

Dr. Fred de Jong

TUSSENPERSOON ZONDER PROVISIE

Visie op een toekomstbestendig businessmodel
voor financieel adviseurs

Laat me los!
Ik bepaal zelf
mijn prijs!



Dr. Fred de Jong

TUSSENPERSOON ZONDER PROVISIE

**Visie op een toekomstbestendig businessmodel
voor financieel adviseurs**

Ontwerp omslag en binnenwerk: Frans Meijer, www.mv-ontwerp.nl
Cartoons omslag en binnenwerk: Marcel Jurriëns

ISBN 97894 6276 1292

© Vakmedianet, 2016

Alle rechten in deze uitgave zijn voorbehouden aan Vakmedianet. Niets uit deze uitgave mag worden veelevoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van art. 16h t/m 16m Auteurswet jo. Besluit van 27 november 2002, Stb. 575, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprorecht te Hoofddorp (Postbus 3060, 2130 KB).

Hoewel aan de totstandkoming van deze uitgave de uiterste zorg is besteed, aanvaarden de auteur(s), redacteur(en) en uitgever(s) geen aansprakelijkheid voor eventuele fouten en onvolkomenheden, noch voor gevolgen hiervan.

Inhoud

Voorwoord	9
Inleiding	13
1 Is financieel advies belangrijk?	17
1.1 Maatschappelijk belang van financieel advies	18
1.2 Maatschappelijke versus toegevoegde waarde	20
1.3 Toegevoegde waarde	21
1.4 Conclusie	22
2 Traditionele rol tussenpersoon onder druk	25
2.1 Autoverzekeringen	25
2.2 Levensverzekeringen/vermogensopbouw	26
2.3 Inkomensverzekeringen	27
2.4 Zorgverzekeringen	28
2.5 Schadeverzekeringen	28
2.6 Hypotheken	29
2.7 Consumptief krediet	29
2.8 Overige financieringsvormen	30
2.9 Conclusie	30
3 Maatschappelijk verantwoord geld verdienen	33
4 Visie op een onderscheidend en toekomstbestendig ondernemersmodel voor de zelfstandig financieel adviseur	37
5 Hybride dienstverlening als basis	39
6 Integraal advies	43
6.1 Klant slimmer maken	44
6.2 Financiële rust	46
6.3 Beheer en nazorg	48
6.4 Benut digitalisering	50
7 Onafhankelijkheid	53
7.1 Belang onafhankelijk financieel advies	54
7.2 Kwaliteit van advies	55

7.3	Onafhankelijkheid in de praktijk	57
7.4	Invloed provisieverbod	60
7.5	Onafhankelijkheidslabel	61
7.6	Conclusie	62
8	Klantintimiteit of klantpartnerschap	67
8.1	Zorgplicht en beheer	68
8.2	Beleving creëren	70
8.3	Investerings van de klant	72
9	Verdienmodel voor financieel advies	75
9.1	Prijsdruk	75
9.2	Provisie is niet duurzaam	78
9.3	Totaal provisieverbod niet nodig	84
9.4	Actieve provisietransparantie in belang financieel adviseur	85
9.5	Directe beloningsafspraken	86
10	Aandachtspunten bij overstap naar provisieloos werken	93
10.1	Zorg voor goede datakwaliteit	93
10.2	Personeel	94
10.3	Prijs	94
10.4	Promotie	95
10.5	Automatisering	96
10.6	Discipline	96
11	Voorwaarden om op maatschappelijk verantwoorde wijze geld te kunnen verdienen	99
11.1	Solidariteit bij beloning voor financieel advies	99
11.2	Toegankelijkheid financieel advies	101
11.3	Gespreide betaling	106
11.4	Conclusie	110
12	Versterking positie zelfstandig financieel adviseur	113
12.1	Execution only in belang van financieel adviseur	113
12.2	Toegang tot banken en verzekeraars	115
12.3	Meer transparantie over prijsopbouw in verschillende kanalen	118
12.4	Fusie brancheorganisaties voor financieel adviseurs noodzakelijk	119
12.5	Investeren in vertrouwen	120
12.6	Meer psychologie, minder techniek	124

13	Drempels wegnemen die marktwerking belemmeren	127
13.1	Wft stelt klantbelang onvoldoende centraal	127
13.2	Fiscale spelregels belemmeren ‘klantcentraal’ gedrag	130
13.3	Wetgever en aanbieders moeten provisieloos werken faciliteren	133
13.4	AFM moet zich niet bemoeien met beloning	134
14	Alternatieve businessmodellen voor financieel adviseurs	137
14.1	Specialist	137
14.2	Verzekeringsagent als verbonden bemiddelaar	138
14.3	Zakelijke risicomanager	140
14.4	Distributiespecialist	141
15	Stappenplan voor zelfstandig financieel adviseur	143
15.1	Golden circle	143
15.2	Strategievorming	144
15.3	Missie en visie	146
15.4	Strategie	147
15.5	Startanalyse	152
15.6	Gewetensvragen en checklist voor duurzame zelfstandig financieel adviseur	153
16	Omvang en structuur financieeladviesmarkt	157
16.1	Consolidatie	157
16.2	Aantal adviesbedrijven	158
16.3	Werkgelegenheid	159
16.4	Sanering	159
16.5	Faillissementen	162
16.6	Soorten zelfstandig financieel adviseurs	163
17	Koepels voor financieel adviseurs	173
17.1	Serviceproviders	173
17.2	Franchiseketens	176
17.3	Samenwerkingsverbanden	177
17.4	Vergelijkers	178
17.5	Brancheorganisaties	178
17.6	Keurmerken en registers	179
17.7	Conclusie	180

18	Economisch belang financieel adviseurs	183
18.1	Ontwikkeling marktaandeel	184
18.2	Activiteiten en producten	187
18.3	Conclusie	187
19	Analyse en verantwoording	191
19.1	Bedrijfstakanalyse	192
19.2	Externe omgevingsanalyse	197
19.3	Conclusie	209
20	Strategische keuzes voor partners zelfstandig financieel adviseurs	213
20.1	Consumenten en bedrijven	213
20.2	Banken en verzekeraars	214
20.3	Serviceproviders en volmachten	215
20.4	Politiek, overheid en toezichthouders	216
20.5	Belangenbehartigers van consumenten en bedrijven	217
20.6	Overige dienstverleners	217
	Literatuur	219
	Over de auteur	224

Voorwoord

Al sinds het schrijven van mijn proefschrift over het functioneren van tussenpersonen, dat ik met succes verdedigde in oktober 2010, heb ik de ambitie om een vervolgboek te schrijven. Dat boek is er nu en ik presenteer het hierbij met trots.

In mijn proefschrift (De Jong, 2010) heb ik de markt van tussenpersonen (zelfstandig financieel adviseurs) geanalyseerd en beantwoordde ik de vraag: had de overheid gelijk toen ze stelde dat er sprake was van marktfalen en dat dat een uitgebreid regelgevend- en toezichtkader rechtvaardigde? Mijn conclusie was dat er inderdaad sprake was van marktfalen, bij complexe en impactvolle producten, en dat dit vooral het gevolg was van financiële verstrengeling tussen banken, verzekeraars en tussenpersonen. Het advies was dat er een betere marktwerking zou ontstaan als de financiële banden tussen aanbieders en tussenpersonen zouden worden doorgeknipt.

Sindsdien is er op de adviesmarkt veel veranderd. Het imago van financieel adviseurs in het algemeen is niet al te best en er wordt van ze verwacht dat ze meer klantgericht en minder productgedreven te werk gaan. De druk op zelfstandige financieel adviseurs is toegenomen door de digitalisering van advisering en bemiddeling. Ze hebben ook te maken met veranderend consumentengedrag en een grotere concurrentie tussen adviseurs onderling en tussen adviseurs en banken en verzekeraars. Ook de regelgever heeft niet stilgezeten.

Waar niets aan is veranderd is de waarde van financieel advies en het belang van een goed functionerend intermediair distributiekanaal. Dit is nodig om de toegankelijkheid van financieel advies te garanderen. Daarbij kan een sterk netwerk van onafhankelijk financieel adviseurs als tegenwicht dienen aan banken en verzekeraars.

In mijn dagelijkse werk als onderzoeker en consultant krijg ik vaak de vraag wat mijn visie is op de toekomst van het distributiemodel voor financiële producten en de rol die de zelfstandig financieel adviseur daarin kan vervul-

len. Financieel adviseurs moeten zich aanpassen aan de nieuwe realiteit en dat heeft ook consequenties voor andere partijen die met hen samenwerken.

Door het schrijven van mijn proefschrift en het verschijnen van vele, soms kritische, publicaties in de afgelopen jaren over de ontwikkelingen in de financieeladviesmarkt, vind ik het belangrijk om financieel adviseurs perspectief te bieden. Om kaders te ontwikkelen waarbinnen advisering beter en vooral succesvoller kan plaatsvinden. Kaders die kunnen helpen om van marktfalen tot een goede marktwerking te komen.

In dit boek presenteer ik mijn eigen visie op een gezonde, rendabele en dus duurzame toekomst voor de zelfstandig financieel adviseur. Uiteraard is deze gebaseerd op een gedegen analyse en volledig onderbouwd.

Mijn visie draait – kort gezegd – om het loskomen van het productdenken in de markt, het creëren van echt onderscheidende en toegevoegde waarde en een bedrijfseconomisch onafhankelijk verdienmodel. De titel *Tussenpersoon zonder provisie – Visie op een toekomstbestendig businessmodel voor financieel adviseurs* is eigenlijk het sluitstuk van deze visie. Om tot een bedrijfseconomisch duurzaam businessmodel te komen moet de zelfstandig financieel adviseur of tussenpersoon de laatste en meest ingrijpende stap nemen: afscheid nemen van het provisiemodel bij schadeverzekeringen (en consumptief krediet). Ik pleit nadrukkelijk niet voor een wettelijk verbod op provisie; ik raad tussenpersonen wel van harte aan om provisieloos te gaan werken.

Mijn visie zal niet bruikbaar zijn voor elke financieeladviespraktijk. Gelukkig maar. Met dit boek wil ik vooral financieel adviseurs, banken, verzekeraars, politici, toezichthouders en andere stakeholders inspireren en stimuleren om goede strategische keuzes te maken. Keuzes die ervoor zorgen dat de zelfstandig financieel adviseur ook in de toekomst zijn belangrijke maatschappelijke rol kan blijven vervullen.

Dit boek zou niet tot stand zijn gekomen zonder de input van de vele klanten en relaties met wie ik de afgelopen jaren over dit onderwerp heb gesproken. Ook de vele reacties op mijn eerdere publicaties en presentaties hebben bijgedragen aan de ontwikkeling van de in dit boek gepresenteerde visie. Ik dank hen daarvoor. Met dit boek wil ik ook iets teruggeven aan de markt waarin ik mijn boterham verdien.

Ik dank mijn uitgever, Vakmedianet, en in het bijzonder Freek Talsma en Frieda Crince Le Roy, voor hun begeleiding en kritische commentaar. Maar vooral dank ik mijn gezin: Astrid, Mart en Timo, voor hun steun en vertrouwen bij het schrijven van dit boek.

Rhenen, juli 2016

‘

Aan de hand van het in dit boek
beschreven concept, kan de traditionele
tussenpersoon zichzelf omvormen tot
vertrouwensadviseur voor de klant.

’

Inleiding

Banken hebben het over duurzaam bankieren en de code banken. Verzekeraars werken aan vernieuwing en versterking van hun businessmodel. De kredietcrisis, bankencrisis en woekerpolisaffaire vormen hiervoor de directe aanleiding, samen met digitale innovaties en het verschijnen van nieuwe concurrenten op de markt die van buiten de branche komen. Het grootste en belangrijkste distributiekanaal voor banken en verzekeraars is het gebruik van tussenpersonen, in dit boek ook aangeduid als intermediairs of zelfstandig financieel adviseurs. Wat doen deze duizenden kleine zelfstandigen om financieel succesvol te zijn op de marktplaats van de toekomst?

In dit boek presenteer ik mijn visie op de toekomst van de zelfstandig financieel adviseur. Een toekomst die draait om het concept ‘maatschappelijk verantwoord geld verdienen’. Een toekomst die in mijn visie draait om het volledig provisieloos werken. Een concept en een visie die de ambitieuze zelfstandig adviseur tot zijn missie zou moeten maken. Een missie die beantwoordt aan de vragen en behoeftes die uit de samenleving komen en die perspectief biedt voor een rendabel businessmodel dat ook in de toekomst werkt.

Dit boek is geschreven in een periode waarin de financiële sector op een kruispunt staat, zowel op het gebied van interne als op externe ontwikkelingen. Regelgeving, toezicht, andere beloningsmodellen, digitalisering, financieel analfabetisme, het zijn stuk voor stuk ontwikkelingen die bepalen hoe de toekomst van de financiële dienstverlening eruit komt te zien. Na een hausse aan regelgeving en een zwaarder toezichtregime is de overheidsbemoeienis nu aan het stabiliseren. De grootste impact komt nu van de verdergaande digitalisering van de samenleving en het concurrentieveld.

Binnen de financiële sector wordt er hard gewerkt aan het herstel van vertrouwen of zoals sommigen dat noemen: het centraal stellen van de belangen van de klant. Die initiatieven impliceren dat de distributie van verzekeringen, hypotheeken en andere financiële producten anders gaat verlopen. De klant bepaalt op welke manier hij invulling geeft aan zijn behoeftes op financieel gebied. Doet hij alles zelf of schakelt hij een adviseur in? Dekkt hij alle risico's af of kiest hij voor het nemen van enig risico? Is de klant met weinig geld gelukkig of wil hij juist zo veel mogelijk vermogen vergaren? De financiële sector wordt steeds meer volgend en dienstverlenend in plaats van pushend en verkoopgericht.

Naast de presentatie van een onderbouwde visie op de toekomst van de zelfstandig financieel adviseur, noem ik in dit boek de randvoorwaarden die een succesvolle toekomst mede bepalen. Die randvoorwaarden zijn bijvoorbeeld regelgeving, organisatiegraad en beloningsmodel.

Daarnaast noem ik concrete aandachtspunten voor de financieel adviseur, waarmee deze invulling kan geven aan de geschetste visie op de toekomst van de financieeladviespraktijk. Ik formuleer gewetensvragen die elke financieel adviseur zichzelf zou moeten stellen wil hij succesvol blijven in de toekomst. Met dit boek wil ik niet alleen mijn visie ontvouwen, maar ik wil ook die zelfstandig financieel adviseurs die daarvoor openstaan concrete hulpmiddelen aanreiken om dit succes te bereiken.

Het concept 'maatschappelijk verantwoord geld verdienen met financieel advies' is vooral geschikt voor die zelfstandig financieel adviseurs, die nu 'stuck in the middle' zijn. Voor allround advieskantoren die zich grote zorgen maken over de toekomst van hun business- en verdienmodel. Het is ook geschikt voor kantoren die nu de positie hebben van traditioneel tussenpersoon, kantoren die dus letterlijk actief zijn tussen aanbieders en afnemers. Dit is naar schatting zo'n zestig procent van alle spelers op deze markt.

Voor kantoren die specifieke keuzes maken om als productspecialist (hypotheekadviseur, pensioenadviseur) of als distributiespecialist (beursmakelaar, volmachtkantoor, serviceprovider, e-mediair¹) te werken is er zeker een goede toekomst.

1 E-mediair is een intermediair die vooral via digitale weg (online) zijn diensten aanbiedt, zoals vergelijkers en online brokers.

Aan de hand van het in dit boek beschreven concept, kan de traditionele tussenpersoon zichzelf omvormen tot vertrouwensadviseur voor de klant. Die transformatie kost tijd en heeft tot doel de tussenpersoon van nu op de langere termijn duurzaam en rendabel te maken of te houden.

Dit boek begint met het beschrijven van het belang van financieel advies (hoofdstuk 1) en de positie van de tussenpersoon (hoofdstuk 2). Vervolgens werk ik het concept ‘maatschappelijk verantwoord geld verdienen met financieel advies’ uit in hoofdstuk 3. In hoofdstuk 4 tot en met 8 is de visie op een duurzaam businessmodel voor zelfstandig financieel adviseurs beschreven. In hoofdstuk 9 en 10 wordt het bijbehorende verdienmodel uitgelegd. Daarna ga ik in op de voorwaarden die nodig zijn om tot dit duurzame businessmodel te komen (hoofdstuk 11) en volgen aanbevelingen voor het verder versterken van de intermediaire markt (hoofdstuk 12). Hoofdstuk 13 gaat vooral over het weghalen van de drempels die de overheid via regelgeving en fiscaliteit hanteert, die de uitvoering van de beschreven visie kunnen belemmeren.

Dit boek beschrijft een visie op een duurzaam businessmodel voor zelfstandig financieel adviseurs. Maar de markt is breder dan dat. In hoofdstuk 14 worden dan ook andere businessmodellen beschreven die succesvol kunnen zijn. Het stappenplan in hoofdstuk 15 geeft handvatten waarmee ondernemers de voorgestelde visie kunnen uitwerken.

Ter verantwoording en onderbouwing van de gepresenteerde visie, volgt in hoofdstuk 16 tot en met 19 een analyse van de meest relevante ontwikkelingen die van invloed zijn op de financieeladviesmarkt. Deze analyse kan helpen om meer inzicht te krijgen in de manier waarop het zelfstandig financieel advieskanaal er in de toekomst uit gaat zien. Tot slot, bevat het boek een actuele update van de marktstructuur en de kerncijfers van de financieeladviesmarkt.

‘

Financieel advies speelt een belangrijke rol bij het financieel gezond maken en houden van de Nederlandse samenleving.

’

1 Is financieel advies belangrijk?

Geld maakt niet gelukkig, grip hebben op je geld wel. Deze wijsheid komt van het Nibud, onze nationale budgetvoorlichter.

U kent dat wel. Stapels papieren en brieven, vaak geschreven in voor de gemiddelde klant volstrekt onduidelijke taal. De klant heeft het allemaal verzameld in een schoenendoos of opgeslagen op een USB-stick. En dan vraagt hij aan de financieel adviseur om deze documentenbrij te vertalen naar een goed advies dat hij ook nog begrijpt.

Uit onderzoek van Wijzer in Geldzaken en Motivaction (2013) blijkt dat de Nederlandse consument financieel bewusteloos is. De hoeveelheid en complexiteit van de financiële informatie die hij krijgt toebedeeld, zorgt eerder voor verwarring dan voor duidelijkheid. Daarmee schieten alle goede bedoelingen van informeren en transparantie zo langzamerhand hun doel, beter geïnformeerde consumenten, voorbij. De consument in staat stellen zelf betere financiële beslissingen te maken, daar draait het in essentie om. De consument beslist zelf, in zijn eentje of met hulp van een adviseur.

We kennen allemaal in onze omgeving wel iemand die financiële problemen heeft. Het gevolg van een faillissement, ontslag of ernstige ziekte. Het aantal huishoudens dat zich zorgen maakt om zijn financiële situatie is groot. Steeds meer gezinnen moeten gebruikmaken van de schuldhulpverlening. Bijna 1 miljoen Nederlanders lopen een verhoogd risico om in financiële problemen te komen. Eén op de zes verzuimgevallen heeft als oorzaak financiële problemen, zo becijfert Arbodienst Capability (*Het Financieele Dagblad*, 6 januari 2016).

Om het risico om in financiële problemen raken te verkleinen moet de financiële zelfredzaamheid van burgers worden vergroot en moet verantwoord financieel gedrag worden gestimuleerd. Maar ook het bedrijfsleven zal ver-

antwoord moeten omgaan met risico's en zijn financiële huishouding op orde moeten hebben. Te vaak lees je in de krant dat een bedrijf failliet gaat doordat na een brand bleek dat het niet goed verzekerd was of dat bestuurders aansprakelijk worden gesteld voor fouten waar ze indirect voor verantwoordelijk waren.

In de maatschappelijke discussie wordt veel heil verwacht van financiële educatie. De wetenschap is echter kritisch over de te verwachten effecten hiervan. Verder wordt een soepeler opstelling verlangd van banken, zoals bij het financieren of kwijtschelden van (rest)schulden. Wetgeving moet ervoor zorgen dat consumenten geen te hoge hypotheekschulden aangaan. De praktijk leert dat onze samenleving niet in staat is om te voorkomen dat gezinnen en bedrijven in financiële problemen blijven komen. De schuldsanering en de afdeling 'bijzonder beheer' zijn nog nooit zo 'populair' geweest. De schade als gevolg van deze problematiek loopt in de vele miljoenen en wordt afgewenteld op ons allen. Veel problemen kunnen worden voorkomen als consumenten en bedrijven zich goed laten adviseren. Wetenschappelijk onderzoek heeft het positieve effect van financieel advies ruimschoots aangetoond.

1.1 Maatschappelijk belang van financieel advies

Financieel advies speelt een belangrijke rol bij het financieel gezond maken en houden van de Nederlandse samenleving. De maatschappelijke verantwoordelijkheid die financieel adviseurs dragen kan positieve en negatieve effecten hebben.

Het risico van grootschalige foutieve advisering ('misselling') door financieel adviseurs, kan worden beschouwd als een negatieve bijwerking. Met bijna zeventuizend vergunninghouders (Ratinginstituut Financiële Dienstverlening (RiFD) op basis van het Autoriteit Financiële Markten (AFM)-register, 2016) die verantwoordelijk zijn voor ongeveer 50 procent van alle omzet in verzekeringen en hypotheek, bestaat het gevaar dat grote groepen consumenten en bedrijven worden geraakt door het effect van foutieve adviezen. Recente misstanden als aandelenlease, woekerpolissen en overkreditering zijn hier voorbeelden van. Daartegenover staat dat er positieve effecten ontstaan als financieel adviseurs uitsluitend goede adviezen zouden geven. En dat is nodig ook, gezien de financiële situatie van veel Nederlanders. Zo lopen steeds meer huurders het risico dat zij hun huur niet meer kunnen

betalen (Schilder e.a., 2014) en is een kwart van de Nederlanders de afgelopen drie jaar fors minder gaan verdienen door arbeidsongeschiktheid of werkloosheid (Nibud, 2015). Panteia (2013) concludeert dat één op de zes huishoudens in Nederland in financiële problemen verkeert of het risico loopt daarin te geraken.

Naarmate de financiële impact groter is, wordt het effect van goed of slecht financieel advies ook groter. Het is dan ook logisch dat de overheid zich meer bemoeit met de markt voor complexe financiële producten als hypotheek, beleggingen en levensverzekeringen, dan met de markt voor relatief eenvoudige schadeverzekeringen. In Nederland brengen zelfstandige financieel adviseurs jaarlijks miljoenen financiële adviezen uit. Als de helft van die adviezen verkeerd zouden zijn en de consument die adviezen zou opvolgen, dan zou dat kunnen betekenen dat miljoenen Nederlanders in financiële problemen komen, zoals het niet kunnen aflossen van een hypotheek, geen aanvullende pensioenvoorziening getroffen hebben of minder vermogen opbouwen. Het gevolg, het externe effect, kan zijn dat een grote groep consumenten te weinig eigen vermogen heeft om te investeren in de economie, banken blijven zitten met restschulden en er zal een groter beroep worden gedaan op de collectieve voorzieningen in Nederland. Daarnaast kunnen er in de schadeverzekeringmarkt ook externe aspecten meespelen. Zonder verzekeringen zou de economie niet kunnen draaien. Bedrijven kunnen niet ondernemen als ze de risico's niet op een of andere manier kunnen afdekken. Een olietanker kan niet uitvaren zonder aansprakelijkheidsverzekering, een detailhandel kan na een brand niet verder als er geen brandverzekering zou bestaan.

Goed financieel advies draagt bij aan het verantwoord nemen van risico's door ondernemers. Door dit te doen is er voor veel Nederlanders werk (en dus inkomen) en wordt de levensstandaard verhoogd. Aan de andere kant kan slecht financieel advies er ook voor zorgen dat bedrijven in financiële problemen komen en dat er ontslagen vallen. Voorbeelden hiervan zijn de advisering over risicovolle renteswaps aan woningcorporaties of over het niet voorkomen van onderverzekering.

Goed financieel advies draagt eraan bij dat het Nederlandse bedrijfsleven kan functioneren en verhoogt daarmee indirect ook de welvaart en het welzijn van burgers. Daarmee heeft de Nederlandse overheid en de Nederlandse samenleving een financieel belang bij een goed functionerende markt van financieel adviseurs.

Uit wetenschappelijk onderzoek van Montmarquette en Viemot-Briot (2012) blijkt dat consumenten die advies hebben gekregen gemiddeld genomen meer sparen, minder schuld hebben en vaker regelingen hebben getroffen voor hun oudedagsvoorziening en het afdekken van risico's. De analogie met de zakelijke markt is snel gemaakt. Op basis van de theorie is het legitiem om de waarde van advies voor de zakelijke markt als volgt te omschrijven. Bedrijven die goed advies krijgen hebben gemiddeld genomen meer grip op hun risico's, meer ondernemersvermogen opgebouwd en meer vertrouwen in hun financiële toekomst. Deze ondernemers hebben inzicht in de risico's die ze lopen, hebben adequate voorzieningen getroffen en weten hoe ze de risico's beheersbaar kunnen houden. De waarde van advies voor de zakelijke markt is dat het bedrijven de ruimte biedt om financieel verantwoord te ondernemen.

In de praktijk blijkt het lastig om de theoretische waarde van advies concreet te maken. Op basis van een analyse van 56 dienstenwijzers en dienstverleningsdocumenten (De Jong, 2013) blijkt dat circa 43 procent van de kantoren geen enkele informatie geeft over de waarde van advies als hiervoor beschreven. Uit de onderzochte documenten blijkt bij deze kantoren niet waarom financieel advies belangrijk is voor de klant en waarom de dienstverlening van het kantoor waardevol is.

1.2 Maatschappelijke versus toegevoegde waarde

De discussie over de maatschappelijke waarde van advies wordt vaak vermengd met de discussie over de toegevoegde waarde van het intermediair. We kunnen vaststellen dat de positie van het zelfstandige intermediair onder druk staat. En terwijl de kantoren onder druk staan wordt vervolgens van het intermediair, wat overwegend kleine ondernemingen zijn, verwacht dat hij ook nog eens een cultuurverandering teweegbrengt van productgedreven naar adviesgericht handelen.

De maatschappelijke waarde van financieel advies is veel minder aan erosie onderhevig dan de toegevoegde waarde van de individuele financieel adviseur. Sterker nog, het belang van financieel advies zou de komende jaren wel eens veel groter kunnen worden. Diverse onderzoeken tonen aan dat de gemiddelde consument geen kennis heeft van en geen interesse heeft in financiële zaken. Verder blijkt uit onderzoek dat grote groepen consumenten in financiële problemen verkeren of het risico lopen daarin te geraken.

Hetzelfde geldt voor bedrijven. Ondernemers hebben vaak geen zicht op de risico's die ze lopen of ze onderschatten de gevolgen van het optreden van deze risico's voor de continuïteit van hun bedrijf. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de gevolgen van datalekken en cybercriminaliteit, of de klimaatveranderingen. Een enquête onder ondernemers uit het midden- en kleinbedrijf (MKB) wijst uit dat circa de helft van de ondervraagden geen duidelijk beeld heeft van de financiële situatie waarin hun bedrijf verkeert (Exact, 2013).

Het belang van het op orde hebben van de eigen financiën is groot, zowel voor consumenten als voor bedrijven. Goed financieel advies kan voorkomen dat consumenten en bedrijven te maken krijgen met financiële problemen. Goede financiële advisering dient dus een maatschappelijk belang. Hierdoor kan de druk op sociale voorzieningen verminderen.

1.3 Toegevoegde waarde

Financieel advies is bij de meeste intermediairs een deel van de totale dienstverlening die ze aanbieden. Het uitsluitend adviseren zonder ook te bemiddelen in producten zien we op dit moment (nog) nauwelijks. De waarde van advies is dan ook een relatief begrip. Voor het intermediair is het belangrijk om de waarde van advies te concretiseren voor de klant, maar minstens zo belangrijk is het om de waarde van de overige dienstverlening in kaart te brengen. Het gaat dan onder meer om beheer van de lopende polissen, het kunnen afsluiten van verzekeringen, het opstellen van een totaal financieel plan bij de aankoop van een woning en begeleiding in het geval van schade. Bij de meeste intermediairs ligt de nadruk, in ieder geval qua communicatie met de klant, op de overige dienstverlening in plaats van op de advieswerkzaamheden. Ook hierbij is het zaak dat het intermediair duidelijk maakt welke dienstverlening hij levert, wat de kwaliteit van die dienstverlening inhoudt en welke waarde die dienstverlening heeft voor de klant.

De toegevoegde waarde van advies is te definiëren als de netto-opbrengst van financieel advies. Wat levert het financieel advies de klant uiteindelijk op? Dat kan zowel in materiële zin zijn als in psychologische zin. Montmarquette en Viemot-Briot (2012) leggen een verband tussen financieel advies en financiële rijkdom. Naarmate klanten meer financieel advies krijgen, zijn ze beter beschermd tegen risico's, hebben ze gemiddeld minder schulden en bouwen ze meer vermogen op. Deze vermogensopbouw is een gevolg van het spaargedrag, want onderzoekers vonden geen direct bewijs voor het be-

halen van betere beleggingsresultaten als gevolg van ingewonnen financieel advies. Aanvullend hierop concluderen Montmarquette en Viemot-Briot (2012) dat financieel advies ook ‘fiscale efficiency’, het selecteren van passende financiële producten, het optimaliseren van de ‘asset’-mix, het vergroten van financieel zelfvertrouwen en gemoedsrust bij de klant tot gevolg heeft.

Of de waarde van advies even groot is bij beleggingen is in de literatuur niet aangetoond. Zo constateren Hackethal e.a. (2009) dat beleggers die advies hadden gekregen minder verdienen dan de niet-geadviseerde beleggers. De onderzoekers keken naar adviezen van zowel onafhankelijk adviseurs als bankadviseurs en vonden hiertussen geen significant verschil qua beleggingsresultaten. Het is de vraag of deze uitkomsten te wijten zijn aan de financieel adviseurs of aan het feit dat beleggen sowieso een gok is. Er wordt wel eens gezegd dat een aap jaarlijks betere resultaten kan behalen dan de gemiddelde beleggingsprofessional.

Een psychologische studie van Engelmann e.a. (2009) wijst uit dat de behoefte van mensen aan financiële expertise een gevolg is van onzekerheid. De onzekere mens voelt zich niet op zijn gemak bij het voorspellen van de consequenties van zijn eigen keuzes. De adviseur fungeert hierbij als een keuzehulp. Het inschakelen van een dergelijke adviseur zorgt er echter ook voor dat de eigen waarde-inschatting daardoor wordt verminderd. Inschakeling van een financieel adviseur heeft een negatieve invloed op het natuurlijke beslismechanisme van de klant, waarmee een adviseur dus het gedrag van de klant beïnvloedt. Klanten nemen niet meer zelf de beslissing, maar laten zich leiden door het advies van hun adviseur. Dit betekent een extra grote verantwoordelijkheid voor de financieel adviseur.

1.4 Conclusie

Financieel adviseurs hebben een grote maatschappelijke verantwoordelijkheid, of ze nu consumenten of bedrijven adviseren. Goed financieel advies draagt in belangrijke mate bij aan het welzijn en de welvaart in Nederland. De maatschappij als geheel is gebaat bij een duurzame financieeladviesmarkt, waarbinnen de zelfstandig adviseur een prominente rol speelt.

Het uitgebreide toezicht op financieel adviseurs, de omvang van de regelgeving en de bemoeienis van de politiek met de professie zijn ook bewijzen van

het feit dat financieel advies van groot maatschappelijk belang is. Borging van goed financieel advies is dan ook in het belang van de maatschappij als geheel, individuele klanten van adviseurs en de financieel adviseur zelf.

TUSSENPERSOON ZONDER PROVISIE

Visie op een toekomstbestendig businessmodel voor financieel adviseurs

Zonder financiële producten kan de economie niet draaien. Bedrijven kunnen niet ondernemen als ze de risico's niet op de een of andere manier kunnen afdekken. Hetzelfde geldt voor particulieren. Ondanks dat de reputatie van de sector geleden heeft onder schandalen als de woekerpolisaffaire en de financiële crisis, vertegenwoordigt deze een grote economische en maatschappelijke waarde.

De positie van de tussenpersonen in de financieeladviesmarkt is de afgelopen jaren steeds meer onder druk komen te staan. Steeds meer verzekeraars bieden hun producten direct aan klanten aan, consumenten gebruiken steeds vaker vergelijkingssites en sluiten producten zonder tussenkomst van een financieel adviseur af. Daarbij heeft het door de overheid opgelegde provisieverbod bij complexe producten en de aangescherpte regelgeving grote consequenties gehad voor de praktijk van het intermediair.

Is er nog een toekomst voor tussenpersonen? Hoe kunnen zij succesvol zijn en blijven in een turbulente marktomgeving? Tussenpersoon zonder provisie geeft antwoord op deze vragen. In dit boek presenteert de auteur een nieuw businessmodel voor de branche. Een model waarin financieel adviseurs onafhankelijk zijn en zij hun klanten integraal en optimaal kunnen adviseren.

Het boek gaat in op thema's als hybride dienstverlening, integraal advies, onafhankelijkheid en klantintimiteit. Het inspireert en geeft adviseurs tips voor het maken van strategische keuzes, zodat zij hun bedrijf 'toekomstbestendig' kunnen maken. Hiervoor, zo legt de auteur uit, moeten zij wel afscheid nemen van het provisiemodel, want de tussenpersoon van de toekomst werkt provisieloos.

Tussenpersoon zonder provisie zet tussenpersonen aan tot nadenken over de toekomst van hun bedrijf en biedt concrete handvatten om met het 'provisieloze' model aan de slag te gaan. Banken, verzekeraars, serviceproviders, beleidsmakers, toezichhouders en andere geïnteresseerden vinden in dit boek waardevolle informatie die meer inzicht verschaft in de werking van de financieeladviesmarkt en over de rol van de financieel tussenpersoon daarin.

www.tussenpersoonzonderprovisie.nl

