

# Adfiz

MAGAZINE

2021  
# 15

‘Jongeren komen pas in actie als ze weten dat ze geld laten liggen’

Suzanne Dölle, Youngworks

‘Ik leer graag van meer ervaren musici’

Dirigente Elim Chan

‘Risico’s bij een coronatestraat zijn nog onontgonnen gebied’

Michel van Hunen, VvAA

# JONG



# Rechtsbijstand adviseren aan uw klanten?

**Op het ARAG Marketing Portaal vindt u alles wat u nodig heeft en meer!**

Goed advies begint bij goede informatie. Daarvoor bieden wij u het ARAG Marketing Portaal. Dit is een online omgeving waar u alles vindt om rechtsbijstand onder de aandacht te brengen bij uw klanten. Zoals verkoopbrieven, juridische informatie, klantverhalen en nog veel meer.

U vindt hier ook informatie over evenementen die door ARAG Rechtsbijstand worden georganiseerd. En bij de ARAG Academy kunt u zich eenvoudig inschrijven voor onze trainingen.

Het ARAG Marketing Portaal wordt regelmatig aangevuld met nieuwe informatie. Kijk dus snel op **[www.arag.nl/marketingportaal](http://www.arag.nl/marketingportaal)**.

*Nog geen inlog? Vraag deze aan via [www.arag.nl/intermediair](http://www.arag.nl/intermediair).*



juridisch  
probleemoplossers



# Luisterend oor

'Jong' hebben mijn communicatiecollega's van het Adfiz-bureau gekozen als thema voor dit nieuwe magazine. En ik zal je zeggen, daar ben ik blij mee. In mijn speech tijdens de Adfiz Nieuwjaarsboodschap stipte ik al aan dat onze branche behoefte heeft aan jong talent met frisse en innovatieve ideeën. Iets wat we overigens al jaren willen en roepen, maar waarin we – om het diplomatiek uit te drukken – weinig succesvol zijn.

Nog teveel kleeft er aan onze branche een beeld van oude mannen met grijze pakken in stoffige kantoren. Een beeld dat overigens al lang niet meer klopt; we zijn namelijk ook een innovatieve, wendbare branche die midden in de samenleving staat en waarin ook steeds meer (jonge) vrouwen succesvol zowel kleine als grote advieskantoren bestieren.

En toch loopt de arbeidsmarkt nog niet echt warm voor onze bedrijfstak; daar moet verandering in komen. Nu écht! Dus in plaats van weer met een aantal – overigens uiterst gemotiveerde en welwillende – 'oudgedienden' plannen maken over hoe we het tij kunnen keren, stel ik een nieuwe aanpak voor. Niet meer praten over of tegen jongeren, maar mét hen en naar ze luisteren. Dus ben je, pak 'm beet, maximaal 25, student of 1 à 2 jaar werkzaam in de branche (of daarbuiten) en heb je ideeën over hoe we je generatiegenoten kunnen enthousiasmeren voor dit vak? Neem dan contact op met het Adfiz-bureau en laat het me weten. Dat geldt trouwens ook als je een 'oudgediende' bent: heb je jonge medewerkers in dienst, motiveer ze dan om hierover met ons in gesprek te gaan. Ik ben een en al luisterend oor!

Voor nu wens ik je veel leesplezier met dit nieuwe Adfiz Magazine.

Roger van der Linden - voorzitter Adfiz

## COLOFON

2021 #15

**Meer waarde met Adfiz**

Belangenbehartiging Kennis Kwaliteit

Uitgever: Adfiz

Contactgegevens: Stadsring 201, 3817 BA Amersfoort,  
Postbus 235, 3800 AE Amersfoort,  
033 - 46 43 464, info@adfiz.nl

Redactie: Adfiz en Bureau Bax, www.bureaubax.nl

Eindredactie en coördinatie: Bureau Bax

Aan dit nummer werkten mee: Iris Borst, Ben van der Burg,

Wilco van Dijen, Erik Kampherbeek, Maurice de Laat,

Sanna Leupen, Willeke Machiels, Melle Veltman

Cover fotografie: Eric Kampherbeek

Covermodel: Sam ter Linden



Oplage magazine: 1.500 (controlled circulation)

Acquisitie: Elma Media B.V. (Silvèr Snoek: s.snoek@elma.nl)

Grafische vormgeving en druk: Elma Media B.V.

Marktvisie: Deze pagina's vallen niet onder de verantwoordelijkheid van de redactie.

Rechten: Niets uit deze uitgave mag geheel of gedeeltelijk worden overgenomen zonder schriftelijke toestemming en bronvermelding van de uitgever.

- 1** | Roger van der Linden wil verjonging  
Voorwoord
- 4** | Frank de Haas regelt hypotheek voor jongere met flexcontract  
Voor de klant
- 6** | 'Jongeren niet te vroeg bestoken met boodschappen'  
Interview Suzanne Dölle, Youngworks
- 11** | Infographic
- 12** | 'Adviesvak weer aantrekkelijk maken'  
Opleiding Finance, Tax, Advice
- 17** | 'Je hebt oude jongeren en jonge ouders'  
Column Ben van der Burg
- 20** | 'Ik leer graag van musici met meer ervaring'  
Interview dirigente Elim Chan
- 26** | 'Jongeren regelen het liefst alles online, of toch niet?'  
Discussie
- 28** | Meerjarenplan geeft richting en keuzes  
Visie
- 30** | Met Michel van Hunen (VvAA) naar de coronateststraat  
Praktijk
- 34** | Carola Wijkamp-Hermesen van ARAG helpt ondernemers met rechtsbijstand  
Aan tafel
- 36** | Brandon Schotanus was 23 toen hij het familiebedrijf overnam  
Spiegel
- 39** | Nieuws en ledenvoordeel  
Uitgelicht





JONGE DIRIGENTE AAN INTERNATIONALE TOP  
20



34 UITGEBREIDER  
ADVIES OVER  
RECHTSBIJSTAND



28 WAT STAAT DE  
BRANCHE TE  
WACHTEN?



WELKE RISICO'S KLEVEN AAN  
EEN CORONATESTSTRAAT?  
30



'KLANTEN WAARDEREN ONZE  
PERSOONLIJKE AANPAK'  
36

# ‘Ik wist zeker dat de lening verantwoord was’

Tekst Sébastien Wulms  
Beeld Maurice de Laat

**Je bent jong, hebt een beperkt budget, woont samen met een partner die flexwerker is en je betaalt je blauw aan de huur van je woning. Dan is kopen aantrekkelijk, maar zo’n koopwoning is voor jongeren vaak een onmogelijke zaak. Of toch niet?**

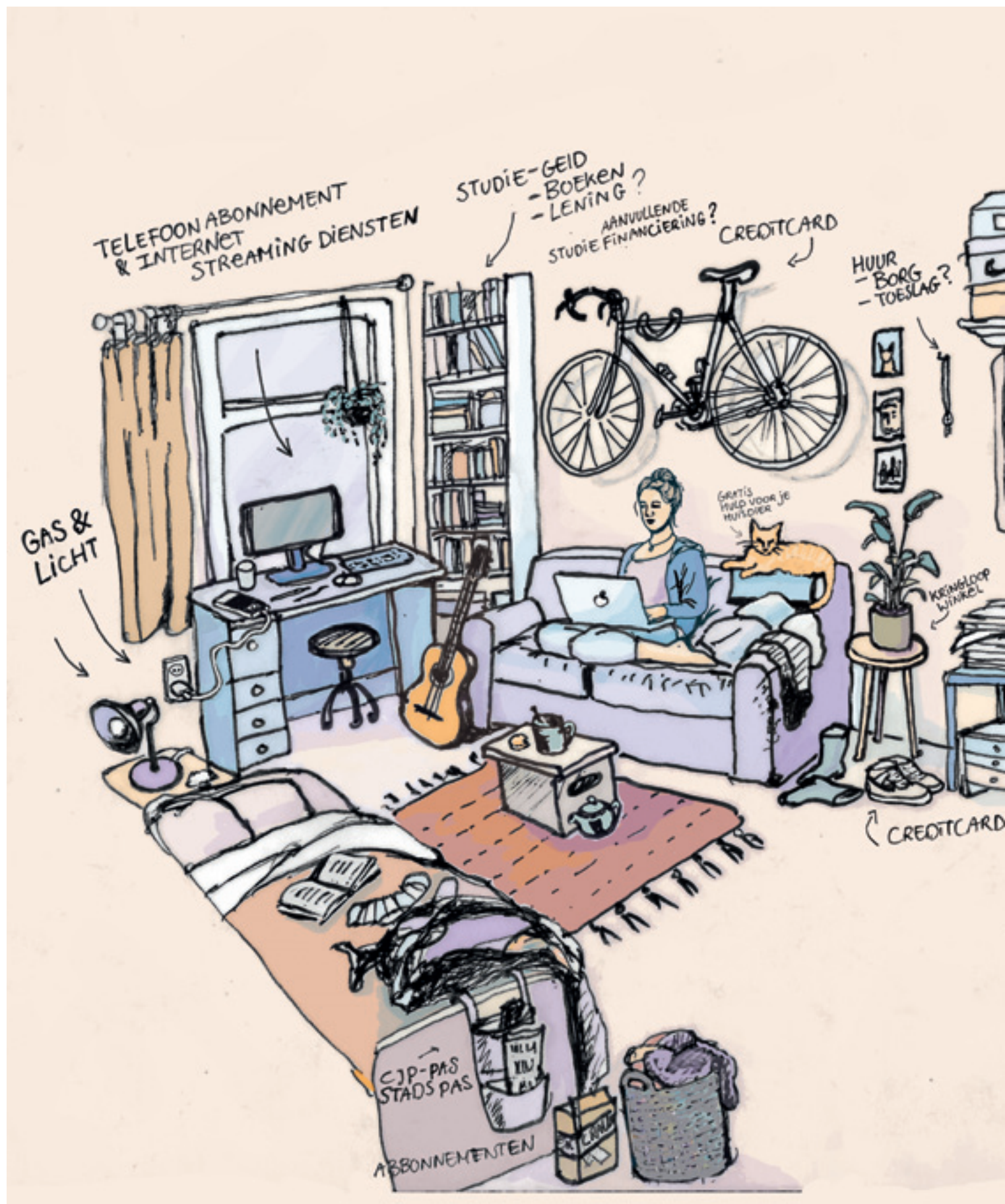
Een stel van begin twintig waarvan de vrouw als flexwerker werkzaam is, wilde weten óf, en hoeveel ze konden lenen voor een koopwoning. Ze riepen hierbij de hulp in van de adviseur van hun (schoon)ouders, Adfiz-lid Frank de Haas van De Haas Advies uit Best. Een complicerende factor was dat de vrouw tot voor kort in het buitenland werkte. De Haas: “Bij een hypotheek voor een flexwerker mag je je baseren op Nederlandse jaaropgaven van voorgaande jaren. Maar die waren er niet. En omdat ze voor slechts twaalf uur per week een vast contract had en er geen woningen op de markt waren die binnen het beperkte budget pasten, leek het een onmogelijke opgave.”

Totdat bekend werd dat in Best sociale koopwoningen werden gebouwd die net haalbaar waren voor het jonge stel. Maar die werden vrij ‘kaal’ opgeleverd. “Om de woning bewoonbaar te maken, was extra geld nodig”, vertelt De Haas. “Verder gold als voorwaarde dat bij een verkoop in de eerste tien jaar na aankoop, de woning voor maximaal het aankoopbedrag mocht worden verkocht. Dus alles wat je er extra in stopt, verdampt als de woning binnen die tien jaar wordt verkocht.”

Nadat De Haas de ouders van de man had bijgepraat over de risico’s van financieel bijspringen, zorgen daarover had weggenomen, geminimaliseerd en verzekerd, leek niets een koop meer in de weg te staan.

“Terwijl ik alles rond aan het maken was, werd ineens haar flexcontract opgezegd. Gelukkig had ze heel snel een nieuwe baan, maar de bank wilde eerst meer duidelijkheid over haar toekomstperspectief. Ik was ervan overtuigd dat de lening verantwoord was: het was een serieus stel en ondanks hun geringe inkomsten hadden ze zelf voldoende gespaard voor de notaris- en advieskosten.” Het lukte De Haas om ook de bank hiervan te overtuigen. “De blijdschap van die twee toen ik ze belde dat het gelukt was; daar doe ik het allemaal voor.”





# ‘Jongeren leven in het hier en nu’

Tekst Melle Veltman  
Beeld Sanna Leupen

Vanaf een jaar of 18 worden jongeren ineens om de oren geslagen met geldzaken. Hoe zorg je ervoor dat ze hun studiebeurs of zorgverzekering goed voor elkaar hebben? Hou het simpel, neem de angst weg en verwacht niet te veel van influencers, vertelt Suzanne Dölle van onderzoeks- en adviesbureau Youngworks.

Dé toverformule om jonge mensen te bereiken? “Die bestaat niet”, verkapt Suzanne Dölle alvast. Bij Youngworks doet ze niet alleen onderzoek naar jongeren en jongvolwassenen. Ook adviseert ze instellingen en bedrijven, van scholen tot banken en van media tot ministeries over hun communicatie met jongeren. Dat jongeren een lastige doelgroep vormen, weet Dölle als geen ander. “Als kinderen nog jong zijn, tot een jaar of 12, zijn hun interesses vrij homogeen. Met influencers als Dylan Haegens of Enzo Knol, zit je dan altijd wel goed. Maar naarmate ze ouder worden, gaat de identiteit zich vormen.” Het gevolg is een zeer gefragmenteerde doelgroep. “Influencers zijn heel krachtig, maar wel voor een bepaalde groep. De een haát een bepaalde influencer, de ander kan zich er helemaal aan spiegelen. En er zitten ook nog veel buitenlandse helden tussen. Die kun je niet even makkelijk voor je Nederlandse campagne inzetten.”

## Kansen laten liggen

Voor instellingen en bedrijven is dat lastig. Zij willen jongeren maar al te graag bereiken. Niet in de eerste plaats



omdat er geld te halen valt, maar vooral omdat jonge mensen kansen laten liggen. “Zeker het achttienjaarmoment is heel belangrijk. Daarna zie je dat sommige jongeren de boot missen, als het om financiële zaken gaat.” Met name de mbo-doelgroep heeft het moeilijk, ziet Dölle. “Op papier hebben hbo’ers en wo’ers door hun studielening ook veel schulden. Maar mbo’ers hebben vaker schulden bij anderen. Ze hebben minder vaak een sociaal vangnet of buffer vanuit huis waar ze op terug kunnen vallen.”

Vooral jonge mbo’ers die op zichzelf wonen, hebben het financieel zwaar. “Bij zelfstandig wonen komt veel kijken, maar ze hebben geen idee wat dat allemaal precies is. Pas als ze uit huis zijn, zien ze bijvoorbeeld dat je ook gas, water en licht moet betalen bovenop de huur.”

Een ander probleem: zo’n 25 procent van de jongeren die recht hebben op een aanvullende studiebeurs, omdat hun ouders te weinig verdienen, vragen deze beurs niet aan. “Jongeren zijn vaak niet vaardig genoeg om erachter te komen hoe ze aan meer geld of inkomsten kunnen komen. Ze laten veel liggen.”

Denk ook aan zorgtoeslag. “Vanaf hun achttiende moeten ze natuurlijk zelf een ziektenkostenverzekering afsluiten. Dat vergeten ze. Of ze nemen dezelfde verzekering als hun ouders. Ook als die een handicap hebben met zware fysiotherapie. Zo betalen ze een veel te hoge premie.”

### Van yolo tot vergissing

Voor een incassobureau dook Dölle in de groep jongeren met schulden. “Het viel me op dat een deel van de jongeren gewoon slordig is. Ze wonen bijvoorbeeld niet meer thuis, maar krijgen een rekening op het adres van de ouders en die hebben de rekening een half jaar ongeopend laten liggen en daarna is ie zoekgeraakt.” Een ander deel van deze groep belandt in de schulden door een ingrijpendere levensgebeurtenis. “Ze zijn het huis uitgezet, zijn gestopt met een studie, maar vergeten bijvoorbeeld om hun ov-kaart stop te zetten. Dat loopt enorm snel op, terwijl hun beurs is wegge gevallen.” En dan is er tot slot ook nog de beruchte yolo-instelling. “Van die jongeren die volop lenen, meerdere creditcards hebben en AfterPay gebruiken. Ze zeggen: ik ben maar één keer jong. Ik wil gewoon lekker leven, uit kunnen gaan en leuke dingen kopen.” Geld is vriendschap, merkt Dölle in gesprek met jonge mensen. “Doordat je geld hebt, kun je leuke dingen doen. Uit eten, concerten, festivals: het is een belangrijk bindmiddel. Als je geen geld hebt, ben je ook verstoken van je sociale contacten.”

### Brandmerken

Het niet hebben van geld zorgt soms voor schaamte. Dat bleek toen Youngworks onderzoek deed naar de zogeheten stadspas. Met deze kaart kunnen Amsterdammers die moeilijk rondkomen bijvoorbeeld gratis naar bioscoop of zwembad. In andere Nederlandse gemeenten kennen ze soortgelijke initiatieven. Een mooi idee, maar sommige jongeren ervaren het als een ‘pauperpas’. “Die schaamte speelt jongeren parten. Dan moet je met je ‘pauperpas’ in de rij bij de stadspasentree. En je vrienden staan gewoon bij de betaalde entree. Dat ga je niet doen, toch?”

Met de stadspas kun je in Amsterdam ook een tour door de Arena of gratis hulp voor je huisdier krijgen.



‘Ze komen pas in actie als ze horen dat ze geld laten liggen’

“Maar jongeren maken er weinig gebruik van. Dat komt soms ook door onwetendheid. Dan moet je eerst naar zo’n website en dan pas zie je wat je kunt doen. Dat vraagt wat energie en die stoppen ze er niet in.”

Als ander voorbeeld noemt ze een mbo-school die een financieel inloopspreekuur had. “Dat heette dan FIS. Dan moest je wachten op een stoel in een open ruimte voor je aan de beurt was. Op de deur stond met grote letters FIS: zo kon iedereen zien dat je in de financiële problemen zat.” Hoe het dan wel moet? Net als bij de stadspas, moet je uitkijken dat je mensen niet brandmerkt. Zo’n stadspas kan bijvoorbeeld beter bij de gewone entree op de mobiele telefoon gescand worden, vindt Dölle. “Weten die vrienden van jou dan veel.”



En het financieel inloopspreekuur? Dat heeft inmiddels een andere naam gekregen: 'cash coach'. "Een spreekuur klinkt erg medisch. Alsof je aan tafel moet zitten met iemand die je even komt vertellen dat je het echt anders moet doen. Iemand die je gaat coachen, dat heeft een hele andere insteek."

### Verliesaversie

Door dingen anders te framen, kun je volgens Dölle een hoop schaamte ondervangen en interesse opwekken. "Met een coach voelt het ineens heel legitiem om te kijken waar je geld laat liggen en wat je kunt doen om je inkomsten te vergroten. Dat draait meer om het samen doen." Eenzelfde patroon zag ze tijdens onderzoek voor

'Al die  
gezonde  
geldboodschappen,  
daar slaan  
ze niet op  
aan'

de gemeente Utrecht. "We zagen dat jongeren niet in beweging komen als je ze van tevoren vertelt: je moet geld sparen en je moet niet roodstaan. Al die gezonde geldboodschappen, daar slaan ze niet op aan. Dan zeggen ze: düh, dat weet ik heus wel!"

"Ze komen pas in actie als je ze vertelt dat ze geld laten liggen. Als je ze vertelt dat een vriend of vriendin die zorgtoeslag wel krijgt." 'Loss aversion' of verliesaversie, heet dat. "Daar draait ook de PostcodeLoterij op. Het doet pijn als het bedrag op jouw postcode valt en je hebt geen lot."

Daarnaast is 'social proof' van belang. Jongeren die financieel in de knel zitten, zoeken sneller hulp als er bewijs is dat ze zeker niet de enige zijn. "Geef daarbij ook aan dat er licht is aan het einde van de tunnel. Door stress komen jongeren in een vicieuze cirkel en komen ze niet meer in actie."

Daar komt bij dat schaamte ervoor zorgt dat mensen hun problemen soms niet eens erkennen. "Door cognitieve dissonantie denken ze: zo erg gaat het met mij nog niet, mijn vriendin staat nóg erger rood. Staat niet iedereen rood?"

### Niet met hagel schieten

Overigens gaat Youngworks niet met iedereen om tafel. Uitgangspunt is dat het advies aan instellingen en bedrijven ten goede komt aan de jongeren. "We zijn wel eens gebeld door fabrikanten van frisdranken, maar dat doen we niet. Om over sigaretten nog maar te zwijgen." Wat Dölle vaak ziet misgaan bij opdrachtgevers? "Instellingen benaderen jongeren soms veel te vroeg. Maar jongeren leven in het hier en nu. Als je boodschappen gaat zenden op hun vijftiende of zestiende, dan zijn ze dat al lang vergeten als ze achttien zijn."

Verder schrijven instellingen die ze tegenkomt vaak teksten waar zelfs volwassenen moeite mee hebben. Maar een overheid die met jongeren gaat communiceren in straattaal? "Dat vinden ze al helemaal verschrikkelijk. Hou het simpel. Opdrachtgevers denken vaak dat jongeren heel bewust over geldzaken nadenken. Ze zitten in een tunnel. Dan is het heel ontvullend om te zien dat hun boodschap niet aankomt bij jongeren. Dat je toch andere manieren moet vinden om onder hun aandacht te komen."

### Local heroes

Toch maar die influencers? Misschien niet zo gek, maar hoe lokaler, hoe beter, stelt Dölle. "Wie zijn de 'local heroes' die het verschil kunnen maken? Dat werkt beter dan zo'n landelijke, grote aanpak waarbij je eigenlijk met hagel schiet." Als geslaagd voorbeeld noemt ze *Keiharde Hustle* in Amsterdam Zuid-Oost, een bewustwordingscampagne om beter met geld om te gaan, annex financieel café. "Daar deden lokale influencers aan mee. Mensen die iedereen kent en die je daar gewoon kon aanspreken."

Je langdurig richten op een kleine groep heeft meer impact dan een lollige campagne met kortdurend effect. "Je moet je communicatie afstemmen op de doelgroep die je wil bereiken. Dat kun je beter heel gefocust doen, dan te algemeen waarbij je eigenlijk niemand in het hart raakt."

Behind  
you



for  
what's  
ahead



# Millennials en financiën

Wie zijn de millennials ook alweer? Millennials zijn geboren tussen 1980 en 2000. Hun ouders zijn van de babyboomgeneratie (1940-1965) of van de generatie X (1960-1980). Het is dé generatie die opgroeide met computer, internet, social media en smartphones. Een interessante doelgroep, zeker als ingezoomd wordt op financiën. Hier een aantal feitjes om deze groep beter te leren kennen.



## Millennials gebruiken graag budgetapps voor:

- beter inzicht in financiën (44%)
- meer controle over uitgaven (37%)
- het real-time bijhouden van het eigen bestedingspatroon (38%)

**47%**

vindt dat geld geen taboe moet zijn en vindt het belangrijk om hierover te praten.

## Het is een financieel kwetsbare groep, waarom?

Ze hebben meer schulden en minder vermogen, door:



- Economische crisis van 2008, 2012 en nu de coronacrisis.
- Een studieschuld, vanwege de afschaffing van de basisbeurs voor studenten.
- Flexcontracten.

## Grote financiële ongelijkheid binnen generatie

Millennials die vijf, zes jaar geleden een huis hebben gekocht, hebben een enorme overwaarde.

Het overige deel van deze groep heeft dit niet en is voorlopig niet meer in de gelegenheid een woning te kopen

## Millennials en financieel advies?

Zeker > mits persoonlijk en op maat. Hoe bereik je de millennial? Wees authentiek, uniek en eerlijk.

### HET AANDEEL STARTERS ONDER HUIZENKOPERS WAS NOG NOOIT ZO LAAG

In 2018 ging **25%** van alle woningen naar starters, in 2014 was dit nog **47%**.

Dat komt onder andere doordat steeds meer huizen worden opgekocht door beleggers, die de woningen vervolgens verhuren. Dit laat minder woningen over voor starters én drijft prijzen op.



# ‘De jonge adviseur is multidisciplinair’

Tekst Melle Veltman  
Beeld unsplash.com

‘Om onze sector groeiende te houden, moeten we het zeker hebben van de jeugd,’ meent Frank Strijker van Uiterwijk Winkel Verzekeringen in Hoogeveen. Toch houdt het aantal jongeren dat kiest voor het beroep van financieel adviseur niet over. Hoe zorg je dat het vak in trek blijft bij de nieuwe generatie? En waarom kiezen sommigen wel voor een toekomst als financieel adviseur? In gesprek met een docent, een student, een adviseur en een starter.

Hoe zijn studenten zijn? Misschien wel net zo divers als de opleiding, vertelt Ton Hanema, docent bij Finance, Tax and Advice (FTA) aan de Hanzehogeschool in Groningen. “De één wil meteen de financiële dienstverlening in. De ander wil zich verder verdiepen en kiest voor een master.”

Al meer dan twintig jaar is Ton Hanema bij de opleiding betrokken. In die tijd is veel veranderd. Zo ontstond de naam FTA pas in 2018, toen de opleidingen FRE (Fiscaal Recht en Economie) in het hele land samengingen met FSM (Financial Service Management).

## Multidisciplinair en duurzaam

Hierdoor is FTA een brede opleiding, met een fiscale én een financiële tak. Dat is te merken aan de studenten die binnenkomen. “Sommigen weten gelijk dat ze bijvoorbeeld belastingadviseur willen worden. Maar je hebt ook mensen die van tevoren al weten: ik wil in de verzekeringsbranche gaan werken.”

Het wordt steeds belangrijker om studenten multidisciplinair op te leiden, stelt Hanema. Zeker gezien de digitalisering. “Is het nog wel toekomstbestendig om je alleen te specialiseren in schadeverzekeringen? Gaat de afhandeling in de toekomst niet gewoon online, via een portal?” Binnen FTA is er steeds meer aandacht voor digitalisering, internationalisering en data-analyse. “Aan de ene kant zijn we heel erg gericht op wat de branche nu vraagt. We willen dat afgestudeerden snel een baan

‘We willen mensen opleiden voor beroepen in de toekomst’

kunnen vinden. Aan de andere kant wil je mensen ook opleiden voor beroepen in de toekomst.”

Net als bij andere opleidingen, rukken binnen FTA de begrippen duurzaamheid en ethiek op. “Hoe zorg je ervoor dat je ethisch verantwoord advies geeft? En hoe onderhoud je langdurig goede relaties met je klanten? Je wilt geen premiejager worden,” zegt Hanema.

Ondanks deze veranderingen, is het aantal studenten al die tijd stabiel gebleven. “FTA is een relatief kleine opleiding, met jaarlijks ongeveer zeventig à tachtig nieuwe aanmeldingen. Per jaar studeren ongeveer dertig studenten af. De in- en uitstroom is eigenlijk al zo’n dertig jaar hetzelfde.”

Overigens telt Nederland naast die van de Hanze nog zeven andere niet-particuliere FTA-opleidingen, van Enschede tot Eindhoven. Bij elkaar opgeteld hebben die volgens studiekeuze123.nl zo’n 780 eerstejaars. De Hogeschool van Amsterdam heeft met 173 eerstejaars de grootste FTA-opleiding.

## Extravert en ambitieus

Is er niets wat de FTA-student kenschetst? Misschien toch wel, denkt Hanema. “Wat je merkt, is dat de binnenkomers over het algemeen wat extravert zijn. Ze vinden het leuk om advies te geven. Het is natuurlijk een opleiding waarbij je veel klantcontact hebt.”

Nieuwkomers op de opleiding mogen dan ook meteen aan de bak. “Ze moeten in het eerste jaar een adviesbrief

schrijven voor een zzp- of it-ondernemer. Tegen welke problemen of uitdagingen loopt de ondernemer aan? Dat moeten ze dan uitzoeken.”

Iemand die dol is op uitzoeken, is de 21-jarige Iris Haveman. Als tweedejaarsstudent FTA helpt ze nu alvast haar ouders met hun pensioenen. “Zij komen op een leeftijd dat ze daar naar moeten gaan kijken. Ik vind het leuk om mee te helpen en het samen uit te vogelen.” Ook haar huisgenoten in Groningen weten haar te vinden met vragen over financiën en verzekeringen. Al kunnen ze er zelf ook wat van. “We kijken nu in het studentenhuus naar beleggen. Dat zijn we nu met z’n allen een beetje aan het uitzoeken.”

### Cijfers en rechten

Aan haar keuze voor FTA ging een hele zoektocht vooraf. Ze volgde onder meer een jaar psychologie. “Toen ik merkte dat ik niet op mijn plek was, ben ik verder gaan zoeken. Rechten leek me leuk, maar ook een beetje droog. Vandaar deze mix. FTA is een mooie combinatie van cijfers en rechten.” Bijkomend voordeel is dat ze goed is met cijfers, en misschien wat minder met letters. “Ik ben dyslectisch. De rekenvakken en de meer economische vakken gaan mij een stuk beter af.” Het moeilijkst aan de opleiding vindt ze misschien wel de Wft-diploma’s. “Dat is zoveel, daar moet je flink voor aan de bak. Ik merk dat veel studenten dat best onderschatten.”

De studenten om haar heen zijn voor haar een teken dat ze nu op de goede plek zit. “Hoe verschillend we ook zijn, qua mindset lijken we best op elkaar. We zijn gericht op financiën en zien later goede banen voor onszelf. We willen carrière maken, om het maar zo te zeggen.”

Welke kant ze zelf precies op wil, weet ze nog niet precies. Eerst maar eens doorstuderen. “Ik wil graag naar de master researchkunde, maar die heeft een strenge selectie. Als dat niet lukt? Dan wil ik een premaster en een master fiscaal recht doen.”

### Stages en beroependag

Al met al blijft het aantal jongeren die kiezen voor een toekomst als financieel adviseur, vrij laag. Jammer, vindt Frank Strijker van Uiterwijk Winkel Verzekeringen in Hogeveen. “Om onze sector groeiende te houden, moeten we het zeker hebben van de jeugd.” Omdat de uitstroom van afgestudeerden niet overhoudt, spant Uiterwijk Winkel zich in om jongeren al vroeg voor het verzekeringsvak te enthousiasmeren. Dat gebeurt onder meer op Hogeveen on Stage, een beroependag voor middelbare scholieren uit de omgeving. De scholieren kunnen zo vroegtijdig kennismaken met diverse vakgebieden, vertelt Strijker. “We leggen uit wat we doen als tussenpersoon en welke kant je op kunt binnen het verzekeringsvak. Vanuit daar proberen we de basis te leggen voor een latere stage.”

Het is soms nog best een uitdaging om de scholieren te enthousiasmeren, merkt Strijker. “Tijdens zo’n beroependag stelen de politie of brandweer natuurlijk de show. Die beroepen spreken tot de verbeelding.” Maar wie denkt dat verzekeringen saai zijn en een adviseur die hele dag achter een bureau zit, krijgt tijdens Hogeveen on Stage een ander beeld. “We vertellen ze met wat voor plezier we het vak zelf uitoefenen en wat de uitdagingen zijn. Van het behandelen van grote schades

tot het verzekeren van prachtige bedrijven.”

Mede door deze actieve opstelling blijft de echte schaarste aan jong bloed uit. “Vooralsnog kunnen we de juiste poppetjes nog op de juiste plekken krijgen. Maar er mag best meer groei in komen. Er is voor jongeren genoeg werk te vinden in het verzekeringsvak.” Het enthousiasmeren van jongeren is in ieder geval niet onopgemerkt gebleven. Uiterwijk Winkel Verzekeringen werd in 2020 om deze reden beloond met een finaleplek in de VVP Advies Awards.

### Van advies tot administratie

Wat jongeren aantrekt aan het vak? “Het verschilt enorm. De een vindt het mooi om schades te regelen, de ander wil vooral advies geven. Risico’s in kaart brengen en een bedrijf ontzorgen, zodat de ondernemer kan

‘De in- en uitstroom is eigenlijk al zo’n dertig jaar hetzelfde’





doen waar hij of zij goed in is.” Strijker benadrukt dat in een verzekeringsbedrijf voor veel soorten mensen plek is. “Ben je extravert en ben je sociaal sterk, dan kom je eerder uit op verzekeringsadviseur. Maar ben je iets terughoudender, dan past de polisadministratie wellicht beter. Zo heeft iedereen een belangrijke rol in het geheel die bij hem of haar past”

Wie alvast aan beide werelden heeft geroken, is de 20-jarige Joery Wiersma. Tijdens zijn mbo-opleiding bancaire diensten aan Deltion College in Zwolle liep hij stage bij het adviesteam van Uiterwijk Winkel. Sinds kort is hij in vaste dienst bij de afdeling polisbeheer. Zijn toekomst in de financiële wereld was na de middelbare school nog geen uitgemaakte zaak. “In eerste instantie wist ik niet goed welke kant ik op wilde. Ik heb allemaal studiewijzers ingevuld en daar kwam bancaire diensten uitgerold.”

‘We vertellen  
scholieren  
met wat  
voor plezier  
we het  
vak zelf  
uitoefenen’

Een goede match. “Ik was altijd al economisch georiënteerd. Het lag me wel op school. Bovendien ben ik niet goed met mijn handen, dus ik had al snel door dat ik eerder het kantoorwezen in moest.”

Zijn stage bij Uiterwijk Winkel sleepte hij binnen na een open sollicitatie. “In de omgeving staat het bedrijf goed bekend. En tijdens de Cascaderun, een Hoogevenense hardlooppwedstrijd, zag ik ze ook wel eens voorbij komen als sponsor.”

Of het vak er nu anders uitziet dan toen zijn oudere collega's ooit begonnen? “Dat kan ik moeilijk zeggen, daarvoor loop ik hier nog te kort rond. Maar het was vroeger wel een boel papierwerk, daar maken ze wel eens grappen over. Ik ben blij dat dat niet meer zo is.”

A photograph of an elderly couple dancing on a sandy beach at sunset. The woman is wearing a green patterned dress and the man is wearing a light blue shirt and shorts. They are holding hands and looking at each other. The background shows the ocean and a bright sunset sky.

a.s.r.  
de nederlandse  
verzekerings  
maatschappij  
voor alle  
verzekeringen

## Zorgeloos genieten met de Levensrente hypotheek



Tot 50% van de woningwaarde verzilveren, bijvoorbeeld voor het realiseren van dromen, aanpassen van de woning of een schenking aan de kinderen? Het kan met de Levensrente hypotheek van a.s.r., speciaal voor senioren in de AOW-leeftijd. Wij toetsen op de werkelijke lasten.

De Levensrente hypotheek is aflossingsvrij en kent geen einddatum. Het rentepercentage staat levenslang vast, dus uw klant betaalt elke maand hetzelfde bedrag aan rente. De rente wordt dus niet opgeteld bij de schuld.

**Nooit meer zorgen over een renteherziening, einddatum van de lening of een oplopende schuld. Dat is nog eens zorgeloos genieten!**

# a.s.r. doet het



# De jonge geest in het oude lichaam

Tekst: Ben van der Burg

Je hebt jonge mensen die oud zijn. Je vindt ze vooral bij studentenverenigingen. De mannen trekken een slecht zittend pak aan, roken sigaren, drinken bier en brallen over niets. De vrouwen trekken een pakje aan, drinken wijntjes en kletsen over niets. Sommige van dit soort types blijven hun hele leven oud. Ze werken aan een stabiel, controleerbaar en voorspelbaar leven. Ze ambiëren een goedbetaalde baan, met een prachtige partner, kinderen, huis, hypotheek, auto van de zaak en zekerheid. Op latere leeftijd zie je ze vaak zitten in raden van bestuur, wat jammer is. Raden van bestuur zouden zoveel beter af zijn met oude mannen en vrouwen die jong van geest zijn.

Je hebt oude mannen en vrouwen die jong zijn. Even wat bekende namen van ouderen die ik onder de jonge geesten schaar: Jort Kelder, Neelie Kroes, Jan Terlouw en zelfs Mark Rutte. Dicht bij huis heb ik een vriend Pieter van 73. Hij zeulde tijdens zijn werkzame leven met een professionele camera. Toch loopt hij nu in het bos als een jonge god. Als TikTok populair wordt, onderzoekt hij TikTok. Hij kon niet wachten op een uitnodiging van de sociale media audio app Clubhouse. Hij houdt zijn geest lenig door actief te reageren op artikelen in kranten. Pieter wil alles weten, is energiek en betrokken. Van corona heeft hij geen last, omdat hij, vrij naar holocaust overlevende Victor Frankle, redeneert: de omstandigheden kunnen verschrikkelijk zijn, hoe ik daarmee omga, is iets wat ik zelf in de hand heb.

Ik vroeg aan een bevriende psychiater (62 jaar): 'Noem één eigenschap van een jonge geest.' Na lang denken, zei ze: 'Zelfspot. Natuurlijk zijn jonge geesten speels, nieuwsgierig en flexibel, maar dat spreekt voor zich. Ik merk echter dat het helpt als je jezelf minder belangrijk vindt, jezelf als onderdeel van het geheel kunt zien en snapt dat je minder belangrijk bent, dan jezelf vaak denkt. Al die oude mensen, ook als ze jong zijn, snappen niet dat ze er eigenlijk niet toe doen.'

Ik kijk graag naar animaties van NASA waarop ze duidelijk maken hoe klein onze planeet is in vergelijking met de zon, hoe klein de zon is in vergelijking met ons melkwegstelsel, hoe klein ons melkwegstelsel is in vergelijking met het universum. We zijn klein. We hebben nog alle mogelijkheden om te groeien.

## Ben van der Burg

Ben van der Burg is sinds 2010 commercieel directeur bij Triple IT, marktleider in mobiele streaming services en leverancier van producten en diensten voor onder meer internet, mobiel en IPTV. Ondertussen startte Van der Burg de startups Repudo en Slidejockey. Daarnaast schrijft hij columns voor BNR nieuwsradio, schuift hij wekelijks aan als commentator bij het programma *Zakendoen* en is hij co-host van de tech podcast *De Technoloog*.

# Jouw strandpaviljoen ongewoon goed verzekerd.

Heb jij een strandpaviljoen  
en kun je niet wachten tot je  
deuren weer open mogen?

OOM verzekert het ongewone. Zodat ook  
jouw onderneming gewoon goed verzekerd  
is tegen o.a. brand, diefstal of vandalisme.

Kijk voor onze verzekeringen op:  
[www.oombrandverzekeringen.nl](http://www.oombrandverzekeringen.nl)



## Uw **assurantielokantoor/** **assurantieportefeuille** verkopen?



- meer dan uitstekende prijs
- betaling ineens
- overname personeel
- overname locatie bespreekbaar
- meewerken bestaande directie
- ca 70 succesvol afgeronde transacties in 2020
- regionale kopers, die geïnteresseerd zijn in de 'local hero'
- uitgebreid netwerk van kopers
- landelijk netwerk
- geen kosten voor verkoper, kosten koper
- referenties op verzoek beschikbaar
- geanonimiseerde transacties beschikbaar
- interesse in oa: schade particulier en zakelijk, consumptief krediet, hypotheek, pensioen, leven, uitvaart, bank/bancair, volmacht

**Is uw interesse gewekt en wenst u meer informatie of een vrijblijvend kennismakingsgesprek over de mogelijkheden voor u?**

**Onze contactgegevens:**  
[www.portefeuillesgevraagd.nl](http://www.portefeuillesgevraagd.nl)  
[info@portefeuillesgevraagd.nl](mailto:info@portefeuillesgevraagd.nl)

Tel +31(0) 318 - 76 92 52  
Gsm +31(0) 6 - 45 93 49 22 (tevens Whatsapp)  
LinkedIn <https://www.linkedin.com/in/portefeuillesgevraagd>

# Toch naar het buitenland in coronatijd?

***Dat niet alle medische kosten in het buitenland gedekt zijn, wist je waarschijnlijk al. Sinds corona is het nog belangrijker goed te weten wat gedekt is en wat niet.***

Iedereen kijkt reikhalzend uit naar het moment dat het 'gewone' leven weer start. Of het nu gaat om een ijskoud biertje drinken met je vrienden in de kroeg of om weer op vakantie te gaan naar Italië. Zeker dat laatste, die vakantie over de grens lijkt nu nog mijlenver weg. Toch is het reizen naar andere landen niet helemaal tot stilstand gekomen. Eind vorig jaar vlogen nog veel Nederlanders naar Curaçao om even te ontsnappen aan de Nederlandse lockdown.

Vakantie zit er voorlopig dus niet in, maar wat als je noodzakelijk op reis moet? Bijvoorbeeld voor je werk of bij een ernstig ziek familielid of erger, bij een overlijden van een familielid of andere dierbare. Wie gaat dan de coronarekening betalen als jij besmet raakt met het virus en het ziekenhuis in moet?

Ik heb goed nieuws en goed nieuws. Het goede nieuws is dat je op je Nederlandse zorgverzekering wereldwijd gedekt bent als het gaat om spoedeisende hulp. Daar horen coronaklachten ook bij. Er is wel een maar, de vergoeding is gebaseerd op wat een behandeling in Nederland kost. Nou is dat in het gros van de landen geen probleem. Daar liggen de kosten onder die van ons of ze zijn gelijk aan die van ons. Maar, en daar is ie dan, wie betaalt het verschil in landen waar de kosten vele malen hoger liggen dan in Nederland? Als je een aanvullende dek-

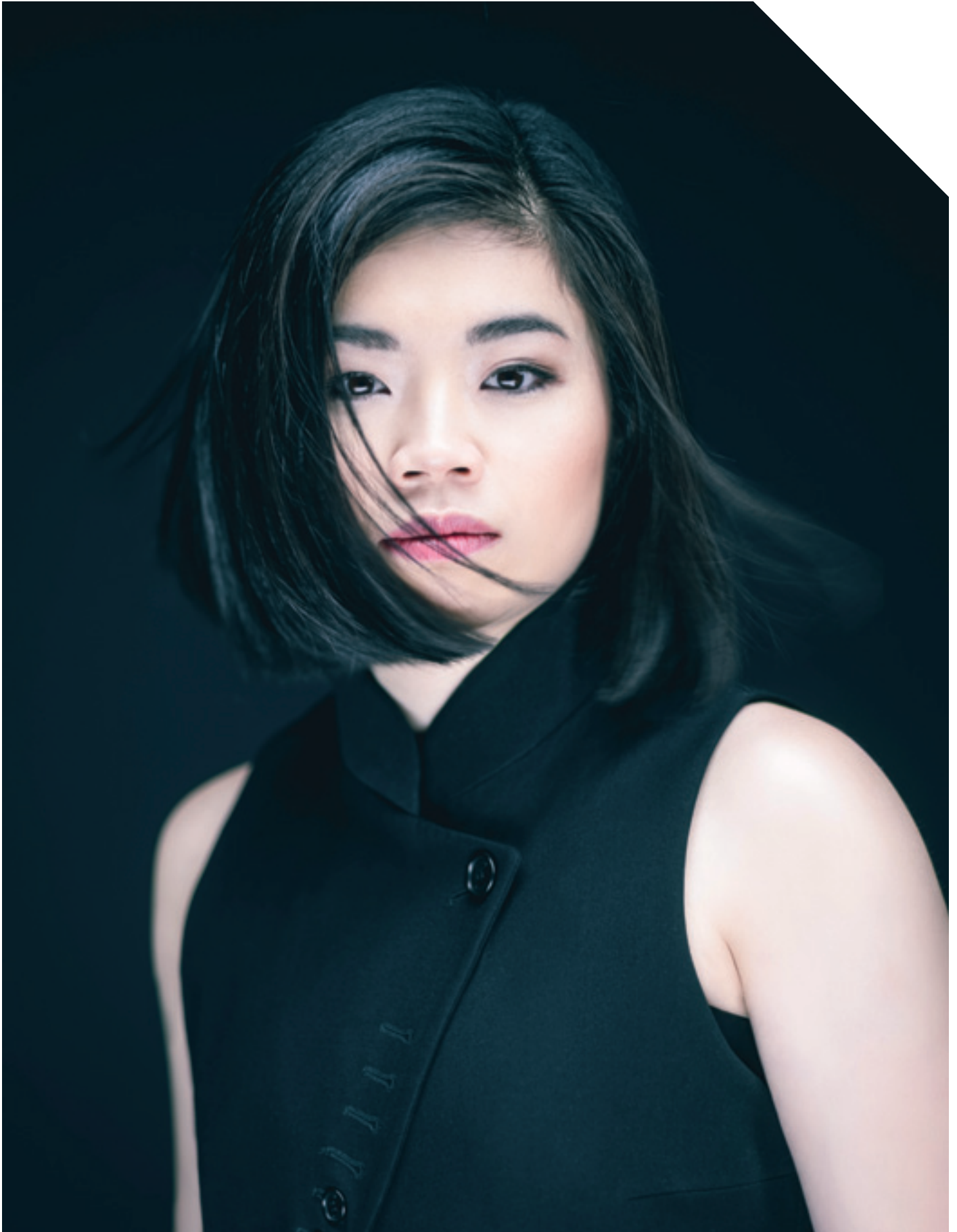


Chantal Deen,  
Merk & Communicatiemanager  
OOM Verzekeringen

king hebt afgesloten naast je basisverzekering vergoedt je verzekeraar vaak niet één maar twee keer het Nederlandse tarief. Dan zijn we er toch? Nou, nee, helaas niet.

Werk je nou als journalist in de Verenigde Staten of woont je ernstig zieke moeder in Hong Kong, dan mag je rekening houden met hoge medische kosten die je zorgverzekering niet compleet kan afdekken. Voor de pandemie dichtte je reisverzekeraar dit gat. Die reisverzekeraar zegt nu: alle medische kosten gerelateerd aan corona zijn niet gedekt. Je werk gaat gewoon door en je wil uiteraard je zieke moeder bijstaan. Geen nood, er zijn verzekeraars zoals wij die voor deze periode een dekking bieden als jij door corona medische kosten maakt. Wij zijn geen traditionele reisverzekeraar. Wel verzekeren wij al jaren Nederlanders die voor lange tijd naar het buitenland gaan. Je zou kunnen zeggen dat we met onze internationale ziektekostenverzekering de klappen van de wereldwijde medische kosten heel goed kennen. En, we weten ook hoe de hazen lopen als het gaat om onderhandelen over medische nota's in bijvoorbeeld de Verenigde Staten. Het is voor ons dan ook heel gewoon om in coronatijd dekking te bieden.

Wij zijn OOM en wij verzekeren ongewone risico's. Meer weten, check onze website [www.oomverzekeringen.nl](http://www.oomverzekeringen.nl) of bel, mail of chat met ons. Ga goed verzekerd op reis!



# ‘Hard werken geeft mij zelfvertrouwen en kracht’

Tekst Bureau Bax

Beeld Rahi Rezvani (pagina 20), Milagro Elstak (pagina 22), Jesse Willems (pagina 23)

Elim Chan kwam tijdens haar studie psychologie in de Verenigde Staten in aanraking met het universiteitsorkest en ontdekte dat orkestdirectie haar passie is. Een paar jaar later was ze de eerste vrouwelijke winnaar ooit van een prestigieuze competitie voor dirigenten. Dit was het startschot van een fantastische loopbaan. De 34-jarige dirigente wordt wereldwijd geroemd om haar talent.

## Je bent jong en hebt nog een hele carrière voor je. Wat wil je graag bereiken?

“Voor corona had ik hierop geantwoord dat ik de beste dirigent ter wereld zou willen worden of het beste orkest zou willen leiden. Maar dat vind ik nu een beetje egoïstisch. Afgelopen jaar heeft me aan het denken gezet. Door corona besef ik dat ik bij wil dragen aan een gezonde wereld en dat ik ook als dirigent een verschil kan maken. Bijvoorbeeld door programma's te maken die mensen inspireren om zich in te zetten voor een mooie toekomst of actie te ondernemen voor het klimaat. Ook wil ik veel meer vanuit het perspectief van het publiek gaan werken. Want ik mis het publiek. Wat wil het publiek? Wat wil het horen? Wat wil het zien? Ik heb de laatste tijd veel online concerten bekeken en gemerkt dat die visueel vaak heel saai zijn. Dat kan veel beter door bijvoorbeeld een andere omgeving te kiezen, betere belichting toe te passen, een goed concept te bedenken, enzovoorts. Het moet aantrekkelijk zijn voor het publiek.”

## Hoe ga je om met de huidige onzekerheid over het wel of niet doorgaan van concerten?

“Dat is heel lastig. Afgelopen november had ik mijn koffer al ingepakt. Ik was helemaal klaar voor een

concert toen ik één uur voor mijn vertrek een telefoontje kreeg dat het niet doorging. Dat was wel heel last minute. Ik was behoorlijk teleurgesteld. Het voorbereiden van een concert is een intensief traject waar ik minstens een maand en soms wel een half jaar voor uittrek. Ik stop er heel veel werk en energie in. Als een concert wordt gecancelled, is dat moeilijk te verkroppen.”

## ‘Door covid doen we nieuwe ervaringen op en staan we meer open voor spontane initiatieven’

### Word je er somber van?

“Soms kan het wel deprimerend zijn, maar gelukkig zie ik ook veel mooie ontwikkelingen. Door covid verandert de wereld. We doen nieuwe ervaringen op, staan meer open voor spontane ideeën en passen ons makkelijker

aan om nieuwe kansen te benutten. Mooie, online initiatieven, zullen ook in de toekomst interessant blijven en de mooiste muziek voor iedereen toegankelijk maken.”

### Hield je als kind al van klassieke muziek?

“Als kind was ik gefascineerd door Russische muziek. Vooral de balletten van Tsjaikovski, Het Zwanenmeer en De Notenkraker, vond ik prachtig. En Prokofjev natuurlijk die zijn personages verbazingwekkend sterk tot leven brengt. Ook nu als dirigent geniet ik van het Russische repertoire. De werken van bijvoorbeeld Sjostakovitsj, Rachmaninov en Stravinsky, zijn heel verschillend, maar hebben ook overeenkomsten. Zo zijn alle grote Russische componisten erg goed in storytelling en gebruiken ze een rijk kleurenpalet om emoties en gevoelens tot uiting te brengen. Ik houd enorm van deze kwaliteiten. Het Russische repertoire ligt me heel nauw aan het hart. Eind mei sta ik met het Antwerp Symphony Orchestra in Het Concertgebouw. We spelen dan onder meer Rachmaninovs beroemde tweede pianoconcert. Ik heb er veel zin in en hoop heel erg dat het doorgaat.”

### Als dirigent heb je een grote verantwoordelijkheid. Ben je nooit bang dat er iets misgaat op het podium?

“Haha, ja het is een ‘crazy job’. Als dirigent moet ik alle orkestleden zien te verenigen. Er zijn verschillende

‘Musici die mij voor het eerst zien, denken vaak “eh, hoe oud is zij?”’

manieren om dat te doen. Sommige dirigenten gebruiken hun autoriteit, andere hun charisma. Als dirigent moet je uitzoeken wat voor jou werkt. Omdat ik vrouw ben, relatief jong en ook nog klein van stuk, is dat soms moeilijk. Musici die mij voor het eerst zien, denken vaak ‘eh, hoe oud is zij...?’. Ze hebben geen idee wat ze van mij kunnen verwachten. Gelukkig zijn ze daar meestal snel achter. Mijn strategie is om altijd heel goed voorbereid op de bok te staan. Daar geloof ik echt in. Als ik twijfel terwijl tachtig mensen me aanstaren, gaat het mis. Door hard te werken, ben ik degene die boven de stof staat en weet ik waar het over moet gaan. Dat geeft me zelfvertrouwen en kracht. Tegelijk ben ik heel open en respectvol. De musici in het orkest hebben vaak veel meer podiumervaring dan ik. Het is fijn om naar ze te luisteren en van ze te leren.”

### Hoe zorg je dat je goed voorbereid bent?

“Door een stuk heel goed te bestuderen. Leeft de componist, dan is dat heerlijk, want dan kan ik alles vragen: Wat bedoel je hiermee? Wat wil je daar? Maar meestal kan dat niet. Dan lees ik eerst over de geschiedenis van het werk. Ik wil de context goed begrijpen. Waar staat het werk in de tijdgeest en waar in het leven van de componist. Als ik de achtergrond begrijp, ga ik de partituur analyseren. Wat is de structuur, hoe is het opgebouwd, waar gaat het heen. Ik ontrafel een stuk van groot naar klein, alsof ik een huis van lego tot





het kleinste steentje uit elkaar haal. Als ik dat steentje begrijp, bouw ik het huis weer op. Ook luister ik naar opnames en noteer ik wat andere dirigenten doen en welke keuzes ze maken. Ik probeer te begrijpen waarom ze bepaalde keuzes maken en bedenk ook of ik het goed vind werken. Het is een proces waar ik de tijd voor neem, zodat ik een compositie door en door beheers.”

### Ben je een perfectionist?

“Ja natuurlijk. Ik moet dat wel zijn. Ik ga zo ver mogelijk in wat ik wil bereiken. Ik denk dat vrijwel alle musici perfectionisten zijn. En dat ze het heel fijn vinden om elke repetitie verder te komen. Ik werk hard aan die vooruitgang, maar bij het concert laat ik het los.”

### Wanneer ben je tevreden over een concert?

“Als ik merk dat het publiek de muziek echt voelt en ik er zelf, zeg maar, niet meer ben. Dat de muziek het overneemt en er iets gebeurt dat boven mij staat. Ja, dan ben ik tevreden. Dat is zo speciaal. Als het publiek na afloop van een concert komt vertellen dat die en die passage mooi was of dat mijn techniek goed is, vind ik dat geen goed teken. Als ze zeggen ‘wauw ik wist niet dat muziek dit met me kon doen’, of ‘dit was een geweldige ervaring’ dan ben ik blij. Ik kan van tevoren niet voorspellen wanneer het gaat gebeuren, maar als het gebeurt heb ik kippenvel en lijkt het alsof ik zweef.

Het is precies dit gevoel dat ervoor zorgt dat ik door wil gaan; ik wil het weer beleven, het is verslavend. Ik geef heel veel en krijg er prachtige ervaringen voor terug.”

‘De orkest-  
leden  
hebben vaak  
veel meer  
podium-  
ervaring  
dan ik.  
Het is fijn  
om van ze  
te leren.’

### Elim Chan

Elim Chan werd in november 1986 geboren in Hongkong en woont met haar partner, de Nederlandse slagwerker Dominique Vleeshouwers, in Amsterdam. Ze studeerde in de Verenigde Staten aan het Smith College in Massachusetts en aan de University of Michigan. In 2014 won ze de Donatella Flick Conducting Competition, waarna ze assistent-dirigent werd bij het London Symphony Orchestra. In het seizoen 2016/2017 was ze Dudamel Fellow bij het Los Angeles Philharmonic Orchestra. Inmiddels is Chan een veelgevraagde dirigent. Ze leidde onder meer het Chicago Symphony Orchestra, het Orchestre National de Lyon, het Rotterdams Philharmonisch Orkest en het Koninklijk Concertgebouworkest. Ze is vaste gastdirigent van het Royal Scottish National Orchestra en chef-dirigent van het Antwerp Symphony Orchestra. Op 30 mei treedt ze met haar orkest op in Het Concertgebouw, mits de coronamaatregelen het toelaten.

## DISCUSSIE



Van millennials en vooral jongeren uit de daaropvolgende generatie Z, de *digital natives*, wordt wel gezegd dat ze *digital only* zijn. In plaats van aankopen te doen in een fysieke winkel of financieel advies inwinnen bij een adviseur, regelen jongeren uit deze generaties liever alles online. Toch? Is dat echt zo? Vier deskundigen geven hun mening.

### Persoonlijk contact onvervangbaar

“Om antwoord te geven op deze vraag is volgens mij een vergelijking met je huisarts een goede. Het internet geeft je (te) veel informatie op medisch gebied, maar wanneer je een fysieke klacht hebt, raadpleeg je toch graag je ervaren en vertrouwde dokter. Zo is het ook op financieel gebied. Zelfs voor millennials. Internet en social media kunnen zeker input leveren ter voorbereiding op een gesprek met een financieel specialist, zoals een private banker. Waar moet je op letten? Welke vragen moet je stellen? Wat is van belang? Ondanks de overeenkomsten zijn financiële situaties van mensen erg verschillend vanwege de grote complexiteit. Je hebt met huidige en toekomstige omstandigheden te maken. Je hebt met ratio én met emotie te maken. Je hebt met persoonlijke doelstellingen en voorkeuren te maken. Een financieel specialist met veel ervaring kan je helpen om dit alles in kaart te brengen, hiermee een plan in te richten, daar concreet invulling aan te geven en periodiek met elkaar te bezien of er bijgestuurd dient te worden. Dit proces is lastig te vervangen door een online digitaal consult. Er is juist interactie, creativiteit en uitwisseling van ideeën en standpunten nodig om een optimaal resultaat te bereiken. Daarbij is een persoonlijke klik tussen klant en financieel specialist net zo belangrijk als tussen patiënt en huisarts. Wanneer er geen klik of wederzijds vertrouwen is – veelal toch de basis voor het uitwisselen van informatie – zal het stellen van een ‘diagnose’ lastiger worden. Bij InsingerGilissen proberen wij bij elke relatie een goede match te vinden. Zo ook bij millennials. Private bankers van dezelfde leeftijd en dus een goed inlevingsvermogen zijn hierop ons antwoord. Evenals veel onderling contact. Dat hoeft overigens niet louter face-to-face. Communicatie via video conference en instant messaging kan juist heel goed bestaan naast e-mail, telefoon en de goede kop koffie... of dirty chai.”

Paul Balk  
InsingerGilissen  
Hoofd Private Banking

### Oriëntatie start online

“Als het gaat om eenvoudige producten of diensten regelt een millennial of een zoomer (iemand uit de generatie Z) dit *digital only*. Muziek streamen, tickets bestellen voor een festival, of de aanschaf van een nieuwe jeans of laptop; dat doen ze het liefst volledig digitaal. Gaat het om grote aankopen of veranderingen zoals de aankoop van een woning, het aangaan van een huwelijk, de start van een bedrijf of gezinsuitbreiding start de oriëntatie digitaal. Het moet eenvoudig zijn om via die weg basisinformatie te vinden en een afspraak te maken. In het gesprek – het liefst digitaal – kan voor de zoomer vaak al veel worden geregeld. Uiteraard moet het persoonlijke hier niet uit het oog worden verloren. De zoomer die dan nog steeds persoonlijk contact zoekt kan die nog krijgen. Zorg je als adviseur voor voldoende toegevoegde waarde, dan heb je een klant voor het leven. De uitdaging voor de adviseur is om de klant niet teveel te belasten met allerlei rompslomp. Efficiency is key; een millennial of zoomer wil zoveel mogelijk tijd overhouden voor sport, uitgaan, gezin, vrienden of de onderneming. Hier blijft persoonlijk contact een belangrijke rol spelen. Samenvattend: Mijn ervaring is dat jongeren de oriëntatie online starten, maar voor de diensten die wij leveren nog steeds behoefte hebben aan persoonlijk contact.”

Sanne Geerts  
Geerts Financiële Dienstverleners B.V.  
Mede-eigenaar



## Digitaal en fysiek geïntegreerd

“Jongeren zijn opgegroeid in een wereld waarbij er steeds meer digitale toepassingen kwamen. Voor jongeren zijn deze nieuwe digitale toepassingen niet revolutionair, maar gewoon een *fact of life*. In de pubertijd wordt ons gedrag gevormd. Keuzen worden gemaakt en routines slijten in. Deze routines geven zekerheid, vandaar dat het zo moeilijk is deze routines te doorbreken door bijvoorbeeld andere omstandigheden, zoals studie, huwelijk, scheiding, nieuwe baan. In de pubertijd omarm je eigenlijk alle mogelijkheden die er zijn en die worden onderdeel van je gedrag. Ouderen zijn afwachting om te veranderen, waardoor het lijkt of jongeren helemaal digitaal gegaan zijn. Echter dat is een onjuistheid. Jongeren hebben de digitale mogelijkheden geïntegreerd in hun gedrag. Ze zijn pragmatisch en weten de toepassingsmogelijkheden van de digitale wereld op individuele basis toe te passen. Jongeren zijn zo handig met deze nieuwe technieken omdat ze het intuïtieve karakter ervan in de toepassing snappen (geen dikke handleidingen maar gewoon doen), en omdat ze ermee zijn opgegroeid. Wij leven nu in een transparante communicatieve wereld waarbij juist de digitale ondersteuning leidend is. Jongeren zijn niet meer gebonden aan strikte regels, maar hebben grotere vrijheid dan ooit om hun leven in te vullen. Ze gaan graag winkelen, maar shoppen ook online. Ze gaan naar de horeca om elkaar te ontmoeten en sporten graag, maar gamen en sociale media zijn ook belangrijk. Jongeren hebben digitaal en fysiek geïntegreerd en maken steeds een gebalanceerde keuze. Voor ouderen betekent dit dat wij ons gedrag moeten aanpassen aan de nieuwe mogelijkheden, vandaar dat de adoptie zo traag ging. Met belangstelling kijken wij naar de nieuwe balans bij jongeren en vragen ons af of wij dat ook willen.”

Cor Molenaar

ErasmusUniversiteit

Hoogleraar emarketing en strategisch consultant



## Ook sociaal vernieuwen

“Niet *digital only*, eerder *digital plus*. Daarmee bedoel ik dat jongeren *teamplayers* zijn, met een voorkeur voor a) persoonlijk contact, b) gelijkwaardige verhoudingen en c) directe invloed. Dat krijgen ze in hun opvoeding mee en vormt de basis van de jongste generaties. Als je daar geen rekening mee houdt bij het ontwerpen van online én offline diensten, of bij een discussie rond de stelling, word je niet veel wijzer. Nu we het er toch over hebben en let op de wending in mijn ‘betoon’. De kennis over de jongste generatie hebben organisaties vrijwel altijd in huis, maar onbewust. Het ontbreken daarvan is zelden ‘het punt’. Dat laat ik tijdens mijn lezingen zien door de aanwezige ouders even te laten praten over de eigentijdse interactie thuis met hun kinderen. Dan kunnen ze precies aangeven: daar vormen ze samen onder meer een gelijkwaardig team. Dat is ‘van deze tijd’ en werkt zo goed, dat hun kinderen in de top drie staan van gelukkigste van de westerse wereld (Unicef). En nu volgt het punt. Wanneer ik doorvraag of ze op het werk net zo eigentijds samenwerken met de generatiegenoten van hun kinderen, reageren ze meestal aarzelend met ‘eh, nee’. Dan ontdekken deze ouders dat ze op het werk hun sociale knop in een verouderde stand zetten, door bijvoorbeeld top down te beslissen voor jongeren in plaats van met ze. Of door de discussie over de stelling in het managementteam te voeren, zonder hierover het gesprek aan te gaan met de aanwezige jongeren. Overigens is het grootste risico in deze bedrijven dat de frisse invloed van de jongste generatie niet of zeer vertraagd leidt tot sociaal vernieuwen. Technologisch vernieuwen zonder sociaal te vernieuwen schiet niet op.”

Aart Bontekoning

[www.aartbontekoning.com](http://www.aartbontekoning.com)

Sociaal psycholoog, generatie-expert en spreker





***Prolongeren?***  
*Maak het verschil en  
toon uw toegevoegde  
waarde naar de klant.*

U informeert en adviseert uw klant door de huidige polis te toetsen aan de markt. Op basis van vooraf vastgestelde parameters zoals verzekeraars, prijs en dekking, ontvangt u een overzicht met de alternatieven en kunt u het best passende product adviseren.

Geheel online of met persoonlijk advies toont u toegevoegde waarde en maakt het verschil.



1. E-mail verzekerde met overzicht huidige polis



2. Actualiseren door middel van vragen



3. Verzekerde vraagt offerte op



4. Tussenpersoon ondersteunt bij productkeuze



5. Keuze gemaakt



6. Keuze vastleggen in CRM en prolongeren

Kijk voor meer informatie op [rolls.nl/product/rolls-actief-prolongeren](https://rolls.nl/product/rolls-actief-prolongeren) of neem contact met ons op. In een persoonlijk gesprek bespreken we graag de mogelijkheden.

# EQA

## THIS IS FOR A NEW GENERATION.

Dit is voor wie houdt van 100 % elektrische rijdynamiek in een compacte atletische vormgeving. Van onovertroffen veiligheidssystemen, comfortuitrustingen en een bijzonder vooruitstrevend MBUX-infotainment.

De nieuwe EQA is ook beschikbaar als Business Solution uitvoering.

Dit is voor wie vandaag vooruitkijkt naar morgen. En naar de totaal nieuwe EQA.

Praat erover met uw Mercedes-Benz dealer of ontdek hem op [mercedes-benz.nl](https://www.mercedes-benz.nl).



Gecombineerd verbruik: 17,8 - 19,1 kWh/100 km. CO<sub>2</sub>-uitstoot: 0 - 0 g/km (WLTP).  
Voor officiële dealeradressen, kosten en leveringsvoorwaarden, zie [mercedes-benz.nl](https://www.mercedes-benz.nl).

# De adviesbranche groeit door

Tekst Joerie van Looij  
Beeld Adfiz/Iris Borst

Onlangs is het meerjarenplan van Adfiz verschenen. Hieraan ten grondslag lagen vele gesprekken met leden en ledengroepen in het afgelopen anderhalf jaar. Samen met hen is gekeken naar zowel de dynamiek in het werkgebied van de leden zelf, als naar de veranderende context waarin de vereniging opereert. Het meerjarenplan geeft de leden en hun branchevereniging richting en keuzes voor de komende jaren. Met name de trendstudie geeft een interessant inzicht voor de uitdagingen waarmee de branche te maken heeft.

In de studie wordt onderscheid gemaakt tussen drie domeinen: klantzorg en dienstverlening, digitalisering en innovatie, en beroepsontwikkeling en adviescapaciteit.

## Klantzorg en dienstverlening

Adviseurs brengen mensen in beweging zodat ze betere financiële keuzes maken én volhouden. Die adviesrol blijft zich de komende jaren verbreden, verdiepen en verlengen om mensen en organisaties nog beter te helpen. Met name verzekeraarbaarheid en zelfredzaamheid zijn daarbij centrale thema's.

Het bieden van zekerheid is een van de belangrijkste taken van de sector. De laatste jaren staat dit, zeker in de zakelijke markt, regelmatig onder druk.

## Consolidatie

Diverse ontwikkelingen wijzen erop dat dit ook de komende jaren om de nodige aandacht zal vragen. Zo is de consolidatietrend nog niet ten einde waardoor het aanbod mogelijk verschaalt. Er is dan minder te kiezen en de capaciteit voor bepaalde risico's neemt af. Intussen is de druk op kosten in de keten groot en dat stimuleert verdergaande digitalisering en standaardisatie. Dit vergroot de efficiency, maar heeft ook gevolgen voor de beschikbare vakkennis bij verzekeraars en beperkt de mogelijkheden om af te wijken van de standaard. De steeds bredere ontwikkeling van risicomanagementvaardigheden bij adviseurs zullen een belangrijke bijdrage gaan leveren aan het verzekeraar houden van Nederland.

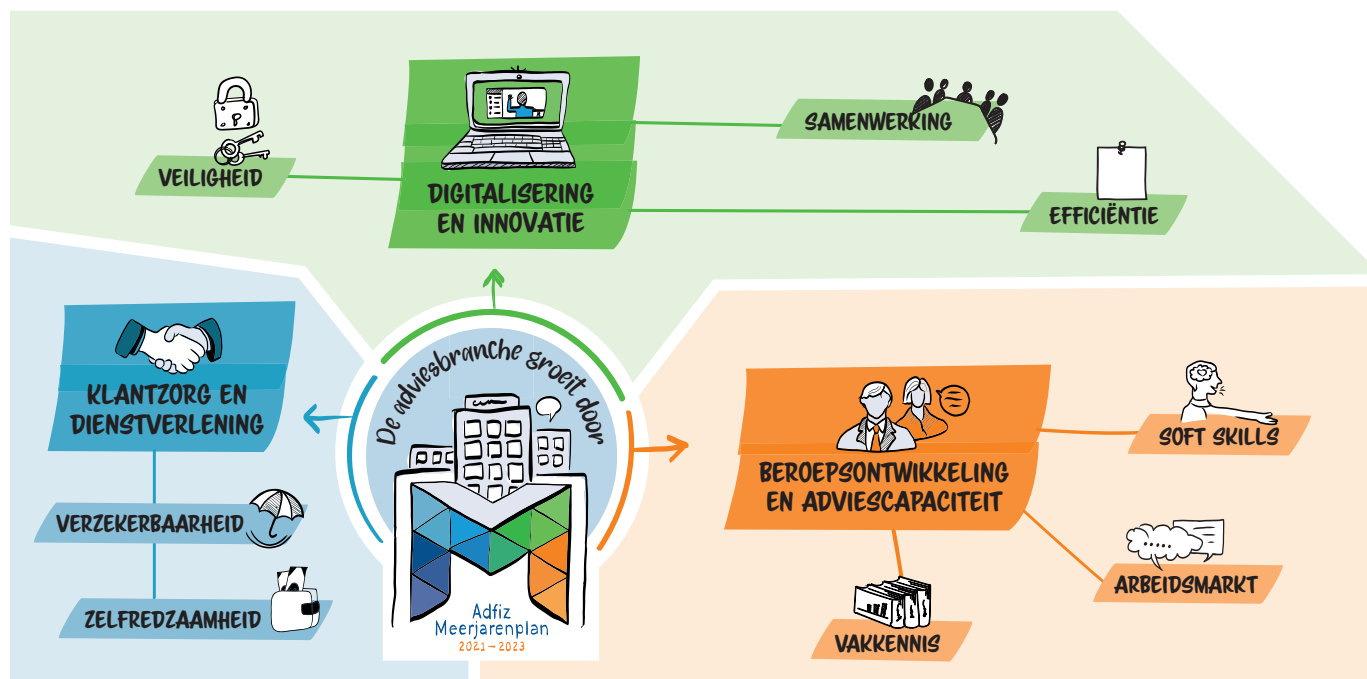
'De  
adviseur  
zal meer  
samenwerken  
met  
expert-  
systemen'

## (Big) data

Door betere risicoprofielen kan ook het gebruik van (big) data bijdragen aan de verzekeraarbaarheid van lastig verzekerbare risico's. Bij onzorgvuldige inzet kan het echter ook de solidariteit uithollen en juist tot onverzekeraarbaarheid leiden. Tegelijk zijn data ook hard nodig voor verzekeringsoplossingen voor allerlei nieuwe risico's door bijvoorbeeld klimaatverandering, pandemiedreiging, deeleconomie, producten als een service en robotisering.

## Zelfredzaamheid

Een andere trend is het toenemende beroep op de zelfredzaamheid van burgers en bedrijven. De adviessector zal met steeds betere oplossingen komen om klanten hierbij te helpen. Of het nu gaat om de al genoemde preventie en verzekeraarbaarheid of om voldoende oudedagsvoorzieningen, arbeidsongeschiktheidsrisico's, verantwoord lenen en verbeteren van de toegang tot de woningmarkt, verduurzaming, omgaan met gezondheid op de werkvloer en verzuim. Het zijn thema's waarin mensen meer in beweging moeten komen en waarbij adviseurs de impact hebben die online kiesomgevingen en slimme robots missen. Door de hoge eisen die worden gesteld aan het financieel gedrag van burgers en bedrijven, nemen de risico's op teleurstelling toe, met alle vertrouwens- en imago-risico's van dien. Steeds vaker zullen expliciet afspraken worden gemaakt over wat klanten wel en niet mogen verwachten van een adviseur. Daarbij blijft het een uitdaging klanten te interesseren in doorlo-



pend advies over hun situatie. Data en slimme algoritmes maken dit steeds makkelijker en betaalbaarder.

### Digitalisering en innovatie

Door digitalisering ontstaat steeds meer ruimte voor het echte mensenwerk: persoonlijk advies, impactvol en dicht op de klant. Hiervoor zal vaker worden samengewerkt met alle relevante ketenpartners zodat een efficiënte keten ontstaat waarin lokale, digitale systemen foutloos en realtime met elkaar communiceren. Het doel hiervan is dat actuele informatie voor iedere gebruiker standaard in de eigen werkomgeving aanwezig is, zodat altijd sprake is van een up to date klantbeeld. Inzet van brondata zal 'de standaard' voor een goed klantbeeld verhogen. Intussen heeft de coronacrisis in korte tijd (beeld)communicatie op afstand onderdeel van het standaardrepertoire gemaakt.

#### Veiligheid

Doordat de wereld steeds meer connected is, veranderen ook de eisen aan informatiebeveiliging. Thuiswerken, cloud computing en online dienstverlening leggen de lat hoog voor cybersecurity. Ook veiligheid in de zin van voldoen aan alle wet- en regelgeving is een snel groeiende kostenpost. De mogelijke opkomst van regtech zal de druk op compliance vergroten. Er komen dan ook initiatieven die delen van de compliancefuncties digitaliseren.

#### Samenwerking

Digitalisering maakt de wereld ook kleiner. Zowel nationale als branchegrenzen vervagen en samenwerken wordt cruciaal om de eigen positie te versterken of te behouden. Winst is te behalen door te leren van en samen te werken met de innovators uit de hoek van fintech en bigtech en uit de eigen branche. Maar ook minder ICT-gedreven

aanpalende adviesdomeinen als mediation, schuldhulpverlening, verduurzaming en zakelijke financiering lenen zich voor innovatieve marktverbreiding. Dat brengt nieuwe samenwerkingspartners in het netwerk van de adviseur. Fysiek of in digitale ecosystemen waar partners samen klanten bedienen.

### Beroepsontwikkeling en adviescapaciteit

Het derde domein uit het meerjarenplan betreft de adviseur zelf. Adfiz ziet een kans om samen te investeren in een belangrijk, innovatief en mensgericht beroep, dat aantrekkelijk moet zijn voor professionals, zij-instromers en jonge talenten die willen bijdragen aan de financiële gezondheid van consumenten en bedrijven.

#### Kennis van gedrag

Al jaren is duidelijk dat de lat voor adviesvaardigheden steeds hoger wordt gelegd. Digitalisering en robotisering nemen steeds meer de 'harde' kant van het vak over en soft skills worden belangrijker. De adviseur kan, als financiële coach met kennis over het gedrag van mensen, klanten effectiever begeleiden. Klanten die steeds meer, maar niet per se beter, geïnformeerd zijn voordat ze bij de professioneel adviseur aankloppen. Hier op een juiste manier gebruik van maken versterkt de autoriteit van de professional.

#### Vakkennis

Door digitalisering en verbreding en verdieping van het vak veranderen ook de eisen aan vakkennis. De adviseur zal in toenemende mate samenwerken met (intelligente) expertsystemen. Tegelijk wordt topkennis in je eigen specialisme belangrijker om de uitkomst van systemen te verrijken met een persoonlijke beoordeling.

'Big data kunnen bijdragen aan de verzekerbareid van lastig verzekerbare risico's'



# ‘In de frontlinie van een nog vrij onbekend risico’

Tekst Sébastien Wulms  
Beeld Wilco van Dijen

De coronapandemie heeft bij ondernemers tot veel kopzorgen en hoofdbrekens geleid. Tegelijkertijd zorgde het voor een ongekende creativiteitsimpuls waardoor ondernemers buiten gebaande paden zijn gaan denken om zo het hoofd boven water te houden. Dat geldt ook voor David van Hartskamp. Hij is CEO en oprichter van zorgbedrijf Lead Healthcare uit Baarn dat nu tientallen coronateststraten exploiteert. Voor de verzekering ervan wendde het bedrijf zich tot Michel van Hunen, accountmanager bij VvAA Financieel-economisch adviesbureau.

Van Hartskamp is van huis uit apotheker. Inmiddels leidt hij meerdere zorgbedrijven die allemaal onder de paraplu van moederbedrijf Lead Healthcare vallen; een bedrijf dat hij veertien jaar geleden is gestart. “We hebben ongeveer 550 zorgprofessionals in dienst die bij onze klanten werken. Denk aan ziekenhuizen, verpleeghuizen en apotheken. Tijdens de eerste golf kwamen veel van onze mensen ineens zonder opdrachten te

zitten. Door de enorme druk op corona- en intensive care-afdelingen kwam de reguliere zorg namelijk ernstig in de verdrukking. Daar hebben we als bedrijf een flinke tik van gehad. Ik heb er wel slapeloze nachten van gehad, ja. Gelukkig normaliseerde de toestand enigszins in de zomermaanden, maar in het najaar hadden we te maken met een tweede golf en zag ik de bui alweer hangen.”

In deze periode, eind september 2020, valideerde het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RiVM) de antigeentest; een sneltest die de geteste persoon binnen vijftien minuten duidelijkheid biedt over een besmetting met het coronavirus. “Die testen hebben we meteen in huis gehaald”, vertelt van Hartskamp. “In eerste instantie voornamelijk om de eigen mensen te testen, maar al snel deden we dat ook voor andere bedrijven.” Zijn collega, controller Mandy van Selm, vult aan: “David heeft me toen gevraagd een plan uit te werken voor een nieuwe onderneming om coronasnelteststraten te exploiteren. Onderdeel daarvan waren uiteraard de verzekeringen. Daarvoor heb ik contact opgenomen met Michel van Hunen van VvAA, de organisatie waar ook de medische aansprakelijkheidsverzekeringen lopen van onze zorgmedewerkers binnen de andere ondernemingen.”



## ‘Er zijn nog weinig data voorhanden om goede inschatting te kunnen maken’

### Onontgonnen gebied

“Mijn eerste gedachte bij commercieel gerunde coronateststraten was toch een beetje die van gehaaide ondernemers die er een goudmijntje in zien. En daar willen VvAA en ik verre van blijven,” zegt Van Hunen. “Maar van Lead Healthcare weet ik dat ze zorgvuldig te werk gaan en uitsluitend BIG-geregistreerde zorgmedewerkers inzetten. Dus medisch geschoolde professionals die weten wat ze doen.”

De adviseur vertelt dat Lead Healthcare de eerste partij was waar hij mee te maken kreeg die een coronateststraat wilde verzekeren: “Zoals Mandy al aangeeft, waren de medewerkers van de overige bedrijfsonderdelen al bij ons verzekerd voor medische aansprakelijkheid. Maar de coronateststraat-onderneming zou een nieuw bedrijf worden met medewerkers die andere activiteiten uitvoeren. Zorgmedewerkers bovendien, die zouden opereren

### VvAA

VvAA is, met ruim 124.000 leden, de beroepsoverstijgende ledenorganisatie voor (para)medici en zorginstellingen. VvAA is opgericht met als doel de leden en zorginstellingen te adviseren over en ondersteunen bij alle zaken buiten de uitoefening van hun primaire taak. Onder de VvAA Groep vallen onder andere een financieel adviesbureau, een (schade)verzekeraar, financieel fiscale diensten en een stichting Rechtsbijstand.

in de frontlinie van de bestrijding van een wereldwijde pandemie. Als je het hebt over risico's is dat eigenlijk nog grotendeels onontgonnen gebied. Er zijn nog te weinig kennis en data voorhanden om goed in te schatten waar mogelijk in de toekomst aansprakelijkheid kan ontstaan.” Het aansprakelijkheidsrisico van de coronateststraatmedewerkers heeft Van Hunen volledig onder kunnen brengen bij VvAA Schadeverzekeringen. “Reguliere verzekeraars wilden er niet aan of hanteerden torenhoge premies,” verduidelijkt Van Hunen. “Dat toont weer aan hoe waardevol het is om een gesprekspartner te hebben die weet wat er in het vakgebied en de sector leeft en daardoor branche gerelateerde risico's goed kan inschatten.”

### Maximaal haalbare

Voor wat betreft de verzekering van de coronateststraten zelf, waaronder apparatuur en materieel en dergelijke, adviseerde Van Hunen zijn klant om het risico van de eerste teststraat zelf te dragen. “Dat risico kon de nieuwe onderneming goed dragen. Ook toen de tweede teststraat er kwam, was dat nog verantwoord. Maar toen het aantal teststraten snel toenam, werd het een ander verhaal.” Het verzekeren van de teststraten was een hele klus. Van Hunen had gehoopt hier een evenementenverzekering voor te kunnen sluiten. “Helaas bleek dat polistechisch niet mogelijk. Een evenement heeft een einddatum. En die was, om voor de hand liggende redenen, voor een coronateststraat niet op te geven. We hebben geen idee hoe lang die nog nodig zijn. Voorlopig zijn we er nog niet van af.”

Omdat verzekeraars het risico van de teststraten niet konden wegschrijven in hun systemen, moest een andere oplossing worden gevonden. Van Selm: “Dat was nog best spannend. We hadden inmiddels al enkele tientallen teststraten die vaak op wat afgelegen industrieterreinen of parkeerplaatsen zijn gelegen, het was vlak voor de jaarwisseling en de media speculeerden volop over een onrustig oud en nieuw.” Uiteindelijk is het Van Hunen op de valreep gelukt om een verzekering te sluiten waarbij onder andere risico's als brand en bliksem waren gedekt. Van Hartskamp: “Dat was het maximaal haalbare, vertelde Michel me. Vandalisme, waarmee we bij onze teststraat in Haarlem te maken kregen, beschouw ik maar als een incident dat valt onder het ondernemersrisico.”



# Autoschade?

Bij ASN Autoschade staan u en uw berijder centraal, wij ontzorgen en verrassen. ASN Autoschade heeft een landelijk dekkend netwerk van autoschadeherstelbedrijven. Bij alle ASN Autoschade vestigingen staan kwaliteit, efficiëntie en klanttevredenheid hoog in het vaandel. Wij zijn een gewaardeerd partner voor verzekeraars, volmachten, leasemaatschappijen, fleetowners en dealerorganisaties.

Wij doen er alles aan om u en uw berijders tevreden te stellen, want schade is al vervelend genoeg. Bekijk onze scores op [asnautoschade.tevreden.nl](https://asnautoschade.tevreden.nl)



## Tevreden klanten

Onafhankelijk en transparant klanttevredenheidsonderzoek



## Landelijk netwerk

Franchiseketen met zelfstandige ondernemers



## Autoschade

Vakkundige medewerkers en modern gereedschap



## Vervangend vervoer

ASN Autoschade houdt uw klanten mobiel met vervangend vervoer en haal- en brengservice



## Klant contact center

24/7 bereikbaar



## Polis check

Dekking verificatie via webservice voor procesvoordeel en tijdwinst

Meer weten? Bel 020 - 44 88 020

Pannenkoeken voor minderbedeelde gezinnen - Heesch



IJs voor zorghelden - Wijchen



Steun aan Wensambulance - Utrecht



Lokale lekkernijen verzorgingstehuizen - Hattem



# Samen betrokken

De Nh1816-filosofie gaat verder dan verzekeringen afsluiten en schade vergoeden.

Als coöperatieve verzekeraar geven wij, samen met adviseurs en verzekerden, kwetsbare mensen een extra steuntje in de rug in deze bijzondere tijd.

Bekijk alle Samen Betrokken initiatieven op [www.nh1816.nl/samenbetrokken](http://www.nh1816.nl/samenbetrokken).

**Nh1816**  
Verzekeringen



WINNAAR PARTICULIER  
SCHADE



# 'One size fits all gaat niet op'

Tekst Sébastien Wulms  
Beeld Wilco van Dijen

Mkb'ers en zzp'ers kunnen extra ondersteuning gebruiken bij het afsluiten van een rechtsbijstandverzekering, zo blijkt uit onderzoek van verzekeraar ARAG. Carola Wijkamp-Hermesen, directeur Commercie, Marketing en Verzekeringen bij ARAG legt uit hoe de verzekeraar hier, samen met Adfiz, een vervolg aan wil geven.

"Rechtsbijstandverzekeringen worden gezien als niet adviesgevoelig. De ogenschijnlijke eenvoud van de dekking, rechtshulp, verhuult vaak de complexiteit van de juridische risico's. Dat komt omdat we uitkeren in natura. Maar de risico's kunnen heel verschillend zijn. Zo heeft een startende ondernemer of zzp'er vaak te maken met andere vragen op het gebied van juridische hulp dan een reeds gevestigde mkb'er."

"Voor een ondernemer is het lastig in te schatten wat de financiële consequenties van een juridisch conflict kunnen zijn. Maar zeker ook de emotionele gevolgen worden vaak onderschat. De vraag welke risico's een ondernemer zelf kan dragen of juist wil verzekeren, is dus niet eenvoudig te beantwoorden. Daarnaast speelt ook de hoogte van de premie een rol. Dat alles is van invloed op het advies naar de klant. Een risicomanagementgerichte aanpak is belangrijk om te borgen dat de ondernemer op een passende manier met zijn juridische risico's omgaat. Of dat is door te verzekeren of door er op een andere manier mee om te gaan."

"Voor een leasemaatschappij is rechtshulp bij deelname aan het verkeer waarschijnlijk waardevoller dan voor een zzp'er die een administratiekantoor aan huis heeft. En zo krijgt een ondernemer in de (para)medische branche te maken met andere risico's dan een agrariër. Ik wil hiermee maar aangeven dat het bij rechtsbijstandverze-

'We hebben  
tools  
ontwikkeld  
die de  
adviseur  
kunnen  
helpen'

keringen niet *one size fits all* is. Daarom werken wij met verschillende pakketten en modules. Zo hebben we een rechtsbijstandverzekering die specifiek is toegespitst op medische dienstverleners, maar ook voor bijvoorbeeld zzp'ers. Op die manier is de premie echt afgestemd op het risico en voorkom je dat een ondernemer met diensten en dekkingen zit waarop hij hoogstwaarschijnlijk toch nooit een beroep zal doen. Of die hij makkelijk zelf kan dragen."

"Om nut en noodzaak van een risicomanagementgerichte aanpak bij het adviseren van rechtsbijstandverzekeringen breed onder de aandacht van het intermediair te brengen, start ARAG met een communicatie- en bewustwordings-traject. Adviseurs gaven in ons onderzoek aan dat ze meer voorbeeldcases en -berekeningen willen, gerelateerd aan verschillende branches en specifieke beroepen. Daar zijn we mee aan de slag gegaan door tools en communicatiemiddelen te ontwikkelen die de adviseur kunnen helpen in het advies aan de ondernemer."

"Daarnaast hebben we contact gezocht met Adfiz. Met een expertsessie en een webinar voor Adfiz-leden willen we inhoudelijke kennis delen over juridische risico's en de mogelijkheden voor het voetlicht brengen die er zijn om daar met maatwerk op in te spelen."

**WIE IS...**

Brandon Schotanus (25) groeide op in Ridderkerk en woont en werkt daar nog steeds. Hij studeerde fiscale economie en recht, maar maakte deze studie niet af. In 2015 begon hij als binnendienst medewerker/adviseur particulier bij Bakker-Bloem, het kantoor van zijn moeder. Hij behaalde zijn Wft-diploma's en klom op tot allround adviseur particulier en zakelijk. In januari 2019 nam hij op 23-jarige leeftijd het bedrijf over van zijn moeder Ilse Schotanus-Bakker. Zij werkt nog steeds voltijd in het bedrijf, maar gaat binnenkort een dagje minder werken.

Naast zijn werk studeert Schotanus HBO-bedrijfskunde in de avonduren. Hij hoopt dit jaar af te studeren.



# ‘Klanten blijven door onze persoonlijke aanpak’

Tekst Bureau Bax  
Beeld Eric Kampherbeek

Ruim 7 miljoen relaties worden geholpen door Adfiz-leden. Wie zijn deze mannen en vrouwen die dagelijks alles op alles zetten om hun klanten zo goed mogelijk te bedienen? Elk nummer laat een lid het achterste van zijn tong zien in de rubriek Spiegel. Dit keer Brandon Schotanus (25) uit Ridderkerk die twee jaar geleden familiebedrijf Bakker-Bloem overnam.

## Was het voorbestemd dat jij in het familiebedrijf zou stappen?

“Mijn ouders hebben mijn broer en mij altijd de vrije keus gelaten. Ik had ook iets anders kunnen gaan doen, zoals ik aanvankelijk van plan was. Ik ben fiscale economie en recht gaan studeren, maar na een paar jaar ben ik daarmee gestopt. De universiteit bleek toch niet helemaal bij me te passen. Ondertussen zocht ik een goede bijbaan voor naast m'n studie en heb ik bij mijn moeder gesolliciteerd. Ik ben er gebleven en inmiddels ben ik eigenaar van het bedrijf dat ooit door mijn oma opgericht is.”

## Wie is jouw voorbeeld?

“Mijn oma was een inspirerende en daadkrachtige vrouw. Als zij iets wilde, dan gebeurde het ook. In de jaren vijftig was zij de eerste vrouwelijke makelaar in assurantiën. Ze heeft nog een briefje van koningin Juliana gekregen als blijk van waardering. Ik was tien jaar toen ze overleed. Ze is haar hele leven betrokken gebleven bij het kantoor. Mijn opa trouwens ook. Hij is nu 93 en doet nog kleine klusjes, zoals de post. Sinds de coronatijdbraak in maart vorig jaar, komt hij niet meer op kantoor. Maar hij woont, net als mijn ouders en ikzelf, naast kantoor, dus ik zie hem bijna dagelijks.”

## Van wie heb je het meest geleerd?

“Ik heb al mijn Wft-diploma's gehaald, maar de praktijk werkt soms net anders. Toen ik begon in het bedrijf, heb ik de eerste weken intensief met mijn moeder opgetrokken. Ik stelde haar veel vragen en zij hield toezicht op mijn werkzaamheden totdat ik voldoende ingewerkt was en helemaal zelfstandig aan de slag kon. Mijn moeder heeft me geleerd dat ‘persoonlijk blijven’ het belangrijkste is en daarnaast dat ‘geld niet voorop staat’. Door onze persoonlijke aanpak blijven klanten langer bij ons. Dat betekent ook dat we soms iets uitzoeken voor een klant zonder dat die daarvoor meteen een rekening krijgt. Op de lange termijn levert dit meer op.”

## Hoe typeer jij jezelf?

“Ik ben vrij enthousiast en nieuwsgierig. Ik wil altijd alles weten om een klant beter te leren kennen. Als

jij je been breekt, dan weet ik dat zes maanden later nog. Niet omdat ik dat ergens heb opgeschreven, maar omdat ik persoonlijk betrokken ben.”

## Wanneer heb je voor het laatst gehuild?

“Ik huil niet op mijn werk. Maar de snaar wordt wel eens geraakt. Klanten delen heel persoonlijke dingen. Zo verklapte een klant laatst dat zijn vrouw zwanger was, terwijl zijn ouders het nog niet eens wisten. Dat is bijzonder. En soms is het verdrietig. Zoals een andere klant die vertelde dat zijn dochter ernstig ziek was. Die dochter ken ik ook en is van mijn leeftijd. Dat raakt me natuurlijk, maar ik probeer wel een zekere afstand te bewaren zodat ik goed kan blijven adviseren.”

## Welke karaktereigenschap zit je soms in de weg?

“Ik heb een vrij hoog werktempo. Als anderen ergens lang over doen, ga ik me ergeren. Ook wanneer iets af moet voor een klant en het is tijd om te lunchen of om naar huis te gaan, dan sla ik die lunch liever over of blijf wat langer op het werk. Maar niet iedereen doet dat. En dat hoeft ook niet, want niet iedereen is hetzelfde. Daar moet ik mezelf soms even aan helpen herinneren.”

## Hoe zorg je voor een goede balans tussen werk en privé?

“Dat is een aandachtspuntje voor me. Als ik niet oplet, ben ik de hele dag en ook 's avonds met mijn werk bezig. Sporten met vrienden is wel een uitlaatklep voor me, maar dat ligt in deze coronatijd stil. Om het eind van de werkdag te markeren, wandel ik een rondje buiten. De avonden besteed ik nu aan mijn studie.”

## Wat is jouw ambitie?

“Mijn streven is om nog meer totaalklanten te kunnen bedienen met Bakker-Bloem. Maar ik wil niet eindeloos groeien. Ik vind het belangrijk dat we de menselijke maat behouden en onze klanten echt goed kennen. In de toekomst zou ik naast Bakker-Bloem nog wel een tweede bedrijf willen starten. Wat voor soort bedrijf, dat weet ik nu nog niet.”

‘Mijn oma kreeg een briefje van koningin Juliana als blijk van waardering’

# Duurzaam schadeherstel.

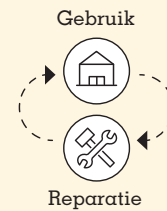
Een no-brainer als je de cijfers kent.

α.s.r.  
de nederlandse  
verzekerings  
maatschappij  
voor alle  
verzekeringen

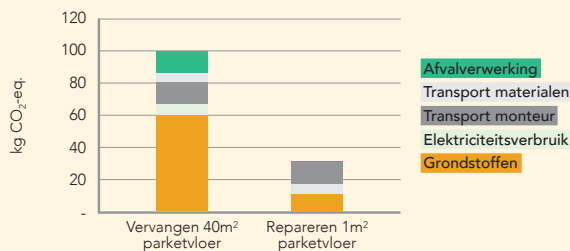
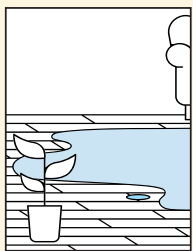
## Proces: Schade vervangen



## Proces: Schade herstellen



## Vergelijking klimaatimpact waterschade op parketvloer

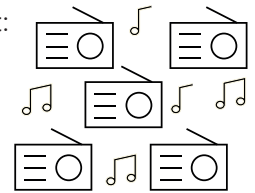


Herstellen bespaart:

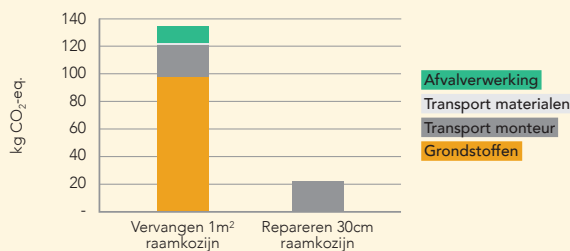
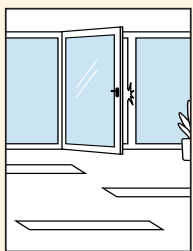
**68 kg CO<sub>2</sub>.**

Staat gelijk aan:

**1,6 jaar  
de radio aan.**



## Vergelijking klimaatimpact inbraakschade raamkozijn



Herstellen bespaart:

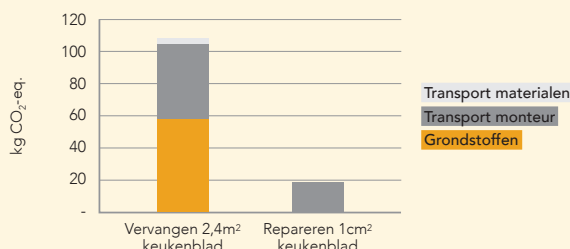
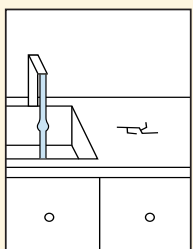
**112 kg CO<sub>2</sub>.**

Staat gelijk aan:

**16,4 keer A'dam-Utrecht  
met de auto.**



## Vergelijking klimaatimpact valschade keukenblad

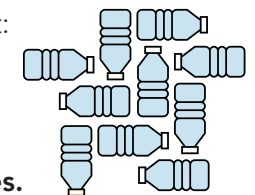


Herstellen bespaart:

**89 kg CO<sub>2</sub>.**

Staat gelijk aan:

**de productie van  
1.022 plastic flesjes.**



Daarom kunnen klanten bij α.s.r. kiezen voor duurzaam schadeherstel.

# α.s.r. doet het

# Uitgelicht

## NIEUWE KENNISDOSSIERS ONLINE

Het afgelopen kwartaal heeft Adfiz drie nieuwe kennisdossiers boordevol informatie, tips en nuttige links toegevoegd aan de website:

- Verduurzaming – gericht op het adviseren van de klant rondom woningverduurzaming. Een hoofdstuk over verduurzaming in de zakelijke markt is in ontwikkeling
- SFDR (Sustainable Finance Disclosure Regulation) - deze Europese verordening is een uitvloeisel van het Klimaatakkoord van Parijs en heeft tot doel duurzaam beleggen te stimuleren en klanten meer inzicht te geven in de beleggingsstromen.
- Assurantiebelasting en BTW – wanneer moet je assurantiebelasting/BTW afdragen, over welke producten en diensten en hoe bereken je het?

# Adfiz



## ADFIZ KOFFIEBREAKS EN WEBINARS

Adfiz is gestart met het organiseren van koffiebreaks. Eén keer per maand op een donderdagochtend om 9.00 uur vindt er een koffiebreak plaats. Tijdens deze korte online bijeenkomsten van een half uur worden Adfiz-leden bijgepraat over onderwerpen die de branche raken. Zo zijn de onderwerpen brexit, swo's, woningverduurzaming en het Adfiz meerjarenplan al aan bod gekomen. Daarnaast worden verschillende webinars georganiseerd. Voor deze online bijeenkomsten wordt altijd een externe specialist uitgenodigd. Onderwerpen als online adviesvaardigheden, RI&E, de SFDR en Wwft werden hier al toegelicht. Leuk om te zien dat de webinars zo drukbezocht worden!



## VEEL POSITIEVE REACTIES OP NIEUWJAARSBOODSCHAP

Op donderdag 14 januari organiseerde Adfiz traditiegetrouw de nieuwjaarsbijeenkomst. Een online event dit jaar. De nieuwjaarsboodschap werd uitgezonden vanuit een leeg Spant in Bussum en vanuit huis kon het programma worden gevolgd. Niettemin oogste de korte nieuwjaarsboodschap, met onder meer de speech van voorzitter Roger van der Linden, de voordracht van de Dichter des Vaderlands en de video- en tekstboodschappen van stakeholders en partners, veel lof. Uiteraard gaat er niets boven een live nieuwjaarsbijeenkomst. Hopelijk komt er snel weer ruimte voor fysieke evenementen.



## WEEK VAN HET GELD

'Goed omgaan met geld is goud waard' was dit jaar het thema van de Week van het Geld. In tegenstelling tot vorige jaren vond de Week van het Geld 2021 volledig digitaal plaats. Zo was er een Studio Week van het Geld, van waaruit iedere dag programma's werden uitgezonden. Denk aan een geldjournaal voor jonge kinderen, maar ook een docu over geldezels en een kinderpersconferentie. Ook deden Adfiz-leden weer mee aan dit evenement, dit keer met online gastlessen. Via een online applicatie werd het Fix je Risk spel gespeeld met kinderen uit groep 7 en 8. Week van het Geld is een initiatief van Adfiz' partner Wijzer in Geldzaken, onderdeel van het Ministerie van Financiën.



## MEERWAARDE MET ADFIZ - EVENEMENTEN

- 14 april: Tweede online Adfiz Platformbijeenkomst
- 16 juni: Algemene Ledenvergadering\*
- 22 september: Zakelijk Platform\*

\* Afhankelijk van de op dat moment geldende coronarichtlijnen worden de evenementen online, fysiek of in hybride vorm georganiseerd. Kijk voor actuele informatie en regiobijeenkomsten, webinars en koffiebreaaks of andere op [adfiz.nl/evenementen](https://adfiz.nl/evenementen).



## ADFIZ PRESTATIE ONDERZOEK

De winnaars van het Adfiz Prestatie Onderzoek 2020 zijn bekend gemaakt. Binnen de categorie Particuliere prijzen scoren Allianz, TAF, Nh1816 en Scildon het beste. Bij de Zakelijke prijzen ging de bokaal naar De Zeeuwse, TAF en Allianz. Binnen de nieuwe categorie Beste Partner won ASR alle prijzen. Normaal gesproken reageren de winnaars live op het podium bij de prijsuitreiking op de nieuwjaarsbijeenkomst. Dit jaar zijn de reacties van de winnaars gepubliceerd op AMweb. Zie: [tinyurl.com/AdfizPO](https://tinyurl.com/AdfizPO)

## TWEDE ADFIZ PLATFORMBIJEENKOMST



Op 14 april wordt de tweede online Adfiz Platformbijeenkomst gehouden, hierin zijn het jaarlijkse Particulier en Zakelijk Platform gecombineerd. Ook dit keer wordt het Adfiz kantoor omgebouwd tot Studio Amersfoort van waaruit live wordt uitgezonden. Tijdens deze tweede online Adfiz Platformbijeenkomst vertellen Annemarie van Gaal en anderen over de maatschappelijke waarde van advies. Ook staan er vijf expertsessies op het programma. Daarnaast zijn er sparsessies ingepland met de verschillende Adfiz commissies en kunnen leden elkaar digitaal ontmoeten. Het volledige programma vind je op [adfiz.nl/evenementen](https://adfiz.nl/evenementen).

# B4BD

BHB Dullemond

## Overnameadviseurs die de assurantiemarkt door en door kennen.

Sinds 1998



“Er kwam uiteindelijk een deal op tafel die boven onze verwachting ging, maar waar óók de koper blij mee was. Een mooie win-win situatie”

Waar kunnen we u bij helpen?

Bel 033 480 54 82

[www.bhbdullemond.nl](http://www.bhbdullemond.nl)



gewoon  
lekker  
wonen.

Klanten helpen met fijn wonen. Daar zorgen we samen voor. Al jaren. Met gewoon 1 goede hypotheek, goede voorwaarden en een scherp renteaanbod. Precies zoals je van ons gewend bent. Duidelijk dus. Zo weten we allemaal waar we aan toe zijn. Jij als adviseur. En jouw klanten ook. Je leest het op [argenta.nl/adviseur](https://argenta.nl/adviseur).

 **ARGENTA** de woonbank.