

Adfiz

MAGAZINE

2019
#9

‘Het netwerk is onze belangrijkste klant’

Daniel de Swaan, Meijers

‘Uniformering van de Europese markten is nog een lange weg’

Nic de Maesschalck, directeur Bipar

‘Wij ontvangen hier de beste musici ter wereld’

Simon Reinink directeur van Het Concertgebouw

INTERNATIONAAL



Rondje Zegveld



A Local Swim Schagen



Opgeven Is Geen Optie Run Someren



Zillewoldse Zommerrun Silvolde

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 oraniseren van evenementen om goede doelen financieel te steunen.



110 jaar Adfiz

Onze rechtsvoorgangers meegerekend, bestaat Adfiz dit jaar 110 jaar. Een mijlpaal, als je het mij vraagt. Eentje die we niet geruisloos voorbij laten gaan. We vieren het hele jaar feest, met als kers op de taart een groots 110 jaar-evenement op 12 juni. Hoe deze dag eruit gaat zien? Dat houden we nog even voor ons. Ondertussen voeren we gesprekken met (oud) medewerkers, praten we met stakeholders en pluizen we oude archieven uit.

Het interessante van zo diep de geschiedenis induiken, is dat je een steeds duidelijker beeld krijgt van waar we vandaan komen. Niet alleen qua vak, productdiversiteit en klantbediening, maar ook qua wereldbeeld. Want wat was 'de wereld' in 1909 - gezien door de bril van 2019 - nog overzichtelijk. Voor veel Nederlanders beperkte die zich tot een straal van enkele kilometers buiten hun woonplaats. En zowat elke stad had zijn eigen (onderlinge) verzekeringsmaatschappij waar particulieren en ondernemers terecht konden.

Hoe anders is dat nu: met het grootste gemak boeken we reizen naar verre oorden en verzekeren is al lang niet alleen meer een nationale, laat staan lokale, aangelegenheid. En ook al vormen grenzen door toegenomen mobiliteit en moderne communicatiemiddelen geen belemmering meer, wat is gebleven, is de verankering van de adviseur op de lokale markt, dat hij dáár zichtbaar is, zijn klanten écht kent en weet wat er speelt. 'Think global, act local' geldt nu misschien wel meer dan ooit voor de adviseur.

In dit Adfiz Magazine verkennen we de kansen, vaardigheden en uitdagingen die internationalisering met zich meebrengt voor ondernemers en adviseurs in het bijzonder.

Wim Heeres - voorzitter Adfiz

COLOFON

2019 #9

110 jaar 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: Irene Boer, Simon van Bostel,
Erik Kampherbeek, Claudia Lagermann, Sanna Leupen,
Kees Moeliker, Lenny Oosterwijk, Felix Quaadvlieg,
Emmely Siebrecht, Emile Willems
Coverbeeld:
Fotografie: Eric Bakker

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.

Internationaal

- 1 |** Wim Heeres over 110 jaar Adfiz
Voorzitter aan het woord
- 4 |** Adviescentrum Visschedijk regelt het in Duitsland
Voor de klant
- 7 |** Partnership in buitenland is voor Meijers essentieel
Interview
- 11 |** Infographic
- 12 |** 'Europa streeft naar meer uniformiteit'
Nic de Maesschalck, directeur BIPAR
- 19 |** 'Musici uit alle werelddelen willen optreden in Het Concertgebouw'
Simon Reinink, directeur Concertgebouw
- 22 |** Hoe bereid je je voor op de Brexit?
Discussie
- 25 |** Mondiale mus
Column Kees Moeliker
- 26 |** Oplossingen voor onverzekerbaarheid
Visie
- 28 |** Jonge managers voor een dag arm
Praktijk
- 30 |** Aan tafel met ...
Christophe Thoen, adjunct-directeur FVF
- 32 |** Leen Keijzerwaard stoomt de vijfde generatie klaar
Spiegel
- 34 |** Nieuws en ledenvoordeel
Uitgelicht





foto: Emmelie Sebrecht

19

'STEEDS MEER
TOERISTEN KOMEN NAAR
HET CONCERTGEBOUW'



DOSSIER ONVERZEKERBAARHEID

26



JONGE MANAGERS VOOR
EEN DAG ARM

28



'INSPIREREND OM ERVARINGEN UIT TE WIS-
SELEN'

30



32

'KENNIS IS TOEGE-
VOEGDE WAARDE
VAN ADVISEUR'

Duitse financiering

Tekst Sébastien Wulms
Beeld Emile Willems

De vastgoedondernemer was ten einde raad toen Gerrit Visschedijk van Adviescentrum Visschedijk hem ontmoette. Verschillende banken hadden hem, na eerdere toezeggingen, in de steek gelaten bij de financiering van een vastgoedproject. “Het was in 2013, tijdens de crisis. Banken durfden het niet aan,” vertelt Visschedijk, die uiteindelijk de grens overstak om het te regelen voor zijn klant.

“Mijn klant is een betrouwbare en serieuze ondernemer die zijn zaakjes goed op orde heeft. Maar de banken waren uiterst voorzichtig,” vertelt Visschedijk. In eerste instantie probeerde de adviseur uit Oldenzaal voor zijn klant een hypotheek te krijgen bij instellingen in de regio. “Dat leek te lukken. Mijn klant en ik voerden enkele gesprekken met de verantwoordelijke voor de bedrijfsfinancieringen. Alles leek in kannen en kruiken. Maar één maand voor de akte zou passeren, ging het ineens niet door. De bank had een andere directeur gekregen en die zag het niet zitten.” Visschedijk en zijn klant zagen het zeer somber in; er lag een forse boete in het verschiet als de koop niet door zou gaan.

“Ik herinnerde me dat ik ergens had gelezen dat Duitse banken soms Nederlandse projecten financieren. Ik heb toen de stoute schoenen aangetrokken en ben goed gedocumenteerd bij verschillende banken in Duitsland binnengestapt.” Bij een van die banken zag Visschedijk een opening. Al pratende kwamen hij en de betreffende bankier erachter dat ze eenzelfde passie deelden voor oldtimers. Dat brak het ijs. “Het was een mooi haakje om in gesprek te komen over de financiering van het vastgoed. Niet dat alles direct geregeld was, maar mijn klant en ik wonnen het vertrouwen van onze gesprekspartner en uiteindelijk heb ik de financiering nog vóór het passeren van de akte rond kunnen krijgen. En dat alles ook nog eens tegen een aanzienlijk lagere rente.”





‘Onze partners zijn onze belangrijkste klant’

Tekst Bureau Bax
Beeld Eric Kampherbeek

Zakendoen over de grens brengt risico's met zich mee. Bedrijven willen zich daar graag tegen verzekeren. Maar hoe werkt dat precies in het buitenland? Om klanten goed te kunnen adviseren en ondersteunen in de internationale verzekeringsmarkt, is Meijers aangesloten bij het Worldwide Broker Network. Algemeen directeur Daniel de Swaan en Directeur Global & Specialty Guido Verheijden melden trots: “We hebben meer dan honderd lokale partners in meer dan honderd landen.”

Eind jaren tachtig, begin jaren negentig nam de globalisering een vlucht. Veel bedrijven staken de grens over om daar zaken te doen. Grote spelers als AON, Marsh en Willis volgden hun klanten en begonnen in die periode hun internationalisering. “Ook bij ons ontstond de behoefte om met klanten mee te groeien,” vertelt De Swaan. “Bedrijven vroegen of we hen konden helpen bij het beheren van hun risico's in het buitenland.” Meijers sloot zich daarom in 1990 aan bij het Worldwide Broker Network (WBN), een netwerk van onafhankelijke risk management consultants en verzekeringsmakelaars. Het WBN was een jaar eerder opgericht door drie makelaars uit Engeland, Duitsland en Frankrijk. De Swaan: “In de Verenigde Staten zagen makelaars eenzelfde ontwikkeling. De Amerikanen en de Europeanen vonden elkaar in het WBN. En daarna volgden nog veel andere landen.” Het netwerk bestaat dit jaar dertig jaar. Het is gegroeid tot een organisatie met zo'n 115 leden in ruim honderd landen, verdeeld over zes continenten. Alle leden behoren tot de topfirma's van hun land of markt. “De eerste jaren hadden we één aangesloten lid per land. Maar in de loop der jaren zijn we daar iets flexibeler in geworden. Wan-

Over Meijers

Meijers is in 1973 opgericht door Jaap en Tineke Meijers. Destijds als specialist in brandverzekeringen. Het familiebedrijf is in de loop der jaren flink gegroeid. Er werken nu zo'n 240 mensen. Nog altijd is de familie nauw betrokken bij de leiding van het bedrijf. Meijers biedt totaal oplossingen op het gebied van verzekeringen voor zakelijke relaties. Sinds 1990 is het bedrijf uit Amstelveen lid van het WBN. Jaarlijks genereert Meijers een belangrijke deel van zijn omzet via internationale activiteiten. Meijers is niet alleen lid van het WBN, maar werkt ook met andere internationale netwerken zoals AJ Gallagher, Funk Gruppe en Verspiieren.

neer een bedrijf bepaalde expertise met zich meebrengt die voor de anderen heel waardevol is, kan zo'n bedrijf soms toch lid worden. Daar beslist het bestuur over, dat bestaat uit 15 vertegenwoordigers van de leden,” over besloten,” vertelt De Swaan.

Internationale expertise

Zelf is De Swaan een aantal jaar voorzitter geweest van het WBN en hij heeft nog altijd een bestuursfunctie. Meijers heeft al eerder bestuursleden geleverd. “Mijn schoonvader Jaap Meijers heeft jaren de voorzittersrol vervuld en voormalig Meijers directeur Michel Schaft was bestuurslid,” vertelt De Swaan. “Je kunt wel zeggen dat wij altijd een drijvende kracht in het netwerk zijn geweest,” vult Verheijden aan. “Wij hechten er zeer veel waarde aan.”

“Als je grote internationale bedrijven in Nederland bedient, moet je ook internationale expertise kunnen leveren,” vindt Verheijden. Voor klanten met vestigingen in het buitenland, stellen de adviseurs van Meijers een op maat gemaakt programma van verzekeringen samen. “Neem bijvoorbeeld een klant die wil bouwen in Vietnam. Die wil weten ‘wat moet ik lokaal verzekeren en wat kan via een internationaal programma?’ Wij helpen daarbij,” zegt Verheijden. “Wij hebben uiteraard veel kennis in huis over wet- en regelgeving, verzekeringen en risicobeheer in het buitenland, maar als we iets niet weten, bellen we met een lokale partner,” vult De Swaan aan.

Partner ter plaatse

Daarnaast spelen de partners een belangrijke rol ter plaatse. Bij vragen, incidenten of schades op locatie, bezoekt een lokale partner de klant en zorgt voor een

‘Als we iets niet precies weten, bellen we een lokale partner’

passende oplossing. “Wanneer het om grote zaken gaat of wanneer de klant het graag wil, vliegen we er natuurlijk zelf naar toe. Maar ook dan schuift de lokale partner vaak aan ter ondersteuning,” zegt Verheijden.

En dat werkt twee kanten op. “Een tijdje terug werden wij gebeld door een partner uit Duitsland. Een klant van hem in Limburg had een probleem. Ook al ging het om een kleine zaak, een van onze collega's is meteen in de auto gestapt en naar die klant gereden om hem een oplossing aan te reiken.” Volgens Verheijden wordt daarbij niet gekeken naar de inkomsten die zo'n klus met zich meebrengt. “Wij zien onze partners als onze belangrijkste klant. Dus als een partner iets vraagt, doen wij onze stinkende best om het op te lossen volgens de hoogste standaard.”

Gedeelde band

Hoe weten ze zeker dat hun klanten in het buitenland ook zo goed geholpen worden? “Alle partners hebben zich verbonden aan een service-agreement,” vertelt De

Swaan. In deze overeenkomst zijn basisregels vastgelegd over hoe men omgaat met elkaar en met de klant. “Dit wordt ook gecheckt met 360 graden feedback. We zijn zo sterk als de zwakste schakel,” zegt Verheijden. Ieder jaar worden 15 tot 20 leden beoordeeld op basis van kwaliteit van dienstverlening. Er wordt onder meer gekeken naar responsetijd, betrokkenheid bij de klant en of een lid actief deelneemt aan de WBN-activiteiten.

“Maar misschien wel belangrijker is onze gedeelde band” zegt De Swaan. “De grote groep ziet elkaar minstens twee keer per jaar tijdens de WBN-conferenties. Een keer in de Verenigde Staten en een keer in een ander werelddeel. Sommige partners zien we wel vijf keer per jaar. We doen zaken met elkaar, komen bij elkaar op een feestje en sturen geboortekaartjes. Dat zijn vriendschappen geworden.”

‘Wij maken voor onze klanten inzichtelijk wat ze wereldwijd hebben geregeld’

Kennis delen

Het uitwisselen van kennis en ervaring is het belangrijkste tijdens de conferenties. “We kijken bijvoorbeeld naar de verschillende verzekeringsmarkten, welke innovaties er zijn, hoe digitalisering het beste georganiseerd kan worden en hoe we nog beter kunnen samenwerken,” vertelt De Swaan. “We nemen soms ook klanten mee. Zo hebben we onlangs een klant meegenomen naar Zuid-Amerika. De risk manager van deze klant kon allerlei vragen stellen aan partners uit verschillende landen. Wat voor ontwikkelingen zie je in jullie markt? Zijn we nog compliant? Waar lopen jullie tegenaan? Dat werkt ongelooflijk goed.”

De verschillen tussen landen zijn groot. Verheijden: “Wij proberen voor onze klanten inzichtelijk te maken wat ze wereldwijd hebben geregeld. Soms denken medewerkers op lokaal niveau dat iets op het hoofdkantoor geregeld is en andersom. En dus krijg je dat een risico dubbel, of juist helemaal niet gedekt is. Onze taak is om op gedetailleerd niveau informatie te vergaren en transparant te maken welke arrangementen een bedrijf heeft en ervoor te zorgen dat er uniformiteit ontstaat in de dekkingen die een bedrijf wereldwijd heeft. Dat leggen we vast in een zelf ontwikkeld communicatie platform, WBNet, dat toegankelijk is voor onze partners en onze klanten.”



“Hoe minimaliseer
ik de kans op een
cyberincident?”

Cees zoekt adviseur

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



Bedankt voor uw stem!

Na vijf jaren van afwezigheid, zijn in 2018 zorgverzekeringen weer meegenomen in het Prestatie-onderzoek van Adfiz. Met trots hebben wij tijdens de nieuwjaarsbijeenkomst van Adfiz de eerste prijs in ontvangst mogen nemen in de productcategorie Particulier Zorg.

Wij zien deze uitverkiezing als een groot compliment van het onafhankelijk intermediair en willen iedereen die op Stad Holland heeft gestemd hiervoor hartelijk bedanken.

Ook voor 2019 vertrouwen wij erop dat onze kwaliteit de basis is voor een vruchtbare samenwerking met u.



Daarom kiest Stad Holland voor het intermediair!

Op internet is bijna alles te vinden, maar wordt alles er ook altijd duidelijker op?

Dit is precies de reden waarom Stad Holland werkt via het intermediair, want wij vinden dat een zorgverzekering een goed advies verdient.

Een verzekeringsadviseur is deskundig, persoonlijk en dichtbij. Hier heeft de zorgverzekering een gezicht en waar vind je dat vandaag de dag nog?

- ➔ Verlaagd eigen risico van € 375,-
- ➔ Beste zorgverzekeraar volgens verzekeringsadviseurs
- ➔ Restitutiepolis voor iedereen
- ➔ Iedereen betaalt dezelfde basispremie
- ➔ Declareren kan met de app, online of per post
- ➔ Gespreide vooruitbetaling verplicht eigen risico mogelijk

Voorbereid de grens over



Duitsland



Contact op juist niveau in organisatie



Altijd op tijd voor afspraken



Niet tutoyeren, geen privé-zaken



Liever specialist dan generalist

Meer info: <https://bit.ly/2TVr0WS>



Frankrijk



Spreek de taal, of gebruik een tolk



Maak duidelijk wie beslissingsbevoegd is



Schud elkaar de hand, dank voor ontvangst



Zakelijke lunch belangrijk, begin informeel

Meer info: <https://bit.ly/2RuzaUv>



Verenigd Koninkrijk



'That's interesting' betekent 'slecht voorstel'



Gereserveerdheid en beleefdheid zeer gewaardeerd



Dresscode belangrijk: donker en conservatief



Eerste ontmoeting is alleen kennismaking

Meer info: <https://bit.ly/2CoRzYd>



België



Kantoor met lokaal personeel schept vertrouwen



Gebruik netwerken, koude acquisitie werkt niet



Voorkom beeld van de zelfingenomen Nederlander



Ken de verschillen tussen Vlaanderen, Wallonië en Brussel

Meer info: <https://bit.ly/2SWiLoo>





Internationale regels versus nationale wetgeving

Tekst Sébastien Wulms
Beeld Sanna Leupen

Dat Europese regelgeving van invloed is op het dagelijkse reilen en zeilen binnen de financiële sector is bekend. Maar ook internationale regels bepalen voor een belangrijk deel wat wel en niet mag. “Om op het Europese of mondiale toneel tot consensus te komen, is geen sinecure”, weet Nic de Maesschalck, directeur van BIPAR, de Europese koepelorganisatie van brancheverenigingen voor intermediairs. “Elk land heeft zijn eigen historische achtergrond, dat moet je onderkennen en accepteren.”

Alle Europese en mondiale regelgeving ten spijt hebben adviseurs in verzekeringsland nog steeds te maken met nationale markten met hun eigen specifieke karakteristieken. De Maesschalck: “Zo maakt men in Nederland een onderscheid tussen complexe en niet-complexe producten; een onderscheid dat in de meeste Europese landen niet - of in ieder geval niet op dezelfde manier - wordt gemaakt. En zo is de Nederlandse hypotheekmarkt met de fiscale aftrekbaarheid van de rente niet te vergelijken met bijvoorbeeld de Duitse hypotheekmarkt. Dit gegeven brengt met zich mee dat voor elke markt specifieke producten en diensten zijn ontwikkeld door aanbieders die op die betreffende markt actief zijn.”

Kaders

Ondanks deze verschillen op nationaal niveau ziet De Maesschalck dat de afzonderlijke Europese markten op veel punten steeds dichter naar elkaar toe kruipen: “Die trend is ook terug te zien in de nationale wetgeving van EU-lidstaten. Ongeveer negentig procent daarvan is inmiddels Europees geïnspireerd. Denk dan aan de privacy verordening, de General Data Protection Regulation (GDPR), of de richtlijn voor de distributie van verzekeringen, de Insurance Distribution Directive (IDD), om twee recente voorbeelden te noemen die de branche raken.”

Ivoren toren

De Maesschalck gaat iets dieper in op de trend dat nationale wetten steeds meer Europees geïnspireerd raken: “Tegenwoordig doet men soms alsof Europa dicteert wat we op nationaal niveau moeten doen en laten. En alsof Europa vanuit een ivoren toren regeert. Maar zo werkt het niet. Het is niet Europa die wetten maakt; wetten worden nog altijd gezamenlijk door de 28 lidstaten van de Europese Unie gemaakt. Zowel Nederland, Honga-

rije, Spanje als België, Frankrijk en alle andere lidstaten hebben een stem.” De Maesschalck wil hiermee aangeven dat hij er moeite mee heeft als politici en overheden zich verschuilen achter een: ‘Sorry, deze wet moeten we doorvoeren van Europa’. “Die lidstaat, die regering of die politicus zat drie jaar daarvoor immers ook aan de tafel waar die Europese wet werd gemaakt. Ze hebben dus invloed gehad op het uiteindelijke resultaat en hadden – tot op zekere hoogte – kunnen bijsturen.”

Vrijheid

Voor verordeningen, zoals de GDPR, geldt dat lidstaten die één op één moeten doorvoeren in nationale wetgeving. Bij richtlijnen als de IDD definieert Europa in vrij algemene lijnen de kaders waaraan de nationale wetgeving moet voldoen, wat niet wegneemt dat dit soms al vrij gedetailleerd is. Landen hebben bij de vertaling van richtlijnen naar de praktijk op nationaal niveau in principe de vrijheid om er nieuwe elementen aan toe te voegen of bestaande strengere wetgeving te handhaven, bijvoorbeeld met het oog op consumentenbescherming. In het geval van de IDD heeft Adfiz er van meet af aan voor gepleit om geen nieuwe elementen toe te voegen aan de IDD. Temeer omdat Nederlandse wetgeving op dit vlak op veel punten al veel verder reikt dan in andere Europese landen.

‘Verder gaan dan Europa hoeft niet’

Gebalanceerd

De Maesschalck kan zich goed vinden in Adfiz’ standpunt en legt uit waarom: “Over de IDD is in Europa jarenlang intensief gediscussieerd. Het resultaat is een uiterst gebalanceerde richtlijn waarin een aantal zaken op Europees niveau is geïnformeerd en echt op scherp is gezet. Ik denk dan bijvoorbeeld aan hoe het toezicht op de sector moet worden gedaan. En hoe dat ervoor zorgt dat je als adviseur in lidstaat A erop kunt vertrouwen dat het toezicht in lidstaat B op orde is. Of aan de informatie die je je klant moet geven over wie je bent, wat je motieven zijn en met welke aanbieders je al dan niet samenwerkt. En ga zo maar door. Het is een uiterst evenwichtig pakket aan maatregelen, waarvan ik persoonlijk denk: ‘Ga er als lidstaat eerst een paar jaar mee testen voordat je er een invulling aan geeft die veel specifiek is of verder gaat. Verder gaan dan Europa is niet nodig; je loopt het risico om een grote, goed functionerende adviesmarkt te verstoren.’”

Zinvol

Een voorbeeld van een onderwerp waarover we in Nederland veel specifiek zijn, zijn de scholingseisen voor het intermediair. De Maesschalck: “De IDD is niet zo specifiek en zegt bijvoorbeeld niets over hoe het intermediair invulling moet geven aan het up-to-date houden van zijn kennis; dat kan door een conferentie bij te wonen, door deel te nemen aan een workshop of door bijscholing. In Nederland is daar wel invulling aan gegeven. Voor de goede orde: dat is een keuze en vanzelfsprekend respecteer ik die. Maar wat ik daarover wel wil zeggen, is dat je je kunt afvragen in hoeverre het zinvol is dat een



tussenpersoon die zich volledig en uitsluitend bezighoudt met maritieme verzekeringen goed op de hoogte is én blijft van veranderingen op het gebied van bijvoorbeeld autoverzekeringen. Zou het voor zijn klanten niet waardevoller zijn als deze persoon die uren kan besteden om zich nog verder te bekwamen binnen zijn vakgebied?”

Lokale regels

Uit de voorbeelden die De Maesschalck aandraagt (GDPR, IDD), wordt duidelijk dat Europa op steeds meer terreinen uniformiteit nastreeft. Maar hij benadrukt dat dit niet betekent dat de Europese markt een eenge-

maakte markt is: “Op hoofdlijnen is die eenheid er wel. Bijvoorbeeld als het gaat om beschermingswaarborgen voor de consument of om productontwikkeling. Maar als je als Nederlandse adviseur zaken wilt doen op de Franse markt zul je ook altijd rekening moeten houden met de specifieke regels die daar gelden, zoals met de verplichting om consumenten te adviseren. Als toetreders tot een buitenlandse markt moet je je er altijd van bewust zijn dat je je aanbod en dienstverlening moet aanpassen aan de lokale markt, aan de regels die daar gelden.” Kijkend naar de toekomst verwacht De Maesschalck dat uniformering van de Europese markten een steeds grotere vlucht zal nemen. “Maar dat is nog een lange weg.”



‘Onderhandelingen op mondiaal niveau zijn precair’

Internationaal

Tot slot gaat De Maesschalck in op de toestandkoming en invloed van mondiale regelgeving op nationale wetgeving: “De Europese nationale brancheorganisaties voor tussenpersonen, zoals in Nederland Adfiz, worden door BIPAR vertegenwoordigd bij de World Federation of Insurance Intermediaries (WFII). Deze organisatie discussieert namens alle aangesloten leden met organisaties als de OESO, de Wereldbank, het Internationaal Monetair Fonds (IMF) en de Verenigde Naties (VN) over internationale, financiële vraagstukken en problematieken. Denk dan aan anti-witwasregelgeving of het Verdrag ter bestrijding van de financiering van terrorisme. Als je bedenkt dat het in Europees verband al moeilijk is om tot overeenstemming te komen, kun je je voorstellen hoe dat is op mondiaal niveau. Die onderhandelingen zijn nog precairder.”

Over Bipar

Twee keer per jaar komen vertegenwoordigers van de Europese federatie van verzekeringstussenpersonen bijeen in een Europese stad voor een driedaagse BIPAR-conferentie. In de zomer van 2018 was dat Amsterdam, begin 2019 werd het BIPAR-gezelschap ontvangen in Parijs. Vanuit Nederland/Adfiz zijn Jaap Meijers, Roger van der Linden en Ludger de Bruijn betrokken bij Bipar/WFII. Een overzicht van het speelveld waarbinnen Bipar actief is, is te vinden op: bipar.eu/en/page/bipar-panorama-2018-2019



Adviseer jij al de beste ORV aan jouw klant?

Premie speelt een belangrijke rol. Maar wat nog meer?

Bij coöperatie DELA heb je in ieder geval:

- Ruimhartig medisch acceptatiebeleid
- Mogelijkheid tot meerdere dekkingen met verschillende looptijden op één polis
- Snel en efficiënt aanvraag proces
- Geen wachttijden voor vragen en mutatieverzoeken
- Unieke voorwaarden: uitgebreide voorlopige dekking en vooruitkering bij leven is mogelijk

En daarom zijn wij verkozen tot de beste Verzekeraar Particulier Leven.

Ook een nieuwe samenwerking is bij ons snel en eenvoudig geregeld. Een samenwerkingsovereenkomst is bij ons niet nodig. Meld je aan via onze website dela.nl/samenwerken.

Voor meer informatie kun je ook bellen met 040 - 260 14 44.



DELA
voor elkaar

VOLLEDIG ONTZORGD

Je bedrijfsvoering volledig op orde

Twijfel je of je bedrijfsvoering op orde is? En merk je dat je vaak tijd tekort komt om ervoor te zorgen dat je aan álle wet- en regelgeving voldoet? Hoffelijk biedt de oplossing!

Hoffelijk beoordeelt je bedrijfsvoering

Bij Hoffelijk krijg je een gedetailleerde beoordeling van de inrichting van je bedrijfsvoering. We letten daarbij op de procedures binnen jouw bedrijf, de werkelijke uitvoering hiervan en of alle benodigde documenten aanwezig zijn.

Kort samengevat: voldoet jouw organisatie aan álle relevante wet- en regelgeving?

Maar we gaan verder...

Met Permanent Compliant van Hoffelijk gaan we een stap verder: we ondersteunen je volledig bij het inrichten van je bedrijfsvoering en houden deze continu up-to-date.



Inventarisatie van
jouw wensen



Directe
implementatie



Toegankelijk voor
alle medewerkers



Doorlopend
up-to-date

**“Zekerheid, gemak en
forse tijdsbesparing.”**

Meer weten?

www.hoffelijkkwaliteit.nl

of bel 010 - 760 11 06



‘Onze internationale markt kan nog groeien’

Tekst Claudia Lagermann
Beeld Simon van Boxtel

Het Concertgebouw haalt al sinds de 19e eeuw de internationale wereldtop naar Nederland. Maar dat ook steeds meer buitenlandse toeristen de concertzaal weten te vinden, is iets van de laatste jaren. Dit ligt volgens algemeen directeur Simon Reinink aan de gerichte promotie, maar ook aan de veranderende verkoopdynamiek. “De huidige consument bedenkt vaak ’s middags pas wat hij ’s avonds wil doen, iets wat toeristen ook vaak doen.”

Het Concertgebouw is een van de meest vooraanstaande concertzalen ter wereld. Hoe behoud je die positie?

“Goed worden is lastig, maar goed blijven, is een hele inspanning. Als je het wil volhouden in de Champions League, dan moet je elke dag je best doen om dat waar te maken. Alles moet op elk niveau kloppen. Van de programmering tot de ontvangst en van gebouwonderhoud tot logistiek. Dat is een behoorlijke uitdaging met 730.000 bezoekers per jaar. Daarom gaan we elke dag op alle vlakken vol aan de bak, maar dat doen we met veel inzet en plezier.”

Hoe zorg je ervoor dat je in een klein land als Nederland ook internationaal gezien opvalt?

“Amsterdam is van oudsher een havenstad met een enorm internationaal netwerk. Dat zit heel diep in de historie van Amsterdam gebakken en straalt ook af op Het Concertgebouw. Maar tegelijkertijd zijn we een internationale speler met een voornamelijk nationaal publiek. Dat onderscheidt ons van de musea die ons omringen. Bij ons bestaat het aantal internationale bezoekers uit een krappe tien procent, terwijl dat bij het Van Gogh Museum rond de tachtig procent ligt. We zijn wat dat betreft de uitzondering op het Museumplein.”

“Steeds meer concerten zijn pas kort van tevoren uitverkocht”

Het Concertgebouw trekt met 720 concerten per jaar ongeveer 730.000 bezoekers, waarvan 30.000 kinderen en jongeren. Ongeveer de helft van het aantal concerten programmeert de organisatie zelf. Veel van de musici die optreden, komen uit het buitenland. Die ontwikkeling startte in 1888 toen de Berliner Philharmoniker als eerste buitenlandse orkest het spits afbeet. Inmiddels maakt Het Concertgebouw samen met 20 andere vooraanstaande zalen deel uit van The European Concert Hall Organisation (ECHO).

Is daar een verklaring voor?

“De belangrijkste verklaring is dat de musici die bij ons optreden ook op andere grote podia in het buitenland staan, dus je hoeft niet per se naar Amsterdam om de Wiener Philharmoniker of de Berliner Philharmoniker te zien, daar kun je ook in Wenen of Berlijn naartoe. Een andere reden is dat wij tot een aantal jaar geleden voornamelijk abonnementen en series verkochten. Daardoor bleven er relatief weinig plaatsen over voor toeristen. Dat is inmiddels totaal veranderd. Tegenwoordig kopen steeds minder mensen een serie, waardoor er meer losse kaarten verkrijgbaar zijn. Met die losse kaarten richten we ons ook op toeristen.”

Zetten jullie zelf minder in op abonnementen en series of is dat zo gegroeid?

“De verkoopdynamiek is nu heel anders dan vroeger. Oudere generaties leggen zich langer van tevoren vast, terwijl de jonge consument denkt: ik heb vanavond tijd, laat ik eens kijken waar ik naartoe ga. Online bestel je makkelijk en snel een kaartje. Dat betekent voor ons dat steeds meer kaarten kort voor de concerten worden verkocht. Dat maakt het soms ook spannend: verkopen we voldoende kaarten? Gelukkig groeit onze internationale markt gestaag. Als de huidige trend op deze manier doorzet, dan zitten we over een jaar of twintig op dertig procent buitenlandse bezoekers.”

Wat doen jullie om die internationale bezoekers te trekken?

“Door met name op de juiste websites te zitten. Als toeristen Amsterdam bezoeken, kijken ze van tevoren wat er te doen is. Je moet dus zichtbaar zijn op de sites die zij bezoeken en ervoor zorgen dat toeristen via een link eenvoudig kaarten kunnen kopen. Een andere manier is via de hotels. Zo maken we afspraken met grote hotels op de zakelijke markt, zodat iemand die hier op zakenreis is

en zich 's avonds wil vermaken via de hotelbalie kaarten kan regelen. En dan heb je nog toeristen die spontaan binnenwandelen voor een kaartje.”

En de juiste programmering. In 2020 organiseren jullie voor de derde keer een Mahler-Festival. Dat trekt vast ook internationaal publiek.

“Zeker, dit is een evenement waar ongelooflijk veel mensen naar uitkijken. Niet zo gek dat de 1.250 passe-partouts, waarmee je naar alle tien de concerten kunt, binnen drie dagen waren uitverkocht. Naast de lokale markt zien we dat grote groepen internationale bezoekers die Mahler-fan zijn dit evenement willen bezoeken. Iemand noemde dit laatst ‘Het Wereldkampioenschap Mahler’. En zo kun je het ook zien: de beste musici ter wereld komen naar Het Concertgebouw om – in misschien wel de mooiste Mahlerzaal ter wereld – alle Mahler-werken uit te voeren. Daar willen heel veel mensen bij zijn. We weten al dat er grote groepen uit New York komen en ik krijg regelmatig berichten van bekenden met een oom in Texas of een neef in Australië die zeggen: ‘Het maakt niet uit wat het kost, maar hij wil dolgraag een passe-partout.’ Dit heeft echt een enorme internationale uitstraling. Vooral ook door de toporkesten die hier naartoe komen, denk aan het New York Philharmonic onder leiding van Jaap van Zweden, de Berliner- en Wiener Philharmonie-

‘Er is een aantal zalen op deze planeet waar artiesten heel graag willen spelen’

ker, het Boedapest Festival Orkest en natuurlijk ons eigen Koninklijk Concertgebouworkest. Dat genereert een hoop extra aandacht.”

Het Concertgebouw staat er niet om bekend om hoge fee's te betalen. Hoe haal je dan toch al die topmusici in huis?

“Er is een aantal zalen op deze planeet waar artiesten heel graag willen spelen en mede om die reden bereid zijn om een lagere fee te accepteren. Het Concertgebouw is gezegend een van die locaties te zijn. Dat ligt aan de zalen – met name de akoestiek en sfeer – en ons publiek. Ik hoor vaak van musici dat ze van ons publiek houden omdat het kenners zijn die enorm waarderen wat hier wordt uitgevoerd. Ook de bijna standaard staande ovaties worden gewaardeerd. Dat geeft artiesten een warm gevoel en ze voelen zich welkom door de service die we hier geven. We pakken dat niet alleen professioneel, maar ook

persoonlijk aan. Musici kennen ons, vinden het gezellig om hier te zijn en na afloop van een concert gaan we vaak een hapje eten.”

Hoe is het contact met die andere zalen in de wereld waar artiesten graag optreden?

“Heel goed. Het Concertgebouw maakt deel uit van The European Concert Hall Organisation (ECHO). Bij deze organisatie zijn 21 vooraanstaande concertzalen aangesloten, denk aan het Barbican Centre in Londen, de Musikverein in Wenen en Cité de la Musique in Parijs. De directeurs van deze zalen komen twee keer per jaar een paar dagen samen. We praten dan met elkaar over de laatste trends en ontwikkelingen, maar we leren ook van elkaar. Het heeft een soort intervisie-aspect. We vertrouwen elkaar veel toe, spreken twijfels uit, vragen en geven elkaar advies. Dat is heel waardevol. Daarnaast doen we een aantal projecten samen, waaronder de serie Rising Stars, waarbij jong talent door een land wordt geselecteerd en vervolgens de kans krijgt om een tour langs alle grote zalen van Europa te maken.”

‘We vertrouwen elkaar veel toe, spreken twijfels uit, vragen en geven elkaar advies’

Bespreek je ook met elkaar hoe je je financiën regelt?

“We hebben een aantal jaar geleden een benchmarkonderzoek gedaan om te vergelijken hoe alle ECHO-zalen gefinancierd zijn en dan zie je dat dat per zaal behoorlijk verschilt. Wij springen eruit als het gaat om private financiering, maar als je naar overheidssubsidies kijkt, bungelen we onderaan. De enige subsidiegever die wij hebben, is de gemeente Amsterdam en die subsidie maakt vijf procent uit van onze inkomsten. Om onze inkomsten te garanderen, zijn we – via Het Concertgebouw Fonds – heel actief met fondsenwerving en sponsoring. Met name op het gebied van legaten liggen veel kansen. Dat was een reden voor ons om een programma te ontwikkelen waarmee je Het Concertgebouw kunt opnemen in je testament. We merken dat steeds meer mensen dat doen.”

Het Concertgebouw leeft in hun hart.

“Precies, en wij proberen daarom manieren te vinden om het voortbestaan te garanderen. Het Concertgebouw is zo uniek voor Nederland en ver daarbuiten. Dat wil je koesteren, net als dat je de Nachtwacht wilt kunnen zien in Het Rijksmuseum. Dit is cultureel erfgoed van de buiten categorie dat nooit verloren mag gaan.”

Simon Reinink (1966) studeerde rechten in Utrecht en kwam na zijn studie in de uitgeefwereld terecht. Hij bekleedde diverse managementfuncties bij uitgeverij Wolters Kluwer en werd in 2004 directeur-uitgever bij ThiemeMeulenhoff. Daarnaast was en is hij actief in diverse besturen op het gebied van cultuur en landschap. In 2006 volgde hij Martijn Sanders op als algemeen directeur van Het Concertgebouw.



PensioenRust

BIED LAAGDREMPELIG, SNEL ÉN EFFECTIEF FINANCIËEL INZICHT

Help particulieren, ondernemers, ZZP'ers en werknemers met:

- Pensioensituatie en eerder stoppen met werken
- Lijfrente- en pensioenexpiratie
- Onderhoud en aflossen (aflossingsvrije) hypotheek
- Overlijdensrisico



MEER KLANTEN

PensioenRust verlaagt de financiële drempel voor klanten door een sneller proces.



DEMO ACCOUNT / TESTEN

Je kunt 1 maand gratis testen. Meld je aan via: www.pensioenrust.nl/adfiz



MINDER INVOEREN

PensioenRust laadt pensioengegevens automatisch via DigiD en rekent met één klik alle pensioenen om naar de gewenste pensioenleeftijd.



OVERLIJDENSRIISICO ADVIES

In één oogopslag is helder wat de terugval in netto-inkomen per maand is en wat het tekort (doelkapitaal) is. Handig i.v.m. de Kifid uitspraak!



MEER WAARDE

PensioenRust helpt om meer waarde te bieden aan de klant en leidt tot bredere dienstverlening.



EN VERDER NOG?

- Leesbare grafieken en cijferoverzichten.
- Jouw eigen logo in beeld.
- Handige rekentools.
- Alles in netto bedragen per maand. Dat begrijpen klanten!



AANBIEDING ADFIZ LEDEN

1^e maand gratis, 10% korting op de licentievergoeding, dagelijks opzegbaar. Ga naar www.pensioenrust.nl/adfiz en meld je aan.



DISCUSSIE



Wat de uitkomst wordt van de Brexit gesprekken is ten tijde van schrijven van dit magazine nog niet bekend. Wat we wel weten, is dat de onderhandelingen over de voorwaarden – op zijn zachtst gezegd – onstuimig verlopen: reputaties sneuvelen, mensen denken weer na over hun staatsburgerschap en ondernemers huiveren bij de gedachte van alle douaneformaliteiten die hen mogelijk wachten. Adfiz vroeg enkele deskundigen hoe je je als ondernemer kunt voorbereiden op de Brexit, hard of zacht.

Time will tell

“Na een Brexit op 29 maart 2019 komt er vermoedelijk een overgangperiode tot 31 december 2020. Dit biedt onze cliënten nog enige tijd contract certainty waarbij de aanbieders de tijd krijgen om activiteiten en contracten over te hevelen naar andere of nieuwe EU-rechtspersonen. Brexit zal er ook voor zorgen dat dekkingcapaciteit dichter bij het Europese continent komt. Dat kan goed nieuws zijn voor onze cliënten. Er was al enige tijd sprake van de trend dat VK-verzekeraars vestigingen openen op het EU-vasteland. Voor het grote publiek is Lloyds', het meest aansprekende voorbeeld, van een verzekeringsmaatschappij die haar zetel in Brussel heeft genomen. Maar ook andere verzekeraars hebben een zelfstandige vestiging in de EU opgericht met als praktisch uitvloeisel het aantrekken van lokale werknemers waardoor de toegankelijkheid tot extra dekkingcapaciteit mogelijk is. Aandachtspunten voor adviseurs zijn met name de risico's die traditioneel in de 'Londense' markt worden geplaatst zoals transport en in het bijzonder marine, off shore, energy en luchtvaart. Voor deze risico's zal de Londense markt ook na Brexit haar functie behouden. Wel zal moeten worden afgewacht in hoeverre de gevonden oplossingen gehinderd gaan worden door extra administratieve rompslomp. Met name bij premieafdracht en bij de afwikkeling van schades zullen onze cliënten kunnen gaan merken dat processen langer duren. Cliënten zullen op de korte termijn ook rekening moeten houden met nieuwe im- en exporthindernissen. Dit zal zich uiten in langere doorlooptijden en leveringstermijnen van leveranciers. Bij het inschatten van bedrijfschadebelangen moet hiermee rekening worden gehouden. Voor alle bespiegelingen geldt time will tell.”

Rob Wagenvoord RMiA
Willis Towers Watson
 Director, Corporate Risk Solutions

Maatregelen treffen

Als Nederlands Britse Kamer van Koophandel (NBCC) adviseren wij onze leden: 'To hope for the best, prepare for the worst'. In het geval van een 'zeer harde' Brexit, ook vaak het no deal-scenario genoemd, ligt er geen overeenkomst en dan valt alle handel tussen het VK en de EU per 29 maart 2019 onder de regels van de Wereldhandelsorganisatie (WTO). Het is daarom zaak nu al maatregelen te treffen. Zo is het belangrijk om:

- Duidelijk in beeld te hebben wie je toeleveranciers en partners zijn, zodat je je samen met hen op de Brexit kunt voorbereiden.
- Te controleren bij de belastingdienst of douane wanneer en aan wie je btw moet afdragen na de Brexit.
- De extra kosten door de Brexit (importtarieven en extra administratieve handelingen) in kaart te brengen.
- Je Britse werknemers zich te laten registreren: zij moeten voor 29 maart 2019 ingeschreven staan bij de Basisregistratie Personen in hun gemeente.
- Te zorgen dat je een EORI-nummer (douane-identificatienummer) hebt en je bedrijf aan te melden voor het REX-systeem.
- Je dataopslag en ict-handelingen in kaart te brengen.

Wat ook belangrijk is, is om te beseffen dat een Brexit ook (commerciële) kansen biedt. Zo zullen veel klanten van Britse bedrijven bij een Brexit op zoek gaan naar een nieuwe partner op het Europese vasteland. Grijp die kansen. Tot slot wil ik ook nog wijzen op de gratis online Brexit Impact Scan die de overheid heeft ontwikkeld. Deze maakt voor ondernemers inzichtelijk wat de effecten (ook onvermoede) van een Brexit kunnen zijn voor hun bedrijf.

Lyne Biewinga MBA
NBCC
 Director Premier Membership & Membership



Goed voorbereiden

“De Brexit betekent onzekerheid, ook voor Nederlandse bedrijven. Als de Brexit plaatsvindt zonder een akkoord, komt er chaos. Er komen lange wachttijden aan de grens, productievoorschriften zijn plotseling niet meer geldig en dataverkeer tussen bedrijven uit de EU en het Verenigd Koninkrijk kan niet plaatsvinden. Als daarentegen de Brexit plaatsvindt volgens het akkoord dat tussen de EU en het VK is uit onderhandeld, komt er een overgangperiode. Dan verandert er tot eind 2020 nog even helemaal niets. Maar vooralsnog weet niemand wat het wordt.

Ondanks de onzekerheid kunnen bedrijven zich wel op de Brexit voorbereiden. Ondernemers die naar het VK exporteren, moeten zich voorbereiden op allerlei douaneformaliteiten en zich bij de douane laten registreren. Verder moet ieder bedrijf zijn keten analyseren: wat komt er uit het VK, wat gaat erheen? Op basis daarvan hebben sommige bedrijven besloten om in het VK voorraden aan te leggen, om productie te verplaatsen, om het belang van het VK in hun totale afzet terug te brengen en alternatieve markten te zoeken. VNO-NCW en MKB Nederland adviseren hun leden consequent om zich voor te bereiden op het ergste, een chaotische No Deal Brexit; dan kan het uiteindelijk alleen maar meevallen. Samen met de Rijksoverheid hebben we een site ontwikkeld (hulpbijbrexit.nl) met tips en het laatste nieuws. Bedrijven moeten de voorbereiding op Brexit echt heel serieus nemen. Dat moet je ook als financieel adviseur goed voor ogen hebben wanneer je contact hebt met je klanten.”

Winand Quaadvlieg
VNO-NCW en MKB Nederland
Hoofd Kantoor Brussel



Juiste aanpak

“Bij Lloyd's zijn we direct na het referendum in 2016 uitgegaan van de meest harde Brexit. Dat zou betekenen dat de licenties in heel Europa vervallen en vele tienduizenden klanten de polis die zij bij Lloyd's hebben ondergebracht niet meer zouden kunnen verlengen. Met de kennis die we nu hebben, lijkt die aanpak de juiste te zijn geweest. Het was ook een uitdagende. Want er bestond geen draaiboek wat te doen in geval van een Brexit. Alle oplossingen moesten worden bedacht en gemaakt. Soms waren ze vrij eenvoudig, soms ontzettend ingewikkeld. Europese en de Wereld Handels Regels (WTO) bepalen in veel gevallen wat er wel en niet mag. Echter, bij nadere bestudering blijkt er in de verzekeringsindustrie wetgeving te zijn, die per land verschilt, waardoor onze keten na een Brexit niet meer kan functioneren zoals daarvoor. Zo mag bijvoorbeeld een volmachtbedrijf in Nederland straks zijn portefeuille wel laten plaatsen door een Engelse makelaar op Lloyd's. Maar mag diezelfde Engelse makelaar geen schade uitbetalen aan een klant in Nederland die als onderdeel van de portefeuille is geplaatst. Ook mag een acceptant op Lloyd's zich, na een Brexit, niet meer actief bewegen op het Europese continent om verzekeringen te accepteren. In het eerste voorbeeld raden we makelaars en adviseurs aan om zich in dergelijke situaties extern te laten adviseren over de beste oplossing. In sommige gevallen kan een Engelse makelaar ertoe overgaan om een vestiging te openen op het Europese continent. In het tweede voorbeeld heeft Lloyd's de oplossing gevonden door in België een verzekeringsmaatschappij op te zetten die alle verzekeringsdekkingen in Europa namens Lloyd's ondertekent. De acceptanten op Lloyd's mogen middels een uitvoeringsovereenkomst de verzekering beoordelen, tarifieren en 'stempelen'. Maar ook met deze oplossing kunnen zij nog steeds niet actief als acceptant van een syndicaat op Lloyd's Europa intrekken om relaties te onderhouden.”

Ralph van Helden
Lloyd's
Benelux Regional Manager



Hypotheek en ORV onder één dak



Met de Overlijdensrisicoverzekering van Florius heeft je klant een uitstekend financieel vangnet voor zijn nabestaanden. Als extra service ontvang je een premievoorbeeld voor jouw hypotheekklanten.

De belangrijkste voordelen

- Bij een verzekerd bedrag tot € 750.000 is een korte gezondheidsverklaring meestal genoeg.
- Bij gelijkblijvende ORV mag het verzekerd kapitaal 15% per jaar verhoogd worden zonder nieuwe medische beoordeling.
- Direct voorlopige dekking bij overlijden door een ongeval en volledige dekking zodra de aanvraag is goedgekeurd.
- Bij een scheiding kan de verzekering gesplitst worden. De uitgangspunten blijven gelijk.
- Scherpe premie, vooral bij een:
 - verzekerd kapitaal van € 100.000 - € 225.000
 - leeftijd van 25 - 45 jaar

En ook nog ...

Zodra je een renteaanbod hebt ontvangen, krijg je op basis van de leeftijden van je klanten een voorbeeldberekening voor onze ORV. Zo zie je in één oogopslag onze aantrekkelijke premies.



Mondiale mus

Tekst: Kees Moeliker
Foto: Lenny Oosterwijk

Op 4 juli 1981 - Onafhankelijkheidsdag in de Verenigde Staten - maakte een piepjonge huismus de reis van Los Angeles naar Sydney met PanAm vlucht 811. Maar de vrijheidsdrang van deze vogel werd brutaal beëindigd door een ijverige Australische douanier die hem nekte. Regels schrijven namelijk voor dat er nog geen afgekloven klokhuis uit het buitenland dat continent binnen mag, laat staan een springlevende mus met expansiedrang. Wat het vogeltje – dat in het Australian Museum opgezet voortleeft als *Freedom Sparrow* – bezielde, weten we niet, maar feit is wel dat zijn soort mondiaal wijdverbreid en zeer succesvol is. De huismus komt voor op alle continenten, behalve op Antarctica. Dat internationale karakter begon zo'n 10.000 jaar geleden in de vallei van de Tigris en de Eufraat, waar de mens veranderde van een zwerfende jager-verzamelaar in een dorpsbewonende boer die graan ging verbouwen. De huismus greep zijn kans. Hij paste zijn voedselkeuze aan van de wilde voorlopers van tarwe en gerst in door de mens gecultiveerde graansoorten. Daarnaast adopteerde hij hollen en gaten in menselijke woningen als nestplaats. Deze twee aanpassingen waren voor de huismus letterlijk grensverleggend. Hij volgde het spoor van de mens – met de Romeinen naar West-Europa en via de Trans-Siberische spoorlijn de andere kant op, waar hij in 1929 de kust van de Grote Oceaan bij Nikolajewsk bereikte. De huismus bevolkte zo op eigen kracht het grote Euraziatische continent van west naar oost. Ondertussen had de mus ook aan relatiebeheer gedaan door een innige band met de mens op te bouwen. Waar geen mens is, is geen mus. Dat legde hem geen windeieren. De kolonisten van de Nieuwe Wereld misten het mussengetijl en voerden de huismus in per schip. Nicholas Pike liet er in 1850 en 1851 dik honderd overkomen uit Liverpool. Hij liet ze los in Brooklyn, New York en vijftig jaar later waren alle Amerikaanse staten van oost naar west gekoloniseerd. Hetzelfde gebeurde in Zuidelijk Afrika en in Australië. De verspreidingsgeschiedenis van de huismus is een succesverhaal, waarin cultuurverschillen geen rol spelen, grenzen er zijn om te doorbreken, aanpassen cruciaal bleek en 'internationaal' het sleutelwoord is.

Kees Moeliker

Kees Moeliker is bioloog, directeur van het Natuurhistorisch Museum Rotterdam en European Bureau Chief van Improbable Research - de organisatie die jaarlijks de Ig Nobelprijzen uitreikt voor onderzoek dat je eerst aan het lachen maakt en daarna aan het denken zet.



Onverzekerbare risico's

Tekst Sébastien Wulms

Sinds Adfiz in 2017 in een column de toenemende onverzekerbaarheid van bepaalde risico's aankaartte, is de aandacht voor dit maatschappelijke probleem flink toegenomen. Hoewel dat er nog niet direct toe heeft geleid dat – bijvoorbeeld – een recyclingbedrijf of taxichauffeur nu makkelijker te verzekeren zijn, neemt onder (markt)partijen de bereidheid toe om tot een oplossing te komen.

Onverzekerbaarheid uit zich in meerdere vormen. Bij letterlijke onverzekerbaarheid weigeren verzekeraars categorisch bepaalde risico's. Gelukkig komt dit nauwelijks voor. Wat we wel regelmatig zien, is een verschraling van het aanbod. Dit uit zich in het niet willen bezichtigen van het risico, het niet willen bestuderen van achtergrondinformatie over bijvoorbeeld preventie- of beveiligingsmaatregelen en het niet willen offereën. Dit hoeft overigens niet altijd voor de hele branche te gelden; in een aantal gevallen hangt het samen met de omvang van de onderneming. Dat is bijvoorbeeld het geval in de taxi-branche, waar grote taxiondernemingen uit een relatief groot aantal aanbieders kunnen kiezen, terwijl het niet of nauwelijks lukt om zelfstandigen of kleine taxibedrijven verzekerd te krijgen.

Praktische onverzekerbaarheid

Een andere vorm van onverzekerbaarheid is praktische onverzekerbaarheid. Dit kent meerdere uitingsvormen. Zo worden verzekerden soms geconfronteerd met exorbitant hoge premiestijgingen als ze bestaande contracten willen verlengen, soms tot wel honderden procenten. Of ze krijgen zodanig aangescherpte voorwaarden voor de kiezen dat het in praktijk haast onmogelijk is om hieraan te voldoen. Een voorbeeld hiervan zijn de verzekeringspremies voor jonge en oudere bestuurders. Vaak is een partij als De Vereende nog wel bereid om enkel het WA-rioso te verzekeren tegen navenante premies.

‘Verzekerden worden soms geconfronteerd met exorbitant hoge premiestijgingen’

Monopolies

Voor sommige branches geldt dat er maar weinig aanbieders zijn die voor deze bedrijven verzekeringen aanbieden. Er is dan vaak weinig tot geen concurrentie. Dit is bijvoorbeeld het geval voor de agrarische sector, waar één partij zeer dominant is. Verzekerden worden op deze manier ‘gedwongen’ de condities van deze aanbieder te accepteren. De vraag die hierbij rijst is of dergelijk monopolistisch marktgedrag door verzekeraars (de derde vorm van onverzekerbaarheid) eigenlijk wel in overeenstemming is met de geest van het mededingingsrecht. Een vierde oorzaak voor toenemende onverzekerbaarheid is het gebruik van big data. Hoewel erg waardevol om nieuwe producten te kunnen ontwikkelen, kosten te besparen en beter gefundeerde beslissingen te nemen, kan het ook leiden tot anti-selectie. Bepaalde groepen worden dan uitgesloten op basis van de gegevens die aanbieders over hen hebben, waardoor steeds opnieuw de minst rendabele risico's afvallen en de solidariteit – die het

fundament vormt van verzekeren – in het geding komt. Niet voor niets heeft het Verbond van Verzekeraars een solidariteitsmonitor in het leven geroepen.

Oplossingsrichtingen

Gelukkig is inmiddels bij meerdere partijen het besef doorgedrongen dat onverzekerbaarheid een onwenselijke situatie is. Zo is de AFM een onderzoek gestart naar het onverantwoord gebruik van technologie en data. En doet de ACM een marktonderzoek naar onverzekerbaarheid, verschraling en verstoorde marktwerking. Het Verbond van Verzekeraars heeft het vinden van een oplossing voor onverzekerbare risico's tot speerpunt van hun meerjarenplan gemaakt.

Adfiz verkent al een tijdje de mogelijkheden die er zijn om moeilijk te verzekeren risico's toch te verzekeren. Het Zakelijk Platform dat de brancheorganisatie in september organiseerde stond volledig in het teken hiervan. Tijdens deze bijeenkomst werden oplossingen aangedragen zoals het onder brengen van dergelijke risico's bij buitenlandse partijen als Lloyd's. Een andere mogelijke oplossing is samenwerking zoeken met de co-assurantiemarkt. Beursmakelaars kunnen namelijk bepaalde risico's bundelen die individueel lastig of niet te verzekeren zijn.

‘Beursmakelaars kunnen risico's bundelen die individueel lastig te verzekeren zijn’

Preventie

Een andere richting voor de adviseur om te voorkomen dat het risico van zijn klant onverzekerbaar blijkt, is om de klant al in een vroeg stadium te wijzen op (aankomende) onverzekerbaarheid. En te adviseren over maatregelen die genomen kunnen worden om het probleem voor te zijn. Met andere woorden: risicomangement. Door een recyclingbedrijf goed te adviseren over preventiemaatregelen als de wijze van opslag, het gebruik van warmtesensoren of de toepassing van isolatiematerialen kunnen risico's beperkt worden waardoor verzekeraars eerder geneigd zullen zijn om ze in de boeken op te nemen. Deze alomvattende aanpak van het managen van de risico's van de klant vormt de kern van het advieswerk van de toekomst. Om haar leden hierin bij te staan heeft Adfiz een Programma Riscomanagement in het leven geroepen. Dit programma bestaat onder andere uit trainingen op diverse niveaus, informatiebijeenkomsten en een uitgebreid online kennisdossier.



Voor één dag arm

Tekst Irene Boer
Beeld Irene Boer

Hoe is het om financiële stress te ervaren? Om iedere dag hard te werken, maar onderaan de streep niets over te houden terwijl de rekeningen op de deurmat blijven vallen en de aanmaningen zich opstapelen? Vandaag komen 12 young professionals samen in hartje Utrecht om voor één dag in de huid te kruipen van iemand met financiële problemen tijdens de serious game Voor één dag arm van het NIBUD.

In de nok van Stadsasteel Oudaen in Utrecht staan koffie en thee klaar. Twaalf leden van Adfiz Jong Management nemen vandaag deel aan de workshop van het NIBUD. Allemaal hebben ze een plek vrij kunnen houden in hun agenda tijdens deze drukke decembermaand. Een voor een druppelen de deelnemers binnen. De één rondt een telefoongesprek met een klant af voordat de mobiele telefoon wordt uitgeschakeld, de ander bergt nog snel het kaartje van de parkeergarage op voordat hij plaatsneemt in de vergaderzaal die dankzij de robuuste houten balken sfeervol aanvoelt. De workshop kan beginnen.

Leven op zijn kop

"Ontmoet Carlos en Diana: een gelukkig stel met twee jonge kinderen van 11 en 15 jaar oud. Beiden werken hard en genieten van het leven. Totdat Diana haar baan kwijtraakt en er een inkomen wegvalt. Het is het begin van veel ellende." Financieel coach Micha Aarts, bedenker van de serious game Voor een dag arm, gaat direct van start. Met op de achtergrond een foto van een man en een vrouw vervolgt ze haar verhaal over

een alledaags gezin. Financieel stabiel, totdat een ongelukkige samenloop van omstandigheden hun leven op zijn kop zet. “Diana raakt haar baan kwijt, solliciteert zich vier jaar lang een ongeluk, maar zonder resultaat. Door de stress die dit oplevert, is ze psychisch in de war geraakt. Werken zit er voorlopig niet in. En nu? Jullie zijn voor één dag zelf Carlos en Diana. Zet je financiële pet eens af. Wat zou jij doen?”

Geld besparen

In tweetallen gaan de deelnemers aan de slag. Het budgetoverzicht van Carlos en Diana liegt er niet om. De schulden zijn in de loop der jaren hoog opgelopen. Voor sommige schulden, waaronder een halve ton bij de bank, zijn nog geen betaalafspraken gemaakt. De aanmaningen blijven op de deurmat vallen, maar hoe kun je nog meer betaalafspraken maken als er iedere maand slechts €34,76 overblijft en er geen buffer is? Brendan Schotanus, werkzaam bij het assurantiëkantoor Bakker-Bloem van zijn familie in Ridderkerk, schrikt als hij de cijfers onder ogen krijgt: “Wat ik zou doen als ik Carlos was? Direct een budgetcoach inschakelen, hier kom je zonder hulp niet uit.” Na lang puzzelen lukt het hem met pijn en moeite om hier en daar wat geld te besparen. De auto moet verkocht worden, de sportcontributie voor de kinderen wordt geschrapt en de telefoonabonnementen worden opgezegd. Schotanus, zelf twintiger en kinderloos: “Ik – Carlos – ga wel op de fiets naar mijn werk, maar dat je de kinderen zoveel af moet nemen, vind ik pijnlijk. Geen vakanties, geen schoolreisjes, geen mobiele telefoons. Een andere optie is er echter niet.”

Onhoudbare situatie

“Dingdong, de deurwaarder staat op de stoep.” Aarts komt langs en bezorgt Carlos en Diana een brief. De reacties uit de zaal zijn eensgezind: zelfs deze financieel adviseurs worden niet wijs uit de juridische taal op het document dat voor hen ligt. Hoe zou dat voor Carlos en Diana zijn? Schotanus zucht: “Nu wordt er ook nog beslag gelegd op het salaris van Carlos. Zo raak je alleen maar dieper in de schulden. Ik ben pas vijf minuten Carlos en ervaar nu al stress.” Als er vervolgens nog meer onverwachte rekeningen op de denkbeeldige deurmat vallen, geven de meeste deelnemers het op. Deze situatie is niet meer te redden.

In praktijk

Je weet nooit hoe je handelt in noodsituaties. Daar zijn alle aanwezigen het vandaag over eens. Hoewel minder extreem, zien de financieel adviseurs dergelijke situaties ook in de praktijk voorbijkomen. Ilse Jansen, werkzaam voor het assurantiëkantoor Carre Financieel advies en consultancy van haar vader in Doetinchem, vertelt: “Soms is het onbegrijpelijk hoe ver klanten het laten komen. Wat ik ervaar is dat klanten er niet graag over praten en vaak pas langskomen wanneer ze al diep in de schulden zitten.” Aarts vult aan: “Uit de praktijk blijkt dat er tussen de eerste betalingsachterstand en het vragen om hulp gemiddeld 5 jaar zit.” Deelnemer Erik Visscher valt haar bij: “En daarom is het de rol van de financieel adviseur om dergelijke situaties op tijd te signaleren. Je bouwt een vertrouwensband op met een klant in de hoop dat je zulke situaties voor bent.” En wat als het dan toch gebeurt?

‘Klanten komen vaak pas langs als ze diep in de schulden zitten’

Visscher: “Dan doe je je uiterste best de klant zo goed mogelijk te adviseren. Meer kan je niet doen.”

Carlos en Diana

Carlos en Diana wacht een zware tijd, hun opties zijn zeer beperkt. Zelfs Aarts, die de ‘echte’ Carlos en Diana bijstaat, heeft geen directe oplossing voor het stel. Het zet de deelnemers aan het denken. Schotanus: “Vandaag ervaar je extra goed wat financiële problemen met een mens kunnen doen. De stress die het oplevert, zo iets wil je niet meemaken.” Na afloop staat de borrel klaar in de werfkelder van het Stadsbestuur waar een brouwerij is gevestigd. Tussen de koperen ketels wordt nagepraat over de workshop en de impact die het heeft om met schulden door het leven te gaan en de noodzaak om dit als financieel adviseur op tijd te signaleren. Na de borrel en een diner zit de dag erop en snelt iedereen zich weer naar het station of de parkeergarage. De parkeerautomaat toont de schade: €32,- afrekenen alstublieft. De pinpas wordt - zonder erbij na te denken - getrokken. Geen geldzorgen, wat een luxe.





Leren van buitenlandse zusterorganisaties

Tekst Sébastien Wulms
Beeld FVF

Europese en mondiale ontwikkelingen hebben grote impact op de Nederlandse adviesbranche. Daarom is Adfiz vertegenwoordigd binnen de Europese koepel Bipar en de mondiale World Federation of Insurance Intermediaries. Daarnaast onderhoudt Adfiz warme banden met zusterorganisaties zoals de Vlaamse Federatie voor Verzekerings- en Financiële tussenpersonen (FVF). “Hoewel iedere markt zijn eigen mores en gebruiken heeft, is het leerzaam en inspirerend om ervaringen uit te wisselen”, zegt Christophe Thoen, adjunct-directeur FVF.

“Wat in Nederland intermediair of onafhankelijk adviseur heet, noemen we in Vlaanderen een verzekeringsmakelaar. Niet te verwarren met de Nederlandse beursmakelaar. Naar schatting zijn er ongeveer 2.400 makelaarskantoren actief in Vlaanderen. Je komt ze tegen in vrijwel elk dorp en in elke stad. Die fysieke proximateit, de duidelijke aanwezigheid binnen lokale gemeenschappen, is kenmerkend voor de Vlaamse verzekeringsmakelaardij. En wordt erg gewaardeerd door klanten. Dat zie je ook terug in onze marktaandelen: 62% in de zakelijke en particuliere schademarkt en 39% in de levenmarkt. Dat maakt de makelaardij tot het belangrijkste distributiekanaal in Vlaanderen. Andere distributiekanaalen zijn de bankverzekeraars, direct writers en verzekeringsagenten die exclusief voor een maatschappij bemiddelen.”

Gezondheidsgegevens

“FVF vertegenwoordigt ongeveer 1.600 individuele kantoren. Wat we voor onze leden doen, komt in grote lijnen overeen met wat Adfiz en de meeste andere Europese zusterorganisaties doen voor hun leden. Denk aan belangenbehartiging, het organiseren van workshops en evenementen, het informeren over nieuwe wetten en het bieden van praktische zaken als modeldocumenten, compliance tools en een forum om ervaringen uit te wisselen. Dat zijn dan

‘Aanwezigheid binnen lokale gemeenschappen, kenmerkt de Vlaamse verzekeringsmakelaardij’

ook de onderwerpen waarover we een à twee keer per jaar met Adfiz van gedachten wisselen. En dat levert interessante inzichten op. Neem nu de wijze waarop Adfiz heeft kunnen regelen dat adviseurs de gezondheidsgegevens van klanten mogen blijven verwerken. Dat is een mooie oplossing die we in België nog niet hebben.”

Brocom

“Op één punt echter, zijn wij uniek in Europa. Samen met verzekeringsmaatschappijen hebben we een organisatie opgezet, Brocom, waarmee we de makelaardij als distributiekanaal promoten. Met een homogeen label ‘Je Makelaar, Je beste Verzekering’, promoten we een heterogene groep, namelijk de afzonderlijke kantoren. Met een budget van ongeveer 1,35 miljoen euro maken we het hele jaar door publiciteitscampagnes rondom verschillende thema's voor radio, TV en gedrukte media. Maar ook op een evenement als de jaarlijkse autobeurs in Brussel zijn we aanwezig met een stand en een campagne rondom mobiliteit. We willen hiermee bereiken dat zodra een klant denkt aan verzekeringen, hij denkt aan de makelaardij als logische leverancier daarvan.”



Leen Keijzerwaard (57) is geboren en getogen in Oudenhorn in Zuid-Holland. Zijn bedrijf, Keijzerwaard Assurantien is al 115 jaar gevestigd in diezelfde plaats. Het bedrijf is onder zijn leiding flink gegroeid. Keijzerwaard Assurantien doet verzekeringen, pensioenen en hypotheke. En sinds drie jaar is het ook Regiobank geworden. Zoons David en Matthijs zijn de vijfde generatie Keijzerwaard die in de zaak werken.

‘Ik heb veel zelf moeten ontdekken’

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 Leen Keijzerwaard (57) die zijn familiebedrijf Assurantiekantoor Keijzerwaard over een aantal jaren aan zijn kinderen hoopt over te dragen.

Van wie heb je het meest geleerd?

“Toen ik net bij mijn vader in de zaak kwam, ging ik veel met hem op pad. Samen bezochten we mensen die al generaties lang bij ons klant waren. Mijn vader draaide nooit om de hete brei heen. Als er een slechte boodschap was, begon hij daar meteen mee. Hij probeerde nooit iets mooier voor te stellen dan het was. En hij was heel betrokken bij de klanten. Dat heb ik zoveel mogelijk van hem overgenomen. Qua kennis heb ik veel zelf moeten ontdekken.”

Ben je leergierig?

“Ja, ik houd alles bij, zorg dat mijn kennis altijd up to date is. Ik denk dat kennis de toegevoegde waarde is van een financieel adviseur. Daarnaast ben ik heel blij dat we jonge mensen in dienst hebben. Vers bloed zorgt voor frisse ideeën. Mijn twee zoons werken allebei in de zaak. Ik geef hen veel vrijheid om met nieuwe initiatieven te komen en deze door te voeren. Ik heb zelf die vrijheid ook altijd gekregen van mijn vader.”

Wat maakt jou boos?

“Ik ben soms boos op maatschappijen, bijvoorbeeld als ik iets voor elkaar probeer te krijgen voor een klant en de samenwerking met een maatschappij loopt stroef. Het is vaak zo onpersoonlijk. Dat vind ik wel eens lastig omdat ik ook nog weet hoe het vroeger was. Toen waren de lijnen veel korter.”

Welke karaktereigenschap komt goed van pas?

“Ik kan goed luisteren. Dat is belangrijk in de omgang met klanten.”

Welke eigenschap komt minder goed van pas?

“Ik delegeer te weinig. Ik heb de neiging om alles zelf te doen. Dat breekt soms op. Nu mijn zoons in het bedrijf werken, probeer ik wel meer los te laten. Langzaam wil

ik ook een beetje gaan afbouwen. Op woensdagmiddag ben ik altijd vrij.”

Waar heb je spijt van?

“Nadat ik mijn vwo-diploma had behaald, ben ik vrijwel meteen bij mijn vader aan de slag gegaan. Ik was acht-tien. Ik wilde een studie verzekeringen gaan doen, maar die bestond eigenlijk niet. Economie had ik kunnen doen, maar daarin zat geen vak verzekeren. Omdat mijn vader ook een beetje verlegen zat om mankracht, ben ik toen meteen in de zaak gestapt. Achteraf had ik het toch leuk gevonden om te studeren. Vanwege de studie zelf, maar ook vanwege het studentenleven, de vrijheid die je dan hebt. Dat heb ik gemist.”

Hoe ontspan jij?

Jarenlang hadden wij het kantoor min of meer aan huis. Ik liep zo van mijn woonhuis het kantoor in. Het was toen lastig om werk en privé gescheiden te houden. Omdat we flink zijn gegroeid hebben we een nieuw kantoor laten bouwen verderop in het dorp. Thuis is daarom nu veel meer een rustpunt geworden. En ik ontspan mij overigens ook door lekker te sporten.”

Hoe kijk jij naar de toekomst?

“Over een paar jaar wil ik het bedrijf overdragen aan mijn zoons. Mijn dochter heeft ook de mogelijkheid om mee te doen, maar ik denk dat zij een andere weg zal kiezen. Wat prima is natuurlijk. Ik wil voorlopig nog wel betrokken blijven, maar als ik stop, dan bemoei ik me er niet meer mee. Mijn vader is 91 en komt nog iedere dag langs op kantoor. Dan drinkt hij een bakkie en opent de post. En met de feestdagen, brengen wij samen de kerstpakketten rond. Ik vind dat heel gezellig, maar als ik 91 ben, zie je mij niet meer op kantoor.”

Uitgelicht

WINNAARS ADFIZ PRESTATIE ONDERZOEK

Tijdens de Adfiz Nieuwjaarsbijeenkomst 2019 werden de winnaars bekend gemaakt van het Adfiz Prestatie Onderzoek. In dit onderzoek wordt transparant gemaakt welke kwaliteit aanbieders leveren. Nieuw dit jaar was de uitreiking van prijzen voor de thema's verzekerbaarheid, claimafhandeling en efficiency. Het Adfiz Prestatie Onderzoek geeft doorlopend inzicht in de ervaringen van adviseurs met de prestaties van aanbieders; voor klanten een belangrijk criterium naast prijs en voorwaarden.



WEEK VAN HET GELD

Van 25 tot en met 29 maart vindt de Week van het Geld weer plaats, een initiatief van Wijzer in Geldzaken, een onderdeel van het Ministerie van Financiën. Tijdens deze week worden op scholen door heel het land tal van initiatieven georganiseerd gericht op het leren omgaan met geld door kinderen en jongeren. Al jaren geven tientallen Adfiz-leden tijdens de Week van het Geld een Geldles op scholen in hun directe omgeving om zo een bijdrage te leveren aan de financiële bewustwording van kinderen. Voor meer informatie: weekvanhetgeld.nl



ADFIZ 110 JAAR

In 1909, 110 jaar geleden, besloten enkele bevlogen financieel adviseurs zich te verenigen en richtten de eerste voorloper van Adfiz op. Niet alleen om onderling kennis uit te wisselen en de norm te stellen voor kwaliteit, maar vooral ook om de samenleving te doordringen van het belang van financieel advies. Zo'n mijlpaal kan uiteraard niet geruisloos voorbij gaan. Daarom organiseert Adfiz op woensdag 12 juni een evenement waarin wordt terug- en vooruitgeblikt op 110 jaar inzet en belangenbehartiging.



MEERWAARDE MET ADFIZ - EVENEMENTEN

- 3 april: Particulier Platform
- 11 april: Clusterbijeenkomst Noord Holland/Flevoland
- 12 juni: Algemene ledenvergadering en evenement Adfiz 110 jaar
- 18 september: Zakelijk Platform

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

DE WAARDE VAN ADVIES VOLGENS KLANTEN EN STAKEHOLDERS

Tijdens de Adfiz Nieuwjaarsbijeenkomst op 10 januari is een korte film vertoond waarin aanbieders, klanten en AFM uitleggen waarom zij onafhankelijk financieel advies zo belangrijk vinden. De film is terug te kijken op: <https://youtu.be/nldr567nm7U>.



SWO'S AXA ART EN HIENFELD ALS EERSTE VOLLEDIG CONFORM REFERTEMODEL

In 2015 is het refertemodel SWO van Adfiz, OvFD en het Verbond van Verzekeraars ingevoerd. In dit model-SWO komen alle elementen terug die van belang zijn voor een goede samenwerking tussen aanbieder en adviseur en voor een goede dienstverlening aan de klant. In 2017 lanceerde Adfiz een online stoplichtoverzicht waarin je in één oogopslag ziet hoe goed een SWO is. Per thema, zoals rechtstreekse benadering en premie-incasso, wordt aangegeven hoe de verzekeraar op dit punt scoort: conform (groen), niet conform (oranje) of in strijd met het refertemodel (rood). De SWO's van Axa Art en Hienfeld scoren als eerste volledig groen in dit stoplichtoverzicht. De tool is te vinden op: adfiz.nl/swo.



oom dat je op een
ongewone bestemming
gewoon goed verzekerd
wilt zijn.



Ga je werken, wonen of studeren in het buitenland?

OOM verzekert het ongewone. Kijk voor o.a. onze reis- en ziektekosten verzekeringen op:

www.oomverzekeringen.nl

noorderlinge
VERZEKERAARS



*Bedankt voor
jullie vertrouwen!*



Wij zijn ontzettend trots. Dankzij jullie zijn wij uitgeroepen tot **beste particuliere schadeverzekeraar** van 2018. Verzekeren is bij ons namelijk mensenwerk. Specialistenwerk! Samen met jullie zoeken wij naar de beste verzekeringsoplossing. Zonder deze samenwerking hadden wij deze titel niet gewonnen. Bedankt!

Zeker van elkaar.

Dazure.

De wereld elke dag een beetje beter maken.

Eerlijkheid: de nieuwe norm

Verander de wereld, begin bij jezelf. Wij zijn nu 10 jaar onderweg naar een 100% eerlijke financiële wereld. We doen dat door zelf eerlijke verzekeringen op de markt te brengen. Wij zijn gesteund, aangemoedigd, uitgedaagd en ook genegeerd. We weten nu hoe moeilijk het is om de financiële branche te veranderen. Maar we blijven vooral doorgaan. De financiële wereld staat te ver van de consument vandaan. De meeste banken en verzekeraars zijn te groot en mensen voelen zich een nummer. Er worden producten gemaakt die niemand begrijpt. Te ingewikkeld. Niet altijd eerlijk. Bij de ontwikkeling van elk nieuw product vragen wij onszelf altijd af: zouden wij dit product aan onze eigen familie willen verkopen? Het antwoord moet ja zijn.

IN EEN VERANDERENDE WERELD,
ZAGEN WE DE TOP VAN
DE HYPOTHEEK AF BIJ
ARBEIDSONGESCHIKTHEID.



DE HYPOTHEEK AFLOS VERZEKERING

Komt uw klant in de WIA? Dan lost de Hypotheek Aflos Verzekering in één keer de top van de hypotheek af. De maandelijkse hypotheeklasten dalen blijvend, uw klant krijgt daardoor weer financiële flexibiliteit. En tegelijkertijd wordt een mogelijke restschuld verlaagd of zelfs voorkomen. Dat maakt de Hypotheek Aflos Verzekering een sterke aanvulling op uw advies.

bnpparibascardif.nl



**BNP PARIBAS
CARDIF**

De verzekeraar
voor een wereld
in verandering