

# ‘VODA SCHAADT CONSUMENT EN NIEUWE MARKTPARTIJEN’

DOOR / KEES PIJNAPPELS

**De bepaling in de Voda dat onverzekerde consumenten niet mogen worden bijgestaan door een advocaat in loondienst bij een verzekeraar schaadt zowel consumenten als potentiële nieuwe marktpartijen. Tot die conclusie komt het Amsterdamse onderzoeksbureau SEO in een rapport over particuliere rechtsbijstand.**

**S**EO, dat is gelieerd aan de Universiteit van Amsterdam en wetenschappelijke onafhankelijkheid claimt, onderzocht in opdracht van BrandMR de impact van nieuwe toetreders op de markt voor particuliere rechtsbijstand. BrandMR, onderdeel van SRK, wil juridische dienstverlening aanbieden via advocaten in loondienst aan onverzekerden. Dat initiatief krijgt tot op heden geen toestemming van de NOvA, die wijst op bepalingen in de Voda. BrandMR op zijn beurt stelt dat die regelgeving in strijd is met de Mededingingswet en is een juridische procedure gestart. SEO deed empirisch onderzoek onder ruim 1500 consumenten. Deze mensen kregen steeds een casus voorgelegd waarbij ze konden kiezen tussen rechtsbijstand door een advocaat (betalen per uur), door een verzekeraar (betalen per jaar) of door BrandMR (betalen per geschil).

## CONSUMENTENSURPLUS

Het bureau concludeert op grond van de uitkomsten dat consumenten liever worden bijgestaan door advocaten, dan door juristen die geen advocaat zijn. Daar hebben ze per geschil tachtig tot honderd euro meer voor over. Dat partijen als BrandMR geen

advocaten mogen inzetten, berokkent de consument economische schade als gevolg van misgelopen voordeel, concludeert SEO. Het zogeheten consumentensurplus, het verschil tussen de betalingsbereidheid en de verkoopprijs, zou met tien procent stijgen als de beperking in de Voda wordt opgeheven.

Het onderzoek leidt ook nog tot enkele andere bevindingen. Zo hechten consumenten veel belang aan prijszekerheid en eenvoudig taalgebruik. De wijze waarop de dienstverlening plaatsvindt – alles online of met fysieke ontmoetingen – is daarentegen minder belangrijk, zolang er maar wel een onlinedossier mogelijk is.

## DESKUNDIGEN

SEO vroeg ook zes juridische en economische professionals naar hun visie, om de bevindingen uit het empirisch onderzoek ‘in te kleuren’. Dat betrof onder meer hoogleraar economie Barbara Baarsma, advocaat Giltay Veth (lid van het CvA) en directeur Irene Nijboer van de Raad voor Rechtsbijstand.

Op grond van deze interviews en literatuurstudie verwacht SEO dat veel nieuwe aanbieders de markt betreden als advocaten in loondienst ook onverzekerden mogen helpen. Het bureau denkt daarbij aan andere

verzekeraars, maar ook aan accountantsbureaus en legal tech bedrijven. Door deze extra concurrentie zullen advocatenkantoren marktaandeel verliezen, is de verwachting. Voor de consument is dat echter goed nieuws, omdat de concurrentie leidt tot een betere prijs-kwaliteitverhouding. Zolang de Voda-bepalingen 5.9 en 5.11 in stand blijven, verandert er niets. Die beschermen de huidige aanbieders, schaden potentiële toetreders en onderdrukken prikkels om te innoveren, aldus de onderzoekers.

## VAST TARIEF

Het prijsmodel van BrandMR is gebaseerd op een vast tarief per onderdeel van de dienstverlening. Het bedrijf mikt op particulieren (en mkb'ers) die niet in aanmerking komen voor gefinancierde rechtshulp en de uurtarieven van reguliere advocaten niet kunnen of willen betalen.

Naar inschatting van SRK telt Nederland 4,7 miljoen personen zonder rechtsbijstandverzekering met een inkomen van boven de 30.000 euro. Van deze groep krijgen jaarlijks 564.000 personen te maken met een juridisch geschil. In 435.000 gevallen wordt daadwerkelijk rechtsbijstand ingeschakeld. BrandMR gaat uit van dit aantal als zijn totale marktpotentieel.