

## “De keuze is aan de consument”

Hij heeft een lange staat van dienst in de retailmarkt en dat is duidelijk te merken. Voorzitter Karel Pauw van de Organisatie van Financiële Dienstverleners (OvFD) spreekt in dit derde deel van de serie Visie op Provisie klare taal. “Wat nou klant centraal? Schei nou toch uit! De financiële dienstverlening loopt vijftien jaar achter op de retailbranche. Als je daar de klant niet centraal stelt, ben je ‘m gelijk kwijt.”

### Retail als voorbeeld

“Ik zit hier nu zeven jaar. Daarvoor heb ik in verschillende retailbedrijven gewerkt, Sanders Meubelstad, V&D, de Bijenkorf, M&S Mode International. In 2002 ben ik gevraagd om de overstap naar De Hypotheker te maken en die overstap is niet zo gek als die klinkt. De franchiseformule is in de retail al heel gebruikelijk en bovendien heb ik altijd, in al mijn functies, geroepen dat wij er zijn voor de klant. Ik snap er dan ook niks van dat banken en verzekeraars om het hardst roepen dat de klant weer centraal moet komen te staan. Hoe durf je het uit te spreken, denk ik dan. Wij zijn er toch voor de klant. Ook in het verleden heb ik een heel directe klantrelatie gehad. Als je in de retailmarkt de klant niet centraal stelt, ben je ‘m kwijt. Simpel, maar keihard. Doe je het niet goed, dan komen de klanten niet meer. In die zin denk ik echt dat de financiële dienstverlening vijftien jaar achterloopt op de retailbranche. Daar zijn overigens wel redenen voor hoor. Er is jarenlang geen enkele incentive geweest om het anders te doen. We zijn als branche behoorlijk hardhandig wakker geschud.”

### Eén kam

“Ik heb geen enkele moeite met wetgeving. Sterker nog, ik vind dat de branche die over zichzelf heeft afgeroepen. Daarover geen misverstand. Na zeven jaar vind ik het ook nog steeds heel leuk in de wereld van de financiële

dienstverlening. Ik ben het alleen spuugzat dat een aantal organisaties al een paar jaar keihard werkt aan het verbeteren van de kwaliteit, maar wij toch iedere keer weer als een soort witteboordencriminelen worden beschouwd. In de financiële branche worden we allemaal over één kam geschoren. De incidenten à la DSB of Legio Lease vinden bij banken of verzekeraars plaats, maar wij lijden daar als (hypotheek)adviseurs net zo goed onder. De Hypotheker heeft deze producten overigens nooit in de schappen gehad. Het irriteert me vooral dat er bij incidenten al snel naar de bemiddelaars wordt gekeken en gewezen, terwijl ik denk: wie heeft die producten bedacht dan? Ik wil nu absoluut niet gaan jij-bakken. Daar wordt niemand wijzer van, maar het stoort me wel dat een aantal partijen zo hard bezig is om de kwaliteit te verbeteren, maar keer op keer de kous op de kop krijgt.”

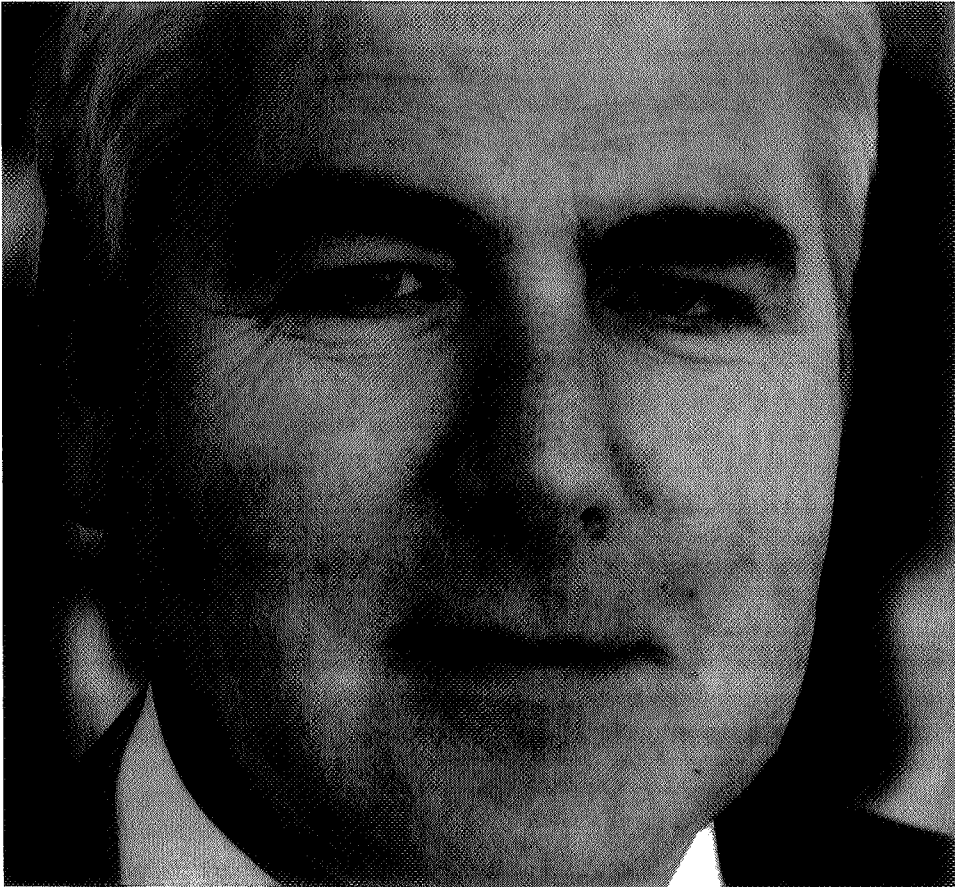
### Hypotheek

“Een hypotheek is een heel taaie materie voor een consument. Kan het niet anders zeggen. Een gemiddeld advies bij een heel gewone situatie neemt al snel zo’n twintig tot vijftientwintig uur in beslag, omdat je niet alleen moet kijken naar de hypotheek zelf, maar ook naar ‘aanverwante’ zaken, zoals het risico op arbeidsongeschiktheid, werkloosheid, pensioen en echtscheiding. Het is de kunst om rekening te houden met vaak nog onzekere toekomstplannen. En dan hebben we het

heel simpel over de aankoop van het eerste huis, waar verder geen gekke dingen bij komen kijken. Het belangrijkste aan een hypotheek(advies) vind ik dat mensen hun huis niet als een fiche in het casino moeten gebruiken. Dat betekent dat de bemiddelaar altijd een stap verder moet denken dan zijn klant. Hij moet de consument waarschuwen voor de consequenties van bepaalde keuzes. Dat was vroeger al zo, en dat is nu nog steeds zo. Kijk, een buschauffeur die acht tot tien keer zijn inkomen wil lenen, was vroeger niet goed, maar is nu ook niet goed. Wij hebben bijvoorbeeld als Hypotheker een aantal producten bewust niet op de markt gebracht, omdat wij er absoluut niet achter konden staan. Als je staat voor je advies, moet je ook de garantie hebben dat het product doet wat het zegt. Daarom hebben wij ook nooit zaken gedaan met bepaalde partijen. Ik vind het onzin als mensen dan roepen dat wij niet onafhankelijk zouden zijn. Wij staan voor ons advies en nemen als bedrijf onze verantwoordelijkheid.”

### Uurtje factuurtje

“Ik heb geen uitgesproken voorkeur voor provisie of uurtje factuurtje. De keuze is aan de consument. Wil hij dat zijn adviseur provisie ontvangt, dan moet dat kunnen. Wil hij uurtje factuurtje, dan moet dat ook kunnen. Zelfs een mengvorm van provisie, waarbij zowel de klant als de aanbieder een bepaald deel van de kosten voor zijn rekening neemt, moet mogelijk zijn. Ik vergelijk het wel eens met een winkel. Daar kan de klant ook zelf bepalen hoe hij betaalt: contant, met pin of via een creditcard. Als je dat doorvertaalt naar een hypotheekadvies, dan zou ik



Karel Pauw, voorzitter van de Organisatie van Financiële Dienstverleners

het onderverdelen in twee stappen. De eerste betreft het advies zelf: wat kan de consument überhaupt lenen? Wat is de beste hypotheekvorm voor hem/haar? Welke risico's moeten worden afgedekt? Levensverzekering, arbeidsongeschiktheid, echtscheiding, pensioen? Komen er kinderen? Ik vind het persoonlijk niet zo gek als de consument de kosten van dit proces voor zijn rekening neemt. Het vervolgdeel, waaronder het begeleiden van de papierstroom van geldverstrekker naar de notaris, het regelen van de werkgeversverklaring e.d., moet door de geldverstrekker als leverancier van een product worden betaald. Ik vind dat niet iets dat ten laste van de consument moet komen."

#### OvFD

"Het gaat goed met de Organisatie van Financiële Dienstverleners (OvFD), die een jaar geleden is ontstaan na het samengaan van de Vereniging van Hypotheekadviseurs in Nederland en de Federatie van Koepel Organisaties in de financiële dienstverlening. Als OvFD vertegenwoordigen wij 860 hypotheekadvi-

seurs en 35 koepelorganisaties die samen goed zijn voor zo'n zeventig procent van de intermediaire hypotheek- en pensioenmarkt. Natuurlijk is er hier en daar nog steeds overlap met het werk van de tussenpersonenorganisaties NVA en NBVA, die elkaar onlangs weer hebben gevonden en gaan fuseren. Ik sluit niks uit, ook niet dat we tot één grote lobbyorganisatie zullen komen. We zijn van vier clubs naar twee gegaan, dat betekent al een halvering. Bovendien is het jaar nog maar net begonnen. Wie weet wat er allemaal nog in het vat zit. Met de OvFD richten we ons meer op de bedrijven die overwegend hypotheekadviezen geven en op de serviceproviders, die vaak voor kleinere adviseurs werken. Met name voor die laatste groep, de serviceproviders, is het een lastig jaar geweest. Hun hele verdienmodel is op de schop gegaan en daar hebben ze fikse slagen in moeten maken."

#### Provisie is besmet

"Ik vraag me ook steeds vaker af of het wel reëel is om met een vaste fee te werken, zoals sommige advieskantoren doen. Een

bedrag van 750 euro voor 'een' hypotheekadvies, ongeacht hoe groot of klein het advies is, vind ik eigenaardig. Net zoals ik het ook niet vind kloppen dat je een ingewikkeld hypotheekproduct via internet kunt afsluiten. Een hypotheek(advies) moet toch aan bepaalde eisen voldoen? Of ben ik nou gek?

Het allerbelangrijkste in de adviesmarkt is en blijft dat je transparant bent. Of de consument nu kiest voor uurtje factuurtje of provisie, wees duidelijk. De klant moet van tevoren weten welke betalingsmogelijkheden er zijn. Net als in een winkel. Overigens mag van mij dat woord provisie wel verdwijnen. Het is een soort taalvervuiling, een besmet woord, geworden, terwijl het heel sec neerkomt op een vergoeding voor het doen van bepaalde activiteiten in de keten. Voor de klant bestaat provisie niet, dus laten we het woord dan ook maar helemaal weggooien en voortaan spreken over een vergoeding."

#### CAR

"Het Engelse CAR (Customer Agreed Remuneration) is een fantastisch model. Maar dan moeten we wel even afspreken wat het precies inhoudt. Als het betekent dat met CAR de marge van verzekeraars, bijvoorbeeld op netto-producten, groter wordt, dan ben ik er niet zo voor. En helaas is dat wel wat wij op dit moment zien gebeuren. De aanbieder brengen netto-producten op de markt, maar pakken zelf meer marge in plaats dat ze het voordeel aan de consument doorgeven.

Als CAR daarentegen inhoudt dat de consument bepaalt hoe hij de beloning met zijn adviseur wil regelen, zeg ik: eens. Helemaal eens zelfs. Maar, bemoei je er dan als verzekeraar ook niet meer mee. Eigenlijk is de boodschap zo simpel: iedere partij moet gewoon doen waar die goed in is. Geloof mij maar, dan ziet het leven er een stuk rooskleuriger uit. En vooral een stuk duidelijker!" ■