99
7.3.5	Aandelenlease / 100
7.3.6	SER-advies / 101
7.3.7	Ecorys-rapport hypotheekmarkt / 102
7.3.8	CPB-studie levensverzekeringen / 103
7.3.9	Woekerpolisaffaire/Commissie-De Ruiters / 103
7.3.10	AFM-onderzoek kwaliteit hypotheekadvies / 105
7.3.11	AFM-rapport beleggingsadvies / 105
7.4	Conclusies praktijkonderzoek marktfalen / 106

7.5	Indicatoren marktfalen / 107
7.5.1	Marktgroei / 108
7.5.2	Scheiden van kiezen, betalen en gebruiken / 109
7.5.3	Klachten van klanten / 109
7.5.4	Behaalde marge / 111
7.5.5	Concentratie van aanbieders / 111
7.5.6	Toetredingsdrempels / 112
7.5.7	Mate van samenwerking / 112
7.5.8	Dynamiek / 112
7.5.9	Betrokkenheid van de consument / 113
7.6	Conclusie indicatoren van marktfalen / 113
7.7	Marktfalen in relatie tot type financiële producten / 114
7.7.1	Externaliteiten / 114
7.7.2	Informatieasymmetrie / 115
7.7.3	Transactiekosten / 115
7.7.4	Praktijkonderzoeken / 116
7.8	Conclusie marktfalen naar type financiële producten / 116
7.9	Marktfalen in markt zonder intermediairs / 117
7.9.1	Externaliteiten / 118
7.9.2	Marktmacht / 118
7.9.3	Informatieasymmetrie / 119
7.9.4	Praktijkonderzoeken / 119
7.10	Conclusie marktfalen in markt zonder intermediairs / 119
7.11	Conclusie risico van marktfalen / 120
8	Marktgedrag / 121
8.1	Samenwerking met aanbieders / 122
8.2	Organisatieslack / 124
8.3	Prijsvorming / 127
8.3.1	Bedrijfseconomisch raadsel / 131
8.3.2	CAR / 132
8.4	Concurrentiebeperkend beleid / 133
8.5	Investeringsgedrag / 134
8.6	Kwaliteitsbevorderend beleid / 135
8.7	Strategisch gedrag / 136
8.8	Conclusie marktgedrag / 138
9	Marktresultaat / 141
9.1	Winstgevendheid / 141
9.2	Klanttevredenheid / 142
9.2.1	Reputatie / 143
9.2.2	Markttransparantie / 145
9.2.3	Prijs / 146
9.2.4	Overstapkosten / 147
9.3	Groei / 147
9.4	Kwaliteit / 149
9.4.1	Aantal klachten / 149
9.4.2	Aantal fraudezaken / 150

9.4.3	Aantal faillissementen / 151
9.4.4	Consumenten in betalingsproblemen / 152
9.4.5	Kwaliteit op microniveau / 152
9.5	Welvaartsverlies / 153
9.6	Conclusie marktresultaat / 153
10	Analyse SGR-paradigma / 155
10.1	Winstgevendheid en marktgroei / 155
10.2	Klanttevredenheid / 157
10.3	Kwaliteit / 158
10.4	Welvaartsverlies / 159
10.5	Conclusie analyse SGR-paradigma / 159
11	Toezicht en zelfregulering / 163
11.1	Doel toezicht / 163
11.1.1	Bevorderen van toegang tot de markt / 163
11.1.2	Bevorderen van een goede werking van de markt / 164
11.1.3	Bevorderen van het vertrouwen in de markt / 166
11.2	Werkt het huidige toezicht? / 167
11.2.1	Toezietsfalen / 167
11.2.2	Zelfregulering / 170
11.3	Publieke belangen / 172
11.4	Conclusie toezicht en zelfregulering / 174
12	Transformatie / 177
12.1	Gesloten versus transparant / 177
12.2	Afhankelijk versus onafhankelijk / 179
12.2.1	Onafhankelijkheidsscore / 181
12.3	20 000 versus 7000? / 183
12.4	Verkoop versus advies / 184
12.5	Provisie versus fee / 185
12.6	Omvanggerelateerde beloning versus kwaliteitsgerelateerde beloning / 187
12.6.1	Kwaliteit / 187
12.6.2	Prestatiebeloning / 188
12.7	Marktfalen versus effectieve concurrentie / 190
12.7.1	Inkoopfunctie / 191
12.7.2	Consument als contractpartner / 191
12.8	Vermindering transactiekosten en informatieasymmetrie versus risicomangement en risicodragerschap / 193
12.8.1	Risicomangement en risicodragerschap / 194
12.8.2	Risico-inschatting / 194
12.9	Conclusie transformatie / 195
13	Conclusie en beleidsaanbevelingen / 197
13.1	Is er sprake van marktfalen in de markt voor financieel advies? / 198
13.2	In hoeverre is het bestaan van intermediairs noodzakelijk bij het beperken van marktfalen? / 198

- 13.3 Welke rol kunnen intermediairs spelen bij het minimaliseren van marktfalen? / 199
- 13.4 Leiden intermediairs tot marktfalen of beperken intermediairs het marktfalen? / 200
- 13.5 Subconclusies / 201
 - 13.5.1 Beter een markt met dan een markt zonder intermediairs / 201
 - 13.5.2 Naarmate producten complexer worden, neemt het risico op marktfalen toe / 202
 - 13.5.3 De toegevoegde waarde van het intermediair verandert / 202
 - 13.5.4 De structuur van de intermediaire bedrijfstak is de belangrijkste oorzaak van het marktfalen / 202
 - 13.5.5 De wetgever en de toezichthouder beïnvloeden een goede werking van de markt / 202
- 13.6 Beleidsaanbevelingen / 203
 - 13.6.1 Een provisieverbod bij alle complexe, risicovolle producten is nodig om het risico op marktfalen structureel te verkleinen / 203
 - 13.6.2 De rol en positie van het intermediair moet transparanter worden / 203
 - 13.6.3 De kwaliteit van intermediairs moet meetbaar worden gemaakt en dient onderdeel te worden van de beloning / 203

Samenvatting / 205

Summary / 211

Bijlage / 217

Literatuurlijst / 219