

## **Standaardiseren Dienstverleningsdocument**

**AFM raadpleegt de markt.**

# Inhoudsopgave

---

## Inleiding

### 1. Dienstverleningsvragen

- 1.1 Uitvraag in de DVD generator
- 1.2 Weergave in het Dienstverleningsdocument
- 1.3 Productcategorieën
- 1.4 Relevante bevindingen uit het consumentenonderzoek

### 2. Samenvatting dienstverlening in het DVD

- 2.1 Uitvraag in de DVD generator
- 2.2 Weergave in het Dienstverleningsdocument
- 2.3 Relevante bevindingen uit het consumentenonderzoek

### 3. Inventarisatie in het DVD

- 3.1 Uitvraag in de DVD generator
- 3.2 Weergave in het Dienstverleningsdocument
- 3.3 Relevante bevindingen uit het consumentenonderzoek

### 4. Vergelijkende analyse in het DVD

- 4.1. Randvoorwaarden aan de weergave van objectieve analyse in het DVD
- 4.2. Categorieën voor objectieve analyse
- 4.3. Vergelijkbare financiële producten; productcategorieën
- 4.4. Op de markt verkrijgbaar
- 4.5. Toereikend aantal
- 4.6. Uitvraag in de generator
- 4.7. Wegingsfactor productcategorie
- 4.8. Weergave in het Dienstverleningsdocument
- 4.9. Relevante bevindingen uit het consumentenonderzoek

### 5. Belangen in het DVD

- 5.1 Eigen producten
- 5.2 Gekwalificeerde deelnemingen
- 5.3 Contractuele verplichtingen
- 5.4 Relevante bevindingen uit het consumentenonderzoek

### 6. Bemiddelen in het DVD

- 6.1 Uitvraag in de DVD generator
- 6.2 Weergave in het Dienstverleningsdocument

### 7. Dienstverlening na advies en afsluiten

- 7.1 Uitvraag in de DVD generator
- 7.2 Weergave in het dienstverleningsdocument
- 7.3 Relevante bevindingen uit het consumentenonderzoek

## **8. Kosten**

- 8.1 Uitvraag in de DVD generator
- 8.2 Weergave in het dienstverleningsdocument
- 8.3 Relevante bevindingen uit het consumentenonderzoek

**Bijlage 1: Toelichting op productcategorieën**

**Bijlage 2: Uitwerking vergelijkende analyse (variabel percentage)**

---

## Inleiding

---

Op 1 juli 2013 treedt de verplichting in werking om een standaard Dienstverleningsdocument (hierna 'DVD') aan de consument<sup>1</sup> uit te reiken voor producten die per 1 januari 2013 onder het provisieverbod vallen. Vanaf 1 juli 2013 zal het DVD niet langer vormvrij zijn, maar een vast format hebben. U kunt straks via een DVD generator, die beschikbaar wordt gesteld via het digitale loket op de website van de AFM een DVD genereren dat voldoet aan de wettelijke eisen die aan het standaard DVD worden gesteld.

De verplichting voor een standaard DVD is vastgelegd in artikel 86f Besluit Gedragstoezicht financiële ondernemingen (BGfo). Hierin heeft de AFM tevens de bevoegdheid gekregen (lid 7) om nadere regels te stellen (Nrgfo) met betrekking tot de inhoud, vorm en wijze van verstrekking van het DVD. Doormiddel van deze consultatie wil de AFM haar voorstellen van deze uitwerking graag aan de markt voorleggen.

### Doelstelling van deze consultatie

Het DVD is bedoeld om de consument te helpen bij zijn keuze voor een financieel dienstverlener. Om die keuze goed te kunnen maken is het van belang dat hij inzicht heeft in de prijs die hij betaalt, en wat hij daarvoor krijgt. Het DVD dient begrijpelijk te zijn voor consumenten en ze in staat te stellen gemakkelijk verschillende proposities met elkaar te kunnen vergelijken.

Om de vergelijkbaarheid te realiseren is het van belang dat uniforme uitgangspunten gehanteerd worden door financiële dienstverleners bij het weergeven van hun propositie. Dit levert een spanningsveld op met de diepgang en hoeveelheid van informatie die weergegeven kan worden in het DVD.

In deze consultatie legt de AFM een voorstel van het DVD aan u voor waarbij is gezocht naar een goede balans tussen uniformiteit en begrijpelijkheid aan de ene kant, en de mogelijkheid om verschillende dienstverleningconcepten voldoende tot hun recht te laten komen anderzijds.

In het bijzonder willen we van u weten of het voorstel in zijn geheel:

1. Voldoende mogelijkheden biedt om de belangrijkste kenmerken van uw propositie voor het voetlicht te brengen (zowel kosten als de dienstverlening die daar tegenover staat).
2. Op welke manier dat beter zou kunnen (waar zou meer ruimte voor moeten zijn, hoe kan dat vorm worden gegeven?)

Verder vernemen wij graag uw opmerkingen en suggesties bij de afzonderlijke onderdelen van dit voorstel.

3. Wat vindt u van de **structuur, de verschillende onderdelen en vormgeving** van het DVD? En wat is eventueel uw voorstel om op deze onderdelen verbeteringen aan te brengen? Voorziet u knelpunten ten aanzien van de gegevens die u als financiële dienstverlener dient in te vullen in de vragenlijst?

### Hoe moet dit document worden gelezen?

In dit document treft u het voorstel van de AFM en de daarbij behorende bijlage aan. Het hoofddocument bestaat uit:

---

<sup>1</sup> Of, indien het een verzekering betreft, cliënt.

1. de lijst met vragen die u als financiële dienstverlener invult om een standaard DVD te genereren ('de vragenlijst') en
2. de 'weergave van de informatie aan de consument in het DVD', zijnde alle mogelijke teksten (afhankelijk van uw eigen invoer bij de vragenlijst) die de consument te zien krijgt in het DVD.

Per onderdeel wordt eerst getoond wat u als financiële dienstverlener ziet bij het opstellen van het DVD, direct gevolgd door wat de consument straks hierbij ziet in het DVD. Alle onderdelen samen vormen het standaard DVD. Per onderdeel is een toelichting opgenomen, waarin de AFM haar keuzes onderbouwt aan de hand van de uitkomsten van het consumentenonderzoek.

Daarnaast treft u in de bijlage vier voorbeelden van dienstverleningsdocumenten:

- **Bijlage 1: Vier voorbeeld DVD's.** Dit betreft vier varianten van de concept-DVD's, waarbij u kunt zien hoe het DVD er straks uit kan komen te zien. Wij vragen u hierbij in elk geval in te gaan op de vraag: wat is uw voorstel tot verbetering ten aanzien van de vormgeving van het DVD?

[Graag ontvangen wij uw reactie voor 1 februari 2013. U kunt uw inbreng per e-mail naar ons sturen: Dienstverleningsdocument@afm.nl](mailto:Dienstverleningsdocument@afm.nl)

#### **Waarom nu een consultatie?**

Onlangs heeft de AFM de eerste concept-DVD's in een kwalitatief onderzoek getest onder consumenten. In dit onderzoek heeft de AFM onder andere de vormgeving en de onderdelen en teksten getoetst op duidelijkheid en begrijpelijkheid voor de consument. Aan de hand van de uitkomsten van dat consumentenonderzoek heeft de AFM aanpassingen doorgevoerd om het DVD op de genoemde punten verder te verbeteren. Om u inzicht te geven in de keuzes die de AFM in relatie tot het DVD heeft gemaakt, zijn de relevante passages uit het onderzoeksrapport opgenomen bij de uitwerking van de verschillende elementen uit het DVD.

Binnenkort zal de technische ontwikkeling van de DVD generator starten. In deze fase van de ontwikkeling van het standaard DVD ontvangen we graag uw mening over de structuur, de verschillende elementen en de vormgeving van het DVD.

Dit is een belangrijk moment waarop de AFM marktbreed opmerkingen en suggesties voor het standaard DVD uitvraagt. Op een later moment zal de AFM eveneens de vastlegging in regels zelf in het Nrgfo aan de markt voorleggen in een consultatie.

#### **Wat doet de AFM met uw opmerkingen en suggesties?**

Het verbeteren van de vormgeving en inhoud van het DVD is een proces waarbij uw inbreng belangrijk is. De AFM zal eind februari een generieke terugkoppeling publiceren, waarin wij ingaan op de wijzigingen die zijn doorgevoerd. Nadat alle noodzakelijke aanpassingen zijn doorgevoerd kan de DVD generator in productie worden genomen zodat iedereen voor 1 juli 2013 aan de verplichting om een standaard DVD aan de consument beschikbaar te stellen kan voldoen.

Op de website van de AFM vindt u meer informatie over het nieuwe standaard DVD.



# 1 De Dienstverleningsvragen

---

Het vertrekpunt van de consument<sup>2</sup> is een vraag met betrekking tot de financiële dienst die de financiële dienstverlener aan de consument kan verlenen (de dienstverleningsvraag). De consument gaat naar aanleiding van zijn dienstverleningsvraag op zoek naar een financiële dienstverlener, waarbij het DVD de consument moet helpen een financiële dienstverlener te kiezen. In artikel 86f van het BGfo en de toelichting daarop staat dat het DVD moet worden afgestemd op de dienstverleningsvraag van de consument. Indien de consument een huis wil kopen heeft de consument bijvoorbeeld de vraag “hoe financier ik mijn woning”?

Op basis van het uitgangspunt dat de dienstverleningsvraag van de consument leidend is, zijn door de AFM vier dienstverleningsvragen of behoeften gedefinieerd:

1. Hypotheekvraag
2. Pensioenvraag werkgever
3. Vermogen opbouwen
4. Risico's afdekken

In het formuleren van de dienstverleningsvragen heeft de AFM zoveel mogelijk aansluiting gezocht bij de module indeling voor vakbekwaamheid.

Dienstverleningsvragen	Vakbekwaamheid
Hypotheekvraag	Hypothecair krediet
Pensioen	Pensioen
Vermogen opbouwen	Vermogensadvies
Risico's afdekken	Inkomen

Tabel 1: module indeling vakbekwaamheid

De hypotheekvraag telt in feite drie dienstverleningsvragen, te weten geld lenen, vermogen opbouwen en risico's afdekken, voor zover specifiek gericht op het aanschaffen van een woning. Deze worden gezamenlijk weergegeven in één DVD. Zie tabel 2 op pagina 8 voor een overzicht van de productcategorieën en de koppeling aan de dienstverleningsvragen.

Het bovenstaande betekent dat er vier standaard DVD's zullen komen. Het kan dus zo zijn dat wanneer een financiële dienstverlener adviseert en bemiddelt in producten die onder alle vier de dienstverleningsvragen vallen, hij vier standaard DVD's beschikbaar moet hebben. De financiële dienstverlener kan het DVD per handelsnaam beschikbaar stellen. Dit betekent een maximum van vier DVD's per handelsnaam, voor iedere dienstverleningsvraag een apart DVD.

Ten aanzien van de dienstverleningsvraag over pensioen is ervoor gekozen om de tweede pensioen pijler te scheiden van individuele oplossingen in de derde pijler. De reden hiervoor is dat beide pijlers essentiële verschillen in doelgroep, oplossingen, activiteiten en kosten hebben. Derde pijler pensioen is ondergebracht bij de dienstverleningsvraag naar vermogen opbouwen. Dit is vanuit het perspectief van de consument logisch, omdat het doel van vermogen opbouwen dan (een aanvulling op)

---

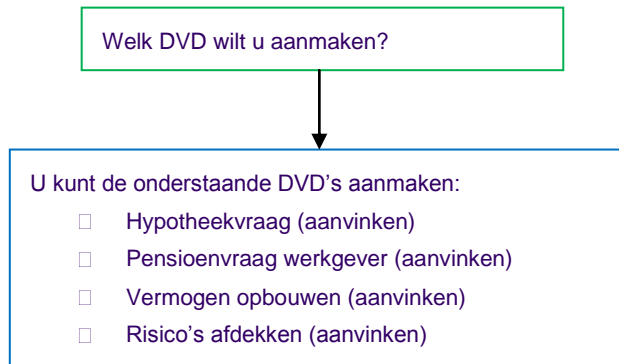
<sup>2</sup> Of, indien het een verzekering betreft, cliënt.

oudedagvoorziening is. De dienstverleningsvraag voor pensioen bestaat dan ook enkel uit tweede pijler producten.

Verder is ervoor gekozen om uitvaartverzekeringen onder te brengen bij de dienstverleningsvraag naar risico's afdekken. Een uitvaartverzekering is in de perceptie van de consument een verzekering die wordt afgesloten om risico's af te dekken (de kosten voor de uitvaart) en is niet een product waarmee je vermogen opbouwt. Hetzelfde geldt voor een overlijdensrisicoverzekering.

### 1.1 Uitvraag in de DVD generator

De uitvraag van de dienstverleningsvragen is één van de eerste stappen in de DVD generator. Afhankelijk van de van toepassing zijnde vergunning waarover de financiële dienstverlener beschikt, worden de opties die men kan aanvinken weergegeven. Per dienstverleningsvraag kunt u 1 DVD maken.



### 1.2 Weergave in het Dienstverleningsdocument

De weergave in het dienstverleningsdocument ten aanzien van de dienstverleningsvraag van de consument wordt weergegeven in de inleiding van het document. Hierin wordt uitgelegd wat wordt verstaan onder de dienstverleningsvraag in de vorm van een behoefte omschrijving. Achtereenvolgens worden de volgende inleidingen getoond voor de Hypotheekvraag, Pensioenvraag werkgever, Vermogen opbouwen en Risico's afdekken.

## Dienstverleningsdocument **Hypotheekvraag**

### U heeft een hypotheekvraag

Dit betekent dat u recent (voor het eerst) een huis heeft gekocht, of uw hypotheek wilt oversluiten, of dat de voorwaarden van uw huidige hypotheek binnenkort aflopen. Bij een hypotheek sluit u een lening af (het leningdeel), bouwt u vermogen op om de lening af te lossen (het opbouwdeel) en kunt u zich verzekeren tegen risico's van bijvoorbeeld overlijden of arbeidsongeschiktheid (het verzekeringsdeel).

Dienstverlener:  
Xyz Bank  
Postbus 00  
0000 AA Amsterdam  
020-01010101  
info@xyzbank.nl

## Dienstverleningsdocument **Pensioenvraag werkgever**

### U heeft een Pensioenvraag

U bent werkgever en u wilt voor uw werknemers pensioen opbouwen of uw huidige pensioenregeling voor uw werknemers herzien. Als werkgever wilt u weten of u zich kunt aansluiten bij een bedrijfstakpensioenfonds of dat u zelf een pensioenregeling moet treffen of herzien bij een verzekeraar.

Dienstverlener:  
Xyz Bank  
Postbus 00  
0000 AA Amsterdam  
020-01010101  
info@xyzbank.nl



## Dienstverleningsdocument **Vermogen opbouwen**

U wilt vermogen opbouwen (voor de oude dag)

U wilt vermogen opbouwen voor uw pensioen of voor andere toekomstige doelen of toekomstige uitgaven. U wilt onderzoeken of u te weinig pensioen opbouwt en u wilt weten of u de mogelijkheid heeft om extra pensioen op te bouwen of vermogen op te bouwen. U kunt vermogen opbouwen door te gaan sparen of te beleggen.

Dienstverlener:  
 Xyz Bank  
 Postbus 00  
 0000 AA Amsterdam  
 020-01010101  
 info@xyzbank.nl

## Dienstverleningsdocument **Risico's afdekken**

U wilt zich verzekeren om bepaalde risico's af te dekken

U wilt maatregelen treffen in het geval uw inkomen stopt of wijzigt door arbeidsongeschiktheid, werkloosheid, of wanneer u de financiële gevolgen voor uw nabestaanden in het geval van overlijden wilt ondervangen.

Dienstverlener:  
 Xyz Bank  
 Postbus 00  
 0000 AA Amsterdam  
 020-01010101  
 info@xyzbank.nl

### 1.3 Productcategorieën

In onderstaand schema ziet u welke productcategorieën aan de dienstverleningsvragen zijn gekoppeld. Deze productcategorieën worden niet weergegeven in het DVD. Wel spelen ze een belangrijke rol bij de uitvraag in de DVD generator. Hier wordt verder op ingegaan in het volgende hoofdstuk.

Dienstverleningsvragen		Productcategorieën
Hypotheekvraag	Leningdeel	Aflossingsvrije hypotheeken
		Annuïteiten hypotheek
		Lineaire hypotheek
		Krediet Hypotheek
		Unit Linked Leven Hypotheken
		Spaarhypotheeken (banksparen en verzekeren)
		Beleggerhypotheeken
		Traditioneel leven hypotheeken
	Opbouwdeel	Beleggingsrecht Eigen Woning
		Spaarverzekeringen Eigen Woning
		beleggingsfondsen
		Beleggingsobjecten
	Risico's afdekken	Overlijdensrisicoverzekeringen
Lijfrente		
AOV voor zelfstandigen		
Woonlasten verzekering		
Pensioen werkgever	premieovereenkomsten	
	beleggingsfondsen	
Vermogensopbouw	beleggingsfondsen	
	Pensioen verzekering DGA	

	Lijfrente
	spaarverzekeringen
	Beleggingsobjecten
Risico's afdekken	Overlijdensrisicoverzekeringen
	AOV voor zelfstandigen
	Woonlasten verzekering
	Uitvaartverzekeringen
	Lijfrente

Tabel 2: Productcategorieën per dienstverleningsvraag.

In bijlage 1 (te vinden achter in dit document) is de tabel opgenomen inclusief een nadere uitleg ten aanzien van de productcategorieën.

#### 1.4 Relevante bevindingen uit het consumentenonderzoek

Uit het genoemde consumentenonderzoek blijkt dat het onderscheid tussen het leningdeel, opbouwdeel en verzekeringsdeel van de hypotheek voor een groot deel van de consumenten onbekend is (met name het verschil tussen het leningdeel en het opbouwdeel).

Gezien de nieuwe vereisten om in aanmerking te komen voor hypotheekrenteaf trek bij nieuw te sluiten hypotheeken, neemt de AFM in overweging of het opbouwdeel en leningdeel samengevoegd kunnen worden.

## 2 Samenvatting dienstverlening in het DVD

---

In het DVD wordt na de inleiding in een korte samenvatting weergegeven wat de dienstverlening inhoudt. De stappen die voorkomen in de samenvatting worden vervolgens toegelicht in het document. De samenvatting is sterk gekoppeld aan de diensten die een financiële dienstverlener verricht. Onderstaand wordt achtereenvolgens de uitvraag in de generator weergegeven en vervolgens hoe dit wordt weergegeven in het dienstverleningsdocument.

### 2.1 Uitvraag in de DVD generator

Na selectie van de dienstverleningvraag wordt de financiële dienstverlener de volgende vragen gesteld voor wat betreft de producten waarin hij actief is en de dienst die hij verricht.

*Voorbeeld: er is gekozen voor het DVD risico's afdekken*

Kunt u aangeven welke producten u aanbiedt, adviseert en/of bemiddelt?

Productkeuze

- overlijdensrisicoverzekering (aanvinken)
- arbeidsongeschiktheidsverzekering voor zelfstandigen (aanvinken)
- woonlastenverzekering (aanvinken)
- uitvaartverzekering (aanvinken)



Kunt u aangeven welke dienst u verricht? (één antwoord mogelijk)

Dienst

- Aanbieden/adviseren (aanvinken)
- Aanbieden/execution only (aanvinken)
- Adviseren/bemiddelen (aanvinken)
- Adviseren (aanvinken)
- Bemiddelen/execution only (aanvinken)

### Vergunning en product-dienst combinaties

Na de selectie van de dienstverleningsvraag (in dit geval risico's afdekken) wordt de dienstverlener gevraagd een selectie te maken van de producten waarin hij actief is. Hierbij worden enkel de producten getoond waarvoor de dienstverlener in bezit is van de PDC (Product Dienst Combinatie). De PDC's waarover de dienstverlener beschikt zijn vastgelegd in de vergunning. De dienstverlener kan dus enkel producten aanvinken binnen de reikwijdte van zijn vergunning. Een volledig overzicht van de producten per dienstverleningsvraag is te vinden in tabel 2 op pagina 8.

Na selectie van de producten wordt de financiële dienstverlener gevraagd welke dienst hij verricht (één antwoord mogelijk). Evenals bij de producten wordt de financiële dienstverlener enkel de diensten getoond waarvoor hij over de juiste PDC beschikt. In geval van meerdere producten en daarmee mogelijk meerdere PDCs worden de van toepassing zijnde diensten gestapeld. Indien er maar één dienst voor de financiële dienstverlener van toepassing is, wordt de financiële dienstverlener niet gevraagd om een dienst te selecteren maar zal hem de van toepassing zijnde dienst ter informatie worden getoond.

In de koppeling tussen PDC en dienst, wordt rekening gehouden met eventuele uitbreidingen en beperkingen op de vergunning.

**Collectieve vergunning en aangesloten ondernemingen**

Een aangesloten onderneming heeft de mogelijkheid om via het digitaal loket een eigen AFM ID aan te vragen. Daarna heeft de aangesloten onderneming de mogelijkheid om handelsnamen toe te voegen en adreswijzigingen door te voeren. Met het AFM ID heeft de aangesloten onderneming de mogelijkheid om zelf een DVD op te stellen. De aangesloten onderneming is beperkt tot de PDC's waarvoor de centrale onderneming een vergunning heeft.

**Selectie van de dienst naar samenvatting van de dienstverlening.**

De producten die de financiële dienstverlener heeft geselecteerd, zijn niet direct zichtbaar in het DVD. De geselecteerde dienst wordt wel zichtbaar in het DVD. Op basis van de geselecteerde dienst worden in de samenvatting van het dienstverleningdocument de dienstverlening in verschillende stappen weergegeven. Op basis van de geselecteerde dienst worden de stappen<sup>3</sup> 1, 2, 3 en 4 wel of niet vertoond in het DVD. Deze stappen staan voor de verschillende fases in de te verlenen dienst. De koppeling tussen de dienst en samenvatting is als volgt weer te geven:

Dienst	Stap 1 (inventarisatie)	Stap 2 (advies product)	Stap 3 (selectie aanbieder)	Stap 4 (afsluiten)
Aanbieden				
Aanbieden /execution only				
Adviseren/bemiddelen				
Adviseren				
Bemiddelen/execution only				

Geeft weer dat deze activiteit wordt verricht door de financiële dienstverlener

Geeft weer dat deze activiteit niet wordt verricht door de financiële dienstverlener

<sup>3</sup> Stap 3 uit de samenvatting is niet direct gekoppeld aan de vraag in welke hoedanigheid de financiële dienstverlener optreedt, maar zijn gekoppeld aan respectievelijk de vraag in welke soort producten de financiële dienstverlener adviseert en/of bemiddelt (uitsluitend eigen producten/zowel eigen als producten van andere aanbieders/uitsluitend producten van andere aanbieders) en de vraag of de financiële dienstverlener na het adviseren en/of afsluiten van het product nog andere diensten verricht.



Is afhankelijk van verdere vragen uit de generator, de weergave of deze dienst wordt verricht is dan ook niet volledig afhankelijk van de vraag in welke hoedanigheid de financiële dienstverlener optreedt.

## 2.2 Weergave in het Dienstverleningsdocument

### Samenvatting: Welke dienstverlening kunt u verwachten?

---

Wij adviseren onze eigen producten en sluiten deze voor u af.



Afhankelijk van de vervolgvragen die gesteld worden aan aanbieders in de DVD generator, zal stap 3 wel of niet opgelicht zijn in de samenvatting. In het bovenstaande voorbeeld wordt een aanbieder weergegeven de diensten 1, 2 en 4 worden door deze aanbieder verricht. In het voorbeeld is stap 3 niet van toepassing, deze aanbieder heeft namelijk op een later moment aangegeven uitsluitend in eigen producten te adviseren.

#### **Weergave in de samenvatting voor Adviseren/bemiddelen**

Hierin wordt Stap 3 ook donkerblauw weergegeven en daarbij wordt het volgende bovenschrijf getoond; 'Wij adviseren in de producten van andere aanbieders. Wij sluiten deze producten ook voor u af'. Indien de dienstverlener in vervolgvragen aangeeft enkel in eigen label producten te adviseren zal Stap 3 grijs weergegeven worden zoals in het voorbeeld van de aanbieder.

#### **Weergave in de samenvatting voor Bemiddelen/Aanbieden (execution only)**

Hierin zijn de eerste 3 stappen grijs weergegeven en wordt Stap 4 donkerblauw. Het volgende bovenschrijf wordt getoond; 'Wij adviseren u niet, maar sluiten enkel door u gekozen producten voor u af'.

#### **Weergave in de samenvatting voor Adviseren**

Hierin zijn de eerste 3 stappen donkerblauw weergegeven en wordt Stap 4 grijs. Het volgende bovenschrijf wordt getoond; 'Wij adviseren in de producten van andere aanbieders producten. Wij sluiten deze niet voor u af.'

De toelichting die volgt naar aanleiding van de samenvatting, volgt hetzelfde systeem van 'Stappen' die 'aan' of 'uit' staan door ze donkerblauw of grijs weer te geven. Wanneer in de samenvatting een stap donkerblauw wordt weergegeven gebeurt dat ook in de toelichting op de stappen die volgen. Ditzelfde geldt voor de weergave van de grijze stappen.

### 2.3 Relevante bevindingen uit het consumentenonderzoek

Zoals eerder aangegeven worden in het DVD geen producten getoond. Uit het consumentenonderzoek bleek dat de consument in eerste instantie de indruk heeft dat het DVD informatie over het product zelf bevat. Om deze reden heeft de AFM ook de inleidingtekst van het DVD aangepast.

In het consumentenonderzoek zijn twee verschillende concepten voorgelegd (zie onderstaande voorbeelden). Beide concepten hadden zowel voor- als nadelen. In het concept met 'vinkjes' bleek de 'aan/uit' functie van de stappen beter begrepen te worden en in het concept 'icoontjes' bleek de verwijzingsfunctie goed te werken.

Daarom is gekozen voor een combinatie van beide en dit heeft geresulteerd in bovenstaand voorbeeld. Eveneens is gebleken dat een korte toelichting of leeswijzer opgenomen dient te worden bij de stappen. Deze aanbeveling wordt nu verder uitgewerkt.

#### Concept: 'icoontjes'

### SAMENVATTING WELKE DIENSTVERLENING KUNT U VERWACHTEN?

#### LENINGDEEL VAN DE HYPOTHEEK

Wij adviseren onze eigen producten en sluiten deze voor u af.



#### Concept: 'vinkjes'

### Samenvatting: Welke dienstverlening kunt u verwachten?

#### Leningdeel van de hypotheek

Wij adviseren onze eigen producten en sluiten deze voor u af.



### 3 Inventarisatie in het DVD

#### 3.1 Uitvraag in de DVD generator

De financiële dienstverlener wordt allereerst gevraagd aan te geven welke diensten hij verricht. Voor de 'inventarisatie' is dit van belang omdat niet bij alle diensten een inventarisatie van de persoonlijke situatie van de consument gemaakt wordt. De financiële dienstverlener kan hierbij één dienst aanvinken. Deze vraag is tevens van belang bij het weergeven van de samenvatting. De vraag komt maar eenmaal voor in het specifieke DVD.

Kunt u aangeven welke dienst u verricht? (één antwoord mogelijk)

Dienst

- Aanbieden/ adviseren (aanvinken)
- Aanbieden/execution only (aanvinken)
- Adviseren/bemiddelen (aanvinken)
- Adviseren (aanvinken)
- Bemiddelen/execution only (aanvinken)

De vergunning die de financiële dienstverlener heeft is leidend. Enkel een dienst binnen de reikwijdte van de vergunning kan worden aangevinkt. Dit betekent, dat alleen de diensten die binnen de reikwijdte van de vergunning vallen, op het scherm verschijnen.

Indien de financiële dienstverlener een rol aangeeft waarbij sprake is van advisering (aanbieden, adviseren/bemiddelen en adviseren) zal in het DVD zichtbaar worden dat de financiële dienstverlener een inventarisatie van de persoonlijke situatie kan maken. Er is voor deze koppeling gekozen, omdat een advies altijd samengaat met een inventarisatie van de persoonlijke situatie.

#### 3.2 Weergave in het dienstverleningsdocument

Indien er een dienst geselecteerd is waarbij sprake is van advisering (aanbieden, adviseren/bemiddelen en adviseren) zal de volgende tekst opgenomen worden in het dienstverleningsdocument in de toelichtingen op de samenvatting.

<b>1</b> Inventarisatie van uw situatie	<b>Voordat wij u een advies geven over uw [dienstverleningsvraag] inventariseren wij uw huidige situatie. Met de huidige situatie wordt onder andere bedoeld uw financiële situatie, wensen, behoeftes en doelstellingen.</b>
---	---

Indien er sprake is van execution only dienstverlening zal in plaats daarvan de onderstaande tekst opgenomen worden:

<b>1</b> Inventarisatie van uw situatie	<b>Wij geven u geen advies over uw [dienstverlening]vraag en maken daarom geen inventarisatie van uw huidige situatie.</b>
---	--

### **3.3 Relevante bevindingen uit het consumentenonderzoek**

Uit het consumentenonderzoek is gebleken dat de tekst die hierover is opgenomen in de toelichting een herhaling is van de informatie die men al heeft gelezen in de samenvatting. Daarom biedt de tekst nu iets meer uitleg dan in de geteste concepten.



## 4 Vergelijkende analyse in het DVD

---

Met de komst van het provisieverbod gaan consumenten<sup>4</sup> direct betalen voor geleverde financiële diensten en om deze reden zullen consumenten willen weten wat de financiële dienstverlener voor dat geld doet. Het aantal producten dat wordt meegenomen in de vergelijkende analyse is daarbij relevante informatie. Het DVD dient dan ook inzichtelijk te maken of en in hoeverre er een vergelijking gemaakt wordt tussen verschillende producten.

Dit wordt in het DVD opgenomen door middel van het element 'objectieve analyse'. Hierin wordt kenbaar gemaakt of de financiële dienstverlener adviseert en zo ja of dat geschiedt op grond van een objectieve analyse. Hiervoor is in het BGfo het volgende opgenomen:

*“... een analyse van een toereikend aantal op de markt verkrijgbare vergelijkbare financiële producten die de adviseur of bemiddelaar in staat stelt een financieel product aan te bevelen dat aan de dienstverleningsvraag van de consument of, indien het een verzekering betreft, de cliënt beantwoordt.”*

### 4.1 Randvoorwaarden aan de weergave van objectieve analyse in het DVD

Om tot een gestandaardiseerd DVD te komen is het van belang dat de weergave van objectieve analyse, oftewel de propositie die de financiële dienstverlener richting de consument doet, eenduidig is voor zowel de consument als voor de financiële dienstverleners. Hierbij is het tevens van belang dat daarbij dezelfde uniforme uitgangspunten gehanteerd worden om tot een document te komen dat consumenten eerlijk kunnen vergelijken.

De AFM streeft ernaar om het onderscheid tussen objectieve analyse en selectieve analyse concreet te maken en vast te stellen door middel van een eenduidige methode. Het dient eenduidig en geautomatiseerd vast te stellen zijn wat een financiële dienstverlener op kan nemen in zijn DVD, zonder dat daarbij verkeerde verwachtingen gewekt worden bij de consument.

### 4.2 Categorieën voor objectieve analyse

Bij het maken van onderscheid worden drie categorieën gehanteerd;

- |    |                     |
|----|---------------------|
| 1  | Geen vergelijking;  |
| 2A | Selectieve analyse; |
| 2B | Objectieve analyse; |

Deze categorieën houden in dat nagegaan wordt of een vergelijking wordt gemaakt (categorie 1 versus categorie 2A en 2B) en daarnaast, wanneer dat het geval is, of de financiële dienstverlener dat doet op grond van een objectieve analyse. Het onderscheiden van geen vergelijking en wel een vergelijking kan vrij eenvoudig, aangezien het bepalen van de grenswaarde (wat onderscheidt de ene categorie van de andere categorie) eenduidig is. Er is sprake van geen vergelijking (grenswaarde is dan 0 vergelijkingen oftewel 1 product of wel een vergelijking (grenswaarde is 2 of meerdere producten).

---

<sup>4</sup> Of, indien het een verzekering betreft, cliënt.

Ten aanzien van het onderscheiden van de categorieën 2A Selectieve analyse en 2B Objectieve analyse is de kritieke grenswaarde niet zo voor de handliggend. De wet voorziet hierin door het volgende te introduceren;

'toereikend aantal op de markt verkrijgbare vergelijkbare financiële producten'

Bovenstaande voorziet niet in eenduidige grenswaarde om categorieën van elkaar te scheiden. Of sprake is van een objectieve analyse vraagt om een uitwerking van drie nadere elementen om vast te kunnen stellen wanneer sprake kan zijn van een objectieve analyse.

- Vergelijkbare financiële producten: Allereerst is het van belang te weten welke producten vergelijkbaar zijn. Een uitvaartverzekering wordt doorgaans niet vergeleken met een overlijdensrisicoverzekering. Niet alle mogelijke productoplossingen zijn dan ook relevant om te betrekken in een productvergelijking. Daarom zijn door de AFM verschillende productcategorieën onderscheiden (zie daarvoor tabel 2: productcategorieën per dienstverleningsvraag), hierbij kan gedacht worden aan bijvoorbeeld een productcategorie overlijdensrisicoverzekering.
- Op de markt verkrijgbaar: Tevens dient inzichtelijk te zijn hoeveel producten op de markt verkrijgbaar zijn. Binnen een productcategorie zijn verschillende producten verkrijgbaar. Om vast te kunnen stellen of er sprake is van een objectieve analyse is het ook van belang de totale omvang van de markt te kennen.
- Toereikend aantal: Het vaststellen van het toereikend aantal is het derde element dat vastgesteld dient te zijn om te kunnen bepalen of er sprake is van een objectieve analyse.

In de volgende paragrafen worden deze onderwerpen verder uitgewerkt om te kunnen komen tot een eenduidige grenswaarde voor het onderscheiden van de categorieën 2A (selectieve analyse) en 2B (objectieve analyse).

#### 4.3 Vergelijkbare financiële producten; productcategorieën

In Hoofdstuk 1 is aandacht besteed aan de verschillende dienstverleningsvragen en de productcategorieën die onderscheiden worden binnen deze dienstverleningsvragen. Om vast te kunnen stellen of er sprake is van een selectieve of objectieve analyse is het in eerste instantie van belang te weten in welke productcategorieën de financiële dienstverlener kan adviseren en/of bemiddelen.

Ten behoeve van objectieve analyse wordt daarom de volgende vraag voorgelegd.

Kunt u aangeven welke producten u adviseert en/of bemiddelt?

Afhankelijk van de gekozen dienstverleningsvraag, worden productcategorieën weergegeven waarvoor de financiële dienstverlener een vergunning heeft. Vervolgens kan de financiële dienstverlener selecteren welke producten hij daadwerkelijk bij zijn dienstverlening betreft.

Als voorbeeld geven we hier de mogelijke antwoorden weer voor een financiële dienstverlener die een vergunning heeft om een DVD te maken voor de dienstverleningsvraag risico's afdekken. Op basis van de vergunning van de financiële dienstverlener worden de volgende antwoorden weergegeven.

- overlijdensrisicoverzekering (aanvinken)
- arbeidsongeschiktheidsverzekering voor zelfstandigen (aanvinken)
- woonlastenverzekering (aanvinken)
- uitvaartverzekering (aanvinken)
- lijfrenteverzekering (aanvinken)

Uit deze antwoorden kan de financiële dienstverlener een keuze maken door productcategorieën wel of niet aan te vinken.

#### 4.4 Op de markt verkrijgbaar

De productcategorieën geven weer welke producten vergelijkbaar zijn. Of er sprake is van een objectieve analyse hangt tevens af van het 'totaal aantal vergelijkbare financiële producten dat op de markt verkrijgbaar is'. Ook dient de totale marktomvang per productcategorie bekend te zijn om een uitspraak te kunnen doen of er sprake is van een objectieve analyse.

De AFM vindt het van belang om de markt te faciliteren in het bepalen van de marktomvang. Enerzijds omdat het lastig te bepalen is voor financiële dienstverleners wat de marktomvang is van een bepaalde productcategorie, anderzijds omdat wanneer hier geen uniform uitgangspunt gebruikt wordt er ruimte bestaat voor interpretatie. Zoals al eerder vastgesteld gaat dat ten koste van de eenduidigheid waarmee financiële dienstverleners een propositie kunnen doen richting consumenten en de betrouwbaarheid waarmee consumenten het DVD kunnen vergelijken.

De AFM heeft een overzicht samengesteld van het aantal verkrijgbare producten per productcategorie. Het aantal verkrijgbare producten in de markt fungeert als benchmark waartegen de activiteiten van de financiële dienstverlener worden afgezet. Dit overzicht zal jaarlijks worden herzien zodat het een actueel overzicht biedt van het aantal op de markt verkrijgbare producten.

#### **Benchmark**

Het totaal aantal producten per productcategorie vormen de benchmarks van het DVD. Aangezien het aantal producten in de markt kan fluctueren en daarmee dus ook de mate van objectieve analyse, worden de benchmarks jaarlijks geactualiseerd. Dit betekent dat elk jaar op een vast moment per productcategorie het totaal aantal producten in de markt per productcategorie (N) opnieuw wordt vastgesteld zodoende het aantal toereikende producten per productcategorie te bepalen.

#### 4.5 Toereikend aantal

Vervolgens dient vastgesteld te worden of er sprake is van een toereikend aantal producten dat is meegenomen in de vergelijking, om te bepalen of er sprake is van objectieve analyse. Er is niet gekozen voor een vaste grenswaarde per productcategorie, maar voor een variabele grenswaarde per productcategorie. Hierbij zijn onderstaande overwegingen van belang.

Door de verschillen in omvang van de markt dient de grenswaarde daarmee rekening te houden. Aan de hand van een fictief voorbeeld willen we illustreren waarom dit van belang is.

- Wanneer bijvoorbeeld (A) 500 vergelijkbare producten op de markt verkrijgbaar zijn binnen een bepaalde productcategorie, dient bij een vaste grenswaarde van bijvoorbeeld 50% meer dan 250 producten meegenomen te worden in een vergelijking om te kunnen spreken van een objectieve analyse in het DVD.

Dit lijkt een onrealistisch aantal te zijn om te vergelijken en zal in de praktijk niet voorkomen. Hierdoor zouden de meeste financiële dienstverleners niet kunnen voldoen aan een objectieve analyse, dit gaat ten koste van de informatiewaarde van het DVD.

- Wanneer bijvoorbeeld (B) 10 vergelijkbare producten op de markt verkrijgbaar zijn binnen een bepaalde productcategorie, dient bij een vaste grenswaarde van bijvoorbeeld 50% meer dan 5 producten meegenomen te worden in een vergelijking om te kunnen spreken

van een objectieve analyse in het DVD.

Hoewel dit een meer realistisch aantal is, blijkt hieruit dat het stellen van dezelfde vaste grenswaarde voor elke productcategorie niet voor alle productcategorieën een bruikbaar of realistisch criterium is.

Verder houdt een vaste grenswaarde voor elke productcategorie geen rekening met toenemende homogeniteit van producten in de markt bij een stijgend aantal producten per productcategorie. In de zojuist gestelde voorbeelden A en B treedt ook een verschil op in de homogeniteit van de producten binnen een productcategorie. De op de markt verkrijgbare producten in voorbeeld B zullen onderling sterker verschillen dan de producten in voorbeeld A. Dit zou aanleiding geven om het percentage voor voorbeeld A te verlagen en voorbeeld B te verhogen.

Concluderend, een vaste grenswaarde houdt onvoldoende rekening met de homogeniteit van de verschillende productcategorieën. De grens tussen een selectieve analyse en een objectieve analyse dient daarom niet te bestaan uit een vaste grenswaarde voor het toereikend aantal producten, maar dient afhankelijk te zijn van de marktomvang (aantal verkrijgbare producten) per productcategorie (vergelijkbare producten).

Daarom is gezocht naar een wijze waarop voor elke productcategorie een passend toereikend aantal producten kan worden vastgesteld. Een toereikend aantal producten dat varieert per productcategorie om rekening te houden met de homogeniteit van de markt en realistisch is, maar wel volgens een eenduidige methode kan worden vastgesteld. De volgende paragraaf legt uit volgens welke methode de variabele grenswaarde wordt vastgesteld.

#### **Eenduidig vastgestelde variabele grenswaarde**

Voor de volledige berekening van de variabele grenswaarde willen we u verwijzen naar Bijlage 2. Hierin wordt weergegeven hoe we tot een statistische methode zijn gekomen om voor elke productcategorie een grenswaarde te berekenen. Onderstaande tabel geeft een indruk van de grenswaarde bij een bepaalde marktomvang van een productcategorie.

Aantal verkrijgbare producten binnen een productcategorie	Grenswaarde welke bepaalt wanneer sprake kan zijn van objectieve analyse.
10	8
20	10
50	12
100	13
200	13
500	14

Tabel 3: Grenswaarden afhankelijk van marktomvang

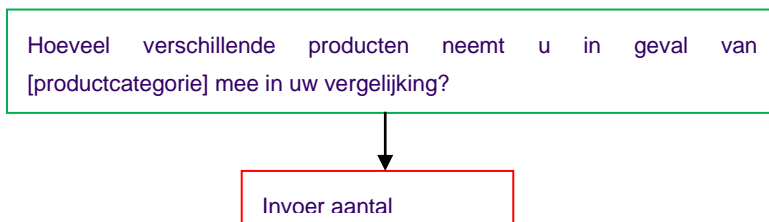
#### **4.6 Uitvraag in de generator**

Doordat we tot bovenstaande grenswaarden zijn gekomen, hebben we nog één variabele nodig van de financiële dienstverlener. Dit is het aantal producten dat hij doorgaans meeneemt in een productvergelijking. De berekening wordt vervolgens gedaan in de DVD generator om te bepalen of

de financiële dienstverlener die wel producten vergelijkt een selectieve (2A) of een objectieve analyse (2B) maakt voor de consument.

Voor elke productcategorie waarin de financiële dienstverlener adviseert en/of bemiddelt wordt gevraagd naar het aantal producten dat men doorgaans meeneemt in een vergelijking. Per productcategorie dient de financiële dienstverlener dit aan te geven. Het aantal productcategorieën waarin de financiële dienstverlener adviseert bepaalt hoe vaak deze vraag gesteld wordt.

Wanneer in het eerder gebruikte voorbeeld (dienstverleningsvraag naar risico's afdekken) alle vier de productcategorieën worden geselecteerd (overlijdensrisicoverzekering, arbeidsongeschiktheidsverzekering voor zelfstandigen, woonlastenverzekering, uitvaartverzekering), wordt voor elke productcategorie de volgende twee vragen gesteld:



Met het gegeven antwoord op de eerste vraag wordt doormiddel van de variabele grenswaarde voor elke productcategorie berekend of er sprake is van een objectieve analyse. Aan de hand van onderstaand voorbeeld wordt uitgelegd hoe dit wordt gedaan.

Voorbeeld 1:

In geval er voor de productcategorie overlijdensrisicoverzekering in totaal 20 producten zijn ( $N = 20$ ) bij ( $X\% = 95\%$  en  $Y\% = 20\%$ , zie hiervoor Bijlage 2), dan is het aantal producten dat toereikend is (a) gelijk aan 10.

*Er geldt namelijk met  $K = (1 - 20\%) * N = 16$  dat:*

$$1 - [Combin(16, 10) / Combin(20, 10)] = 95,7\% \geq X\%$$

*en*

$$1 - [Combin(16, 9) / Combin(20, 9)] = 93,2\% < X\%,$$

*wat aantoont dat 9 producten nog geen voldoende zekerheid bieden maar 10 producten wel.*

Categorie:	Aantal producten in vergelijking (n)
1	0 of 1
2A	Minder dan 10
2B	Meer dan of gelijk aan 10

Hiermee ziet indeling voor de objectieve analyse voor de dienstverleningsvraag risico's afdekken en productcategorie overlijdensrisicoverzekering er als volgt uit.

#### 4.7 Wegingsfactor productcategorie

Of sprake is van een objectieve analyse wordt dus voor elke productcategorie vastgesteld. Voor de consument is het onoverzichtelijk en mogelijk verwarrend wanneer de mate van objectieve analyse per productcategorie wordt weergegeven in het DVD. Enerzijds omdat de verwachting is dat productcategorieën niet betekenisvol zijn voor consumenten in de oriëntatiefase waarin hij zich nog bevindt en daarom nog niet bezig (hoeft te zijn) met mogelijk productoplossingen. Anderzijds doordat

dan voor alle verschillende productcategorieën weergegeven wordt of sprake is van een objectieve of selectieve analyse, doordat het aantal groter is, lijkt dat weinig eenduidig te zijn voor consumenten.

De consument is meer gebaat bij één enkele weergave van de mate van objectieve analyse waarin de verschillende productcategorieën zijn opgenomen. Met andere woorden de financiële dienstverlener zal wel de objectieve analyse per productcategorie invullen, maar de consument krijgt dit niet te zien in het DVD. Er wordt één weergave berekend van het aantal producten dat meegenomen wordt in een vergelijking door de financiële dienstverlener.

Wanneer een financiële dienstverlener in meerdere productcategorieën actief is, zal er een gemiddelde mate van objectieve analyse moeten worden berekend. Hier blijft het uitgangspunt dat per productcategorie wordt bepaald of er sprake is van een objectieve analyse. Over sommige productcategorieën geeft de financiële dienstverlener wellicht vaker een advies dan andere productcategorieën. Om een zo correct mogelijke inschatting te geven van of er sprake is van objectieve analyse, wordt tevens rekening gehouden met een wegingsfactor in de berekening. Daarom wordt de financiële dienstverleners gevraagd een inschatting te maken in hoeveel procent van zijn adviezen een bepaalde productcategorie wordt geadviseerd.

2. Geef een schatting in hoeveel gevallen u een [productcategorie] adviseert?

Schatting in %

Om deze berekening te maken is het nodig om per productcategorie (genummerd met de index  $k$ ) te weten hoe vaak een bepaalde productcategorie geadviseerd en/of bemiddeld wordt door de dienstverlener ( $w_k$ ). Hierbij tellen alle gewichten ( $w_k$ ) op tot 1.

*Voorbeeld 2 (Fictief):*

Voor de dienstverleningsvraag Risico's afdekken, adviseert en bemiddelt een financiële dienstverlener in totaal 60 producten in drie verschillende productcategorieën: overlijdensrisicoverzekeringen, arbeidsongeschiktheidsverzekeringen en uitvaartverzekeringen.

In dit voorbeeld wordt uitgegaan van de volgende gegevens:

Overlijdensrisicoverzekering (ORV)

$N_1 = 20$  het totaal aantal verkrijgbare ORV producten<sup>5</sup>;

$n_1 = 11$  het aantal ORV producten dat de gebruiker meeneemt in zijn vergelijking<sup>6</sup>;

$x_1 = 24$  het aantal gevallen waarin de gebruiker het product ORV adviseert<sup>7</sup>;

$w_1 = 0,4$  berekening gewicht:  $24 / 60$ .

Arbeidsongeschiktheidverzekering (AOV)

$N_2 = 10$  het totaal verkrijgbare aantal AOV producten;

$n_2 = 6$  het aantal AOV producten dat de gebruiker meeneemt in zijn vergelijking;

$x_2 = 6$  het aantal gevallen waarin de gebruiker het product AOV adviseert;

$w_2 = 0,1$  gewicht:  $6 / 60$ .

<sup>5</sup> Bepaald door marktgegevens van de AFM, zie daarvoor Bijlage 2 (achter in dit document).

<sup>6</sup> Dit is het aantal dat de dienstverlener heeft ingevuld bij de eerste vraag over objectieve analyse.

<sup>7</sup> Dit is de inschatting die gegeven wordt door de dienstverlener bij de tweede vraag over objectieve analyse.

#### Uitvaartverzekering (UV)

$N_3 = 50$  het totaal verkrijgbare aantal UV producten;  
 $n_3 = 14$  het aantal UV producten dat de gebruiker meeneemt in zijn vergelijking;  
 $x_3 = 30$  het aantal gevallen waarin de gebruiker het product UV adviseert;  
 $w_3 = 0,5$  gewicht: 30 / 60.

Op basis van de objectieve analyse voor iedere productcategorie afzonderlijk (zoals berekend in voorbeeld 1), leidt dit tot de volgende grenswaarden voor de afzonderlijke productcategorieën.

- $p_1 = 97,4\%$  (marktbrede analyse voor ORV)
- $p_2 = 86,7\%$  (selectieve analyse voor AOV)
- $p_3 = 97,5\%$  (marktbrede analyse voor UV)

Vervolgens wordt de wegingsfactor per productcategorie toegevoegd ( $0,4 * 97,4\% + 0,1 * 86,7\% + 0,5 * 97,5\% = 96,4\%$ ).

Deze kans is groter dan de zekerheid  $X\% = 95\%$ , en dus is de gemiddelde mate van objectieve analyse een marktbrede analyse (2B).

In dit voorbeeld zal in het DVD worden weergegeven dat er sprake is van een marktbrede analyse. Het feit dat de objectieve analyse voor AOV slechts selectief (2A) te noemen is, wordt gecompenseerd door de marktbrede analyse (2B) voor AOV en UV die relatief zwaarder meetellen in de gemiddelde mate van objectieve analyse, omdat deze productcategorieën vaker geadviseerd of bemiddeld worden door de financiële dienstverlener.

#### 4.8 Weergave in het Dienstverleningsdocument

De gegeven antwoorden voor objectieve analyse worden weergegeven door het oplichten van de tekstvakken, daarbij wordt vervolgens een bovenschrijf geplaatst wat daarbij aansluit. De volgende mogelijke teksten worden opgenomen afhankelijk van de antwoorden in de generator.

<p><b>2</b> Advies over product</p> <input type="text"/> <p>Dit biedt deze aanbieder</p> <input type="checkbox"/> <p>Dit biedt deze aanbieder niet</p>	<p><b>Voor uw advies maken wij geen vergelijking van [dienstverleningsvraag] producten om na te gaan of deze producten bij uw financiële situatie en wensen passen. Wij kunnen u slechts 1 [hypotheek/pensioen/vermogensopbouw/verzekering]product adviseren.</b></p> <table border="1"><tr><td>Geen vergelijking van producten</td><td>Vergelijking van beperkt aantal producten</td><td>Vergelijking van groot aantal producten</td></tr></table>	Geen vergelijking van producten	Vergelijking van beperkt aantal producten	Vergelijking van groot aantal producten
Geen vergelijking van producten	Vergelijking van beperkt aantal producten	Vergelijking van groot aantal producten		
<p><b>2</b> Advies over product</p> <input type="text"/> <p>Dit biedt deze aanbieder</p> <input type="checkbox"/> <p>Dit biedt deze aanbieder niet</p>	<p><b>Voor uw advies vergelijken wij een beperkt aantal [hypotheek/ pensioen/ vermogensopbouw /verzekering] producten om na te gaan of deze producten bij uw financiële situatie en wensen passen.</b></p> <p><b>Wij werken bij voorkeur met een aantal aanbieders samen. Wanneer u dat wenst kunnen we kenbaar maken wie dat zijn.</b></p> <table border="1"><tr><td>Geen vergelijking van producten</td><td>Vergelijking van beperkt aantal producten</td><td>Vergelijking van groot aantal producten</td></tr></table>	Geen vergelijking van producten	Vergelijking van beperkt aantal producten	Vergelijking van groot aantal producten
Geen vergelijking van producten	Vergelijking van beperkt aantal producten	Vergelijking van groot aantal producten		

**2**  
Advies over product

Dit biedt deze aanbieder

Dit biedt deze aanbieder niet

Voor uw advies vergelijken wij een groot aantal [hypotheek/ pensioen/ vermogensopbouw /verzekering]producten om na te gaan of deze producten bij uw financiële situatie en wensen passen.

Geen vergelijking van producten

Vergelijking van beperkt aantal producten

Vergelijking van groot aantal producten

**2**  
Advies over product

Dit biedt deze aanbieder

Dit biedt deze aanbieder niet

U heeft zelf een [hypotheek/ pensioen/ vermogensopbouw /verzekering] product gekozen en wij adviseren u niet of dit product passend is voor uw financiële situatie en wensen. Wij sluiten het product enkel voor u af.

Geen vergelijking van producten

Vergelijking van beperkt aantal producten

Vergelijking van groot aantal producten

#### 4.9 Relevante bevindingen uit het consumentenonderzoek

Om te bepalen of er sprake is van een objectieve analyse wordt per productcategorie uitgevraagd hoeveel producten meegenomen worden in een productvergelijking. Daardoor is bij de AFM bekend hoeveel productcategorieën worden geadviseerd en/of bemiddeld. Doordat aan de productcategorieën wegingsfactoren worden toegekend kan rekening worden gehouden met het aantal productcategorieën en hoe zwaar de objectieve analyse of selectieve analyse moet wegen in de berekening van 1 totale objectieve analyse over de verschillende productcategorieën heen. Hiermee wordt dan ook bekend bij de AFM over hoeveel verschillende productcategorieën binnen een dienstverleningsvraag geadviseerd wordt. Daarom is besloten om te testen onder consumenten of dit relevante informatie is. De weergave van objectieve analyse is in het consumentenonderzoek op drie verschillende wijzen getest:

Weergave 1

Geen vergelijking

Beperkt aantal aanbieders

Groot aantal aanbieders

Weergave 2a

Geen vergelijking

Beperkt aantal aanbieders

Groot aantal aanbieders

Beperkt aantal productoplossingen

Groot aantal productoplossingen



### Weergave 2b



### Weergave 3



Uit de onderzoeksresultaten blijkt dat geen van de voorgelegde varianten van de meter objectieve analyse voldoende duidelijk en begrijpelijk is. Ook is gebleken dat consumenten het lastig vinden de weergave in de matrix te begrijpen. Deze variant zal daarom niet worden gebruikt in het DVD.

Voorts is gebleken dat de weergave van objectieve analyse zowel duidelijk zou moeten maken in hoeverre verschillende productoplossingen worden geïnventariseerd, als hoeveel producten (meestal van verschillende aanbieders), omdat beide onderwerpen relevant zijn volgens de doelgroep. Echter, het verschil tussen de termen productoplossing en product is onduidelijk voor consumenten. Consumenten hebben grote moeite de twee verschillende variabelen (productcategorieën en producten binnen een productcategorie) van elkaar te onderscheiden. In navolging van deze testresultaten is de AFM op zoek gegaan naar nieuwe bewoordingen om tekstueel de nodige verduidelijking te kunnen bieden. De AFM is echter van mening dat dit onderscheid te onduidelijk zal blijven voor consumenten en heeft er daarom voor gekozen Weergave 2b gedeeltelijk weer te geven in het DVD (zie het huidige voorstel in paragraaf 4.5).

## 5 Belangen in het DVD

---

Financiële dienstverleners kunnen verschillende belangen hebben die van invloed kunnen zijn op de activiteiten die zij voor de consument<sup>8</sup> verrichten. Voor de consument is het niet altijd duidelijk of die belangen er zijn, welke dat dan zijn en hoe die belangen invloed kunnen hebben op het advies dat ze krijgen.

In het BGfo zijn een aantal elementen opgenomen die financiële dienstverleners verplichten het bestaan van deze belangen inzichtelijk dienen te maken bij consumenten. Er zijn drie verschillende typen belangen te onderscheiden.

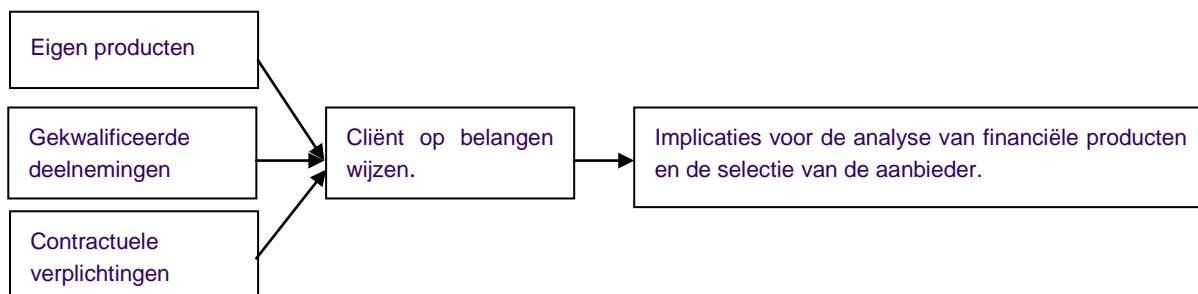
Eigen producten: de financiële dienstverlener moet aangeven of hij uitsluitend adviseert over eigen financiële producten, of (ook) over producten van andere aanbieders.

Gekwalificeerde deelneming: de financiële dienstverlener dient op grond van de onderdelen g en h van artikel 86f lid 2 BGfo ook duidelijk te maken of sprake is van een bepaalde eigendomsverhouding met een bepaalde aanbieder of de moedermaatschappij van een bepaalde aanbieder. Het gaat hier om een eventuele gekwalificeerde deelneming van 10% of meer van de stemrechten of van het kapitaal in elkaars onderneming, zoals gedefinieerd in artikel 1:1 van de Wft.

Contractuele verplichtingen: de financiële dienstverlener dient op grond van de onderdelen b en c duidelijk te maken of er sprake is van contractuele verplichtingen met één of meer bepaalde aanbieders te bemiddelen en of hij juist géén contractuele verplichtingen heeft en niet adviseert op grond van een objectieve analyse (beperkte analyse).

Deze drie belangen zijn niet wederzijds uitsluitend en kunnen dan ook alle drie een rol spelen bij een onderneming.

Op grond van het BGfo dient de financiële dienstverlener de consument erop te wijzen dat deze belangen ertoe kunnen leiden dat bij voorkeur bepaalde financiële producten worden geadviseerd. Hiermee is aangegeven, dat niet enkel de belangen als zodanig in het DVD genoemd dienen te worden, maar de implicaties die deze belangen kunnen hebben op de vergelijkende analyse en selectie van de aanbieder (oftewel het uiteindelijke advies dat aan de consument wordt gegeven). Schematisch ziet dat er als volgt uit;



Onderstaand worden achtereenvolgens de verschillende elementen van belangentransparantie uitgewerkt voor zowel de wijze waarop dit wordt uitgevraagd in de generator als de wijze waarop dit wordt weergegeven in het dienstverleningsdocument.

## 5.1 Eigen producten

### Uitvraag in de DVD generator

In de generator worden hierover de volgende vragen gesteld. In het geval de financiële dienstverlener een aanbieder is wordt onderdeel 1 getoond in de generator (zie onderstaand). In het geval de financiële dienstverlener een adviseur en/of bemiddelaar is wordt onderdeel 2 getoond in de generator.

Afhankelijk van de geselecteerde dienst (zie Hoofdstuk 2),

Welke soort producten adviseert en bemiddelt u?

of,

Welke soort producten adviseert u?

of,

Welke soort producten bemiddelt u?

En de volgende antwoordmogelijkheden geboden.

*Voor aanbieders,*

- uitsluitend in eigen producten (aanvinken)
- in zowel eigen als andere producten (aanvinken)
- in uitsluitend producten van andere aanbieders (aanvinken)

*Voor adviseurs/bemiddelaars,*

- uitsluitend in eigen label producten (aanvinken)
- in zowel eigen als andere producten (aanvinken)
- in uitsluitend producten van andere aanbieders (aanvinken)

### Weergave in het DVD

De vragen die gesteld worden over eigen producten worden weergegeven onder stap 3 'Selectie aanbieders'.

Wanneer aangegeven wordt door de financiële dienstverlener dat hij uitsluitend in eigen producten of in eigen label producten adviseert wordt dit als volgt weergegeven in het DVD.

<b>3</b> Selectie aanbieders	<b>Wij adviseren uitsluitend in onze eigen [label] producten. In de vergelijkende analyse nemen wij dan ook alleen onze eigen producten mee.</b>
------------------------------------	--

Wanneer aangegeven wordt door de financiële dienstverlener dat hij in zowel zijn eigen (labels) als andere producten kan adviseren, wordt dit als volgt weergegeven in het DVD.<sup>9</sup>

<b>3</b> Selectie aanbieders	<b>Wij adviseren in onze eigen [label] producten en die van andere aanbieders. In de vergelijkende analyse nemen wij zowel onze eigen producten als de producten van andere aanbieders mee. Wij hebben echter mogelijk een voorkeur om onze eigen [label] producten te adviseren.</b>
------------------------------------	---

Wanneer aangegeven wordt door de financiële dienstverlener dat hij uitsluitend in producten van andere aanbieders adviseert, wordt dit als volgt weergegeven in het dienstverleningsdocument.

<b>3</b> Selectie aanbieders	<b>Wij adviseren geen eigen producten. In de vergelijkende analyse nemen wij alleen producten van andere aanbieders mee. Wij adviseren uitsluitend over producten van andere aanbieders.</b>
------------------------------------	--

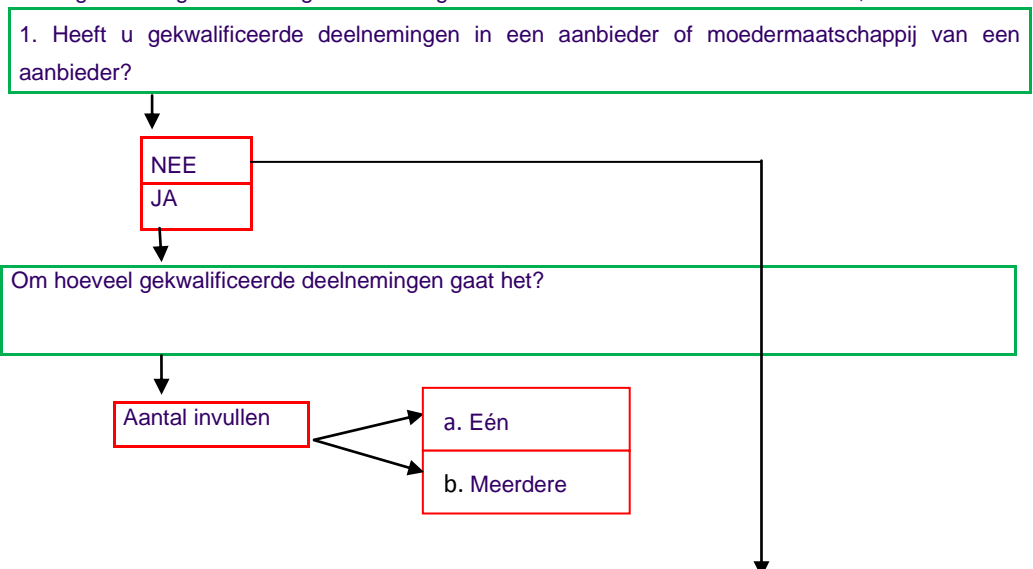
Wanneer aangegeven is dat er niet wordt geadviseerd wordt dit als volgt weergegeven in het dienstverleningsdocument.

<b>3</b> Selectie aanbieders	<b>U heeft zelf een financieel product gekozen en wij maken daarom geen vergelijkende analyse waarin wij andere eigen producten of producten van andere aanbieders meenemen.</b>
------------------------------------	--

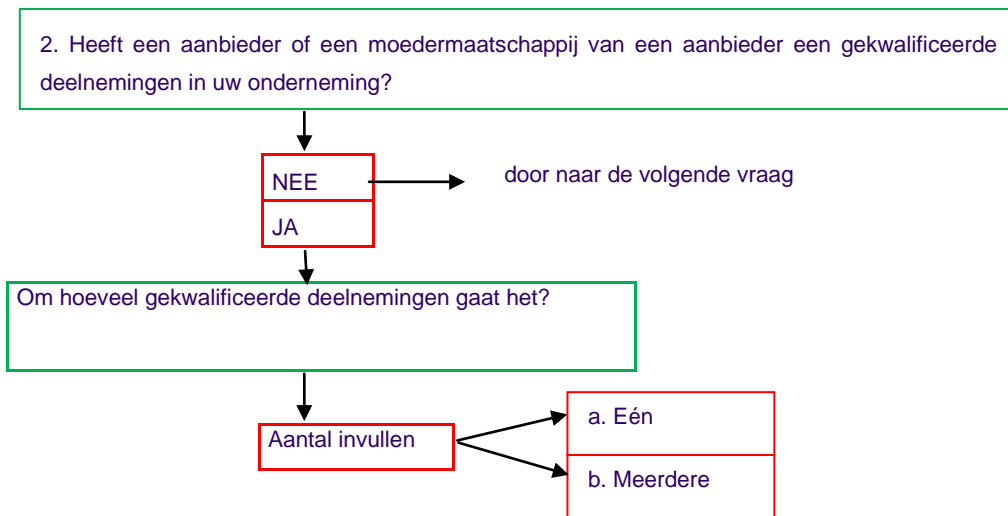
## 5.2 Gekwalificeerde deelnemingen

### Uitvraag in de DVD generator

De volgende vragen worden gesteld in de generator aan de financiële dienstverlener;



<sup>9</sup> Overigens wordt hier in de begeleidende zin in de samenvatting rekening mee gehouden.



### Weergave in het DVD

Wanneer in beide gevallen NEE geantwoord wordt, zal onderstaande tekst opgenomen worden onder selectie aanbieder;

<p>3 Selectie aanbieders</p>	<p>Wij zijn een zelfstandige financiële onderneming. Er zijn geen eigendoms- of zeggenschapsbelangen tussen ons en andere financiële ondernemingen die van invloed kunnen zijn op het advies dat wij u geven. Hierdoor kunnen wij zelfstandig opereren in de advisering.</p>
--------------------------------------	--

Wanneer op de eerste vraag JA geantwoord wordt zal onderstaande tekst opgenomen worden;

<p>3 Selectie aanbieders</p>	<p>Er [ is één/ zijn meerdere] financiële onderneming[en] waarin wij een eigendomsbelang of zeggenschap hebben. Dit belang kan ervoor zorgen dat wij een voorkeur hebben voor het samenwerken met deze aanbieder[s]. Dit belang kan dan ook invloed hebben op welke producten wij u adviseren.</p>
--------------------------------------	--

Wanneer op de tweede vraag JA geantwoord wordt zal onderstaande tekst opgenomen worden;

<p>3 Selectie aanbieders</p>	<p>Er [is één/ zijn meerdere] financiële onderneming[en] die een eigendomsbelang of zeggenschap [heeft/hebben] in onze financiële onderneming. [Dit/Deze] belang[en] [kan/kunnen] ervoor zorgen dat wij een voorkeur hebben voor het samenwerken met deze aanbieder[s]. Dit belang en kan dan ook invloed hebben op welke aanbieder wij u adviseren.</p>
--------------------------------------	--

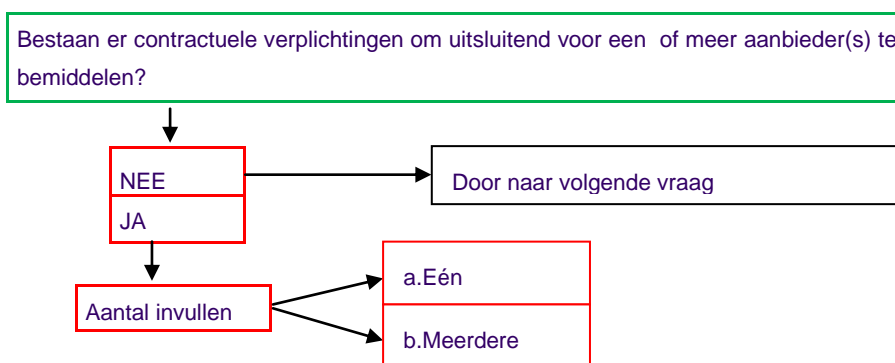
Wanneer op beide vragen JA geantwoord wordt zal onderstaande tekst opgenomen worden;

<p>3 Selectie aanbieders</p>	<p>Er zijn meerdere eigendoms- of zeggenschapsbelangen tussen ons en andere financiële ondernemingen die van invloed kunnen zijn op het advies dat wij u geven. Deze belangen kunnen ervoor zorgen dat wij een voorkeur hebben voor het samenwerken met deze financiële ondernemingen. Deze belangen kunnen dan ook invloed hebben op welke aanbieder wij u adviseren.</p>
--------------------------------------	--

### 5.3 Contractuele verplichtingen

Ook hier kan op eenzelfde wijze als bij eigen producten en gekwalificeerde deelnemingen melding gemaakt worden van eventuele contractuele verplichtingen en dat dit belang invloed kan hebben op de vergelijking van producten die de financiële dienstverlener maakt en hoe hij een selectie maakt van aanbieders. De onderstaande vragen worden gesteld aan financiële dienstverleners;

#### Uitvraag in de DVD generator



#### Weergave in het DVD

De vertaling naar wat opgenomen wordt in het dienstverleningsdocument wordt gemaakt in stap 3 selectie aanbieders. In het geval er inderdaad sprake is van contractuele verplichtingen dient dat gemeld te worden. Ook dient de financiële dienstverlener desgevraagd de namen van deze aanbieders kenbaar te maken. Het is dan ook van belang de consument hierop te wijzen. Wanneer er geen sprake is van contractuele verplichtingen zal het volgende opgenomen worden onder stap 3 selectie aanbieders.

<b>3</b> Selectie aanbieders	<b>Wij hebben geen contractuele afspraken gemaakt met aanbieders. Wij zijn dan ook vrij in welke producten van welke aanbieder wij u adviseren.</b>
------------------------------------	---

Wanneer er wel sprake is van contractuele verplichtingen, zal afhankelijk van een of meer aanbieders, het volgende worden opgenomen onder Stap 3.

<b>3</b> Selectie aanbieders	<b>Wij hebben contractuele afspraken gemaakt met [één/meerdere] aanbieder[s]. Deze afspraken kunnen invloed hebben op de producten die wij in de analyse betrekken en van welke aanbieder wij u een product adviseren. Wanneer u wilt weten wie deze aanbieder[s] [is/zijn] kunnen wij aan u kenbaar maken wie dat zijn.</b>
------------------------------------	--

#### Extra weergave in de vergelijkende analyse

Wanneer de financiële dienstverlener geen contractuele verplichtingen heeft en niet op grond van een objectieve analyse adviseert, dient de consument desgevraagd de namen medegedeeld te worden van de aanbieders waarvoor hij bemiddelt of kan bemiddelen. In dat geval wordt een extra vermelding gedaan onder Stap 2 'advies over product' in het dienstverleningsdocument;

**2**  
**Advies over product**

Dit biedt deze aanbieder

Dit biedt deze aanbieder niet

**Wij vergelijken een beperkt aantal producten voor u om na te gaan of deze producten bij uw financiële situatie en wensen passen.**

**Wij werken bij voorkeur met een aantal aanbieders samen. Wanneer u dat wenst kunnen wij kenbaar maken wie dat zijn.**

Geen vergelijking van producten      van      Vergelijking van beperkt aantal producten      Vergelijking van groot aantal producten

#### 5.4 Relevante bevindingen uit het consumentenonderzoek

In het consumentenonderzoek was bij de toelichting op stap 3 'selectie aanbieders' enkel weergegeven of er sprake was van het belang 'eigen producten'. Consumenten merkten op dat de toelichting op stap 3 'selectie aanbieder' vooral herhaling was van wat ze al gelezen hadden in de samenvatting en dat die toelichting daarmee weinig informatie toevoegde.

Met het opnemen van gekwalificeerde deelnemingen en contractuele verplichtingen en hoe deze belangen invloed zouden kunnen hebben op de selectie van de aanbieder, wordt er wel informatie toegevoegd ten opzichte van de samenvatting in het DVD. In de onderhavige voorstellen wordt hier rekening mee gehouden.

De weergave van het belang 'eigen producten' is in het consumentenonderzoek tevens weergegeven onder stap 2 'advies over product'. Consumenten hebben opgemerkt dat de toelichting op stap 3 'selectie aanbieders' wordt gezien als een herhaling van stap 2 'advies over product' wanneer het belang van 'eigen producten' tevens kenbaar wordt gemaakt bij stap 2 'advies over product'. Daarom is in de huidige voorstellen het belang van eigen producten niet weergegeven bij stap 2 'advies over product' maar slechts bij stap 3 'selectie aanbieders'.

Zo worden de mogelijke belangen weergegeven bij stap 3 'selectie aanbieders' en is de verwachting dat de herhaling die opgemerkt is door consumenten daarmee verholpen is. In de huidige voorstellen is hiermee reeds rekening gehouden.

## 6 Bemiddelen in het DVD

### 6.1 Uitvraag in de DVD generator

De financiële dienstverlener hoeft één keer zijn rol aan te vinken, waarna verschillende koppelingen worden gelegd naar diverse onderdelen in het DVD. Eén van deze onderdelen is bemiddeling.

De financiële dienstverlener wordt gevraagd de dienst te selecteren die hij verricht (zie ook Hoofdstuk 3). Vanuit die vraag worden verschillende koppelingen gelegd naar diverse onderdelen in het DVD. Eén van deze onderdelen is het afsluiten van een product.

Kunt u aangeven in welke hoedanigheid u optreedt? (één antwoord mogelijk)

- Aanbieder/adviseur
- Aanbieder/execution only
- Adviseur-bemiddelaar
- Adviseur
- Bemiddelaar/ execution only

De rol van de financiële dienstverlener bepaalt namelijk onder andere of producten afgesloten kunnen worden (bemiddeling). Afgezien van de adviseur, zal bij de andere rollen die de dienstverlener kan aanvinken, in het DVD de koppeling gemaakt worden naar het afsluiten van het product.

Daarnaast wordt in het DVD duidelijk gemaakt of naast het afsluiten, ook geadviseerd wordt. Indien men aangeeft dat hij een aanbieder/execution only of bemiddelaar/execution only rol heeft, zal in het DVD naar voren komen dat er niet geadviseerd wordt, maar dat producten enkel afgesloten worden door de financiële dienstverlener.

### 6.2 Weergave in het DVD

Afhankelijk van de door de gebruiker gekozen dienst worden de volgende teksten opgenomen.

#### Aanbieder/Adviseur of Adviseren-Bemiddelen:

<b>4</b> Afsluiten van product	De producten die wij u adviseren kunnen wij ook voor u afsluiten. Dit betekent dat de financiële dienstverlener de overeenkomst tussen u en de aanbieder van het financiële product tot stand brengt.
-----------------------------------	---

#### Adviseren:

<b>4</b> Afsluiten van product	Wij sluiten geen producten voor u af. Dit betekent dat de financiële dienstverlener geen overeenkomst tussen u en de aanbieder van het financiële product tot stand brengt.
-----------------------------------	---

#### Aanbieden(execution only) of Bemiddelen(execution only):

<b>4</b> Afsluiten van product	Wij adviseren u niet, wij sluiten enkel producten voor u af. Dit betekent dat de financiële dienstverlener de overeenkomst tussen u en de aanbieder van het financiële product tot stand brengt.
-----------------------------------	--



## 7 Dienstverlening na advies en afsluiten

---

Na afsluiten van een financieel product kunnen op de markt of op productniveau wijzigingen plaatsvinden, maar ook in het leven van de consument<sup>10</sup>. Nazorg kan een belangrijk onderdeel van de totale dienstverlening zijn.

Gedurende de looptijd van de overeenkomst, is de financiële dienstverlener verplicht de consument te informeren over wezenlijke wijzigingen in de informatie die bij het eerste advies of de bemiddeling is verstrekt om de consument in staat te stellen een adequate beoordeling van het financiële product of de financiële dienst uit te voeren (artikel 4:20, derde lid, Wft). Deze informatieplicht is doorlopend en behoort tot het takenpakket van de adviseur / bemiddelaar, tenzij met de aanbieder van het financiële product is overeengekomen dat de aanbieder de consument informeert (artikel 4:21 Wft). Met essentiële informatie wordt hier de voor de consument relevante informatie bedoeld. Daarbij kan worden gedacht aan een nieuw rentevoorstel van de bestaande hypotheek na afloop van de rentevaste periode.

In het DVD moet de financiële dienstverlener ook aangeven of hij diensten verricht na het adviseren of sluiten van de overeenkomst en of hij daar kosten voor in rekening brengt. Belangrijk aspect is dat de informatie vanuit het perspectief van de consument moet worden gezien, de informatie op het DVD moet tot de verbeelding van de consument spreken en betekenisvol zijn. De consument krijgt om die reden op het DVD alleen informatie over of er wel of geen diensten na afsluiten product worden verricht en over de wijze waarop kosten in rekening worden gebracht.

Hierbij is in overweging genomen dat er geen wettelijke definitie van 'nazorg' is waardoor het lastig is om vast te stellen welke diensten hier precies onder vallen. Artikel 4:20 lid 3 Wft stelt - kort gezegd - dat gedurende looptijd van een overeenkomst de financiële dienstverlener de consument inlicht over wezenlijke wijzigingen in de informatie.

Daarnaast rust op iedere financiële dienstverlener ook een civiele zorgplicht. In dit kader is artikel 7:401 BW relevant. De nazorg is afhankelijk van wat de consument en de financiële dienstverlener hierover hebben afgesproken.

Of er wel of geen diensten na afsluiten product worden verricht en over de wijze waarop de kosten hiervoor in rekening worden gebracht, is relevante informatie voor de consument in de oriëntatiefase en vereist op grond van het BGfo. In de tekst wordt een zin opgenomen om de consument te wijzen op het feit dat hij afspraken maakt over de inhoud van de werkzaamheden en de kosten die daarvoor in rekening worden gebracht.

---

<sup>10</sup> Of, indien het een verzekering betreft, cliënt.

## 7.1 Uitvraag in de DVD generator

In de generator wordt de financiële dienstverlener de volgende vragen gesteld:

Verricht u nog diensten aan de consument na adviseren/ afsluiten van het product?

**Let op:** onder **diensten** worden alle handelingen verstaan die u nog verricht na adviseren /afsluiten van het product. Hier verstaan we niet onder de informatieverplichtingen die u wettelijk dient te verlenen.

JA

NEE

Op welke wijze brengt u hiervoor kosten in rekening?

- via een abonnementsvorm (aanvinken)
- via vast uurtarief (aanvinken)
- via vaste fee (aanvinken)
- ik breng hiervoor geen aanvullende kosten in rekening (aanvinken)

## 7.2 Weergave in het Dienstverleningsdocument

<p>5</p> <p><b>Werkzaamheden na afsluiten</b></p>	<p>Wij verrichten geen extra werkzaamheden voor u na het afsluiten van het product. Bij extra werkzaamheden kunt u bijvoorbeeld denken aan:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Periodiek controleren of uw product nog steeds past bij uw (financiële) situatie en doelstelling.</li><li>• Ondersteuning bij beëindiging of omzetten producten.</li></ul> <hr/> <p>Let op: de werkzaamheden die financiële dienstverleners voor u kunnen verrichten na het afsluiten van het product, kunnen sterk verschillen. Het is van belang dat u met uw financiële dienstverlener bespreekt welke extra werkzaamheden hij voor u verricht na afsluiten en, tegen welke kosten.</p>
<p>5</p> <p><b>Werkzaamheden na afsluiten</b></p>	<p>Wij verrichten, op uw verzoek, extra werkzaamheden voor u na het afsluiten van het product.</p> <p>a. De kosten hiervoor worden apart in rekening gebracht via: een vasttarief of een abonnement of een uurtarief</p> <p>b. Wij brengen hiervoor geen extra kosten in rekening</p> <p>Bij extra werkzaamheden kunt u denken aan:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Periodiek controleren of uw product nog steeds past bij uw (financiële) situatie en doelstelling.</li><li>• Ondersteuning bij beëindiging of omzetten producten.</li></ul> <p>Let op: de werkzaamheden die financiële dienstverleners voor u kunnen verrichten na het afsluiten van het product, kunnen sterk verschillen. Het is van belang dat u met uw financiële dienstverlener bespreekt welke extra werkzaamheden hij voor u verricht na afsluiten en, tegen welke kosten.</p>

De voorbeelden van werkzaamheden na het afsluiten van het product verschillen per DVD.

### **7.3 Relevante bevindingen uit het consumentenonderzoek**

Uit het consumentenonderzoek is naar voren gekomen dat de consument zich niet goed een beeld kan vormen van de activiteiten die hier precies onder vallen. Om deze reden heeft de AFM enkele voorbeelden opgenomen.

## 8 Kosten

---

Het DVD moet de consument<sup>11</sup> in de oriëntatiefase in staat stellen verschillende dienstverleningsconcepten en de kosten daarvan met elkaar te vergelijken. Het laatste element op het DVD is transparantie over de nominale kosten van de dienstverlening die op het DVD uiteen gezet zijn.

Op het DVD wordt na de dienstverleningsvraag een korte samenvatting gegeven van de dienstverlening die de consument kan verwachten, zie hiervoor paragraaf 2.2. In de samenvatting op het DVD worden afhankelijk van de in vraag 2 van de generator gekozen dienstverlening de verschillende diensten al dan niet getoond. De gemiddelde nominale kosten zijn afhankelijk van de diensten inventarisatie, advies, selectie aanbieder en afsluiten (fase 1, 2, 3 en 4).<sup>12</sup>

Voor aanbieders betekent dit dat de nominale kosten worden genoemd die door hem gemiddeld bij de consument of cliënt in rekening worden gebracht voor advies en distributie van een financieel product dat beantwoordt aan de dienstverleningsvraag, evenals de wijze waarop deze kosten in rekening worden gebracht. Voor het bepalen van deze kosten moeten aanbieders uitgaan van het kostprijsmodel.<sup>13</sup>

Voor de *adviseur* betekent dit dat hij een nominaal bedrag noemt dat gemiddeld voor de dienstverlening naar aanleiding van de dienstverleningsvraag van de consument of cliënt in rekening wordt gebracht. Daarbij dient de bemiddelaar of adviseur een schatting te maken van het aantal uren dat hij aan advies zal besteden. Samen met het uurtarief leidt dit tot een gemiddeld nominaal bedrag. Ook de wijze waarop de beloning in rekening wordt gebracht moet in het DVD worden vermeld. Als naast het geven van advies ook bemiddeld wordt, moet de hoogte van de kosten die hiervoor in rekening worden gebracht worden weergegeven in de totale kosten van de dienstverlening. Hieruit volgt dat de kosten voor bemiddeling apart van de kosten van advies transparant moeten worden gemaakt.

Om die reden krijgt de consument op het DVD zowel informatie over totale kosten van de dienstverlening als een aparte weergave voor de kosten van afsluiten van het product. Tenslotte, moet ook de wijze waarop de kosten in rekening worden gebracht een plaats krijgen op het DVD. Dit is relevante informatie voor de consument in de oriëntatiefase en vereist op grond van het BGfo. De uiteindelijke kosten voor de dienstverlening op de factuur kunnen afwijken van het gemiddelde bedrag dat op het DVD wordt vermeld (de consument dient hiervan vanzelfsprekend van te voren op de hoogte te worden gesteld). In de tekst op het DVD wordt daarom een zin opgenomen die de consument wijst op het feit dat het hier gemiddelde kosten betreft en dat hij zelf concrete afspraken moet maken over de dienstverlening en de kosten die daadwerkelijk in rekening zullen worden gebracht.

---

<sup>11</sup> Of, indien het een verzekering betreft, cliënt.

<sup>12</sup> De kosten voor fase 5 (verrichten van diensten na advies en afsluiten van het product) worden afzonderlijk getoond op het DVD.

<sup>13</sup> Meer informatie over het kostprijsmodel op de themapagina over het provisieverbod op [www.afm.nl](http://www.afm.nl)

## 8.1 Uitvraag in de generator

In de generator wordt de financiële dienstverlener de volgende vragen gesteld:

Wat is de gemiddelde beloning voor uw dienstverlening?	
Beloning voor advies	Invoer bedrag
Beloning voor bemiddeling	Invoer bedrag
Op welke wijze brengt u hiervoor kosten in rekening?	
<input type="checkbox"/>	via vast uurtarief (aanvinken)
<input type="checkbox"/>	via vaste fee (aanvinken)

De financiële dienstverlener kan enkel een bedrag invullen voor advies of bemiddeling wanneer deze van toepassing zijn voor de door hem geselecteerde dienst (zie ook Hoofdstuk 2). Zo is het voor een financiële dienstverlener die enkel adviseert niet mogelijk om een bedrag voor bemiddeling in te vullen.

## 8.2 Weergave in het DVD

### Kosten

Kosten voor de dienstverlening

Advies	€
afsluiten product	€
Totaal	€

Afhankelijk van de diensten die u kiest kunnen de kosten die in rekening gebracht worden verschillen.

Dit document kunt u gebruiken bij het maken van concrete afspraken over de dienstverlening.

Dit is een indicatie van de totale kosten die u voor de dienstverlening van [naam financieel dienstverlener] moet betalen.

In geval van execution only dienstverlening verschijnt bij de kosten voor advies "niet van toepassing". In geval een financiële dienstverlener wel adviseert maar niet het product afsluit verschijnt bij de kosten voor afsluiten "niet van toepassing".

### **8.3 Relevante bevindingen uit het consumentenonderzoek**

Uit het consumentenonderzoek is gebleken dat de voorkeur van de consument er naar uit gaat dat de kosten zowel in de samenvatting (onder de activiteitenbalk) als aan het eind van het DVD worden weergegeven (dus twee keer). Daarnaast heeft de consument over het algemeen een voorkeur voor een uitgesplitste prijs (dus voor het advies- en bemiddelingsdeel). Reden hiervoor is ondermeer dat de consument vooraf wil kunnen zien of (/wat) hij wel voor het advies moet betalen, als hij/zij toch besluit het product niet af te sluiten. Aangezien uit het onderzoek bleek dat de term 'bemiddeling' niet altijd duidelijk is voor de consument, is deze term aangepast naar 'afsluiten product'. Ook is gebleken dat consumenten de aanduiding "Prijs" de voorkeur geven, deze aanbevelingen worden overgenomen door de AFM.

**Autoriteit Financiële Markten**

**T + 020 797 2000 | F +020 797 3800**

**Postbus 11723 | 1001 GS Amsterdam**

**[www.afm.nl](http://www.afm.nl)**

Amsterdam, januari 2013

## Bijlage 1: Toelichting op productcategorieën

Productcategorieën	Toelichting bij de productcategorieën
Aflossingsvrije hypotheeken	Bij een aflossingsvrije hypotheek wordt het geleende bedrag niet afgelost, de lener betaalt alleen rente. De lener bouwt geen vermogen op waarmee hij de hypotheekschuld kan aflossen. De schuld blijft tijdens de looptijd hetzelfde. Aan het einde van de looptijd of op het moment dat de lener verhuist, betaalt hij de openstaande lening terug aan de geldverstrekker. Hiervoor gebruikt hij eigen geld of bijvoorbeeld de opbrengst uit de verkoop van de woning.
Annuïteiten hypotheek	Een annuïteitenhypotheek is een hypotheek waarin voor elke termijn het aflossingsbedrag zo wordt gekozen, dat de totale betaling (de som van rente en aflossing) per termijn gelijk is, en zodanig dat aan het einde van de looptijd de gehele hypotheeklening is terugbetaald.
Lineaire hypotheek	Bij een lineaire hypotheek wordt de lening gelijkmatig afgelost, de te betalen termijnen bestaan uit rente en aflossing. De verschuldigde rente wordt berekend over het nog openstaande saldo van de hoofdsom (het geleende bedrag), de totale lasten (rente en aflossing) zijn aan het begin van de looptijd relatief hoog. De hoofdsom is dan nog hoog, dus wordt er veel rente betaald. Omdat de hoofdsom langzaam wordt afgelost, hoeft er steeds minder rente betaald te worden.
Krediet Hypotheek	Ook wel de overwaarde hypotheek genoemd. Een krediethypotheek is een krediet in rekening-courant met hypothecair onderpand. Het wordt ook wel een rekening-courant hypotheek genoemd. Gedurende de looptijd kan tot een overeengekomen maximum geld worden opgenomen, afgelost en opnieuw opgenomen, enzovoort. Er wordt alleen rente gerekend over opgenomen gelden. Het rentetarief is variabel.
Unit Linked Leven Hypotheeken	De unit linked hypotheek is een flexibele levenhypotheek, waarbij vanuit een verzekering wordt belegd; de premie wordt belegd in obligaties en aandelenfondsen. Gedurende de looptijd van de lening wordt in principe niet afgelost; met de opbrengst van de verzekering op de einddatum kan de lening geheel of gedeeltelijk worden afgelost. Universal Life-verzekeringen onderscheiden zich van traditionele verzekeringen doordat zij flexibeler zijn en de verzekering sneller kan worden aangepast aan gewijzigde omstandigheden. De in de premie begrepen spaardelen worden belegd in aandelen of obligaties (unit linked) en vaak ook deels gespaard op een rekening met hypotheekrentevergoeding en opbrengstgarantie.
Spaarhypotheeken (banksparen en verzekeren)	Sinds 1 januari 2013 is het niet meer mogelijk om een spaarhypotheek af te sluiten. Behoudens een overgangsregeling voor bestaande gevallen verdwijnen de fiscale begrippen KEW, SEW en BEW.
Beleggerhypotheeken	De beleggershypotheek is een hypothecaire lening met daaraan gekoppeld een beleggersrekening.
Traditioneel leven hypotheeken	Bij een traditionele levenhypotheek wordt er d.m.v. een levensverzekering gespaard voor de aflossing op het einde van de looptijd. De einduitkering kent een minimumgarantie. Door winstdeling wordt deze hoger als de betrokken verzekeraar (meer) winst maakt. Vooraf is niet bekend hoeveel kapitaal de consument opbouwt. De consument lost niet direct af op de hypotheek, maar

	pas aan het einde van de looptijd. Bij een moderne levenhypotheek zorgt een aan de hypotheek gekoppelde kapitaalverzekering voor de aflossing op het einde van de looptijd.
Beleggingsrecht Eigen Woning	Behoudens een overgangsregeling voor bestaande gevallen verdwijnen de fiscale begrippen KEW, SEW en BEW. Deelnemingsrechten in beleggingsinstellingen worden ook wel beleggingsfondsen genoemd. Als FD 'er kunt u als u een vergunning heeft voor hypothecair krediet of levensverzekeringen, een vergunning aanvragen voor deelnemingsrechten in beleggingsinstellingen, ook wel het nationaal regime genoemd. U moet bij producten die onder het nationaal regime vallen denken aan: effectenhypotheek, bankspaarproducten in combinatie met beleggingsfondsen en vermogensopbouwproducten in combinatie met beleggingsfondsen.
Spaarverzekeringen Eigen Woning	Behoudens een overgangsregeling voor bestaande gevallen verdwijnen de fiscale begrippen KEW, SEW en BEW. Een spaarverzekering is een kapitaalverzekering. Bij een spaarverzekering is een minimale uitkering gegarandeerd (als gevolg van winstbijschrijving kan de uitkering hoger uitvallen). Een spaarverzekering is een combinatie van sparen en verzekeren met als doel het opbouwen van een stuk vermogen.
Beleggingsfondsen	Een beleggingsfonds belegt het geld van beleggers in verschillende bedrijven. Beleggingsfondsen beleggen onder andere in effecten. Dat zijn rechten die geld waard zijn, die je kunt kopen en verkopen. Bijvoorbeeld opties of obligaties.
Beleggingsobjecten	Een zaak, een recht op een zaak of een recht op het al dan niet volledig rendement in geld of een gedeelte van de opbrengst van een zaak, welke anders dan om niet wordt verkregen, bij welke verkrijging van de consument een rendement in geld in het vooruitzicht wordt gesteld en waarbij het beheer van de zaak hoofdzakelijk wordt uitgevoerd door een ander dan de consument.
Overlijdensrisicoverzekeringen	Een overlijdensrisicoverzekering keert het vooraf afgesproken bedrag uit indien de verzekerde voor een bepaalde datum overlijdt.
Lijfrente	Een lijfrente is een bedrag dat periodiek aan een bepaalde begunstigde wordt uitbetaald. Dit bedrag wordt doorgaans uitbetaald uit een lijfrenteverzekering. Deze lijfrenteverzekering wordt voor de uitkering aangekocht door een eenmalige storting of periodieke premiebetaling. De uitkering vindt plaats tijdens een vooraf overeengekomen termijn of levenslang, maar eindigt in ieder geval bij overlijden van de verzekerde. De hoogte van de uitkering is vaak steeds gelijk.
AOV voor zelfstandigen	Een arbeidsongeschiktheidsverzekering is een verzekering voor zelfstandig ondernemers die de verzekerde (de ondernemer) voorziet in een periodieke uitkering bij ziekte of invaliditeit. De arbeidsongeschiktheidsverzekering is een schadeverzekering. Dit heeft tot gevolg dat de verzekerde er als gevolg van een schade-uitkering niet op vooruit mag gaan.
Woonlastenverzekering	De woonlastenverzekering is een verzekering die naast een hypothecaire lening wordt afgesloten om betaling van (een deel van) de maandlast (bij ziekte, arbeidsongeschiktheid of werkloosheid) zeker te stellen.
Premieovereenkomsten	De definitie van pensioenverzekeringen is beperkt tot de rechtstreeks verzekerde pensioenregelingen die bij verzekeraars zijn ondergebracht. De definitie ziet dus niet op pensioenregelingen die bij andere instellingen zijn ondergebracht, zoals bedrijfstak-, beroeps- en ondernemings-



	<p>pensioenfondsen. Het gaat bovendien uitsluitend om (collectieve) pensioenverzekeringen die worden afgesloten door de werkgever ten behoeve van zijn werknemer(s). De zogenaamde tweede pijler pensioenen. Daarnaast is de definitie van pensioenverzekeringen beperkt tot levensverzekeringen in de vorm van een ouderdomspensioen en een nabestaandenpensioen als bedoeld in artikel 1 van de Pensioenwet. Houdt u er rekening mee dat het arbeidsongeschiktheidspensioen niet onder de definitie van pensioenverzekeringen valt. Voor arbeidsongeschiktheidspensioen heeft u een (beperkte) vergunning voor schadeverzekeringen nodig. Een directeur-grotaandeelhouder (DGA) die zijn pensioen onderbrengt in een verzekerde pensioenregeling valt onder de definitie van pensioenverzekeringen. Dit geldt niet voor een directeur-grotaandeelhouder (DGA) die voor zijn pensioen een voorziening in eigen beheer heeft gereserveerd op de ondernemingsbalans.</p>
Pensioen verzekering DGA	DGA's kunnen na 2008 alleen nog pensioen opbouwen in eigen beheer, via een verzekeraar of een combinatie van beide.
Spaarverzekeringen	Dit is een kapitaalverzekering. Bij een spaarverzekering is een minimale uitkering gegarandeerd (als gevolg van winstbijschrijving kan de uitkering hoger uitvallen). Een spaarverzekering is een combinatie van sparen en verzekeren. Hierbij betaalt de verzekerde nu premie om later, op een vooraf vastgestelde einddatum, een uitkering of uitkeringen te ontvangen.
Uitvaartverzekeringen	Een uitvaartverzekering is een verzekering die een geldbedrag uitkeert bij het overlijden van de verzekerde.

## Bijlage 2: Uitwerking vergelijkende analyse (variabel percentage)

### Voorstel voor variabel criterium

Onderstaande uitwerking zoekt naar een wijze waarop voor elke productcategorie een passend toereikend aantal producten kan worden vastgesteld. Een toereikend aantal producten dat varieert per productcategorie, maar volgens één methode wordt vastgesteld.

Er is gezocht naar een manier om het toereikend aantal producten afhankelijk te maken van de omvang (het totaal aantal beschikbare producten) van een productcategorie. Dit heeft geresulteerd in een aantal tabellen welke aangeven hoeveel producten er minimaal vergeleken moeten worden als er in totaal N producten zijn, om met X% zekerheid te kunnen zeggen dat het product dat als beste uit de bus komt ook “goed genoeg” is. Hierbij is “goed genoeg” gedefinieerd als “behoort tot Y% van het totaal aantal producten dat als passend kan worden gezien”.

zekerheid 75%		Percentage van totaal aantal producten dat passend is				
10		50%	25%	20%	10%	5%
N	10	2	4	5	8	8
	20	2	5	6	10	15
	50	2	5	6	12	19
	100	2	5	7	13	24
	200	2	5	7	13	26
	500	2	5	7	13	27
	1000	2	5	7	14	27

zekerheid 90%		Percentage van totaal aantal producten dat passend is				
10		50%	25%	20%	10%	5%
N	10	3	5	7	9	9
	20	4	7	9	14	18
	50	4	8	10	18	27
	100	4	8	10	20	37
	200	4	8	11	21	41
	500	4	8	11	22	43
	1000	4	8	11	22	44

zekerheid 95%		Percentage van totaal aantal producten dat passend is				
10		50%	25%	20%	10%	5%
N	10	4	6	8	10	10
	20	4	9	10	16	19
	50	5	9	12	22	31
	100	5	10	13	25	45
	200	5	11	13	27	51
	500	5	11	14	28	56
	1000	5	11	14	29	57

zekerheid	99%	Percentage van totaal aantal producten dat passend is				
		10	50%	25%	20%	10%
N	10	5	7	10	10	10
	20	6	11	13	18	20
	50	7	14	17	29	39
	100	7	15	19	36	59
	200	7	16	20	40	73
	500	7	16	21	42	83
	1000	7	16	21	43	86

De tabellen maken gebruik van 2 parameters:

1. X% - de zekerheid, oftewel, hoe groot mag de kans zijn dat het product dat als meest passend uit de vergelijking komt onverhoopt toch niet "goed genoeg" is.
2. Y% - definitie van goed genoeg, oftewel, hoeveel procent van het totaal aantal producten dat als passend product kan worden gezien.

Voor het DVD dient er een keuze te worden gemaakt welke waarde van X en Y te hanteren. Belangrijk in deze keuze is om een juiste balans te vinden tussen enerzijds de zekerheid waarmee gesteld kan worden dat een passend product wordt meegenomen in de vergelijking en anderzijds de toepassing in de praktijk (het acceptatieniveau binnen de markt). Zo biedt een X van 99% meer zekerheid dan 95%. Echter als dit in de praktijk betekent dat voor een productcategorie met N = 10 alle producten moeten worden meegenomen in de vergelijking om aan een marktbrede analyse te voldoen, is de vraag of het ook een realistisch criterium is.

Het DVD project stelt voor om de volgende waarden te hanteren:

**X = 95%**

**Y = 20%**

Deze keuze is gebaseerd op de volgende redenen:

1. Het niveau van 95% zekerheid geldt binnen de wetenschappelijke wereld als algemene norm en zien wij daarom als een minimumniveau voor de mate van zekerheid.
2. Gezien de homogeniteit van financiële producten is het aannemelijk te stellen dat maximaal 20% van het totaal aan producten als passend product voor de consument kan worden aangemerkt (producten die voldoen aan de behoefte van de klant).
3. Voor het gros van de productcategorieën die binnen het DVD worden gehanteerd ligt het totaal aantal producten (N) tussen de 10 en 30. Om de acceptatie binnen de markt voor het aantal producten dat als toereikend wordt gezien voor het maken van een marktbrede analyse te verhogen, wordt ernaar gestreefd dat voor het gros van de productcategorieën niet alle producten in de vergelijking moeten worden meegenomen. Rekening houdende met punt 1 en 2, de minimumeisen voor de zekerheid ( $X > 95\%$  en  $Y < 20\%$ ) dan voldoen enkel de waarden  $X = 95\%$  en  $Y = 20\%$  aan dit streven. Bij alle combinaties van  $X > 95\%$  en  $Y < 20\%$  dienen voor N = 10 alle 10 de producten in de vergelijking mee te worden genomen. De minimale eisen uit punt 1 en 2 bieden het hoogste acceptatieniveau.

## Berekening van objectieve analyse.

Binnen het DVD wordt er één mate van objectieve analyse getoond. Dit betekent dat wanneer een bemiddelaar in meerdere productcategorieën actief is, er een gemiddelde mate van objectieve analyse moet worden berekend.

De objectieve analyse wordt als volgt bepaald:

Stap 1: Per productcategorie waarin de gebruiker actief is een berekening van de mate van objectieve analyse.

Stap 2: Een berekening van de gemiddelde mate van objectieve analyse indien de gebruiker in verschillende productcategorieën gebruiker actief is.

### Stap 1

Om voor een enkele productcategorie te kunnen bepalen of de gebruiker in categorie 1, 2A of 2B valt is het nodig om het aantal producten te definiëren dat als toereikend kan worden gezien. Dit minimale aantal producten wordt aangeduid met  $a$ . Dan geldt dat  $a$  het kleinste aantal producten is waarbij de kans dat tenminste één van die  $a$  producten tot de meest passende 20% producten ( $Y$ ) behoort groter is dan de gevraagde zekerheid van 95% ( $X$ ).

Bij een vergelijking van  $n$  producten uit  $N$  kan de kans bepaald worden dat tenminste één van de gekozen producten tot de meest passende 20% producten behoort. Gesteld dat  $K = (1 - Y\%) * N$ , dan is deze kans gelijk aan

$$1 - \left[ \text{Combin}(K, n) / \text{Combin}(N, n) \right]$$

waarbij

$$\text{Combin}(n, k) := n! / (k! * (n-k)!)$$

en

$$n! := n * (n-1) * \dots * 2 * 1$$

Om voor een enkele productcategorie met  $N$  producten de grenswaarde  $a$  te bepalen, wordt  $a$  zo klein mogelijk gekozen zodanig dat  $1 - \left[ \text{Combin}(K, a) / \text{Combin}(N, a) \right] \geq 95\%$ .

Voorbeeld 1:

*In geval er voor de productcategorie overlijdensrisicoverzekering in totaal 20 producten zijn ( $N = 20$ ) en  $X\% = 95\%$  en  $Y\% = 20\%$ , dan is het aantal producten dat toereikend is ( $a$ ) gelijk aan 10.*

*Er geldt namelijk met  $K = (1 - 20\%) * N = 16$  dat:*

$$1 - \left[ \text{Combin}(16, 10) / \text{Combin}(20, 10) \right] = 95,7\% \geq X\%$$

*en*

$$1 - \left[ \text{Combin}(16, 9) / \text{Combin}(20, 9) \right] = 93,2\% < X\%,$$

*wat aantoont dat 9 producten nog geen voldoende zekerheid bieden maar 10 producten wel.*

*Hiermee ziet indeling voor de objectieve analyse er als volgt uit.*

Categorie:	Aantal producten in vergelijking ( $n$ )
1	Enkel eigen producten
2A	$< 10$
2B	$\geq 10$

Wanneer de gebruiker voor de productcategorie overlidensrisicoverzekering 11 producten meeneemt in zijn vergelijking ( $n = 11$ ) is er sprake van categorie 2B (marktbrede analyse) want  $11 \geq 10$ .

## Stap 2

Indien de gebruiker in meerdere productcategorieën actief is, zal er een gemiddelde mate van objectieve analyse moeten worden berekend. Hierbij is het uitgangspunt gelijk aan die bij stap 1: de kans moet tenminste 95% zijn dat de gebruiker een “goed genoeg” product adviseert. Deze kans kan bepaald worden met behulp van de extra aanname dat de kans dat de consument of cliënt vraagt om een product uit een specifieke productcategorie gelijk is aan de relatieve frequentie waarin de gebruiker producten uit de betreffende categorie adviseert. De gemiddelde mate van objectieve analyse wordt dan bepaald door de kansen voor de verschillende productcategorieën op een gewogen manier bij elkaar op te tellen.

Om deze berekening te maken is het nodig om per productcategorie (genummerd met de index  $k$ ) over de volgende parameters te beschikken:

- $N_k$  (het totaal aan producten in de categorie)
- $n_k$  (het aantal producten dat de gebruiker meeneemt in zijn vergelijking)
- $w_k$  (is het deel van de adviezen van de gebruiker dat binnen categorie  $k$  valt)

Hierbij sommeren alle gewichten  $w_k$  samen tot 1.

De kans dat een klant een “goed genoeg” product wordt aangeboden, wordt berekend als de gewogen som over alle productcategorieën van de objectieve analyse voor een enkele productcategorie:

$$\sum_k w_k * \left( 1 - \left[ \text{Combin}([1-Y\%] * N_k, n_k) / \text{Combin}(N_k, n_k) \right] \right)$$

Als deze kans dan groter is dan of gelijk aan de zekerheid van 95%, dan is er sprake van een marktbrede analyse (2B) en als de kans kleiner is dan 95%, dan is er sprake van een selectieve analyse (2A).