DE WAARDE VAN ADVIES

ADVISEURS MOETEN CONSUMENTEN PER 1 JULI 2024 VÓÓR HET AFSLUITEN VAN EEN NIEUW CONTRACT INFORMEREN OVER DE DIENSTVERLENING DIE ZE VAN HUN ADVISEUR MOGEN VERWACHTEN EN DE HOOGTE VAN DE PROVISIE. DE BEDOELING VAN DE WETGEVER IS DAT CONSUMENTEN ZO BEWUSTER KIEZEN WELKE SERVICE ZIJ VAN HUN ADVISEUR WENSEN EN ZODOENDE METEEN WETEN WAAR ZE HUN ADVISEUR OP MOGEN AANSPREKEN. OM DIT TE BEREIKEN DIENEN CONSUMENTEN ZICH BEWUSTER TE WORDEN VAN HET FEIT DAT ZIJ PROVISIE BETALEN, HOEVEEL DAT ONGEVEER IS EN DAT DAAR EEN BEPAALDE DIENSTVERLENING TEGENOVER STAAT. ALDUS HET MINISTERIE.

TEKST **ENNO WIERTSEMA, DIRECTEUR ADFIZ**

Zoals bekend heeft de totstandkoming van de regels voor actieve transparantie nogal wat voeten in de aarde gehad. In eerste instantie sorteerde toenmalig minister van Financiën Hoekstra voor op transparantie in de fase vóór het advies en voor zover het de kosten betrof op een percentage of gemiddeld bedrag. Vervolgens draaide de minister en kondigde aan te kiezen voor exacte, nominale provisiebedragen per product. Daar kwam veel kritiek op; van ons, maar ook vanuit de hoek van intermediairverzekeraars, de Kamer en de wetenschap. Daarop besloot Hoekstra besluitvorming op dit dossier over te laten aan zijn opvolger op het ministerie, Sigrid Kaag. Zij luisterde wel naar de zorgen over onuitvoerbaarheid van de door haar voorganger voorgestelde transparantieregels en creëerde de mogelijkheid om ook op basis van een fijnmazig gemiddelde transparant te zijn op een moment dat het past in het contact van een adviseur met zijn klanten. Een open norm die het voor iedereen uitvoerbaar maakt.

Blessing in disguise?

DUIDELIJKHEID

Hiermee is er na vele jaren duidelijkheid gekomen over wat er van bemiddelaars, adviseurs én direct writers verwacht wordt. Maar belangrijker nog is dat we nu – *als* het echt uitpakt zoals de wetgever voor ogen heeft – eindelijk kunnen gaan ervaren of en hoe deze nieuwe regeling ervoor gaat zorgen dat consumenten beter gaan snappen wat de waarde van advies is. Dat bedoel ik niet cynisch; dat hoop ik oprecht. Want hoe mooi zou het zijn als consumenten de meervoudige waarde van financieel advies gaan inzien. En als ook regelgevers, toezichthouders, consumentenorganisaties en andere stakeholders eindelijk doordrongen worden van het feit dat financieel advies het publieke belang dient. En dat financieel adviseurs het financieel gedrag van consumenten en bedrijven kunnen helpen verbeteren. En dat daardoor gezien wordt hoe wezenlijk advies bijdraagt aan het realiseren van financiële zelfredzaamheid en het verminderen van financiële kwetsbaarheid. Wat een *blessing in disguise* zou de nieuwe regelgeving dan blijken.

WAARDE

Wij weten namelijk dat de waarde van financieel advies niet alleen in geld is uit te drukken, maar dat juist ook de immateriële waarde van financieel advies bijdraagt aan de ontwikkeling van brede welvaart. Iets wat Fred de Jong, onderzoeker en associate lector aan de HAN University of Applied Sciences, in 2021 al concludeerde. Destijds zei hij daarover: “De waarde van advies is te definiëren als de persoonlijke opbrengst van financieel advies via meervoudige waardecreatie. Dat kan zowel in materiële als in immateriële zin zijn. Meer buffers voor later, lagere financieringskosten, betere beheersing van risico’s, goede dekking of een lagere premie zijn materiële opbrengsten van financieel advies. Een betere nachtrust, een goed gevoel, je droom kunnen realiseren of een onbezorgd leven vormen de immateriele waarde.”

‘De meerwaarde van de adviseur is van onschatbare waarde’

Wat wij ook weten en dagelijks in het contact met klanten ervaren, is hoe waardevol het voor consumenten is dat ze kunnen bogen op een specialist die met hen meekijkt. Die het hele plaatje in ogenschouw neemt en ook de ongevraagde adviezen geeft. Die hen dat o zo belangrijke zetje kan geven om nu wel in beweging te komen én te blijven. Ook als dat niet de initiële vraag was waarvoor de consument aan tafel schoof bij de adviseur. De meerwaarde die de adviseur op zo’n moment kan bieden is van onschatbare waarde. Ik verheug me op de tijd dat dit door alle stakeholders ook zo erkend wordt. ■