

## Uitkomsten Onderzoek Serviceabbonnementen

Mei 2014



## **Autoriteit Financiële Markten**

---

De AFM bevordert eerlijke en transparante financiële markten. Wij zijn de onafhankelijke gedragstoezichthouder op de markten van sparen, lenen, beleggen en verzekeren. Wij bevorderen eerlijke en zorgvuldige financiële dienstverlening aan consumenten, particuliere beleggers en (semi-) professionele partijen. We zien toe op een eerlijke en efficiënte werking van kapitaalmarkten. Ons streven is het vertrouwen van consumenten en ondernemingen in de financiële markten te versterken, ook internationaal. Op deze manier draagt de AFM bij aan de stabiliteit van het financiële stelsel, het functioneren van de economie, de reputatie en de welvaart van Nederland.

## Inhoudsopgave

---

<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Samenvatting &amp; conclusie</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>Opzet onderzoek</b>	<b>7</b>
<b>4</b>	<b>Resultaten en aanbevelingen</b>	<b>7</b>
	4.1 <i>Algemene resultaten</i>	8
	4.2 <i>Dienstverlening in het abonnement</i>	8
	4.3 <i>Informatieverstrekking</i>	10
	4.4 <i>Kosten van het abonnement</i>	11
	4.5 <i>Wijze van aanbieden</i>	13

## 1 Inleiding

---

De Autoriteit Financiële Markten (AFM) is in juli 2013 een onderzoek gestart naar serviceabbonementen. De aanleiding hiervoor waren vragen en meldingen die de AFM in 2012 en 2013 heeft ontvangen over deze abonnementen die deels via de media onder de aandacht zijn gebracht. De kwaliteit van serviceabbonementen is van belang voor consumenten. Ook de toename in het aanbod van serviceabbonementen is reden geweest om dit onderzoek te starten.

Onderhoud en nazorg bij een financieel product zijn belangrijk, bijvoorbeeld door periodiek te bekijken of het product nog bij de klantsituatie past. Bij beheer en nazorg voor financiële producten heeft een financiële dienstverlener te maken met de *wettelijke zorgplicht*. Hij moet gedurende de looptijd van het financieel product de klant informeren over wezenlijke wijzigingen in essentiële productinformatie<sup>1</sup>. Daarnaast heeft de financiële dienstverlener ook een *civiele zorgplicht*. Dat houdt in dat hij zich richting de 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. De financiële dienstverlener kan overigens met een klant overeenkomen welke dienstverlening er wel en niet wordt verricht en tegen welke prijs. In de overeenkomst met de klant kan hij de 'Wft zorgplicht' echter niet uitsluiten, ook niet wanneer hij de klant hiervoor expliciet laat tekenen.

Voor de invoering van het provisieverbod waren de kosten voor beheer en nazorg verwerkt in de provisie. Nu moet de adviseur deze kosten direct in rekening brengen. Financiële dienstverleners besteden daarom aandacht aan hoe zij beheer- en nazorgwerkzaamheden willen inrichten en bekostigen. Dit kan gaan om wettelijke of civiele zorgplicht, maar ook om aanvullende werkzaamheden die zien op beheer of nazorg.

Een financiële dienstverlener kan ervoor kiezen om deze kosten in rekening te brengen door het aanbieden van een serviceabbonement. Dat gebeurt steeds vaker. Een serviceabbonement is een overeenkomst tussen een klant en een financiële dienstverlener waarbij de klant periodiek, meestal maandelijks, een bedrag betaalt aan de financiële dienstverlener. Voor dit bedrag krijgt de klant dienstverlening gericht op nazorg en beheer van afgesloten financiële producten. Dit betekent dat een consument niet geconfronteerd wordt met incidentele kosten op het moment dat hij dienstverlening met betrekking tot afgesloten financiële producten nodig heeft, als deze dienstverlening onder het abonnement valt. Voor een financiële dienstverlener betekent dit dat hij van te voren duidelijk maakt aan de consument welke dienstverlening hij de klant in de toekomst gaat bieden.

Met haar onderzoek heeft de AFM een marktbreed beeld<sup>2</sup> gekregen van serviceabbonementen die financiële dienstverleners aan hun klanten bieden. De AFM heeft zowel de inhoud van de abonnementen beoordeeld als de wijze waarop financiële dienstverleners hun abonnementen aanbieden. Dit rapport is een weergave van de opzet van het onderzoek en de belangrijkste resultaten. De aanbevelingen die volgen uit de resultaten, staan in de kaders eronder.

---

<sup>1</sup> Deze zorgplicht vindt u in artikel 4.20 en 4.21 Wet financieel toezicht (Wft).

<sup>2</sup> De AFM heeft zich in dit onderzoek gericht op adviseurs en bemiddelaars in het intermediaire kanaal.

## 2 Samenvatting & conclusie

---

De AFM is in 2013 een onderzoek gestart naar serviceabbonementen. De aanleiding was een toename van serviceabbonementen sinds de invoering van het provisieverbod en meldingen die de AFM hierover ontving. Het onderzoek vond plaats onder 80 aselect gekozen financiële dienstverleners en gaf een goed beeld van de huidige markt van serviceabbonementen. Het onderzoek gaat in op de volgende vragen:

- I. Welke dienstverlening is in het abonnement inbegrepen?
- II. Hoe begrijpelijk is de informatieverstrekking over het abonnement?
- III. Hoeveel kost het abonnement en wordt of is er al betaald voor deze dienstverlening door middel van provisie?
- IV. Op welke wijze biedt de financiële dienstverlener een abonnement aan de klant aan?

### **Wat heeft de AFM onderzocht?**

- Inhoud abonnementen
- Begrijpelijkheid informatie
- (Dubbele) kosten
- Wijze van aanbieden

### **Wat onderzochten we niet?**

- Past het abonnement bij de klant?
- Nakomen beloofde diensten
- Zakelijke abonnementen

### *Resultaten*

Op basis van dit marktbrede onderzoek concludeert de AFM dat veruit het grootste deel van de onderzochte partijen abonnementen aanbiedt die relevante dienstverlening bevatten voor de klant. Het belangrijkste verbeterpunt dat uit het onderzoek naar voren komt is onduidelijke informatieverstrekking over serviceabbonementen. Dit moet bij de helft van de onderzochte abonnementen beter. Hieronder lichten we de resultaten per onderwerp toe.

#### *I. Merendeel van de abonnementen biedt relevante dienstverlening*

Het grootste deel van de financiële dienstverleners biedt een serviceabonnement dat relevante dienstverlening omvat voor de klant. Een meerderheid van deze 80% biedt relevante dienstverlening tegen een redelijke prijs. Relevant betekent dat de diensten evident nuttig zijn en aansluiten bij de behoefte van de klant. Deze dienstverlening mag de klant logischerwijs verwachten als het gaat om nazorg en beheer van zijn financiële producten. Relevante dienstverlening is bijvoorbeeld het afhandelen en begeleiden bij schade als de klant een serviceabonnement heeft afgesloten bij een schadeverzekering.

20% van de financiële dienstverleners biedt echter abonnementen aan waarin relevante diensten ontbreken. Deze abonnementen zijn niet nuttig voor de klant en zijn daarom onwenselijk.

#### *II. Informatieverstrekking sleutel tot verbetering*

Er zijn belangrijke stappen te zetten als het gaat om de begrijpelijkheid van de (schriftelijke) informatie over het serviceabonnement. Deze is in de helft van de onderzochte abonnementen onvoldoende duidelijk en begrijpelijk. Dit kan verkeerde verwachtingen wekken en daarmee in de toekomst tot misverstanden leiden. Opvallend is dat een deel van de financiële dienstverleners niet

alle diensten vermeldt in de documentatie, omdat zij deze relevante diensten als vanzelfsprekend beschouwen. Een voorbeeld hiervan is begeleiding bij arbeidsongeschiktheid. De informatie moet duidelijk zijn over welke diensten de financiële dienstverlener toezegt te gaan verlenen aan de consument<sup>3</sup>. Op deze manier weten alle partijen waar ze aan toe zijn.

### *III. Van 'dubbele kosten' naar één manier van betalen*

Als een serviceabonnement wordt afgesloten door een klant die ook product(en) heeft waarover provisie is betaald of nog wordt betaald, bestaat er een groot risico dat deze klant dubbele kosten betaalt. Uit het onderzoek blijkt dat 80% van de financiële dienstverleners geen klanten heeft die zowel via provisie als voor een abonnement betalen. Dat betekent dat deze klant in ieder geval niet dubbel betaalt.

De klanten van de overige 20% betalen zowel voor provisie als voor een serviceabonnement. Hier bestaat een groot risico op dubbele kosten, omdat het serviceabonnement dienstverlening omvat die ook via provisie is of wordt betaald. Een deel van deze partijen zegt de prijs of de dienstverlening van het serviceabonnement aan te passen op de (betaalde) provisie. Het is in de informatieverstrekking echter vaak onduidelijk voor welke dienstverlening klanten aanvullend moeten betalen via een serviceabonnement.

Idealiter maakt een financiële dienstverlener per klant een keuze tussen het ontvangen van provisie en het in rekening brengen van abonnementskosten of uurtarief. Als dit in de praktijk niet haalbaar is, dan verwachten wij dat de financiële dienstverlener de klant een serviceabonnement op maat aanbiedt. Een abonnement op maat houdt rekening met de provisie die is of wordt betaald of biedt extra diensten bovenop de diensten waar de klant al recht op heeft vanuit de betaalde provisie. Voor de klant moet het hierbij duidelijk zijn op welke diensten hij in ieder geval recht heeft op basis van de provisie en welke aanvullende diensten hij optioneel kan afnemen via een serviceabonnement. Zo kan de klant een weloverwogen keuze maken om voor die additionele diensten via het serviceabonnement te kiezen.

### *IV. Een correcte wijze van aanbieden helpt bij beslissing van consument*

De AFM concludeert dat vrijwel alle financiële dienstverleners hun klanten schriftelijk informeren en het abonnement schriftelijk laten afsluiten. Uit meldingen komt naar voren dat enkele financiële dienstverleners gebruikmaken van brieven waarbij een serviceabonnement automatisch wordt afgesloten als een reactie van de klant uitblijft. In deze gevallen heeft de consument geen bewuste beslissing gemaakt over het al dan niet afsluiten van een serviceabonnement. Expliciete instemming van de klant is nodig voor het afsluiten van een serviceabonnement. Ook moet duidelijk zijn waar de klant recht op heeft als hij geen abonnement afsluit.

---

<sup>3</sup> Voor meer informatie over informatieverstrekking verwijst de AFM ook naar de *Beleidsregel Informatieverstrekking*: <http://www.afm.nl/nl/nieuws/2013/sep/interpretaties-informatieverstrekking.aspx>

Vervolg

De AFM is positief over de uitkomst dat een meerderheid van de financiële dienstverleners abonnementen aanbiedt met relevante dienstverlening voor de klant. Toch zijn er ook verbeteringen nodig. De AFM verwacht dat iedere financiële dienstverlener die met serviceabonnementen werkt of wil gaan werken aan de slag gaat met de aanbevelingen die de AFM naar aanleiding van het onderzoek heeft opgesteld. Ook spreken wij individuele partijen aan op hun tekortkomingen. De AFM neemt passende maatregelen als deze tekortkomingen niet worden opgepakt. In de toekomst zal de AFM de ontwikkelingen rondom serviceabonnementen blijven volgen.

### 3 Opzet onderzoek

---

Het onderzoek naar serviceabonnementen vond plaats onder 80 aselect gekozen financiële dienstverleners. De groep is geselecteerd op basis van informatie over serviceabonnementen uit het Self Assessment 2013. Deze partijen hebben een informatieverzoek ontvangen. We hebben deze partijen gevraagd om alle relevante documentatie met betrekking tot hun serviceabonnement(en) toe te sturen. Ook hebben we aanvullende vragen gesteld, uiteenlopend van het aantal klanten met een serviceabonnement tot de wijze waarop een klant een abonnement kan afsluiten.

86% van de geselecteerde partijen bleek op dit moment daadwerkelijk een serviceabonnement aan te bieden. Gemiddeld biedt een financiële dienstverlener 3 abonnementsvormen aan. In totaal heeft de AFM 201 abonnementen beoordeeld. Het onderzoek heeft zich gericht op serviceabonnementen voor particulieren.

Naar aanleiding van de antwoorden van de financiële dienstverleners en de opgestuurde documentatie heeft de AFM een deel van de financiële dienstverleners gebeld om verduidelijking te krijgen over de toegezonden informatie. Deze aanvullende informatie heeft geleid tot een verrijking van de resultaten en aanbevelingen.

We spreken financiële dienstverleners erop aan wanneer we ernstige tekortkomingen tegenkomen. In dat geval nemen we passende maatregelen.

### 4 Resultaten en aanbevelingen

---

Het onderzoek heeft de AFM inzicht gegeven in serviceabonnementen die financiële dienstverleners aan hun klanten bieden. Bij het onderzoek stonden de volgende vragen centraal:

- Welke dienstverlening is in het abonnement inbegrepen?
- Hoe begrijpelijk is de informatieverstrekking over het abonnement?
- Hoeveel kost het abonnement en is er in het verleden al betaald voor deze dienstverlening door middel van provisie?
- Op welke wijze biedt de financiële dienstverlener het abonnement aan de klant aan?

In dit hoofdstuk presenteert de AFM de resultaten uit het onderzoek waarbij we starten met de algemene uitkomsten. Ook geven wij in aparte kaders aanbevelingen voor financiële dienstverleners.

## 4.1 Algemene uitkomsten

Serviceabbonementen zijn sinds de invoering van het provisieverbod in opkomst. Volgens financiële dienstverleners die al met abonnementen werken reageren klanten overwegend positief op de introductie van een abonnement. In 2013<sup>4</sup> had 37% van de financiële dienstverleners één of meer klanten met een serviceabonnement. Uit gesprekken met marktpartijen komt naar voren dat een deel van de partijen die nog niet met abonnementen werkt, hier wel over nadenkt.

De financiële dienstverleners uit ons onderzoek hebben gemiddeld 6900 klanten. Van deze groep klanten hebben gemiddeld 280 klanten een serviceabonnement afgesloten op het moment van uitvraag. Ongeveer 60% van de financiële dienstverleners heeft minder dan 100 klanten met een abonnement.

Op het moment van onze uitvraag zijn er relatief weinig klanten die hun abonnement hebben opgezegd. Van de financiële dienstverleners geeft 65% aan dat geen enkele klant het abonnement heeft opgezegd. 32% geeft aan dat tussen de 0 en 5% van de klanten hun abonnement heeft opgezegd. Gemiddeld gaat het per financiële dienstverlener om 3 klanten die hun abonnement hebben opgezegd. Na verloop van tijd zullen naar verwachting meer financiële dienstverleners abonnementen aanbieden en zal het aantal klanten met een abonnement toenemen. Ook zal de klant dan de relevantie ervaren en het abonnement op waarde kunnen schatten.

## 4.2 Dienstverlening in het abonnement

Bij de beoordeling van de abonnementen heeft de AFM geconstateerd dat er veel verschillende soorten abonnementen zijn en dat de dienstverlening varieert per abonnement. Belangrijke verschillen zijn:

- Een abonnement voor één financieel product tegenover een abonnement voor meerdere of alle financiële producten (een zogenoemd “all-in” abonnement). Een abonnement voor één product komt verhoudingsgewijs het meeste voor.
- Verschillende niveaus van dienstverlening afhankelijk van het soort abonnement (bijvoorbeeld brons/zilver/goud). De frequentie van een onderhoudsgesprek verschilt bijvoorbeeld per abonnementsvorm.
- Een abonnement dat de klant zelf kan ‘bouwen’ door het kiezen van modules per product of type dienstverlening (bijvoorbeeld module AOV en module inkomstenbelasting). De prijs van het abonnement kan sterk oplopen als de klant veel verschillende modules combineert.

### **Aanbeveling voor de financiële dienstverlener**

De AFM raadt u aan u te verdiepen in de behoeftes van uw klant en goed na te denken over de dienstverlening die u de klant wilt bieden. Op basis daarvan kunt u het beste kiezen welk type abonnement u de klant aanbiedt. Dit zorgt ervoor dat u kunt waarmaken wat u aanbiedt en is de kans op teleurstellingen bij de klant kleiner.

<sup>4</sup> Resultaten uit het Self Assessment 2013.



### *Relevante dienstverlening binnen het abonnement*

Wat precies binnen een serviceabonnement valt, verschilt per financiële dienstverlener. Relevante dienstverlening betekent dat de diensten evident nuttig zijn en aansluiten bij de behoefte van de klant. Deze dienstverlening mag de klant logischerwijs verwachten als het gaat om nazorg en beheer van zijn financiële producten. Het is van belang dat de financiële dienstverlener voorkomt dat de consument teleurgesteld wordt door het abonnement. Uit ons onderzoek blijkt dat 20% van de financiële dienstverleners abonnementen aanbiedt waarbij relevante dienstverlening ontbreekt of waar geen dienstverlening tegenover staat.

#### **Aanbeveling voor de financiële dienstverlener**

Een serviceabonnement moet relevante dienstverlening bevatten. De volgende diensten zijn voorbeelden van diensten die een klant mag verwachten binnen een abonnement:

- Schadeverzekering – tussentijdse check situatie van de klant en begeleiding bij schade
- Arbeidsongeschiktheidsverzekering – tussentijdse check situatie van de klant en begeleiding bij arbeidsongeschiktheid
- Lijfrente – jaarruimteberekening
- Hypotheek – begeleiding bij het aflopen van de rentevaste periode

Als de klant deze relevante dienstverlening op een andere wijze heeft gewaarborgd, ligt het voor de hand dat u deze diensten voor hem niet in het abonnement opneemt. Dit kan bijvoorbeeld het geval zijn als de klant een aparte rechtsbijstandverzekering heeft.

Tot slot is het van belang te weten dat het verlenen van rechtsbijstand in een abonnement als het uitoefenen van het verzekeringsbedrijf kwalificeert. Voor het aanbieden van een verzekering, inclusief rechtsbijstand, is een vergunning nodig die is afgegeven door De Nederlandsche Bank.

### *Actieve versus passieve dienstverlening*

Uit het onderzoek blijkt dat er actieve dienstverlening en passieve dienstverlening bestaat binnen het abonnement. Een voorbeeld van dienstverlening met een actief karakter is een onderhoudsgesprek. We vinden het wenselijk dat de financiële dienstverlener hiervoor contact opneemt met de klant als de klant dat niet op eigen initiatief doet. Hiermee stelt de financiële dienstverlener het belang van de klant centraal. De klant kan dan zelf bepalen of hij behoefte heeft aan dit gesprek. Ook bij afloop van de rentevaste periode van de hypotheek verwacht de AFM dat de adviseur tijdig contact met de klant opneemt om hem te begeleiden.

Voorbeelden van dienstverlening waarbij de financiële dienstverlener pas in beweging komt nadat de klant hem benadert, zijn een schademelding of een verandering van baan. De klant zal in dat geval op eigen initiatief contact opnemen met de financiële dienstverlener.

### **Aanbeveling voor de financiële dienstverlener**

Het is aan u om de klant actief te benaderen voor dienstverlening waarover de klant redelijkerwijs niet vanuit eigen initiatief contact met u opneemt. Een voorbeeld van actieve dienstverlening is dat de financiële dienstverlener zelf de klant uitnodigt voor zijn jaarlijks onderhoudsgesprek.

Dit geldt niet voor situaties waarbij er wel behoefte kan zijn aan dienstverlening van de adviseur, maar u de behoefte van de klant niet kan voorzien. Bijvoorbeeld als er sprake is van schade of als uw klant van werkgever verandert.

### *Beheervergoeding*

Uit ons onderzoek kwam naar voren dat een aantal partijen aan de klant een vergoeding vraagt die uitsluitend ziet op het beheer (het in administratie houden) van het financiële product. De financiële dienstverlener vraagt voor dit soort abonnementen vaak een bedrag van enkele euro's per maand. Hier staat geen actieve dienstverlening tegenover. Een dergelijke beheervergoeding loopt het risico om als kennelijk onredelijk te worden gekwalificeerd. Zeker als het gaat om producten waar provisie is of wordt betaald, is er een groot risico op dubbele kosten voor de klant. De AFM vindt dit ongewenst.

### **4.3 Informatieverstrekking**

Naast de beoordeling van de inhoud van serviceabonnementen, heeft de AFM gekeken naar de wijze waarop de abonnementen worden gepresenteerd aan de klant. Hierbij gaat het om de begrijpelijkheid en volledigheid van de gepresenteerde informatie, zoals taalgebruik, de vermelding van diensten die er wel en niet inzitten en de opmaak van de documentatie over het abonnement.

De begrijpelijkheid van de verstrekte informatie loopt sterk uiteen. Er zijn zeer duidelijk omschreven abonnementen met een heldere beschrijving van diensten en een overzichtelijke tabel. Andere abonnementen bevatten onduidelijk taalgebruik en vage termen. Uit het onderzoek volgt dat de helft van de beoordeelde abonnementen voldoende begrijpelijk is.

Een opvallende bevinding is dat een deel van de financiële dienstverleners niet al zijn diensten vermeldt in de schriftelijke informatie. Dit is gebleken uit de telefonische navraag bij een deel van de onderzochte partijen. Een financiële dienstverlener vermeldt bijvoorbeeld bij zijn abonnement voor arbeidsongeschiktheid niet dat begeleiding bij arbeidsongeschiktheid onder het abonnement valt, terwijl dat wel zo is. Als financiële dienstverleners dergelijke diensten niet vermelden, is dat vaak omdat ze deze dienstverlening vanzelfsprekend vinden. Dit kan leiden tot misverstanden.

### **Aanbeveling voor de financiële dienstverlener**

De AFM vindt het belangrijk dat de verstrekte informatie begrijpelijk is voor de klant. De begrijpelijkheid verbetert met het gebruik van concrete en duidelijke termen. Zo is de term “jaarlijks” bijvoorbeeld duidelijker dan “periodiek”. Bij meerdere abonnementsvormen helpt het als de verschillen in een tabel duidelijk worden gemaakt. Ook het weglaten van voor de hand liggende diensten, zoals “de telefoon opnemen”, leidt tot beter leesbare documenten.

U kunt de aanbevelingen uit de Beleidsregel Informatieverstrekking<sup>5</sup> die de AFM in september 2013 heeft gepubliceerd, gebruiken om de begrijpelijkheid en de presentatie van uw serviceabonnement te verbeteren.

#### **4.4 Kosten van het abonnement**

De AFM heeft haar onderzoek ook gericht op de kosten van het abonnement. Hierbij keken we naar hoe de klant deze kosten kan betalen en of er in het verleden al betaald is voor dienstverlening binnen het abonnement door middel van provisie.

##### *‘Dubbele kosten’*

Als een financiële dienstverlener een klant een serviceabonnement laat afsluiten bij een product waarover hij in het verleden provisie heeft ontvangen of nog provisie ontvangt, betaalt de klant zowel provisie als abonnementskosten. Er is in die situatie een groot risico op dubbele kosten. Ook voor schadeverzekeringen, waar nog steeds provisie over mag worden ontvangen, worden serviceabonnementen afgesloten. Ook in die situatie is er een groot risico op dubbele kosten.

De AFM heeft vorig jaar vragen en meldingen ontvangen over dubbele kosten. Uit deze meldingen bleek dat consumenten onverwachts geconfronteerd werden met een rekening voor een abonnement, terwijl zij een financieel product hebben lopen waarover provisie is of nog wordt betaald. Om inzicht te krijgen in de omvang van dit probleem, heeft de AFM onderzocht hoeveel financiële dienstverleners klanten hebben die zowel via provisie betalen als voor een abonnement. Dit blijkt bij één op de vijf financiële dienstverleners het geval te zijn. De AFM vindt 20% een fors percentage.

Een deel van deze partijen zegt de prijs of de dienstverlening van het serviceabonnement aan te passen op de (betaalde) provisie. Toch is het in de informatieverstrekking vaak onduidelijk voor welke dienstverlening klanten aanvullend moeten betalen via een serviceabonnement.

---

<sup>5</sup> <http://www.afm.nl/nl/nieuws/2013/sep/interpretaties-informatieverstrekking.aspx>

### **Aanbeveling voor de financiële dienstverlener**

Om duidelijkheid te creëren voor de consument, zou de financiële dienstverlener moeten kiezen tussen het ontvangen van provisie en het in rekening brengen van abonnementskosten. Een deel van de financiële dienstverleners geeft aan al bezig te zijn om polissen provisie vrij te maken voordat zij een abonnement introduceren bij de klant.

We begrijpen dat deze keuze niet in iedere situatie haalbaar is. Bied de klant in dat geval een serviceabonnement op maat aan. Een abonnement op maat houdt rekening met de provisie die is of wordt betaald of biedt extra diensten bovenop de diensten waar de klant al recht op heeft vanuit de betaalde provisie.

Voor de klant moet duidelijk zijn op welke diensten hij recht heeft op basis van de provisie en welke aanvullende diensten hij optioneel kan afnemen via een serviceabonnement. Zo kan de klant een weloverwogen keuze maken om voor die additionele diensten te kiezen.

Het belangrijkste is dat uw klant niet dubbel betaalt voor dezelfde dienstverlening.

### *Variatie in prijs*

Een meerderheid van de beoordeelde abonnementen kost tussen de 5 en 30 euro per maand. De prijzen lopen sterk uiteen vanwege de grote variatie aan abonnementen. Ook hebben we gezien dat de prijs voor vergelijkbare abonnementen kan verschillen. Het is aan de consument om kritisch te kijken of hij de prijs redelijk vindt voor de dienstverlening die er tegenover staat en of hij bereid is deze prijs ervoor te betalen.

### **Aanbeveling voor de financiële dienstverlener**

Wanneer een financiële dienstverlener zijn abonnementsprijs bepaalt, kan hij rekening houden met de volgende punten:

- De prijzen voor het abonnement moeten zichtbaar worden vermeld, zodat het voor de consument duidelijk is hoeveel het abonnement (in totaal) kost;
- De prijs van een abonnement moet redelijkerwijs in verhouding staan tot de geleverde diensten.

### *Vooruitbetaling (koopsom) en gespreide betaling*

De AFM heeft het afgelopen jaar meldingen ontvangen dat financiële dienstverleners abonnementen aanbieden tegen koopsombetaling. Hierbij betaalt de klant voor een periode van meer dan een jaar vooruit. Uit het onderzoek is gebleken dat 3% van de financiële dienstverleners serviceabonnementen aanbiedt tegen een koopsom. De klant krijgt bij deze partijen korting wanneer hij betaalt tegen een koopsom. Niet alle financiële dienstverleners maken gebruik van een restitutieregeling die geldt bij bijvoorbeeld beëindiging van het financiële product.

De AFM vindt het vooruitbetalen van het abonnement via een koopsom onwenselijk. Dit past niet bij het karakter van een serviceabonnement, waarbij de klant periodiek voor dienstverlening betaalt. Daar komt bovenop dat een koopsom risico's met zich meebrengt voor de klant; mocht de financiële dienstverlener bijvoorbeeld failliet gaan, dan vervalt de dienstverlening en is de klant zijn geld kwijt.

#### **Aanbeveling voor de financiële dienstverlener**

De AFM vindt het vooruitbetalen van het abonnement via een koopsom onwenselijk. Als u toch gebruik wilt maken van een koopsom, stel dan een restitutieregeling op voor de duur van het abonnement. Zo weet de consument in welke situaties hij recht heeft op terugbetaling van een deel van de koopsom. Een redelijke restitutieregeling loopt gelijk aan de looptijd van het abonnement zodat de klant gedurende een langere periode recht heeft op restitutie.

Een aantal financiële dienstverleners biedt serviceabbonementen aan als gespreide betaling van advies- of bemiddelingskosten over een periode van meer dan twee jaar. In dat geval kwalificeert het abonnement als een vorm van consumptief krediet, waarvoor een vergunning nodig is. De AFM heeft deze financiële dienstverleners hierop aangesproken en zij hebben toegezegd dit aan te passen.

#### **4.5 Wijze van aanbieden**

Ten slotte heeft de AFM ook gekeken naar de wijze waarop financiële dienstverleners hun serviceabonnement aanbieden. Hierbij heeft de AFM verschillende vormen beoordeeld: het verplicht stellen van een abonnement, het gebruik van zogenoemde “opt-out” brieven en het mondeling afsluiten van een abonnement.

##### *Verplicht abonnement*

Voor nieuwe klanten stelt 20% van de financiële dienstverleners een serviceabonnement verplicht. Bij bestaande klanten beëindigt 29% van de financiële dienstverleners de relatie als de klant het abonnement weigert of opzegt. De AFM vindt het wenselijk dat bestaande klanten, naast een eventueel serviceabonnement, de mogelijkheid behouden om per uur of per verrichting te betalen voor nazorg en beheer.

#### **Aanbeveling voor de financiële dienstverlener**

Als er sprake is van een verplicht abonnement, breng dan *nieuwe klanten* hiervan op de hoogte bij voorkeur tijdens de oriëntatiefase, maar uiterlijk voordat u een overeenkomst met de klant aangaat. U kunt bijvoorbeeld informatie over nazorg opnemen in het Dienstverleningsdocument (DVD).

Stel *bestaande klanten* op de hoogte zodra de dienstverlening op dit gebied verandert. De klant is in dat geval op tijd geïnformeerd over een eventuele opzegging van de dienstverlening en de gevolgen daarvan als hij besluit om het verplichte serviceabonnement niet af te nemen.

##### *Opt-out brieven*

De AFM heeft gekeken naar zogenoemde opt-out brieven, waarbij de klant een serviceabonnement afsluit als hij niet reageert op de brief met het aanbod. Uit ons onderzoek blijkt dat de onderzochte financiële dienstverleners geen gebruik maken van opt-out brieven. De AFM heeft echter wel meldingen uit de markt ontvangen dat er partijen zijn die hier gebruik van maken. De AFM spreekt partijen hierop aan en neemt gepaste maatregelen.

#### **Aanbeveling voor de financiële dienstverlener**

Het eenzijdig aangaan van een overeenkomst met de klant is niet mogelijk. Voor het afsluiten van een abonnement is de expliciete instemming van de klant vereist. Als de klant niet reageert op de brief, mag de financiële dienstverlener er niet automatisch vanuit gaan dat de klant instemt met het abonnement<sup>6</sup>.

#### *Mondeling aanbieden en afsluiten*

Uit ons onderzoek blijkt dat 3% van de financiële dienstverleners klanten uitsluitend mondeling informeert over het serviceabonnement. In het belang van de klant is het goed om klanten ook schriftelijk te informeren. Mondelinge informatie kan nuttig zijn als toelichting, maar schriftelijke informatie helpt de klant om een weloverwogen keuze te kunnen maken. De klant kan de schriftelijke informatie vervolgens als naslagwerk gebruiken gedurende de looptijd van het abonnement.

3% van de financiële dienstverleners geeft aan dat ze klanten een serviceabonnement (onder andere) mondeling laten afsluiten. Het afsluiten van het abonnement zou uitsluitend via een schriftelijke overeenkomst moeten gebeuren. Voor zowel de financiële dienstverlener als de klant is het verstandig om een schriftelijke overeenkomst te hebben, zodat duidelijk is welke afspraken er zijn gemaakt.

#### **Aanbeveling voor de financiële dienstverlener**

Bij het afsluiten van het abonnement is expliciete instemming van de klant vereist. De AFM verlangt dat het afsluiten van een abonnement gebeurt via een schriftelijke opdrachtbevestiging. Zo is voor beide partijen duidelijk waarmee is ingestemd.

---

<sup>6</sup> Dit is ook gecommuniceerd in de FAQ op de AFM website: <http://www.afm.nl/nl/consumenten/aanpak/faq/beloning-adviseur/nazorg-serviceabbonnementen.aspx>

**Autoriteit Financiële Markten**  
**T + 020 797 2000 | F +020 797 3800**  
**Postbus 11723 | 1001 GS Amsterdam**

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

De tekst in deze brochure is met zorg samengesteld en is informatief van aard. U kunt er geen rechten aan ontleen. Door besluiten op nationaal en internationaal niveau is het mogelijk dat de tekst niet langer actueel is wanneer u deze leest. De Autoriteit Financiële Markten (AFM) is niet aansprakelijk voor de eventuele gevolgen - zoals bijvoorbeeld geleden verlies of gederfde winst - ontstaan door acties ondernomen naar aanleiding van deze brochure.