

Dromen.

...

Al sinds eeuwen proberen mensen de betekenissen en de symboliek van dromen te doorgronden.

Zo geloofden ze in het oude China dat elke droom iets onthulde over iemands gezondheid, zijn mentale of fysieke toestand, of wat er zou komen.

De boeddhistische Tibetanen beschouwden dromen als een vorm van communicatie met diepere werelden van henzelf, als een bron van spirituele kennis en als leidraad voor het dagelijks leven.

Sigmund Freud wijdde een heel boek aan dromen, *Die Traumdeutung*, waarin hij stelde dat dromen boodschappen zijn uit het onderbewuste, die ons helpen om gebeurtenissen te verwerken.

En een inmiddels in opspraak geraakte Nederlandse zanger beweerde dat de meeste dromen bedrog zijn. Dáár ben ik het overigens absoluut niet mee eens. Sterker nog, ík weet, wíj – adviseurs – weten, dat het niet zo is. Want dromen hoeven allesbehalve ongrijpbare en onbereikbare toekomstvisioenen te zijn.

Maar je moet ze wel durven bekijken, ze willen wikken en wegen en de confrontatie ermee aangaan. Want een droom zonder plan blijft een droom. Met een plan wordt het een doel. Met andere woorden, je moet de moed hebben om de dromen die je hebt, ook écht te willen najagen. Wat dat betreft ben ik helemaal mee met Walt Disney die zei: “Als je het kunt dromen, kun je het ook doen!”

...

Dames en heren, van harte welkom bij dit lustrumevent. Een middag waarop we vieren dat het 115 jaar geleden is dat financieel adviseurs zich verenigden.

Om van elkaar te leren. Om elkaar te inspireren. Om als beroepsgroep dingen voor elkaar te krijgen. Om klanten veiligheid en zekerheid te bieden. En vooral, om klanten te helpen bij het verwezenlijken van hun dromen. Want dát, dames en heren, is wat we in essentie doen. En dát is ook waar mensen – vaak zonder het zelf te beseffen – écht behoefte aan hebben.

...

Want dromen verwezenlijken, dat vinden veel mensen maar lastig. Of het nu gaat om een carrièreswitch, emigreren naar het buitenland, het verduurzamen van de eigen onderneming, een woning kopen, een bedrijfsovername, eerder stoppen met werken, aan een gezin beginnen. Wat dan ook!

Mensen schuiven het vaak voor zich uit. Omdat ze bang zijn, bang voor het grote onbekende. Of omdat ze denken dat hun droom toch niet waargemaakt kan worden omdat ze er de middelen niet voor hebben. Maar ook omdat ze niet eens beseffen dat ze diep van binnen een wens, een droom hebben. Daardoor blijven mensen hangen in hun eigen – vaak nergens op gestoelde – overtuiging dat iets niet kan. Hoe zonde is dat?

Want als je ouderen vraagt waar ze spijt van hebben dan is dat van de dingen die ze niet hebben gedaan. De dromen die ze niet hebben nagejaagd en verwezenlijkt. Omdat ze niet durfden. Omdat het er het moment niet naar was. Of omdat ze dachten dat het – om wat voor reden dan ook – niet kon.

Waar ze geen spijt van hebben, zijn de dromen die ze wél hebben nagejaagd, maar die niet zo uitpakten als gehoopt of die mislukten. Zelfs als ze faliekant mislukten.

...

Wij adviseurs weten al lang dat de waarde van ons advies niet alleen van materiële, financiële aard is. Maar dat de waarde van financieel advies vooral ook op immaterieel vlak doorwerkt. Iets wat doctor Fred de Jong ook al concludeerde in zijn onderzoek naar de waarde van advies. Wij kunnen namelijk veel meer helpen waarmaken dan de buitenwereld beseft. En die té onderbelichte kant van ons vak, daar mogen we best wel wat meer aandacht aan schenken.

Want ik weet niet hoe het met u zit, maar voor mij is het juist dát aspect van het financieel adviesvak dat ons beroep zo mooi maakt. Dáár haal ik mijn voldoening uit. Dát is wat wij de maatschappij te bieden hebben. Over zingeving en betekenis gesproken!

...

Als voorzitter van Adfiz spreek ik veel ondernemers uit onze sector. En dan hoor ik regelmatig hoeveel moeite ze hebben om nieuwe, jonge collega's te vinden en te behouden.

Want jongeren vinden het steeds belangrijker om een baan te vinden en een vak uit te oefenen, waarbij ze een positieve verandering teweeg kunnen brengen. Waarbij ze waarde kunnen toevoegen en dienstbaar kunnen zijn aan hun medemens of een ander groter doel. Purpose noemen ze dat. Zingeving en betekenis, noemde ik dat zojuist.

Zo zien we ondernemers die zich in allerlei bochten wringen om programma's en initiatieven uit te rollen waarbij naast het gewone werk ook ruime aandacht is voor maatschappelijke issues, een goed doel. En begrijp me niet verkeerd; dat juich ik ook van harte toe en daar moeten we als financieel adviesbedrijven vooral ook mee doorgaan.

Het is trouwens ook iets dat in het dna van financieel adviseurs zit. Want financieel adviseurs zijn al 115 jaar intens verbonden met de mensen uit de lokale gemeenschappen waartoe ze behoren. Door plaatselijke verenigingen te sponsoren dragen we bij aan de groei en ontwikkeling van die lokale gemeenschappen.

Maar wat we niet mogen vergeten is dat ons vak zelf, datgene wat we dag in dag uit de hele dag doen, ook een en al purpose is.

Wij maken allemaal dagelijks het verschil door onze klanten te helpen hun dromen uit te laten komen. Niet alleen met financiële adviezen en producten, maar ook door naar ze te luisteren, vragen te stellen, angsten en belemmeringen in kaart te brengen, zaken op een rijtje te zetten, hun diepere wensen op tafel te krijgen en ze een pad te tonen waardoor ze hun dromen ineens wél kunnen verwezenlijken. Of waardoor ze ineens wél weer van een goede nachtrust kunnen genieten.

Als ik dát verhaal vertel aan jongeren die zich aan het oriënteren zijn op een studie of op de arbeidsmarkt, dan zie ik dat dat landt. Dan zie ik dat ze beseffen wat voor impact ze kunnen hebben op de maatschappij als ze kiezen voor het financieel adviesvak. En dat vervult me met trots. Trots op ons vak en op wat wij, adviseurs, teweeg kunnen brengen.

...

En let op mensen: dat doen we niet alleen. Dat kunnen we ook niet alleen. Dat doen we samen met al die banken, verzekeraars en serviceproviders waarmee we intensief samenwerken. Want voor het realiseren van veel van de wensen en dromen die mensen hebben, zijn financiële oplossingen nodig. Oplossingen die banken en verzekeraars in elkaar sleutelen.

En natuurlijk is er niet overal direct een oplossing voor. Maar de meeste aanbieders ken ik als betrokken partijen die er, net zoals wij, écht willen zijn voor hun klanten. Ook zij ervaren het juk van zware regelgeving en technische bottlenecks. Maar ook zij beseffen dat ze een cruciale rol spelen binnen de maatschappij. En dat ze er samen met ons voor moeten zorgen dat we die rol blijven houden. Niet voor eigen gewin, maar voor de consument. Zodat die – met onze hulp – van een goede nachtrust kan blijven genieten en zijn dromen kan blijven najagen.

...

Tot slot. Ik had het eerder over de betrokkenheid die financieel adviseurs hebben en voelen bij wat er om hen heen gebeurt; de maatschappelijke issues, de goede doelen. En hoe belangrijk het is om daarmee door te gaan, omdat de impact die daar van uit gaat enorm is en écht het verschil kan maken. En dan maakt het niet uit hoeveel geld, tijd en aandacht we erin stoppen, als we het maar doen vanuit een diepgevoelde en diepbeleefde overtuiging.

In het filmpje dat u zodadelijk gaat zien, vertellen vier Adfiz-leden hoe ze die overtuiging hebben omgezet in daden. Waarom ze dat doen. En wat ze ermee willen bereiken. En ik wil duidelijk zijn: dit zijn slechts vier voorbeelden. Maar ik weet en u weet dat deze zaal hier vol zit met ondernemers die stuk voor stuk hun steentje bijdragen aan een betere, mooiere maatschappij. En daar wil ik jullie allemaal hartelijk voor bedanken.

Ik wens u een mooie middag.