



Leidraad actieve provisie transparantie schadeverzekeringen

Op 1 juli 2024 wordt actieve provisie transparantie op schadeverzekeringen ingevoerd door de wetgever.

Als verzekeringkantoor ben je vanaf die datum verplicht om inzicht te geven in de provisie die je ontvangt op schadeverzekeringen, uitgedrukt in euro's en voorafgaand aan de totstandkoming van een verzekering. Hierbij heb je de keuze om met de exacte provisie te werken, of, als die nog niet bekend is, met een fijnmazig gemiddelde.

CFD adviseert om niet te werken met een fijnmazig gemiddelde. Er kleven teveel risico's en onduidelijkheden aan, is enorm tijdrovend voor je en potentieel zeer verwarrend voor je klant/prospect.

Deze wetswijziging ziet alleen toe op verzekeringen die je adviseert aan, en/of bemiddelt voor consumenten. Voor bedrijfsklanten is de wetgeving niet veranderd. Daar blijft de zogenaamde passieve provisie transparantie van kracht. De provisie wordt op verzoek van de klant inzichtelijk gemaakt.

Kies je voor exacte provisie, dan geven we je graag onderstaande richtlijnen mee om deze wettelijke verplichting zo in te vullen, dat je voldoet aan de vereisten en tegelijk ook extra bescherming en kansen voor je bedrijf én je klant realiseert.

1. **Schriftelijke offerte.**

Zorg ervoor dat elke verzekering op of na 1 juli 2024 middels een schriftelijke offerte tot stand komt. De meeste verzekeraars bieden deze optie al aan in hun backoffice.

2. **Provisie in offerte opnemen.**

Als de offerteprogrammatuur van de verzekeraar niet automatisch de provisie in de offerte opneemt, voeg je die apart toe. Omdat je bij het uitbrengen van de offerte alle details kent, kun je ook de exacte provisie in euro's aangeven. Benadruk dat die kosten al in de premie zijn verwerkt en de verzekeraar jouw kantoor die kosten betaalt om verzekeren de best mogelijke onafhankelijke bescherming en service te bieden.

3. **Toelichten dienstverlening.**

Voeg standaard een duidelijke omschrijving van je dienstverlening toe in de offerte. Leg daarbij de nadruk op hoe je klant tijd bespaart met jouw dienstverlening, dat je als onafhankelijk kantoor vergelijkingen maakt tussen veel aanbieders waar je vrij uit kunt kiezen en ook kijkt naar verschillen in polisvoorwaarden (deep search) en dubbele dekkingen met andere verzekeringen controleert. Benadruk je expertise bij het ondersteunen bij een schade en dat je kantoor dekkingen en premies in de markt continu scant voor klanten.

Geef nadrukkelijk aan dat dit volledige dienstenpakket **alleen** via onafhankelijke kantoren beschikbaar is.



4. **Pakketkortingen.**

Geef in alle offertes aan, dat als een klant meerdere verzekeringen bij je kantoor onderbrengt, er vaak via pakketkortingen flink op de premies kan worden bespaard.

5. **Gratis diensten bij Calamiteiten.**

Via [CFD Benefits](#) kun je voor je klanten direct gratis experts inzetten bij letselschade, contra-expertise en tijdelijke woonruimte na een grote schade. Dit kan de klant vele duizenden euro's schelen. Neem ook deze dienst standaard op in je offerte.

6. **Vrijblijvende offerte.**

Breng je offerte uit als een **vrijblijvende** offerte. Dit geeft je meer rechtsbescherming als er bijvoorbeeld rekenfouten zijn gemaakt of het uiteindelijke aanbod toch nog afwijkt van de offerte. Het biedt ook de klant de mogelijkheid om nog van de offerte af te zien.

7. **Bevestiging klant.**

Voordat je de adviesfase afsluit, of start met de bemiddeling, vraag je in de offerte aan de klant of er nog vragen zijn en bij akkoord de offerte te bevestigen. Het beste kun je dat schriftelijk (handtekening op de offerte) of digitaal (e-mail bevestiging) doen en dit aan het dossier toevoegen.

8. **Loyaliteitskortingen.**

Overweeg om je klanten te binden met extra voordelen. Bijvoorbeeld het schrappen van de provisie op de WA-verzekering bij x-aantal polissen. Of het sparen (op basis van aantal jaren dat klant bij je is) voor het gratis doorlichten van het verzekeringspakket. Neem ook dit aanbod dan standaard mee in je offerte.

CFD zal voor haar leden de verdere ontwikkelingen en gevolgen van deze wet nauwlettend volgen, vooral wat de effecten zijn op het toch al ongelijke speelveld tussen direct writers en onafhankelijke verzekeringskantoren.

Loop je zelf tegen dit soort zaken aan, meld ze dan s.v.p. bij ons.

We wensen alle collega's veel succes met het invoeren van deze wet. Heb je vragen of opmerkingen, laat het ons dan s.v.p. weten via info@commissiecfid.nl.

**“Houd altijd het oude gezegde over de detailhandel in je achterhoofd:
Klanten onthouden de service veel langer dan de prijs.”**

-Lauren Freedman, schrijfster en veteraan in de detailhandel