



Productontwikkeling

Sinds 1 januari 2013 gelden er wettelijke eisen ten aanzien van de kwaliteit van productontwikkelingsprocessen van financiële ondernemingen en de daaruit voortvloeiende producten. De productontwikkelingsprocessen dienen er toe te leiden dat producten op evenwichtige wijze rekening houden met de belangen van de klant.

Het onderwerp productontwikkeling is al meerdere jaren actueel. Banken en verzekeraars hebben de verplichting tot het hebben van een adequaat productontwikkelingsproces opgenomen in de Code Banken en de Governance Principes Verzekeraars. Het merendeel van de financiële ondernemingen is al een aantal jaren intensief aan de slag met het vernieuwen van hun productontwikkelingsprocessen en het evalueren van hun financiële producten. Ook de AFM is sinds een aantal jaren met dit onderwerp bezig en in constructief overleg met aanbieders over hun werkzaamheden op dit gebied.

Kwaliteit van financiële producten en productontwikkelingsprocessen

In 2013 richten wij ons toezicht op dit onderwerp programmatisch in zodat wij met voldoende capaciteit en aandacht werken aan dit toezicht. De toezichtdoelstelling van de AFM met betrekking tot de norm is: klanten kunnen er op vertrouwen dat de producten die ze aangeboden krijgen aantoonbaar het resultaat zijn van productontwikkelingsprocessen waarin op evenwichtige wijze rekening is gehouden met de belangen van de klant. Dit betekent dat de Nederlandse samenleving erop kan vertrouwen dat productaffaires worden voorkomen.

Onze doelstelling komt overeen met de doelstelling van de regels in de Code Banken en de Governance Principes Verzekeraars. Wij beogen met ons toezicht het zelfkritisch vermogen van financiële ondernemingen tijdens hun productontwikkeling, productgoedkeuring en productevaluatie te ondersteunen en waar nodig te verscherpen. Met als doel dat de markt zelf de kwaliteit van haar financiële producten borgt.

Toetskaders voor processen en producten

De AFM vindt het belangrijk dat financiële ondernemingen zelf toetskaders ontwikkelen binnen de ruimte die de norm laat. Alleen dan kunnen financiële ondernemingen borgen dat hun toetskader in hun (dagelijkse) praktijk past en dat zij voldoende controle hebben over de kwaliteit van hun productaanbod.

De norm in artikel 32 BGfo is open geformuleerd

Het gaat om het principe evenwichtige belangenafweging tijdens productontwikkeling, productgoedkeuring en productevaluatie en om producten die aantoonbaar het resultaat zijn van deze evenwichtige belangenafweging. De wetgever concretiseert de open norm door randvoorwaarden te schetsen (bijvoorbeeld het uitvoeren van scenarioanalyses) en door voorbeelden te geven (een product is niet aantoonbaar het resultaat van een evenwichtige belangenafweging als de doelstelling van de doelgroep in het merendeel van de gevallen niet wordt gehaald).

Wij hebben, binnen de ruimte die de norm laat, onze toetskaders voor processen en producten ontwikkeld. De ervaringen en inzichten die wij opdoen zullen we in ons toezicht gebruiken om waar nodig

deze toetskaders verder aan te scherpen en te verbeteren.

Huidig toetskader voor processen

Ons toetskader voor processen bestaat uit de volgende zes onderwerpen:

1 - Duidelijk belegde verantwoordelijkheden

De verantwoordelijkheden binnen de processen van productontwikkeling (ontwikkeling van producten, goedkeuring van producten en evaluatie van producten) zijn duidelijk en op voldoende hoog niveau belegd.

2 - Stimuleren van zelfkritisch vermogen

De processen stimuleren en borgen 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

De processen zorgen 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.

4 - Uitgebreide scenarioanalyses en productvergelijking

De processen borgen dat de relevante scenario's voor het product (met al haar 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. De financiële onderneming analyseert in tests de werking van het product als geheel en op het niveau van de verschillende onderdelen. Bij veel producten moet de werking van het product gesimuleerd worden (bijvoorbeeld door middel van Monte Carlosimulaties) om een goede inschatting te maken van de kansen op de uitkomsten in verschillende scenario's.

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

Denk hierbij onder andere aan: informatieverstrekking aan adviseurs en klanten, aanvraagprocedures en klachtenprocedures. De distributiestrategie 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

Dit kan risicogeorïenteerd, 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.

Huidig toetskader voor producten

Ons toetskader voor producten bestaat uit vier vragen. Deze vier vragen zijn 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 onze vragen vormen een benadering van het totaalbeeld.

1 - Biedt het product waar voor haar geld?

Kostenefficiëntie vanuit het perspectief van de klant

Het product is kostenefficiënt vanuit klantperspectief indien het waar voor haar geld biedt. Dit criterium gaat over de toegevoegde waarde voor de klant, niet over de mate waarin de aanbieder kostenefficiënt opereert. De toegevoegde waarde voor klanten is voor veel producten scenarioafhankelijk. Zo kunnen sommige producten door hun kostenstructuur bij een hoge inleg wel kostenefficiënt zijn vanuit klantperspectief en bij een lage inleg niet. Als dit het geval is kan de aanbieder het product kostenefficiënter maken voor de doelgroep door de kostenstructuur aan te passen of door de minimale inleg te verhogen bij een gelijkblijvende kostenstructuur.

Bij onze beantwoording van de vraag of een product waar voor geld biedt, zetten wij de feiten zo objectief mogelijk uiteen en voeren wij scenarioanalyses uit. Dit doen wij onder andere door de kasstromen van het product te vergelijken met soortgelijke producten en met productalternatieven zoals producten uit andere risicocategorieën. Zo vergelijken wij de verwachte rendementen van beleggingsverzekeringen met garantie-element met alternatieven waaronder risicovrij rendement en beleggen zonder garantie. De verwachte rendementen bepalen wij aan de hand van Monte Carlosimulaties. Dit doen wij om een goed overzicht te krijgen van de uitwerkingen van kostenstructuren op het verwachte rendement.

2 - Geeft het product invulling aan een gefundeerde behoefte van de doelgroep?

Nut vanuit het perspectief van de klant

Het product is nuttig vanuit klantperspectief indien het van toegevoegde waarde is voor de beoogde doelgroep. Dit vraagt om

- een specifieke formulering van de gefundeerde behoefte (doel) die het product beoogt te vervullen
- de identificatie van de groep klanten voor wie dit product wel en niet geschikt is
- een product dat in opzet en werking de behoefte van de doelgroep vervult. Ieder afzonderlijk productkenmerk moet een duidelijke bijdrage leveren aan de vervulling van de gefundeerde behoefte van de doelgroep.

De beantwoording van bovenstaande vraag heeft bij veel productsoorten een overkoepelende functie: zo is 'nut' bij veel vermogensopbouwproducten een conclusie van de antwoorden op de overige drie vragen.

3 - Doet het product wat het beoogt in allerlei omstandigheden en is de uitkomst dan acceptabel voor de doelgroep?

Veiligheid vanuit het perspectief van de klant

Het product is veilig vanuit klantperspectief als de uitkomsten in alle scenario's uitlegbaar en acceptabel zijn voor de doelgroep. Deze vraag ziet niet op de hoeveelheid standaard- beleggingsrisico in een product, deze horen immers bij producten met een opwaarts potentieel. Het beantwoorden van de vraag over veiligheid is eerder een vorm van verwachttingsmanagement. Deze vraag ziet vooral op onverwachte werkingen van het product in veranderende omstandigheden in de markt of in de situatie van de klant. Denk bij marktomstandigheden aan: de impact van een hefboomwerking bij beleggingsverzekeringen of de impact van de correlatie bij gestructureerde producten. Denk bij veranderende klantomstandigheden aan: overlijden, oversluiten of andere vormen van afkopen, bijstorten en premievrij maken.

4 - Is het product niet onnodig ingewikkeld en kan de klant de kwaliteit en passendheid ervan goed beoordelen?

Begrijpelijkheid vanuit het perspectief van de klant

Het product is in opzet begrijpelijk vanuit klantperspectief als het product functioneel transparant is. Dit wil zeggen: als de belangrijke kenmerken van het product en de werking hiervan goed uitgelegd kunnen worden aan de klant. De functionaliteiten (de 'toeters en bellen' van het product) moeten kritisch worden bekeken en op meerwaarde worden geschat.