

Nazorg en serviceabonnementen: Het belang van de klant centraal

In dit artikel gaat de Autoriteit Financiële Markten (AFM) in op nazorg en serviceabonnementen. Afhankelijk van uw vragen of de ontwikkelingen in de markt gaan we mogelijk op een later moment meer aandacht besteden aan deze onderwerpen. Dit artikel kunt u daarom ook zien als een eerste stap om u meer duidelijkheid te geven over nazorg en serviceabonnementen.

Het advies over een financieel product aan een klant is tijdsgebonden. U baseert uw advies onder meer op de wensen, doelstellingen en de situatie van de klant voor zover dat in die periode bekend is. Er kunnen zich daarna verschillende wijzigingen voordoen: marktbreed of op productniveau, maar ook in het leven van de klant. Nazorg kan een belangrijk onderdeel van uw totale dienstverlening aan de klant zijn.

Het is op dit moment gebruikelijk om nazorg te financieren uit provisiegeldstromen. Door het provisieverbod, dat ingaat op 1 januari 2013, moet u andere manieren vinden om deze nazorg te financieren. Steeds meer adviseurs kiezen ervoor dit te financieren via een (service)abonnement. De adviseur brengt zijn klanten dan periodiek een bedrag in rekening voor dienstverlening gedurende een bepaalde periode. Deze periode kan gelijk zijn aan de looptijd van een of meerdere financiële producten, maar dat hoeft niet.

Of u nu kiest voor een aanvullende nota of voor een serviceabonnement, in beide gevallen vindt de AFM het belangrijk dat u het belang van de klant centraal stelt bij nazorg. Aan de hand van een aantal vragen willen we u inzicht geven in de wijze waarop de AFM naar nazorg en serviceabonnementen kijkt.

Welke doorlopende zorgplichtaspecten gelden er?

U moet gedurende de looptijd van de overeenkomst, de klant informeren over wezenlijke wijzigingen in de informatie die bij het eerste advies of de bemiddeling is verstrekt om de klant in staat te stellen een adequate beoordeling van het financiële product of de financiële dienst uit te voeren. Deze zorgplicht vindt u in artikel 4:20 Wft. Deze informatieplicht is doorlopend en behoort tot uw takenpakket tenzij u met de betrokken aanbieder van het financiële product bent overeengekomen dat de aanbieder de klant informeert (artikel 4:21 Wft).

Naast deze 'Wft zorgplicht' bestaan er 'civiele zorgplichten'. Dat betekent dat u zich richting uw klant zorgvuldig moet gedragen zoals van een redelijk bekwaam en redelijk handelend beroepsgenoot mag worden verwacht. Deze term wordt verder door de civiele rechter ingevuld. U kunt overigens met een klant overeenkomen welke dienstverlening er wel en niet wordt verricht en tegen welke prijs. In uw overeenkomst met de klant kunt u de 'Wft zorgplicht' echter niet uitsluiten, ook niet wanneer u de klant hiervoor expliciet laat tekenen.

Wft zorgplicht

Deze vereisten kunt u niet uitsluiten

Civiele zorgplichten

Regelt u via een (schriftelijke) overeenkomst met de klant

Wat wordt precies verstaan onder de doorlopende Wft zorgplicht?

De doorlopende Wft zorgplicht stelt dus dat de consument of de cliënt tijdens de looptijd van een

financieel product wordt geïnformeerd over mogelijke wezenlijke wijzigingen in essentiële productinformatie. Met essentiële informatie wordt hier de voor de klant relevante informatie bedoeld. Daarbij kan worden gedacht aan een nieuw rentevoorstel van de bestaande hypotheek na afloop van de rentevastperiode. De (nieuwe) rente en de (nieuwe) rentevastperiode is informatie die de klant nodig heeft om het product en de aanbieder van het product te (her)beoordelen en mogelijk actie te ondernemen. Bijvoorbeeld onderhandelen over de nieuwe rente, het inwinnen van advies over de nieuwe rentevastperiode of eventueel overstappen naar een andere aanbieder van hypothecair krediet. Er kan ook sprake zijn van een wezenlijke wijziging als een verzekeraar bijvoorbeeld een belangrijke en voor de klant relevante productvoorwaarde wijzigt zoals een afkoopboete afschaft of introduceert of de dekking beperkt.

Het is van belang dat de essentiële wijzigingen in de productinformatie tijdig worden verstrekt. Met tijdig wordt bedoeld het moment waarop de klant nog een reële mogelijkheid heeft om naar aanleiding van de te ontvangen informatie eventueel actie te ondernemen.

Hoe kijkt de AFM naar nazorgactiviteiten en serviceabonnementen?

De AFM ziet dat er nu al diverse modellen en prijzen van serviceabonnementen in de markt worden gehanteerd. De verwachting is dat dit de komende tijd zal toenemen. De bedragen die in rekening worden gebracht en de diensten die daar tegenover staan variëren. De wet bepaalt dat de beloning van een adviseur niet 'kennelijk onredelijk' mag zijn gelet op de aard en de omvang van de dienstverlening. Om te bepalen wat voor u wel een redelijke beloning is, is het bijvoorbeeld van belang welke diensten u levert voor het tarief dat u in rekening brengt. Ook speelt de complexiteit van het vraagstuk en uw expertise een rol. We verwachten dat u bij het bepalen van uw tarief onder andere rekening houdt met deze aspecten en daarbij ook een goed beeld heeft van de gangbare tarieven in de markt.

De AFM vindt het wenselijk dat de nazorgactiviteiten die u aan de klant biedt en het eventuele serviceabonnement dat daarbij wordt aangeboden, toegevoegde waarde leveren voor de klant. Dit betekent dat het serviceabonnement diensten omvat, die daadwerkelijk in het belang van de klant zijn.

Hoe gaat u om met nazorgactiviteiten voor bestaande klanten?

De producten van bestaande klanten zijn in veel gevallen afgesloten op basis van (doorlopende) provisie. In het verleden is dan meestal niet gesproken over het in rekening brengen van extra kosten voor de dienstverlening na aanschaf van het product. De AFM verwacht dat u zorgvuldig omgaat met deze groep klanten. Hier past onder meer bij dat u bij het bepalen van uw tarieven voor nazorg rekening houdt met de provisiegeldstromen (afsluit- en doorlopende provisie) die in het verleden zijn ontvangen en mogelijk nog worden ontvangen. Het is van belang om na te gaan of u bij het eerste advies met de klant specifieke afspraken heeft gemaakt over de reikwijdte van de dienstverlening en het verlenen van nazorg. Vaak is dat in het verleden niet het geval geweest. Mede op basis van de hoogte van de ontvangen afsluitprovisie en doorlopende provisie kunt u bepalen of het redelijk is dat u nu aanvullende kosten vraagt voor dienstverlening na het adviesmoment.

Hoe gaat u om met klanten die niet willen betalen voor een serviceabonnement of nazorg?

Wij adviseren u om vooraf te bepalen wat uw beleid is ten opzichte van klanten die niet (meer) wensen te betalen voor een abonnement. Voor uzelf, maar ook voor uw klanten. We vinden het wenselijk dat de klant die niet (meer) voor een abonnement wil betalen, zorgvuldig wordt behandeld en niet zonder meer wordt doorverwezen naar een andere adviseur. In dit verband is het ook van belang dat u zich bewust bent van de eerdere genoemde zorgplicht richting uw klanten als het gaat om informatieverstrekking gedurende de looptijd van de overeenkomst waar u als bemiddelaar bij betrokken bent geweest. Deze zorgplicht behoort tot uw takenpakket, tenzij u met de aanbieder van het product hebt afgesproken dat de aanbieder de Wft zorgplicht op zich neemt.

Hoe gaat u om met de beëindiging van een abonnement?

De AFM vindt het in het belang van de klant als het abonnement eenvoudig en boetevrij tussentijds is op te zeggen. Bij het verlenen van 'nieuwe' adviesdiensten aan uw klanten is het onder voorwaarden mogelijk om de kosten hiervoor gespreid te laten betalen (wettelijk is maximaal twee jaar toegestaan). Het kan zijn dat u de gespreide betaling gelijktijdig met het bedrag voor het serviceabonnement bij de klant incasseert. Om achteraf teleurstelling bij de klant te voorkomen, is het van belang om de klant vooraf goed te wijzen op de consequenties voor eventuele verrekening van deze advieskosten bij beëindiging van het serviceabonnement. In de [nieuwsbrief](#) van 2 november 2012 hebben we aandacht besteed aan gespreid betalen in combinatie met een serviceabonnement.

Hoe geeft u klanten duidelijkheid over uw dienstverlening?

Het is van belang dat u op een zorgvuldige wijze aan uw klant duidelijk maakt welke diensten u wel en niet kunt leveren en tegen welke tarieven. Wanneer u verschillende abonnementsvormen aanbiedt, zult u goed het onderscheid tussen de diensten en bijbehorende prijzen aan de klant kenbaar moeten maken. Hierbij is een rol weggelegd voor het Dienstverleningsdocument waarvan de wet- en regelgeving vanaf 1 januari 2013 in werking treedt. Vanaf 1 juli 2013 zal nadere regelgeving hierover in werking treden. De stand van zaken rondom het Dienstverleningsdocument vindt u op de [themapagina](#) van het Dienstverleningsdocument.

Wanneer u duidelijke begrippen en omschrijvingen hanteert, begrijpt de klant dit makkelijker en is de kans op misverstanden kleiner. De informatie over uw abonnement moet begrijpelijk, feitelijk juist en niet misleidend zijn. De AFM vindt het belangrijk de informatie 'overduidelijk duidelijk' is en aansluit op hoe consumenten in de praktijk met informatie omgaan.

Wanneer vooraf duidelijk is dat bepaalde diensten niet onder het abonnement vallen, is het belangrijk dat u dit expliciet vermeldt. Zo valt een nieuw adviesmoment vaak niet onder het serviceabonnement en worden toekomstige advieskosten aanvullend bij de klant in rekening gebracht. Daarnaast adviseren wij u om in uw communicatie extra aandacht te besteden aan de bestaande groep klanten waarbij zowel provisie als abonnementsgeld wordt ontvangen.

Meer informatie

Voor meer praktische informatie verwijzen we u graag naar de recent uitgebrachte [VVP special](#) over directe beloning. Dit magazine biedt u praktische tools voor de overgang naar directe beloning.