“Adfiz heeft bepaald niet stil gezeten”

Dat het stormachtige tijden zijn voor adviseurs mag intussen een cliché worden genoemd. Ook de leden van Adfiz hebben zorgen over de toekomst van het eigen bedrijf. In het verlengde hiervan uiten sommige leden ook hun bezorgdheid over het beleid van Adfiz en roept men het bestuur op tot een actievere houding. Hanneke Hartman, sinds begin van dit jaar algemeen directeur, heeft hier begrip voor, maar benadrukt dat Adfiz bepaald niet stil heeft gezeten.

Het gesprek met Hartman vindt plaats een dag nadat de brief van voorzitter Loek Hermans aan de leden is gestuurd. Zoals VVP vorige week berichtte, kondigde Hermans hierin aan actiever aan de leden te communiceren en lichtte hij het Adfiz-beleid op een aantal speerpunten toe. Ook meldde hij dat hij een uiterst constructief gesprek had gehad met de Ledenraad en dat hij in dat gesprek eventuele twijfels over het beleid had kunnen wegnemen. De uit dertig adviseurs bestaande Ledenraad beaamde dit vervolgens in een reactie op de voorzittersbrief en kondigde aan dat Hermans zijn verhaal aan alle leden zou gaan vertellen en dat ook de regio’s een actievere rol krijgen in de communicatie.

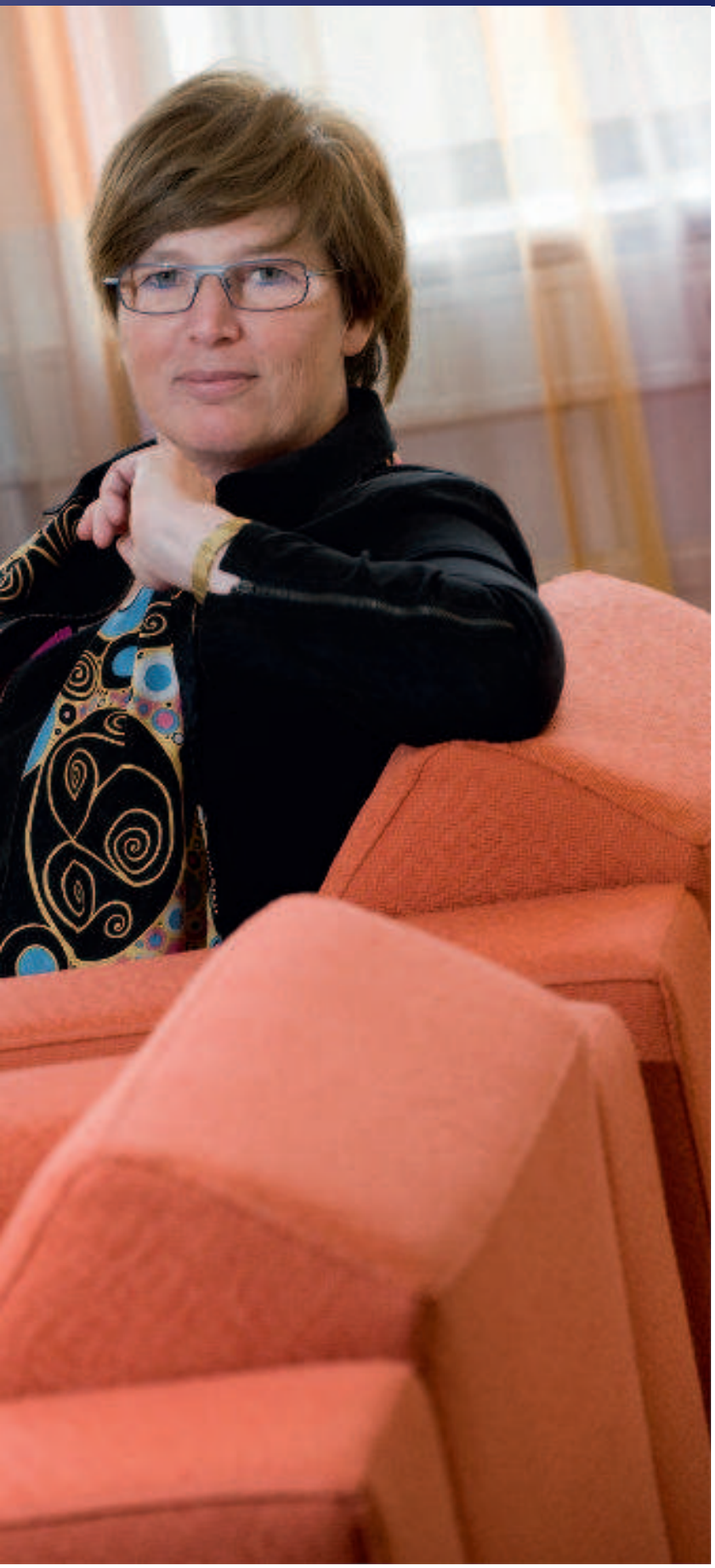
Waarom was het zo stil uit de hoek van Adfiz? Hartman: “Onze visie is eind vorig jaar vastgelegd in aantal documenten. Hierin staat precies hoe wij denken over beloning, het deskundigheidsbouwwerk en over het level playing field. Deze visies vormen het hart van onze vereniging. Die visies zijn ook volstrekt duidelijk. Het heeft geen zin om die visies te blijven herhalen, het gaat er nu om ze in de praktijk te verwezenlijken. Daar zetten wij hard op in. Tegelijk snap ik die roep om communicatie heel goed. De economie zit tegen en er is veel onzekerheid over hoe de provisieregels zullen gaan uitwerken. Dan wil je zien dat iemand voor je opkomt. Dan wil je ook het liefst één duidelijk verhaal en dat ene verhaal kunnen we nog niet bieden. We zijn het afgelopen jaar wel ongelooflijk actief geweest, zowel richting onze leden, richting de politiek, de toezichthouder als de aanbieders. We hebben heel veel persberichten uitgegeven, hebben veel ledenberichten rondgestuurd, bereiken veel leden met onze bijeenkomsten en volgen de actualiteit vanzelfsprekend uiterst kritisch.”

VOLLEDIGE EERBIEDIGING

Hartman onderstreept - net als Hermans dat in zijn voorzittersbrief heeft gedaan – dat Adfiz ondertussen veel heeft bereikt. “Het provisieverbod blijft beperkt tot complexe en impactvolle producten. Voor schadeproducten gaat passieve beloningstransparantie gelden. Daarnaast zal er – tegen de lobby van verzekeraars in – nominale transparantie komen van de advies- en distributiekosten van aanbieders. We zijn met De Jager nog wel in overleg over een zuivere nettoprijsvorming, die cruciaal is voor een gelijk speelveld. En een zorgpunt wat ons betreft. Als je bijvoorbeeld leest dat meer dan de helft van de verzekeraars voor aov-producten niet in beeld heeft wat precies de kostprijs is, hoe kunnen ze dan een zuivere nettoprijs bepalen? We willen voorkomen dat er voortdurend kruissubsidiëring tussen de verschillende kanalen plaatsvindt. De klant van een onafhankelijk adviseur moet toch niet meebetalen aan het callcenter van het directe kanaal? Je kunt wel transparant zijn in je advies- en distributiekosten, maar dan weten we nog niet wat er in de marges van een product wordt gestopt en dus blijft het voorlopig onduidelijk wat

HANNEKE HARTMAN: *“Veel bereikt.”*

“Wij willen dat NN zeker stelt dat het intermediair te allen tijde over alle producten kan beschikken die het concern bouwt”



de echte nettoprijs van een product is. Ik ben gematigd optimistisch dat we dit uiteindelijk goed kunnen regelen.”

Over de eerbiedigende werking is Hartman helder. “Volledige eerbiediging. Er bestaan ruim 40 miljoen polissen op levengebied en het aandeel provisie op particuliere levensverzekeringen is relatief beperkt. Als eerbiedigende werking niet plaatsvindt, zullen de premies moeten worden verlaagd. Anders zou de consument immers dubbel moeten gaan betalen. Aanbieders kunnen nooit al die 40 miljoen polissen in één keer aanpassen. Daarnaast zou het gewoon contractbreuk betekenen wat betreft de service rondom het product. Hier heeft de klant – en die moet te allen tijde het uitgangspunt zijn – geen baat bij.

“Ons advies is: laat de markt z’n werk doen. Dwing geen verplichte overgangsdatum af, de sector heeft al te maken met een overdaad aan wet- en regelgeving. Wel willen wij best kijken of we samen met het Verbond van Verzekeraars bijvoorbeeld roadshows kunnen ontwikkelen die een voor alle partijen vlekkeloze overgang naar het nieuwe systeem ondersteunen.”

KOPLOPERS

Adfiz heeft leden die vooroplopen in het innoveren van hun dienstverlening en beloning. Tegelijk is er ook een grote groep die pas nu vol de transformatie in gaat. Levert dat geen spanning op? Hartman: “Voor iedere belangenorganisatie is het lastig om alle groepen enthousiast te maken voor alles wat je doet. We hebben bijvoorbeeld een breed opgezette Routeplanner Transformatie ontwikkeld, die we hadden aangekondigd in het voorjaar tijdens de Ronde door het Land. Sindsdien worden tal van activiteiten georganiseerd die onze leden kunnen ondersteunen bij de overstap naar een nieuwe financiële wereld. Een mooi voorbeeld was bijvoorbeeld de Carrousel – miniworkshops van professionals over ondernemen, onderneming, adviesmodel, beloningsmodel en bedrijfsvoering – waar maar liefst 400 leden zich voor hebben ingeschreven, waaronder overigens ook leden die in feite al met twee benen in de nieuwe financiële wereld staan. Maar natuurlijk zijn er ook enkele koplopers die de half miljoen euro aan investeringen die wij voor het totale transitietraject uittrekken liever op een andere manier hadden willen besteden. Bijvoorbeeld aan het vergroten van de naamsbekendheid van de vereniging. Maar het is in ieders belang en dat van de maatschappij als geheel dat we met zoveel mogelijk professionals de overstap naar de nieuwe wereld maken. Daarbij hebben juist ook de koplopers een rol als actief lid van Adfiz. Zij dienen als voorbeeld voor het peloton, jagen elkaar op en zorgen voor inspiratie.”

Maar toch, luisterend naar geluiden van ontevredenheid in de markt, is Adfiz wel fel genoeg? Hartman onderstreept dat Adfiz alle ontwikkelingen die niet bijdragen aan de instandhouding van een fijnmazig intermediair netwerk met argusogen blijft volgen en zal bekritiseren. “Onze visie is daarbij vooral voorwaarts. Je kunt wel steeds de pers halen door voortdurend overal schande van te roepen, maar uiteindelijk levert dat niets op. Wat wel wat oplevert, is de leden daadwerkelijk ondersteunen in het ondernemerschap en ervoor te zorgen dat de concurrentiepositie van het intermediair niet in gevaar komt.”

Verder wijst Hartman er op dat het ook wel heel snel gaat. Begin 2010 fuseerden NBVA en NVA, een paar maanden later explodeerde de beloningsdiscussie en het is nog maar een jaar geleden dat Adfiz met haar nieuwe visiedocumenten kwam. “En ondertussen is de financiële wereld en de economie volle-

“Je kunt wel steeds de pers halen door voortdurend overal schande van te roepen, maar uiteindelijk levert dat niets op”

HANNEKE HARTMAN: *“Durf kritisch op jezelf te zijn.”*

dig veranderd. Ook onze eigen achterban is los van zijn ankers komen te staan en ook dat verandert de positie van een brancheorganisatie. Voor een deel van de achterban kunnen sommige aspecten van de nieuwe financiële wereld nog wat abstract lijken. Concreet gaat het provisieverbod op complexe en impactvolle producten pas over ruim een jaar in. Maar wij zullen er waar nodig voor moeten zorgen dat ook díe leden nu actief aan de overstap gaan werken. Daarbij hoort ook dat we ze een spiegel voorhouden en soms ook confronteren met de snel veranderende wereld.
Alleen focussen op een nieuw beloningsmodel is daarvoor te beperkt. Als ondernemer zul je je eigen transformatieproces moeten vormgeven. Adviseurs zullen daarom antwoord moeten geven op vragen als: wie ben ik als ondernemer, wat voor soort ondernemer wil ik zijn, waar liggen mijn passies, wat zijn mijn sterke punten en wat mijn zwakke? Adviseurs gaan hun eigen bedrijfsmodel vormen en daaruit volgt een adviesmodel en een beloningsmodel. Natuurlijk kan dat een worsteling zijn, maar juist dan heb je het meeste baat van je lidmaatschap als je actief participeert in onze vereniging. Als je deze vragen – die niet comfortabel zijn – niet uit de weg gaat maar elkaar met die vragen juist opzoekt. Durf in de spiegel te kijken, durf kritisch op jezelf te zijn, is ons devies. Want één ding is zeker: als je nu niet kunt meekomen, ben je straks gedwongen af te haken. Aandacht voor het innovatievermogen van de ondernemer wordt in de wereld van de financiële dienstverlening steeds belangrijker.”
Een mooi voorbeeld van actieve inbreng zijn de klankbordsessies. “Bij onze rondes door het land en bij de Carrousel viel op dat veel adviseurs er behoefte aan hebben te delen waar zij staan en wat hen bezig houdt. Zij willen weten hoe collega’s het doen. Al 225 kantoren hebben zich voor de klankbordgroepen opgegeven. We plaatsen maximaal tien soortgelijke kantoren in zo’n groep en zorgen voor professionele facilitering en vastlegging, zodat de uitkomsten kunnen worden gedeeld met de andere klankbordgroepen.”

NN DIRECT

De directie van Nationale-Nederlanden beweert dat Adfiz niet onwelwillend staat tegenover de beleidswijziging om de naam ook voor het directe kanaal te gaan gebruiken. Wel zou Adfiz de vinger aan de pols houden. Klopt dit? Hartman: “Nationale-Nederlanden is de eerste maatschappij die het oude intermediairlabel ook voor het directe kanaal gaat inzetten. Dat is een grote stap en dat levert bij veel adviseurs de nodige vraagtekens op en zorgt hoe dan ook voor veel emoties. Tal van zaken zijn nog niet helder uitgewerkt door NN en we zijn veelvuldig met elkaar in gesprek. Die gesprekken verlopen kritisch maar constructief. NN is in ieder geval bereid goed naar ons te luisteren en waar nodig het beleid aan te passen. Nationale-Nederlanden stelt zich op het punt dat de klant altijd zelf moet kiezen. De vraag is echter of NN dit zelf niet onmogelijk maakt. Een klant kiest primair voor een wijze van bediening en NN moet die keuze respecteren. De waarborgen daarvoor vinden wij nog onvoldoende. Wij willen van NN daarom zekerheid krijgen dat het intermediair te allen tijde over alle producten kan beschikken die het concern bouwt. En wel op zo’n manier dat het past in zijn dienstverlening. Daarnaast moet er een zuivere nettoprijs komen en dient NN te kunnen verzekeren dat het klanten van adviseurs vervolgens niet rechtstreeks gaat benaderen.
“In het voorjaar komt NN bijvoorbeeld met een direct af te sluiten woonverzekering, waarin op dit moment geen mogelijkheid voor provisie is voorzien. NN geeft aan dat er aan het directe kanaal kosten zijn verbonden en is bereid om het intermediair een lagere prijs aan te bieden. De adviseur moet dan de beloning van zijn advies- en bemiddelingswerkzaamheden apart aan de klant in rekening brengen. Op deze manier dwing je de klant een fee te betalen op een schadeproduct. Voor veel klanten van schadeproducten is betaling van provisie die is verrekend in de premie de preferente betalingswijze. NN beperkt hiermee onnodig de mogelijkheden van de klant en ontneemt de adviseur de mogelijkheid de betalingswijze zelf af te stemmen met de klant. Bovendien is het niet mogelijk dat het intermediair zelf de incasso verzorgt. Daarover zijn we met NN dus nog niet uitgesproken.”

AFM VERSUS ADFIZ

Is Adfiz als belangenvereniging voor de leden nog wel herkenbaar, nu de voorzitter niet langer uit de financiële wereld komt en de voltallige directie – met de aanstelling van Robert-Jan van Loon op 1 augustus tot adjunct-directeur – afkomstig is van de AFM? Hartman, zelf ook afkomstig van de AFM, reageert verbaasd: “Waarom niet?” Om met een glimlach te vervolgen: “Ik weet dat deze discussie momenteel ook plaatsvindt bij het voetbal. Ook daar schijnen sommige mensen te menen dat je alleen een voetbalclub kunt besturen als je ooit zelf voetballer bent geweest. Overigens heeft Robert-Jan wel degelijk met beide voeten in de klei gestaan, hij is financieel adviseur geweest en was ook nog accountant. Hij heeft alle diploma’s op financiële planning behaald, kent alle wet- en regelgeving en weet ook wat dit voor de praktijk betekent. Bovendien heeft hij een enorm netwerk. Wat zou je dan meer willen? Beter kan toch nauwelijks? Zelf zegt hij weleens gekscherend: ik heb twee misstappen in mijn leven begaan: ik heb voor de Rabobank gewerkt en voor de AFM, maar voor de rest val ik wel mee. Maar serieus, de AFM wordt vaak gezien als vijand, maar zij zetten zich net als Adfiz in voor de kwaliteit van financieel advies. Nu zijn er twee mensen van de AFM overgestapt naar Adfiz. Dat zegt iets over het belang wat deze mensen aan zo’n vereniging hechten én aan het belang van onafhankelijk advies in Nederland. Ik heb een rotsvast geloof in het belang voor de consument van het onafhankelijk intermediair. En ik vind dat ik daar bij Adfiz nog beter aan kan bijdragen dan bij de AFM.” ■