



DE AOV EN HET ADVIES IN DE TOEKOMST

De wereld van de arbeidsongeschiktheidsverzekering voor zelfstandigen en dga's (AOV) staat de komende tijd drastische veranderingen te wachten. Dit komt door diverse factoren die van invloed zijn op de AOV-markt, zoals een AFM-rapport over de AOV, het aanstaande provisieverbod, de contractsduren die naar 12 maanden gaan en controles van de AFM op AOV-adviesdossiers. Waar gaat dit allemaal toe leiden?

De AOV is bedoeld voor zelfstandige ondernemers die aan de wettelijke regelingen niet voldoende hebben. Werknemers in Nederland vallen onder de verplichte werknemersverzekeringen (waaronder ZW en WIA); de ondernemers niet. Sinds een uitspraak in de jaren tachtig van de Centrale Raad van Beroep is de

AOV-markt nog sterker gegroeid. Vanaf dat moment behoort de dga, als werknemer van zijn bv, ook tot de doelgroep. En vanaf 2004 is de ondernemer – zelfstandige en dga – door het vervallen van de WAZ helemaal eigenrisicodragers geworden.

Ondanks dat ze veel (financieel) risico lopen, sluiten lang niet alle ondernemers een AOV. Daarom zijn er diverse productva-

rianten op de markt gekomen die tegen een lagere prijs, maar met een beperkte dekking, de AOV-verzekeringkandidaat proberen over te halen voor een AOV te kiezen. Verder kan het AOV-product op maat gemaakt worden, door veel producteigen kenmerken die allemaal gevolgen hebben voor dekking en prijs. Denk hierbij aan een beperkte eindleeftijd, een hogere eigenrisicotermijn, de hoogte »

van het verzekerd jaarbedrag, wel of geen geïndexeerde uitkering, een uitkeringsdrempel met enkel een uitkering bij een hogere mate van arbeidsongeschiktheid, et cetera.

Sinds de komst van de Wft is de AOV betiteld als een impactvol product. Dit omdat het wel of niet hebben van een adequate verzekeringsdekking grote financiële gevolgen kan hebben voor de ondernemer.

VOORBEELD

Een ondernemer van 40 jaar heeft een AOV, maar sluit deze over van maatschappij A naar B. Ten tijde van het oversluiten gaat het mis met zijn gezondheid. De oude polis is echter opgezegd en de nieuwe biedt geen dekking. De niet verzekerde inkomstenderving naar de toekomst bedraagt voor 25 jaar een bedrag van ongeveer 40.000 euro per jaar. In totaliteit komt dit op 1 miljoen euro schade. Dit kan het faillissement betekenen van de ondernemer.

De grote mate van verscheidenheid aan producten, maar ook de onderliggende situaties die bij de diverse ondernemers heel verschillend zijn, maakt dat de wetgever bepaald heeft dat het AOV-advies volgens het wettelijke adviestraject moet verlopen.

De beloning op de AOV bestaat (nog) uit provisie. Deze provisie is in de tijd van het verbod op retourprovisie door de verzekeraars bepaald op 20 procent. Eind jaren negentig van de vorige eeuw is de rekenrente verlaagd van 4 procent naar 3 procent. Dit had als gevolg dat over de uitstaande reserveringen minder 'gegarandeerd' rendement behaald werd; de premie moest omhoog. Deze verhoging is voor een deel milder gemaakt door een verlaging van de provisie naar standaard 17,5 procent. Ook is het verbod op retourprovisie vervallen en adviseurs mogen nu een deel van de provisie teruggeven aan de klant. Dit kan door gebruik te maken van een flexibel provisiepercentage binnen het productaanbod: van 0 procent tot 20 procent provisie. En toen kwam het jaar 2011...

RAPPORT AFM OVER DE AOV

In juni 2011 heeft de AFM een rapport uitgegeven over de AOV. Aanleiding hiervoor was een onderzoek naar mogelijke misstanden bij de AOV rond uitkeringen. Deze zijn niet gevonden, maar de AFM heeft voldoende aanleiding gezien om toch een kritisch rapport te schrijven over de AOV-markt in algemene zin. Hierin staan een paar stellingen die grote gevolgen kunnen hebben (zie kader). Overigens worden lang niet alle stellingen goed onderbouwd, maar blijkbaar komt de AFM daarmee weg.

Om het rapport heel kort samen te vatten: de AFM concludeert dat verzekeraars nog belangrijke stappen moeten zetten om het belang van de klant meer centraal te stellen. Lang niet alle productkenmerken worden voldoende duidelijk belicht. Sommige producten (beperkte AOV's) bieden onvoldoende dekking. Door een verkeerde productkeuze of een verkeerd advies kan een goede AOV resulteren in een verzekering die bij arbeidsongeschiktheid onvoldoende toegevoegde waarde biedt voor de klant. Er zijn AOV's op de markt die volgens de AFM niet voldoen aan de verwachtingen van consumenten. Er bestaat daardoor een aanzienlijk risico op voorzienbare teleurstellingen.

Om teleurstellingen achteraf te voorkomen concludeert de AFM dat de kwaliteit van de adviseur van groot belang is. En deze adviseur moet op grond van het wettelijke adviestraject het volgende opnemen in het AOV-adviestraject: een klant moet een product aanschaffen op basis van een gedegen analyse van zijn huidige financiële positie.

Gezien het bovenstaande zijn consumenten in grote mate afhankelijk van de vakbekwaamheid en ervaring van de adviseur. En daar schort het volgens de AFM ook aan. Verder concludeert de AFM dat de provisie die verzekeraars aan adviseurs betalen in veel gevallen niet passend (lees: te hoog) is.

Dit rapport kan de volgende consequenties hebben:

1. De verzekeraars moeten transparanter worden over hun product. Nog meer uitleg, waardoor de brochures dikke boekwerken zullen worden (die weer niet gelezen zullen worden).
2. De AOV-producten zijn ingewik-



.....
Is de ondernemer bereid de nota te betalen?

AFM-RAPPORT

De titel van het rapport luidt *Arbeidsongeschiktheidsverzekeringen. voor zelfstandigen*, met als ondertitel *AFM wijst verzekeraars op gebreken arbeidsongeschiktheidsverzekeringen*.

De producten en de wijze waarop de verzekeraars deze distribueren (samen de propositie geheten) moeten het belang van de klant centraal stellen. Een propositie stelt het belang van de klant centraal als deze kostenefficiënt, nuttig, veilig en begrijpelijk is. Daarbij stelt de AFM de volgende vragen:

- Kostenefficiënt: biedt de propositie waar voor haar geld?
- Nuttig: geeft de propositie invulling aan een gefundeerde behoefte van een doelgroep?
- Veilig: doet de propositie wat ze beoogt in allerlei omstandigheden en is de uitkomst dan acceptabel voor de doelgroep?
- Begrijpelijk: is de propositie niet onnodig ingewikkeld en kan de doelgroep de kwaliteit en passendheid goed beoordelen?

De AFM heeft onderzocht in hoeverre de proposities van de negen belangrijkste verzekeraars op de AOV-markt aan deze vier criteria voldoen. In totaal zijn 49 AOV's onderzocht. Deze 49 producten zijn goed voor 1,24 miljard euro premieomzet. Daarmee valt 73 procent van de Nederlandse AOV-markt binnen de scope van het onderzoek.

kelde producten die moeilijk onderling vergeleken kunnen worden. Er zijn te veel belangrijke details, die door de adviseur niet op waarde geschat kunnen worden. De AOV zal daarom op termijn wellicht simpeler worden.

3. De AFM stelt dat de beperkte AOV in heel veel gevallen geen passend advies is. Hierdoor durft de gemiddelde adviseur geen beperkte AOV's meer te adviseren, waardoor deze producten van de markt zullen verdwijnen.
4. Maar wat is wel een goed adviestraject en wat hoort wel thuis in een AOV-adviesdossier? De AFM wil komen tot een *leidraad* over het AOV-advies. De kans is ook groot dat de AFM regelmatig een AOV-adviesdossier op inhoud zal gaan controleren.
5. Er zullen door verzekeraars eisen gesteld gaan worden aan de vakbekwaamheid van de AOV-adviseurs. Niet iedere intermediair zal zomaar een AOV mogen adviseren, zonder eerst een uitvoerige opleiding rond product en advisering.
6. Er komt een discussie over de beloning rondom de AOV.

PROVISIEVERBOD PER 1 JANUARI 2013

Het is nog steeds niet officieel, maar velen gaan ervan uit dat de AOV onder het provisieverbod gaat vallen. Als dat het geval is, zal de beloning rond de AOV op een andere wijze geregeld moeten worden. Belangrijke vraag hierbij is of het verbod geldt voor alles na 1 januari 2013, of dat er nog een overgangperiode zal zijn, of dat lopende polissen bijvoorbeeld pas per contractsvervaldatum onder de nieuwe regeling vallen.

De beloning op de AOV zal een directe beloning worden, betaald door de ondernemer (zakelijk of als privépersoon) aan de adviseur. De huidige AOV-provisieomzet zal wegvallen. Zal uw organisatie in staat zijn om dit op te vangen? Dit leidt tot allerlei vragen:

1. Hoeveel door te belasten uren moeten er voor een gemiddeld AOV-adviestraject gerekend

worden? Dit moet niet worden vastgesteld op basis van de huidige werkwijze, maar met het AFM-rapport in het achterhoofd. Denk aan 'het maken van een gedegen financiële analyse', en dergelijke. Uit diverse onderzoeken blijkt dat de markt 6 tot 16 uur AOV-advieswerk voor nieuwe relaties in gedachten heeft. Daarnaast is er het jaarlijkse onderhoud als de AOV gesloten is. Wat zal dat onderhoud gaan betekenen?

2. Welk uurtarief gaat u rekenen? Gaat u net onder het tarief van uw collega-adviseur zitten? Wat bent u waard? Vindt de klant ook dat u dat waard bent? Of bij een benadering vanuit de kosten: welke (overhead-)kosten heeft u organisatie? Denk hierbij ook aan differentiatie: splits de werkzaamheden van de adviseur, de commerciële binnendienst en de administratieve ondersteuning. Veel adviseurs hebben momenteel geen idee hoeveel uren en kosten er in een AOV-advies gaan zitten.
3. Is de ondernemer bereid de nota te betalen? Stel, u sluit een AOV met een jaarpremie zonder provisie van 1.500 euro (met starterskorting). En u stuurt een aanvullende nota voor het advieswerk van 1.500 euro voor de 10 uur advieswerk. Is deze nota overigens fiscaal aftrekbaar? Voor de ondernemer als bedrijfskosten, maar als privépersoon voor de IB-aangifte? Minister De Jager heeft beloofd om met een aparte notitie te komen over dit onderwerp. Want ook de btw-problematiek komt om de hoek kijken.
4. Wat gaat u doen voor uw ondernemer? Kort gezegd houdt het provisieverbod in dat u zo min mogelijk doet (veel beloning voor weinig werk). Het declaratietijdperk houdt in dat u veel voor de ondernemer doet, want ieder uurtje is een factuur. Hoogstwaarschijnlijk zullen er veel meer dienstverleningscontracten, SLA's of opdrachtovereenkomsten worden opgesteld. De ondernemer weet daardoor wat u voor hem of haar gaat doen (bij nieuw te

sluiten AOV's, maar ook bij het onderhoud van de AOV), en u weet dat u uw nota betaald zult krijgen.

CONTRACTSDUUR NAAR 12 MAANDEN

Deze wijziging is inmiddels ingevoerd. Per 1 juli 2011 geldt ook voor inkomensverzekeringen een geïnformeerde verlenging. Het eerste contract kent een duur van maximaal 36 maanden, daarna (zonder aanvullende afspraken) een contractsduur van 12 maanden en maandelijkse opzegbaarheidsduur.

Er zijn dus momenteel al AOV's per direct opzegbaar en oversluitbaar. Want lang niet iedere AOV die vanaf 1 juli is geëxpireerd zal geïnformeerd verlengd zijn. Dit kan een verhoging van de omloopsnelheid van de AOV gaan opleveren. De meeste adviesuren worden gemaakt bij het nieuw sluiten van de AOV. De reeds lang lopende AOV's kunnen allemaal als nieuwe verzekering en met een gedegen (op uurbasis betaald) adviestraject worden overgesloten door een nieuwe adviseur. Deze adviseur zoekt naar lagere AOV-tarieven, aanwezige starterskortingen en oversluitclausules; de klant zal in veel gevallen minder premie gaan betalen. De specialistische adviseur kan zich hiermee gaan onderscheiden.

CONCLUSIE

Het jaar 2011 zal in de boeken komen als het jaar van de kentering van de AOV-markt. Het is duidelijk geworden dat op de oude voet doorgaan niet meer kan. De producten moeten beter worden qua 'klantbelang', de adviezen zullen grondiger moeten worden. Hiervoor moet er gewerkt worden aan een hogere mate van deskundigheid en ervaring rond het AOV-advies. En daar tussendoor lopen dan de beloningsdiscussie en de kortere contractsduren. Voor u een geschikte kans om u te onderscheiden. ●

J.A. Wielink

De auteur is directeur van Enkwest Opleiding & Advies te Apeldoorn en tevens lid van de redactieraad van *de Beursbengel*.

.....
De specialistische adviseur kan zich gaan onderscheiden