

Veel consumenten en bedrijven vertrouwen voor hun financiële beslissingen op het advies van een intermediair, ook wel tussenpersoon genoemd. Vooral bij de aanschaf van complexe financiële producten is een goed advies van groot belang, omdat de meeste consumenten en ondernemers zelf geen goed oordeel kunnen vormen over het voor hen juiste product en omdat de impact van financiële producten op het welzijn en de welvaart van consumenten en bedrijven groot kan zijn. Op de markt van tussenpersonen is sprake van marktfalen: consumenten of ondernemers schaffen verkeerde financiële producten aan, omdat de financieel adviseur die bemiddelt de klant niet optimaal informeert en adviseert. In dit proefschrift zijn de structuur, het gedrag en het resultaat van de bedrijfstak beschreven, is geanalyseerd in hoeverre er sprake is van marktfalen en is gekeken welke rol de intermediair kan of moet spelen bij het verminderen van marktfalen.

Nederland telt 9.400 intermediairs die gezamenlijk bemiddelen bij de helft van de bestaande omzet in hypotheek en verzekeringen. Vrijwel alle intermediairs worden via provisie door de aanbieder van financiële producten betaald voor de dienstverlening. De provisie is een percentage van de premie of de maandlasten. Slechts een beperkt deel van het intermediair wordt direct door de klant betaald, via een fee of abonnement. Daarnaast is provisie hoofdzakelijk een door de aanbieder vastgestelde beloning. Doordat de tussenpersoon nauwelijks invloed heeft op de hoogte van de provisie, kan hij ook niet zelf de prijs voor de eigen dienstverlening bepalen. Daarnaast herbergt het provisiestelsel drie vormen van bias. Dat is een aanbieder-, een product- en een eindbedragbias. Door het provisiestelsel is de band tussen aanbieders en intermediairs zeer hecht. Deze hechte relatie is opvallend, omdat diezelfde aanbieders met tussenpersonen concurreren via rechtstreekse afzetkanalen.

De uitkomsten van de theoretische analyse van marktfalen worden ondersteund door de beschrijving van enkele praktijkonderzoeken die ten aanzien van de intermediaire bedrijfstak zijn uitgevoerd. De oorzaken van het marktfalen worden hoofdzakelijk gevonden in de relatie tussen aanbieders en intermediairs en de bijbehorende beloningsstructuur. Het risico van marktfalen is groter in de markt voor complexe producten en hypotheek dan in de markt voor niet-complexe producten. Dat komt mede door het feit dat het reputatiemechanisme in de markt van complexe producten nauwelijks een rol speelt. Daarnaast wordt vastgesteld dat het marktfalen in de intermediaire bedrijfstak minder groot is, dan in



Jong, F. de (2010) *Marktfalen bij tussenpersonen*. Proefschrift: Zutphen: Uitgeverij Paris.

een markt waar geen intermediairs zouden bestaan. Dat komt omdat er in een markt zonder intermediairs een groter risico op het ontstaan van marktmacht bij aanbieders is dan in een markt met intermediairs. Bovendien is er een continu risico op marktfalen door de lage betrokkenheid van consumenten bij de aanschaf van financiële producten en vanwege het feit dat consumenten niet direct voor de intermediaire dienstverlening betalen.

Het marktfalen in de intermediaire bedrijfstak is problematisch voor de welvaart van consumenten en bedrijven, voornamelijk door het

externe effect dat het geven van slecht advies kan hebben op de inkomenssituatie van de afnemers. De conclusie is dan ook dat er door de overheid moet worden opgetreden om het marktfalen terug te dringen en het risico van marktfalen in de toekomst te minimaliseren. Omdat dit onderzoek aantoont dat een markt zonder intermediairs een nog groter risico op marktfalen kent, betekent dit dat intermediairs wenselijk zijn om het risico van marktfalen te verkleinen. Vooralsnog is de uitkomst van het overheidsbeleid dat goede marktwerking niet is gerealiseerd. Het provisiestelsel is nog steeds dominant en de oorzaken van marktfalen zijn slechts gedeeltelijk aangepakt.

Dit proefschrift sluit af met de conclusie dat intermediairs enerzijds het risico op marktfalen vergroten, en anderzijds het risico van marktfalen verminderen. De overheid kan de laatstgenoemde rol van het intermediair stimuleren. Dat betekent dat binnen duidelijke wettelijke kaders, de intermediaire bedrijfstak instrumenten moet krijgen om het publieke belang goed te kunnen dienen. Verhoging van de kwaliteit van dienstverlening is daarbij prioriteit. Daarnaast wordt gepleit voor een provisieverbod op alle complexe, risicovolle producten. Daaronder worden ook consumptieve en hypothecaire kredieten en inkomensverzekeringen geschaard. Een provisieverbod is de meest efficiënte maatregel voor zowel overheid, aanbieders als intermediairs, omdat als gevolg van invoering van deze wettelijke bepaling de overige beloningsregels kunnen worden afgeschaft. Verder wordt geconstateerd dat er ook in de markt voor niet-complexe producten sprake is van marktfalen, doordat prijsconcurrentie in deze markt nauwelijks van de grond komt. In dit proefschrift wordt ervoor gepleit om de marktwerking in de markt voor niet-complexe producten te stimuleren door de invoering van actieve beloningstransparantie.

FRED DE JONG

wetenschappelijk onderzoeker aan het Amsterdam Centre for Insurance Studies 6