

## Bijlage 2 Lessen beleggingsverzekeringen

In deze bijlage worden de gezette stappen in het beleggingsverzekeringendossier en de lessen die hieruit voortvloeien, uiteengezet. Hierbij wordt ingegaan op de regels die inmiddels zijn geïntroduceerd om het belang van de klant te borgen. Ook wordt ingegaan op de stappen die de verzekeringssector zelf heeft gezet.

### Wet- en regelgeving en toezicht

Sinds het ontstaan van de beleggingsverzekeringenproblematiek zijn er veel Europese en nationale regels geïntroduceerd om het belang van de consument te beschermen. Deze nieuwe regels zorgen ervoor dat de klant en het belang van de klant meer centraal komt te staan als het gaat om het verkoopproces van complexe financiële producten waaronder een beleggingsverzekering. Voor zover het de Europese regels betreft, heeft dit nog een effect. Namelijk dat in lidstaten waar verzekeringen voor vermogensopbouw in de kinderschoenen staan, wordt voorkomen dat deze leiden tot dezelfde problemen als in Nederland en het Verenigd Koninkrijk. Het is immers belangrijk dat de consument in de gehele Europese Unie vertrouwen heeft én houdt in financiële producten en financiële instellingen. Dat vertrouwen is één van de voorwaarden voor welvaarts- en welzijnsontwikkeling. De in dit kader meest relevante aanvullende regelgeving wordt hieronder weergegeven.

### *Provisieverbod*

Per 2013 is een provisieverbod voor complexe financiële producten ingevoerd. Hierdoor zijn financiële ondernemingen (directe aanbieders en onafhankelijke adviseurs en bemiddelaars) verplicht hun kosten direct en transparant bij de klant in rekening te brengen. De evaluatie van het provisieverbod<sup>1</sup> heeft laten zien dat hierdoor de verkeerde prikkels, bijvoorbeeld provisies waardoor producten van een bepaalde aanbieder worden geadviseerd (productgedreven verkoop), grotendeels uit de markt zijn verdwenen. Ook is vastgesteld dat de kwaliteit van advies aan consumenten over complexe producten mede door het provisieverbod is verbeterd.

### *Eisen aan productontwikkeling (POP)*

Ook zijn per 2013 regels geïntroduceerd die financiële ondernemingen, waaronder verzekeraars, verplichten te beschikken over een adequaat productontwikkelingsproces. Dit houdt in dat financiële ondernemingen bij het ontwikkelen van financiële producten op evenwichtige wijze rekening dienen te houden met de belangen van de consument. Indien een product afbreuk doet aan deze belangen, moet de onderneming het product aanpassen of staken met het aanbieden van het product. Het achterliggende doel is het voorkomen van massaschade voor de consument en de maatschappij door pertinent slechte financiële producten. De AFM houdt toezicht op de inrichting en de feitelijke toepassing van het productontwikkelingsproces. Uit signalen van (vertegenwoordigers van) marktpartijen en de AFM, kan worden afgeleid dat dit toezicht heeft geleid tot aanpassingen in de bedrijfsvoering van financiële ondernemingen en in het bijzonder tot het niet langer aanbieden van bepaalde financiële producten<sup>2</sup>. Ook beschikt de AFM per 2018 over een productinterventiebevoegdheid waarmee zij de verkoop van bepaalde beleggingsproducten kan verbieden of beperken, wanneer sprake is van een significante reden tot bezorgdheid over beleggersbescherming.

### *Algemene zorgplicht*

Per 2014 is de (civielrechtelijke) algemene zorgplicht bestuursrechtelijk verankerd. Geëxpliciteerd is dat een financiële dienstverlener op zorgvuldige wijze de gerechtvaardigde belangen van een consument in acht dient te nemen of in geval van advisering dient te handelen in het belang van de consument. Deze maatregel is ingevoerd als een aanvulling op het systeem van

---

<sup>1</sup> Kamerstukken II 2017/18, 32 545, nr. 74.

<sup>2</sup> Kamerstukken II 2017/18, 31 935, nr. 45, bijlage. Een evaluatie van de doeltreffendheid en effecten van het toezicht op productontwikkelingsproces in de praktijk zal in samenwerking met de AFM worden uitgevoerd. De bevindingen hiervan zullen uiterlijk 1 juli 2020 naar de Tweede Kamer worden gezonden.

consumentenbescherming (normerende werking) en als vangnetbepaling op grond waarvan de AFM bij gebrek aan specifieke regels tijdig kan ingrijpen bij evidente misstanden op de financiële markten (sanctionerende werking). Uit de evaluatie van de algemene zorgplicht volgt dat de regeling in die opzichten goed functioneert.<sup>3</sup>

#### *Betere informatievoorziening en meer transparantie*

Zowel Europese als nationale regels bevatten vereisten waaraan de informatievoorziening aan de consument moet voldoen. Zo is begin 2018 de PRIIP's verordening<sup>4</sup> in werking getreden met regels voor verpakte retailbeleggingsproducten en verzekeringsgebaseerde beleggingsproducten, waaronder beleggingsverzekeringen. Voor die producten geldt nu de verplichting om voorafgaand aan de aankoop een essentiële-informatiedocument te overhandigen aan de consument. Het essentiële-informatiedocument moet de consument in staat stellen om het product beter te begrijpen en de kenmerken (o.a. risico's en kosten) beter te doorgronden voordat tot aankoop van het product wordt overgegaan.

#### *Verbetering rechtsgang*

Ook is er regelgeving geïntroduceerd ter verbetering van de rechtsgang in collectieve zaken. Het is van belang dat gedupeerden hun rechten kunnen verwezenlijken en dat de kwaliteit van organisaties die opkomen voor hun belangen gewaarborgd is. In dit kader is wetgeving geïntroduceerd met nadere eisen voor verenigingen en stichtingen die de belangen van gedupeerden in collectieve zaken behartigen. Deze wetgeving omvat eveneens de mogelijkheid om in een collectieve actie voor gedupeerden schadevergoeding te vorderen. Daarnaast heeft het Klachtinstituut Financiële Dienstverlening (Kifid) klachten over beleggingsverzekeringen geclusterd naar type verzekeringsproduct. De geclusterde klachten worden vervolgens gefaseerd behandeld om de afhandeling efficiënt te laten plaatsvinden. Ook is de informatievoorziening met de toezichthouders beter geregeld. Kifid verschaft pro-actief informatie aan toezichthouders om mogelijke misstanden in de markt tijdiger en effectiever te signaleren.

Al deze regels zijn gericht op verbetering van de positie van de consument ten opzichte van aanbieders van financiële producten, het wegnemen van verkeerde prikkels voor verkopers en aanbieders van financiële producten of het voorkomen van schade voor consumenten door slechte producten of misstanden. Hierbij is niet alleen ingezet op het vastleggen van specifieke normen met bijbehorend toezicht. Daarnaast is beoogd om een vangnet te creëren voor evidente misstanden in gevallen dat specifieke normen ontbreken en om de rechtsgang voor consumenten te verbeteren.

#### Rol verzekeringssector

Een goede governance en gezonde cultuur kunnen niet met regelgeving alleen worden bevorderd. Integendeel, een gezonde cultuur moet juist komen vanuit de sector zelf. Ook verzekeraars zelf hebben belangrijke stappen gezet, initiatieven ontplooid en lessen getrokken uit het beleggingsverzekeringendossier. Hierbij heeft de sector ingezet op het kleiner maken van de beleggingsverzekeringenproblematiek en het voorkomen van nieuwe problemen.

#### *Compensatieakkoorden en flankerend beleid beleggingsverzekeringen*

Verzekeraars hebben op basis van de aanbeveling van de Ombudsman Financiële Dienstverlening met consumentenstichtingen, zoals de Stichtingen Verliespolis en Woekerpolisclaim, en met de steun van betrokken partijen, zoals de Vereniging Eigen Huis en de Vereniging van Effectenbezitters, algemene akkoorden gesloten (en uitgevoerd) voor kostencompensatie voor consumenten. Deze akkoorden bieden breed gedragen oplossingen voor te hoge en intransparante uitvoeringskosten en voor

---

<sup>3</sup> Kamerstukken II 2016/17, 32 545, nr. 59. Wel is – gegeven het ontbreken van formele handhaving en bestuursrechtelijke rechtspraak - aanleiding gezien voor een nieuwe evaluatie van de algemene zorgplicht. De Staten-Generaal zal uiterlijk 1 januari 2022 een verslag met de bevindingen hiervan ontvangen.

<sup>4</sup> Verordening (EU) nr. 1286/2014 van het Europees Parlement en de Raad van 26 november 2014 over essentiële-informatiedocumenten voor verpakte retailbeleggingsproducten en verzekeringsgebaseerde beleggingsproducten (PRIIP's) (PbEU 2014, L 352).

schrijnende gevallen (zoals bij het optreden van het hefboom- en inteereffect<sup>5</sup>). Aanvullend op de compensatieakkoorden hebben verzekeraars flankerend beleid ontwikkeld ter uitbreiding van de toekomstgerichte verbeteringsmogelijkheden van klanten met een beleggingsverzekering. Dit omvat onder meer het aanbod om over te stappen op een beter passend product zonder het in rekening brengen van afkoopkosten of andere overstapkosten. Verzekeraars hebben aangegeven het flankerend beleid te continueren en coulance te blijven betrachten voor klanten in een schrijnende situatie<sup>6</sup>.

#### *Inspanningen nazorg/activering*

Nazorg is belangrijk om de positie van klanten in de toekomst te verbeteren. Onderdeel hiervan is het activeren van klanten. Hoewel het activeren van klanten op zich niet nieuw was, was de omvang en de aard van het activeringstraject bij beleggingsverzekeringen dat wel. Verzekeraars hebben voldoende inspanningen geleverd om klanten actief één voor één te benaderen en te voorzien van informatie over hun beleggingsverzekering, de waardeopbouw ervan en (indien bekend) over een eventueel verschil van de waarde aan het einde van de looptijd met het beoogde doel ervan. Ook hebben verzekeraars de keuzemogelijkheden geschetst en is kosteloos hersteladvies aangeboden (door de verzekeraar zelf of via het loket hersteladvies beleggingsverzekeringen). Klanten zijn hierbij indien nodig meerdere keren en op verschillende manieren benaderd.

Gedurende het activeringstraject is gebleken dat een generieke, sluitende en in alle situaties effectieve aanpak niet voorhanden is. Met andere woorden; dat er niet één manier is om klanten te activeren; duidelijk is geworden dat er zo goed mogelijk op de (verschillende) behoeften van klanten moet worden ingespeeld. Factoren die hierbij van invloed bleken te zijn, zijn een zo persoonlijk mogelijke boodschap, het zoeken van aansluiting bij de specifieke situatie van de klant en het benadrukken van het belang van het maken van een bewuste keuze. Daarbij is de samenwerking met de tussenpersonen van meerwaarde gebleken. Ook de inzet van verschillende communicatiemogelijkheden bleek - afhankelijk van de klantgroep - van meerwaarde. Denk hierbij aan online-modules, telefonische benaderingen of huisbezoeken. Relevante inzichten die kunnen worden meegenomen in de activering van klanten met een aflossingsvrije hypotheek (gekoppeld aan een beleggingsverzekering).

#### *Cultuurverandering*

Uit de evaluatie van de algemene zorgplicht<sup>7</sup> volgt dat er binnen de sector meer bewustwording is over c.q. meer bewustzijn is van het borgen van het klantbelang en het belang van cultuurverandering binnen de onderneming. Ook in de beleidsdoorlichting financiële markten<sup>8</sup> is opgemerkt dat er veranderingen in gedrag en cultuur hebben plaatsgevonden. Er is bewustwording, transparantie en verantwoordelijkheid bij beleidsbepalers van financiële ondernemingen waargenomen. De sector heeft via het Verbond van Verzekeraars aangegeven dat het beleggingsverzekeringendossier de sector ervan bewust heeft gemaakt dat ze beter in verbinding moet staan met de klant en met stakeholders en dat een duurzame klantrelatie vereist dat gedacht wordt vanuit het belang van de klant en de sector scherp voor ogen moet houden of gewekte verwachtingen kunnen worden ingelost. Onderdeel hiervan is een cultuur waarin producten vanuit verschillende perspectieven en onder verschillende omstandigheden worden beoordeeld op nut, veiligheid, begrijpelijkheid en kostenefficiëntie voor de klant evenals de klant beter in staat stellen om het product kritisch te beoordelen. De sector heeft een integraal programma ontwikkeld ter versterking van de positie van de klant. Dit omvat onder meer het direct opzegbaar maken van verzekeringen, de verbetering van interne klachtenprocedures en klantcommunicatie alsmede het actief bijdragen aan financiële educatie. Daarnaast hebben

---

<sup>5</sup> Het hefboom- en inteereffect doet zich voor wanneer de risicoverzekeringspremie voor overlijdensrisico voor het einde van de verzekering afhangt van de omvang van het opgebouwde beleggingsresultaat. Bij goede beleggingsrendementen dalen deze verzekeringspremies, bij tegenvallende rendementen stijgen deze verzekeringspremies.

<sup>6</sup> [www.verzekeraars.nl/coulance](http://www.verzekeraars.nl/coulance).

<sup>7</sup> Kamerstukken II 2016/17, 32 545, nr. 59.

<sup>8</sup> Kamerstukken II 2017/18, 31 935, nr. 45, bijlage.

verzekeraars via zelfregulering de transparantie verbeterd. Zo krijgt de klant meer inzicht in de producten door de verzekeringskaarten, is in 2006 - in vervolg op aanbevelingen van de door het Verbond van Verzekeraars ingestelde commissie De Ruiter - producttransparantie tot stand gekomen op grond waarvan de consument door middel van gestandaardiseerde modellen in verschillende fases informatie krijgt over de beleggingsverzekering en de daaraan verbonden kosten<sup>9</sup> en worden de prestaties van individuele verzekeraars en de waardering van die prestaties door klanten inzichtelijk gemaakt in Verzekeraars in Beeld. Ook is de Gedragscode Verzekeraars aangescherpt en uitgebreid en houdt de onafhankelijke Stichting toetsing verzekeraars toezicht op de naleving van deze gedragscode. In algemene zin geldt dat er nog werk te verrichten is om de dienstbaarheid richting klanten te vergroten. Door niet enkel te controleren of alle specifieke voorschriften nageleefd worden, maar ook in breder verband te kijken of de dienstverlening de belangen van de klant op zorgvuldige wijze in acht neemt. De sector heeft aangegeven aandacht te hebben voor het blijven toetsen van producten en diensten en daarbij alert te blijven op signalen van klanten en maatschappij.

---

<sup>9</sup> De regels over de te verstrekken informatie aan de consument zijn inmiddels aangescherpt in het Besluit Gedragstoezicht financiële ondernemingen Wft en wettelijk verankerd in de PRIIP's-Verordening.