

190. Het Product Approval and Review Process in de volmachtpraktijk

M.M. VERBERK MSC BBA

Sinds 1 januari 2013 gelden voor verzekeraars, gevolmachtigd agenten en bemiddelaars ingevolge artikel 32 lid 1 BGfo bepaalde verplichtingen met betrekking tot productontwikkeling.¹

Kort gezegd komen betreffende verplichtingen erop neer, dat de genoemde financiële dienstverleners over adequate procedures en maatregelen moeten beschikken, indien zij financiële producten – in casu verzekeringsproducten – aanbieden of samenstellen en in de markt verkrijgbaar stellen. Deze procedures en maatregelen moeten waarborgen dat bij de ontwikkeling van een verzekeringsproduct op evenwichtige wijze rekening wordt gehouden met de belangen van klanten en, indien van toepassing, begunstigen. Verzekeringen moeten aantoonbaar het resultaat zijn van deze belangenafweging.

Eisen met betrekking tot procedures en maatregelen

Arikel 32 lid 2 BGfo bepaalt dat de in het eerste lid verplicht gestelde procedures en maatregelen moeten worden vastgelegd. Bovendien bevat dit tweede lid een opsomming van concrete eisen, die in ieder geval aan deze procedures en maatregelen worden gesteld. De procedures en maatregelen moeten waarborgen dat:

- de doelgroep van het verzekeringsproduct is afgebakend, waarbij is geanalyseerd en omschreven wat de beoogde doelstelling van de doelgroep is;
- analyses worden uitgevoerd waarin de werking van het verzekeringsproduct als geheel en de afzonderlijke onderdelen daarvan in verschillende scenario's wordt vastgesteld en waaruit blijkt dat de verzekering, gelet

op de aard ervan, geen afbreuk doet aan de hiervoor onder a. genoemde doelstelling:

- de productinformatie en, voor zover redelijkerwijs mag worden verwacht, de distributie van het verzekeringsproduct is afgestemd op de hiervoor onder a. bedoelde doelgroep; en
- regelmatig een controle en, indien nodig, een gepaste bijstelling van de procedures en maatregelen plaatsvindt.

Op door hen te bepalen tijdstippen of als daartoe aanleiding is, moeten verzekeraars, gevolmachtigd agenten en bemiddelaars de door hen vastgelegde procedures en maatregelen toepassen op de door hen aangeboden of samengestelde en in de markt verkrijgbaar gestelde verzekeringsproducten (art. 32 lid 3 BGfo). Blijkt een verzekeringsproduct afbreuk te doen aan de belangen van de klant of begunstigde voor wie dat product is ontwikkeld, dan moet het product zo snel mogelijk worden aangepast of uit de markt worden gehaald (art. 32 lid 4 BGfo). Van de in artikel 32 lid 5 BGfo geboden mogelijkheid om bij ministeriële regeling nadere regels te stellen met betrekking tot het bepaalde in het eerste lid is nog geen gebruik gemaakt.

Richtlijn Verzekeringsdistributie

Voor zover het verzekeraars betreft vloeien de ingevolge artikel 32 BGfo op hen rustende verplichtingen met betrekking tot productontwikkeling niet voort uit Europese regelgeving. Dat is evenmin het geval voor gevolmachtigd agenten en bemiddelaars. De Richtlijn Verzekeringsdistributie², die uiterlijk op 23 februari 2018 moet zijn geïm-

¹ Zie voor een uiteenzetting van de aanleiding tot en het oogmerk van deze bepaling: E.V.G. Bot, 'Het productgoedkeuringsproces en het productbeoordelingsproces en het centraal stellen van het klantbelang', in: E.M. Dieben & F.M.A. 't Hart (red.), *Klantbelang centraal*, Amsterdam: NIBE-SVV 2012, p. 73-76; F.M.A. 't Hart, 'PARP voor schadeverzekeraars', *Onderneming en Financiering*, 2015 (23) 4, p. 62-66; en H.W. Vizée, 'Toepassing van art. 32 BGfo in de schadeverzekeringspraktijk. Over de normering van het productontwikkelingsproces bij schadeverzekeraars', *VA* 2016 afl. 1, p. 6-9.

² Richtlijn 2016/97/EU van het Europees Parlement en de Raad betreffende verzekeringsdistributie en tot intrekking van Richtlijn 2002/92/EG (herschikking), *PbEU* 2016, L26/19.

plementeerd in onze wetgeving, brengt daarin verandering. Artikel 25 van de Richtlijn Verzekeringsdistributie bepaalt dat “Verzekeringsondernemingen, alsmede tussenpersonen die verzekeringsproducten ontwikkelen voor verkoop aan klanten, zorgen voor handhaving, toepassing en toetsing van een procedure voor de goedkeuring van elk verze-

Richtlijnen verzekeringsdistributie en standaardproducten.

keringsproduct, of van significante aanpassingen van bestaande verzekeringsproducten, vóór het in de handel wordt gebracht of onder klanten wordt gedistribueerd.”³ Anders dan de thans geldende BGfo-bepaling geldt artikel 25 van Richtlijn Verzekeringsdistributie niet voor de in artikel 1:1 Wft gedefinieerde grote risico’s. Aangezien de richtlijn bescherming van consumenten als oogmerk heeft, is dit een logische beperking. Immers, consumenten hebben bij deze grote risico’s geen belang: het zijn naar hun aard door bedrijven en, in een enkel geval, door beroepsbeoefenaren te verzekeren risico’s.

Waar het BGfo-regime niet voorziet in de mogelijkheid tot differentiëren, biedt de richtlijn die mogelijkheid wel: het productgoedkeuringsproces moet in verhouding staan tot en passen bij de aard van het verzekeringsproduct.

Verzekeraars alsmede gevolmachtigd agenten, die verzekeringsproducten ontwikkelen, moeten aan distributeurs niet alleen alle adequate informatie over het verzekeringsproduct verstrekken maar ook alle adequate informatie over het productgoedkeuringsproces. Zij moeten distributeurs ook adequaat informeren over de voor het verzekeringsproduct bepaalde doelgroep. Artikel 25 van Richtlijn Verzekeringsdistributie legt ook distributeurs een verplichting op: als zij adviseren over verzekeringsproducten die zij niet zelf ontwikkelen of dergelijke producten aanbieden, moeten zij beschikken over adequate regelingen om de hiervoor bedoelde informatie te verkrijgen en de kenmerken en de beoogde doelgroep van elk verzekeringsproduct te begrijpen.

Standaardproducten⁴

Recentelijk maakte minister Dijsselbloem bekend dat hij bezig is met een onderzoek naar het effect van standaardproducten op keuzegedrag van consumenten. Standaardproducten kunnen volgens hem een positief effect hebben op keuzes door consumenten, onder meer doordat zij hierdoor mogelijk beter passende keuzes maken. In het onderzoek wordt empirisch getoetst of consumenten, te midden van vele financiële producten, eerder zullen kiezen voor een standaardproduct. Als hieruit blijkt dat consumentengedrag inderdaad beïnvloed wordt door een standaardproduct, zal de minister vervolgens onderzoeken hoe

aanbieders zullen reageren op de introductie van een standaardproduct.

Wat dit laatste betreft is het standpunt van het Verbond van Verzekeraars duidelijk: verzekeraars zien standaardisatie niet zitten, omdat klanten daar niet op zitten te wachten. Die willen duidelijkheid over de dekking: zij willen weten wat wél en wat niet is gedekt. Ook de AFM ziet geen meerwaarde in standaardproducten. De regelgeving met betrekking tot productontwikkeling en de uitkomsten van het toezicht daarop vormen volgens deze toezichthouder geen rechtvaardiging voor het introduceren van standaardproducten.

De Autoriteit Consument & Markt (ACM) onderzocht de potentie van standaardproducten vanuit de theoretische kaders in het mededingingstoezicht. Zij acht het niet aannemelijk dat standaardproducten de marktwerking zullen verbeteren. Er schuilt eerder een risico in, namelijk dat aanbieders vanwege de potentieel kleine marge op een standaardproduct onafhankelijk van elkaar strategisch gedrag zullen vertonen om de afzet van het standaardproduct te minimaliseren.

Het door de AFM gehanteerde toetskader

De AFM heeft twee toetskaders opgesteld, een voor processen (productreviews) en een voor producten (productontwikkeling).

Toetskader voor processen

Het toetskader voor processen bestaat uit de volgende zes onderwerpen:

- Duidelijk belegde verantwoordelijkheden
- Stimuleren van zelfkritisch vermogen
- Goed afgebakende doelgroepbepaling
- Uitgebreide scenarioanalyses en productvergelijking
- Goede aansluiting op relevante andere processen in de keten van het product
- Zorgen voor een tijdige evaluatie van producten

Toetskader voor producten

Voor het toetsen van producten hanteert de AFM de KNVB-normen (KNVB staat voor ‘klantbelang centraal’) die zij in haar in juni 2011 uitgebracht rapport ‘Arbeidsongeschiktheidverzekeringen voor zelfstandigen’ heeft gepubliceerd. Deze houden in, dat moet worden vastgesteld of het product vanuit het perspectief van de klant kostenefficiënt, nuttig, veilig en begrijpelijk is. Dit kan worden vastgesteld aan de hand van vier vragen. Deze vragen zijn, aldus de AFM, niet wederzijds uitsluitend en gezamenlijk uitputtend. Zo kan een kenmerk van het product zowel tot een bevinding over de kostenefficiëntie van het product als tot een bevinding over de veiligheid van het product leiden. De antwoorden op deze vragen vormen een benadering van het totaalbeeld. De betreffende vragen luiden:

- Biedt het product waar voor zijn geld?
- Geeft het product invulling aan een gefundeerde behoefte van de doelgroep?
- Doet het product wat het beoogt in allerlei omstandighe-

3 De vraag is of deze richtlijn tevens ziet op gevolmachtigd agenten. Deze zijn immers geen verzekeraar en het Protocol Volmacht verbiedt hen (tevens) werkzaam te zijn als verzekeringstussenpersoon.

4 Zie ook: Vizée, a.w., p. 9-10.

- den en is de uitkomst dan acceptabel voor de doelgroep?
- Is het product niet onnodig ingewikkeld en kan de klant de kwaliteit en passendheid ervan goed beoordelen?

De praktijk

De verplichting tot het Product Approval and Review Process (PARP) van schadeverzekeringen vloeit dus voort uit de in 2013 van kracht geworden BGfo-bepaling. PARP valt uiteen in een productontwikkelingsproces voor de introductie van een nieuw product en een Product Review Proces, waarin bestaande producten regelmatig worden herbeoordeeld aan de hand van de KNVB-normen.

Deze verplichting kan concreter worden gemaakt aan de hand van de wijze waarop verzekeraars, gevolmachtigd agenten en bemiddelaars invulling geven aan het productontwikkelingsproces. Verzekeraars hebben deze verplichting opgepakt voor hun eigen producten, maar lang is onduidelijk gebleven hoe deze verplichting naar de volmachtmarkt vertaald moest worden.

Hierbij doet zich de vraag voor in welke gevallen gevolmachtigd agenten en bemiddelaars als productontwikkelaar of -samensteller moeten worden aangemerkt en in welke gevallen de verzekeraar.

Volmacht en PARP

Wie toetst de producten, die in volmacht worden gesloten en waaraan moet deze toetsing voldoen? De toetsverplichting rust volgens de AFM op de hoofdontwikkelaar van een product. De hoofdontwikkelaar is de verantwoordelijke partij. De normering voor het productontwikkelingsproces verplaatst zich van de verzekeraar naar de gevolmachtigd agent voor wat betreft de productontwikkeling en toetsing van door een gevolmachtigd agent zelf ontwikkelde producten. Er zijn in dit geval minimaal drie variaties mogelijk, te weten:

Volmacht met 100% product van verzekeraar

Producten die ontwikkeld zijn op basis van (standaard) voorwaarden van de verzekeraar. Hierbij wordt het acceptatiebeleid en de inrichting van het product door de gevolmachtigd agent een op een overgenomen van de verzekeraar. Kleine wijzigingen door middel van clausules vallen ook nog onder deze variant. In dit geval is de verzekeraar verantwoordelijk voor het productontwikkelingsproces.

Volmacht met 100% product zelf ontwikkeld

Producten, die ontwikkeld zijn door de gevolmachtigd agent en waarvoor deze eigen voorwaarden heeft ontwikkeld. In dit geval is de gevolmachtigd agent verantwoordelijk voor het productontwikkelingsproces. De gevolmachtigd agent zal het productontwikkelingsproces zelf uitvoeren en deze met zijn bevindingen terugkoppelen aan de verzekeraar.

Volmacht met poolproduct (dus met meerdere risicodragers)

Dit betekent dat producten zijn ontwikkeld op basis van (standaard)voorwaarden van een in de pool deelnemende volmachtgever of op basis van zelf ontwikkelde voorwaarden. In dit geval is de betreffende volmachtgever eerste aanspreekpunt en verantwoordelijk voor het productontwikkelingsproces.

Toetskader voor producten, waaraan moeten de producten voldoen volgens de AFM.

Daarnaast wordt er bij het productreviewproces onderscheid gemaakt in selling en non-selling producten:

Selling producten

Selling producten zijn producten die actief zijn en worden verkocht aan nieuwe en bestaande klanten. Deze producten worden middels PARP (review) getoetst.

Non-Selling producten

Non-Selling producten zijn producten die actief zijn voor bestaande klanten, maar niet actief door nieuwe klanten kunnen worden afgesloten. Deze producten dienen ook te worden getoetst door middel van PARP. Echter, als deze producten op korte termijn worden beëindigd binnen het productenpalet van de gevolmachtigd agent, kan worden volstaan met een uitfaseringsdocument, waarin beschreven wordt hoe de lopende polissen worden overgesloten naar een nieuw doelproduct en het tempo waarin dit zal gaan plaatsvinden. Dit uitfaseringsdocument wordt onderdeel van de PARP van het doelproduct.

Het toetsingskader van een goed productontwikkelingsproces volgens de AFM

De gevolmachtigd agent beschikt, of zou moeten beschikken over wat de AFM een goed productontwikkelings- en reviewproces noemt⁵. Dit toetsingskader van de AFM bestaat uit zes onderwerpen, aan de hand waarvan een gevolmachtigd agent zichzelf de volgende vragen kan stellen:

1 Duidelijk belegde verantwoordelijkheden

Zijn de verantwoordelijkheden binnen de processen van productontwikkeling (ontwikkeling van producten, goedkeuring van producten en evaluatie van producten) duidelijk en op voldoende hoog niveau in de organisatie belegd?

Denk hierbij aan: directieleden die zich bewust zijn van de producten die in volmacht worden beheerd. Maar ook de verantwoording voor PARP binnen een functieprofiel van bijvoorbeeld de feitelijk leidinggevende van het volmachtbedrijf. De gevolmachtigd agent dient een proces te hebben waarbij deze verantwoordelijkheden duidelijk zijn belegd.

5 AFM noemt dit toetsingskader op haar website: www.afm.nl.

Ook is het belangrijk om een vaste plek te creëren waarbij alle PARP-gerelateerde zaken worden opgeslagen.

2 Stimuleren van zelfkritisch vermogen

Stimuleren en borgen de processen dat de financiële onderneming met een open blik en voldoende kritisch naar haar eigen producten kijkt. Het gebruiken van multidisciplinaire discussiesessies, open vragen en een duidelijk eigen normenkader kan hierbij helpen.

3 Goed afgebakende doelgroepbepaling

Zorgen de processen ervoor dat de doelgroep van producten goed is afgebakend en is gerelateerd aan de fundamentele behoefte waarin het product voorziet? Bij de doelgroepafbakening hoort ook een beschrijving van de groep waarvoor het product ongeschikt is.

In de praktijk moet deze doelgroep ook passen binnen het normen- en waardenkader⁶ dat de gevolmachtigd agent hanteert.

4 Uitgebreide scenarioanalyses en productvergelijking

Borgen de processen dat de relevante scenario's voor het product (met al zijn kenmerken) goed worden geanalyseerd en dat het product en de uitkomsten van uitgevoerde (scenario)analyses worden vergeleken met andere productoplossingen die in een soortgelijke behoefte voorzien?

Aangezien een gevolmachtigd agent doorgaans geen actuaaris in dienst heeft, zijn de tarieven veelal bepaald aan de hand van berekeningen van de verzekeraar. De resultaten hiervan kunnen middels de Combined Ratio verdiende premie (CRvp) oftewel de verdiende provisie plus verdiende tekencommissie plus betaalde schaden plus schadereserves gedeeld door de verdiende premie worden getoetst door de gevolmachtigd agent en door verzekeraar.

KNVB-Criteria voor de gevolmachtigd agent met eigen ontwikkelde producten.

Daarnaast kan de gevolmachtigd agent bij schadeproducten (vaak simple risk producten) in het productdossier middels voorbeelden uit de praktijk ook kenbaar maken, waar de risico's kunnen liggen.

5 Goede aansluiting op relevante andere processen in de keten van het product

Op andere relevante processen in de keten van het product moet goed aan worden gesloten. Denk hierbij onder andere aan: informatieverstrekking aan adviseurs en klanten, aanvraagprocedures en klachtenprocedures. De distributiestra-

tegie is een belangrijke schakel tussen de productontwikkelingsprocessen en de overige processen in de keten van de financiële onderneming. Deze dient daarom expliciet meegewogen te worden tijdens de productontwikkelingsprocessen.

6 Zorgen voor een tijdige evaluatie van producten

Zorgen voor een tijdige evaluatie van producten kan risico-georiënteerd, bijvoorbeeld door een inschatting te maken van de benodigde frequentie van evaluatie in combinatie met het bepalen van aanleidingen voor een eerdere evaluatie. Bepaalde ontwikkelingen die sterk doorwerken op de werking van het product kunnen zo een aanleiding vormen. Producten die substantieel worden aangepast kunnen ook een aanleiding voor een evaluatie vormen. Een van de uitkomsten van een dergelijke evaluatie kan zijn dat de financiële onderneming de doelstelling van het product en de doelgroep voor het product opnieuw vaststelt.

PARP-document

In de praktijk is het de bedoeling dat de gevolmachtigd agent per product een PARP-document maakt. In dit document staan onder andere de vier KNVB-criteria (kostenefficiënt, nut, veiligheid en begrijpelijkheid) voor de gevolmachtigd agent met zelf ontwikkelde producten. De criteria worden hierna specifiek ingevuld voor de producten die een gevolmachtigd agent zelf ontwikkelt. Het is van belang de daarbij geformuleerde vragen te beantwoorden vanuit het perspectief van de klant en met het normenkader van de gevolmachtigd agent in gedachte.

Kostenefficiënt

- Staat de premie in verhouding tot de geboden dekkingen c.q. een redelijke kans op een uitkering in relatie tot soortgelijke producten?
- Is de prijs van een product uitlegbaar?
- Onderscheid in dekking. Onderscheidt de dekking zich van andere soortgelijke dekkingen?
- Onderscheid in service. Krijgt men er een shadeservice bij of andere componenten, waar geen premie voor wordt betaald, maar wat wel extra dekking is?
- Worden kosten bij de klant in rekening gebracht? Zie de prolongatiekosten, incassokosten, royementskosten etc. Is dit redelijk?

Nuttig

- Is er sprake van een nuttig product?
- Zijn alle aangeboden dekkingen nodig?
- Worden extra dekkingen optioneel aangeboden?
- Zijn er dekkingen die in andere producten binnen het pakket voorkomen en/of zijn verzekerde objecten op meerdere verzekeringen gedekt?
- Is duidelijk voor de klant of er risico's zijn die niet worden afgedekt door het product?
- Zijn alle USP's van het product duidelijk kenbaar?
- Is duidelijk voor welke doelgroep dit product is?
- Is duidelijk in welke kanaal dit product wordt aangeboden?

⁶ Iedere onderneming in de financiële dienstverlening moet voldoen aan een normen- en waardenkader, waarbij er kernwaarden voor de specifieke onderneming worden beschreven. Deze kernwaarden moeten terugkomen in de keuzes die worden gemaakt bij het maken of gebruiken van producten.

den (bijv. via internet)?

Veilig

- Doet het product wat het beoogt in allerlei omstandigheden?
- Is de uitkomst acceptabel voor de doelgroep?
- Met welke verzekeraars wordt zaken gedaan?
- Zijn dit gerenommeerde verzekeraars?
- Zijn er meer partners bij het product betrokken?
- Is de privacy van de klanten gewaarborgd?
- Zijn de belangen van de klanten goed geborgd, vindt er bijvoorbeeld leeftijdsdiscriminatie plaats?
- Voldoet het product aan de wet- en regelgeving en wordt bij dit product voldaan aan de eisen van de zelfregulering (brancheafspraken)?
- Zijn er prikkels, bijvoorbeeld hoogte of systematiek van de beloning, die tegen het belang van de klant in kunnen gaan?
- Wordt de klant in de voorwaarden of in het schadebehandelingsproces gewezen op de mogelijkheid om een klacht in te dienen, om een contra-expert in te schakelen of op de mogelijkheid om een schade voor eigen rekening te nemen?
- Bestaat er een klachtenafhandelingsproces, en zo ja hoe is dit geregeld?
- Zijn er belemmeringen bij het oversluiten of opzeggen van het product en zijn deze belemmeringen objectief uitlegbaar aan de klant? Deze belemmeringen kunnen ook zijn gelegen in het proces (bijvoorbeeld onnodige administratieve obstakels). Kan de klant eenvoudig opzeggen?
- Hoe wordt omgegaan met een verbetering of verslechtering voor de klant in premie en/of voorwaarden (is er bijvoorbeeld sprake van de opname van een best off clause en worden wijzigingen in voorwaarden aan klanten uitgelegd)?

Begrijpelijk

- Kan de doelgroep de werking van het product goed beoordelen?
- Zijn de aangeboden producten goed te begrijpen? Begrijpen klant (en adviseur) aantoonbaar de premie en de dekking(en) die daartegenover staan? Hoe is dit geborgd? Zijn er bijvoorbeeld klantpanels/gebruikerstesten ingezet?
- Hoe is geregeld dat de provisie transparant gemaakt wordt wanneer de klant daarom vraagt.
- Zijn de voorwaarden in begrijpelijke taal geschreven?
- Zijn de brochureteksten/webteksten duidelijk?
- Zijn de standaardbrieven duidelijk?
- Worden er tijdens het afsluitproces vragen gesteld die niet noodzakelijk zijn voor het accepteren van een verzekering?
- Worden eenvoudige en heldere acceptatieregels gehanteerd en is de informatieverstrekking getoetst door compliance/ legal?
- Hoe is geborgd dat alle relevante informatie met betrekking tot het afsluit-, wijzigings- en schadebehandelingsproces

lingsproces tijdig wordt verstrekt aan de klant? (denk daarbij aan productinformatie/polisvoorwaarden).

Door middel van het stellen van (bovenstaande) vragen

Aanbevelingen voor de praktijk. Wat speelt er nu met betrekking tot PARP bij volmachten?

ontstaan er bevindingen behorende bij het product, die opgelost moeten worden. Belangrijkste bij het opstellen van een productdossier is dus een adequate bevindingenlijst en een bewijs van opvolging van het oplossen van bevindingen.

Naast een invulling van de KNVB-criteria moet het productdossier de volgende informatie bevatten:

- Voorwaarden
- Tarieven
- Acceptatiecriteria
- Polisblad
- Clausules
- Wijzigingslogboek
- Offerte
- Aanvraagformulier
- Communicatie (standaardbrieven, brochures, informatie op website)
- Uitdraai van het rendement

Na het maken van een PARP-document kunnen er gezamenlijke sessies worden gehouden waarbij alle afdelingen binnen een volmachtbedrijf betrokken zijn en de tot dan gemaakte bevindingen worden besproken. Iedereen kan dan ook zijn of haar extra bevindingen, met betrekking tot een product kenbaar maken, voor zover deze nog niet op basis van de KNVB-criteria naar voren zijn gekomen. Tenslotte wordt het PARP-document geaccordeerd door bijvoorbeeld een Stuurgroep PARP en vervolgens door de directie ondertekend. Intern is het PARP-document dan goedgekeurd en eventueel beschikbaar om met verzekeraars te delen.

KNVB-criteria voor een product van 100% verzekeraar

Bij een 100% product van een verzekeraar zal de gevolmachtigd agent het product aan zijn eigen normenkader moeten toetsen om vast te stellen of deze 100% producten passen binnen zijn beleid.

Productontwikkelingsproces

Los van het soort product in de portefeuille en de hantering van de KNVB-normen dient de gevolmachtigd agent altijd te beschikken over een goed werkend productontwikkelingsproces. In het productontwikkelingsproces wordt omschreven hoe vaak hij bepaalde producten gaat toetsen en op welke basis. De bedoeling is dat dit periodiek gebeurt, afhankelijk van het volume en belang van het product. Veel risico betekent vaak toetsen. Met weinig risico zou maximaal driejaarlijks toetsen kunnen volstaan.

Aanbevelingen voor de praktijk

Na drie jaar PARP-ervaring is het nog steeds niet gelukt om te komen tot een eenduidige werkwijze voor gevolmachtigd agenten. De pogingen het Verbond van Verzekeraars en de Nederlandse Vereniging van Gevolmachtigde Assurantiebedrijven (NVGGA) daartoe hebben gedaan stuiten in de praktijk op bezwaar. Verzekeraars blijven veelal hun eigen werkwijze hanteren. Waar het de bedoeling is dat een verzekeraar bij een 100% verzekeraarsproduct zijn PARP-dossier ter beschikking stelt van de betreffende gevolmachtigd agent, zijn verzekeraars huiverig om daar uitvoering aan te geven. Het gevolg daarvan is dat gevolmachtigd agenten niet goed in staat zijn om vast te stellen dat het door hen gevoerde product en de daarvoor bepaalde doelgroep in overeenstemming zijn met hetgeen verzekeraar voor ogen staat. Dit leidt ertoe dat een verzekeraar voor de producten die hij afzet via het intermediaire kanaal een adequaat PARP-proces heeft ingericht, maar tegelijkertijd in onvoldoende mate bijdraagt aan een adequaat PARP-proces in zijn volmachtkanaal.

Het gevolg daarvan is dat gevolmachtigd agenten een eigen invulling geven aan het PARP-proces, waardoor er significante verschillen kunnen én zullen optreden in de toetsing van producten en de inrichting van het productontwikkelingsproces, enerzijds tussen de ene gevolmachtigd agent en de andere, anderzijds tussen gevolmachtigd agenten en verzekeraars.

Een belangrijke aanbeveling voor de praktijk is derhalve om te komen tot heldere PARP-afspraken en nóg belangrijker is dat deze afspraken worden nagekomen, zowel door verzekeraars als gevolmachtigd agenten.

Over de auteur

Mw. Minke M. Verberk MSc BBA Directeur van De Verzekeringsanalyse BV en oprichter en initiator van EasyPARP.nl.