consulting I interim management I finance professionals

Inzicht in advies- en distributiekosten

Advies SIS Finance

Ministerie van Financiën

VERTROUWELIJK

Amsterdam, 11 oktober 2011

Drs. Koen Perik RC
Drs. Nathalie Brouwer RA

v2

Inhoudsopgave

1	**Doel en vraagstelling van het onderzoek**	**3**
1.1	Aanleiding	3
1.2	Vraagstelling	3
1.3	Activiteiten	4
1.4	Reikwijdte van advies- en distributieactiviteiten	5
1.5	Belanghebbenden en criteria	6
1.6	Het team	8
2	**Beschrijving van de methode voor inzicht in advies- en distributiekosten**	**9**
2.1	Inleiding	9
2.2	Bouwstenen van het model	9
2.2.1	Producten en diensten	9
2.2.2	Processen	10
2.2.3	Kostensoorten	12
2.2.4	Het kostprijsmodel	13
2.3	Werking van de methode	15
2.3.1	‘Bottum up’ berekening van tarieven	15
2.3.2	‘Top down’ controle op volledigheid kosten	16
3	**Controle door directe aanbieder en administratieve last**	**18**
3.1.1	Controle door directe aanbieder	18
3.1.2	Administratieve last	18
3.1.3	Randvoorwaarden wet- en regelgeving	19
4	**Q&A**	**21**
Tot slot		**22**
Bijlage: overzicht geïnterviewden		**23**

1 Doel en vraagstelling van het onderzoek

1.1 Aanleiding

Advies- en distributiekostentransparantie bij directe aanbieders

Het Ministerie van Financiën heeft het besluit genomen om per 1 januari 2013 een provisieverbod in te stellen voor impactvolle producten. De Minister heeft aangegeven dat dit impliceert dat ook directe aanbieders separaat inzicht dienen te geven in de kosten die zij maken voor advies over complexe producten. Directe aanbieders dienen derhalve hun zogeheten advies- en distributiekosten transparant te maken.

In de brief aan de Tweede Kamer van 13 april 2011[1] verwoordt de Minister het als volgt:

"Als de consument er voor kiest om wel gebruik te maken van advies, is het in de eerste plaats van belang om een goed geïnformeerde keuze te kunnen maken tussen het directe kanaal van een aanbieder en het kanaal van de adviseurs/bemiddelaars. Om verschillende kanaalkeuzes inzichtelijk te maken ga ik de wettelijke eisen over de dienstverleningsinformatie aanpassen. Het dienstverleningsdocument moet een overzichtelijk en herkenbaar document worden op basis waarvan de consument de verschillende dienstverleningsconcepten en de kosten daarvan gemakkelijk kan vergelijken. Ook aanbieders zullen daarom een dienstverleningsdocument aan consumenten moeten gaan verstrekken. Tevens zullen zij in dit document inzicht moeten geven in hun advies- en distributiekosten. Om deze informatie voor de consument begrijpelijk en vergelijkbaar te maken, is het van belang dat dit in nominale termen, dat wil zeggen in euro's wordt gepresenteerd."

Consumenten moeten, als zij een financieel product willen gaan aanschaffen, maximaal in staat worden gesteld een goed geïnformeerde keuze te kunnen maken tussen adviseurs/bemiddelaars en het directe kanaal. Deze goed geïnformeerde keuze wil het ministerie mogelijk maken door de aard, reikwijdte én de prijs van de dienstverlening van de verschillende kanalen inzichtelijk te maken. Hiervoor is advies- en distributiekostentransparantie noodzakelijk. De bedoeling is dat de consument in een dienstverleningsdocument de verschillen in kosten en dienstverlening gemakkelijk kan vergelijken. Dit zal zowel door adviseurs als door het directe kanaal moeten worden verstrekt.

1.2 Vraagstelling

SIS Finance heeft de opdracht gekregen van het Ministerie van Financiën voor een advies over de wijze waarop directe aanbieders hun advies en distributiekosten inzichtelijk dienen te maken. Opdrachtgever vanuit het Ministerie van Financiën is de heer drs. Roland Uittenbogaard.

Dit document geeft een advies over de wijze waarop advies- en distributiekosten door directe aanbieders inzichtelijk kunnen worden gemaakt.

[1] Onderwerp van de brief: "uitwerking regelgeving provisieverbod". De weergegeven cursieve tekst vormt onderdeel in deze brief.

Het gaat hierbij om dienstverlening met betrekking tot de volgende producten:

- complexe producten.
- hypothecaire leningen.
- inkomensverzekeringen.
- uitvaartproducten.
- dienstverlening onder Nationaal Regime.

Om het doel van advies- en distributiekostentransparantie te bereiken moet aan de volgende voorwaarden worden voldaan:

- de consument moet een duidelijk beeld krijgen van de dienst die zij krijgt en de vervolgens van de prijs die zij hiervoor betaalt. Een tarief of kostprijs staat niet op zichzelf.
- advies- en distributiekosten die worden getoond moeten een goede indicatie geven van de kosten van de dienstverlening.
- om te waarborgen dat de getoonde bedragen een goede indicatie zijn van de kosten van de dienstverlening dient de norm controleerbaar te zijn .

Vraagstelling

De vraagstelling door het Ministerie van Financiën is de volgende:

- Op welke wijze moeten advies- en distributiekosten voor directe aanbieders gedefinieerd worden om een prijsvergelijking mogelijk te maken tussen:

  - een adviseur/bemiddelaar die een dienst (adviseren en bemiddelen) levert, en
  - het directe kanaal dat een product én een dienst (advies) levert?

Subvragen:

- Op welke manier kan worden gewaarborgd dat de advies- en distributiekosten die worden getoond, gegeven de doelstellingen, betekenisvol voor de consument, niet misleidend én controleerbaar zijn?
- Welke soort wetgeving is hierbij passend?

1.3 Activiteiten

Onderzoek en uitwerking heeft deels plaatsgevonden op basis van eigen kennis en ervaring van het team van SIS Finance. Op de eerste plaats heeft documentanalyse van bestaande informatie plaatsgevonden het Ministerie van Financiën. Vervolgens heeft een aantal ongestructureerde interviews plaatsgevonden bij brancheorganisaties van tussenpersonen en van directe aanbieders, en bij directe aanbieders zelf. Dit zijn de volgende instellingen geweest[2]:

- Verbond van Verzekeraars.
- Adfiz en Ovfd, waarbij tevens aanwezig delegatie van tussenpersonen.
- ABN Amro.

[2] Zie bijlage met het overzicht van geïnterviewden en data van gesprekken.

- ING.
- Rabobank.
- SNS.
- Achmea.
- Ohra.
- Independer[3].
- Theodoor Gilissen.
- Robein[4].
- AFM.

Met elk van deze partijen is tweemaal gesproken. Elk van de geïnterviewde partijen heeft een formele uitnodiging ontvangen voor het interview met een agenda. Interviews zijn gehouden door SIS Finance, waar in veel gevallen tevens vertegenwoordigers van het Ministerie aanwezig zijn geweest. Parallel aan de interviews is door SIS Finance de kostprijsmethode ontwikkeld, die in de tweede ronde van gesprekken is getoetst bij belanghebbenden.

In de eerste ronde van gesprekken is het doel van het onderzoek naar advies- en distributiekostentransparantie toegelicht. De agenda was hierbij als volgt:

- toelichting doel en reikwijdte onderzoek door het Ministerie van Financiën.
- definitie advies- en distributiekosten.
- onderzoek naar activiteiten op het gebied van advies en distributie voor de volgende (complexe) productcategorieën: complexe producten in de zin van de Wft; hypothecaire leningen; inkomensverzekeringen; producten die vallen onder het Nationaal Regime; uitvaartproducten.
- inzicht het onderscheid tussen het indirecte en het directe kanaal op gebied van advies- en distributie activiteiten.
- mogelijkheden controlemechanismen bij directe aanbieders om beoogde toerekening naar advies- en distributieactiviteiten te toetsen.

In de tweede ronde van gesprekken is de volgende agenda gehanteerd:

- toetsen beoogde (concept) model/methodiek 2013.
- toetsen haalbaarheid voorgelegde concept voor kostenallocatie naar advies- en distributieactiviteiten.

1.4 Reikwijdte van advies- en distributieactiviteiten

In dit document wordt een methode voorgesteld om advies- en distributiekosten inzichtelijk te maken door directe aanbieders. Directe aanbieders zullen aan de hand van de methode in 2012 kostprijzen en tarieven moeten vaststellen waarvan zij de het eindresultaat - het door de Minister genoemde nominale bedrag - vervolgens vanaf 1 januari 2013 in dienstverleningsdocumenten zullen moeten opnemen. In het dienstverleningsdocument wordt inzichtelijk wat de aard en reikwijdte van de dienst is die de consument krijgt en welke prijs hij hiervoor (direct of indirect) betaald.

[3] Independer is separaat uitgenodigd voor interviews hoewel zij ook onderdeel hadden kunnen zijn van de delegatie van tussenpersonen die aanwezig was bij gesprekken met Adfiz en Ovfd.
[4] Met Robein is slechts één gesprek gevoerd, waarin direct al het beoogde conceptmodel is voorgelegd.

De consument dient informatie te ontvangen op basis waarvan hij een bewuste keuze kan maken ten aanzien van het kanaal waar hij advies en een financieel product gaat afnemen. We onderscheiden het directe advieskanaal van aanbieders, het tussenpersonenkanaal en het *execution only*-kanaal.

Het execution only-kanaal wordt meegenomen omdat een tussenpersoon activiteiten verricht in het kader van distributie. Hiermee wordt bedoeld de ondersteuning bij het afsluiten van het product: de tussenpersoon en de adviseur van de aanbieder vullen aanvraagformulier in, en beantwoorden vragen van de consument over het product. Het niet meenemen van de kosten van het execution only-kanaal zou ertoe leiden dat de kosten van de verschillende kanalen niet goed vergelijkbaar zijn. Een execution only-aanbieder beantwoordt vragen van de consument over de aanvraag en het product, en ondersteunt bij het completeren van het dossier, dat willen zorgen dat alle benodigde documenten aanwezig zijn. Deze activiteiten vinden zowel bij tussenpersonen, adviseurs van aanbieders en bij execution only-aanbieders plaats. De kosten van deze activiteiten zitten in de fee van de tussenpersonen verwerkt.

Dit advies geeft duidelijke kaders voor de producten en processen die bouwstenen vormen van het inzichtelijk maken van advies- en distributiekosten. De wijze waarop toerekening van kosten naar processen en producten plaats vindt is echter verantwoordelijkheid van de directe aanbieder. De directe aanbieder dient de gekozen wijze van kostentoerekening te beschrijven, zodat die aan de toezichthouder kan worden overhandigd bij een eventuele controle. De methode vereist dat een directe aanbieder zijn kostprijsmodel voor het eerst per eind 2012 voor uitvoeringsjaar 2013 beschrijft (en gedurende 2013 beschikbaar heeft), vervolgens jaarlijks update en de beschrijving actualiseert. Tevens dient een externe accountant de tariefscalculatie jaarlijks te valideren.

Procesmatig kent de invoering van een kostprijsmodel in het algemeen vier fasen: ontwikkeling van het model, tariefscalculatie, implementatie/invoering en overdracht/ingebruikname. De reikwijdte van dit document is het beschrijven van het ontwikkelde kostprijsmodel. Tariefscalculatie - voor het eerst voor uitvoering in 2013 - en verdere invoering van de methode zal door directe aanbieders moeten plaatsvinden.

1.5 Belanghebbenden en criteria

Belanghebbenden

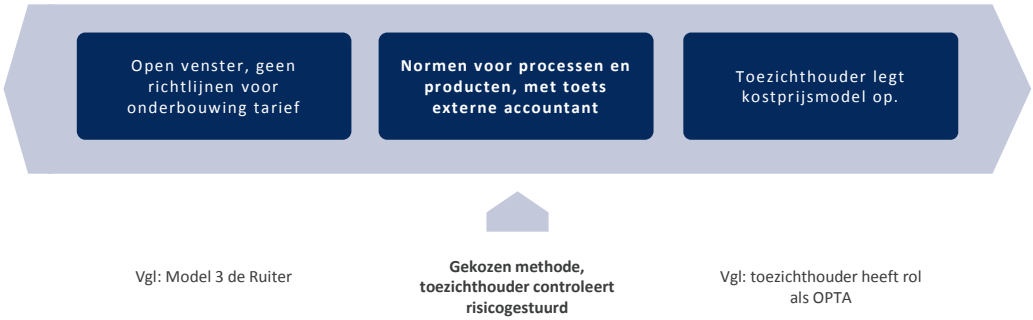
De belangrijkste belanghebbende van advies- en distributiekostentransparantie is de consument: hij of zij dient in de oriëntatiefase goed geïnformeerd te worden over de kosten van advies in verschillende kanalen. Vervolgens zijn belanghebbenden de directe aanbieders en de toezichthouder. Op de derde plaats zijn er tussenpersonen, die er vanuit een *level playing field* gedachte belang bij hebben dat niet alleen zij, maar ook directe aanbieders aan consumenten moeten aangeven wat advies kost.

Criteria

Bij de ontwikkeling van de methode c.q. het kostprijsmodel zijn de volgende criteria relevant:

- Level playing field: de methode dient bij te dragen aan een *level playing field* tussen zowel tussenpersoon als directe aanbieder met betrekking tot advies en distributieactiviteiten.
- Doelconsensus: de methode dient niet in conflict te komen met de betreffende doelstellingen, te weten: klantbewustzijn creëren dat advies niet gratis is, duidelijke koppeling tussen prijs en dienst, eerlijke concurrentie tussen intermediair en (directe) aanbieders.
- Controleerbaarheid: de methode dient op een efficiënte wijze controleerbaar te zijn voor de betreffende toezichthouder. Deze dient een volledig en eenvoudig inzicht te bieden in de juistheid en volledigheid van de werking van het model.
- Transparantie[5]: de methode dient inzicht geven hoe de kostprijs van advies en distributieactiviteiten tot stand is gekomen. Deze moet inzicht verschaffen in de toerekening van de directe en indirecte kosten per 'product' in de dienstverleningsdocumenten.

Deze criteria zijn gebruikt om verschillende scenario's voor kostprijsmodellen te wegen. Deze scenario's varieerden aan de ene kant van het spectrum van een 'open-venster-methode' (vergelijk Model 3 de Ruiter) waarbij geen eisen worden gesteld aan directe aanbieders over de wijze waarop een tarief in een dienstverleningsdocument tot stand komt, tot een gesloten norm voor directe aanbieders waarbij de toezichthouder ten opzichte van directe aanbieders een vergelijkbare rol speelt als de Onafhankelijke Post en Telecommunicatie Autoriteit (OPTA) ten opzichte van bijvoorbeeld KPN.



Figuur 1: scenario's voor eisen aan kostprijsmodel, tarifering en controle

Zoals hierna wordt toegelicht is gekozen voor een kostprijsmodel dat eenduidige normen stelt voor te hanteren kostensoorten, processen en producten, en tevens dat het de mogelijkheid biedt om vanuit de eigen bedrijfssituatie en administratie tot toerekening van kosten aan producten te komen. De wijze van toerekening en bijvoorbeeld keuze voor verdeelsleutels is de verantwoordelijkheid van de directe aanbieder.

[5] Het betreft hier de transparantie van het model voor directe aanbieder en toezichthouder, niet voor consument. De consument krijgt sowieso één bedrag te zien in de oriëntatiefase, geen opbouw van de prijs.

1.6 Het team

Het team van SIS Finance heeft bestaan uit de volgende personen:

- Drs. Koen Perik RC, projectleider, partner SIS Finance en specialist op het gebied van *cost management* bij multinationals. Hij werkte als financieel manager voor Unilever en voor Ernst & Young Consulting.
- Drs. Nathalie Brouwer RA, specialist accounting financiële instellingen. Nathalie werkte eerder voor KPMG accountants.
- Drs. Jan Schipper, partner SIS Finance, branche-specialist financiële instellingen. Jan werkte in het verleden voor Ernst & Young en PWC.
- Nicole van der Salm MSc, business analist SIS Finance. Nicole heeft eerder bij de Rabobank gewerkt.

Vanuit het Ministerie van Financiën hebben mevrouw Anneke van Es en de heer drs. Roland Uittenbogaard deelgenomen aan de interviews.

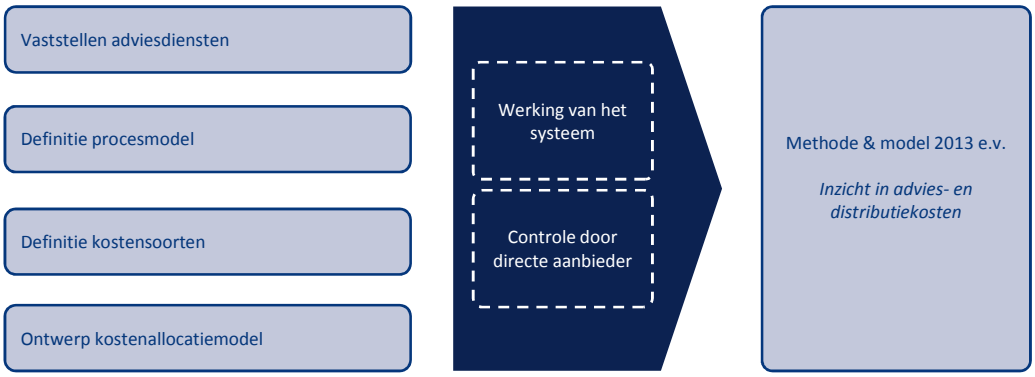
2 Beschrijving van de methode voor inzicht in advies- en distributiekosten

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de methode uitgewerkt, die er toe moet leiden dat directe aanbieders vanaf 1 januari 2013 hun advies- en distributiekosten inzichtelijk kunnen maken. Uitgangspunt hierbij is dat een consument in de oriëntatiefase één nominaal bedrag te zien krijgt.

In dit hoofdstuk wordt advies verder uitgewerkt en het kostprijsmodel beschreven. Achtereenvolgens komen de volgende twee aspecten aan de orde: bouwstenen van het model en werking van het systeem. In het volgende hoofdstuk komt de controle door de directe aanbieder aan de orde.

- Bouwstenen van het model
  - Producten en diensten (adviesdiensten).
  - Processen.
  - Kostensoorten.
  - Het kostprijsmodel.
- De werking van het systeem.



figuur 2. bouwstenen van het model

2.2 Bouwstenen van het model

2.2.1 Producten en diensten

De minister heeft aangegeven het dienstverleningsdocument te gaan standaardiseren. In het vernieuwde dienstverleningsdocument geven tussenpersonen en directe aanbieders inzicht in de aard en reikwijdte én de prijs van hun dienstverlening. Bij de vormgeving van de informatie over de aard en reikwijdte van de dienstverlening wordt zoveel mogelijk aangesloten bij de adviesvraag van de consument. Hierbij kan gedacht worden aan[6]:

[6] Dit is een andere weergave van producten dan de vijf wat meer technisch omschreven producten in de brief van de Minister aan de Tweede Kamer, te weten:

- Hypotheekadvies.
- Pensioenadvies.
- Advies vermogensopbouw.
- Advies inkomensverzekeringen.
- Advies uitvaartverzekeringen.

Naast aard en reikwijdte van de dienst wordt de prijs van de dienstverlening inzichtelijk gemaakt door het tonen van de advies- en distributiekosten in een (nominale) bedrag. In dit advies wordt verondersteld dat aanbieders advies- en distributiekosten inzichtelijk gaan maken op het niveau van de adviesvraag van de consument. Vanaf 2013 moet de informatie in de oriëntatiefase ook door aanbieders worden verstrekt.

2.2.2 Processen[7]

Voor het kunnen berekenen van advies- en distributiekosten is het essentieel te kijken naar het advies- en distributieproces en de activiteiten die in deze processen plaatsvinden. Het is belangrijk vast te stellen dat deze activiteiten zich richten op de eerste fase van een klantcontact tot aan het sluiten van een contract.

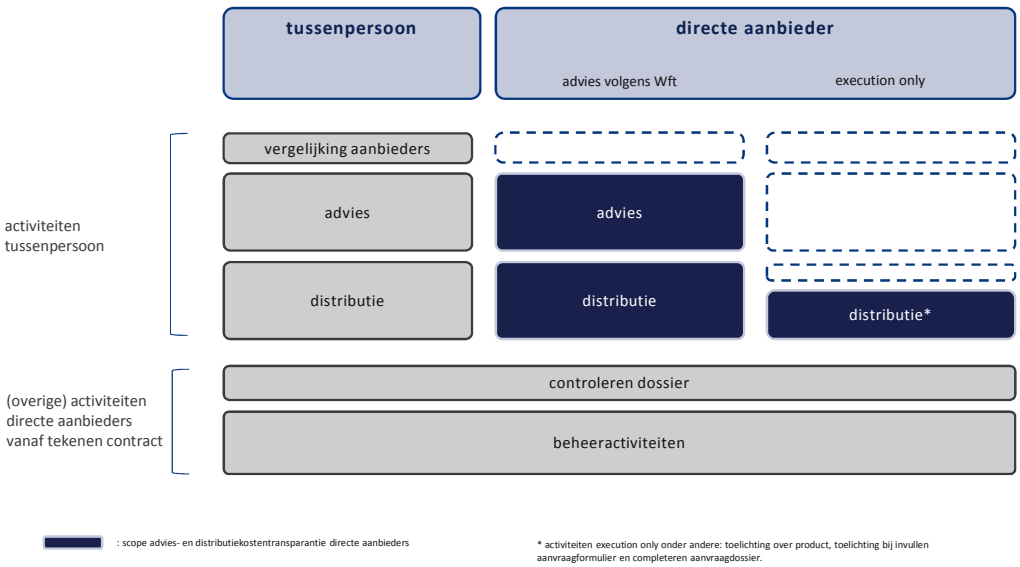
Indien een directe aanbieder bovengenoemde diensten tevens of alleen als execution only -aanbieder aanbiedt, dient de aanbieder deze hiermee gemoeide kosten separaat inzichtelijk te maken. Het gaat hier dan specifiek om de kosten van het completeren van het dossier en kosten die gepaard gaan met klantcontact in het kader van vragen over het product en/of de productaanvraag.

Beheeractiviteiten vallen nadrukkelijk buiten de scope.

- Complexe financiële producten.
- Hypothecaire kredieten.
- Inkomensverzekeringen.
- Uitvaartproducten.
- Dienstverlening onder het Nationaal Regime Mifid.

Deze financiële producten worden natuurlijk wel betrokken in de adviesvraag van de consument. Bij een hypotheekadvies zijn dit bijvoorbeeld een hypothecair krediet, een complex product voor de opbouw van vermogen en een inkomensverzekering. De genoemde categorieën staan nog niet vast. Het ministerie van Financiën is bezig met de nadere invulling van het dienstverleningsdocument.

[7] Processen en activiteiten worden in dit document naast elkaar gebruikt.



figuur 3. hoofdprocessen van directe aanbieders en tussenpersonen.

Uitvoering door directe aanbieders van deze advies- en distributieactiviteiten vereist dat er ook ondersteuning is ten aanzien van bijvoorbeeld werkplekken, huisvesting en ICT-applicaties. Die activiteiten worden onder de noemer 'kantooractiviteiten' uitgewerkt.

Adviesactiviteiten

(bron: AFM; een advies leidt tot product x bij aanbieder y)

- kennismaking: deze activiteit omvat de kennismaking tussen de adviseur en de consument. De adviseur inventariseert op hoofdlijnen de doelstellingen, risicobereidheid, kennis, ervaring en financiële positie van de consument. De adviseur informeert de consument over de inhoud van zijn dienstverlening (adviseren, bemiddelen en nazorg), de kosten van deze werkzaamheden en de wijze waarop deze worden gefinancierd.
- beeldvorming: deze activiteit omvat een nadere inventarisatie en analyse van behoeften en het profiel van de consument. Beide gaan een dieper in op de risico's en behoeften van de consument.
- oplossing: tijdens deze activiteit geeft de adviseur de oplossing op basis van alle verzamelde informatie aan welke constructie goed aansluit op de uitkomsten van de analyses en past bij de situatie en de wensen van de consument.

Distributieactiviteiten

(activiteiten *tot* aan sluiten contract)

- maken afspraken: deze activiteit omvat het verzorgen van promotie en reclame, die specifiek gericht is op het geven van adviesdiensten. Tevens behelst dit proces de 'logistiek' om met een potentiele nieuwe of bestaande klant een afspraak te maken.

- aanvragen offertes: in deze activiteit wordt een offerte aangevraagd / opgesteld aan de hand van de informatie die vereist en uitgevraagd is bij de klant.
- completeren dossier: de activiteit houdt in dat de gegevens van de klant waar nodig worden gecompleteerd.
- klantcontact: deze activiteit betreft het contact met de klant over de producten, zijn aanvraag - direct en na afloop van het adviesgesprek - en de administratieve afhandeling. Het gaat hier nadrukkelijk niet om beheeractiviteiten.

Kantooractiviteiten
(ter ondersteuning van adviseurs en medewerkers betrokken bij advies- en distributieactiviteiten)

- administratie: de ondersteuning aan adviseurs en medewerkers bij de administratie.
- personeelsactiviteiten: deze activiteit behelst alle 'P&O'-taken van adviseurs en medewerkers.
- ICT-applicaties: het voorzien in en beheer van generieke ICT applicaties (kantoorautomatisering en de adviesapplicatie).
- facilitaire activiteiten: het voorzien in en beheer van fysieke werkplekken, vervoer- en kantoormateriaal.
- management en overige ondersteuning: het begeleiden van adviseurs en medewerkers in hun dagelijks werk.

2.2.3 Kostensoorten

Het gaat in dit onderzoek bij de advies- en distributieactiviteiten om de volgende kostensoorten: personeelskosten, marketingkosten, ICT-kosten, kantoorkosten en managementkosten. De omschrijving per kostensoort geeft een kader voor de kosten die een directe aanbieder moet meenemen in het kostprijsmodel. De kosten moeten worden meegenomen voor zover zij gerelateerd zijn aan de adviesdienst en het klantcontact in het kader van het afsluiten van het product.

De hieronder genoemde omschrijving per kostensoort moet *in ieder geval* worden meegenomen in het door de directe aanbieder gehanteerde kostprijsmodel.

Nadere toelichting bij gehanteerde begrippen:

- bij personeelskosten dienen tevens kosten te worden meegenomen voor extern personeel dat eventueel naast eigen personeel werkt aan advies- en distributieactiviteiten.
- met externe kosten wordt hieronder bedoeld: kosten van externe leveranciers, en niet zijnde afschrijvingskosten, rentekosten en salariskosten. Voorbeelden zijn huurkosten van gebouwen of ICT-middelen, onderhoudskosten van gebouwen en ICT-middelen, kosten van extern advies, kosten van reclamecampagnes, energiekosten, schoonmaakkosten.

Personeelskosten

- personeelskosten van adviseurs (salariskosten, onkostenvergoedingen en opleidingskosten) besteed aan klantgesprekken.
- personeelskosten van adviseurs en medewerkers (salariskosten en opleidingskosten) besteed aan verdere administratieve handeling *tot* aan opstellen contract.

Marketingkosten

- lokale marktbewerkingskosten (externe kosten en personeelskosten), direct gekoppeld aan het onder de aandacht brengen van de adviesdienst en het klantcontact over producten en de productaanvraag (exclusief product marketing).

ICT-kosten

- kosten adviesapplicatie en klantcontactapplicatie (externe kosten, afschrijvingskosten en personeelskosten) met al dan niet geautomatiseerde datatransfer naar productieomgeving.

Kantoorkosten

- kosten (externe kosten, afschrijvingskosten en eventueel personeelskosten) met betrekking tot huisvesting en gebouwen van genoemde adviseurs en medewerkers.
- kosten (externe kosten, afschrijvingskosten en eventueel personeelskosten) met betrekking werkplekken, vervoer en kantoorautomatisering van genoemde adviseurs en medewerkers.
- overige kosten (externe kosten, afschrijvingskosten en personeelskosten) met betrekking tot administratieve- en personeels- en facilitaire activiteiten van genoemde adviseurs en medewerkers.

Management

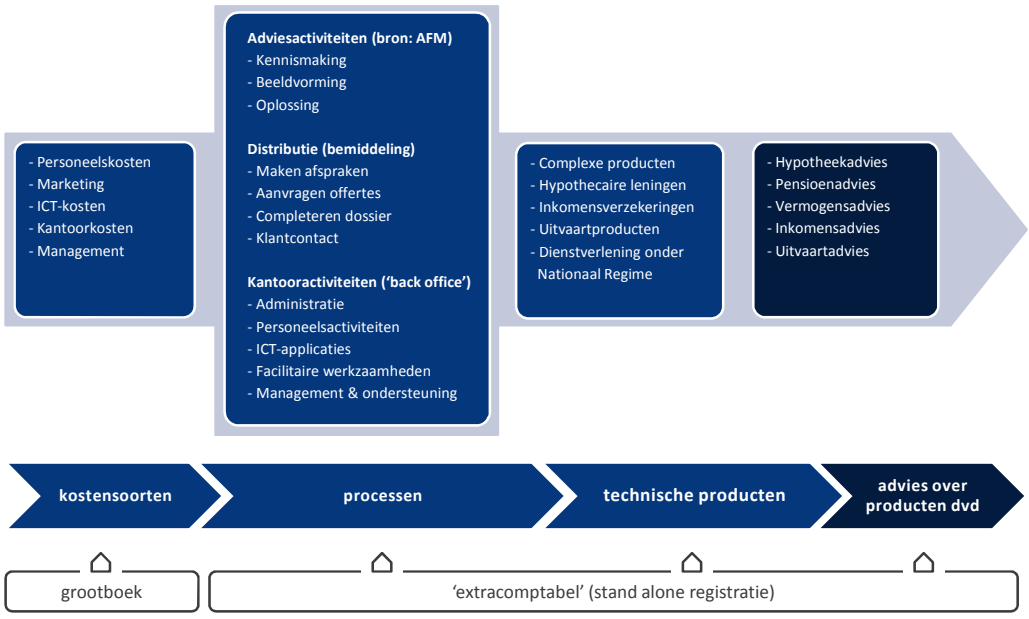
- personeelskosten managers of medewerkers (salariskosten, onkostenvergoedingen, opleidingskosten en kantoorkosten) zijnde leidinggevenden van genoemde adviseurs en medewerkers.

2.2.4 Het kostprijsmodel

Het hieronder weergegeven kostprijsmodel geeft aan dat kostensoorten die betrekking hebben op advies- en distributieactiviteiten toegerekend dienen te worden aan adviesdiensten. Deze dienstverlening over complexe producten in de dienstverleningsovereenkomsten kan beschouwd worden als ‘kostenobjecten’ in het kostprijsmodel: objecten waaraan alle kosten dienen te worden toegerekend.

De wijze waarop een directe aanbieder kosten aan deze kostenobjecten toerekent is vrij, maar dient wel op een juiste en controleerbare wijze plaats te vinden. Waar mogelijk dient kostentoerekening *direct* plaats te vinden, en indien niet mogelijk dienen

kosten via zo betrouwbaar mogelijke *verdeelsleutels* aan producten te worden toegerekend. De verdeelsleutels worden niet voorgeschreven.



figuur 4. het kostprijsmodel

De directe aanbieder dient qua scope de *kostensoorten*, de *processen* en de *producten* in dienstverleningsdocumenten (dvd) zoals in bovenstaande figuur te gebruiken.

Kostprijsberekening

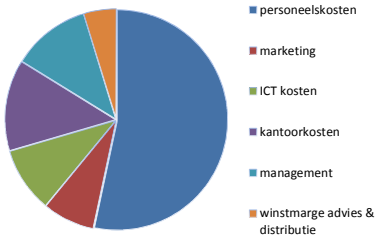
De kostprijscalculatie levert een zogeheten kostprijs en tarief op voor elk van de genoemde adviesdiensten voor een directe aanbieder in 2013 (zie voorbeeld figuur 3.). Iedere aanbieder dient jaarlijks een kostprijs en tarief te berekenen voor elk van de adviesdiensten in de scope van de dienstverleningsdocumenten. Indien een directe aanbieder tevens of alleen *execution only* producten in de scope aanbiedt, dient hiervoor separaat een tarief te worden berekend.

De genoemde winstmarge dient een directe aanbieder aan de kostprijs toe te voegen om te komen tot een tarief. Dit leidt dan tot een tarief per adviesdienst. De grondslag voor de berekening van de winstmarge is een marktconforme opslag voor rendement op adviesdiensten in Nederland.

Vermogensadvies	uren	tarief (€/u)	totaal
personeelskosten	2,8	100	€ 280
marketing			€ 40
ICT-kosten			€ 50
kantoorkosten			€ 70
management			€ 60
totaal kosten voor één cliënt			€ 500
winstmarge advies & distributie			€ 25
totaalprijs voor één cliënt (2013)			€ 525

voorbeeld

Relevante kostensoorten



figuur 5. Voorbeeld opbouw tarief product 'Vermogensadvies'

2.3 Werking van de methode

In deze paragraaf staat het berekenen van kostprijzen en tarieven van de adviesdiensten door directe aanbieders centraal. Het kostprijsmodel werkt in de voorbereidingsfase - periode voorafgaande aan uitvoeringsjaar - als volgt. De tariefscalculatie dient onderdeel te vormen van de jaarlijkse begrotingscyclus van de directe aanbieder. Hieronder wordt in de toelichting als uitvoeringsjaar '2013' gehanteerd, en als voorbereidingsjaar '2012'.

Het is belangrijk twee uitgangspunten te benadrukken: nacalculatie van de berekenende kostprijzen en tarieven hoeft niet plaats te vinden, en de financiële en financiële gegevens te behoeve van de - jaarlijkse - kostprijsberekening hoeven niet intra-comptabel verwerkt te worden. Er kan derhalve gebruikt te worden gemaakt van een 'stand alone'-kostprijsmodel.

2.3.1 'Bottum up' berekening van tarieven

Op de eerste plaats bepaalt een directe aanbieder voor een uitvoeringsjaar de tarieven en geeft hiervan in de beschrijving van het kostprijsmodel een kostprijsopbouw in personeels-, marketing-, ICT-, kantoor- en managementkosten en winstmarge. Tevens wordt de tijdsbesteding in uren door (direct aan een adviestraject) werkende adviseurs en medewerkers expliciet getoond.

Inschatting totale uren en kosten in 2013

- Directe aanbieders schatten voorafgaande aan een uitvoeringsjaar 2013 *per type advies* voor klanten in Nederland (de typen adviezen worden nader uitgewerkt het dienstverleningsdocument) uren en kosten in. Dit leidt tot de totale uren en totale advies- en distributiekosten van een adviesdienst (een 'adviestraject') in 2013. Directe aanbieders schatten derhalve het volgende in:
  - de totale uren die adviseurs en medewerkers naar verwachting besteden aan advies- en distributieactiviteiten .
  - de totale personeelskosten van adviseurs en medewerkers die werken aan advies- en distributieactiviteiten in Nederland.

- de totale marketing-, ICT-, kantoor- en managementkosten die aan het betreffende advies- en distributieactiviteiten kunnen worden toegerekend.
- de winstmarge.

Berekening tarief 2013

- De totale uren en kosten worden gedeeld door het aantal ingeschatte adviesdiensten - of: adviestrajecten - voor klanten in 2013. Directe aanbieders schatten hiervoor het volgende in:
  - het totaal aantal adviestrajecten in 2013. Dit omvat derhalve dan een inschatting van uit te brengen offertes of getekende contracten.
  - de totale uren en kosten 2013 voor de adviesdienst worden gedeeld door het aantal adviestrajecten dat ingeschat is. Dit leidt tot een berekend tarief zoals ter illustratie in figuur 3.

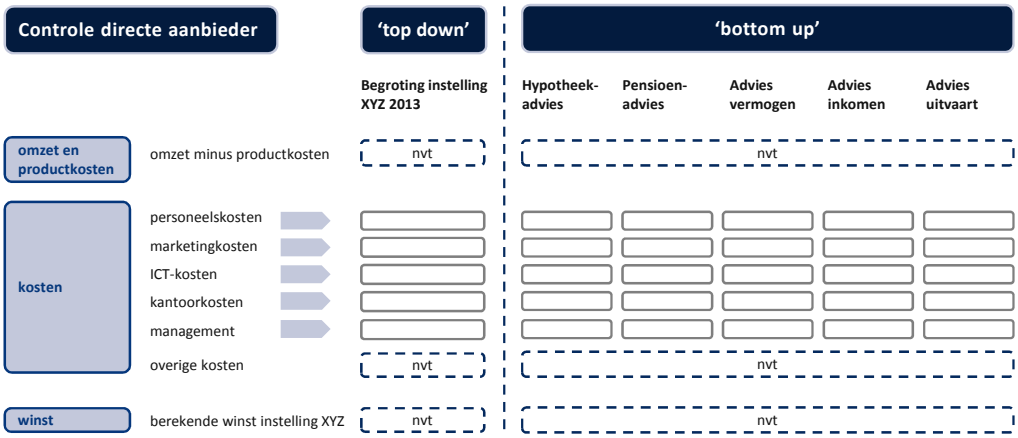
2.3.2 'Top down' controle op volledigheid kosten

Vervolgens dienen directe aanbieders voor *al* hun productgroepen (ie producten in scope én niet in scope nieuwe wetgeving) voor begrotingsjaar 2013 het volgende te bepalen:

- De totale kosten in begroting 2013, specifiek voor de rubrieken totale personeelskosten, totale marketingkosten, totale ICT-kosten, totale kantoorkosten. Het gaat hier derhalve om *alle* kosten in die categorieën, niet beperkt tot alleen die met betrekking tot advies- en distributiekosten, maar ook die van bijvoorbeeld beheeractiviteiten van de aanbieder.
- De kosten die bijvoorbeeld niet inzichtelijk hoeven te worden gemaakt zijn product(inkoop)kosten of 'kosten' met betrekking tot provisiestromen van schadeproducten.
- Bij gebroken boekjaar dient een inschatting gemaakt te worden van de kosten voor het betreffende kalenderjaar.

Dit leidt tot inzicht in de totale kosten van iedere directe aanbieder, waar advies- en distributiekosten dan onderdeel van vormen.

Vervolgens dient de directe aanbieder aan te geven op welke wijze zich het geheel van de 'bottum up' tariefscalculaties per adviesdienst zich verhoudt tot de 'top down' totale kosten. In onderstaande figuur is dit schematisch weergegeven.



Figuur 6. Top down en bottum up berekening.

De directe aanbieder dient aan te geven hoe de 'overall' kosten in de begroting gebruikt zijn om kostprijzen en tarieven voor adviesdiensten te berekenen. Voor iedere kostensoort dient derhalve in de beschrijving van het kostprijsmodel aangegeven te zijn:

- wat het totaal is van de betreffende kostensoort (voorbeeld: totaal personeelskosten instelling XYZ in begroting 2013), en
- wat hetgeen is dat van de betreffende kostensoort (voorbeeld: advies- en distributie-gerelateerde personeelskosten) is toegerekend naar de verschillende adviesdiensten in 2013?

Directe aanbieders dienen het tarief van een adviesdienst op te nemen in de dienstverleningsovereenkomst. Het gaat hier om het nominale bedrag. De specificatie van het tarief en de beschrijving van het kostprijsmodel dienen beschikbaar te zijn voor eventuele controles door de toezichthouder.

3 Controle door directe aanbieder en administratieve last

3.1.1 Controle door directe aanbieder

Een directe aanbieder dient een externe accountant de controle op juistheid en volledigheid van de systematiek te laten uitvoeren.

De tijdlijnen kunnen hierbij als volgt zijn:

- in 2012 dient een directe aanbieder het door hem gehanteerde kostprijsmodel ten behoeve van tariefscalculatie 2013 te beschrijven.
- vóór 30 juni 2013 dient een externe accountant de totstandkoming kostprijsmodel & berekening tarieven te controleren. Hierbij is bijvoorbeeld vastgesteld of er voldoende functiescheiding is betracht, er een voldoende relatie is tussen berekening van advies- en distributiekosten met de begrotingssproces, en of er met deskundige medewerkers is gewerkt. Dit rapport dient de directe aanbieder bij een controle door de toezichthouder te kunnen overhandigen.
- ieder jaar dient een externe accountant vervolgens de tariefscalculatie te valideren. Hierbij wordt voornamelijk vastgesteld of de directe aanbieder het door hemzelf in 2012 ontwikkelde kostprijsmodel juist hanteert.

De externe accountant kan tevens de controlerend accountant van de directe aanbieder zijn. Voordeel is dat deze de organisatie kent en de cijfers waarop het bedrag is gebaseerd.

Tevens kan de toezichthouder overwegen vóór 31 december 2012 de directe aanbieder een *self assessment* te laten doen. Dit is zou dan een eenvoudige test via internet zijn, met vragen gericht op de totstandkoming en werking van het model.

Totstandkoming kostprijsmodel en tariefscalculatie

Het gaat bij de totstandkoming van het kostprijsmodel om de wijze waarop en het proces waarmee kostensoorten worden toegerekend aan de adviesdiensten, waarbij directe toerekening van kosten kan plaatsvinden of gebruik kan worden gemaakt van financiële en niet-financiële verdeelsleutels. Tevens is hierin het proces van het aansluiten van de advies- en distributiekosten en volumes (zoals uren en aantallen adviesdiensten) met de kosten vanuit interne jaarlijkse begrotings- of budgetteringscyclus beschreven. Het gaat bij de tariefscalculatie om de wijze waarop gegevensinvoer en -verwerking plaatsvindt bij de jaarlijkse totstandkoming van tarieven.

3.1.2 Administratieve last

Voor een directe aanbieder leidt genoemde invoering van de nieuwe systematiek, het opleveren van documentatie en laten controleren door externe accountant tot een administratieve last. Er wordt in dit rapport verondersteld is dat deze werkzaamheden beperkt kunnen blijven. Zogeheten intra-comptabele verwerking enerzijds en nacalculatie van gegevens anderzijds zijn bijvoorbeeld niet vereist. Met name het eerst

jaar zal tot extra inspanning leiden, omdat dan het nieuwe model ontwikkeld moet worden.

Kostprijsmodel

De ontwikkeling, invoering en documentatie van het kostprijsmodel zal voorafgaande aan het eerste uitvoeringsjaar 2013 tot additioneel werk leiden. Veel directe aanbieders hebben echter wel ervaring met kostprijsmodellen en beschrijvingen hiervan. Vele hebben inmiddels diverse kostprijsprojecten of zelfs -programma's afgerond.

Jaarlijkse tariefscalculatie

Voor juiste, volledige en controleerbare toerekening van kosten en voor het inschatting van het aantal verwachte 'adviesdiensten' is jaarlijks - tijdens de begrotingscyclus en derhalve voorafgaande aan een uitvoeringsjaar - een aantal bijeenkomsten nodig met algemene en financiële managers. Deze activiteiten zullen in latere begrotingsjaren tot veel minder werk leiden.

Tooling

Tooling kan beperkt blijven tot een *stand alone* spreadsheet-applicatie. Eventueel kan een directe aanbieder echt ook de eigen tooling voor budgettering of rapportages gebruiken. Voor de documentatie en daarmee beschrijving van het kostprijsmodel kan gebruikt worden gemaakt van een tekstverwerkingsapplicatie.

3.1.3 Randvoorwaarden wet- en regelgeving

De wijze waarop een directe aanbieder kosten aan de opgelegde kostenobjecten toerekent is vrij, maar dient op een juiste en controleerbare wijze plaats te vinden. De directe aanbieder dient als kostenobjecten de adviesdiensten te hanteren en als scope van de kostensoorten die kosten die betrekking hebben op de in dit rapportage genoemde activiteiten ten aanzien van advies- en distributie. Waar mogelijk dient kostentoerekening *direct* plaats te vinden, en indien niet mogelijk dienen kosten via zo betrouwbaar mogelijke verdeelsleutels aan producten te worden toegerekend (*indirecte* toerekening).

Kostprijsmodel

Het gehanteerde model dient gedocumenteerd te zijn en vanaf 2013 steeds de basis te vormen voor het berekenen van tarieven in dienstverleningsdocumenten. Het kostprijsmodel dient gebruik te maken van de kostensoorten, processen en producten (ie adviesdiensten) als genoemd in dit rapport. De wijze van toerekening is de verantwoordelijkheid van de directe aanbieder.

Tariefscalculatie

De controleerbaarheid van volumes (het aantal uren en aantal ingeschatte adviesdiensten) en kosten (de kostensoorten) kent twee verschillende invalshoeken.

- bottum up: op de eerste plaats dient controle plaatsvinden van de input en verwerking van gebruikte volumes, het aantal ingeschatte adviesdiensten en

gehanteerde kostensoorten. Op de tweede plaats dienen de totale jaarlijkse directe uren per adviesdienst besteed aan advies- en distributieactiviteiten te worden aangesloten met het aantal mensen (full time equivalents) dat jaarlijks per product aan deze activiteiten werkt. Het dient duidelijk te zijn met welk aantal 'directe uren' wordt gewerkt in de berekening (uitgaande van een volledig dienstverband van een medewerker werkt deze bijvoorbeeld 1300 uur direct).

- top down: de 'top down' controle houdt in dat de directe aanbieder een aansluiting moet kunnen laten zien tussen de jaarlijkse kosten - personeelskosten, marketingkosten, ICT-kosten en kantoorkosten - met betrekking tot advies- en distributieactiviteiten in het model voor het uitvoeringsjaar, en de totale kosten van de directe aanbieder in het uitvoeringsjaar. Hierbij gaat het bij die totale kosten om de totale personeelskosten, marketingkosten, ICT-kosten en kantoorkosten van de directe aanbieder.

In nadere regelgeving zou in ieder geval moeten worden aangegeven dat een directe aanbieder:

- de bedrijfsvoering zo inricht dat deze een beheerste en integere berekening van tarieven waarborgt.
- de kostensoorten, processen en adviesproducten hanteert zoals beschreven in dit document (in het kort: het gaat om de kosten van de directe aanbieder van eerste klantcontact *tot* aan het afsluiten van een contract).
- het gehanteerde kostprijsmodel documenteert.
- deskundigen inzet bij de totstandkoming van de kostprijsmodel en berekening van tarieven.
- de jaarlijkse tariefscalculatie integreert in de jaarlijkse begrotingscyclus.

4 Q&A

In deze Q&A wordt een aantal vragen die tijdens de gesprekken met marktpartijen naar voren zijn gekomen nader toegelicht.

Is het model in voldoende mate *full costing*?

- het model neemt alle kosten mee die gerelateerd kunnen worden aan advies- en distributieactiviteiten van een directe aanbieder. De 'top down' benadering waarborgt de volledigheid van kosten.

Waarom zijn niet alle marketingkosten van een directe aanbieder opgenomen in het model?

- veel marketingkosten hebben betrekking op het in de markt zetten van producten, ongeacht het distributiekanaal. Voor de vergelijkbaarheid dienen de promotie en reclame kosten te worden meegenomen, die gericht zijn op het 'marketen' van de adviesdienst – niet van het product zelf.

Tot welke administratieve lasten leidt deze wetgeving?

- in principe beperkt. Er dient eenmaal per jaar en grotendeels 'buiten de boeken' een berekening worden gemaakt van advies- en distributiekosten. In het eerste jaar zal het ontwikkelen van een kostprijsmodel tot additioneel werk leiden bij directe aanbieders. Tevens zullen beperkte kosten voor externe accountants moeten worden gemaakt.

In welke mate kan een directe aanbieder in de offertefase afwijken van de tarieven zoals genoemd in de oriëntatiefase?

- aan SIS Finance is alleen de vraag gesteld te adviseren over de mogelijkheid om advies- en distributiekosten in de oriëntatiefase inzichtelijk te maken. Het antwoord op deze vraag ligt buiten de scope van het onderzoek.

Zijn de activiteiten van een directe aanbieder en een tussenpersoon wel in voldoende te vergelijken?

- directe aanbieders en tussenpersonen verrichten vergelijkbare werkzaamheden. Een duidelijk verschil is het vergelijken van producten en prijzen van directe aanbieders door tussenpersonen. Het tonen van een tarief in de oriëntatiefase aan een consument staat echter niet op zichzelf. In het dienstverleningsdocument is het tarief slechts één onderdeel; het document geeft consumenten onder andere duidelijk aan met welk type organisatie men te maken heeft en in welke mate sprake is van onafhankelijkheid.

Tot slot

Het Ministerie van Financiën heeft het besluit genomen om per 1 januari 2013 een provisieverbod in te stellen voor complexe producten. De Minister heeft aangegeven dat dit impliceert dat ook directe aanbieders separaat inzicht dienen te geven in de kosten die zij maken voor advies over complexe producten. Directe aanbieders dienen derhalve hun zogeheten advies- en distributiekosten transparant te maken.

Dit document bevat een advies, gericht op inzichtelijk maken van kosten van de advies en distributie bij directe aanbieders.

Er is gekozen voor een toekomstgericht model waarin zowel directe aanbieders, op basis van wetgeving het Ministerie van Financiën, en de toezicht door de AFM inzicht geven in genoemde kosten. Het belang van de consument staat hier voorop.

Een ‘nominaal bedrag’ in de oriëntatiefase staat hierbij niet op zich zelf. De consument is met dit bedrag alleen geholpen indien hij of zij de kosten als onderdeel van dienstverleningsdocumenten onder ogen krijgt. *Stand alone* presentatie van dit tarief zonder dit dienstverleningsdocument leidt niet tot het gewenste inzicht.

Bijlage: overzicht geïnterviewden

Organisatie	Aanwezigen	Functie	Datum	Locatie
Verbond van Verzekeraars	Harold Mahadew Leo de Boer	Beleidsadviseur directe distributie Directeur Verbond van Verzekeraars	**1e gesprek:** 19-07-2011	VvV te Den Haag
Adfiz	Hanneke Hartman Colinda Rosenbrand Robert-Jan van Loon Frank de Jong Cor Zwaan Paul van der Meijs Ronald Tiemessen Arie Brand	Voorzitter Adfiz Voorzitter OvFD Adjunct-directeur Adfiz De Jong assurantiën Welke Beheer Hypotheker Hypotheekshop Sibbing & Wateler	**1e gesprek:** 13-07-2011	Adfiz te Amersfoort
OvFD	Alex Kamperman Bas Millenaar Ruud de Bruijn Ron Bavelaar Oscar Noorlag	Beleidsmedewerker Adfiz Hypotheker De Hypotheker Hypotheekshop Hypotheekshop	**2e gesprek:** 13-09-2011	Adfiz te Amersfoort
ABN·AMRO	Nick Roosendaal	Directeur Financiën Particulieren	**1e gesprek:** 22-07-2011 **2e gesprek:** 11-08-2011	ABN AMRO te Amsterdam ABN AMRO te Amsterdam
	Claire Dumas	Directeur Verzekeren, Fiscaal Sparen & Financiële planning	**3e gesprek:** 6-9-2011	ABN AMRO te Amsterdam
ING	Dennis Noordervliet Walter Scheepmaker Christian Boosman Wim Flikweert	Directeur Marketing Financieel Manager Manager Intermediair kanaal Marketing Manager	**1e gesprek:** 18-07-2011 **2e gesprek:** 12-08-2011 **3e gesprek:** 06-09-2011	ING te Amsterdam ING te Amsterdam ING te Amsterdam
Rabobank	Mw. Schipper-van Ommen	Productmanagement Zekerheid, Schade en Leven	**1e gesprek:** 19-07-2011	Rabobank te Utrecht
	Ronald van Aart Ed van Ham Arend Stolk	Manager Productmanagement Formulemanager Particulieren Directeur Product en Risicomanagement	**2e gesprek:** 05-09-2011	Rabobank te Utrecht
SNS Bank	Rein Wispelweij	BLG , banksparen en intermediaire netwerk	**1e gesprek:** 29-7-2011	SNS te Utrecht
	Ronald Pieters Julien Linger	Advies en franchise binnen SNS Bank Director Finance & Control	**2e gesprek:** 30-08-2011	SNS te Utrecht
Theodoor Gilissen Services	Peter Klijn	Directeur Theodoor Gilissen Services	**1e gesprek:** 04-08-2011	Theodoor Gilissen te Amsterdam
	Marc van Poeteren	Bestuurslid Theodoor Gilissen	**2e gesprek:** 07-09-2011	Theodoor Gilissen te Amsterdam
achmea	Chris de Schonewille	Directeur divisie directe distributie	**1e gesprek:** 09-08-2011 **2e gesprek:** 01-09-2011	Achmea te Apeldoorn Achmea te Apeldoorn
OHRA	Fleur Dujardin	Commercieel Directeur	**1e gesprek:** 05-08-2011	Ohra te Arnhem
	Hakan Sahin	Manager Control	**2e gesprek:** 05-09-2011	Ohra te Arnhem
INDEPENDER	Ruud Martens	Algemeen directeur	**1e gesprek:** 27-07-2011	Independer te Hilversum
	Joop Cohen	Business unit manager banciair	**2e gesprek:** 12-09-2011	Independer te Hilversum
ROBEIN	Ruud Hageman Dus Fabius	Directeur Robein Leven Directeur Robein Leven	**1e en 2e gesprek:** 25-08-2011	Robein te Den Haag
AFM	Michiel Denkers Hannie Vos Wijnand van de Beek	Directeur Toezicht Trainee SBI Manager Strategie, Beleid en Internationale zaken	**1e gesprek:** 13-07-2011	AFM te Amsterdam
	Marije Frijlink Eva-Lotte Bakker Jeroen Gevaert	Beleidsmedewerker Supervision Officer Senior Toezichthouder	**2e gesprek:** 30-08-2011	AFM te Amsterdam
	Peter van Duijvenvoorde Rudy van Leeuwen Wijnand van de Beek	Senior Legal Counsel Manager Hoofd Toezicht Financiële Dienstverlening	**3e gesprek:** 07-09-2011	AFM te Amsterdam