



## 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.

## Hoofdstuk 6

### Marktstructuur

De structuur van een markt is volgens het SGR-paradigma de belangrijkste oorzaak voor het marktgedrag en het uiteindelijke marktresultaat. De marktstructuur wordt daarbij beïnvloed door de basismarktcondities die gelden ten aanzien van de intermediaire bedrijfstak. Na de marktschets en de basismarktcondities wordt in dit hoofdstuk de structuur van de intermediaire bedrijfstak ingevuld.

Om de structuur van de intermediaire bedrijfstak te analyseren, wordt, zoals beschreven in hoofdstuk 2, uitgegaan van de volgende aspecten:

- concentratie en concurrentie;
- toetredingsdrempels;
- mate van productdifferentiatie;
- beloningsstructuur; en
- technologie.

#### 6.1 Concentratie en concurrentie

Ondernemingen binnen een bedrijfstak beïnvloeden elkaars gedrag als gevolg van de onderlinge concurrentie. Concurrentiebeperkende maatregelen of acties van een deel van het intermediair in de financiële dienstverlening lokken tegenacties uit van andere ondernemingen uit dezelfde bedrijfstak. De concentratiegraad binnen een bedrijfstak bepaalt daarbij in sterke mate in hoeverre er concurrentie mogelijk is. De mate van concurrentie binnen een bedrijfstak wordt ook bepaald door het zoek- en switchgedrag van de consument.

De samenstelling van de intermediaire bedrijfstak lijkt te duiden op een markt waarin veel concurrentie is. Naast de onderlinge concurrentie tussen intermediairs, heeft de intermediaire bedrijfstak ook concurrentie van verzekeraars, banken en andere instellingen die de consument rechtstreeks van financieel advies voorzien. Deze basismarktconditie is dan ook van invloed op het bestaan van verschillende vormen van concurrentie. Ook organisaties als Vereniging Eigen Huis en branchevreemde retailers als HEMA en Kruidvat beconcurreren het intermediair.

Een economische machtspositie kan een ondernemer (of een groep ondernemers) in staat stellen zich grotendeels onafhankelijk van de concurrenten en de consumenten te gedragen, of zij maakt het hem mogelijk concurrenten van de markt te weren. Dit heeft een prijsopdrijvend effect (*De Jong & Keuzenkamp, 2006*). De intermediaire bedrijfstak heeft een groot marktaandeel bij de distributie van financiële producten. Voor de consument is het de vraag of de alternatie-

ven voor het intermediaire kanaal als substituten kunnen worden aangemerkt. Het kernproduct van een intermediair is advies en bemiddeling. Consumenten die financiële producten direct bij een verzekeraar afsluiten, maken geen gebruik van bemiddeling. Onafhankelijk advies ontbreekt, de klant moet zelf kijken en vergelijken. Via het bancaire kanaal wordt over het algemeen wel advies gegeven, echter van bemiddeling is in mindere mate sprake. Dit komt omdat banken hoofdzakelijk de producten afsluiten van de eigen organisatie (bankverzekeraar). Voor de combinatie van bemiddelen en adviseren die het intermediair de consument biedt, bestaat geen perfect substituut. En hoewel er voor de tussenpersoon geen perfect substituut bestaat, zijn de alternatieve distributiekanaalen voldoende sterk om misbruik van een eventueel ontstane dominante marktpositie onaantrekkelijk te maken.

De intermediaire bedrijfstak bestaat uit ondernemingen die onderling zeer verschillen wat omvang, samenstelling en specialisme betreft. Er is sprake van enige mate van sanering onder het intermediair in Nederland sinds de invoering van de Wfd, zoals wordt toegelicht in de volgende paragraaf. Een dergelijke sanering duidt op het bestaan van concurrentie. Ook de NMa constateert in haar Monitor Financiële Sector (2004) dat er binnen het intermediaire kanaal een beperkt risico is op overtreding van het kartelverbod van de Mededingingswet.

Een indicator voor het bestaan van marktmacht is de C4-index. De top vier van het intermediair heeft in 2007 gezamenlijk een marktaandeel van 18,6% in provisieomzet (€ 913 miljoen). De top vier intermediaire bedrijven zijn:

- Rabobank;
- Unirobe Meeùs Groep;
- AON; en
- ABN Amro Bank.

(*Assurantie Magazine, 2008*)

Er is volgens de C4-index sprake van een verhoogde concentratiegraad, als de vier grootste partijen samen meer dan 70% van de markt uitmaken (*Eerste Kamer, 2009*). De C4-index duidt op het bestaan van voldoende concurrentie binnen de intermediaire bedrijfstak. Ter vergelijking, de C4-index voor verzekeraars is over 2007 circa 52%. Daarbij gaat het om de vier grootste verzekeringsconcerns in Nederland:

- Eureko, met Achmea, Interpolis, Hagelunie en EuroCross;
- Uvit, met VGZ, IZA-IZZ, Unive, Trias, UMC/Gouda en Onderlingen Univé;
- ING, met Nationale-Nederlanden, RVS, Postbank, Movir, AO Artsenverzekering en Nationale Borg; en
- Fortis, met Fortis ASR, De Amersfoortse, Fortis Corporate Insurance, Europeesche, ABC, Falcon, Interlloyd, Ardanta en VSB.

(*Assurantie Magazine, 2008*<sup>18</sup>)

18. Na 2007 is de samenstelling van deze verzekeringsconcerns enigszins gewijzigd. Zo is bijvoorbeeld Fortis Corporate Insurance verkocht en is de Postbank als apart label opgegaan in ING.

Het bestaan van voldoende concurrentie is van belang, zodat partijen hun economische machtspositie niet misbruiken en partijen in een markt een prikkel hebben tot verhoging van de efficiëntie. Een bedreiging voor het bestaan van voldoende concurrentie wordt gevormd door het ontstaan van concentraties van intermediairs. Omdat de intermediaire markt ondanks de ingezette sanering over ruim voldoende ondernemingen beschikt, lijkt het risico op vermindering van de onderlinge concurrentie voorlopig niet aan de orde. Een betere indicator is echter de concentratietendens van het intermediair naar tussenschakels. Sinds circa het begin van deze eeuw hebben intermediairs ervoor gekozen, al dan niet geforceerd door de marktomstandigheden, om zich meer en meer aan te sluiten bij tussenschakels die een deel van het bemiddelingsproces overnemen. Deze marktomstandigheden zijn de afgenomen bereidheid van aanbieders om samen te werken met intermediairs die relatief te weinig productie brengen (segmentatiebeleid) en de toenemende regelgeving die het voor het intermediair lastiger maakt om zelfstandig aan alle eisen te voldoen. Uit cijfers van de StFD (2009) blijkt dat bijna 70% van het intermediair gebruikmaakt van de diensten van een tussenschakel. IG&H (2008) constateert dat de intermediaire hypotheekmarkt voor bijna 70% verloopt via tussenschakels. Vooral inkoopcombinaties en franchiseorganisaties zijn leidend in de intermediaire markt op het gebied van hypotheeken. Zo wordt 32% van de intermediaire hypotheekomzet gesloten via (franchise)ketens en 35% via inkoopcombinaties. Dat betekent dat tussenschakels in 2007 verantwoordelijk waren voor ruim € 44 miljard aan hypotheekomzet in Nederland.

Ook in de schademarkt wordt een concentratietendens waargenomen. Zo geeft IG&H (2008) aan dat er steeds meer omzet wordt geconcentreerd bij de top honderd van intermediaire ondernemingen. In 2000 was de schadeomzet van de top honderd van intermediairs nog 42%, in 2007 was dit percentage toegenomen tot 52. De vakbladen binnen de intermediaire bedrijfstak maken ook veelvuldig melding van overnames en fusies van intermediairs.

De huidige regelgeving vanuit de Wft belemmert de concurrentie in de markt niet. Een van de uitgangspunten van de wetgever is het creëren van een *level playing field* (gelijk speelveld) tussen de verschillende productgroepen en distributiekanaalen die als substituut ten opzichte van elkaar functioneren. Over het algemeen is de conclusie gerechtvaardigd dat er binnen de intermediaire bedrijfstak sprake is van toenemende concentratie. Echter, gezien de omvang van het intermediaire kanaal in aantal ondernemingen leidt dit vooralsnog niet tot vermindering van de onderlinge concurrentie. Sterker nog, de concentratietendens leidt mogelijk tot een krachtiger distributiekanaal in totaliteit dat beter kan concurreren met banken en verzekeraars.

Met de constatering dat meer dan de helft van het intermediair is aangesloten bij een of meerdere serviceproviders, kan men zich afvragen in hoeverre dit de onafhankelijkheid van het advies in gevaar brengt. Zolang de serviceproviders een ruim pallet aan aanbieders benutten, is er geen direct risico op vershraling van het aanbod voor de consument. Als aanbieders echter zouden overgaan tot het kopen van serviceproviders of het maken van exclusieve afspraken, dan zou het aanbod voor de consument kunnen vershralen. Helemaal als deze trend doorzet

en steeds meer intermediairs zich aansluiten bij de tussenschakels. Aan de andere kant dient gesteld te worden dat veel aanbieders niet genegen lijken te zijn om samen te werken met, wat productie betreft, kleine intermediairs. Vanuit dat oogpunt leidt de aansluiting bij tussenschakels waar aanbieders wel zaken mee willen doen, tot het in stand houden van een breed productaanbod voor de consument. Daarnaast leidt concentratie van intermediairs via tussenschakels ook tot meer concurrentiedruk op de andere distributiekanaalen, banken en direct writers.

## 6.2 Toetredingsdrempels

Tot en met 2005 was er beperkt sprake van het bestaan van toetredingsdrempels voor de intermediaire markt. Voor de bemiddeling in verzekeringen was alleen een registratie in een register bij de SER noodzakelijk, hetgeen op basis van het hebben van minimaal een assurantie-B-diploma werd toegekend. Voor de bemiddeling en advisering in bijvoorbeeld hypotheek was helemaal geen registratie nodig. Met de invoering van de Wfd per 1 januari 2006 zijn er meer drempels neergelegd om toegang te kunnen krijgen tot de intermediaire bedrijfstak. Vanaf 2006 dienen adviseurs en bemiddelaars te beschikken over een vergunning van rechtswege, geregistreerd en gecontroleerd door de AFM. Daarmee wordt tevens duidelijk dat de structuur van de markt beïnvloed is door de basisomstandigheden in de markt, te weten het regelgevende kader.

Tot aan de instelling van de AFM als toezichthouder voor de intermediaire bedrijfstak in 2006, was alleen de SER een soort van toezichtorgaan. Vanaf 1945 is de overheid zich feitelijk gaan bezighouden met het toezicht op het intermediair. Op 18 januari 1952 is de Wab tot stand gekomen. Een van de doelstellingen van de ontwerpers van de Wab was:

‘(...) het verplicht stellen van registratie van tussenpersonen en het stellen van bepaalde toelatingseisen voor registratie van bepaalde categorieën tussenpersonen, waaronder vakbekwaamheidseisen’ (*Vriesendorp-van Seumeren, 1989*).

Het toezicht via de SER was dermate minimaal, dat de overheid blijkbaar voldoende vertrouwen had in het reputatiemechanisme. Dit mechanisme betekent dat consumenten bij slechte ervaringen met intermediairs zullen overstappen naar andere intermediairs of substituten van intermediairs.

Onderstaande tabel toont de ontwikkeling van het aantal ingeschreven intermediairs in het SER-register en het AFM-vergunningenregister.

	1956	1975	1996	2005	2008	2010
A	2.700	4.037	3.983	3.983	-	-
B	10.800	14.572	19.087	19.087	-	-
C	31.500	14.242	-	-	-	-
D	-	1.860	-	-	-	-
Totaal	45.000	34.711	23.070	20.834	10.187	9.400

(AFM en SER<sup>19</sup>)

De registratie van tussenpersonen bij de SER was de meest betrouwbare bron om te analyseren hoe de omvang van het intermediair zich na de Tweede Wereldoorlog heeft ontwikkeld. Met de invoering van de Wfd werd de AFM als toezichthouder verantwoordelijk voor de registratie van intermediairs in de financiële dienstverlening. Uit de jaarverslagen van de AFM over 2006 en 2007, blijkt dat de AFM op de sluitingsdatum voor het aanvragen van een vergunning (op 31 januari 2006 hadden alle intermediairs in Nederland een maand de tijd om een vergunning aan te vragen om te kunnen bemiddelen in financiële producten, waarna de AFM uiteindelijk de vergunningen uiterlijk december 2007 definitief zou toewijzen) ruim 12 000 aanmeldingen had. Op 31 december 2007 was het totaal aantal afgegeven vergunningen 10 187, volgens het jaarverslag van de AFM. Daarvan waren circa 1000 nieuwe aanvragen, dat wil zeggen van bemiddelaars die voor de invoering van de Wfd nog niet als tussenpersoon actief waren. Dat betekent dat 9000 van de 12 000 aanvragers van een vergunning in het overgangsregime, ook een vergunning van de AFM hebben ontvangen. Dat komt neer op het wegvallen van 25% aan intermediairs als gevolg van de invoering van de Wfd. Opmerkelijk is dat in het jaarverslag van de AFM over 2008 wordt gemeld dat het aantal intermediairs stabiel is gebleven op circa 11 000. Navraag bij de AFM heeft geleerd dat het gepubliceerde cijfer over het aantal intermediairs in 2007 waarschijnlijk onjuist was. Dat betekent dat de sanering mogelijk niet 25% betrof, maar 17%. Eind 2009 stonden er bij de AFM volgens het jaarverslag nog 9400 intermediairs ingeschreven, waarmee de sanering na vier jaar toezichtwetgeving uitkomt op 15%. In dit proefschrift wordt uitgegaan van een sanering van 15%.

De dreiging van toetreding van nieuwe spelers op een markt blijkt keer op keer de belangrijkste bron van concurrentie en vernieuwing (*Boot, 2005*). Het is, zoals de AFM met haar doelstelling ook onderkent, van groot belang dat de toetredingsdrempels zo laag mogelijk worden gehouden. Omdat door concurrentie (of de dreiging ervan) marktspelers zichzelf corrigeren als winsten abnormaal wor-

19. Het allereerste register bij de SER bestond uit in totaal vier verschillende registers, te weten:

- het A-register voor makelaar in assurantiën (hiervoor moest men als makelaar beëdigd zijn) of assurantiebezorger;
- het B-register voor erkend assurantieagenten;
- het C-register voor verzekeringsagenten;
- het D-register voor aspirant verzekeringsagenten.

De belangrijkste reden voor de afwijkende getallen tussen de SER en de AFM is het feit dat in het SER-register meerdere inschrijvingen per onderneming konden bestaan.

den. Immers, dan zullen partijen toetreden om die winsten te gaan innen en zullen bestaande spelers op de markt hun prijzen weer verlagen naar een redelijk niveau, waarna de toetreders de markt vervolgens weer verlaten. Vanuit dat kader zou je kunnen veronderstellen dat het opmerkelijk is, dat het toezichtsregime in de intermediaire bedrijfstak binnen vier jaar tot een saneringsslag heeft geleid van 15%. Echter vanuit economisch perspectief wordt een dergelijke sanering uitgelegd als een teken van grote concurrentie binnen een bedrijfstak. Blijkbaar zijn de wetgever en de AFM van mening geweest dat er eerst een professionaliseringsslag moest worden gemaakt, zeg maar een zuivering van de markt. Daarmee is de intermediaire bedrijfstak interessanter geworden voor efficiënte toetreders die willen opereren in een meer professionele omgeving.

De eisen om te kunnen starten als ondernemer kunnen ook toetredingsdrempels herbergen. Een startende ondernemer dient, alvorens te mogen bemiddelen en adviseren in financiële producten, een vergunning te hebben die wordt verstrekt door de AFM. De initiële kosten daarvoor zijn een paar duizend euro voor een klein kantoor. Een van de vergunningeisen is het hebben van voldoende deskundigheid. Daartoe dient minimaal de feitelijk leidinggevende van de intermediaire onderneming over de juiste vakdiploma's te beschikken. Na toetsing door de AFM van de integriteit en betrouwbaarheid wordt de vergunning verleend. Vervolgens dient een startende ondernemer zelf of via tussenschakels samenwerkingsovereenkomsten te sluiten met aanbieders van financiële producten. Tenminste, als de ondernemer ook wil bemiddelen. Als de ondernemer ervoor kiest om uitsluitend te adviseren, is er geen samenwerking met aanbieders vereist. Een startende ondernemer dient verder goed op de hoogte te zijn van de vele regelgeving waarmee een intermediair wordt geconfronteerd. De kennisintensiteit van de bedrijfstak is hoog. Zo heeft het intermediair bijvoorbeeld te maken met de Wft, de MiFID, de pensioenwet, de WAM, socialeverzekeringswetten en het aansprakelijkheidsrecht. Om daadwerkelijk als intermediair actief te kunnen zijn, is feitelijk alleen een computer en een telefoon vereist. Veel ondernemers in de intermediaire bedrijfstak zijn nog steeds actief vanuit het woonhuis. Deze groep wordt ook wel aangeduid als de papa- en mama-kantoren. Uit de cijfers van de StFD blijkt dat 35% van het intermediair bestaat uit zelfstandigen zonder personeel. Waarschijnlijk is een deel van deze ondernemers niet werkzaam vanuit een apart kantoorpand, maar vanuit de eigen woonomgeving.

Naast de eerder geconstateerde sanering binnen de intermediaire bedrijfstak, geeft de AFM aan dat er maandelijks vele nieuwe vergunningen worden aangevraagd door nieuwe ondernemers. Zo zijn er in 2007 circa 1000 en in 2008 900 nieuwe vergunningen verschaft (AFM, 2007 en 2008). De conclusie is dan ook dat de intermediaire bedrijfstak door het toezichtregime te maken heeft met hogere toetredingsdrempels, maar dat deze drempels er niet toe leiden dat de concurrentie binnen de bedrijfstak belemmerd wordt.

### 6.3 Mate van productdifferentiatie

Het product van het intermediair is advies en bemiddeling. Het gaat hier dus niet om de differentiatie van financiële producten op zich, omdat deze niet (en-

kele uitzonderingen daargelaten) door het intermediair worden geproduceerd. De analyse betreft derhalve het bestaan van differentiatie binnen de intermediaire bedrijfstak van advies- en bemiddelingsactiviteiten.

Vrijwel alle ondernemingen binnen de financiële bedrijfstak houden zich bezig met zowel advies als bemiddeling. Zo blijkt uit de cijfers van de StFD dat 98% van het intermediair een vergunning voor bemiddeling heeft. Een enkele onderneming bemiddelt niet, maar geeft alleen advies. De productsoorten waarop de intermediairs zich in hoofdlijnen richten, zijn verzekeringen en hypotheek. Uit cijfers van de brancheorganisaties NVA en NBVA, als vermeld in hoofdstuk 4, blijkt dat verreweg het grootste deel van de omzet bij hun leden afkomstig is van de advisering over en bemiddeling in schadeverzekeringen.

#### 6.4 Beloningsstructuur

De manier waarop een intermediair wordt beloond, bepaalt in sterke mate de positie die het kantoor inneemt. Intermediairs die uitsluitend door de klant worden betaald (via een feebeloning), hebben een andere relatie met de klant, dan intermediairs die uitsluitend door de aanbieder (provisie) worden betaald. De wetgever is ook van mening dat de manier van beloning van invloed is op de regelgeving waaraan een intermediair is gebonden. Een intermediair die op provisiebasis werkt, is gebonden aan veel regels (vaste verhouding afsluit- en doorlopende provisie, terugboekingsrisico, inducements, transparantie, enz.), terwijl een feeadviseur niet gebonden is aan specifieke regels met betrekking tot deze beloningsvorm.

Beloning door de klant is in ons land pas sinds 2002 wettelijk toegestaan. Tot dat moment was in de Wabb vastgelegd dat de beloning van een tussenpersoon uitsluitend mocht bestaan uit afsluitprovisie en verlengings- of incassoprovisie. In de Wabb was ook geregeld dat een tussenpersoon geen (gedeelte van de) provisie aan de verzekeringnemer mocht retourneren. Dat artikel (het begunstigingsverbod) is per 2000 geschrapt. Met het afschaffen van deze beloningsartikelen heeft de overheid de structuur van de markt veranderd met als doel het gedrag van tussenpersonen te beïnvloeden om uiteindelijk voor de consument welvaarts-winst te bereiken. In de nota naar aanleiding van het nader verslag over de wijzigingsvoorstellen in de Wabb in 1999, schrijven de ministers Zalm en Jorritsma het volgende aan de Tweede Kamer:

‘Het intermediair kan door afschaffing van het begunstigingsverbod de prijs als marketinginstrument inzetten. De consument kan hierdoor profiteren van lagere prijzen als gevolg van prijsconcurrentie tussen tussenpersonen. Het vervallen van provisie als verplichte beloningsvorm leidt ertoe dat tussenpersonen de mogelijkheid krijgen om te kiezen voor een andere beloningswijze dan provisie, bijvoorbeeld een uurtarief, en daarbij deeldiensten kunnen aanbieden aan zowel zakelijke als particuliere consumenten.’



Het is niet exact bekend welk percentage van het intermediair sinds 2002 gebruikmaakt van de mogelijkheid om door de klant betaald te worden en in welke mate dit gebeurt. Onderzoek van Bureau D & O (2004) geeft aan dat in 2002 14% van de tussenpersonen gedeeltelijk op basis van declaratie werkte, in 2004 is dit gestegen tot 27%. Deze cijfers worden vertekend door het feit dat ook kantoren die bijvoorbeeld ooit een factuur hebben gestuurd aan klanten, meetellen bij de resultaten. SEO (2008) refereert aan bronnen in *De Telegraaf* (23 maart 2007) dat circa 5% van het Nederlandse intermediair (deels) zou werken op basis van uren-declaraties. De Europese Commissie schat het belang van *fee for advice* op 3% van de totale intermediaire omzet in Nederland in 2005 (SEO, 2008). SEO (2008) refereert verder aan cijfers van de NBVA, die aangeeft dat 30% van hun leden via het feesysteem werkt (in welke mate is niet bekend). Duidelijk is dat een beperkt deel van het intermediair in Nederland werkt op basis van feebeloning. Provisie is de dominante beloningsvorm binnen de intermediaire bedrijfstak.

#### 6.4.1 Provisie

Provisie is in artikel 1.1 van de Wft als volgt gedefinieerd:

‘(...) beloning of vergoeding, in welke vorm dan ook, voor het bemiddelen of adviseren ter zake van een financieel product of het verlenen van een beleggingsdienst of nevendienst.’

Provisie is volgens de definitie van de Wft niet alleen een geldelijke vergoeding, maar ook een beloning in natura. Er zijn verschillende provisievormen voor tussenpersonen. De meest gebruikte vormen staan in onderstaande tabel.

Type	Omschrijving
Afsluitprovisie	Eenmalige provisie voor het afsluiten van de verzekering
Doorlopende provisie	Periodieke provisie gedurende de looptijd van de verzekering
Incassoprovisie	Provisie voor het innen van aan de verzekeraar verschuldigde premie
Verlengingsprovisie/acressprovisie	Provisie bij verlenging bij aflopen contract (schade); bij leven kan er sprake zijn van een accresprovisie als het totale verzekerde kapitaal wordt verhoogd
Provisie zelfwerkzaamheid	Extra provisie bij de verzekering toegekend aan kantoren met veel expertise die daardoor de verzekeraars werk uit handen nemen; om hiervoor in aanmerking te komen, moet een verzoek bij het Erkenninginstituut Zelfwerkzaamheid worden ingediend
Tekenprovisie	Provisie voor uit hoofde van een volmacht afgesloten verzekeringen
Bonusprovisie	Extra provisie toegekend over de jaarproductie van bepaalde kapitaalverzekeringen als deze een bepaald plafond te boven gaat

(NMa, 2004a)

Bij schadeverzekeringen bestaat ruim 80% van de provisie-inkomsten uit doorlopende provisie (*StFD, 2009*). De inkomsten uit complexe financiële producten als levensverzekeringen en hypotheek, bestaan merendeels uit afsluitprovisie. De overheid heeft ten aanzien van de afsluitprovisie in de Wft opgenomen dat er vanaf 2007 een afbouw moet plaatsvinden van het aandeel afsluitprovisie voor complexe producten. De afbouw moet eindigen in 2011, als de afsluitprovisie niet meer mag bedragen (maximaal 50% van de totale provisie) dan het totaal aan te betalen doorlopende provisie. De voordelen van deze balansregel als beschreven in de brief van minister Zalm aan de Tweede Kamer (2004) zijn dat:

‘(...) het vermindert de directe prikkel op het advies die uitgaat van de afsluitprovisie en het beperkt de prikkel tot provisiejagen (afsluiten van zoveel mogelijk contracten). De evenredige verrekening van provisie naar de klant verlaagt bovendien de overstapkosten voor de klant en vermindert prikkels om onnodig oversluiten te adviseren.’

De samenstelling van de inkomsten uit levensverzekeringen is als volgt verdeeld.

Samenstelling omzet uit levensverzekeringen in 2008

<i>Categorie</i>	<i>Percentage</i>
Doorlopende provisie/incasso	41,6
Afsluitprovisie	53,0
Bonussen	2,9
Anders	2,5

(*StFD, 2009*)

Bureau D & O (2008) constateert op basis van eigen onderzoek dat de verhouding tussen afsluitprovisie en doorlopende provisie bij levensverzekeringen en hypotheek als volgt is.

Verhouding tussen afsluit- en doorlooppovisie bij levensverzekeringen en hypotheek

<i>Categorie</i>	<i>Percentage</i>
Doorlopende provisie	20
Afsluitprovisie	80

Het verschil tussen de onderzoeksuitkomsten van de StFD en Bureau D & O wordt verklaard door het feit dat Bureau D & O naast levensverzekeringen ook hypotheek in de onderzoeksvraag betreft. Hypotheek zijn financiële producten waarbij, voordat de overheid ingreep in de structuur met de balansmaatregel, nagenoeg alleen maar afsluitprovisie werd betaald. Het is dan ook logisch dat de cijfers van Bureau D & O een hoger percentage afsluitprovisie kennen dan de cijfers van de StFD.

#### 6.4.2 *Kruissubsidie*

Binnen het provisiestelsel is sprake van kruissubsidie. De provisie is een percentage van de hoogte van de premie of de hypotheeksom. Daardoor betalen klanten, naarmate men meer premie inlegt of hypotheek geeft, meer provisie aan het intermediair dat het product voor de klant heeft afgesloten, terwijl het intermediair nagenoeg dezelfde dienstverlening verricht. Over het algemeen betalen consumenten met hogere inkomens meer premie en hypotheeklasten, dan consumenten met een relatief laag inkomen. De 'rijkere' klant betaalt dus meer provisie dan de 'arme' klant om per saldo op een gemiddelde beloning uit te komen. Daarnaast betalen de klanten die een product afsluiten via de bemiddeling van een intermediair, voor de dienstverlening aan klanten die wel advies vragen, maar geen product afsluiten (shoppers). Het provisiestelsel zorgt er mede voor dat de toegang tot financieel advies laagdrempelig is, omdat de klant niet betaalt voor advies als hij besluit geen product af te nemen via de adviserende partij. Daarbij dient te worden aangetekend, dat het twijfelachtig is of consumenten in grote mate gebruikmaken van deze mogelijkheid. Uit onderzoek van Bruggert et al. (2004) blijkt dat ongeveer de helft van de consumenten een hypotheek afsluit via de eerstbezochte tussenpersoon. Ook geeft De Hypotheker (2006) aan dat uit consumentenonderzoek van InFinance bleek, dat een kwart van de ondervraagden genoeg had aan slechts één advies, 40% wist al na twee aanbiedingen welke hypotheek het moest worden.

#### 6.4.3 *Bias*

Binnen de provisiestructuur zijn meerdere vormen van bias te onderscheiden. Het Ecorys-rapport (*Bas et al., 2004*) schrijft over aanbiederbias en de productbias. Intermediairs kunnen de ene aanbieder eerder adviseren dan een andere aanbieder, omdat de provisie per aanbieder verschilt. In de aanbiederbias zit een prikkel om díé aanbieder aan de klant te adviseren die de hoogste provisie biedt. Daarnaast is er de productbias. Dat houdt in dat er verschillende provisies worden betaald voor verschillende producten. Daarin schuilt een prikkel voor intermediairs om alleen díé producten te adviseren die de hoogste provisie opleveren.

Naast de biases die het Ecorys-rapport signaleert is er ook een eindbedragbias. De provisie voor verzekeringen is grotendeels afgestemd op de hoogte van de te betalen premie door de klant. Des te meer premie klanten betalen, des te meer provisie het intermediair ontvangt. Dat speelt ook bij hypotheek. Daarbij wordt het intermediair veelal betaald via een percentage van het hypotheekbedrag. Des te hoger de hypotheek, des te hoger de provisie.

#### 6.4.4 *De hoogte van beloning*

Het AM Jaarboek (2008) maakt melding van het feit dat in 2007 voor € 4,9 miljard aan provisie is uitgekeerd door verzekeraars aan de intermediaire bedrijfstak. Dit bedrag is een schatting op basis van door verzekeraars beschikbaar gestelde informatie. De provisie-uitkeringen van banken (geldverstrekkers) aan het intermediair voor de bemiddeling in hypotheek is hier dan ook niet in meegere-

kend. De provisie-inkomsten van de intermediaire bedrijfstak in verzekeringen bedragen daarmee 15% van alle premies die via intermediairs zijn afgesloten.

Tussen verzekeraars verschilt de beloning in termen van provisie en bonus niet heel veel. Aanbieders hebben met het provisie-instrument, waarmee zij eenzijdig de hoogte van de provisie bepalen, grip op het distributiekanaal (SEO, 2008). De provisie die wordt uitgekeerd aan tussenpersonen voor de bemiddeling en verkoop van schadeverzekeringen, wordt uitgedrukt in een percentage van de betaalde jaarpremie. Gemiddeld ontvangt een tussenpersoon 20 tot 25% van de jaarpremie voor schadeverzekeringen als beloning, zoals ook blijkt uit onderstaande tabel. De gevonden percentages komen overeen met de publicatie van provisiepercentages in enkele dienstverleningsdocumenten van tussenpersonen.<sup>20</sup> Deze beloning heeft betrekking op de werkzaamheden voor het adviseren, het afsluiten en het beheren van de verzekering. Tevens zit hierin de beloning voor werkzaamheden als er een schade is. Daarnaast is de provisie een beloning van verzekeraars voor het aanbrengen van de klant.

<i>Verzekering</i>	<i>Provisie in percentage jaarpremie</i>	<i>Gemiddelde jaarpremie in euro's</i>	<i>Provisie per jaar in euro's</i>
Arbeidsongeschiktheid	17,5	2.250	393,75
Overlijdensrisico	185	1.000	1.850
Uitvaart	8	*	1.200
Opstal	22,5	300	67,50
Woonhuis	22,5	300	67,50
Inboedel	22,5	250	56,25
Auto	22,5	450	101,25
Zorg (basis)	10	1.100	110
Motor	22,5	800	180
Rechtsbijstand	22,5	225	50,63
Boot	22,5	650	146,25
Caravan	25	200	50
Aansprakelijkheid	25	50	12,50
Reis	25	60	15
Ongevallen	25	30	7,50
Fiets	20	100	20
Bruiloft	20	175	35
Bromfiets/scooter	22,5	65	14,63
Bruiloft/jubileum	20	117	23,40

\* Bij de uitvaartverzekering bedraagt de provisie 8% van het verzekerd kapitaal. (Nationale Hypotheekpas, <[www.nhp.nl](http://www.nhp.nl)>, 2009)

20. Hiervoor zijn de dienstverleningsdocumenten van de volgende, willekeurig gekozen, tussenpersonen geraadpleegd op internet: Antonius Adviesgroep, Doorneweerd advies en bemiddeling, Assurantie adviesburo A. Vos, Offermans financiële diensten en Assurantiekantoor P. Van de Walle.

Aan de hand van een eigen quickscan<sup>21</sup> op internet bij enkele intermediairs, komt het volgende provisiebeeld naar voren bij levensverzekeringen. Voor levensverzekeringen wordt meestal de volgende formule gebruikt om de provisie voor een tussenpersoon te berekenen: (jaarpremie x duur van de verzekering) x 3,5 tot 7%. Voor een direct ingaande lijfrente en voor een beleggingslijfrente is 1,5% van de totale koopsom een gemiddelde beloning.

Bij hypotheeken gelden verschillende beloningen voor verschillende hypotheeken. Uit het Ecorys-rapport over de kwaliteit van de hypotheekadviesmarkt, komt de volgende tabel.

Hypotheekproductie	€ 0-2,5 miljoen	€ 2,5-5 miljoen	€ 5-10 miljoen
Hypotheekprovisie:			
niet-complexe hypotheek	0,75%	0,75%	0,75%
Bonusprovisie		0,20%	0,25%
Totaal: niet-complexe hypotheek	0,75%	0,95%	1,00%
Totaal: spaarhypotheek	2,50%	2,50%	2,50%
Totaal: beleggingshypotheek	2,25%	2,45%	2,50%
Totaal: levenshypotheek	2,25%	2,45%	2,50%

(Bas et al., 2004)

De Vereniging Eigen Huis publiceerde in 2009 in antwoord op de wettelijke eis tot beloningstransparantie, enkele gemiddelde tarieven voor hypotheekadviezen (Hopman, 2009).

Type hypotheekproduct	Gemiddeld percentage van de hypotheeksom als provisie
Hybride of gemengde hypotheek	2,5%
Spaarhypotheek	2,0%
Bankspaarhypotheek	1,6%
Aflossingsvrije hypotheek	1,0%

Ook de website <[www.provisieoverzicht.nl](http://www.provisieoverzicht.nl)> geeft de consument inzicht in de verschillende hoogtes van provisieregelingen.

#### 6.4.5 Fee

Naast het provisie-systeem kunnen intermediairs ook op andere manieren voor hun dienstverlening worden beloond. Sinds 2002 hebben verschillende alternatieve beloningsvormen hun weg naar de markt gevonden. De meest gebruikte zijn:

21. Er is gebruikgemaakt van de informatie uit dienstverleningsdocumenten op de volgende websites van intermediairs: <[fpb.nl](http://fpb.nl)>, <[levensloopvisie.nl](http://levensloopvisie.nl)>, <[degraafverzekeringen.nl](http://degraafverzekeringen.nl)>, <[zekeregeregeld.nl](http://zekeregeregeld.nl)> en <[bureaugroenveld.nl](http://bureaugroenveld.nl)>.

<i>Type</i>	<i>Omschrijving</i>
Fee op uurbasis	De klant ontvangt een factuur op basis van het aantal gewerkte uren X een uurtarief
Fee op abonnementsbasis	De klant betaalt periodiek een vast bedrag voor diensten die van het intermediair worden afgenomen
Fee op productbasis (fixed price)	De klant betaalt eenmalig een vast bedrag per afgesloten product, onafhankelijk van productvorm (bijvoorbeeld € 1000 voor een hypotheek, ongeacht of het een aflossingsvrije hypotheek is of een beleggingshypotheek) of productomvang (bijvoorbeeld € 1000 voor een hypotheek, ongeacht de hoogte van de hypotheek)

(De Jong, 2010)

De Consumentenmonitor van het Centrum voor Verzekeringsstatistiek (2005) wijst uit dat consumenten vinden dat één uur advies van een intermediair maximaal € 15 mag kosten. 48% van de consumenten uit dat onderzoek wil helemaal niets voor het advies betalen en de consumenten voor wie het advies wel waarde heeft, zijn gemiddeld bereid om € 29 te betalen voor één uur advies. De VB-Barometer (2006) geeft een vergelijkbaar beeld. 37% van de consumenten uit dat onderzoek heeft niet meer dan € 30 over voor advies van een intermediair. Franchiseketen De Hypotheekshop hanteert daartegenover een standaard uurtarief van € 120 en de leden van de VOFP hanteren een tarief van tussen de € 100 en 180 per uur.

#### 6.4.6 *Distributievergoeding*

In haar rapport 'Inzicht in belonen' (2008) geeft SEO aan dat er naast provisie en fee ook een betalingsstroom loopt tussen aanbieder en intermediair, voor werkzaamheden die het intermediair primair ten behoeve van de aanbieder (secundair ten behoeve van de klant) verricht. Deze beloning noemt SEO kostencompensatie, distributievergoeding of korting op de inkoopprijs.

#### 6.4.7 *Bonussen en incentives*

Naast inkomsten uit provisie en directe fees, kunnen intermediairs ook een beloning ontvangen in de vorm van een bonus of een incentive. Bonusprovisie is een beloning voor het onderbrengen van een minimum productie bij de verzekeraar die de bonus toekent. Incentives zijn beloningen die met name verzekeraars als een soort winstuitkering aan het intermediair toekennen. Het betreft dan een extra beloning op basis van de bijdrage aan de winst van de aanbieder door het intermediair. Dergelijke productieafspraken gelden met name voor de grote intermediaire bedrijven. Een klein intermediair heeft minder capaciteit en omvang om tot de vereiste minimumproductie te kunnen komen die nodig is om de bonussen of incentives te kunnen ontvangen. Van de 9400 intermediairs in Nederland heeft 96% twintig of minder medewerkers in dienst. De discussie over bonussen en contingent commissions heeft daarom waarschijnlijk betrekking op

een beperkt deel van de intermediaire markt. Over de inkomsten uit bonusprovisies zijn geen exacte cijfers bekend. SEO (2008) schat de omvang van bonussen aan intermediairs, al dan niet via tussenschakels, in de markt voor complexe producten op tussen de € 90 en 160 miljoen. Incentives komen overigens ook voor in de vorm van relatiegeschenken of het uitnodigen voor bijvoorbeeld sportwedstrijden of culturele evenementen.

In 2009 is een begin gemaakt met een verbod op bonusprovisies bij complexe producten en hypothecaire kredieten. Met de invoering van de inducementnorm in het Bgfo, is de interpretatie van de AFM, conform de aanbevelingen van het orgaan voor Europese toezichthouders CESR, dat omzetbonussen niet in het belang van de klant zijn en daarmee verboden. Vanaf 1 januari 2010 verbiedt het Ministerie van Financiën ook andere bonussen dan omzetbonussen bij complexe producten en hypothecaire kredieten. Minister Bos schrijft daarover in zijn brief aan de Tweede Kamer van 16 juni 2009 het volgende:

‘(...) gekozen is voor het verbieden van elke provisie anders dan afsluit- en doorlopende provisie. Deze strikte vormgeving sluit aan bij de politieke wens van uw Kamer om alle ontwijkroutes af te sluiten.’

De uitzonderingen op het bonusverbod (zie hoofdstuk 5) die eind 2009 nog waren opgenomen in de Wft, worden op verzoek van de Tweede Kamer ook geschrapt, waarschijnlijk per 1 januari 2011.

## 6.5 Technologie

Technologie speelt binnen de intermediaire bedrijfstak een belangrijke rol. Vooral als gevolg van de introductie van de personal computer is de bedrijfsvoering van intermediairs ingrijpend veranderd. Met behulp van de computer konden met name administratieve werkzaamheden efficiënter worden uitgevoerd. Met de opkomst van internet en het daardoor mogelijk geworden e-commerce, zijn ook aan de advies- en verkoopkant van de bedrijfsvoering veranderingen waarneembaar. Als gevolg van technologische ontwikkelingen zijn de commerciële mogelijkheden voor het intermediair vergroot. Bijvoorbeeld door de opkomst van het autogebruik, de toename van het aantal reizen en het administreren van polissen via de computer. Door de technologische vooruitgang neemt ook het risico voor ondernemers toe met betrekking tot bijvoorbeeld de uitval van machines en netwerken. Dergelijke risico's dienen weer verzekerd te worden, waardoor er nieuwe markten ontstaan voor het intermediair.

Dit proefschrift richt zich op de meest recente technologische ontwikkelingen. Vanaf eind jaren negentig van de vorige eeuw heeft internet veel verschuiving teweeggebracht binnen de intermediaire bedrijfstak. De conclusie lijkt voor de hand te liggen dat de verschuiving in het marktaandeel binnen de particuliere verzekeringsmarkt voor een groot deel te verklaren is door ontwikkelingen op het gebied van ICT. In het bijzonder de internetverzekeraars hebben aan marktaandeel gewonnen in de particuliere markt. Een vergelijkbare tendens is waar-

neembaar in de banksector, waarover eerder is geschreven. In de banksector zijn veel fysieke diensten vervangen door technologische toepassingen als internet-bankieren en pintransacties. Met de opkomst van internet ontstonden er meer en betere mogelijkheden voor aanbieders van financiële producten om producten te verkopen, zonder inschakeling van een intermediair. Internettechnologie zorgt ervoor dat de transactiekosten voor consumenten en aanbieders lager zijn in vergelijking met de distributie via traditionele kanalen zoals intermediairs, telefonische of schriftelijke verkoop. Los van de commerciële voordelen van internet, levert de internettechnologie ook efficiencyvoordelen op het gebied van administratie (muteren, offreren, aanvragen).

De premieomzet van via internet verkochte verzekeringspolissen is de afgelopen jaren sterk gestegen. Uit onderzoek van Blauw Research en Thuiswinkel.org (*AMWeb, 2010*) blijkt dat in 2009 voor € 485 miljoen aan premie is omgezet uit verzekeringen die via internet zijn afgesloten. Ten opzichte van 2008 betekent dit een groei van 32%. De meeste verzekeringen die online worden afgesloten zijn autoverzekeringen, ziektekostenverzekeringen en reisverzekeringen. Het gros van de onlineverzekeringsmarkt is te categoriseren als de particuliere schadeverzekeringsmarkt, ook wel de markt voor simple-riskverzekeringen genoemd. Simple risk duidt op het feit dat dergelijke verzekeringsproducten een relatief klein risico (in vergelijking met het afdekken van een overlijdensrisico of een pensioentekort) vormen voor de consument en ook dat deze producten via internet over het algemeen eenvoudig zijn te vergelijken en af te sluiten. De voorkeur van consumenten geeft ook aan dat het intermediair van internet geduchte concurrentie ondervindt, waarbij de voorkeur bij complexe producten meer bij het intermediair ligt dan bij eenvoudige producten als spaarproducten. Uit onderzoek van CentiQ (IG&H, 2008) komt onderstaand beeld naar voren.

'Via welk verkoopkanaal laat consument zich adviseren voor afsluiten van product?'

	<i>Intermediair</i>	<i>Bank</i>	<i>Werkgever</i>	<i>Internet</i>	<i>Media</i>	<i>Overig</i>
Pensioen	60%	6%	37%	6%	3%	17%
Lijfrente	81%	19%	5%	11%	14%	15%
Hypotheek	72%	39%	4%	18%	10%	19%
Leningen	27%	34%	1%	18%	18%	26%
Beleggen	31%	42%	6%	22%	21%	17%
Sparen	5%	46%	1%	32%	18%	26%

(*CentiQ, 2007 en IG&H, 2008*)

De impact van internet op de intermediaire bedrijfstak is groot. Als gevolg van met name de internettechnologie is de concurrentie voor het intermediaire kanaal significant vergroot. Niet alleen is er meer concurrentie van traditionele directe kanalen als Centraal Beheer, OHRA en de banken, ook nieuwe aanbieders hebben hun intrede in de markt gedaan. Hoewel nieuw, tot nu toe zijn de nieuwkomers op de markt voor particuliere schadeverzekeringen als Ditzo, Allsecur, Inshared en Izio allen nog een onderdeel van reeds bestaande aanbieders: Ditzo van ASR, Allsecur van Allianz, Inshared van Achmea en Izio van Delta Lloyd.



Door de internettechnologie hebben consumenten meer kennis en informatie beschikbaar over verzekeringsproducten en over de aanbieders ervan. Nieuwe partijen in de markt als Independer en de Verzekeringssite hebben online vergelijkingsprogramma's ontwikkeld, waarmee consumenten eenvoudig verschillende verzekeringsproducten kunnen vergelijken en afsluiten. De informatieasymmetrie van consumenten is afgenomen en de transactiekosten zijn gedaald, wat betekent dat het intermediair op het terrein van particuliere schadeverzekeringen andere waarde moet toevoegen dan in het pre-internet tijdperk.

### 6.6 Conclusie marktstructuur

Dit hoofdstuk heeft een beeld gegeven van de structuur van de intermediaire bedrijfstak in totaliteit. De intermediaire bedrijfstak is een bedrijfstak van overwegend kleine ondernemingen. Er zijn relatief veel intermediairs actief in de Nederlandse markt. De ondernemers zijn actief in bemiddeling en advisering van verzekeringen en hypotheeken, werken over het algemeen op provisiebasis en staan onder toezicht van de AFM. De intermediaire bedrijfstak in het algemeen is voor het belangrijkste deel van de inkomsten afhankelijk van de bemiddeling in schadeverzekeringen voor particuliere relaties. Daarnaast is er een grote groep intermediairs die zich meer toelegt op de zakelijke markt of op de hypotheekmarkt, de zogeheten specialisten. De markt is relatief laag geconcentreerd en de conclusie is gerechtvaardigd dat er sprake is van voldoende concurrentie binnen de bedrijfstak, ondanks dat een sanering van 15% heeft plaatsgehad.

De intermediaire bedrijfstak bestaat bij de gratie van het bestaan van transactiekosten en informatieasymmetrie, echter dat bestaansrecht staat als gevolg van technologische en maatschappelijke ontwikkelingen onder druk. Daarbij wordt de markt gekenmerkt door het bestaan van *plural-principal*relaties tussen aanbieders, intermediair en afnemers.

De beloningsstructuur is hoofdzakelijk gebaseerd op het provisiestelsel, dat weer gekenmerkt wordt door de aanwezigheid van kruissubsidie en verschillende biases. De aanbieder betaalt het intermediair zijn beloning in een percentage van de door de consument betaalde premie of hypotheeksom. De gemiddelde provisie van de bedrijfstak is 15% van de afgesloten verzekeringspremie. Directe betaling door de consument komt sporadisch voor, doordat alternatieve beloningsvormen, naast of in plaats van provisie, door het intermediair zeer beperkt worden ingezet.

De eerder beschreven basismarktcondities zijn van invloed op de structuur van de markt. Vooral het regelgevende kader en de specifieke relatie tussen aanbieders en intermediair hebben een grote impact op de structuur van de markt. Daarnaast hebben technologische ontwikkelingen, in het bijzonder internet, gezorgd voor meer concurrentie en is het primaire bestaansrecht van het intermediair onder druk komen te staan. De structuur van de intermediaire bedrijfstak is volgens het SGR-paradigma de belangrijkste oorzaak voor het gedrag dat onder-

nemingen binnen een bedrijfstak vertonen. Vervolgens is het marktresultaat weer het gevolg van het getoonde marktgedrag.

Voorafgaand aan de analyse van het marktgedrag, wordt eerst het bestaan van marktfalen binnen de intermediaire bedrijfstak uitgewerkt. Het bestaan van marktfalen is een belangrijke aanname voor dit proefschrift. Vanuit het bestaan van marktfalen is de verdere analyse via het SGR-paradigma relevant.