

Vergaderjaar 2023–2024

**32 545**

## **Wet- en regelgeving financiële markten**

**Nr. 194**

### **BRIEF VAN DE MINISTER VAN FINANCIËN**

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 10 oktober 2023

Bijgaand stuur ik u twee onderzoeksrapporten van Centerdata over financieel advies. Het eerste onderzoeksrapport richt zich op de vraag welke factoren bepalen of consumenten al dan niet geneigd zijn om financieel advies in te winnen bij belangrijke financiële beslissingen (bijlage 1). Het tweede onderzoeksrapport betreft een scenario-experiment getiteld «Onderzoek naar mogelijke gevolgen van een verruiming van het adviesbegrip in de Wft» (bijlage 2). In de voorliggende brief beschrijf ik de belangrijkste resultaten van de onderzoeken en geef ik een reactie op beide onderzoeksrapporten.

Veel consumenten nemen op verschillende momenten in hun leven belangrijke financiële beslissingen, zoals het afsluiten van een hypotheek. Financieel adviseurs kunnen consumenten helpen om een passende financiële keuze te maken. Vooral wanneer consumenten zelf onvoldoende kennis hebben over financiële diensten of producten is het belangrijk dat zij zich kunnen wenden tot een financieel adviseur. Belangrijk is om te achterhalen waarom consumenten wel of geen advies inwinnen bij belangrijke financiële beslissingen. Door hier meer inzicht in te krijgen, kan in de toekomst beter en gericht beleid worden gemaakt met betrekking tot financieel advies.

Aanbieders van financiële producten en financieel adviseurs kunnen klanten informatie of aanbevelingen geven over (wijzigingen in) financiële producten. Deze informatie en aanbevelingen kunnen algemeen zijn (bijvoorbeeld voor een groep klanten) of persoonlijk (toegesplitst op iemands persoonlijke situatie).

Indien een persoonlijk advies betrekking heeft op een nieuw af te sluiten product of nieuwe overeenkomst van een specifieke aanbieder is sprake van adviseren in de zin van de Wet op het financieel toezicht (hierna: Wft). De wettelijke normen voor het geven van advies in de Wft bieden in dat geval bescherming aan de consument. Een persoonlijke aanbeveling over een product gedurende de looptijd wordt niet als adviseren gezien wanneer de aanbeveling geen betrekking heeft op het afsluiten van een

nieuw product of nieuwe overeenkomst. In dat geval biedt de Wft wat betreft de adviesnormen geen extra wettelijke bescherming voor de consument. Dit roept de vraag op of consumenten wel voldoende worden beschermd indien een persoonlijke aanbeveling wordt gegeven tijdens de beheerfase van een financieel product en of het adviesbegrip in de Wft dient te worden verruimd naar de beheerfase. Daarbij is het belangrijk om inzicht te hebben in de mogelijke gevolgen van een dergelijke verruiming.

### **Onderzoek «De vraag naar financieel advies»**

#### *Doel van het onderzoek*

Een eerste doel van het onderzoek was om te achterhalen waarom consumenten wel of geen advies inwinnen bij belangrijke financiële beslissingen. In het onderzoek is onderzocht welke kenmerken bepalen of consumenten al dan niet geneigd zijn een financieel adviseur te raadplegen bij belangrijke financiële beslissingen. Een belangrijke vraag daarbij is of consumenten die het meest geneigd zijn een financieel adviseur te raadplegen ook de consumenten zijn die advies het hardst nodig hebben. Financieel advies lijkt vooral waardevol voor lager financieel geletterden, die financiële kennis missen. Een tweede doel van het onderzoek was om inzicht te krijgen of het geven van feedback op een financiële kennistoets aan consumenten die hun financiële kennis overschatten («zelfoverschatters») stimuleert om een financieel adviseur te raadplegen.

#### *Bevindingen*

Uit het consumentenpanelonderzoek blijkt dat de mate van financiële geletterdheid niet veel invloed heeft op de beslissing om al dan niet financieel advies in te winnen. Of consumenten financieel advies inwinnen bij belangrijke financiële beslissingen hangt sterker samen met andere factoren. Met name de waarde die de consument hecht aan financieel advies, de angst voor financieel adviseurs en de mate waarin de consument onzekerheid ervaart bij het nemen van financiële beslissingen lijken een belangrijke rol te spelen in beslissingen van consumenten om al dan niet financieel advies in te winnen. De waarde van advies vinden consumenten in het algemeen opwegen tegen de kosten voor advies.

Verder blijkt uit het onderzoek dat indien consumenten die hun eigen financiële kennis overschatten feedback ontvangen op een financiële kennistoets, zij hun eigen financiële kennis minder snel als informatiebron gebruiken. Deze feedback leidt echter niet tot een hogere geneigdheid om financieel advies in te winnen.

#### *Reactie*

Ik hecht groot belang aan de financiële weerbaarheid van Nederlandse huishoudens, waarbij consumenten bovendien financieel redzaam kunnen zijn. Onderdeel daarvan is dat consumenten passende financiële keuzes kunnen maken. Wanneer consumenten zelf onvoldoende kennis hebben over financiële diensten of producten is het belangrijk dat zij zich kunnen wenden tot een financieel adviseur. Het onderzoek geeft inzicht in de factoren die bepalend zijn voor de vraag of consumenten financieel advies inwinnen. Consumenten met een lagere financiële geletterdheid zijn in het algemeen het meest gebaat bij financieel advies.

Daarom ben ik blij dat financiële geletterdheid in het consumentenpanel geen doorslaggevende factor blijkt te zijn om al dan niet financieel advies in te winnen. Daarnaast is het positief dat consumenten de waarde van advies in het algemeen vinden opwegen tegen de kosten voor advies. De

constatering dat verder vooral de angst voor financieel adviseurs een belangrijke drempel is om financieel advies in te winnen, vind ik opvallend. Om consumenten toch de weg naar de adviseur te laten vinden, is het belangrijk dat consumenten de waarde van advies begrijpen, geen angst ervaren om persoonlijke informatie te delen en vragen stellen wanneer zij iets niet snappen. Hier zie ik een rol voor de financiële sector en in het bijzonder de financieel adviseurs om deze drempel voor consumenten om advies in te winnen weg te nemen en te bewerkstelligen dat consumenten de weg naar de adviseur meer weten te vinden.

### **Onderzoek naar mogelijke gevolgen van een verruiming van het adviesbegrip in de Wft**

#### *Doel van het onderzoek*

Aanbevelingen tijdens de looptijd van een financieel product vallen niet onder de definitie van advies zoals opgenomen in de Wft. Met het uitbreiden van het adviesbegrip naar de beheerfase zouden deze «aanbevelingen» wel als advies in de zin van de Wft worden beschouwd, en dient de adviseur te voldoen aan de adviesregels in de Wft.

Dit onderzoek had als doel om inzicht te krijgen in mogelijke gevolgen van het uitbreiden van de definitie van advies in de Wft naar de beheerfase van een financieel product (de experimenten waren gericht op hypotheek). Daarbij gaat het om het effect op de financiële weerbaarheid van consumenten en de mogelijke (gedrags)effecten op aanbieders, financieel adviseurs en consumenten. In de context van het onderzoek zijn consumenten financieel weerbaar als zij verstandige financiële keuzes kunnen maken en daarbij professioneel financieel advies inwinnen als dat nodig is.

Centerdata heeft daarvoor een grondig online scenario-experiment opgezet en uitgevoerd, waarbij de zelf gerapporteerde voorkeuren van consumenten zijn onderzocht binnen hypothetische scenario's met betrekking tot een specifiek financieel product. Daarbij is nadrukkelijk gekeken naar het *verschil* in consumentengedrag tussen de verschillende scenario's. Er is dus niet gekeken naar het gedrag van consumenten bij daadwerkelijke financiële producten in de praktijk. Desalniettemin heb ik vertrouwen in de onderzoeksmethoden van Centerdata, en zie ik de uitkomsten van het onderzoek als sterke indicatoren van daadwerkelijk te verwachten consumentengedrag in de praktijk.

#### *Bevindingen*

In de huidige situatie geven aanbieders van hypotheek algemene en gepersonaliseerde informatie maar geen advies in de zin van de Wft. In het experiment is het gedrag van de consument getest in de huidige situatie versus drie mogelijke scenario's waarin het adviesbegrip in de zin van de Wft is uitgebreid naar de beheerfase van een financieel product. De scenario's hebben de onderzoekers opgesteld aan de hand van gesprekken met vertegenwoordigers van marktpartijen.

Indien het adviesbegrip in de Wft wordt verruimd naar de beheerfase van een financieel product, kan de werkwijze van aanbieders van hypotheek veranderen. Ten eerste kunnen aanbieders bijvoorbeeld algemene en gepersonaliseerde informatie geven en daarbij duidelijk aangeven dat het geen advies is. Ten tweede kunnen aanbieders ook terughoudender worden en geen persoonlijke informatie meer geven. Ten slotte kunnen aanbieders informatie geven en tegen betaling de klant adviseren. Indien

consumenten veel en complexe informatie kregen, leken consumenten eerder advies in te winnen. Consumenten waren het meest geneigd advies in te winnen wanneer, naast de zelfstandig adviseur (tussenpersoon), ook de aanbieder van het product (tegen betaling) advies gaf. Dit wordt volgens de onderzoekers verklaard door de mogelijk toegenomen beschikbaarheid van advies: consumenten die niet snel naar een zelfstandig adviseur zouden stappen, kunnen in dit geval bij de aanbieder terecht. Een reden kan zijn dat door de toegenomen beschikbaarheid van het advies het inwinnen van advies door consumenten wellicht ook meer als de norm wordt gezien.

Geen van de mogelijke veranderingen in de werkwijze van aanbieders leidde tot een significante verandering in de mate waarin consumenten advies inwinnen of verstandige keuzes maakten. De effecten van de veranderingen in de werkwijze van aanbieders waren niet afhankelijk van de mate van financiële geletterdheid van consumenten en ook niet van de hoogte van de advieskosten. Gemiddeld maakten hoger en lager financieel geletterden even vaak een verstandige keuze. Wel wonnen lager financieel geletterden vaker financieel advies in dan de hoger financieel geletterden. Als het advies duurder was, wonnen minder consumenten advies in en maakten minder consumenten een verstandige keuze. Lager financieel geletterden reageerden niet anders op hogere advieskosten dan hoger financieel geletterden.

### *Reactie*

Uit het online-experiment blijkt dat in de geschetste scenario's consumenten niet veel vaker advies inwinnen en geen verstandiger keuzes of onverstandigere keuzes maken dan in de huidige praktijk. Bovendien wordt geen verschil geconstateerd tussen hoger en lager financieel geletterden. De keuzes die consumenten in het experiment hebben gemaakt geven daarmee geen directe aanleiding om het adviesbegrip uit te breiden naar de beheerfase. Tegelijkertijd zijn er evenmin significante negatieve effecten op het te verwachten gedrag van consumenten als gevolg van een uitbreiding van het adviesbegrip.

De resultaten van dit onderzoek bieden waardevolle inzichten voor het overleg dat ik voer met verschillende belanghebbenden over een eventuele uitbreiding van het adviesbegrip in de Wft naar de beheerfase van financiële producten. Tijdens deze gesprekken staat de vraag centraal of consumenten voldoende beschermd worden en betere beslissingen nemen als persoonlijk advies in de beheerfase van een financieel product onder de bescherming van de Wft valt.

De komende periode blijf ik hierover in overleg en zal ik breed de voor- en nadelen in beeld brengen ten behoeve van besluitvorming door een volgend kabinet.

De Minister van Financiën,  
S.A.M. Kaag