

Toelichting AFM advies streefcijfers klanten met beleggingsverzekeringen

Inleiding

Veel verzekeraars en adviseurs hebben al het nodige gedaan om hun klanten met een beleggingsverzekering te helpen. Zo hebben verzekeraars enige compensatie geboden voor 'woekerpolissen' met een kostenpercentage boven een bepaalde grens en bieden ze hun klanten de mogelijkheid om hun lopende polissen te verbeteren.

Vanaf 2012 heeft de AFM er bij verzekeraars en adviseurs op aangedrongen om klanten niet alleen de mogelijkheden voor verbeteringen te bieden, maar er ook voor te zorgen dat klanten daadwerkelijk van die mogelijkheden gebruik gaan maken. Veel verzekeraars en adviseurs zijn al begonnen met dit 'activeren van klanten'.

De Tweede Kamer heeft in september 2013 de minister van Financiën duidelijk gemaakt dat zij verwacht dat de inspanningen van verzekeraars en adviseurs om klanten te activeren niet beperkt blijven tot intenties. De Tweede Kamer verwacht concrete resultaten en heeft de minister gevraagd daarom streefcijfers voor het activeren vast te stellen. De AFM heeft daarop de minister van Financiën op zijn verzoek geadviseerd over de hoogte van streefcijfers voor het activeren van klanten met een beleggingsverzekering. In zijn [brief](#) van 13 december 2013 aan de Tweede Kamer licht de minister het advies op hoofdlijnen toe en roept hij alle verzekeraars en adviseurs op om dit toe te passen bij de nazorg voor klanten met een beleggingsverzekering.

Het gaat er om dat zoveel mogelijk klanten zijn geactiveerd en bewust hebben gekozen wat zij met hun beleggingsverzekering gaan doen om hun beoogde doel zo veel als mogelijk nog te halen. Het is daarom belangrijk dat verzekeraars en adviseurs zich de komende periode gezamenlijk extra inspannen om de benodigde streefcijfers te halen. Als gezamenlijk vastgesteld kan worden dat het streven is gehaald, dan zal dat een belangrijke bijdrage leveren aan het duurzaam oplossen van de problemen van klanten met een beleggingsverzekering.

Het advies over streefcijfers

De AFM heeft bij het bepalen van streefcijfers gekeken naar voorbeelden in de markt. De AFM heeft voorbeelden gezien waarbij verzekeraars en adviseurs dankzij een intensieve aanpak een hoog percentage klanten hebben bereikt en geholpen. Deze klanten hebben inzicht gekregen in de financiële situatie van hun polis (wat is het financiële gat tussen verwachte eindwaarde en doelkapitaal?), overzicht van hun verbetermogelijkheden en een bewuste keuze kunnen maken wat zij met hun polis gaan doen. Veel klanten hebben zo hun positie kunnen verbeteren.

Bij deze praktijkvoorbeelden gaat het steeds om klanten met een beleggingsverzekering met als doel de aflossing van een hypotheekschuld. Deze klanten zijn bij uitstek kwetsbaar gezien de grote belangen voor de financiële toekomst. Tekortschietende opbrengsten van de polis kunnen immers leiden tot grote restschulden. Voorlopig heeft de AFM alleen een streefcijfer bepaald voor deze groep. In lijn met de succesvolle praktijkvoorbeelden heeft de AFM het streefcijfer vastgesteld op 80%. Dit betekent dat de AFM er vanuit gaat dat verzekeraars en adviseurs 80 procent van de klanten met een hypotheekgebonden polis in hun portefeuille voor 1 januari 2015 hebben geactiveerd. Streefcijfers voor de overige

klantgroepen verwacht de AFM in de loop van 2014 te geven als er meer zicht is op de eerste ervaringen met deze groep.

Als een verzekeraar of een adviseur niet al zijn klanten met een hypotheekgebonden polis kan bereiken, dan gaat de AFM er vanuit dat de verzekeraar of adviseur (1) inzichtelijk kan maken welk deel wel is bereikt en een bewuste keuze heeft gemaakt (de actieve klanten) en welk deel niet is bereikt (de passieve klanten) en (2) overtuigend kan motiveren dat zij ook voor deze laatste groep voldoende inspanningen heeft betracht. Klanten die ondanks voldoende inspanningen niet zijn geactiveerd, mogen dan bij het streefcijfer van geactiveerde klanten worden opgeteld. De AFM kan vragen naar de uitleg en zal dan beoordelen of deze uitleg, en de geplande aanpak om alsnog te voldoen, afdoende is.

I. Nadere toelichting

1.1 Wat verstaat de AFM onder 'activeren'?

Onder het activeren van klanten verstaat de AFM bij beleggingsverzekeringen het aanzetten tot en ondersteunen van klanten zodat die inzicht krijgen in de financiële situatie van hun polis (wat is het financiële gat tussen verwachte eindwaarde en doelkapitaal?), overzicht krijgen van hun verbetermogelijkheden en, indien nodig, stappen ondernemen om hun situatie te verbeteren. Ook een bewuste keuze van de klant om zijn situatie niet te wijzigen, kan daarvan de uitkomst zijn. Een geactiveerde klant is dus een klant die aantoonbaar een bewuste keuze heeft gemaakt over zijn polis.

1.2 Welke klanten moet ik als eerste activeren?

De klanten die het meest kwetsbaar zijn, moet u als eerste activeren. De AFM hanteert de volgende categorieën in volgorde van kwetsbaarheid:

| | |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Niet opbouwende polissen</i> | <i>Dit zijn beleggingsverzekeringen waarbij de toekomstige inleg waarschijnlijk niet leidt tot vermogensopbouw.</i> |
| <i>Hypotheekgebonden polissen</i> | <i>Dit zijn beleggingsverzekeringen met als doel de opbouw van een vermogen voor de aflossing van een hypotheekschuld.</i> |
| <i>Pensioengebonden polissen</i> | <i>Dit zijn polissen met als doel de opbouw van een vermogen voor de aanvulling van pensioeninkomen</i> |
| <i>Polissen met overige doelstellingen</i> | <i>Dit zijn de overige polissen. Deze polissen kunnen bijvoorbeeld dienen voor het opbouwen van vermogen voor een studie of voor een algemene vermogensopbouw</i> |

1.3 Wat wordt er per klantgroep van verzekeraars en adviseurs verlangd en welke termijn is aan de acties verbonden?

| | |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Niet opbouwende polissen</i> | De AFM heeft eerder al aan verzekeraars de opdracht gegeven om voor alle klanten met een niet opbouwende polis een passende oplossing te vinden voor het einde van het eerste kwartaal van 2014. De AFM verstaat onder de term <i>oplossing</i> zowel het activeren van klanten als (het onderzoeken van) eenzijdige aanpassing van het product en/of overige mogelijkheden om het gebrek aan opbouw van deze polissen te herstellen. Voor die specifieke gevallen waar in samenspraak met de klant is geconcludeerd dat continuering van dat product wel de beste oplossing voor de klant is, is in elk geval een goede dossieropbouw nodig. |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Klanten met een polis voor de aflossing van een hypotheek (<i>hypotheekgebonden polissen</i>) | De verzekeraar en de adviseur hebben 80% van deze polissen in hun portefeuille geactiveerd voor eind 2014. Als een verzekeraar of een adviseur niet al zijn klanten kan bereiken, dan gaat de AFM er vanuit dat de verzekeraar of adviseur (1) inzichtelijk kan maken welk deel wel is bereikt en een bewuste keuze heeft gemaakt (de actieve klanten) en welk deel niet is bereikt (de passieve klanten) en (2) overtuigend kan motiveren dat zij ook voor deze laatste groep voldoende inspanningen heeft betracht. De AFM zal bij alle verzekeraars naar de voortgang en de eventuele uitleg vragen. De bestaande plannen van aanpak van verzekeraars en de daarin opgenomen indeling in kwetsbare klantgroepen kunnen als uitgangspunt blijven dienen. De AFM zal in ieder geval bij de grotere intermediaire organisaties naar de voortgang en de uitleg vragen. Net zoals afgelopen jaren zal de AFM bij de middelgrote en kleinere adviseurs de voortgang via het Self Assessment op hoofdlijnen uitvragen. |
| Klanten met een polis voor pensioenopbouw (<i>pensioengebonden polissen</i>) | De AFM zal begin 2014 een advies geven over streefcijfers voor deze klantgroepen. Deze streefcijfers en de termijn zullen mede afhangen van de komende ervaringen van verzekeraars en adviseurs met deze groepen en de beschikbare capaciteit in de markt om deze klanten te activeren. |
| Klanten met een polis met een andere doelstelling (<i>polissen met overige doelstellingen</i>) | De AFM bepaalt op een later moment in 2014 of zij een streefcijfer zal opstellen voor deze groep klanten. |

1.4 Zijn er klanten die niet geactiveerd hoeven te worden?

Klanten die eerder al hun polis hebben afgekocht of premievrij hebben gemaakt of op een andere manier zijn geactiveerd, hoeven niet (opnieuw) te worden geactiveerd. Zij hebben als het goed is al een bewuste keuze gemaakt. Dit geldt niet voor klanten waarvan het product (automatisch) wordt omgezet zonder dat zij feitelijk zijn geactiveerd om een bewuste keuze te maken om zoveel als mogelijk nog hun doel te halen. Het activeringsproces moet herleidbaar zijn uit het betreffende klant dossier.

1.5 Mogen klanten die ondanks voldoende inspanningen van een verzekeraar en/of adviseur niet zijn bereikt, worden meegenomen in het streefcijfer?

Ja, klanten die ondanks voldoende inspanningen van een verzekeraar en adviseur niet zijn bereikt, mogen worden meegenomen in het streefcijfer.

1.6 Wat zijn voldoende inspanningen om de klant te activeren?

De AFM schrijft niet voor hoe de verzekeraar of adviseur zijn klanten moet activeren. Wel heeft de AFM voor de hypotheekgebonden polissen een aantal *best practices* gezien die tot hoge percentages leiden. Bij de beoordeling of voldoende inspanningen zijn geleverd voor de groep hypotheekgebonden polissen en de groep niet opbouwende polissen, zal de AFM onderstaande *best practice* als maatstaf hanteren.

- a. De klant heeft een brief ontvangen, die zo persoonlijk mogelijk is en die de klant oproept om actie te ondernemen en uitnodigt voor een adviesgesprek. De brief vermeldt duidelijk welk handelingsperspectief de klant heeft;
- b. De klant is binnen een termijn van enkele dagen of weken na verzending van de brief intensief telefonisch benaderd op verschillende tijdstippen;
- c. Als de klant niet bereikbaar is, ontvangt de klant een slotbrief. In deze slotbrief worden de verrichte inspanningen weergegeven, wordt de urgentie nogmaals benadrukt en wordt de klant de

mogelijkheid geboden om in een later stadium zelf contact met de betreffende verzekeraar en/of adviseur op te nemen om alsnog te kunnen worden geholpen.

Voor andere klantgroepen dan de hypotheekgebonden polissen en de niet opbouwende polissen geldt dat de klanten in deze groepen gemiddeld genomen minder kwetsbaar zullen zijn. Over het algemeen geldt dat niet kwetsbare klanten, minder intensief benaderd kunnen worden. Bij klanten uit de categorie *polissen met overige doelstellingen* kunt u bijvoorbeeld volstaan met één of twee brieven of e-mails. Klanten met een polis voor pensioenopbouw kunnen kwetsbaar zijn als het kapitaal een noodzakelijke aanvulling is op het pensioeninkomen.

1.7 Wat moet ik vastleggen om aan te kunnen tonen dat een klant een bewuste keuze heeft gemaakt over zijn beleggingsverzekering?

De adviseur legt uiteraard zijn hersteladvies vast in het klantdossier. Wanneer een klant geen hersteladvies wenst, kan hij dit ook vastleggen in het dossier en nog bevestigen aan de klant. In het geval hij de klant niet kan bereiken, kan hij een overzicht van de pogingen die zijn ondernomen vastleggen. Ook de verzekeraar zal zijn directe contacten met de klant vastleggen. In het geval klanten worden benaderd en/of geholpen door de adviseur zal de verzekeraar voor het toetsen van zijn succes willen weten of deze klanten geactiveerd zijn. De AFM verwacht dat in het geval de klant door de adviseur is benaderd en/of geholpen, de verzekeraar in ieder geval bijhoudt welke klanten een hersteladvies hebben gekregen en welke (nog) niet. Zo kan de verzekeraar bijhouden welke klanten geactiveerd zijn en welke nog niet.

1.8 Hoe houdt de AFM bij of verzekeraars en adviseurs de streefcijfers hebben behaald?

Net als in 2013 zal de AFM in 2014 onderzoek doen bij verzekeraars naar de voortgang die zij boeken bij het activeren van klanten en de resultaten toetsen aan de streefcijfers. Zoals in de brief van de minister van Financiën van 13 december 2013 aangegeven, zal de AFM in ieder geval rond de zomer en begin 2015 haar bevindingen aan de minister rapporteren. De AFM zal dan ook rapporteren over de uitleg die verzekeraars geven wanneer zij klanten niet hebben kunnen bereiken.

Ten aanzien van adviseurs volgt de AFM sinds 2012 de voortgang via het Self Assessment FD. De AFM zal in ieder geval ook komend jaar de voortgang op deze manier blijven volgen. Daarnaast volgt de AFM de voortgang bij een aantal grotere intermediaire organisaties meer op de voet.

1.9 Is het activeren een taak van de verzekeraar of van de adviseur?

Het activeren van klanten met een beleggingsverzekering is een gezamenlijke taak van verzekeraars en adviseurs. Verzekeraars kunnen hier gezamenlijk optrekken met hun adviseurs. Verzekeraars zien over het algemeen het beste welke klanten kwetsbaar zijn en welke klanten minder kwetsbaar zijn. De AFM gaat er vanuit dat verzekeraars het initiatief nemen en afspraken maken met hun adviseurs op welke wijze klanten het beste kunnen worden geactiveerd. Als de verzekeraar haar adviseurs vraagt om klanten te benaderen dan zal zij haar adviseurs hierin zo goed mogelijk faciliteren en stimuleren.

1.10 Ben ik klaar met de groep hypotheekgebonden polissen als ik eind 2014 het streefcijfer van 80% heb gehaald?

Verzekeraars en adviseurs spannen zich op dit moment extra in om al hun klanten te activeren en zo de genoemde streefcijfers te halen. In de ogen van de AFM houdt de te leveren extra inspanning met pas op wanneer verzekeraars en adviseurs het traject voor alle klantgroepen hebben bewandeld en de bijbehorende streefcijfers hebben behaald. Klanten die dan nog niet zijn geactiveerd, kunnen in de reguliere nazorg voor consumenten met een beleggingsverzekering blijvend worden benaderd. Voor zover dat nog niet zo is, moet de nazorg voor klanten met een beleggingsverzekering een permanent onderdeel van de bedrijfsvoering van verzekeraars en adviseurs worden; de consument met een beleggingsverzekering is en blijft immers klant.

1.11 Wat als ik eind 2014 het streefcijfer voor hypotheekgebonden polissen niet heb gehaald? Rekening houdend met het feit dat verzekeraars en adviseurs al een jaar actief bezig zijn met het activeren van klanten met een beleggingsverzekering, gaat de AFM ervan uit dat de streefcijfers ten aanzien van de hypotheekgebonden polissen op 1 januari 2015 kunnen worden behaald. Mocht door omstandigheden van het geval het niet mogelijk blijken om het streefcijfer voor hypotheekgebonden polissen in het jaar 2014 te halen dan zal de extra inspanning gecontinueerd moeten worden om alsnog aan het streefcijfer te voldoen. Desgevraagd kan de verzekeraar of adviseur aan de AFM verantwoording afleggen van de reden waarom het streefcijfer eind 2014 niet is gehaald.

1.12 Waar kunt u als verzekeraar en/of adviseur terecht met vragen over activeren en de streefcijfers? Voor adviseurs heeft de AFM eerder al het stappenplan voor het hersteladvies bij beleggingsverzekeringen gepubliceerd: [Stappenplan hersteladvies beleggingsverzekeringen](#). Staat het antwoord op uw vraag er niet bij? Bel dan met het Ondernemersloket van de AFM. Het Ondernemersloket is bereikbaar op werkdagen van 10.00 tot 17.00 uur, via telefoonnummer 0800 - 6800 680 (gratis). Verzekeraars kunnen bellen met hun vaste contactpersoon of de vraag sturen naar het e-mailadres nazorg_beleggingsverzekeringen@afm.nl.