



Financieel adviseur ook over vijf jaar **aan kop**

HOE ZIET HET ADVIESVAK ER OVER VIJF JAAR UIT? EN WAT IS DE EVENTUELE INVLOED VAN PROVISIETRANSPARANTIE OP DE MARKTPOSITIE VAN DE FINANCIEEL ADVISEUR? DE ANTWOORDEN MAKEN DUIDELIJK DAT ER ALTIJD WERK ZAL BLIJVEN VOOR PROFESSIONELE, DESKUNDIGE EN TRANSPARANTE ADVIESBEDRIJVEN DIE ECHT NAAST DE KLANT STAAN.

SAMENSTELLING **TOON BERENDSEN**

Adfiz: “Adviseur als dé deskundige”

“Zorgen dat financieel advies voor meer mensen bereikbaar wordt, dáár wil ik aan bijdragen en dát is waar ik me op wil focussen.” Dat zegt Enno Wiertsema, directeur van Adfiz.

Ik mag hopen dat er over vijf jaar wat veranderd is! En ik heb er ook alle vertrouwen in dat de adviseur tegen die tijd breder gezien wordt als dé deskundige waar de klant zich tot wendt als hij het even niet meer ziet zitten. Niet alleen als hij dreigt vast te lopen in het woud van regels rondom pensioen, voorwaarden en complexe producten, maar bij alle financiële- en risicovraagstukken waarvoor hij komt te staan. Daarbij zullen duurzaamheidsvraagstukken een steeds grotere rol spelen.

Op zakelijk vlak zal de adviseur zich in toenemende mate ook richten op employee benefits. En dan niet louter als sparringpartner van de ondernemer, maar ook van diens medewerkers. Want een weerbaar bedrijf staat of valt bij de mate van (financiële) weerbaarheid van zijn medewerkers.

Daarnaast verwacht ik dat de adviseur een veel grotere rol zal spelen op het gebied van digitale veiligheid van ondernemingen. Ik zie nu al adviseurs die optreden als ‘linking pin’ tussen cybersecuritybedrijven en cyberverzekeraars enerzijds en de ondernemer anderzijds. En dat zal alleen maar toenemen.

VERSPILDE ENERGIE

Wat we nu weten is dat minister Kaag – heel verstandig – kiest voor een vormgeving van provisie transparantie die wel uitvoerbaar is, namelijk op basis van ‘fijnmazige gemiddelden van diverse typen producten’. Maar daarmee zijn we er nog niet; ook het gelijke speelveld moet daadwerkelijk gerealiseerd worden. Wat ik ook weet, is dat we als sector zullen zorgen dat we het goed invullen. En veel meer woorden wil ik er nu niet meer aan vuil maken. Jarenlang is er tijd, geld en energie verspild aan het oplossen van een probleem dat er niet is. Daar moeten we mee stoppen, want daar is de klant niet mee geholpen.

Honderdduizenden Nederlanders staat het water aan de lippen door échte problemen; de woningcrisis, de koopkrachtcrisis, de energiecrisis en dan vergeet ik er nog een hele rits. Stuk voor stuk crises waarvan wij als sector heel goed weten dat goed en onafhankelijk financieel advies mensen helpt om ze beter te doorstaan. Zorgen dat financieel advies voor meer mensen bereikbaar wordt, dáár wil ik aan bijdragen en dát is waar ik me op wil focussen. □



Enno Wiertsema (Adfiz):
‘Financieel advies
voor meer mensen
bereikbaar maken’

AFM: "Consument **steeds beter bediend**"

"Wij verwachten dat door het maken van keuzes en het onderkennen van kwetsbaarheden bij het verlenen van financieel advies uiteindelijk de consument steeds beter bediend zal worden." Aldus Rudy van Leeuwen, manager Verzekeren en Pensioenen bij de AFM.

Op dit moment ziet de AFM dat de activiteiten van financieel dienstverleners, en daarmee het adviesvak, zich vooral concentreren op advies en bemiddeling met beheer. Dit blijkt uit de jaarlijkse uitvraag die de AFM onder financiële dienstverleners uitzet (Marktmonitor Adviseurs en Bemiddelaars, MMAB). Daarnaast ziet de AFM ook dat steeds meer financieel dienstverleners meer dan 80 procent van hun omzet uit de dienstverlening van één productgroep behalen, 34 procent

van de financieel dienstverleners die de MMAB hebben ingevuld geven aan dat dit op hun bedrijfsvoering van toepassing is.

De AFM verwacht dat de dienstverlening van financieel adviseurs zich ook in de toekomst zal blijven concentreren op advies en bemiddeling met beheer, ondanks dat ook nieuwe vormen van dienstverlening continu ontwikkeld zullen worden. Het feit dat steeds meer financieel dienstverleners keuzes maken met betrekking tot hun bedrijfsvoering zal naar onze verwachting ook doorzetten. Het is immers belangrijk om na te denken over de doelgroep die je wilt bedienen, welke producten voor die doelgroep belangrijk zijn en op welke wijze jouw doelgroep wil communiceren. De AFM verwacht dan ook voor de komende jaren dat de trend van keuzes maken zich zal voortzetten.

Rudy van Leeuwen (AFM):
'Trend van keuzes maken
zal zich voortzetten.'



KWETSBAARHEDEN

Keuzes maken is ook belangrijk voor de bedrijfsvoering van de onderneming. Een integere en beheerste bedrijfsvoering is één van de vele wettelijke vereisten waar een financieel dienstverlener aan moet voldoen. Een beheerste bedrijfsvoering hebben is niet zo gemakkelijk, er sluipen hier al snel kwetsbaarheden in. Een kwetsbare bedrijfsvoering kan bij alle soorten en maten financieel dienstverleners optreden, voor kleine(re) kantoren geldt dat veel activiteiten op verschillende fronten door weinig mensen moeten worden uitgevoerd (of allemaal op een paar schouders terecht komen). Voor grote(re) ondernemingen kan de kwetsbaarheid zitten in expertises die slechts bij een of weinig mensen aanwezig zijn. Een voorbeeld hiervan zijn ondernemingen die op een bepaald productgebied slechts één adviserende klantmedewerker hebben en bij uitval van deze medewerker geen backup hebben en de dienstverlening niet meer kunnen voortzetten. Of zoals een financieel dienstverlener al eens tegen ons zei: één adviseur zonder achtervang is geen adviseur.

ONTZORGEN

De AFM verwacht dat door het maken van keuzes en het onderkennen van kwetsbaarheden bij het verlenen van financieel advies uiteindelijk de consument steeds beter bediend zal worden. Dit zal ook in de toekomst noodzakelijk blijven: consumenten worden geconfronteerd met belangrijke transities die impact hebben op hun financiële huishouden. Financieel adviseurs hebben toegevoegde waarde om bestaande en nieuwe klanten hierbij te ontzorgen. □

NVHP: “Klantvoorkeur voor professioneel financieel adviseur blijft”

“De adviseur van de nabije én verdere toekomst gaat actief aan de slag met digitalisering, duurzaamheid en actief klantbeheer en specialiseert zich verder op onderscheidende thema's en impactvolle life events”, stelt Turhan Özgüner, voorzitter van de Nederlandse Vereniging van Hypothecair Planners (NVHP).

Hoe het adviesvak er over vijf jaar uitziet? Een mooie vraag die past bij het einde van het jaar: traditiegetrouw een moment van reflectie, bezinning en vooruitkijken. Terugkijkend is duidelijk dat niemand had kunnen voorspellen wat 2022 heeft gebracht. De oorlog in Oekraïne is hier een zodanig tragisch voorbeeld van, dat je bijna niet durft te spreken over de wereldwijde economische effecten die voor iedereen voelbaar zijn. Waar een jaar geleden bij de koffieautomaat werd gesproken over de historisch lage hypotheekrente, gaat het gesprek nu over historisch hoge energieprijzen en inflatie.

Herkenbaar op de woningmarkt: na jaren van oververhitting lijkt er nu sprake van afkoeling. Tegelijkertijd is er nog altijd meer vraag naar woningen dan aanbod. Enige bescheidenheid past dan ook bij vooruitkijken, zeker als het gaat om zo'n lange horizon.

FUNDAMENT

Een ding is zeker: de klantvoorkeur voor de professioneel financieel adviseur blijft. Digitalisering zal doorgaan en financieel advies voor consumenten en adviseurs nóg makkelijker maken, vooral bij de bemiddeling. Dat is een ontwikkeling waar de NVHP-adviseurs bij ondersteunt en hen stimuleert hier actief mee aan de slag te blijven. Financieel advies is en blijft het fundament van de financiële gezondheid van consumenten en biedt houvast en richting bij verantwoorde keuzes voor nu én later. Zeker bij de financiering van de eigen woning: het anker dat stabiliteit en zekerheid kan bieden.

VERDUURZAMING

Het thema verduurzaming zal de komende jaren nog meer een onderwerp worden dat consumenten aansnijden en de adviseur actief meeneemt in het advies. Dit advies beperkt zich al lang niet meer tot uitsluitend het verstrekken van een hypotheek maar betreft de brede financiële gezondheid. Dat helpt consumenten, nu en op de langere termijn. Ik verwacht dat deze ontwikke-



Turhan Özgüner (NVHP):
‘Belang actief klantbeheer neemt verder toe’

ling doorzet. Daarom pleit de NVHP al jaren voor verdere specialisatie van adviseurs, bijvoorbeeld op het vlak van scheiden of verduurzaming.

Ook verwacht ik dat het belang van actief klantbeheer de komende jaren verder zal toenemen. De adviseur die dit hoog op de agenda heeft staan en continu aandacht geeft, heeft nooit een lege agenda. Dat is niet alleen goed voor de adviseur maar vooral ook voor de consument. Kortom, de adviseur van de nabije én verdere toekomst gaat actief aan de slag met digitalisering, duurzaamheid en actief klantbeheer en specialiseert zich verder op onderscheidende thema's en impactvolle life events. Dan ben je als adviseur klantgericht en dus succesvol in 2023 én in 2028! □

OvFD: “Meer adviestijd voor de klant”

“Wie weet, misschien wordt een hypotheek in 2028 zelfs realtime geaccepteerd.” Aldus Colinda Rosenbrand, directeur OvFD.

Adviseurs richten zich in 2028 vrijwel uitsluitend op hun corebusiness - persoonlijk advies - omdat de bemiddelingswerkzaamheden tegen die tijd grotendeels automatisch geschieden. Digitale oplossingen zorgen ervoor dat gegevens voor een adviesrapport automatisch uit brondata worden opgehaald. Gegevens kunnen ook eerder en beter gevalideerd worden en de klant hoort sneller of een hypotheek kans van slagen heeft. In de praktijk zal dit leiden tot meer efficiency, een minder tijdrovend proces en kortere doorlooptijden. Wie weet, misschien wordt een hypotheek in 2028 zelfs realtime geaccepteerd. Het mooiste van dit alles is,

dat adviseurs hierdoor meer tijd krijgen voor de klant en dat kan de kwaliteit van het advies alleen maar ten goede komen.

Deze digitale slag zal er ook voor zorgen dat er veel meer aan actief klantbeheer wordt gedaan op basis van data-analyse. Mogelijkheden genoeg: nagaan of klanten door een hogere woningwaarde in een lagere risicoklasse kunnen, verduurzaming als meer gegevens over woningen beschikbaar zijn en de verhuisregeling wordt ook belangrijk als de rente zo door blijft stijgen. Om een goede data-analyse te kunnen maken moeten klantgegevens worden verrijkt en aangevuld.

Belangrijk is ook dat aanbieders actuele klantgegevens delen. Onbegrijpelijk dat dat nu nog niet standaard gebeurt, maar dat zal in 2028 anders zijn. Adviseurs en aanbieders werken dan op basis van gestandaardiseerde oplossingen samen, waardoor ze de klant beter kunnen bedienen met als gevolg een hogere klanttevredenheid.

Colinda Rosenbrand
(OvFD): ‘Gelijk speelveld
bij actieve provisie-
transparantie regelen’



POPULISTISCH

Actieve provisie transparantie is een populistisch doel, zonder evenwichtige afweging van noodzaak, gevolgen en uitvoeringskosten. De kans dat het een ontwrichtende werking heeft op de schadeverzekeringsmarkt is groot, terwijl er binnen die markt geen misstanden bestaan. Jammer voor de consument, want die heeft nu toegang tot laagdrempelig advies en dat komt in gevaar.

Transparantie leidt tot druk op prijzen door individuele beloningsafwegingen, terwijl de dienstverlening op particuliere schadeverzekeringen vaak al helemaal niet uit kan. Het gevolg is dat consumenten straks apart moeten betalen voor extra dienstverlening zoals schadebehandeling.

Tegelijkertijd worden de totaalpremies minder vergelijkbaar als er naast een premie een provisiebedrag wordt genoemd, ook omdat er geen gelijk speelveld is met verzekeraars. Hierdoor lijkt het directe kanaal voor consumenten goedkoper.

De gevolgen voor adviseurs zijn dan groot. Aan de ene kant druk op de provisie-inkomsten en klanten die naar het directe kanaal verschuiven met daartegenover extra uitvoeringskosten. Tel uit je winst!

Het is goed dat minister Kaag exacte provisie transparantie heeft omgezet naar fijnmazige gemiddelden, maar dit moet nog nader worden uitgewerkt. Daarbij is het belangrijk dat ook het gelijke speelveld wordt geregeld. Dus we zijn er nog niet. ■