

## Nieuwjaarsspeech Wim Heeres op Adfiz Nieuwjaarsbijeenkomst 11 januari 2018

8,25 seconden! Dat is de tijd die u mij gunt om uw aandacht te pakken. Gemiddeld dan. Ik wil niemand tekort doen.

.... Stilte schijnt overigens goed te werken.

Maar goed, 8,25 seconden. Het is korter dan de aandachtspanne van een goudvis. Die is namelijk op 9 seconden geklokt. Voor ons mensen zijn de afleidingen anno 2018 dan ook enorm. We pakken 200 keer per dag onze iPhone. 200 keer.

En kantoormedewerkers schijnen al 6,3 uur per dag te besteden aan het checken van hun email.

Dat er nog gewerkt wordt?!

Dames en heren,

Welkom bij onze Nieuwjaarsbijeenkomst. Over aandacht dus.

Aandacht, voor de klant. Dat wens ik ons als sector. Dat we veel minder met onszelf bezig hoeven zijn in 2018. En dat we ons de tijd en ruimte gunnen om al onze aandacht aan de klant te geven. Met hulp van de wetgever, toezichthouder en consumentenorganisaties. Want aandacht, oprechte aandacht, dat is 100% klantbelang.

“Maar dat spreekt toch voor zich Wim?” Ik hoor het u denken, was dat maar waar! Mag ik een paar voorbeelden geven wat onze kantoren dagelijks van het klantenwerk afhoudt?

- We implementeren nieuwe regels voor IDD, MIFID, PRIIPS en AVG
- En we zijn al dagelijks druk met wettelijke afvinklijsten en wettelijke documentatie die niemand leest.
- We kunnen ook ontzettend druk zijn met dubbele invoer in eigen systeempakket, diverse extranetten en losse adviessoftware
- En er ligt zoveel nadruk op de 3-jaarlijkse herexamens op basisniveau dat echt specialiseren in verdomhoekje terecht is gekomen

Nu stelt het ministerie voor om als koploper in Europa bij nieuwe Europese regelgeving in te zetten op harmonisatie. Dat lijkt me verstandig, dat is immers ook het gehele idee van Europese samenwerking.

En wat schetst onze verbazing? Om 5 voor 12 komt onze toezichthouder in de lucht. Of we niet toch een paar stappen verder moeten gaan. Door ook iedere consument die er niet om vraagt, verplicht nog extra te onderrichten over een slechts een beperkt deel van de totale kosten...

Ongevraagde transparantie is een heilloos idee. Want,

- 1, er is geen probleem dat hiermee opgelost moet worden.
- 2, het verstoort de verhoudingen in een prima functionerende markt.
- 3, iedere klant die het iets interesseert krijgt de informatie al, en
- 4, de rest wil gewoon eindprijzen kunnen vergelijken.
- 5, in plaats daarvan krijgen we een race to the bottom die de dienstverlening zal uithollen, en
- 6, dat wordt nog versterkt doordat iedere solidariteit uit het systeem gesloopt wordt.
- 7, het staat haaks op alle inzichten uit gedragswetenschap, en
- 8, het is goldplating die het vestigingsklimaat in Nederland verslechtert

Kortom, het werkt niet, het lost niets op, en het veroorzaakt wél nieuwe problemen. En de hoogste rekening, die komt bij de kwetsbare groepen consumenten te liggen.

Ik kan me oprecht niet voorstellen dat er één verzekeraar hier in de zaal zit die, én de waarde van advies onderstreept, én werkelijk achter dit plan staat.

Aan zulk beleid kunnen wij niet meewerken. En daarmee basta.

....

Deze discussie leidt de aandacht namelijk af van waar de klant wél beter van wordt. Van goede, nuttige, waardecreërende samenwerking in de keten bijvoorbeeld!

De tijd is er weer rijp voor als ik het landschap zo eens overzie:

- Steeds meer verzekeraars ontdekken namelijk hoe goedkoop en effectief het intermediair werkt
- En bijna alle verzekeraars onderkennen dat ze samen met de adviseur veel betere klanten en risicobeheersing hebben dan rechtstreeks
- Menig verzekeraar heeft bovendien de laatste 2 maanden bij Adfiz aangeklopt om te kijken hoe samenwerkingsvoorwaarden verbeterd kunnen worden
- En ik ervaar een grote bereidheid om veel efficiënter samen te werken via Aplaza

Keulen en Aken zijn niet in 1 dag gebouwd, maar op dit fundament moet iets moois kunnen ontstaan.

En daar gaan we in 2018 veel tijd en energie in steken. Immers, alles wat je aandacht geeft groeit.

- Daarom sparren bijvoorbeeld leden met verzekeraars in onze Ledenlabs over de vraag hoe klanten beter bediend en beschermd kunnen worden als we samen met klantdata aan de slag gaan.
- Met andere verzekeraars praten we over de klantreis en hoe tijdens die reis steeds de juiste balans te bewaken tussen zelfwerkzaamheid en bescherming. In die gesprekken is overeenstemming dat er veel situaties zijn waarin het gewoon beter voor een klant is als een

adviseur meekijkt, meedenkt, mee in de gaten houdt. En dat die adviseur voor de klant dus nooit meer dan een 'klik' verwijderd mag zijn.

- En samen met het Verbond onderzoeken we de mogelijkheden en uitdagingen van fintech door technische efficiëntie te koppelen aan de menselijke waarde.

Ik voorspel dat hoe beter we die samenwerkingen op de rit krijgen, hoe beter dat voor de klant is. Zowel aanbieder als adviseur kan dan ook weer de volledige aandacht aan zijn **core-business** geven.

Het is zo simpel: de adviseur adviseert, de verzekeraar verzekert en de bank financiert.

Ik zie adviseurs die rol oppakken. Er zijn steeds meer collega's die de productoplossingen naar de achtergrond schuiven.

Hun dienstverlening bestaat uit financiële planning. Of uit risicomangement. Ze hebben een feilloos oor en oog voor de ware behoeften van klanten. En bieden een ongekend breed adviesrepertoire.

Ik ben ervan overtuigd dat dit precies de beweging is die het meeste gaat bijdragen aan onze reputatie. Die de vertrouwenscijfers nog verder kan laten doorstijgen.

Er is bovendien een nog opportunistischer reden om de beweging te omhelzen. Want waar robots beter en sneller producten gaan vergelijken en gaan matchen met gemiddelde klantbehoeftes, wordt de waarde van ons mens-adviseurs nog eens extra duidelijk op inleving, doorvragen en luisterend vermogen.

Tegelijk besef ik dat het voor velen een ontdekkingsreis is. Zijn velen van ons immers niet ooit het vak in gerold omdat we juist goed waren in de techniek van het verzekeringsvak?

Ook verzekeraars hebben hun uitdagingen als het op hun core-business aankomt.

Veel leden worstelen met de verschraving van het aanbod. Risico's concentreren zich bij slechts een handvol verzekeraars en premies stijgen fors. Zowel provinciaal als op de beurs. Sommige bedrijfstakken zijn al praktisch onverzekerbaar.

Taxi's, Autoverhuurbedrijven, Veetransport, Recycling bedrijven. Dat zijn toch geen rare exoten? Ik maak me daar zorgen over. En gelukkig hoor ik ook steeds meer verzekeraars die zich daar zorgen over maken.

Dit is typisch een vraagstuk dat we gezamenlijk moeten oppakken. Daarom hebben we het thema vorig jaar op de agenda gezet. Ik ga hier met de verzekeraars in 2018 absoluut verder mee aan de slag.

..... En ik ga ook weer met de banken aan de slag,

In het Platform Maatwerk wordt met de overheid gewerkt aan oplossingen voor de woningmarkt. Vorig jaar heeft een overweldigende respons van adviseurs geleid tot goede maatregelen voor starters en senioren. Op dit moment loopt een nieuwe enquête van het ministerie van Binnenlandse Zaken. Ik roep iedereen op opnieuw mee te doen! Dat helpt bepalen welke knelpunten dit jaar opgepakt gaan worden op de hypotheekmarkt.

Maar vandaag is er dus al meer ruimte voor explain en maatwerk en dat is een heel goede zaak. Ik roep hypotheekverstrekkers op om vanaf nu ook verder te kijken dan de makkelijkste en meest veilige hypotheek.

Door een commerciële of compliance bril kan ik de aarzeling trouwens prima begrijpen hoor. Maar de maatschappelijke ambitie van ons als financiële sector reikt toch verder dan dat? Wij voelen een grote maatschappelijke verantwoordelijkheid. Dagelijks. En ik weet dat ik dan ook namens anderen in de sector spreek.

Wij maken het ondernemen mogelijk, wij helpen risico's te managen en beheersbaar te houden, zakelijk en particulier, we helpen mensen hun financiën op orde te houden en we bieden gemoedsrust voor onvoorziene omstandigheden.

.... Ik wil daar één mooi voorbeeld uit eigen keuken bij noemen. Alweer bijna twee jaar geleden stonden collectiviteiten in de zorg onder grote politieke druk. De politiek wil niet dat de ene klant de korting van de andere klant betaalt.

Een fair uitgangspunt.

Maar juist goede collectiviteiten kunnen met zorginhoudelijk maatwerk helpen de zorg- en verzuimkosten te beheersen. Die uitdaging hebben wij opgepakt en in een gedragscode vervat. De beste oplossingen van het net afgelopen seizoen gaan we delen.

Want ook zó kunnen we de waarde van advies laten zien.

Beste mensen,

Ik ga afronden. Met een laatste hart onder de riem, en met een diepgewortelde hoop.

Ik kan dit jaar natuurlijk niet inluiden zonder stil te staan bij de nieuwe, aangescherpte privacy regels. De AVG heeft veel impact op onze branche. Dat zien we, dat horen we, en wij helpen adviseurs daar natuurlijk intensief bij.

We zijn als Adfiz al een tijd druk om de regels naar onze praktijk te vertalen. Samen met een groep leden. Vanmiddag nog heeft onze specialist Bettie Hoogsteen velen van u hierover bijgepraat. We komen met uitgebreide ondersteuning, zoals je dat van een branchevereniging mag verwachten.

Wat misschien niet per se leuk is, maken we daarmee makkelijker. Ja, dat klinkt als de belastingdienst.

En daarmee kom ik bij mijn diepgewortelde hoop. Ik hoop namelijk dat we in 2018 eindelijk serieus in gesprek gaan over de fiscale aftrekbaarheid van advieskosten. Keer op keer blijkt financieel advies onmisbaar om mensen in beweging te brengen. En te houden. Los van alle andere voordelen die advies een klant opleveren, zou juist dit gegeven reden genoeg moeten zijn om advies fiscaal voordeliger te behandelen. Zodat we als samenleving onderstrepen hoe belangrijk advies is.

Als laatste zou ik mij kunnen voorstellen dat de overheid besluit de assurantiebelasting weer terug te brengen tot een niveau wat in heel Europa gebruikelijk is, ik denk aan een 7%.

Daarmee geven zij de burgers in Nederland een interessante koopkracht verbetering.

Is dat geen mooi voornemen voor het nieuwe jaar?

Dank u wel.