

Intermediair
Toekomst
Provisieverbod
Rollen

'Intermediair moet totaal provisiebod afdwingen'

Onderzoeker ziet hulp aan advies nog toenemen

Het intermediair moet zich helemaal niet druk maken om een provisieverbod in de schade-markt. Sterker nog, hij moet het juist toejuichen en afdwingen. Dit stelde onderzoeker Fred de Jong tijdens zijn zogehe-ten Prof College in Bun-nik. "Alle aanbieders heb-ben al directe initiatieven. Die ontwikkeling is niet meer terug te draaien."

Door Gitte Jansen

De adviseur die echt helemaal onafhankelijk wil zijn, is ge-baat bij een provisieloos scha-deproduct, vindt De Jong. "Het maakt bovendien zijn bedrijfsvoering nog eens makkelijker met voortaan één verdienmodel."

De Jong deelde zijn visie op de toekomst van de financieel adviesmarkt tijdens zijn goed bezochte Prof College in Bun-nik vorige week. De financi-eel adviesmarkt van de toekomst is er één waar ver-

schillende adviesmodellen door elkaar heenlopen, is de verwachting van de onder-zoeker. "Advies en verkoop worden andere markten." Hoewel hij het aantal advi-seurs en serviceorganisaties verder ziet slinken - "er zijn nu bijna net zoveel assuran-tietussenpersonen als huisart-sen" - is hij ervan overtuigd dat de behoefte aan hulp bij fi-nancieel advies toeneemt.

Rust en zelfvertrouwen

De Jong stond ook even stil bij het bestaansrecht van de financieel adviseur. Bijvoor-beeld het besparen van trans-actiekosten; het was vroeger goedkoper om de zaken door een adviseur te laten regelen dan dit zelf te doen - dit is echter minder belangrijk ge-worden. Een ander argument voor het bestaansrecht is complexiteit en onzekerheid; hoe minder complex een markt, hoe meer mensen zelf kunnen. Vooral de onzeker-heid moeten adviseurs niet onderschatten, stelt De Jong. "Uit verschillende onderzoe-ken komt naar voren dat men-sen die goed advies hebben gehad, een hoger welvaart en welzijn ervaren. Het geeft de klant rust en zelfvertrouwen dat de financiële zaken goed zijn geregeld."

Of de adviseur zijn eigen be-langen zo goed op orde heeft, daar heeft De Jong twijfels bij. Hij vindt zes belangbeharti-gers voor het intermediair en 21 registers voor zelfregule-ring wat veel. "Het leidt tot verdeeldheid. De aanbieders en de klanten hebben ieder één eigen belangenorganisa-tie. Dat maakt hen sterker."

Serviceorganisaties

De Jong denkt dat het voor de consument duidelijker is als er minder keurmerken zou-den zijn. Sowieso ziet de onder-zoeker de markt nog verder krimpen, niet alleen in aantal adviseurs, maar ook in aantal volmachtkantoren en in aantal serviceorganisaties.

"In de jaren negentig telde ik 118 verschillende partijen die verschillende diensten lever-den aan het intermediair. Dat zijn er nu nog een stuk of vijf-tig en er zullen er over een kleine tien jaar nog zo'n tien zijn. Daar zitten ook nieuwe samenwerkingsvormen bij, bijvoorbeeld van intermedi-airs die zijn gaan samenwer-ken om voordelen te beha-len." Die tien zullen volgens De Jong wel een andere rol op zich nemen. "Als adviseurs zich beter verenigen, kunnen ze krachtiger ageren tegen aanbieders."

Kees Overvliet, adjunct-direc-teur van H&L Assuradeuren, herkent vooralsnog de voor-spelde ontwikkeling in krimp van serviceorganisaties niet, tenzij zijn club bij de overblij-vende tien spelers hoort. "We werken nauw samen met het intermediair en onze dienst-

zijn bij de specifieke verzeke-ring. Daar zit de kracht van de adviseur."

"Als de adviseur duidelijk kan maken wat zijn toegevoegde waarde is, dan biedt dat hem veel kansen. Ik heb bijvoor-beeld nog geen serviceabonne-ment gezien wat duidelijk maakt wat het inhoudt."

Geen exclusief domein

Een positief gevoel en ervar-ingen van anderen, de zogehe-ten peers, zijn andere aspec-ten die aan belang winnen. "Hema bijvoorbeeld, heeft een vertrouwde en eerlijke uitstraling. Het is niet on-denkbbaar dat zij hun concept gaan uitbreiden met andere verzekeringen."

Alle trends maken dat het fi-nancieel advies geen exclusief domein meer is van de finan-cieel adviseur, voorziet De Jong. "Er ontstaat een hybride adviesmarkt met verschil-lende modellen die bovendien allemaal door elkaar heen lo-pen. Ook binnen het toekom-stige advieskantoor zelf zullen de verschillende dienstverle-ningsconcepten naast en door

'Als adviseurs zich beter verenigen, kunnen ze krachtiger optreden'

verlening is groeiende en hoog gewaardeerd. Afgelopen maand zijn er vijf nieuwe me-dewerkers bij ons in dienst gekomen."

Advies en bemiddelen

Na een terugblik op de ont-wikkelingen in de financieel adviesmarkt, zoals de toege-nomen regulering, verschui-vingen in marktaandelen, economische ontwikkelingen en de digitalisering, wijdde De Jong verder uit over de kansen van de adviseur. Van-wege het digitale gemak ziet hij een scheiding ontstaan tussen advies, bemiddelen en sluiten. "Advies en verkoop worden verschillende mark-ten. Het sluiten van een ver-zekering is tegenwoordig heel makkelijk. Daar is de adviseur niet voor nodig. Maar wel voor het advies over welke za-ken voor de klant van belang

elkaar worden gebruikt. Dus bijvoorbeeld online en offline, verkoop en advies, maatwerk en commodity", stelt De Jong. Het intermediair krijgt vol-gens hem allerlei rollen: spe-cialist, ontzorger (beheren van de totale financiële situa-tie), adviseur (bijvoorbeeld ook energieadvies of preven-tie), bankadviseur, verkoopad-visor, verzekeringsagent, e-mediator of externe financieel adviseur (bij bijvoorbeeld pen-sioenfonds). Zo ziet De Jong een pensioenspecialist tevens de rol van verzekeringsagent op zich nemen om zijn klant toch een totaalconcept te kun-nen bieden. "Dat is niet erg", meent De Jong, "als je dit maar duidelijk communiceert aan je klant. Want transparan-tie, daar draait het uiteindelijk om. Het gebrek hieraan is de aanleiding geweest dat deze markt op zijn kop is gezet."

Fred de Jong:
"Hybride advies-
markt..."

