

NIEUW IN VVP IN 2024: VVP LEGT EEN VRAAG VOOR AAN CHATGPT EN LAAT VERVOLGENS EEN DESKUNDIGE VAN VLEES EN BLOED OP HET ANTWOORD REAGEREN. IN DEZE EERSTE AFLEVERING IS DE PROMPT: WAAROM IS ACTIEVE PROVISIETRANSPARANTIE GOED? RICHARD MEINDERS, SVC GROEP EN LID VAN HET VVP ONDERNEMERSPANEL REAGEERT: "WAAROM REPAREREN WE IETS WAT NIET GEBROKEN IS?"

# ChatGPT versus Richard Meinders

TEKST CHATGPT EN RICHARD MEINDERS

## WAAROM IS ACTIEVE PROVISIETRANSPARANTIE GOED?

ChatGPT: "De kern van actieve provisietransparantie ligt in het creëren van een gelijk speelveld, waarin alle betrokken partijen duidelijkheid verschaffen over de financiële arrangementen die worden gemaakt. Dit bevordert het vertrouwen tussen consumenten en financiële dienstverleners, omdat het potentiële belangenconflicten minimaliseert en de consument in staat stelt om een weloverwogen keuze te maken op basis van volledige informatie.

Ten eerste draagt actieve provisietransparantie bij aan een verhoogd bewustzijn bij consumenten over de kosten van financiële producten en diensten. Door inzicht te krijgen in de commissies en vergoedingen die adviseurs ontvangen, kunnen consumenten de totale kosten van een product beter begrijpen en vergelijken. Dit stelt hen in staat om beter geïnformeerde beslissingen te nemen die aansluiten bij hun financiële behoeften en doelen.

Daarnaast stimuleert het openbaar maken van provisies en vergoedingen een meer ethische praktijk binnen de financiële sector. Het dwingt financiële adviseurs om transparanter te zijn over hun beloningen en moedigt hen aan om het belang van de klant centraal te stellen. Deze transparantie kan het vertrouwen tussen adviseurs en hun klanten versterken, omdat het

aantoont dat de adviseur eerlijk en oprecht is in zijn aanbevelingen.

## GEZONDE MARKTCONCURRENTIE

Bovendien bevordert actieve provisietransparantie de concurrentie en innovatie binnen de financiële sector. Wanneer consumenten toegang hebben tot gedetailleerde informatie over de kosten van verschillende producten en diensten, ontstaat er een gezonde marktconcurrentie. Financiële instellingen worden gestimuleerd om hun producten te verbeteren en de kosten te verlagen om te concurreren in een transparante omgeving. Dit leidt tot meer keuzemogelijkheden en betere voorwaarden voor consumenten.

Een andere belangrijke reden waarom actieve provisietransparantie gunstig is, is de bevordering van verantwoordelijkheid en compliance binnen de financiële sector. Door openbaarmaking van provisies worden financiële instellingen gestimuleerd om zich strikt aan regelgeving en ethische normen te houden. Dit helpt bij het voorkomen van belangenconflicten en het verminderen van misstanden, waardoor de integriteit van de sector wordt versterkt.

Niettemin zijn er ook uitdagingen bij het implementeren van actieve provisietransparantie, zoals het waarborgen van volledige en begrijpelijke informatie



## ‘Actieve provisie- transparantie is een beetje asociaal’

voor consumenten en het voorkomen van mogelijke manipulatie van de gerapporteerde gegevens.

Kortom, actieve provisietransparantie is een belangrijk instrument voor het beschermen van consumentenbelangen, het verbeteren van het vertrouwen in de financiële sector en het stimuleren van concurrentie en innovatie. Het bevordert een cultuur van integriteit en verantwoordelijkheid binnen de financiële dienstverlening en geeft consumenten de kans om weloverwogen financiële beslissingen te nemen.”

### FOUTEN IN VERHAAL CHATGPT

Richard Meinders: “Kunstmatige intelligentie verzamelt haar antwoorden op basis van haar database. Deze is helaas een aantal jaren oud en mist de diepere sociologische benadering. Als je de reactie van ChatGPT leest, dan lijkt dit een mooi afgewogen verhaal maar er zitten wel een paar fouten in.

Laten we eens beginnen met het creëren van een gelijk speelveld. De Wft is voortgekomen uit Europese regelgeving met inderdaad de bedoeling om een gelijk speelveld te creëren tussen alle partijen die op een markt producten en/of diensten aanbieden. Helaas draagt de actieve provisietransparantie alleen maar bij een het ongelijker maken van het speelveld. Een verzekeraar die zijn producten rechtstreeks op de markt aanbiedt, hoeft veel minder van zijn distributiekosten inzichtelijk te maken dan een adviseur/bemiddelaar. Denk bijvoorbeeld aan zijn marketingkosten of affiliatievergoedingen die de direct writer vergoed aan (vergelijkings)websites. Hierdoor lijkt het alsof de verzekeraar goedkoper is, maar dat is appels met de spreekwoordelijke peren vergelijken.

Ik krijg vaak te horen dat een bemiddelaar niet in staat is om uit te leggen wat hij doet voor zijn provisie. In mijn ervaring is niets minder waar. De adviseur/bemiddelaar kan heel goed uitleggen waar zijn toegevoeg-

de waarde zit, alleen de consument is niet ontvankelijk voor deze boodschap omdat ze niet met verzekeringen bezig willen zijn. Daarmee blijft alleen de prijs van het product c.q. de dienst over. Pas als een consument een beroep op zijn adviseur/bemiddelaar gaat of wil doen, ziet hij de toegevoegde waarde van deze dienstverlening en kan hij de beloning op waarde schatten.

### BREEDSTE SCHOULDERS

Daarnaast is actieve provisietransparantie een beetje asociaal. Het systeem van provisie zorgt ervoor dat de breedste schouders de breedste lasten dragen. Hiermee subsidiëren de consumenten met een grote auto en een duur huis ook de dienstverlening aan de weduwe met een AOW-tje in een bejaardenwoning. Door de beloning actief transparant te maken zullen juist de consumenten die in verhouding teveel betalen voor de dienstverlening van de adviseur/bemiddelaar gaan vragen om een lagere beloning. Dit betekent dat de adviseur/bemiddelaar de klanten die te weinig betalen om een extra beloning moet gaan vragen. Dit is veelal een doelgroep die hier geen financiële ruimte voor heeft maar financieel advies wel heel hard nodig heeft.

De evaluatie van het provisieverbod voor complexe en impactvolle producten in 2019 is met veel gejuich ontvangen door politiek en toezichthouders. Ik lees vooral dat consumenten in de laagste inkomenscategorie meer op basis van execution only zijn gaan handelen. Daarnaast zie ik een terugloop in het advies op arbeidsongeschiktheidsverzekeringen, overlijdensrisicoverzekeringen en uitvaartverzekeringen. Verzekeringen die voor veel consumenten enorm belangrijk zijn!

Transparantie is goed, maar je kunt ook uitgaan van een professionele houding van een beroepsgroep om hun werk goed te doen tegen een redelijke beloning. Waarom repareren we iets wat niet gebroken is?” ■