

TOEZICHT

AFM komt met aanwijzingen voor online aanbieders financiële diensten

Wegnemen onduidelijkheden moet impuls geven aan vernieuwing bij adviseurs

Roger Cohen en Cor de Horde
Amsterdam

De Autoriteit Financiële Markten (AFM) komt met een apart overzicht met aanbevelingen voor financiële dienstverleners die hun adviezen online geven. De toezichthouder hoopt dat meer bedrijven de stap naar advisering via de computer aandurven wanneer duidelijk is wat wel en niet mag.

Na een reeks bestuurlijke boetes die de AFM de afgelopen jaren heeft uitgedeeld, zijn sommige banken en adviseurs kopschuw geworden met vernieuwingen, stelt Tim Mortelmans, hoofd toezicht financiële ondernemingen. 'Ik ben weleens als spreker op heisessies van bedrijven. Daar vertel ik dat onlinedienstverlening prima kan. Het is me nu al twee keer overkomen dat iemand me later in de pauze zei: we dachten dat het vast niet mocht van de AFM.'

Mortelmans stelt dat de bestaande regels en uitgangspunten heel goed kunnen worden toegepast op onlinedienstverlening, zowel bij beleggingsadviezen als bij hypotheekadviezen. 'We krijgen hier veel vragen over. Partijen met vernieuwende concepten melden zich aan de poort, omdat ze niet weten hoe het past in de regelgeving.'

Met het 'Handboek online dienstverlening' hoopt de AFM aan die onduidelijkheid een einde te maken. Grote lijn is dat de regels die gelden voor een advies tête-à-tête, er in beginsel ook online zijn.

Dat gaat niet altijd goed, merken Mortelmans en toezichthouder Job Dijkstra. 'Als alle onlinediensten die we langs zien komen goed waren, was de noodzaak met dit boekje te komen minder groot', zegt Mortelmans.

Dijkstra geeft als voorbeeld dat niet iedereen in staat is om complexe gegevens goed in te vullen. 'Wie kan zijn upo (uniform pensioenoverzicht) goed lezen? Vroeger leverde je het in bij de adviseur, nu moet je daar zelf het nabestaandenpensioen uit zien te halen.'

Een andere basisregel is dat de



Nieuwe diensten zoals 'execution only' voor beleggers zijn niet voor iedereen geschikt, waarschuwt de AFM.

FOTO: BLOOMBERG

**Toets
Klant moet
geschikt zijn voor
online advies
Duidelijkheid
Vergelijkingsite
moet geen advies
geven**

de consument moet weten waar hij aan toe is. Is het alleen advies, of wordt er ook een product verkocht. Een vergelijkingsite moet geen advies geven, en zelfs niet doen alsof. Die websites mogen slechts een beperkte, eenmalige vergoeding vragen als ze een bank of beleggingsfonds de adresgegevens van een geïnteresseerde klant geven. Sites die een doorlopende vergoeding vragen 'moeten een slag maken in hun verdienmodel', aldus Mortelmans.

Onlinediensten, zowel voor beleggingen als hypotheeken, zijn bovendien niet voor iedereen geschikt, zegt Dijkstra. 'Je zult een

soort test moeten hebben aan het begin van het advies.' Bijvoorbeeld voor hypotheeken bestaat er nu al een toets die mensen moeten invullen als zij alles online willen regelen.

De AFM'ers zien voorbeelden dat klanten richting online-advies worden gelokt, ook als dat voor hen niet het beste is. Mortelmans: 'Wij vinden dat bedrijven nee moeten durven zeggen. Ze moeten kunnen laten zien dat ze er in het proces klanten uit filteren.'

Er zijn ook 'adviestools' in omloop die de klant veel te snel een beslissing laten nemen. 'Bijvoorbeeld voor hypotheeken geldt dat het zo'n

Vrijblijvend AFM geeft tips

Consumenten kunnen tegenwoordig op verschillende websites de tarieven van financiële diensten en producten vergelijken. Koen Laarhoven, van Vermogensbeheer.nl, geeft beleggers inzicht in de tarieven van vermogensbeheerders. Laarhoven verwelkomt de aanwijzingen van de AFM. 'Ik snap dat ze erbovenop zitten. Voor consumenten is het lastig de markt te doorgronden. Er zijn partijen die al jarenlang ten onrechte roepen dat ze een vergelijkingsite zijn.' Wat Laarhoven betreft mag de toezichthouder daarom de aanwijzingen beter handhaven. Zo zijn er vermogensbeheerders die in hun marketing cumulatieve rendementen weergeven, terwijl dat niet strookt met de richtlijnen van de AFM. Ook geeft de toezichthouder geen bewijs van goedkeuring over websites, een 'AFM-proof' etiket. 'Dat geeft wel de vrijblijvendheid van deze aanwijzingen aan.'

belangrijk besluit is, dat je niet in drie klikken moet beslissen', zegt Dijkstra. Hij wil een wachttijd van bijvoorbeeld 24 uur opnemen.

Een goede onlinedienstverlening is goed voor beleggers en huizenkopers, stellen de AFM'ers, omdat de klant dan goedkoper uit is. Klanten letten op de advieskosten omdat ze zelf de factuur moeten betalen: bij hypotheeken is dat al zo en bij beleggingsadvies geldt dat vanaf 1 januari. Ze geven het voorbeeld van sommige banken, waar klanten ervoor kunnen kiezen veel gegevens zelf in te vullen. Daardoor zijn minder (dure) gesprekken op kantoor nodig.