

Adfiz

MAGAZINE

2020
#13

**‘Wij nemen meer risico
om onze ambities te
realiseren’**

Jan-Paul Rutten, directeur brouwerij
Gulpener

**‘Na maanden nattigheid en
kou, denk je niet meer na
over je angsten’**

Tanja Visser en Anemieke Bes,
zeilsters van The Ocean Race

**Is bemoeienis van
werkgever gewenst bij
financiële problemen?**

Discussie

LEF

HUISMERK introduceert Next Level Serviceproviding

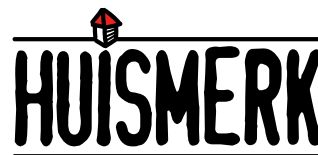


Voor een vast bedrag per maand
onbeperkt gebruik maken van ons assortiment.
Toegang tot nagenoeg alle geldverstrekkers.



Meer weten?

Voor meer informatie bel je **088-766 38 70** of
kijk je op hetnieuweadviseren.nl/next-level-serviceproviding





Lef en vindingrijkheid

“Het eerste wat mij te binnen schiet als ik denk aan lef is ‘no guts, no glory’. Oftewel in goed Nederlands ‘wie niet waagt, die niet wint’.

De afgelopen zes coronamaanden waren natuurlijk een hel voor veel ondernemers. Ik denk aan restauranteigenaren, kappers, organisatoren van evenementen en nog veel meer. Het is nogal wat om je omzet van het ene op het andere moment te zien verdampen, terwijl je kosten blijven doorlopen. Gelukkig beschikken veel ondernemers over een flinke portie lef en vindingrijkheid. Ik denk dat iedereen in zijn omgeving wel voorbeelden kent van ondernemers die snel zijn overgeschakeld op een ander verdienmodel. Zo zijn er legio voorbeelden van restauranteigenaren die zich met succes hebben toegelegd op afhaal- en bezorgmaaltijden en van drankproducenten die tijdelijk desinfecterende handgels zijn gaan produceren. Hun financieel adviseurs hielpen daarbij door er samen met de verzekeraar voor te zorgen dat de nieuwe risico's ook gedekt waren.

Lef en vindingrijkheid zag ik ook binnen onze eigen sector. Zo is er eindelijk op grote schaal geëxperimenteerd met thuiswerken en videoconferencing. En zelfs klanten op afstand adviseren, is op grote schaal omarmd. Iets wat op deze schaal voor veel adviseurs, mijzelf inclusief, lange tijd een brug te ver was. En dat is hopelijk iets dat blijft na deze zware periode. Niet alleen durven als het moet, maar ook als het kan. Met andere woorden: als het straks weer beter gaat, hoop ik dat we het lef houden om te blijven experimenteren met nieuwe vormen van advies en klantbenadering. Ik wens je veel leesplezier met deze 13e editie van Adfiz Magazine.”

Roger van der Linden - voorzitter Adfiz

COLOFON

2020 #13

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: Ben van der Burg,
Wilco van Dijen, Erik Kampherbeek, Sanna Leupen,
Guus Schoonewille

Coverbeeld fotografie: Eric Kampherbeek
Covermodel: Gabriëlle Erlach



Oplage magazine: 1.500 (controlled circulation)

Acquisitie: Elma Media B.V. (Silver 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.

Lef

- 1** | Roger van der Linden ziet lef bij adviseurs
Voorzitter aan het woord
- 4** | Schouten Zekerheid regelt steunpakket voor horecaklanten
Voor de klant
- 6** | 'We zijn bereid risico's te nemen'
Interview Jan-Paul Rutten, brouwerij Gulpener
- 10** | 'Ondernemen met lef loont'
Achtergrond
- 15** | Infographic
- 18** | Aan tafel met ...
Carla Muters van Nationale Hypotheek Garantie (NHG)
- 22** | Moeten werkgevers zich actief met de financiële problemen van werknemers bemoeien?
Discussie
- 25** | CDA-er Evert Jan Slootweg wil samen met sector agenda bepalen
Kennismaken
- 26** | Alleen info brengt consument niet in beweging
Visie
- 29** | 'Zijn hele bezit investeerde hij in bitcoins, wat een lef!'
Columnist Ben van der Burg
- 30** | 'Je hebt geen tijd om aan je angsten te denken'
Interview zeilsters Tanja Visser en Annemieke Bes
- 36** | Zicht directeur Lia Polano wil het beter doen
Spiegel
- 39** | Nieuws en ledenvoordeel
Uitgelicht





18 CARLA MUTERS:
'NHG WIL
CONSUMENT
VANGNET BIJEN'



MEER ACTIE NODIG OM CONSUMENT IN
BEWEGING TE KRIJGEN
26



CDA WOORDVOERDER
FINANCIËN STELT
ZICH VOOR
25



TANJA VISSER:
'IK ZEILDE OP DE EERSTE BOOT IN
THE OCEAN RACE MET ALLEEN VROUWEN'
30



36 LIA POLANO: 'IK DOE
NIET AAN CARRIÈRE-
PLANNING'

‘Binnen vier dagen presenteerden we een steunpakket’

Tekst Sébastien Wulms
Beeld Eric Kampherbeek





Als het kabinet op zondagmiddag 15 maart bekend maakt dat de horeca die avond dicht moet, ontstaat direct intensief app- en telefoonverkeer tussen medewerkers van Schouten Zekerheid. Het advieskantoor heeft veel horecabedrijven als klant die verzekerd zijn via KHN Verzekeringen – een samenwerkingsverband van Schouten Zekerheid en Koninklijke Horeca Nederland (KHN).

“Horecabedrijven zagen hun omzet van het ene op het andere moment verdampen”, legt commercieel directeur affinity groups Eric Kreft van Schouten Zekerheid uit. “Maar de kosten lopen gewoon door. Daarom hebben we nog diezelfde zondag contact gelegd met de verzekeraars die risicodragers zijn voor KHN Verzekeringen.”

In amper vier dagen tijd lukte het de adviseurs van Schouten Zekerheid om de betrokken verzekeraars te overtuigen van het belang van steunmaatregelen voor de horeca. “Dat hebben we niet alleen voor de horecabranche gedaan”, verduidelijkt Tim van der Loop, teamleider verkoop bij Schouten Zekerheid. “Voor klanten in andere branches hebben we soortgelijke acties in gang gezet.”

Op donderdag 19 maart stuurden Kreft en Van der Loop hun horecaklanten een mail waarin ze het steunpakket presenteerden. “Ten eerste een verruiming van de betalingstermijn van 30 naar 90 dagen. Ten tweede konden klanten die hun verzekeringspakket per jaar of half jaar betalen deze zonder toeslag omzetten naar maandbetaling. En ten derde de dekking van het bezorg risico. Voor voertuigen die ingezet worden voor maaltijdbezorging geldt normaal gesproken een premietoeslag. Ondernemers die tijdens de lockdown maaltijden gingen bezorgen, konden we dekking bieden zonder dat daarvoor extra premie in rekening werd gebracht”, vertelt Kreft.

“Nadat de mail was verzonden, hebben we met het hele adviseursteam ruim 500 klanten gebeld,” zegt Van der Loop. “Gewoon om te horen hoe het met ze ging en welke uitdagingen ze voorzagen. Dat werd enorm gewaardeerd.” Ook vanuit Koninklijke Horeca Nederland worden lovende woorden gesproken. Algemeen directeur Dirk Beljaarts: “Tijdens de coronacrisis heeft Schouten Zekerheid snel en creatief geschakeld. Ze laten hiermee zien dat partners een verschil kunnen maken voor horecaondernemers in deze moeilijke tijden.”



‘Wij zijn bereid meer risico’s te nemen om onze ambities te realiseren’

Tekst Bureau Bax
Beeld Eric Kampherbeek

Lokale grondstoffen, energiezuinige productiemethoden. Brouwerij Gulpener heeft vergaande ambities op het gebied van duurzaamheid. Het Limburgse bedrijf begon daarmee al in de jaren negentig. “Mijn vader besloot enkel nog granen van lokale boeren te gebruiken,” vertelt directeur Jan-Paul Rutten (46), die de lijn van zijn vader voortzet. “Sommige stappen zijn spannend, maar nodig. We willen binnen enkele jaren de meest duurzame brouwer van Europa zijn.”

Waar plaatst u Gulpener in het Nederlandse brouwerijlandschap?

“Er zijn in Nederland twee categorieën brouwerijen. Aan de ene kant zijn er de multinationals zoals Heineken en Grolsch. Aan de andere kant zijn daar zo’n 700 microbrouwerijen. Wij zitten er een beetje tussenin. Qua omvang zijn we met 65 medewerkers een heel stuk kleiner dan de multinationals en een stukje groter dan de meeste kleine brouwerijen. Gulpener bestaat bijna 200 jaar en is een gevestigde naam, een bedrijf met geschiedenis. Maar qua product, beleving en ambacht passen we meer bij de craftcultuur van de kleine nieuwkomers. Kortom; we zijn nergens mee te vergelijken.”

Het aantal kleine brouwerijen blijft maar toenemen. Wat betekent dat voor jullie positie?

“Het heeft zowel een positief als een negatief gevolg voor ons. De kleine brouwers zijn concurrenten. Vooral in de retail is de druk op het schap flink toegenomen. Daar zien we de gevolgen van. Gulpener komt soms in de verdrinking. Aan de andere kant zorgt de komst van de kleine ambachtelijke bierbrouwers voor een echte biercultuur. De voorgaande 25 jaar kenden we in Nederland vooral pils. Nu zien we dat consumenten zich veel meer interesseren voor speciaalbier. Dat is gunstig

‘Mijn vader wilde dat Gulpener verbonden bleef met de regio’

voor ons. Het heeft ons ook wakker geschud. We zijn nog meer gaan kijken waar we kunnen vernieuwen en verbeteren. Ook hebben we proactief de samenwerking opgezocht met kleine brouwers. Samen produceren we collaboration-brews. Deze bieren lanceren we met een mooi brouwfeest.”

Wat onderscheidt Gulpener van de rest?

“Wij hebben een heel duidelijke visie op duurzaamheid. Mijn vader is daarmee begonnen. Hij zag dat veel grote bedrijven alleen nog maar gedreven werden door het maken van winst. Voor andere factoren, zoals omgeving en mensen, was geen aandacht meer. Hij besloot toen ‘wij gaan dat anders doen’. Hij startte een samenwerking met zo’n 25 boeren waardoor al onze grondstoffen uit de regio komen. Ook hop, wat niet verbouwd werd hier, is op zijn initiatief geïntroduceerd in Limburg.”

Was er geen enkele aarzeling bij deze koerswijziging destijds?

“Er was wel scepsis bij de aandeelhouders waaronder mijn neven, nichten, zussen en ikzelf. ‘Gaan we dan meer bier verkopen?’ werd er gevraagd. Het antwoord wist mijn vader ook niet. Hij vond het belangrijker dat Gulpener een bedrijf is dat in de maatschappij staat. We zijn heel erg verbonden met de regio, met het dorp,

met de mensen die er wonen. Meer dan de helft van de mensen die bij ons werken, komt uit de buurt. Die mensen zijn weer lid van verenigingen en als zo'n vereniging een evenement organiseert, zijn wij vaak sponsor, of gebruiken ze het terrein van de brouwerij. Zo zijn wij verankerd in de lokale gemeenschap. Het bedrijf heeft de lijn van mijn vader altijd voortgezet en verder uitgebouwd. Zo hanteren we al jaren het 25 miles concept."

Wat houdt dat in?

"Dat betekent dat we nagenoeg geen producten of grondstoffen gebruiken die meer dan 25 mile, oftewel 40 kilometer, van de brouwerij vandaan komen. Dat voeren we heel strikt door. Niet alleen bij het productieproces van onze bieren, maar ook in het brouwlokaal waar mensen biertjes kunnen proeven en iets kunnen eten. We serveren bijvoorbeeld heerlijke salades, maar in de winter zonder sla, omdat die dan niet in Limburg van het land komt. En we hebben geen bekende frisdranken omdat die niet hier geproduceerd worden. Wel heerlijke sappen van de boeren natuurlijk."

Wat doen jullie om met Gulpener voorop te blijven lopen?

"Het is onze ambitie om in 2030 fossielvrij bier te produceren. Om dat te bereiken hebben we een nieuw brouwhuis laten bouwen. Het oude brouwhuis stamde uit de jaren zestig en was sowieso aan vervanging toe. Het nieuwe brouwhuis is voorzien van enkele innovatieve technieken waarmee wij 75 procent energie besparen. Neem bijvoorbeeld het koken van het bier aan het eind van het brouwproces. Voorheen duurde dat een uur en daarbij verdampte een deel van het bier. We passen nu een nieuwe techniek toe die het koken vervangt, daarmee besparen we dus enorm veel energie."

Heeft dat ook invloed op de smaak van het bier?

"Ja waarschijnlijk wel een beetje. We hebben het getest op kleine schaal, maar dat is toch anders dan wanneer we in het groot gaan brouwen. We hebben het nieuwe brouwhuis begin juli in gebruik genomen, maar het is nog te vroeg om de effecten op het bier te benoemen. Het is spannend, maar we zijn ervan overtuigd dat we straks een vertrouwd biertje kunnen produceren dat waarschijnlijk zelfs lekkerder wordt omdat we het brouwproces veel beter kunnen aansturen en beïnvloeden. Daarnaast gaan we enkele nieuwe bieren ontwikkelen. Met de nieuwe technieken kunnen we meer soorten graan verwerken. We gaan experimenteren met biologisch geteelde oergranen zoals rogge, spelt en emmertarwe."

Waar ligt de balans tussen nieuwe dingen proberen en risico's mijden?

"Wij zijn bereid meer risico's te nemen om onze doelstellingen te halen. De manier waarop wij ondernemen is minstens zo belangrijk als het product dat wij maken. Dus daar doen wij geen concessies, ook al is dat soms spannend. Gelukkig lig ik niet zo snel wakker. En je moet altijd blijven nadenken. Zo hebben we vanwege de

coronacrisis de geplande investering voor een warmtepomp, waarmee het brouwhuis volledig fossielvrij wordt, even uitgesteld."

Hoewel u zowat opgroeide in de brouwerij, bent u pas sinds 2012 betrokken bij het bedrijf. Wilde u aanvankelijk niet?

"Ik heb geneeskunde gestudeerd en vervolgens een jaar als chirurg vrijwilligerswerk verricht in een ziekenhuis in Nepal. Een mooi vak, waar ik het prima naar mijn zin had. Ik was niet van plan om de overstap te maken naar Gulpener, maar het is langzaam gegroeid. Ik werd gevraagd om mijn tante op te volgen in de Raad van Commissarissen en zo raakte ik meer en meer betrokken bij het bedrijf. Langzaam werd mijn enthousiasme verder aangewakkerd en heb ik uiteindelijk de stap gezet. Ik heb eerst 2,5 jaar meegelopen met mijn voorganger voordat ik in 2015 zelf directeur werd. Ik heb nooit spijt gehad van mijn overstap. Wel denk ik soms met weemoed terug aan het mooie vak chirurgie."

Zijn er parallellen tussen beide vakken?

"Ja absoluut. Het zijn beide heel sociale beroepen. Je bent bezig met de mensen in je team. Je moet elkaars vertrouwen winnen zodat je op elkaar kunt rekenen. Het team moet goed functioneren om samen iets voor elkaar te krijgen. Als dat niet goed loopt, ontstaan er fouten."

Maar die fouten zijn in een brouwerij wel iets minder van levensbelang ...

"Ja, in de letterlijke zin klopt dat zeker. Waar ik me eerst bezighield met levens redden of ziektes genezen, houd ik me nu meer bezig met levensgeluk. Ook niet onbelangrijk."

Hoopt u dat een van uw vier kinderen later ook het familiebedrijf ingaat?

"Dat zou leuk zijn, maar ik doe zoals mijn ouders met mij en mijn zussen deden. Ze gaven aan dat er opties waren om in het bedrijf te komen, maar oefenden nooit enige druk uit. Ik denk dat ik juist daardoor deze afslag heb genomen. Als ik enige druk had gevoeld, was ik waarschijnlijk chirurg gebleven. Ik vertel mijn kinderen veel over het bedrijf en neem ze vaak mee, maar ze moeten hun eigen pad volgen. Toen ik uiteindelijk koos voor het familiebedrijf was mijn vader heel verrast. Later is mijn jongste zus er ook nog komen werken. Ik zie dat mijn vader daar erg van geniet."

Welke uitdagingen ziet u de komende jaren voor Gulpener?

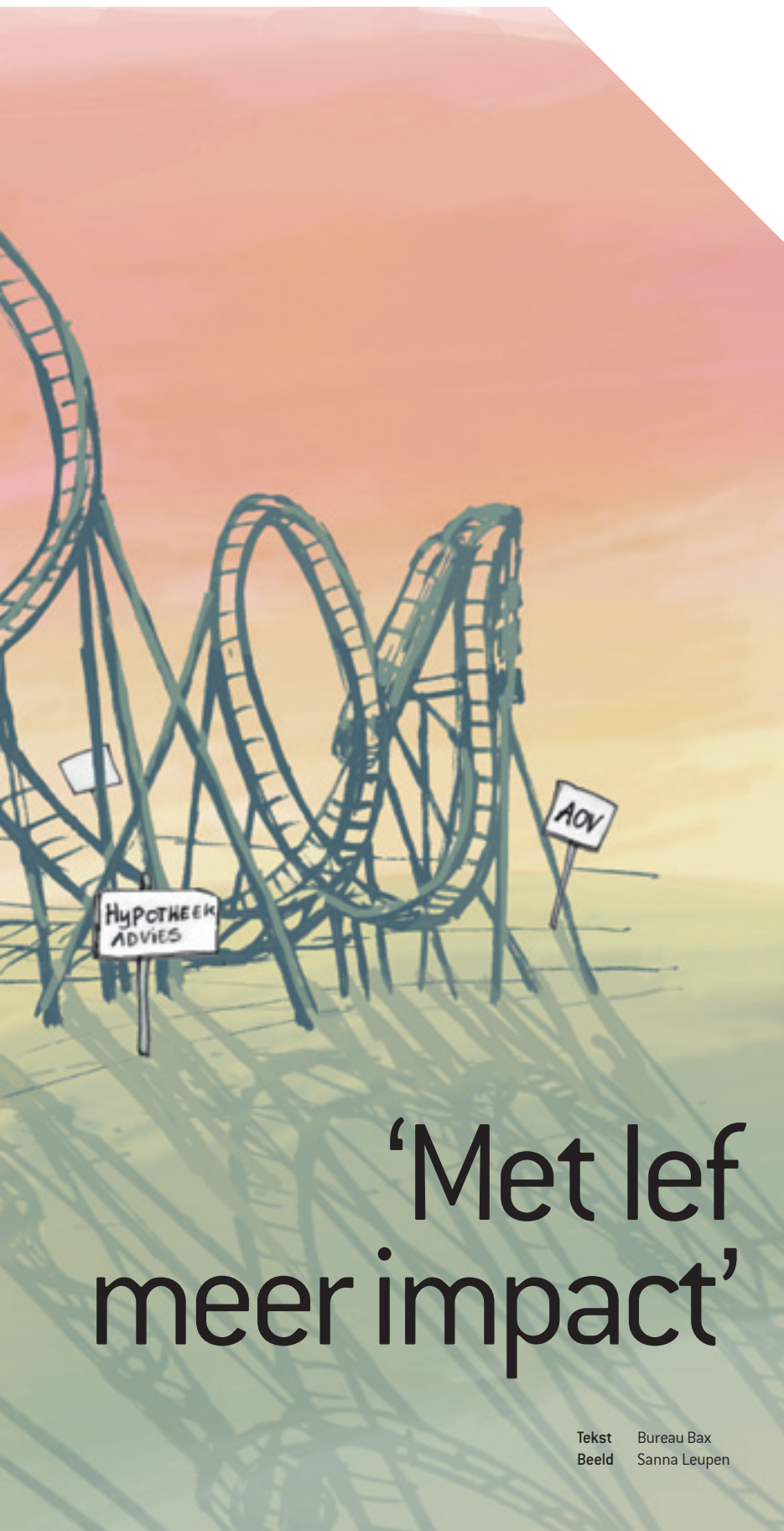
"De grootste uitdaging op dit moment is de coronacrisis. Die raakt ons heel hard. Wij hebben een sterke focus op de horeca en de verkopen daar zijn nog lang niet op het oude niveau. Het is spannend hoe dat zich gaat ontwikkelen de komende tijd. We hebben genoeg vet op de botten om hier doorheen te komen, maar het doet ons zeker pijn."

'Ik gaf
mijn baan
als chirurg
op voor het
familie-
bedrijf'

‘De grootste
uitdaging nu is
de coronacrisis.
Die raakt ons
heel hard.’







‘Met lef meer impact’

Tekst Bureau Bax
Beeld Sanna Leupen

Omzetverlies door de coronacrisis? Bij KOK Advies in Amstelveen hebben ze daar geen last van. Eigenaar Marco Kok zegt dat dit komt door hun spannende, maar duidelijke keuze voor serviceabonnementen zeven jaar geleden. Ondernemen met lef loont, zo zegt hij. En ook Etienne van Oosten, directeur van trainings- en coachingsbedrijf United Talent, is ervan overtuigd dat bedrijven die in hun manier van werken lef en discipline tonen, de beste resultaten boeken. “Teams waarin mensen elkaar en zichzelf verantwoordelijk durven houden, komen het verst.”

“Ons kantoor is in 1983 gestart door mijn vader. Ik ben er zelf in 1996 bij gekomen,” vertelt Marco Kok. “We werkten toen op provisiebasis. In 2004 is mijn vrouw Léonie mede-eigenaar geworden en zijn we op dezelfde voet verder gegaan. Totdat bekend werd dat in 2013 het provisieverbod van kracht ging. Wij zijn toen gaan nadenken over ons verdienmodel. En over de vraag ‘Wat voor kantoor willen wij zijn?’” Kok ging onderzoeken welke opties goed zouden passen. Twee dingen stonden daarbij voor hem als een paal boven water: “Klanten hebben financieel advies nodig, dat bleef onveranderd. En, het is voor veel klanten zinnig om hun financiële situatie van tijd tot tijd tegen het licht te houden. Dat wilden wij heel pro-actief voor ze doen.”

Grote hobbel

Hij kwam in contact met Christiaan Heijne van De Roos Van Renswouwe. Een financieel adviesbureau dat het Multi-safe model had geïmplementeerd in hun bedrijfsvoering. Een model waarbij klanten voor een laag basisbedrag een serviceabonnement nemen en bij het afsluiten van producten zijn er voor de adviseur inkomsten uit provisie. Het model sprak Kok aan. “We hebben Christiaan alles gevraagd over hoe het systeem bij hen werkte. Al onze twijfels op tafel gelegd. Levert het wel voldoende op? Willen klanten zich wel aan ons binden? Raken we zo geen mensen kwijt? Ze hadden heel goede ervaringen en konden onze zorgen wegnemen. We raakten ervan overtuigd dat dit ook voor ons een goede werkwijze zou zijn,” vertelt Kok.

Het bedrijf uit Amstelveen ging in mei 2013 over op het Multisafe model. “Onze slogan werd en is nog steeds ‘Leef je leven met financiële rust’. Wij ontzorgen onze klanten. Daarvoor nemen ze een abonnement. We kijken met ze mee, houden hun verzekeringen in de gaten,” zegt Kok. Het bedrijf is vrij rigoureu overgestapt. “We zijn al onze klanten gaan bellen om afspraken te maken en onze nieuwe werkwijze uit te leggen. Klanten die geen serviceabonnement wilden, hebben we begeleid naar andere kantoren en daar hebben we afscheid van genomen.” Een hele stap, noemt Kok het. Maar toch, de klanten waren het probleem niet. De grootste hobbel lag bij de medewerkers zelf. “We hebben in het begin elke week sessies gehouden waarin iedereen zijn vragen en twijfels kwijt kon. Dan kwam er bijvoorbeeld een klant die een hypotheek wilde afsluiten, maar geen serviceabonnement wilde. Voor onze adviseur was het dan best lastig om zo’n klant naar een ander kantoor te wijzen. Het is toch omzet die je misloopt,” vertelt Kok.

‘Van klanten die geen serviceabonnement wilden, namen we afscheid’

Scherpe keuzes

Toch is die strakke lijn die ze hebben gevolgd volgens hem de sleutel tot het succes geweest. “We hebben 1600 abonnementen nu en jaarlijks maar 1 procent verloop. Klanten weten wat ze bij ons kunnen verwachten en zijn daar heel tevreden over. In 2018 hebben we in Amstelveen de publieksprijs ‘Ondernemer van het jaar’ gewonnen.” Uiteindelijk levert het Kok dus positieve resultaten op. “Ik las dat veel adviseurs door de corona een omzetsdaling verwachten van 10 procent. Dat hebben wij niet. Wij zien zelfs een stijging van de omzet. Ik ben ervan overtuigd dat dit komt door de scherpe keuzes die we hebben gemaakt en de goede klantenbinding die daardoor is ontstaan.”

Ook Etienne van Oosten, herkent dat ondernemers die lef en daarbij ook discipline tonen, de beste resultaten boeken. “Ga maar na, als je als team afspraken met elkaar hebt gemaakt, maar in de loop van het proces lopen dingen net even anders, mensen houden elkaar daar niet op de hoogte, maar zien wel van elkaar dat er niet gebeurt wat is afgesproken. Voor je het weet gaat ieder voor zijn eigen succesje en wordt het gewenste teamresultaat niet behaald,” schetst Van Oosten. Samen met zijn collegae wordt hij vaak ingevlogen bij bedrijven wanneer de situatie dreigt te ontsporen. “Onze expertise ligt niet zozeer op strategisch gebied, maar meer op organisatorisch en leidinggevend vlak,” verduidelijkt hij. Van Oosten schreef samen met Jeanette

Harmsen en Natasja de Groot zelfs een boek over zijn ervaringen *Discipline en Lef, Hoe leiderschapsteams meer impact krijgen*.

Elkaar aanspreken

Een van de belangrijkste dingen die Van Oosten zijn klanten voorhoudt, is dat wanneer collega’s of medewerkers zich niet aan afspraken houden, ze elkaar daarop moeten aanspreken. Dat is niet altijd makkelijk, erkent hij. “Het legt een claim op iemands zelfvertrouwen. Er zijn allerlei redenen om niets te zeggen. Je wil geen



zeurpiet zijn, je moet nog samen door een deur kunnen, je hebt elkaar straks weer nodig. Daarom is het belangrijk dat iedereen het einddoel in gedachten houdt. Het gezamenlijke doel dat je wil bereiken. Als je vanuit die gedachte iemand aanspreekt, is dat iets anders dan wanneer je het op persoonlijke titel doet. Je kunt refereren aan de gemaakte afspraken.”

Sommige mensen zijn heel gestructureerd, anderen meer chaotisch. Sommigen denken heel strikt binnen de lijntjes, de ander is veel vrijer. Mensen zijn verschillend. Voor de een is het misschien makkelijker om zich aan

deadlines en afspraken te houden dan voor de ander. Maar die ander is misschien wel een creatieve geest die je in je team wil hebben. Hoe ga je daar mee om? “Je moet je afvragen wat het je oplevert en wat het je kost. Als je een geniaal iemand in je team hebt, fijn! Maar als hij of zij door zijn handelen alles en iedereen frustreert, is het dan nog steeds fijn? Als iemand vier of vijf andere mensen extra werk bezorgt door dingen ineens om te gooien of anders te doen, dan kost het veel meer dan dat het oplevert,” legt Van Oosten uit. “Dus die discipline om je aan afspraken te houden, kost de een misschien meer moeite, maar dat wil niet zeggen dat voor hem of haar dan andere afspraken gelden. Een ander onderdeel van het werk gaat hem of haar misschien juist weer makkelijker af.”

‘Als mensen zich
durven uitspreken
ontstaat er lucht en
vertrouwen’

Leren van fouten

Uiteindelijk gaat het er volgens Van Oosten om dat wanneer afspraken geschonden worden er een vertrouwensbreuk kan ontstaan. “Mensen hebben het gevoel dat ze niet meer op elkaar kunnen rekenen. En dan komt het gezamenlijke einddoel in gevaar. Mensen gaan verantwoordelijkheden afschuiven en er ontstaat soms zelfs een verziekte sfeer. En vertrouwen dat eenmaal weg is, krijg je heel moeilijk weer terug. Daarom moeten medewerkers en vooral ook leidinggevenden het lef hebben om zich uit te spreken.”

Maar lef hebben behelst meer, zo vertelt Van Oosten. “Het gaat over verantwoordelijkheid nemen. Je uitspreken als je ergens iets hebt laten liggen. Het gaat om sorry zeggen en om te komen tot oplossingen. Jezelf kunnen confronteren met fouten en daarvan te leren.” De ervaring van Van Oosten is dat als mensen zich uitspreken en tot oplossingen willen komen, er veel lucht ontstaat. En vertrouwen.” Dus wanneer je als team een strategie hebt bepaald of de gezamenlijke doelen hebt vastgesteld, is het belangrijk om elkaar bij de les te houden.

Dat is precies wat ook Marco Kok ervoer nadat zijn bedrijf het Multisafe model had doorgevoerd. Het duurde best even voordat alle medewerkers de nieuwe manier van werken onder de knie hadden. “Het is een hele weg om dit in je DNA te krijgen,” zegt Kok. Maar de afspraken waren helder en de medewerkers hielden elkaar scherp. “In het begin hadden we wekelijkse sessies. Dat is nu niet meer nodig, maar nog altijd hebben we eens per maand een bijeenkomst waarin ieder zijn vragen en opmerkingen op tafel kan gooien. Dat werkt enorm goed.”

‘In een team
moet je elkaar bij
de les houden’



Verzekeringspremie

niet

in



dat

maar

in



dit

beleggen.

Vinden jouw klanten het belangrijk dat hun premie niet in 'dat' maar in 'dit' wordt geïnvesteerd? Adviseer dan een verzekering van a.s.r.

Alle verzekeraars beleggen premies. Wij ook. Alleen niet in alles. Of beter gezegd, niet ten koste van alles. Daarom investeren we bijvoorbeeld wél in landgoederen, maar niet in de tabaks-industrie. Steeds meer mensen doen hun best om de wereld een beetje beter te maken. En zij vinden het belangrijk dat hun verzekeraar dat ook doet. Reden genoeg dus om voortaan niet 'dat' maar 'dit' te adviseren.

a.s.r. doet het

Zakelijke cyberrisico's

Ontwikkelingen

- Toename van phishing via sms en whatsapp
- Criminelen spelen in op Covid-19 pandemie
- Grotere DDoS-aanvallen
- Kwetsbaarheden door ketenafhankelijkheid
- Internet of Things vergroot digitale kwetsbaarheid
- Dreiging van afpersing toegenomen
- Organisaties ook doelwit als springplank naar andere organisaties
- Cybercrime-as-a-service is in opkomst

Gemiddeld schadebedrag per bedrijf: **€ 340.500**

Gemiddelde schade naar bedrijfsgrootte

Kleinbedrijf (tot 50 medewerkers) **€ 14.000**



Middelbedrijf (tot 250 medewerkers) **€ 184.000**



Grootbedrijf (tot 1000 medewerkers) **€ 715.000**



Enterprise (>1000 medewerkers) **€ 551.000**



Aantal bedrijven dat cyberaanval meldt: **68%**

- Virus of worm: **24%**
- Ransomware: **17%**
- DDoS: **15%**
- Meer dan 4 aanvallen in een jaar: **30%**

Aantal bedrijven met schade in productieketen als gevolg van cyberaanval: **70%**

Aantal bedrijven met schade als gevolg van uitval clouddiensten: **27%**

Impact

21% omzetverlies door onderbreking bedrijf

21% verlies van klantvertrouwen

17% wisseling van management

16% reputatieschade

14% boetes

12% daling aandeelhouderswaarde



Slimme software als onzichtbare collega

Assurantiekantoren kunnen veel tijdswinst boeken en de kwaliteit van hun dienstverlening verhogen met slimme, taakgedreven software. Het vraagt wel wat lef, om veel van je standaard werkzaamheden over te laten aan een onzichtbare collega. "Met de juiste software weet je zeker dat je goed zit."

Financieel adviseur Erik Kolsteren is eigenaar van Eker Advies en werkt sinds 2018 met slimme software. Kolsteren: "De grootste tijdswinst die we nu boeken, komt door het minimaliseren van handmatige handelingen. Ons softwareprogramma 'bedenkt' als het ware de handelingen voor de adviseur. Hierdoor hoeven we niet meer handmatig taken en e-mails aan te maken. Dat scheelt enorm veel tijd en bevordert de communicatie met onze klanten."

Praktijkoplossing

Dimitri Duine van softwareontwikkelaar Faster Forward werkte zelf jarenlang als tussenpersoon. Duine: "Sinds 2005 werken wij al aan een in de praktijk geboren automatiseringsoplossing om het procesmatige deel van het assurantiewerk beter en sneller af te handelen. Het voordeel is dat de adviseur zich volledig kan richten op de inhoud." Binnen- en buitendienstmedewerkers besparen namelijk veel tijd, tijd die ze nu kunnen besteden aan de klant. Duine: "Met de extra tijd kun je proactief contact opnemen met je klant en extra hulp aanbieden. Zo werk je niet polisgericht, maar servicegericht. Mensen houden van aandacht en die kan je geven doordat je veel efficiënter werkt."



Automatisch

Als de werkprocessen goed zijn ingericht in het softwareprogramma, hoeft de adviseur niet na te denken over de volgende stap in het proces. Duine: "Enkele eenvoudige voorbeelden van taken die software kan uitvoeren: gaat het om een eerste klantcontact, dan stuurt het systeem automatisch het dienstverleningsdocument mee. Komt het tot een eerste opdracht, dan geeft het systeem aan dat er eerst een handtekening op het dienstverleningsdocument moet. Heb je een schadeformulier opgestuurd, maar stuurt de klant het niet terug? Dan stuurt het systeem – als de tussenpersoon dat wil – automatisch een reminder." Ook in het kader van je zorgplicht is het een handig hulpmiddel, zegt Duine. "Stel je hebt een klant met een all-riskautoverzekering en zijn auto wordt vier jaar, dan kan je een melding laten geven dat het verstandig is om naar de dekking te kijken."

Niet meer knippen en plakken

Een goed softwareprogramma heeft de belangrijkste e-mailfunctionaliteiten geïntegreerd, waardoor de medewerker vanuit één programma al zijn werkzaamheden kan verrichten. Nog beter wordt het als het systeem het e-mailadres herkent en het bericht automatisch koppelt aan het betreffende klant dossier. Kolsteren: "Waar we in ons vorige

softwaresysteem nog handmatig e-mails aan een klant moesten koppelen, veel knippen en plakken dus, hoeft dat nu niet meer. De e-mailmodule koppelt de e-mails automatisch en dat is natuurlijk een fijne functionaliteit." Het is ook mogelijk om samen met de klant in één omgeving te werken. Documenten uploaden gebeurt in een beveiligde omgeving en die komen gelijk in het juiste dossier, legt Kolsteren uit.

Koppelingen

Een belangrijk pluspunt van het systeem (Elements van Faster Forward) dat Kolsteren gebruikt, is dat het eenvoudig is te koppelen met andere veel gebruikte programma's in de sector, zoals Aplaza en HDN. Kolsteren: "De koppeling met HDN zorgt er bijvoorbeeld voor dat de volledige documentenstroom gecentreerd is. En

dat geheel automatisch. Hiermee besparen we veel tijd. Daarnaast is ook RISK Verzekeringen geïntegreerd. Zo kunnen we offertes geautomatiseerd opstellen en opslaan zonder handmatig een polis aan te maken. Ook dit scheelt menselijke handelingen en bespaart tijd." Duine: "Uit onderzoek blijkt dat tussenpersonen tot dertig procent tijdswinst boeken met Elements, onze software-oplossing voor de tussenpersoon. En fouten worden eenvoudig voorkomen, want je kunt niets meer vergeten. Je klikt je als het ware door het proces heen, je hoeft bijna niet na te denken."

Het programma van Faster Forward is een cloudoplossing. Investerings in hardware als servers is dus niet nodig, een laptop en een internetverbinding volstaan. Het programma wordt continu bijgewerkt op basis van de laatste marktontwikkelingen. Assurantiëkantoren betalen maandelijks een licentiebedrag op basis van het aantal gebruikers. Duine: "Elements is een all-in pakket. Er is dan ook geen duur en onzeker ontwikkeltraject. Er is geen ander systeem dat zo compleet is; we timmeren alle processen dicht, zorgen ervoor dat ze compliant zijn en dat je niets vergeet."

Faster Forward ■





‘NHG is er juist voor crisissituaties’

Tekst Sébastien Wulms
Beeld Wilco van Dijen

‘De woningmarkt op een verantwoorde financiële wijze voor meer consumenten toegankelijk maken en houden’. Dat is waarvoor Nationale Hypotheek Garantie (NHG) zich hard maakt. Om daar invulling aan te geven werkt deze organisatie intensief samen met een keur aan partijen. NHG-bestuurslid Carla Muters: “Van de ministeries van Binnenlandse Zaken en Financiën tot aanbieders en toezichthouders en van de Vereniging Eigen Huis en Nibud tot Adfiz en hypotheekadviseurs.”

NHG heeft drie pijlers aan de hand waarvan de organisatie - samen met de markt - verantwoorde woonfinanciering voor meer consumenten mogelijk wil maken. “Allereerst door de toegang tot woningfinanciering te vergroten. Denk aan initiatieven voor starters, zzp’ers, flexwerkers en senioren of initiatieven voor verduurzaming,” vertelt Muters. “De tweede pijler is procesverbetering. Door de keten efficiënter en effectiever te maken, kunnen klanten beter, sneller en eenvoudiger worden geholpen. En de laatste pijler is woningbehoud en consumenten een vangnet bieden als het tegenzit. Dat is de basis, het fundament van NHG.”

Ander plaatje

De samenwerking met Adfiz is het meest intensief op het gebied ‘toegang tot woningfinanciering’. Muters: “De adviseur is het eerste aanspreekpunt en staat het dichtst bij de klant. Hij weet dus als geen ander of zijn klant, ook in deze coronatijden, een financiering aan kan of niet. Neem nu een net gestarte flexwerker. Als je alleen kijkt naar het huidige plaatje dan is verantwoorde financiering misschien niet mogelijk. Maar als je objectief kijkt naar de toekomstperspectieven die zo iemand heeft, bijvoorbeeld met de Arbeidsmarktscan, dan kan het plaatje er heel anders uitzien. Hetzelfde geldt voor een net gestarte zzp’er of ondernemer die pas een jaar bezig is, die kan zo toch een financieel verantwoorde hypotheek krijgen.”

Een ander erg actueel onderwerp is het openhouden van woningfinanciering tijdens de coronacrisis. Ook hierbij werken NHG en Adfiz nauw samen. “Geldverstrekkers willen nu meer zekerheid van consumenten. Dit betekent dat er tijdens het aanvraagtraject extra, coronage-relateerde vragen worden gesteld aan de consument,” vertelt Muters. “Om te voorkomen dat er een wildgroei aan vragenlijsten ontstaat, doorlooptijden langer worden

en klanten langer in onzekerheid verkeren, hebben we - onder andere op verzoek van Adfiz - samen met geldverstrekkers een uniforme vragenlijst ontwikkeld.”

Digitalisering

Binnen de pijler procesverbetering ziet Muters vooral kansen rondom het gebruik van (bron)data en digitalisering. “Met brondata kan een klant sneller en beter worden geholpen in het hypotheekproces. De focus ligt nu nog vooral op de acceptatie, maar die data zouden in de toekomst ook goed gebruikt kunnen worden in het beheerproces. Ik denk aan een actieve, jaarlijkse check en bijbehorende service,” vertelt ze. Daarnaast werkt NHG samen met geldverstrekkers aan het digitaliseren van het beheer van de klantreis om processen zo te versnellen en te vereenvoudigen. “Dat zullen adviseurs zeker merken.”

Crisissituaties

“De derde pijler, woningbehoud, was tot voor kort vooral iets wat zich afspeelde tussen de aanbieder en NHG”, legt Muters uit. “Maar steeds meer adviseurs weten ons te vinden als hun klant bijvoorbeeld gaat scheiden, wel de woning wil behouden, maar de financiering ervan niet rond krijgt. Ik vind dat een goede ontwikkeling. NHG is er namelijk juist voor crisissituaties en hoe eerder aanbieders en wij hierbij betrokken worden, hoe beter het resultaat. Sowieso juich ik het toe dat de samenwerking met adviseurs steeds nauwer, intensiever en hechter wordt. Adviseurs staan dicht bij hun klanten en zijn vaak de eersten die dreigende problemen signaleren. Ik wil hier dan ook een oproep doen aan alle adviseurs om problemen, verbeterpunten en oplossingen met ons te delen. Door onze gezamenlijke kennis en kunde te bundelen, kunnen we klanten nog beter van dienst zijn.”

‘Geldver-
strekkers
stellen nu
coronage-
relateerde
vragen
aan de
consument’

Bert Sonneveld, Manager Marketing en Acceptatie bij de Vereende:

“Kijk voor beroeps-aansprakelijkheid verder dan alleen de premie”

Dat de Vereende onverzekerbare risico's en bijzondere schades oppakt, is geen nieuws. Maar dat de verzekeraar ook de beroepsaansprakelijkheid dekt van onder andere financieel adviseurs is wellicht wat minder bekend. Ook daar speelt de Vereende met de BAVAM-polis een belangrijke rol in verzekeringsland.

Financieel adviseurs zijn vanuit de Autoriteit Financieel Markten verplicht om een beroepsaansprakelijkheidsverzekering te hebben. Manager Marketing en Acceptatie Bert Sonneveld: "Echter, wij vinden het belangrijk dat je als financieel adviseur niet alleen kijkt naar wie de laagste premie heeft voor een dergelijke verzekering, maar ook naar wie je het beste helpt als je aansprakelijk wordt gesteld voor een beroepsfout. Je wilt toch zelf ook geholpen worden op de manier waarop je je klanten helpt?"

BAVAM is betrouwbaar

Dat vraagt om verdieping. Wat zijn de ervaringen van andere financieel adviseurs met de juristen van de schadeafdeling van de verzekeraar? Biedt de verzekering wat men ervan verwacht? De Vereende deed in juni onderzoek onder financieel adviseurs op basis van de Net Promotor Score. Daaruit blijkt dat 86 procent van de financieel adviseurs een acht of hoger aan de Vereende geeft voor haar Beroeps Aansprakelijkheidsverzekering voor Assurantietussenpersonen en Makelaars & taxateurs (BAVAM-polis).



Een kwart van de ondervraagden geeft de verzekeraar zelfs het cijfer tien. In het bijbehorende rapport staan reacties van zeer tevreden financieel adviseurs. "BAVAM is betrouwbaar. Ik heb uit ervaring geleerd dat als er een situatie is, er direct actie ondernomen wordt." Een andere adviseur: "Ik ben enthousiast omdat ik recent een zaak had met BAVAM-polis. Ik vind dat ik erg goed ben behandeld en het contact was zeer prettig."

Slapeloze nachten

Aansluitend zegt Sonneveld: "Ik ben blij dat we in dit soort gevallen het verschil kunnen maken. Fouten maken is menselijk. Als financieel adviseur kun je danig in de put zitten als gevolg van een aansprakelijkheidsclaim. Het levert soms slapeloze nachten op en het kan zelfs de voortgang van je bedrijf in gevaar brengen. Dan wil je kunnen rekenen op betrouwbare hulp. Wij bieden die. Het liefst laten we het helemaal niet komen tot een claim. We roepen financieel adviseurs dan ook op om niet te wachten tot het escaleert, maar eerder contact met ons op te nemen. Ons vroeg inschakelen heeft ook als voordeel dat we kunnen meedenken en het dossier al vroeg kennen. Schroom dus niet om contact op te nemen."

Geen ingewikkelde keuzes

Vanuit het onderzoek kwam ook een nieuw element naar voren. Willem Jonkman, Specialist Verzekeringstechniek: "Klanten vroegen ons of wij, naast de beroepsaansprakelijkheid, ook iets voor hen kunnen betekenen op het gebied van cyber security. Het bleek dat een groot deel van onze klanten daar weinig tot niets voor heeft geregeld. Wij hebben naar aanleiding daarvan de samenwerking gezocht met een gerenommeerd bedrijf op het gebied van cyberverzekeringen. We kiezen er daarbij voor om geen ingewikkelde keuzes voor te leggen. We willen een uitgebreide dekking bij eventuele schade, met één verzekerd bedrag, één eigen risico en één premie. Een dekking die volstaat bij de cyberaanvallen waar financieel adviseurs mee te maken kunnen krijgen."



de Vereende /

Preventie en bewustwording

De Vereende wil op korte termijn zo'n cyberdekking aan kunnen bieden. "Daarbij komt ook preventie en bewustwording aan bod. Want ook op dit vlak is voorkomen beter dan genezen. Mocht het dan onverhoopt toch tot een cyberaanval komen, dan moeten klanten er op kunnen vertrouwen dat zorgvuldig geselecteerde partners de begeleiding, het advies en de uitvoering verder oppakken"

Niet over één nacht ijs

De Vereende gaat niet over één nacht ijs. Sonneveld: "We houden continu onze producten tegen het licht. Uit onderzoek bij onze klanten distilleren we wat zij belangrijk vinden en dat vertalen we weer in aanpassingen en veranderingen. Zo hebben we onlangs de polisvoorwaarden van de BAVAM tegen het licht gehouden. Waar zaken onduidelijk waren, worden die nu opgehelderd zodat je als financieel adviseur weet waar je aan toe bent en gewoonweg goed zit met deze BAVAM-polis."

Korting voor ambassadeurs

Dat beamen klanten in het onderzoek. Sonneveld tot slot: "We geven dan ook korting aan ambassadeurs. Als je als tevreden klant een nieuwe klant aandraagt, krijgen jij en de nieuwe klant een jaar lang een korting van 10 procent op de premie. Je steekt dan je nek uit voor ons. Dat waarderen we en we willen die waardering dan ook laten zien."

DISCUSSIE



62 Procent van de werkgevers heeft te maken met werknemers met financiële problemen. Dat kan grote gevolgen hebben voor werkgevers. Want een werknemer met financiële problemen die voltijds werkt en een modaal salaris verdient, kost een werkgever door verminderde concentratie, lagere productiviteit en een hoger verzuim gemiddeld 13 duizend euro per jaar. Los van deze kosten kan het tot integriteitsrisico's leiden, zoals fraude, omkoping en diefstal. Is het nuttig als werkgevers zich actief met de financiële problemen van werknemers bemoeien?

Hulpmiddelen

“Een op de vijf huishoudens heeft grote geldzorgen, maar veel mensen schamen zich en zoeken geen of te laat hulp. 62 Procent van de werkgevers heeft te maken met personeel met financiële problemen. Het lijkt mij daarom zeker van belang dat werkgevers aandacht hebben voor de geldzorgen van hun personeel. Veel huishoudens kampen door de coronacrisis tijdelijk met lagere inkomsten. Daarnaast kunnen werknemers extra uitgaven hebben door veranderingen in hun leven die ook financiële gevolgen hebben zoals het krijgen van een kind, ziekte of scheiding. Voor werkgevers loont het al snel om in actie te komen: dit scheelt gemiddeld zeven dagen aan ziekte en 20 procent aan productiviteit (Nibud, 2017). Hoe eerder men in actie komt, hoe makkelijker geldzorgen op te lossen zijn. Met gezonder en productiever personeel als gevolg. Om werkgevers hierbij te helpen, bieden we vanuit Wijzer in geldzaken de website www.financieelfitwerknemers.nl. Voor financieel adviseurs die actief zijn in de zakelijke markt, kan deze informatie behulpzaam zijn om werknemers meer inzicht te geven hoe ze medewerkers financieel fit krijgen en houden. Zo vind je hier informatie over hoe je als werkgever geldzorgen herkent, bespreekt en waarheen je kunt verwijzen. Er zijn ook checklists en praktijkvoorbeelden hoe andere werkgevers het hebben aangepakt. Sommige werkgevers bieden een budgetcoach aan of hebben een eigen sociaal fonds. Er zijn ook gratis routes zoals hulp van de gemeente en vrijwilligers. In de toolbox zitten materialen om als werkgever snel van start te gaan. Voor werkgevers die mobiliteit en vroegpensioen willen stimuleren staan er ook tips op de website, zoals het aanbieden van een doorrekening van de inkomsten nu en later. Dan kan een werknemer een weloverwogen keuze maken voor een andere baan of vroeg/deeltijd pensioen. Door werkgevers de juiste weg en hulpmiddelen te geven, hopen wij uiteindelijk financiële problemen op de werkvloer te voorkomen.”

Joost Smits

Ministerie van Financiën

directeur Financiële Markten

Financieel loket

“Tot op zekere hoogte is het zeker nuttig én gepast dat een werkgever zich bemoeit met de financiële problemen van zijn werknemer. Maar, zoals gezegd tot op zekere hoogte! Want de werkgever gaat uiteraard niet over de financiële huishouding van de werknemer. Alles draait dan ook om de vorm waarin en het moment waarop de financiële hulp wordt aangeboden. In de praktijk komt de werkgever er vaak pas achter dat er financiële problemen zijn als er loonbeslag is opgelegd. Schaamte bij de werknemer speelt hier een belangrijke rol. De werkgever zal – waar dat nodig is – zijn managers dan ook moeten trainen om hiermee om te gaan. Want in de praktijk zien we dat van lokale managers tegenwoordig steeds vaker wordt verwacht dat ze ook personeelsmanager zijn. En niet elke manager heeft de skills die daarvoor nodig zijn. Lokale managers zullen moeten leren signalen te herkennen waaruit blijkt dat een medewerker financiële problemen heeft. En om deze door het stellen van de juiste vragen boven tafel te krijgen. Werkgevers kunnen het beste een intern loket oprichten, waar de lokale manager terecht kan om een werknemer aan te melden die financiële problemen heeft. Zeg maar een financiële Arbodienst. Dit loket kan de werknemer in contact brengen met instanties die hem of haar kunnen helpen om de financiën weer op orde te krijgen en de werkgever op de hoogte brengen van het traject en de voortgang. Op deze manier krijgt de werkgever geen inzicht in de details van de financiële problemen, want dat gaat echt te ver. De kosten van het hele traject om de werknemer weer financieel fit te krijgen, zouden dan voor rekening van de werkgever moeten komen.”

Maurice Toes

Vereniging Ondernemingsraden
Groothandel en Detailhandel

bestuurslid



Besprekbaar maken

“Mijn eerste en directe reactie is ja! Al is dat niet altijd even gemakkelijk. Ik maak het in mijn eigen schoonmaakbedrijf veelvuldig mee. Het klopt allemaal dat een collega met financiële problemen vaker last heeft van stress, slecht slapen, ziekteklachten en ja, het is als werkgever dus in je eigen belang om te helpen waar dat kan. Maar los van je eigen belang gun je je mensen dit soort zorgen gewoon niet. Zeker in kleinere bedrijven ken je elkaar allemaal persoonlijk en je wilt het beste voor je mensen.

Die zorgen besprekbaar maken, dat is wel lastig. Dat is ook wat we horen van veel werkgevers. Je bent al snel bang je medewerker het niet op prijs stelt dat je je met privé-zaken bemoeit, of hij of zij schaamt zich voor zijn problemen. Wij wijzen werkgevers altijd op de website financieelfittewerknemers.nl, die goede tips en tools geeft om het gesprek aan te gaan en om financiële zorgen bij medewerkers te herkennen. Dat zijn de eerste stappen. Vervolgens kun je gezamenlijk bespreken of en wat je voor diegene zou kunnen doen. Dat kan een voorschot op het salaris zijn om een moeilijke periode te overbruggen, maar we kennen ook de voorbeelden van ondernemers die een werknemer aanbieden om tijdelijk wat extra uren te maken om er weer bovenop te komen, die de hulp van een budgetcoach aanbieden of de medewerker begeleiden richting schuldhulpverlening. Ook als je er als werkgever niet actief mee bezig bent, kan het onderwerp op je pad komen. Want als er beslag op het loon van je medewerker wordt gelegd, moet jij dat als werkgever uitvoeren. Als je nog niet van de problemen op de hoogte was, dan is dit wel de aanleiding om het gesprek aan te gaan. Over loonbeslagen horen we van ondernemers nogal eens klachten trouwens. Je bent verplicht eraan mee te werken en het kost tijd en geld. En niet zelden levert het ook gedoe op met de medewerker die het betreft.”

Jacco Vonhof
MKB-Nederland
voorzitter



Verantwoordelijkheid nemen

“De komende periode gaat Nederland de economische gevolgen van de coronacrisis steeds meer voelen. In de eerste weken hebben we met een groot steunpakket, de Noodmaatregel Overbrugging voor Werkgelegenheid (NOW), met kabinet en werkgevers een ongelooflijke inspanning verricht om de economie te stutten en banen en inkomens te redden. Dit voor kwam echter niet dat kwetsbare groepen op de arbeidsmarkt economisch werden getroffen, zo meldde het Sociaal Cultureel Planbureau begin juli en ook uit onderzoek van de FNV bleek dat 80 procent van de oproepkrachten hun inkomen fors zag dalen in de afgelopen periode. Mensen met een niet-westerse achtergrond, laagopgeleiden en mensen met een arbeidsbeperking lopen meer kans om hun baan te verliezen door de coronacrisis. Dat komt doordat zij vaker dan gemiddeld met flexibele contracten werken in sectoren die hard getroffen worden door de crisis, zoals de horeca of de reisbranche. Voor deze groep is het van groot belang dat zij zo snel mogelijk weer aan het werk komen, bijvoorbeeld door middel van omscholing om zo te voorkomen dat zij in armoede komen. Het zou goed zijn als ook de werkgevers hierin hun verantwoordelijkheid nemen. Zo wordt voorkomen dat werkgevers zich zorgen hoeven te maken over de financiële problemen van hun werknemers. Financiële zorgen en problemen hebben vaak grote impact op het leven van mensen. Of ze nu werknemer zijn, werkzoekende, zelfstandige of post-actieve senior. Steun hierbij van de werkgever zal in veel gevallen zeer welkom zijn, moreel of oplossingsgericht. De belangrijke voorwaarde hierbij is wel dat die steun gewenst is. Het kan niet zo zijn dat een werknemer naast de financiële problemen die hij of zij heeft, er ook nog de last bij krijgt of de relatie met de werkgever niet op een negatieve wijze wordt beïnvloed door de financiële zorgen.”

Kitty Jong
FNV
vicevoorzitter





Mathieu Hermans Klasseker voor Stichting Gijsje Eigenwijsje



A Local Swim Schagen voor Stichting ALS



75 uur voetballen Maren-Kessel voor Stichting ALS



Rondje Zegveld voor het Thomashuis

Midden in de maatschappij

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

We staan midden in de samenleving en doen daar graag iets voor terug.

Zo helpen we lokale verzekeringsadviseurs bij het organiseren van evenementen om goede doelen financieel te steunen.

www.nh1816.nl/mvo

Nh1816
Verzekeringen



WINNAAR PARTICULIER
SCHADE



‘Samen met de sector de agenda bepalen’

Tekst Sébastien Wulms
Beeld Eric Kamherbeek

Sinds Erik Ronnes het lidmaatschap van de Tweede Kamer verruilde voor dat van de Gedeputeerde Staten van Noord-Brabant is Evert Jan Slootweg binnen de CDA-fractie woordvoerder financiële sector. Een rol waarvoor goed contact met de sector en weten wat er écht leeft, onontbeerlijk zijn, zo zegt hij. Daarin investeren is dan ook een van zijn topprioriteiten. Een korte kennismaking met deze parlementariër.

Slootweg werkte vele jaren als beleidsadviseur bij vakbond CNV en als beleidsmedewerker financiën bij de CDA Tweede Kamerfractie, voordat hij in 2017 lid werd van de Tweede Kamer. “Ik begon met de portefeuilles AOW, Rijksuitgaven en langdurige zorg. In die dossiers zit natuurlijk ook een financiële component, waarover ik regelmatig sparde met mijn voorganger, Erik. We gingen regelmatig samen op werkbezoeken.”

Twee van die werkbezoeken vonden plaats bij Adfz-leden. In 2018 organiseerde de brancheorganisatie een Ronde Tafelgesprek bij advieskantoor Zuiderhuis in Weert en vorig jaar bij VLC & Partners in Den Bosch. Ook dit jaar staat er met Slootweg een Ronde Tafelgesprek gepland bij een Adfz-lid. “Die werkbezoeken vind ik een van de meest interessante en waardevolle aspecten van mijn werk als parlementariër”, vervolgt Slootweg. “We kunnen als overheid nog zo secuur te werk gaan en daarbij zoveel mogelijk rekening houden met betrokken partijen, maar uiteindelijk ben ik vooral benieuwd hoe het resultaat landt bij de mensen en ondernemers die het raakt en die ermee moeten werken. Dat haal ik niet uit de krant of een spreadsheet. Dat wil ik uit eerste hand horen en met eigen ogen zien.” Behalve om te horen hoe bestaande regelgeving uitpakt,

‘Regelgeving houdt vaak te weinig rekening met eenpitters’

vindt Slootweg de dialoog met de sector ook belangrijk om input te vergaren voor gewenste, toekomstige regelgeving. Slootweg: “Ik wil dat de sector mede mijn agenda bepaalt. Ik denk dan aan onderwerpen als de toegang tot advies. Hoe belangrijk en waardevol dat kan zijn voor ondernemers en particulieren, is tijdens de coronacrisis maar weer eens pijnlijk duidelijk geworden. Het belang en de rol van de financieel adviseur zou samenlevingsbreed onderkend en ingezien moeten worden.”

Een ander onderwerp – dat overigens niet alleen binnen de financiële adviessector speelt – is de regeldruk waarmee ondernemers te maken krijgen. “Regelgeving is misschien wel te vaak gericht op grote partijen en houdt daarbij te weinig rekening met eenpitters”, zegt Slootweg daarover. “Daar moeten we dus op zoek naar de balans tussen enerzijds voldoen aan de regelgeving en anderzijds zorgen dat het ook praktisch uitvoerbaar en werkbaar blijft. En zo zijn er uiteraard nog veel meer onderwerpen. Ik zou onafhankelijk financieel adviseurs dan ook willen oproepen om – al dan niet via Adfz als belangenorganisatie – de politiek te blijven voeden met misstanden, wensen tot verbetering en oplossingen voor belangrijke vraagstukken.”



Alleen informatie zet consument niet in beweging

Tekst Joerie van Looij en Sébastien Wulms
Beeld Calex Suprun (foto boven), Chris Malinao (foto rechts)

Het managen van risico's en plannen van de financiën is niet iets waar de meeste mensen graag aan beginnen. En als ze er al aan beginnen is de aanleiding vaak een gebeurtenis zoals de wens om een huis te kopen of voor jezelf beginnen. Vaak wordt een financieel adviseur ingeschakeld om daarover te adviseren. Maar waar consumenten vaak geen rekening mee houden, is dat het belangrijk is om ook in de jaren daarna op regelmatige basis de eigen financiën te blijven (laten) monitoren en bij te sturen waar dat nodig is.

In de huidige samenleving wordt van mensen een grote mate van zelfredzaamheid verwacht. Zo zijn mensen zelf verantwoordelijk voor een gezonde levensstijl en moeten ze zelf zorgen voor het op peil houden van hun kennis om zo hun positie op de arbeidsmarkt te verstevigen. Hetzij door zaken zelf op te pakken, hetzij door daarvoor hulp van een specialist in te schakelen.

Maar tussen wat van mensen wordt verwacht en wat ze daadwerkelijk doen, zit een groot verschil. Met andere woorden het 'doenvermogen' van mensen laat vaak nogal te wensen over: ook al weten ze dat het belangrijk is en zelfs nodig is, ze gaan er niet mee aan de slag. Aan die houding liggen verschillende oorzaken ten grondslag: óf ze denken er niet aan óf ze hebben er niet ge-

noeg kennis over óf ze hebben geen zin om zich erin te verdiepen óf ze hebben niet de discipline om hun goede voornemens vol te houden. De Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid constateerde dit enkele jaren geleden ook al in hun rapport *Weten is nog geen doen*.

Doenvermogen

Ook als we kijken naar het ‘doenvermogen’ van consumenten op het gebied van hun persoonlijke financiën valt het grote verschil op tussen wat van ze wordt verwacht en wat ze daadwerkelijk doen. In de praktijk blijkt dat veel consumenten, nadat ‘de financiën’ eenmaal zijn geregeld, er nauwelijks meer naar omkijken. Terwijl dat wel nodig is. Want door zaken als verandering van baan, gezinsuitbreiding, overlijden, pensionering of een (financiële) mee- of tegenvaller veranderen de persoonlijke omstandigheden en daardoor misschien ook de financiële positie, mogelijkheden en wensen. Daarnaast zorgen bijvoorbeeld veranderingen in wetgeving en de ontwikkeling van nieuwe financiële oplossingen ervoor dat het belangrijk is regelmatig de eigen financiën tegen het licht te houden.

Bewustwording

Wettelijk is geregeld dat consumenten na de aanschaf van een financieel product de informatie ontvangen over relevante wijzigingen in essentiële productinformatie. Die informatie kan reden zijn om de eigen financiën opnieuw te beoordelen, maar er zijn dus veel meer aanleidingen voor een periodieke check. Om consumenten te activeren ook daadwerkelijk met hun financiën aan de slag te blijven, worden door markt, toezichthouder en overheid allerlei initiatieven ontplooid. Zo worden inzichten uit de gedragswetenschap gebruikt voor de inrichting van slimme beslissingomgevingen. Worden toepassingen met robo-technologie gezocht om consumentenkeuzes te vergemakkelijken. En worden consumenten via een waaier aan bewustwordingscampagnes geïnformeerd over het belang van aandacht voor hun financiën. Feit is dat – alle goede bedoelingen ten spijt – deze initiatieven nog steeds niet tot het gewenste effect hebben geleid.

Meer nodig

Zo vreemd is dat niet, want in de praktijk wordt voortdurend aangetoond dat er bij de meeste consumenten meer nodig is dan informatie om hen te activeren als het om hun persoonlijke financiën gaat. Wat ook meespeelt is dat consumenten vaak denken dat de adviseur die hen jaren terug heeft geholpen bij het in kaart brengen van de financiën ten behoeve van bijvoorbeeld een hypotheek een en ander nog steeds voor hen in de gaten houdt. Om de financiën van een klant echt in de gaten te kunnen houden en tussentijds te kunnen adviseren over mogelijke verbeteringen zijn echter aanvullende afspraken nodig, bijvoorbeeld via een serviceabonnement.

Meerwaarde

De waarde van zo’n abonnement is ook wel bewezen. Steeds meer onderzoeken tonen aan dat consumenten die financieel advies in blijven winnen een stevigere financiële buffer hebben dan degenen die dat niet doen. Ze zijn financieel beter voorbereid op dagelijkse tegenslag, mogelijke werkloosheid en hun pensioen. Uit

‘Consumenten die financieel advies in blijven winnen, hebben een stevigere financiële buffer’

Engels onderzoek blijkt zelfs dat consumenten die een langlopende relatie met een financieel adviseur hebben er financieel beter voor staan (tot 50% meer vermogen) dan consumenten die alleen in het begin advies inwinnen van een adviseur. Desondanks zijn steeds minder consumenten bereid om te betalen voor regelmatige monitoring door de adviseur. Dat geldt des te meer voor de groep consumenten uit de lagere inkomensgroepen; de groepen die juist het meest gebaat zijn bij financieel advies.

Uitdaging

Voor beleidsmakers en marktpartijen is dé uitdaging om hier verbetering in te brengen. Want het zijn niet nóg meer, nóg goedkopere of nóg slimmere informatie-oplossingen die consumenten in staat stellen goed te waken over hun financiën. Het is financieel advies dat disciplineert, de spaarzin vergroot, schulden helpt voorkomen, beter beschermt tegen risico’s en in algemene zin het financieel gedrag én welzijn van mensen verbetert. Laat iedereen daar dan ook eerlijk over zijn: informatie alleen zet consumenten niet in beweging.



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



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



Alles wat je hebt in crypto's

Tekst: Ben van der Burg

Drie jaar geleden beleefden we de gekte van de Bitcoin. In januari 2017 betaalde je voor een Bitcoin ruim onder de duizend euro; aan het einde van het jaar zat de koers ruim boven de tienduizend euro. De tijden van de anarchistische avonturiers waren voorbij; zelfs taxi-chauffeurs begonnen cryptocurrencies te kopen. Bitcoin, het nieuwe goud. De koers was echter volatiel en de onderliggende waarde ontbrak, zodat velen maar wat experimenteerden. Toen hoorde ik over Didi Taihuttu. Wat een lef heeft die man!

Didi heeft een vrouw en drie kinderen. In augustus 2017 zette hij zijn huis te koop voor 85 Bitcoins, zo'n 300 duizend euro. Zijn huisraad volgde, het eindigde met zijn pensioen. In december van dat jaar zat zijn hele bezit in Bitcoins voor een gemiddelde prijs van drie duizend euro. Hij woont nu met zijn gezin aan het strand in Thailand. De koers van de Bitcoin schommelt de laatste maanden redelijk stabiel rond de acht duizend euro. Hij speelt nu met kopen en verkopen van verschillende cryptocurrencies, geeft lezingen en cryptoadvies.

Didi heeft geluk gehad, zou je kunnen concluderen. Voor hetzelfde geld, zou hij nu alles kwijt zijn geweest, want 'het wordt nooit wat met die Bitcoin.' Hij ziet dat genuanceerder. Hij acteert namelijk niet vanuit een materialistisch motief. Tijdens zijn reizen leerde hij gelukkig te zijn met zijn gezin en twee backpacks. Gaat de bitcoin omhoog dan veroorlooft hij zich wat luxe. Gaan ze terug in waarde, zoals anderhalf jaar geleden, dan geven ze niets meer uit. Zelfs als hij alles verliest, dan is hij nog gezond en gelukkig. 'Ik zoek dan gewoon een nieuwe baan,' zegt hij zelf.

Als je niets te verliezen hebt, kun je meer lef tonen. Didi leert ons dat verlies echter niet zit in een boot, huis, auto of brommer, maar in de manier waarop je je dagen doorbrengt met geliefden. Is dat mooi voor elkaar, dan kun je je hele bezit inzetten op Bitcoins, Dash, Ethereum, Ripple of Chainlink.

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*.



‘Geen ruimte voor angsten’

Tekst Bureau Bax

Beeld Foto's Annemieke Bes: Konrad Frost / Foto's Tanja Visser: eigen beeld

Extreme vrieskou of brandende zon, snijdende wind en altijd doorweekt. Maanden voeren ze op zee onder barre omstandigheden. Geen privacy, geen water om zich te wassen en weinig slaap. Toch was hun deelname aan The Ocean Race voor zeilsters Annemieke Bes en Tanja Visser een droom die uitkwam. Visser was in 1989 een van de zeilsters op Maiden, de eerste boot met een volledig vrouwelijke bemanning en Bes zeilde tijdens de race in 2018 mee op Scallywag. Ondanks de risico's die de wedstrijd met zich meebrengt, was er niets wat deze zeilsters had kunnen weerhouden om aan boord te gaan.

“Ik vertelde mijn vader dat ik mee zou doen met de Whitbread Race en hij antwoordde: ‘Ik geef je mijn nieuwe auto als je niet meegaat’. Maar die auto hoefde ik niet. Het enige wat ik wilde, was meedoen. Al had hij me tien miljoen geboden, dan was ik nog aan boord gegaan,” vertelt Tanja Visser (58). Het is een grappige anekdote omdat haar ouders fanatieke zeilers waren. Ze namen Tanja en haar broer Edwin al van kleins af aan mee het water op. Toen ze iets ouder werd, leerde ze zelf zeilen. Eerst in kleine open bootjes, later op steeds grotere exemplaren. “Mijn ouders hadden een groot wedstrijdacht van 46 voet, ruim 12 meter lang. Daar zeilden we veel mee. Wedstrijden, maar ook naar Noorwegen, Europa door.

Geen vrouwen

Ondertussen groeide haar interesse voor de Whitbread Round the World Race. Visser volgde de race op de voet. Ook doordat haar broer Edwin in beeld was om mee te zeilen op een van de boten. “Ik wilde graag wat van de wereld zien én ik wilde wat bereiken in de sport. Ik dacht ‘ik wil die Whitbread zeilen’. Maar dat was toen heel lastig, haast onmogelijk voor een vrouw. Er voer soms wel een vrouw mee, maar dat was dan om te koken ofzo. Echt zeilen, dat kwam nog nauwelijks voor.”

Visser hoorde over Tracy Edwards, een Britse zeilster die van plan was om mee te doen met een boot met alleen maar vrouwen. “Ik heb mijn cv opgestuurd. En daarna ben ik een keer naar Engeland gegaan voor een gesprek. Uiteindelijk heeft Tracy me aan boord genomen. Ik had veel ervaring, kon sturen en ik was voordekker. Er waren toen heel weinig vrouwelijke voordek- kers op de wereld die dat op grote jachten konden.” Hoe uniek het was dat een boot met volledig vrou- welijke bemanning meedeed aan de race, blijkt uit de documentaire *Maiden* die afgelopen zomer in de biosco- pen draaide en nog op Netflix te zien is. Voorafgaand aan de race was er weinig vertrouwen in de vrouwelijke zeilsters. In de pers werd laetdunkend gesproken over hun capaciteiten en hun mannelijke collega's in de race verwachtten niet veel concurrentie. Uiteindelijk deden de dames het verrassend goed en wonnen ze zelfs de tweede en de derde etappe.

Goede mentaliteit

De weg die Annemieke Bes (42) aflegde voordat ze in 2018 meedeed aan de Volvo Ocean Race, zoals die toen heette, was een heel andere. Ze leerde zeilen bij de plaat- selijke zeilvereniging in Haren in Groningen. Ze woonde aan het Paterswoldsemeer en begon in een optimist. Ze deed mee aan wedstrijden en ging uiteindelijk trainen voor de Olympische Spelen. Ze deed tussen 2004 en 2012 drie keer mee op de Spelen. In 2008 behaalde ze een zilveren medaille. Ze was volledig gefocust op de Spelen, maar volgde The Ocean Race wel op afstand. “Ik vond het fascinerend. Hoorde de verhalen over dat je je tandenborstel moest afzagen en je onderbroeken na een paar dagen binnenste buiten moest keren. Allemaal om gewicht te besparen,” lacht ze.

The Ocean Race

The Ocean Race, voorheen de Whitbread Round the World Race en de Volvo Ocean Race, is een zeilwed- strijd om de wereld die sinds 1973 elke drie jaar wordt gehouden. De race, waarbij de deelnemers maanden op zee zitten, is op- gebouwd uit verschil- lende etappes en wordt beschouwd als de zwaarste zeilrace voor teams.

In 2014 kwam de kans voor Bes om mee te doen met The Ocean Race. Ze maakte deel uit van de voorse- lectie van Team SCA, een Zweedse boot met volledig vrouwelijke bemanning. “Ik had nog nooit een nacht op zee gezeild. En ik moest meteen op een 70-voeter mijn eerste nacht op zee zeilen. Ik dacht ‘het is gewoon zeilen toch?’ maar het was heel anders. Veel groter en zwaarder. Ik moest alles leren. Mijn kapitein had geluk- kig veel vertrouwen in me. Hij zei *‘Don't worry, you'll learn this’*. Ik wilde het ontzettend graag. Ik had geen ervaring, maar wel de juiste mentaliteit. Dat had ik van het Olympisch zeilen meegekregen.”

Verantwoordelijk voor elkaar

Bes werd uiteindelijk niet geselecteerd voor de race dat jaar. Maar drie jaar later wel. Aanvankelijk zou ze meevaren met het Nederlandse team AkzoNobel, maar vlak voor de start stapte ze over naar Scallywag. “We waren al maanden aan het trainen en toen ontstond er gedoe. De positie van de schipper stond ter discussie, er was onenigheid met de sponsor. Ik voelde me er niet meer prettig, kon niet meer mezelf zijn. Dus toen heb ik besloten ‘zo ga ik niet de wereld rond’. Je moet wel echt vertrouwen hebben in je omgeving. En dat had ik niet. Gelukkig kon ik aansluiten op Scallywag. Ik kende de teamleden van andere wedstrijden en voelde me er enorm op mijn gemak.”

Vertrouwen is heel belangrijk benadrukt ook Visser. “Je zit met een klein clubje lange tijd op een boot onder moeilijke omstandigheden. Dan moet je elkaar volledig respecteren en vertrouwen, anders werkt het niet. Als iemand twintig meter de mast in moet klimmen en daar met veel wind vallen moet wisselen en checken, geeft diegene wel zijn leven in handen van de ander die beneden staat. Je bent ook verantwoordelijk voor elkaar.”



Visser repareert een zeil



De bemanning

De bemanning bestaat tegenwoordig uit minimaal zeven zeilers en een mediaman. Elk bemanningslid heeft een vaste rol. Aan het hoofd staat de schipper. Hij geeft leiding en bepaalt de strategie. De wachtleiders, de assistent-schippers, bepalen welke zeilen gevoerd moeten worden om optimaal te kunnen varen. De voordekkers zijn aangewezen om voor op het dek alles te regelen indien de situatie daarom vraagt. De trimmers zorgen voor het hijsen, afstellen en neerhalen van de zeilen. De navigator geeft op basis van informatie over het weer, de positie van ijsschotsen en dergelijke, een advies aan de schipper over de te varen koers. De mediaman legt in beeld en geluid vast wat aan boord gebeurt en seint dit door naar de wedstrijdleiding. Het is voor de mediaman verboden om deel te nemen aan het zeilen, navigeren of repareren van de boot.

Veranderingen

Visser was tijdens de race niet alleen voordekker, maar ook zeilmaker, tandarts voor noodgevallen en fotograaf. “Tracy had een ervaren zeilster nodig, maar ze zocht ook iemand die kon filmen en fotograferen. Dat laatste was toevallig mijn hobby, dus die taak heb ik op me genomen. Ik heb duizenden foto’s en films gemaakt, daarvan is ook veel gebruikt in de film,” vertelt Visser. “Tegenwoordig gaat dat heel anders toch, Annemiek?” “Ja, wij hadden een on board reporter. Die was alleen maar bezig met het maken van beeldmateriaal. Hij mocht niet meezeilen. De race is volledig gesponsord, dus die beelden zijn heel belangrijk voor de beleving op de kant.”

Er is wel meer veranderd in de loop der jaren. Natuurlijk is de aanwezigheid van vrouwen sinds de deelname van Maiden, minder uitzonderlijk. Ook is er op technisch gebied veel veranderd. “De boten zijn veel sneller geworden,” weet Bes. Tijdens de laatste race in 2018 hadden de deelnemende boten allemaal hetzelfde design. In de rustperiodes, tussen de etappes, gingen de boten voor onderhoud naar de Boat Yard, die zorgde ervoor dat de boot weer helemaal tip top in orde was voor de volgende afstand.

Monsters

In de jaren tachtig moesten de deelnemers zelf hun boten opknappen en onderhouden. “Iedere boot had een container. Ik herinner me dat we vrij veel schade hadden toen we in Australië aankwamen. Ik heb toen drie weken zeilen zitten repareren,” vertelt Visser. Ook op het water zat ze regelmatig achter de naaimachine om zeilen te maken. “Nu worden die zeilen geplakt, met een soort epoxy,” vult Bes aan.

Ondanks de innovaties, denkt Visser dat het tegenwoordig nog zwaarder is voor de deelnemers. “De boten van nu zijn echt monsters, ze varen wel dertig tot veertig



knopen, dat is zo'n zeventig kilometer per uur. En de deelnemers worden nog veel natter." Annemiek lacht: "Ja dat klopt, maar wij hebben wel waterdichte slaapzakken, jullie slapen gewoon onder een natte deken."

Zeemansgraf

Voor mensen die de race niet gezeild hebben, is het haast onmogelijk om voor te stellen hoe zwaar het is, denken de zeilsters. Dagen achter elkaar in de vrieskou, waarbij je gezicht half bevroren is. Zware lichamelijke inspanningen, geen enkel comfort en nauwelijks een rustmoment. Ook is het vaak spannend. Slechte weersomstandigheden of ijsschotsen waar je op kunt varen. Heel wat angstige momenten komen voorbij, maar er is geen ruimte om die angsten toe te laten. Visser: "Daar is geen tijd voor. Als het hevig stormde en ik moest de mast in, had ik daar niet veel trek in, maar ik deed het toch. Het kon niet anders. Je kunt niet stoppen of opgeven."



Bes in actie

De film *Maiden*

Regisseur Alex Holmes maakte de documentaire *Maiden* over de eerste boot met een volledig vrouwelijke bemanning die meedeed aan The Ocean Race. De film kwam uit in 2018 in Engeland, maar was afgelopen zomer te zien in de Nederlandse bioscopen en sindsdien ook op Netflix te bekijken. Veel materiaal dat hij gebruikte, is tijdens de race gemaakt door Tanja Visser.

De race heeft hen gevormd tot wie ze zijn. "Je kunt meer aan dan je denkt," weet Bes. "Wij zullen niet meer zo gauw denken 'dit kan ik niet'." Ze noemen de race een 'lifetime experience' die ze nooit hadden willen missen. Ondanks de verschrikkingen. De zeilsters maakten beiden een dodelijk ongeval mee tijdens hun race. Bij Bes was het een teamgenoot die overboord sloeg. "Zoiets is heel ingrijpend en afschuwelijk. Het blijft me altijd bij." De zeilsters hebben zich voordat ze op de boot stapten, gerealiseerd dat het gevaarlijk was. En dat het zelfs hun dood zou kunnen betekenen. "Ik moest een document tekenen, waarin stond dat ik instemde met een zeemansgraf," vertelt Visser. "Natuurlijk is de race geen leven waard. Maar het was een risico dat wij wilden nemen. En onze families wisten, als er iets ernstigs zou gebeuren, dat dit de plek was waar wij het liefste wilde zijn," legt Bes uit.

Toekomst

Of ze nog een keer mee willen? Bes zeker. Maar Visser niet. "Nadat we gefinisht waren met *Maiden*, was ik vastbesloten de race nogmaals te doen. Maar ik kreeg een dochtertje en daardoor andere prioriteiten. Ik ben nog wel gevraagd om mee te gaan met Heineken, maar zag het niet zitten om mijn dochtertje zo lang alleen te laten. Dus heeft mijn leven een andere, meer normale wending gekregen. Ik heb nu een tandartspraktijk." Een rolletje aan de zijlijn, klinkt Visser wel aantrekkelijk in de oren. "Het zou fantastisch zijn als er een Nederlandse boot komt, met een nieuwe generatie vrouwelijke zeilsters, zoals Annemiek. Met weer nieuwe boten, zou dat echt heel succesvol kunnen zijn."

Klant doorverwijzen bij letsel?

NOSTIMOS HELPT!



0800 - 667 84 66

info@nostimos.nl www.nostimos.nl

a.s.r. geeft starter keuze voor lagere lasten en meer flexibiliteit

De week vanaf 28 september is door het ministerie van Binnenlandse zaken uitgeroepen tot Week van de Starter. Een bovengemiddeld aantal starters op de woningmarkt kiest voor een hypotheek van a.s.r. Voor starters die lage maandlasten belangrijk vinden en graag elke maand wat financiële ruimte willen houden, heeft a.s.r. de Startershypotheek.

De inkomenstoets is een momentopname. Wat als er daarna kinderen komen? Of als uw klant - al dan niet gedwongen - van baan wisselt? De corona crisis leert ons dat je inkomen zo maar eens een tijdje lager kan zijn. Dan is het fijn als de maandlasten niet te hoog zijn. En daar zorgt de Startershypotheek voor: lagere maandlasten door een langere looptijd.

Looptijd tot 40 jaar

De Startershypotheek van a.s.r. werkt als een annuïteitenhypotheek, maar met een langere looptijd tot maximaal 40 jaar. 'Een looptijd van 30 jaar is ooit gebaseerd op onze pensioenleeftijd. Ondertussen leven we langer en werken we langer door. Waarom zou je dan niet meer tijd nemen om je hypotheek af te lossen?' vindt Herbert Meinders, ketenmanager bij a.s.r. hypotheek en bedenker van de Startershypotheek. 'Doordat de aflossing over een langere periode wordt uitgesmeerd, worden de maandlasten lager. De totale kosten over de hele looptijd zijn wel hoger. Groot voordeel van deze hypotheek is dat je aflost en daardoor recht hebt op renteaftrek gedurende de eerste 30 jaar van de looptijd.'

Niet prijsopdrijvend

Kunnen starters met deze hypotheek ook meer lenen? 'Nee, en dat is maar goed ook,' legt Herbert uit. 'Als starters hierdoor meer kunnen lenen dan doorstromers zou dit leiden tot oneerlijke concurrentie op de huizenmarkt. Bovendien werkt meer lenen prijsopdrijvend en daar helpen we niemand mee, ook starters niet. Met de Startershypotheek bieden we een extra keuze voor starters die u mee kunt nemen in uw advies.'



Meer weten over de Startershypotheek van a.s.r.?

Kijk op www.asr.nl/startershypotheek of bekijk het webinar www.asr.nl/webinarstartershypotheek.

**WIE IS...**

Lia Polano groeide op in Nijmegen. Na haar middelbare school ging ze naar de HES in Enschede. Ze studeerde vervolgens bestuurskunde aan de Universiteit van Leiden. In 1990 begon ze als concern trainee bij ING Group. Ze was onder meer relatiemanager en kantoordirecteur bij ING. In 2012 trad ze in dienst bij Nationale Nederlanden. Ze was directeur Sparen&Beleggen tot ze in november vorig jaar algemeen directeur werd bij Zicht risico- en verzekeringsadviseurs. Ze woont met haar man en twee kinderen in Zeist.

‘Juist nu laten we onze toegevoegde waarde zien’

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 Lia Polano (55) algemeen directeur bij Zicht risico- en verzekeringsadviseurs.

Wat drijft jou?

“Ik heb een intrinsieke motivatie om het beter te doen. Meestal gaat het daarbij om mensen. Dat had ik als kind al. Op school zat ik in de leerlingenraad om dingen te veranderen en in de klas ging ik vaak in discussie met de leraar. Daarom voel ik mij thuis bij Zicht Adviseurs. We proberen altijd het beste eruit te halen voor de klant. Die focus hoeft ik nooit uit te leggen. Supergaaf.”

Van wie heb je het meest geleerd?

“Ik leer van iedereen met wie ik werk. Ik observeer mensen met wie ik samenwerk. Zo zie ik heel goed wat wel en niet goed werkt. Ik heb geleerd om langzamer te spreken als ik de aandacht wil van mensen. Als je maar doorratelt, lukt dat veel minder goed. Ik ben de laatste tien jaar wat rustiger geworden. Ik reageer niet meer meteen wanneer iets me raakt of irriteert. Eerst even pas op de plaats maken. Dat werkt veel beter.”

Welke karaktereigenschap komt goed van pas?

“Ik ben een verbinder. In elk team waar ik kom, leg ik de nadruk op team-kpi's. En maak ik afspraken over resultaten die we met het team willen behalen. Dus als iemand aan het eind van de rit zegt ‘mijn stukje was wel goed’, is dat ondergeschikt. Het gaat om het team, we moeten elkaar helpen om het gezamenlijke doel te behalen.”

Welke eigenschap waardeert jij het meest in een collega?

“Openheid. Als je niet open bent, hoe kan ik je dan begrijpen? Verder vind ik het ook belangrijk dat iemand hard werkt, ambitieus en vakbekwaam is. Voor een team is het fijn als er diversiteit is qua karakters, maar deze vier eigenschappen vind ik voor iedereen noodzakelijk.”

Hoe ontspan jij?

“Ik ben een actieve hockeyer. Al 21 jaar speel ik in hetzelfde team. Het is inmiddels een veterinnenteam en dat is echt heerlijk. In de coronatijd konden we niet hockeyen in teamverband en ben ik gaan hardlo-

pen. Dat trok me aanvankelijk niet zo, maar ik wilde wel bewegen. Na een paar weken begon ik het leuk te vinden. De endorfine die je aanmaakt tijdens het lopen, zorgt voor een fijn gevoel. Ik kijk er nu echt naar uit om buiten een rondje te rennen.”

Waar ben je trots op?

“Ik ben heel trots op de klantgerichtheid en executiekracht van ons bedrijf. Aan het begin van de coronacrisis werd de gezamenlijke denkkraft van onze klantadviseurs meteen heel zichtbaar. Juist in deze tijd hadden klanten ons extra hard nodig. We belden daarom proactief onze klanten en verstuurden nieuwsbrieven waarin we uitleg gaven over eventuele (verzekerbare) financiële gevolgen van de coronacrisis. We konden dus duidelijk onze toegevoegde waarde laten zien. Die kans hadden we liever niet op deze manier gehad, maar we benutten 'm wel.”

Hoe zorg jij voor een goede balans tussen werk en thuis?

“Ik heb goede afspraken met mijn man. Zo koopt hij meestal. Ik zorg dat ik voldoende qualitytime met mijn kinderen heb. Ik ben bijvoorbeeld coach van mijn dochters hockeyteam. Door de coronacrisis zijn werk en privé meer door elkaar gaan lopen. Ik heb mijn kinderen nog nooit zoveel gezien als nu. Dat is een voordeel. Ik mis aan de andere kant het face-to-face contact met collega's. Ik kijk ernaar uit dat dat weer meer op kantoor kunnen gaan werken.”

Waar droom je van?

“Ik ben erg ambitieus, maar ik stippel voor mezelf geen pad uit. Ik doe niet aan carrièreplanning. Voor Zicht kijk ik goed naar de wereld om ons heen. Hoe kunnen we anticiperen op ontwikkelingen? Waar moeten we onze koers een beetje bijsturen? En hoe komen onze sterke punten daarin goed tot zijn recht? Het is mijn streven om het overmorgen nog steeds goed te doen.”

‘Ik reageer
niet
meer
meteen
wanneer
iets me
irriteert.’

Uw **assurantiekantoor/** **assurantieportefeuille** verkopen?

portefeuilles
gevraagd **NL**

- meer dan uitstekende prijs
- betaling ineens
- overname personeel
- overname locatie bespreekbaar
- meewerken bestaande directie
- ca 50 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, hypotheken, 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
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>



Voor jouw horecaonderneming
is gastvrijheid heel gewoon.

Heb je een eetcafé, snackbar of een andere buitengewone horecaonderneming?

Voor jou als horecaondernemer is het niet altijd makkelijk om een verzekering te vinden die goed aansluit bij jouw bedrijf. OOM verzekert het ongewone. Zodat ook jouw horecaonderneming gewoon goed verzekerd is. Ook wanneer je er even niet bent.

www.oomverzekeringen.nl



Uitgelicht

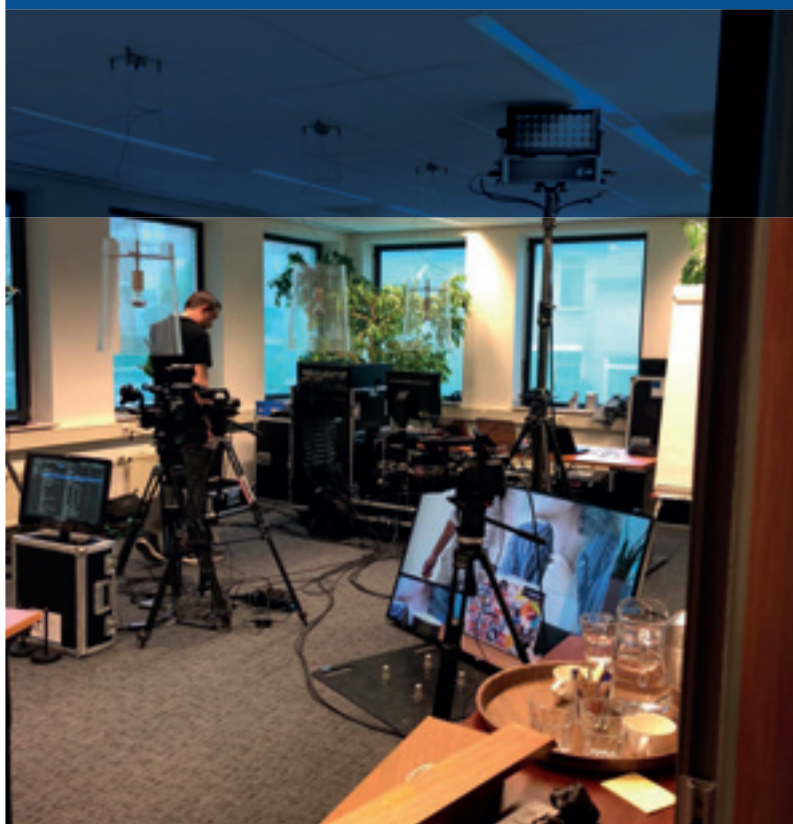
NIEUWE VOORZITTER BROKERS' COMMITTEE BIPAR

Adfiz voorzitter Roger van der Linden is op 22 juni tijdens de (online) Algemene Ledenvergadering van Bipar benoemd tot voorzitter van de Brokers' Committee van deze Europese koepelorganisatie. De Brokers' Committee is een forum waar enerzijds actuele ontwikkelingen met elkaar uitgewisseld worden rondom de adviespraktijk in de diverse nationale markten en waar anderzijds input opgehaald wordt voor de inzet van Bipar in Europa.



EERSTE ONLINE ALV

Als gevolg van de coronacrisis is besloten om de op 17 juni geplande Algemene Ledenvergadering van Adfiz niet in fysieke vorm door te laten gaan. Aan de andere kant was het juist in deze tijd belangrijk veelvuldig in contact te blijven met de leden. Daarom is gekozen een online ALV te organiseren op die datum. Ledenbijeenkomsten zoals een ALV zijn namelijk hét moment waarop het gevoerde en het te voeren beleid met de leden besproken kan worden. Dat is belangrijk voor de continuïteit van de vereniging en de doelen die de belangenorganisatie nastreeft op – onder andere – het gebied van belangenbehartiging.



Adfiz Platformbijeenkomst 2020

*Kennis, netwerkmogelijkheden en
verenigingsgevoel thuisbezorgd*



ADFIZ PLATFORMBIJEENKOMST 2020

Op 16 september organiseert Adfiz de eerste Adfiz Platformbijeenkomst 2020; een online evenement bedoeld voor bezoekers van zowel het Particulier als Zakelijk Platform. Het plenaire programma wordt gehost door journalist, econoom en columnist Mathijs Bouman. Hij zal ingaan op de belangrijkste financieel-economische trends en ontwikkelingen, praat bezoekers bij over de sociaaleconomische stand van zaken in ons land en gaat daarover in gesprek met Adfiz directeur Enno Wiertsema. In de expertsessies komen aan bod: pensioenen (door Adfiz Pensioencommissie) woningverduurzaming (door NHG), provisietransparantie (door Adfiz) en assurantiebelasting (door de Belastingdienst). Op de kennismarkt staan partners van Adfiz via film en live chat in contact met de bezoekers. De Adfiz Platformbijeenkomst 2020 wordt mede mogelijk gemaakt door Avero Achmea, Seildon en De Goudse.



MEERWAARDE MET ADFIZ - EVENEMENTEN

- 16 september: Online Adfiz Platformbijeenkomst 2020
- 29 september: Regiobijeenkomst Groningen/Drenthe
- 4 november: Algemene Leden Vergadering
- 24 november: Gecombineerde regiobijeenkomst Fryslân-Groningen/Drenthe

Clusterbijeenkomsten, webinars, meer info en aanmelden: www.adfiz.nl/evenementen

RELEVANTE INFO IN CORONADOSSIER

Sinds begin maart publiceert Adfiz voor de markt relevante informatie over het coronavirus en de gevolgen daarvan voor financieel adviseurs en hun klanten. De informatie raakt een veelheid aan onderwerpen: van dekking en premiebetaling van verzekeringen tot de gevolgen voor de bedrijfsvoering. En van informatie over steunmaatregelen tot het beantwoorden van vragen over klantcommunicatie. De informatie wordt continu geactualiseerd en is beschikbaar voor de gehele branche (adfiz.nl/corona).

Vragen naar aanleiding van

HET CORONAVIRUS ➡



ADVIES IN CIJFERS 2020

In het voorjaar is de 2020 editie van Advies in Cijfers verschenen. In deze editie laten we zien wat de omvang, het belang en de impact van onafhankelijk advies in Nederland is. Het brengt bewegingen in beeld op het gebied van klantbehoefte, klantpercepties, ondernemerschap en strategische focus. De uitgave zoomt in op vijf thema's:

1. de financieel adviesmarkt
 2. de waarde van advies
 3. de toegang tot advies
 4. ruimte om te ondernemen
 5. samenwerken in de keten
- Meer info, zie Adfiz.nl/adviesincijfers

De Mercedes-Benz Plug-in Hybrids.

Nu met wallbox en installatie zonder meerprijs.* Laat u verleiden door het beste van twee werelden: Meer power. En minder verbruik. Een fascinerende combinatie die samen met onze Business Solutions uitvoeringen naadloos aansluit bij de wensen van zakelijke rijders. Ontdek het meest complete aanbod in Plug-in Hybrid nu op mercedes-benz.nl/eqpower of meer info bij uw Mercedes-Benz dealer.



EQ POWER

Gecombineerd verbruik: 1,1 - 2,0 l/100 km, 100 - 50 km/l. CO₂-uitstoot: 30 - 47 g/km (WLTP).

Voor officiële dealeradressen, kosten en leveringsvoorwaarden, zie mercedes-benz.nl.

*Actie geldig vanaf 1 augustus 2020 tot en met 31 december 2020; Auto moet voor 31/12/2020 geregistreerd zijn. De prijs omvat de levering van een EVBox laadstation 22 kW, 3G/wifi met vaste laadkabel (6m) en kabelhouder en ook een standaard muurinstallatie met maximaal 15 m bekabeling en twee muur- of vloerdoorboringen, zonder graafwerkzaamheden. Niet geldig in combinatie met andere acties, (ex-)demo- of MB-Rent voertuigen en/of Private Lease.

“Hoe minimaliseer
ik de kans op een
cyberincident?”

Cees zoekt adviseur

Duik in de wereld van cyber.
Kijk op averoachmea.nl/cyber

