



JE ZOU KUNNEN DENKEN DAT WE, NU MONEYVIEW ALWEER 25 JAAR BESTAAT, ER WEL ZO'N BEETJE ZIJN ALS HET GAAT OM MARKTTRANSPARANTIE. NIETS IS MINDER WAAR. NOG STEEDS WORDT DE EINDAFNEMER VAN FINANCIËLE PRODUCTEN, ALSMEDE DE ADVISEUR, INFORMATIE ONTHOUDEN.

TEKST PEPIJN VAN KLEEF, DIRECTEUR MONEYVIEW

Mees actueel in dit kader is de regelgeving zoals vastgelegd in Mifid II. Deze is per 3 januari ingegaan en schrijft voor als het om beleggingsdiensten gaat: 'De beleggingsonderneming moet voorafgaand aan de dienstverlening de cliënt een totaaloverzicht van alle te verwachten kosten verstrekken' (bron: AFM).

Deze nieuwe, aangescherpte regelgeving vormde de aanleiding voor ons om eens een extra kritische blik te werpen op de kosten van beleggingsrekeningen en de onderliggende beleggingen. Wat blijkt: men maakt er in een aantal gevallen een potje van, vooral als het gaat om de beleggingsrekeningen op basis van 'Gedelegeerd Vermogensbeheer'.

Een wet die voorschrijft, dat er voorafgaand aan de dienstverlening een overzicht van alle kosten verstrekt moet worden? Pech gehad, dat overzicht krijg je niet. Wil je weten wat de onderliggende beleggingen zijn van jouw 'offensieve' of 'neutrale' profiel? Jammer dan, die informatie krijg je niet. Het bestaat dus gewoon nog steeds: aanbieders, met name de grootbanken, die weigeren informatie te verschaffen die toch echt cruciaal is.

De afgelopen decennia hebben wij meer dan een dagtaak gehad aan het werken aan ons streven: het trans-

Transparantie voorkomt rampen

parant maken van het productaanbod van banken en verzekeraars. Maar waarom eigenlijk? Waarom maken we ons zo druk over het ontbreken van wat kostenoverzichten en de verdeling van wat onderliggende beleggingen?

De belangrijkste reden waarom transparantie een noodzaak is, is dat we ooit met elkaar hebben bedacht, dat de financiële dienstverlening een markt van vraag en aanbod moet zijn. Over de wenselijkheid van het gegeven dat de financiële dienstverlening een markt is, kun je diep-filosofische discussies voeren, maar het is nu eenmaal een feit dat die markt er is. Een markt waarop meerdere aanbieders actief zijn en waar -in theorie- onder invloed van concurrentie de afnemers van de producten de beste kwaliteit voor de laagste prijs krijgen.

Maar een markt kan alleen functioneren als er binnen alle geledingen in die markt, dus producent, distributeur en afnemers, sprake is van een informatie-evenwicht. Binnen elk van de marktgeledingen worden voortdurend beslissingen genomen. De producenten moeten beslissen hoe ze producten vormgeven en prijzen, het distributiekanaal moet bepalen welke producten in het schap komen te liggen en de afnemer moet beslissen welk product er aangekocht gaat worden.

Voor het nemen van beslissingen geldt in het algemeen, dat de kans op een goede beslissing groter wordt

naarmate er voorafgaand aan die beslissing meer informatie beschikbaar is. Als nu aan één van de geledingen binnen de markt informatie onthouden wordt, kunnen er grote en kleine rampen ontstaan.

De woekerpolisaffaire, een ramp van fenomenale omvang, is uit niets anders ontstaan dan een informatie disbalans: de afnemers van de producten is cruciale informatie onthouden, waardoor ze aankoopbeslissingen namen die ze, als ze wél over die informatie beschikten, niet genomen zouden hebben.

‘Het bestaat nog,
aanbieders die
weigeren informatie te
verschaffen’

Dát is de reden waarom MoneyView zich zo druk maakt over transparantie. Dát is de reden waarom wij het ontbreken van die kostenoverzichten zo hoog opnemen. Transparantie is geen modegril en geen politiek correct schaamlapje, transparantie is een randvoorwaarde voor het goed functioneren van markten. Transparantie voorkomt rampen! ■