

Adfiz

MAGAZINE

2020
12

'Een CEO die armoede en
klimaat voorop stelt, is
moedig'

Journalist Jeroen Smit

'Met regels en principes
los je geen problemen op'

Burgemeester Paul Depla

Nieuwe columnist:
Ben van der Burg

VERTROUWEN



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



Echt waardevol

Mijn eerste voorwoord voor het Adfiz Magazine als voorzitter van de vereniging; überhaupt mijn eerste voorwoord voor dit magazine. En meteen over zo'n cruciaal thema als Vertrouwen. Een thema waarover ik ook al sprak tijdens de Adfiz Nieuwjaarsbijeenkomst en dat de basis vormt en zelfs randvoorwaardelijk is voor iedere open, eerlijke, constructieve en duurzame relatie. Dat geldt zeker voor die tussen de klant en zijn financieel adviseur.

Uiteraard ken ook ik de onderzoeken en lijstjes waaruit blijkt dat het vertrouwen van de consument in de financiële adviessector – hoewel gestaag herstellend – nog steeds relatief laag is. Maar als je een consument vraagt hoe hij vindt dat zijn eigen adviseur met zijn specifieke adviesvraag is omgegaan, geeft ongeveer driekwart aan daar [zeer] tevreden over te zijn.

Dergelijke geluiden, die gebaseerd zijn op de praktijk, zijn pas écht waardevol. Ze zijn namelijk gebaseerd op klantverhalen die uit het leven gegrepen zijn. Het zijn dan ook dit soort verhalen waar we ruchtbaarheid aan moeten blijven geven. Ze kunnen er namelijk aan bijdragen dat klanten sneller naar onafhankelijk financieel advies neigen. Dat is belangrijk want – en ik heb het al eerder gezegd: financieel advies disciplineert, vergroot de spaarzin, helpt schulden voorkomen, beschermt beter tegen risico's en verbetert in algemene zin het financieel gedrag van mensen.

In de themadiscussie op pagina 22 wordt dan ook geopperd of het niet eens tijd is dat partijen de consument actief richting onafhankelijk financieel advies bewegen. Burgemeester Paul Depla legt uit hoe hij het vertrouwen van de inwoners van Breda probeert te winnen. En Gabriëlle van Veen, plaatsvervangend hoofd bij het Ministerie van Financiën vertelt over het belang van een goede verstandhouding met stakeholders.

Roger van der Linden - voorzitter Adfiz

COLOFON

2020 #12

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, Ed Klijman,
Claudia Lagermann, Sanna Leupen, Patrick Siemons

Coverbeeld fotografie: Eric Kampherbeek

Covermodellen: Mascha Eikema en Daantje de Swart



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.

Marktvizie: 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.

Vertrouwen

- 1** | Roger van der Linden
vertrouwt op de adviseur
Voorzitter aan het woord
- 4** | Bert Zwier van Kuiper
Verzekeringen is er op de
cruciale momenten
Voor de klant
- 6** | 'De perfecte leider bestaat niet'
Interview biograaf Jeroen Smit
- 11** | Infografic
- 13** | Mensen zijn geneigd het
goede te doen
Achtergrond
- 18** | 'Er zijn ook Bredanaars die
niet in polonaise achter me
aanlopen'
Interview Paul Depla, burgemeester Breda
- 22** | Moet de consument actief
richting onafhankelijk
financieel advies bewogen
worden?
Discussie
- 26** | Advies bij verduurzaming
woning
Visie
- 28** | Een verzekering die
gerelateerd is aan de omzet
van het bedrijf
Praktijk
- 30** | Aan tafel met
Gabriëlle van Veen van het Ministerie van
Financiën
- 32** | Bart Budding laat werk op
kantoor
Spiegel
- 34** | Nieuws en ledenvoordeel
Uitgelicht
- 36** | Vertrouw je facebook met je
vingerafdruk?
Column





18 PAUL DEPLA: 'IK PROBEER ALS BURGEMEESTER DICHTBIJ MEZELF TE BLIJVEN'



SUPERGARANT IS GESPECIALISEERD IN VERZEKERING VOOR SUPERMARKTEN

28



'INBRENG UIT DE PRAKTIJK VINDEN WE ALS MINISTERIE ERG BELANGRIJK'

30



32 'IK WIL GRAAG CURSUS LEIDERSCHAP VOLGEN'



NIEUWE COLUMNIST BEN VAN DER BURG

36

‘Je bedrijf in vlammen zien opgaan, hakt er in’

Tekst Sébastien Wulms
Beeld Ed Klijnman

“Ik kan me het telefoontje nog herinneren als de dag van gisteren. Samen met de accountmanager ben ik direct in de auto gesprongen en naar het bedrijf gereden. De vlammen sloegen uit het dak,” blikt Bert Zwier terug. Hij is teamleider zakelijk advies bij Kuiper Verzekeringen uit Heerenveen. Tijdens die bewuste rit, zag Zwier in het klantdossier dat alle risico's gelukkig onlangs waren geïnventariseerd en dat de verzekeringen up-to-date waren.

“Bij een calamiteit zoals deze grote brand bij een bouwbedrijf, blijkt maar weer eens hoe belangrijk het is om risico's, verzekeringen en bijvoorbeeld door de klant genomen preventiemaatregelen goed te blijven monitoren,” vertelt Zwier. “Ik had het klantdossier al gecheckt en wist dat het op dat punt allemaal goed zat. Daarom kon ik er, eenmaal op locatie, volledig zijn voor de klant. Ik had écht de tijd om hem aan te horen, een arm om hem heen te slaan en hem gerust te stellen. Klanten waarderen dat enorm. Want vergis je niet; je bedrijf in vlammen zien opgaan, dat hakt er enorm in.”

“Het besef van wat er gebeurd is en vragen als ‘hoe kom ik hier weer bovenop?’, ‘overleeft het bedrijf dit wel?’ en ‘is alles wel écht goed geregeld?’ komen bij de klant pas later”, vertelt Zwier. “Op zo'n moment blijkt de kwaliteit van je advies. Als het gaat om het verzekeren van een bedrijfsgebouw en de bijbehorende inventaris hameren we als kantoor altijd op een vaste taxatie door een deskundige. Daarmee weet je als ondernemer zeker dat je bij schade het bedrag krijgt dat in de aan de polis gekoppelde rapportage is genoemd. Natuurlijk zijn aan zo'n vaste taxatie extra kosten verbonden en moet je deze om de zoveel jaar vernieuwen, maar het heeft echt meerwaarde. Je voorkomt zo eindeloze discussies met experts van de maatschappij over dagwaarden en de hoogte daarvan.”

De brand bij het bouwbedrijf bleek te zijn ontstaan in de motbunker, waarin het zaagsel wordt verzameld. “Naast brandschade, was er vooral ook veel rook- en roetschade. Met de vaste taxatiewaarden bij de hand kan de hele schadebepaling en -afhandeling dan vrij snel en eenvoudig worden afgewikkeld: je bepaalt welke apparatuur is beschadigd en zoekt er de vaste getaxeerde waarde bij op. Voor de klant was dit natuurlijk ook erg waardevol. Want in plaats van tijd en energie te moeten steken in het zoeken naar middelen om het gat te dichten tussen de dagwaarde en de aanschafwaarde van een nieuwe zaagmachine, kon hij die machine van drie ton meteen bestellen waardoor hij weer sneller in bedrijf was.”





‘Met regels en principes los je geen problemen op’

Tekst Claudia Lagermann

Als burgemeester krijg je het vertrouwen van de gemeenteraad, maar dat van de samenleving moet je nog winnen. Hoe word je een geliefd leider, zonder dat je over je heen laat lopen? Volgens Paul Depla, burgervader van Breda, zijn de sleutelwoorden van succesvol leiderschap aanspreekbaarheid, betrouwbaarheid en authenticiteit.

In Nederland kunnen we onze burgemeester niet kiezen. Hoe zorgt u ervoor dat u het vertrouwen van de inwoners van Breda wint?

“Ik denk dat het vooral belangrijk is dat je laat zien waar je voor staat en dat je je beleid kunt uitleggen. Dat bereik je niet door toneelstukjes te spelen, berekenend te zijn of strategisch te handelen. Wel door aanspreekbaar, betrouwbaar en authentiek te zijn en je te realiseren dat je nooit iedereen tevreden kunt stellen. Besturen is keuzes maken en daarbij stel je altijd mensen teleur. Al maakt het wel een verschil hoe je een boodschap brengt. Het is belangrijk dat je duidelijk bent over de besluiten die je neemt, maar dat je tegelijkertijd begrip kunt opbrengen voor de mening van de mensen die je teleurstelt. En dat je accepteert dat het soms tijd kost om de relatie met die mensen weer te herstellen.”

‘Besturen is keuzes maken, daarbij stel je altijd mensen teleur’

Sommige mensen kunnen lang boos blijven, er is een website die zegt dat u weg moet...

“Daar maak ik me niet druk over. Het is een anonieme website, dus ik kan het gesprek met de beheerder niet aangaan. De site bestond tien jaar geleden ook al toen ik wethouder was van Nijmegen, dus ik denk dat iemand uit Nijmegen nog steeds boos op me is. Al zullen er ook supporters van NAC zijn die niet in polonaise achter

me aanlopen. Anderhalf jaar geleden heb ik me hard uitgelaten over rellen tussen NAC- en Willem II-supporters waarbij ook de politie werd aangevallen. Dat heeft in mijn ogen niks met voetbal te maken. Als je het als supporter voor andere supporters verpest, dan vind ik dat ik je daarop kan aanspreken. Dat werd me niet in dank afgenomen. De kritiek die ik daarop kreeg, heb ik tot me genomen. Ik kijk daarna altijd terug op mijn eigen handelen en bedenk of ik het de volgende keer anders zou doen. Daar leer je van. In dit geval sta ik nog steeds achter mijn optreden.”

Burgemeester is geen negen-tot-vijf-baan. Ook in uw vrije tijd wordt er op u gelet. Hoe gaat u daarmee om?

“Ik denk dat het belangrijk is dat je dicht bij jezelf blijft, maar dat je je er tegelijkertijd van bewust bent dat

mensen naar je kijken. Zo kun je tijdens carnaval niet dronken rondlopen en steek je niet over als het rood is. Al ga ik natuurlijk ook weleens de fout in. Tijdens een voetbalwedstrijd van mijn zoon was ik het een keer niet eens met de scheidsrechter en verhef ik mijn stem. Stom, dat moet je niet doen en al helemaal niet als je een functie bekleedt waarin er op je gelet wordt. Wat trouwens apart is, is dat mensen in je omgeving zich soms anders gaan gedragen als je burgemeester bent. Dat ze ineens ‘u’ gaan zeggen of het gek vinden als je koffie haalt voor je gasten. Ik vind dat tijden veranderen, dat geldt ook voor de burgemeester. Ik wil ook gewoon in mijn spijkerbroek naar de Albert Heijn kunnen gaan. Dat zal niet iedere burgemeester met me eens zijn, maar dat bedoel ik met dicht bij jezelf blijven. Iedere burgemeester is anders en dat is maar goed ook, anders krijg je zo’n eenheidsworst.”



Kun je als burgemeester ook dicht bij jezelf blijven als je regels uit Den Haag moet naleven?

“Dat is soms lastig, de regels die in Den Haag worden bedacht, zijn vaak ideologisch van aard, terwijl je als je een stad bestuurt, ervaart welke praktische haken en ogen eraan zitten. Ik was hiervoor burgemeester van Heerlen en zowel daar als hier in Breda hebben we te maken met de criminaliteit en problemen rond het cannabisbeleid dat eigenlijk heel hypocriet is. Je mag het wel kopen en verkopen, maar niet produceren. Daarmee werk je de illegale markt in de hand. Ik pleit daarom al jaren voor een gesloten systeem waarin coffeeshops onder bepaalde voorwaarden legaal gekweekte wiet mogen verkopen. Den Haag begint inmiddels ook in te zien dat er wat aan het beleid moet veranderen. Breda zit nu samen met negen andere gemeenten in het traject voor

een wietexperiment dat er hopelijk voor gaat zorgen dat deze regels gaan veranderen, maar daar is een hoop aan voorafgegaan. In de politiek draait het vaak om regels en principes, alleen los je daarmee geen problemen op.”

Maar je hebt toch wel regels nodig om een land of een stad te kunnen besturen?

“Zeker, maar soms wordt een regel koste wat kost nageleefd, terwijl het doel van die regel al lang uit het oog is verloren. Toen ik wethouder was in Nijmegen hechtten we veel waarde aan het stadsgezicht. Voor historische panden van eind 19e, begin 20e eeuw gold de regel: restaureren voor vernieuwen. Om zo bijvoorbeeld plastic kozijnen tegen te gaan. Een eigenaar van een van die panden had veel tijd en energie gestoken om in Frankrijk mooie kozijnen te vinden die bij het pand pasten, maar van ander materiaal waren dan het origineel. Hij mocht ze niet plaatsen omdat dat niet volgens de regels was. Dat begreep ik niet. Het doel van de regel was het stadsgezicht beschermen, waar deze meneer met zijn oplossing aan bijdroeg. Dan moet je die regel durven loslaten. Ik zie regels als een vangnet om ongewenste ontwikkelingen tegen te gaan. Wat mij betreft zou Den Haag ook zo naar regels moeten kijken, zodat gemeentes meer vertrouwen en vrijheid krijgen bij het naleven ervan.”

Als burgemeester voert u ook regelmatig veranderingen door in de stad. Hoeveel vertrouwen is daarvoor nodig?

“Kort door de bocht denk ik dat je twee type bestuurders hebt. Het eerste type is de herder die achter zijn schapen aanloopt, het tweede type is de cowboy op het paard die de kudde aanvoert. Ik zie mijzelf als dat laatste type. Daarbij is mijn valkuil dat ik met mijn paard te ver voor de troepen uitga. Het vermijden van die valkuil gaat me de ene keer beter af dan de andere keer. Bij die verandering van het drugsbeleid wist ik dat ik een en ander op sleeptouw moest nemen, wilde ik de boel in beweging krijgen. Nu dat na zeven jaar lijkt te lukken, kun je zeggen dat dat vertrouwen gegroeid is. Al is dat altijd een proces waarbij je ook op een hoop weerstand stuit. Het gaat altijd met ups-and-downs en onderweg denk je regelmatig: dit wordt nooit wat. Des te mooier is het dan als het lukt, al gaat het natuurlijk ook weleens mis, dan moet je ook je nederlagen durven te erkennen. Zo had ik in Nijmegen een plan voor een sportcomplex dat er nooit gekomen is.”

Wat zijn voor u de momenten dat u zich een burgervader voelt?

“Als er iets ergs gebeurt in de stad en je er voor de inwoners kunt zijn. Afgelopen zomer werd er een vijftienjarige scholier doodgestoken. Dan spreek je met de familie, vrienden en school. Mensen zoeken troost en willen hun verhaal kwijt. Tijdens een stille tocht kwam de gemeenschap bij elkaar. Een moment van collectieve rouw. Dan voel je dat je samen één bent. Dat je samen voor Breda staat. Ongeacht wie je bent of wat je achtergrond is. Dat gevoel van saamhorigheid in de stad, is waar je het voor doet als burgemeester.”

‘Ik wil
gewoon
in mijn
spijker-
broek
naar Albert
Heijn
kunnen’





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



Wie vertrouwen we?

Wat bepaalt ons vertrouwen in iemand?

G

Geloofwaardigheid

Geloven mensen wat je zegt?

B

Betrouwbaarheid

Doe je wat je zegt?

V

Vertrouwelijkheid

Durven mensen zaken met je te delen?

Z

Zelforiëntatie

Focus je op jezelf of de ander?

Welk type mensen vertrouwen we?

G + B



De expert

B + Z



De gids

B + V



De doener

V + Z



De verbinder

G + V



De aanjager

G + Z



De professor

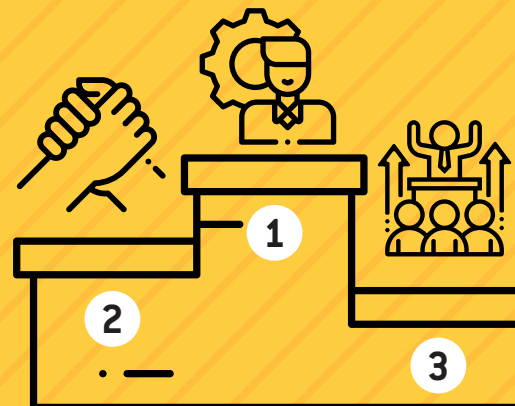
Welke rol nemen we het vaakst aan om betrouwbaar over te komen?

De expert:

De meeste mensen (38%) gaan ervan uit dat geloofwaardigheid en betrouwbaarheid de belangrijkste factoren zijn die het vertrouwen in iemand bepalen.



Welk type mens vinden we daadwerkelijk het meest betrouwbaar?



Dit is - niet toevallig - het type mens waarmee anderen zaken durven te delen (vertrouwelijkheid). De expert komt pas op de vierde plek van meest betrouwbare mensen.



Mensen zijn geneigd het goede te doen

Tekst Bureau Bax
Beeld Sanna Leupen

‘Vertrouwen’ wordt vaak gezien als de sleutel tot een succesvolle organisatie. Tal van internationale managementgrootheden hebben bedrijfsstrategieën ontwikkeld waarbij de kern ‘meer vertrouwen’ is, zodat de werknemer zich meer gehoord en gewaardeerd voelt en de prestaties verbeteren. Maar werkt dat echt? Wat gebeurt er als je je medewerkers meer vertrouwen geeft? En kun je je organisatie zo ombuigen dat er meer onderling vertrouwen ontstaat?

In de laatste zin van zijn boek *De meeste mensen deugen*, bedankt schrijver Rutger Bregman zijn ouders ‘omdat ze me het belangrijkste hebben gegeven dat ouders hun kind kunnen geven, namelijk vertrouwen’. In zijn boek draagt Bregman allerlei voorbeelden en wetenschappelijk bewijs aan om aan te tonen dat het negatieve mensbeeld dat er bestaat niet correct is. Volgens Bregman wordt er vaak gesproken over onze beschaving als zijnde een dun laagje vernis: Als de bestaande regels wegvallen, dan vervallen wij mensen in ons natuurlijke oergedrag. Dan wordt het een *survival of the fittest*. Dan worden we wilden en doen we alles om er zelf beter van te worden. Bregman spreekt dit tegen. Volgens hem zijn mensen vaak aardiger en behulpzamer dan wordt gedacht. Ook onder extreme omstandigheden. Hij onderbouwt dit met allerlei voorbeelden.

Bezwerend effect

Niet alleen Bregman schetst een positief mensbeeld. Ook veel management- en organisatiedeskundigen zweren bij een positieve aanpak. Zo is Stephen Covey’s bestseller *Speed of Trust* helemaal gewijd aan de kracht van ‘vertrouwen’. Een mooi voorbeeld uit zijn boek is de groenteman op de hoek die geen kassa heeft, maar verwacht dat iedereen zelf even afrekent en geld in het bakje doet. En het gaat bijna altijd goed. Een ander voorbeeld van Covey is beurshandelaar Warren Buffett die bij het sluiten van een deal altijd zei: ‘Kan ik je hierop vertrouwen?’ Alleen al het uitspreken van die woorden heeft een bezwerend effect. Mensen willen

‘Ook
stagiaires
mogen
hun
mening
geven’

volgens Covey dat vertrouwen niet beschamen.

Als de visie van Bregman en Covey juist is, kun je als leidinggevende zonder al te veel risico’s meer vertrouwen geven aan je medewerkers. Ze zijn immers geneigd het goede te doen. Annemarie de Best, advocate bij Bruggink & Van der Velden Advocaten en Belastingadviseurs (BvdV), is ervan overtuigd dat dit klopt. “Wij hebben een veel plattere organisatiestructuur dan traditionele advocatenkantoren. Bij ons wordt iedereen gezien als gelijke. Ook stagiaires en secretaresses krijgen het vertrouwen om hun mening en ideeën te geven. Als de meerderheid het een goed idee vindt, wordt daar ook gehoor aan gegeven.”

Volgens Semler

Het Utrechtse advocatenkantoor werkt grotendeels volgens de ideeën van Ricardo Semler die voorstander is van vergaande democratie binnen bedrijven. Vrijheid en eigen verantwoordelijkheid zijn daarbij belangrijke kernwaarden. In zijn bedrijf Semco bepalen zijn werknemers onder meer hun werktijden, vakantiedagen en salaris.

Bij BvdV hebben de werknemers hierop ook grote invloed. “Iedereen werkt vier dagen. De vijfde dag is vrij in te vullen. De een brengt tijd door met zijn gezin, de ander doet een opleiding of gaat sporten. We streven naar een goede work/life-balans. Alleen dan kun je ook goed presteren op je werk,” vertelt ze. Ook waar het gaat om beloningen hanteert het advocatenkantoor een afwijkend systeem. “Iedereen krijgt een basissalaris.



Van de uren die je maakt, nadat je het break-even point hebt bereikt, dus wanneer alle kosten eruit zijn, steek je de helft in eigen zak,” legt De Best uit. Dat klinkt als een prikkel om heel veel extra uren te maken, maar dat ligt anders zegt de advocate. “Er geldt een maximum van 1120 uur per jaar. Dus wanneer je boven die 1120 uur komt, krijg je geen geld voor die extra uren. Het idee daarachter is dat we niet willen dat mensen zichzelf over de kling jagen. 1120 uur declarabel werken per jaar is mooi.”

Geen concept

En, werkt het? De Best is ervan overtuigd: “We hebben een hoge winst, tevreden klanten en blijde werknemers. Sinds ik hier 2,5 jaar geleden ben komen werken, heb ik nog geen langdurig verzuim van collega’s meegemaakt. De vrijheid om je werk te doen zoals het jou goed lijkt, dat is heel prettig. Voor mij werkt het stimulerend. Ik word steeds uitgedaagd om het beste uit mezelf te halen.”

Een pleidooi voor meer vertrouwen op de werkvloer: waarom niet overal invoeren? Simon van der Veer, organisatiedeskundige en schrijver van *De Vanzelforganisatie* is sceptisch. “Tuurlijk, vertrouwen is goed. Maar je moet het niet zien als een product. Zo van ‘ik geef jou mijn vertrouwen’. En ook niet als een manier van werken die je kunt invoeren als het niet lekker gaat in het bedrijf. Zo van ‘laten we een traject Vertrouwen volgen, dan komt het goed’.” Volgens Van der Veer is vertrouwen een uitkomst van een relationeel proces. “Het is het gevolg van hoe mensen kijken naar de wereld om zich

heen, hoe mensen met elkaar omgaan en wat de norm is in een specifieke context. Zo ontstaat vertrouwen in een kinderopvangorganisatie op een andere manier dan op een advocatenkantoor.”

Gemeenschappelijke identiteit

Van der Veer benadrukt dat bedrijven die verandering willen, eerst goed onderzoekend moeten kijken naar de dynamiek in het bedrijf. Wat loopt er vanzelf al goed? En waar vallen gaten? “Mensen verwoorden problemen vaak al in oplossingstaal zonder goed zicht te hebben op de problematiek. ‘Er is een vertrouwensissue dus we hebben meer vertrouwen nodig’. Maar als je bepaalde zaken gaat aanpakken, transparant bent, afspraken nakomt, je kwetsbaar opstelt, je vak goed bijhoudt, dan komt vertrouwen vaak vanzelf.”

Als Van der Veer in een organisatie komt, is een van de aspecten die hij bekijkt hoe mensen met elkaar samenwerken. “Versterken ze elkaar? Hoe gaan ze met elkaar om? Worden conflicten vermeden of alleen op relatie gevoerd in plaats van op de taak. Het is belangrijk dat er een gemeenschappelijke identiteit is binnen een bedrijf of organisatie.” Allemaal hetzelfde type mensen op één afdeling? “Nee ze hoeven niet op elkaar te lijken, maar het is wel belangrijk dat er ook een gemeenschappelijke identiteit is, een vorm van homogeniteit in waarden en normen. Waarom ben je anders bij elkaar? Soms blijkt dat er werknemers zijn die niet passen bij die gemeenschappelijke waarden. Diversiteit is belangrijk, maar je veilig en vertrouwd voelen ook.” Van der Veer deelt een citaat van Toon Gerbrands, directeur van PSV. “Hij zei een keer: Iedereen deugt, de vraag is alleen: waarvoor?”. Dat vind ik een mooi vertrekpunt. Deze uitspraak gaat er namelijk, net als Rutger Bregman in zijn boek, vanuit dat iedereen deugt, maar ook dat je goed kijkt of mensen tot hun recht komen in hun rol. Het is de taak van een leidinggevende om daar goede voelsprietten voor te hebben.”

Type mens

Advocatenkantoor BvdV is tot nu toe het enige kantoor in Nederland dat in de stijl van Semler werkt. De Best weet dat veel andere advocatenkantoren interesse hebben om op deze manier te gaan werken. “We krijgen regelmatig vragen over hoe het precies werkt. Er is niet een stappenplan van traditioneel kantoor naar Semler-stijl kantoor. Wij werken al vanaf de oprichting in 2006 op deze manier. Gaandeweg hebben we zaken bijgesteld en aangepast zodat het voor ons kantoor optimaal werkt,” vertelt ze. Als voorbeeld geeft ze het zwangerschapsverlof. Iemand die met verlof ging, kreeg alleen het basissalaris. Die persoon kon dan geen extra uren maken. “Dat vonden we bij nader inzien niet helemaal eerlijk en dat hebben we aangepast.”

Moet je een bepaald type mens zijn om bij Bruggink en Van der Velden te kunnen werken? “Misschien dat sommige mensen het prettig vinden als ze aangespoord worden om hun werk te doen. Hier is dat niet nodig. Er is niemand die controleert hoeveel uur jij achter je computer zit. Dat moet iedereen zelf regelen. Misschien dat je er wel een beetje de persoon voor moet zijn om met zoveel vertrouwen, vrijheid en verantwoordelijkheid om te kunnen gaan.”

‘Vertrouwen
is geen
manier van
werken
die je kunt
invoeren
als het niet
lekker loopt’

Letselschade verhalen is een vak

Het verhalen van letselschade laat je bij voorkeur doen door een NIVRE-gekwalficeerde deskundige die is aangesloten bij het Register Letselschade, zegt Gert-Jan Mijnen van Nostimos Letselschadedeskundigen. "Het zou nog beter zijn als de overheid – net als bij bijvoorbeeld hypotheekadviseurs – regels zou stellen ten aanzien van het beroep. Alleen dan scheid je het kaf van het koren."

"We kregen een second opinion case binnen over een jongeman met een staand beroep. Hij had knieletsel opgelopen; typisch een kwetsuur waarbij je ook naar toekomstige schade behoort te kijken. Dat was niet gebeurd en onze medische beoordelaar concludeerde dat deze man op de langere termijn zijn beroep niet meer zou kunnen uitoefenen. Hier kwam uiteindelijk een hogere schadevergoeding uit", vertelt Mijnen.

Loonschade verhalen

De mogelijkheid om loonschade te verhalen is ook niet algemeen bekend, zegt Mijnen. "Als er een aansprakelijke partij is, dan is het mogelijk loonschade en re-integratiekosten te verhalen. Dat is interessant voor een werkgever, omdat de bedragen bij twee jaar loondoorbetaling snel kunnen oplopen. Onlangs haalden we nog 150.000 euro binnen voor de werkgever van een ICT'er die was aangereden."

Vrijblijvend advies

Een NIVRE-gekwalficeerde letselschadedeskundige is dus belangrijk, benadrukt Mijnen nog maar eens. "In het kader van zijn zorgplicht moet



de tussenpersoon de letselschadedeskundige kunnen vertrouwen. En zijn klant kan erop rekenen dat zijn tussenpersoon hem goed doorverwijst." Tussenpersonen kunnen overigens altijd vrijblijvend advies inwinnen over een zaak of een beroep doen op de expertise van de Nostimos-deskundigen. "Er zijn bijvoorbeeld veel verschillen in schadeverzekeringen voor inzittenden. Wij hebben al die verschillen op een rijtje gezet en delen die informatie desgewenst met assurantieadviseurs."

Lokaal betrokken

Nostimos is ruim dertig jaar actief als expert in letselschade. Hierdoor kan het goed inschatten of een zaak kansrijk is, of niet. Er zijn acht kantoren verspreid over het land. Dit zorgt voor lokale betrokkenheid. "Wij zijn snel bij de mensen ter plaatse. Het helpt ons de persoonlijke situatie en daarmee de gevolgen van de schade te begrijpen. Onze visie is dat je lokaal aanwezig dient te zijn; voor je cliënt, maar ook voor de tussenpersoon."

Mijnen, tot slot: "De hoogste schadevergoeding willen binnenhalen is niet altijd de beste aanpak. Slachtoffers willen vaak zo snel mogelijk hun leven weer oppakken en dan is een zich lang voortslepende zaak ongewenst."



SAFARI IN AFRIKA?

40
Jaar
passie
voor
Afrika

Tanzania
Kenia
Madagaskar
Oeganda
Rwanda
Zimbabwe
Namibië
Botswana
Zambia
Mozambique
Seychellen
Mauritius
Zuid-Afrika

Al sinds 1979 dé Afrika specialist

Op **jambo.nl** en in onze brochure vindt u ruim 100 uitgekiende reizen of bel met onze Afrika specialisten op 020-2012740 voor een reis op maat.
De mogelijkheden zijn eindeloos, privé reizen geheel conform uw wensen!





Prolongeren?

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

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

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



1. E-mail verzekerde met overzicht huidige polis



2. Actualiseren door middel van vragen



3. Verzekerde vraagt offerte op



4. Tussenpersoon ondersteunt bij productkeuze



5. Keuze gemaakt



6. Keuze vastleggen in CRM en prolongeren

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



‘Polman won vertrouwen door volledige transparantie’

Tekst Bureau Bax
Beeld Eric Kampherbeek

Na een onthullende reconstructie van de val van AbnAmro in *De Prooi* en een uitgebreide schets van de problemen bij Ahold in *Het drama Ahold*, schreef journalist Jeroen Smit vorig jaar *Het Grote Gevecht en Het Eenzame Gelijk van Paul Polman*. Een boek over de idealistische CEO van Unilever die het vertrouwen kreeg van de aandeelhouders om bijzondere veranderingen door te voeren. Een gesprek met de schrijver over vertrouwen en leiderschap.

Wat maakt Paul Polman van Unilever zo anders dan de andere CEO's die je portretteerde?

“De wereld van het grote geld, van de grote bedrijven, wordt vooral geleid door hetzelfde type mannen. Ze houden van spreadsheets. Daarin staat wat iets kost, wat het oplevert en een grafiekje met de trends, de ontwikkelingen daarin. Hun drijfveer is de grootste en de slimste zijn. Ze willen hun concurrent verslaan. Cees Verhoeven van Ahold en ook Rijkman Groenink, voormalig CEO van AbnAmro, waren dat soort leiders. Groenink, straalde uit ‘ik ben de slimste, dus laten we doen wat ik zeg’. Maar we leven in een tijd waarin mensen willen dat er ook naar hen geluisterd wordt, dat er verbinding wordt gemaakt. Dus vroeg ik mij af, wat voor leiders hebben we dan wel nodig? Toen kwam ik in 2011 Paul Polman tegen, op dat moment net CEO bij Unilever. Hij zei: ‘Bedrijven die stellen op de wereld te zijn om geld te verdienen, hebben geen bestaansrecht. Er gaan dagelijks 800 miljoen mensen met honger naar bed, daar moeten wij iets mee. Het klimaat dat gaat mis, dat is ook onze verantwoordelijkheid’. Een CEO die klimaat en armoede voorop stelt, dat is bijzonder, want het zijn zaken die niet meetbaar zijn. Een leider die probeert vanuit een zekere moraliteit plannen te maken. Dat noem ik een moedige pionier.”

‘Een
CEO die
klimaat en
armoede
voorop
stelt, dat is
bijzonder’

Moet de politiek niet het voortouw in nemen als het gaat om klimaat en armoede?

“Ja dat zou mooi zijn, maar de politiek doet het niet. Ik zal een voorbeeld geven. Stel de Braziliaanse regering zegt ‘Het hele Amazonewoud mag gekapt worden’, dan zijn er genoeg economen die zeggen: ‘Als het mag en je kan er een zak geld mee verdienen, dan moet je het doen anders ben je een slechte ondernemer’. Maar stel dat je je als mens dan zorgen maakt om de gevolgen voor het klimaat, wat dan? Die economen zeggen dan: ‘Met je eigen geld kan je nu nieuwe bomen planten’. En dan, stel dat de Brazilianen niet willen dat het woud gekapt wordt? Dan moeten ze een regering kiezen die dat verbiedt. Maar dat is het probleem, want die regering kiezen ze niet. Er zijn miljoenen Brazilianen die in de eerste plaats een beetje meer welvaart willen’. Politici worden niet gekozen op de grote problemen van de wereld. Bovendien zitten ze er maar vier jaar.”

Speelt in het welvarende Nederland, klimaat wel een rol bij de verkiezingen?

“In ons land moet de regering nota bene door een rechter tot de orde worden geroepen om het Klimaat-akkoord van Parijs uit te voeren. De politiek gaat het echt niet doen. Dus voor Paul Polman was in 2010 de conclusie: multinationals moeten het voortouw nemen.

Hij lanceerde daarom het Unilever Sustainable Living Plan (USLP) waarin concreet staat omschreven wat Unilever in de daarop volgende tien jaar gaat doen om wereldwijd een bijdrage te leveren aan het verminderen van de klimaatproblematiek, het verbeteren van werkomstandigheden van arbeiders en het verminderen van de armoede. Polman is ervan overtuigd dat niemand succesvol kan zijn in een wereld die faalt. Hij stelt zijn medewerkers en aandeelhouders graag de vraag: 'Werken wij voor een paar miljardairs of voor de miljarden die niets hebben?'

Zit de drang om het goede te doen niet in ieder mens?

"Waarschijnlijk wel, maar de meeste mensen hebben twee kanten. Ik gaf eens een keer een lezing aan een zaal vol belastingadviseurs. Ze staken allemaal hun hand op toen ik vroeg of ze belasting betalen een kwestie van beschaving vonden. Het was ten tijde van de financiële crisis en Griekenland had gesjoemeld met de overheidsfinanciën. In dat land wonen zo'n duizend families die al sinds de Tweede Wereldoorlog geen cent belasting betalen. Ik vroeg de belastingadviseurs: 'Als een van die families jou nu belt en vraagt om dat geld ergens weg te zetten waar hij zo min mogelijk belasting hoeft te betalen? Wat zeg je dan?' Er stond een man op en die zei: 'Als mens, als vader, als burger, ben ik er trots op dat we in Nederland belasting betalen en vind ik dat iedereen zijn eerlijke deel moet bijdragen. Maar als ik op de zaak ben, kan ik me dat niet veroorloven. Als ik deze familie afwijs, gaat hij naar de concurrent'. En we herkennen het allemaal. Als je in de supermarkt staat, blijkt die biologische kip toch wel erg veel duurder. En als de financieel adviseur voorstelt te beleggen in iets dat duurzamer is, maar wel minder rendement geeft, kiezen veel mensen toch voor die paar tientjes extra per maand. CEO's van veel grote bedrijven maken ook die keuze, omdat zij hun aandeelhouders tevreden moeten houden."

Hebben die CEO's geen last van hun 'goede kant'?

"Laatst las ik een interview met Tim Cook van Apple. Dat bedrijf laat vele miljarden door Ierland stromen omdat ze dan minimaal belasting betalen. In het interview zei Cook: 'We desperately need a fair tax system.' En tussen de regels door zei hij eigenlijk ook 'Zolang er geen eerlijk belastingstelsel is, kan ik niet anders dan er op deze manier gebruik van maken'. Dus, de mens Tim Cook vindt het ook unfair, maar de CEO Tim Cook zegt 'zolang het mag, kan ik niet anders dan het doen, anders zeggen mijn aandeelhouders dat ik geld laat liggen.' Paul Polman was daarin dus onderscheidend. Hij wilde die twee integriteiten bij elkaar brengen. Hij vindt 'een goed leider is in de eerste plaats een goed mens en die laat zich niet primair sturen door financiën.'"

Hoe wint Paul Polman het vertrouwen van de aandeelhouders?

"De aandeelhouders willen best naar zijn verhaal luisteren, maar hun horizon is kort, uiteindelijk willen ze resultaten zien. En daar heeft Polman de wind in de zeilen. Hij begint op een dieptepunt bij Unilever en daarna gaan de resultaten omhoog omdat het bedrijf

veel nieuwe omzet boekt in met name Azië waar ze ineens geld hebben om ijsjes en deoderant te kopen. En zolang de resultaten goed zijn, hebben de aandeelhouders geen bezwaar tegen zijn plannen."

Weet hij ook de medewerkers en de stakeholders te overtuigen?

"Leveranciers, klanten, beleggers; om zijn plan tot een succes te maken, moeten de stakeholders Polman hun vertrouwen geven. Hij krijgt dat alleen door volledig transparant te zijn. Daarin is hij ook moedig. Zo vraagt hij bijvoorbeeld aan Oxfam Novib om onderzoek te doen naar de arbeidsomstandigheden in de fabrieken van Unilever in Vietnam. De uitkomsten daarvan zijn niet alleen maar positief. Maar hij accepteert ze en probeert de problemen op te lossen. Hij durft ook de minder goede kanten van het bedrijf te laten zien en gelooft dat transparantie de basis is voor het vertrouwen dat Unilever nodig heeft om met NGO's, overheden maar ook concurrenten samen te kunnen werken in het verduurzamen van de wereld."

Je hebt zo'n 170 mensen gesproken voor het boek over Polman. Hoe heb je hun vertrouwen gewonnen?

"Ik denk wel dat het scheelt dat ik dit al een tijdje doe. Dat ik meerdere boeken heb geschreven, zoals over AbnAmro en Ahold. Maar ik denk dat het belangrijkste is, dat ik echt graag wil weten hoe het zit. Bovendien citeer ik niemand en vertel ik niet wie ik gesproken heb voor het boek. Op die manier kunnen mensen meer vrijuit spreken."

Ben je na het schrijven overtuigd dat Polman de perfecte leider is?

"De perfecte leider bestaat niet. De omstandigheden veranderen steeds en al naar gelang de omstandigheden, hebben we andere leiders nodig. Mensen hebben behoefte aan een voorbeeld, iemand die voorop gaat. Uiteindelijk gaat ook Polman onderuit. Nadat hij de dreigende overname door KraftHeinz heeft weten te voorkomen, moet hij vanaf 2017 toch de agenda van die partij grotendeels gaan uitvoeren om Unilever overeind te houden. Daarvoor moet hij zijn principes parkeren, dat wordt door veel mensen niet begrepen. Maar ik ben ervan overtuigd dat de wereld meer leiders zoals Polman nodig heeft. Pioniers die zich kwetsbaar op durven te stellen, risico's durven nemen."

Zijn er al nieuwe Polmannen opgestaan?

"Ik denk wel dat er bij veel bedrijven goed gekeken is naar Polman en de thema's die hij heeft geagendeerd. Iemand die ook al jaren voorop loopt is de recent als CEO van DSM afgezwaaide Feike Sijbesma. Het is niet meer vreemd om goed te willen doen. Nog niet zo lang geleden was ik op een bijeenkomst waar allemaal belastingadviseurs waren onder de dertig. Ik vroeg: 'Kun je je voorstellen dat je over een aantal jaar regelmatig adviseert om meer belasting te betalen?' Dat konden de meesten zich wel voorstellen. Er is wat dat betreft zeker iets veranderd. Eerlijk bijdragen en verantwoordelijkheid nemen is belangrijker en ik denk dat we langzaam van het oude naar een nieuw systeem gaan."

'Ik denk
dat er
bij veel
bedrijven
goed is
gekeken
naar
Polman'

Over Jeroen Smit

Jeroen Smit (1963) is journalist en bedrijfskundige. Hij werkte onder meer bij het Financieel Dagblad en het AD en was hoogleraar journalistiek aan de RUG. Hij doet al dertig jaar onderzoek naar leiderschap in het bedrijfsleven. Hij publiceerde meerdere bestsellers. In 2004 verscheen *Het drama Ahold* en in 2008 *De Prooi* over AbnAmro. Zijn boeken werden bekroond met meerdere prijzen. Van *De Prooi* werden een toneelstuk en een tv-serie gemaakt. Smit ontving in 2009 de Machiavelliprijs omdat hij de oorzaken van de economische crisis voor een breed publiek inzichtelijk wist te maken.



DISCUSSIE



In 2017 concludeerde de ILC, een Engelse denktank voor vermogens- en pensioenvraagstukken, op basis van onderzoek dat “financial advice delivers real value for those who access it and has the potential to benefit a far wider group of individuals were they to be persuaded to take it up”. In een eind 2019 gepubliceerd vervolgonderzoek werd dit nogmaals onderbouwd. **Moet de consument actief richting onafhankelijk financieel advies worden bewogen?** Vier deskundigen geven hun mening.

Financiële regie

“Het wordt tijd dat consumenten bewustere keuzes maken op het gebied van financiën. Een onafhankelijk financieel adviseur kan daarbij helpen. Als een consument zelf een bewuste keuze maakt, is dat ook prima. De praktijk is echter dat grote groepen Nederlanders onvoldoende grip hebben op hun financiële situatie. Ze weten niet goed wat er binnen komt en uitgaat qua geld. Ze hebben weinig kennis van financiële producten en de meeste consumenten interressen zich nauwelijks voor geldzaken later. Daardoor zijn er grote groepen in serieuze financiële problemen, hebben veel Nederlanders nauwelijks een financiële buffer en kunnen ze voor financiële teleurstellingen komen te staan als ze met pensioen gaan of als er eerder iets gebeurt waardoor er geen inkomen meer is. De onafhankelijk financieel adviseur die geen producten verkoopt maar de financiële regie voor de klant voert kan deze maatschappelijke ellende verkleinen en voorkomen. Het is een gemiste kans dat beleidsmakers te weinig oog hebben voor de belangrijke rol die onafhankelijk financieel advies in potentie kan spelen. Maar de adviesmarkt moet ook de hand in eigen boezem steken. Want hoe weet je nu of een adviseur echt onafhankelijk is. Waaruit blijkt dat? En wanneer gaan adviseurs zich meer ontwikkelen tot financieel regisseurs of financiële gidsen voor consumenten in plaats de rol als assurantietussenpersoon vervullen? Het antwoord op deze stelling is: Ja, maar op voorwaarde dat voor de klant écht duidelijk is hoe onafhankelijk de adviseur is en daarnaast in hoeverre hij zich écht onderscheidt van de productverkopers in de markt. Het helpt als onafhankelijk adviseurs zich als beroepsgroep zo scherp durven te positioneren dat de consument niet meer twijfelt aan de onafhankelijkheid. Te beginnen met een meetlat waarlangs de mate van onafhankelijkheid objectief kan worden vastgesteld. Dan maak je het veel makkelijker om de consument richting onafhankelijk advies te bewegen.”

Fred de Jong
Adviesbureau Fred de Jong
eigenaar

Geldloket

“De dagelijkse verleidingen om te kopen, ook als je daar eigenlijk het geld niet voor hebt, zijn groot. Je financiën op orde houden en het overzien van de gevolgen van beslissingen over lenen en verzekeren vraagt ook steeds grotere vaardigheden. Kortom financieel (zelf)redzaam zijn is best lastig. Hoewel het economisch beter gaat, is er nog steeds een grote groep mensen die moeite heeft met rondkomen. Ook deze huishoudens staan af en toe voor financiële beslissingen. Een onafhankelijk advies dat hen helpt om de juiste afwegingen te maken kan financiële problemen voorkomen. Precies daarom zijn we in Amersfoort bijna 7 jaar geleden gestart met het Geldloket. Een plek waar iedereen kan binnenlopen voor onafhankelijk financieel advies. Niet altijd direct gerelateerd aan een ‘financieel product’, maar soms ook gewoon over het krijgen van inzicht in het huishoudboekje. Of over vragen die gerelateerd zijn aan ‘life-events’, zoals: een kind dat 18 wordt, een huis dat onder water staat of twijfels of je van je toekomstig pensioen wel rond kunt komen. Met het advies krijgen ze weer overzicht en gaan ze met een gerust hart naar een financiële dienstverlener voor bijvoorbeeld een lening, verzekering of een pensioenadvies. Wat dat betreft zou je de dienstverlening van het Geldloket als een soort financiële APK kunnen zien. Het verschaft je inzicht in je financiële situatie zodat je de juiste keuzes kunt maken. Met de APK in de autobranche hebben we schade en ongelukken kunnen voorkomen. In de schuldhulpverlening zie ik dagelijks de gevolgen van niet goed afgewogen besluiten maar ook van verkeerde adviezen. Ik ben ervan overtuigd dat als we iedereen de mogelijkheid van een financieel onafhankelijke APK bieden, we het succes van de autobranche zeker gaan overtreffen. Ook een voordeel voor de financieel dienstverlener, want die wil immers ook het beste voor zijn klant.”

Dick van Maanen
Stadsring51
directeur



Actief promoten

“Ja. Ik zie dat mensen tegenwoordig op steeds jongere leeftijd in de problemen komen, doordat ze thuis en op school weinig leren over goed omgaan met geld. Als ze zich realiseren dat ze zich ongelofelijk in de nesten werken, is het vaak te laat. Een instantie als de schuldhulpverlening kan ze dan helpen, maar geeft ze geen concreet plan voor een financieel zekere toekomst. Onafhankelijk financieel advies geeft dat wel, maar lijkt haast onvindbaar. Online is het zoeken naar het juiste stootje in een hooiberg: alleen de zoekterm ‘financieel advies’ levert al bijna 22 miljoen hits op. Hoe weet je dan wat klopt, of wat bij jouw situatie past? Stap je daarvoor naar je bank, dan kun je óók niet rekenen op 100% eerlijk advies. Die zegt het beste met je voor te hebben, maar laat haar eigen belangen ook zeker meespelen. Als alle partijen die claimen in het klantbelang te denken dat ook écht doen, dan kunnen ze volgens mij niets anders doen dan consumenten doorverwijzen naar onafhankelijk advies. Of zelfs meer dan dat: onafhankelijk financieel advies actief promoten. Ik merk bijvoorbeeld dat het eerder de vijftigers zijn die advies zoeken, dan de twintigers. Zij hebben inmiddels al eens hun neus gestoten, en gaan op zoek naar informatie. Fijn natuurlijk, maar het lijkt mij juist belangrijk dat óók die twintigers en dertigers weten dat er onafhankelijk advies bestaat. Zij staan nog aan het begin van hun ‘financiële loopbaan’, voor hen kan het een groot verschil maken. En via hen, ook weer voor de volgende generatie. Geef consumenten dus een gemakkelijke mogelijkheid om onafhankelijk advies in te winnen, zodat ze weten welke stappen zij kunnen zetten voor een financieel zekere toekomst. Dat bespaart hen én de maatschappij ongetwijfeld een hoop stress en geld.”

Adine Faber-Versluis
Money Mind Academy
founder



Klant empoweren

“Hypotheek24.nl is in 2015 gestart om starters op de woningmarkt te helpen om hun hypotheek zelf online af te sluiten. Ons uitgangspunt is daarbij altijd geweest om starters het product en proces te laten snappen waardoor zij zonder advies hun eigen keuzes kunnen maken. Sneller, simpeler en tegen lagere kosten. Met handige online-tooling en een hypotheekcoach als sparingpartner, kon een starter zo al snel tweeduizend euro besparen. En dat heeft gewerkt: meer dan 8.000 klanten hebben via Hypotheek24.nl hun droomhuis gekocht of hypotheek geregeld. Daar staan we dus - bijna vijf jaar na de lancering - nog steeds achter. Zo lang de financiële situatie niet te complex is en de klant een gezonde dosis kennis en daadkracht heeft, is execution only zeker voor starters, maar ook voor doorstromers en oversluiters, een prima keuze. Toch heeft de groei van execution only niet doorgezet. Dat heeft voor een deel te maken met draagvlak in de markt. Onbekend maakt onbemind. Nog steeds zijn er weinig partijen die execution only volledig omarmen. Ook marge-technisch is het speelveld van execution only ingewikkeld met geldverstrekkers die slechts 300 euro afsluitkosten vragen. Dat lijkt ver onder de kostprijs, zodat van level-playing field tussen aanbieders en bemiddelaars geen sprake kan zijn. Daarnaast merkten we gaandeweg dat een groep klanten waarde blijft hechten aan persoonlijk advies en de bevestiging die dat geeft. Ook zijn er klanten met een meer complexe financiële situatie, waarbij ‘doe het zelf’ simpelweg niet geschikt is. Daarom hebben wij onze dienstverlening uitgebreid en bieden we nu zo’n twee jaar ook advies aan. Daardoor hebben we een ruimer dienstenaanbod, waardoor we ook hypotheek kunnen adviseren van aanbieders die alleen met advies beschikbaar zijn. Ik onderschrijf de stelling derhalve deels. Wanneer de klant of de situatie daarom vraagt: Ja! Zeker actief sturen op advies. Maar zeker ook de klant empoweren het zelf te doen, als uit alles blijkt dat de situatie daarom vraagt en de klant dat kan. Zo maken we huizenkopers slimmer!”

Peter Ruys
Hypotheek24.nl
oprichter en directeur



Klant doorverwijzen bij letsel?

NOSTIMOS HELPT!



0800 - 667 84 66

info@nostimos.nl

www.nostimos.nl

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

De Verduurzamingshypotheek standaard op het renteaanbod



Het afsluiten van een hypotheek is hét moment om budget te regelen voor verduurzaming van de woning. Maar uw klant heeft al genoeg aan zijn hoofd. En u heeft al zoveel om uit te leggen of komt hier gewoon niet aan toe. Daarom biedt a.s.r. een Verduurzamingshypotheek aan van € 9.000 bij elk renteaanbod. Uw klant hoeft die optie alleen maar aan te kruisen. Zo eenvoudig regelt uw klant extra budget voor energiebesparende maatregelen.

Het geld staat twee jaar in depot, zonder afslag. Na twee jaar krijgt hij teveel betaalde aflossingen aan het verduurzamingsdepot terug. Nu aanvragen betekent vrijheid om later te beslissen.

'Genomineerd als meest innovatieve hypotheekproduct.'



‘Adviseur moet basale vragen over verduurzaming kunnen beantwoorden’

Tekst Martin Holleman
Beeld Wilco van Dijen

Verduurzaming van de woning staat hoog op de maatschappelijke agenda. Vanzelfsprekend krijgt dit thema dan ook een steeds prominentere plek in de gesprekken die klanten met hun adviseurs voeren; iets wat gaandeweg dit jaar alleen maar zal toenemen nu er steeds meer duidelijkheid komt over de mogelijkheden die landelijke en gemeentelijke overheden de woningbezitter willen bieden. Voor de financieel adviseur is het belangrijk zich hierop voor te bereiden. Adfiz beleidsadviseur, Martin Holleman, legt uit hoe.

Een belangrijk onderdeel van de voorbereiding is om de informatievoorziening goed op orde te krijgen. Allereerst door in kaart te brengen hoe de wijkgebonden aanpak van gemeenten in het werkgebied van de adviseur eruit komt te zien. Veel gemeenten maken op dit moment plannen waarin exact wordt beschreven welke wijk wanneer ‘van het gas afgaat’. Deze informatie is essentieel voor de adviseur die zijn klant adviseert over verduurzaming: hoe eerder de woning van de klant ‘aan de beurt’ is, hoe verstandiger het is te wachten met het doen van grote investeringen. Van het gas afgaan betekent namelijk automatisch dat de woningen in deze wijk flink geïsoleerd en aangepast worden en gemeenten daarvoor middelen ter beschikking stellen.

Energiebespaarbudget

Een volgende stap is zicht hebben op de producten van de verschillende geldverstrekkers. Onder aanvoering van de Nationale Hypotheek Garantie (NHG) bieden veel aanbieders inmiddels de mo-

‘Veel
aanbieders
hebben
inmiddels
een energie-
bespaar-
budget’

gelijkheid tot een energiebespaarbudget. Hiermee kunnen klanten bij aanschaf van een woning of oversluiten van de hypotheek een bedrag meefinancieren waarvan ze op een later moment de energiebesparende maatregelen kunnen betalen die ze willen treffen. Op deze wijze hoeven ze hierover nog niet na te denken in de drukke en vaak stressvolle periode rondom een verhuizing en kunnen ze zich – wanneer het hen uitkomt – uitgebreid laten informeren over welke vorm van verduurzaming het meeste rendement oplevert.

Doorverwijzen

Tot slot is het voor een adviseur zinvol te weten welke partijen in het werkgebied de klant van betrouwbaar, onafhankelijk en volledig energieadvies





*Martin Holleman,
beleidsadviseur Adfiz*

kunnen voorzien. Er wordt op dit moment onderzocht of een keurmerk of erkenningsregeling voor onafhankelijke energieadviseurs wenselijk is, maar tot zoiets er is (als het er al van komt) moet een adviseur dit zelf onderzoeken. Maar goed geïnformeerd zijn, maakt nog geen expert. Dat hoeft uiteraard ook niet; de financieel adviseur is immers degene die voor de financiering zorgt en de klant adviseert over financieel verantwoord aan verduurzaming doen. Wat wél belangrijk is, is dat de adviseur de meest basale vragen kan beantwoorden en als 'linking pin' de klant naar de juiste partij kan doorverwijzen.

Bedenkingen

Die aanjagende rol ziet minister Knops van Binnenlandse Zaken ook weggelegd voor de adviseur,

**'Adviseur
moet naar
de juiste
partij door-
verwijzen'**

zo maakte hij duidelijk in een Kamerbrief. Tegelijkertijd wil de minister, om verduurzaming te stimuleren, de bij execution only verplichte kennis- en ervaringstoets voor verhoging van bestaande hypotheek afschaffen. Dit omdat advies geld kost en daardoor een drempel kan opwerpen. Adfiz heeft grote bedenkingen bij dit voorstel. De oplossing ligt namelijk niet in klanten de mogelijkheid bieden om zonder advies langdurige financiële verplichtingen aan te gaan, maar om de drempels tot advies weg te halen of te verlagen. Bijvoorbeeld door te benadrukken dat goed doordachte verduurzamingsmaatregelen zich op den duur vanzelf terugverdienen of door financieel advies fiscaal aftrekbaar te maken.



‘Meer dan de omzet hoeven we niet te weten’

Tekst Sébastien Wulms
Beeld Wilco van Dijen

“Als inbrekers ergens succesvol hun slag hebben geslagen, is het risico groot dat ze terugkomen. Daar moet je op voorbereid zijn”, zegt Jan Willem de Groot van SuperGarant. Om ervoor te zorgen dat een verzekering altijd aansluit bij de actuele situatie van de ondernemer, ontwikkelde het advieskantoor uit Leidschendam een verzekering die gerelateerd is aan de omzet van het bedrijf.

“Kijk, linksboven in het beeld. Daar komen ze binnen. Met z'n drieën zijn ze. Het eerste rolluik van de kast geeft het al. Het gaat allemaal razendsnel. Zie je? Eentje gaat nu aan de gang met rolluik nummer twee, terwijl zijn handlangers de sigaretten uit die eerste kast graaien. En zie je die tijd klok onderaan in het scherm meelopen? Ze zijn nu nauwelijks één minuut binnen. Alles draait om de factor tijd. Bij inbraakbeveiliging van supermarkten probeer je juist dáár invloed op uit te oefenen. Tijd is namelijk schaars. Dus hoe meer tijd inbrekers kwijt zijn om binnen te komen, hoe minder tijd er over is om de buit binnen te halen.”

Stalen rolluiken

Voor Jan Willem de Groot, adviseur buitendienst bij SuperGarant, is het niet de eerste keer dat hij een dergelijke opname van een beveiligingscamera ziet. Hetzelfde geldt voor Robin Blok, de directeur verzekeringen van dit advieskantoor uit Leidschendam, met wie De Groot vandaag op bezoek is bij een klant waar enkele dagen eerder is ingebroken. Blok: “Het is inderdaad precies zoals Jan Willem zegt, alles gaat razendsnel. Binnen hooguit drie minuten willen die mannen met de sigaretten, want daar was het ze om te doen, weer buiten staan. Hoe beter je erin slaagt om de tijd te verkorten dat ze binnen willen, kunnen en durven zijn, hoe kleiner de schade.” Blok is nog niet uitgesproken of de bedrijfsleider van de supermarkt komt - druk bellend - op hem en De Groot toegelopen. Hij heeft het hoofdkantoor van de supermarktorganisatie aan de lijn om nieuw winkelmeubilair te bestellen ter vervanging van het bij de inbraak beschadigde meubilair. Of de adviseurs van SuperGarant nog adviezen hebben? “Stalen rolluiken”, zegt De Groot gedecideerd. “Zorg ervoor dat de nieuwe kasten stalen rolluiken hebben; die zijn minder snel te kraken.”

Kengetallen

SuperGarant is specialist op het gebied van verzekeringen voor supermarkten. Blok: “Inmiddels is de focus breder en hebben we ook drogisterijen, slagerijen en menig andere detailhandel in de boeken, maar het is begonnen met supermarkten. Door die jarenlange ervaring hebben we veel expertise opgebouwd en bezitten we een schat aan kengetallen en andere informatie over de branches die wij verzekeren. Daardoor kunnen we ook vrij nauwkeurig de dekking van een winkel bepalen.” Blok legt uit dat bij veel detailhandel het op de polis vermelde bedrag vaak niet in de buurt komt bij wat het zou moeten zijn. “Ik ben situaties tegengekomen waar de verzekerde som gelijk is aan alléén al de waarde van de koeling. En zo zijn er meer voorbeelden te noemen waaruit onomstotelijk de meerwaarde van écht kennis hebben van de branche blijkt.”

Omzet

Om ervoor te zorgen dat de verzekering altijd aansluit bij de actuele situatie van de ondernemer, heeft SuperGarant een verzekering ontwikkeld die gerelateerd is aan de omzet van het bedrijf. “Meer informatie hebben wij niet nodig om dekking te bieden,” benadrukt Blok. “Dus als een ondernemer in alle drukte is vergeten om op tijd een verbouwing of andere, voor de verzekering relevante, wijziging aan ons door te geven, is hij tóch verzekerd. Hetzelfde geldt bij piekmomenten, zoals

in december. Die hoeft de ondernemer ook niet aan ons door te geven; de dekking volgt altijd automatisch de omzet. Die insteek slaat aan, merken we. Er zijn inmiddels al meerdere collega-advieskantoren voor wie we een soortgelijk product, toegespitst op de doelgroep, ontwikkelen. Hetzelfde geldt trouwens voor onze verzuijproposities; de voorwaarden volgen altijd de voor de doelgroep van toepassing zijnde cao.”

Voorbereid

De Groot loopt alweer door de zaak. Nu hij hier toch is, grijpt hij het bezoek aan om te bekijken of preventie- en beveiligingsmaatregelen goed uitgevoerd en up-to-date zijn. Zo test hij kort de brandmeldinstallatie, vraagt een winkelmedewerker om een ladder om te kunnen inspecteren of de reparatie aan de toegangsdeur in het magazijn goed is uitgevoerd en loopt naar de servicebalie, waar de inbrekers hebben toegeslagen. Onderweg daarheen vertelt hij: “Als inbrekers ergens succesvol hun slag hebben geslagen, is het risico groot dat ze terugkomen. Daar moet je dus op voorbereid zijn. Ik heb al aangegeven dat ze de tabak niet meer 's avonds moeten aanvullen, maar 's ochtends als ze opengaan. Dat is misschien even wat gedoe, maar wel veiliger.”

Mistinstallatie

Een andere maatregel die De Groot heeft geadviseerd, is een mistinstallatie. “Ken je die apparaten? In enkele seconden zetten die hier de boel zozeer in de mist dat je letterlijk geen hand voor ogen ziet.” De Groot pakt zijn smartphone om een filmpje te laten zien van een inbraak waarbij een mistinstallatie in werking treedt. “Kijk, daar is de inbreker. En nu hoort hij het sissende geluid van de mistinstallatie. Zie je die paniek? Ze weten niet hoe snel ze moeten maken dat ze wegkomen. En dat is dus twee à drie seconden vóór de mist er daadwerkelijk is! Kun je nagaan wat een afschrikkende werking uitgaat van zo'n mistinstallatie. Inbrekers komen vaak vooraf poolshoogte nemen. Als ze zien dat er een mistinstallatie hangt, bedenken ze zich wel twee keer voordat ze hier opnieuw toeslaan.”

‘Hoe korter inbrekers binnen zijn, hoe kleiner de schade’





‘Beleid maken, is keuzes maken’

Tekst Sébastien Wulms
Beeld Eric Kampherbeek

De aanpassing van de maatstaf voor toezichtkosten, regelgeving naar aanleiding van de evaluatie van het provisieverbod en het actieplan consumentenkeuzes; stuk voor stuk initiatieven die uit de koker komen van het Ministerie van Financiën. Initiatieven ook, die de financiële adviessector raken en waar Adfiz nauw bij betrokken is en intensief over meepraat. Gabriëlle van Veen is plaatsvervangend hoofd van de afdeling Marktgedrag en Effectenverkeer en daarmee een belangrijke gesprekspartner voor Adfiz.

“Financieel advies is binnen onze afdeling een aandachtsgebied dat onder mijn hoede valt”, steekt Van Veen van wal. “Vanzelfsprekend is Adfiz dan ook een van de partijen waarmee mijn collega’s en ik regelmatig contact hebben”. Een onderwerp dat al geruime tijd hoog op de agenda staat, is actieve provisietransparantie. Adfiz is daar geen voorstander van, zeker niet wanneer dit doorslaat naar ongevraagde transparantie. Er is volgens de brancheorganisatie namelijk geen probleem dat opgelost dient te worden, maar er ontstaat wel een risico dat een goed functionerende markt ontregeld raakt. Daarom kijken adviseurs erg kritisch naar hoe de transparantie-eisen worden vormgegeven. “Ik weet hoe Adfiz hierover denkt”, zegt Van Veen. “Maar de minister heeft vorig jaar aangegeven dát er actieve provisietransparantie komt. Dat moet ervoor zorgen dat een klant weet wat een adviseur voor hem of haar kan doen en wat hij daarvoor betaalt. De vraag die daarop volgt is: in welke vorm? De visie en ideeën die alle betrokken belanghebbenden – zoals Adfiz – daarover hebben, hebben we opgehaald in meerdere bijeenkomsten.”

Stages

“Inbreng uit de praktijk vinden we als ministerie sowieso belangrijk voor wet- en regelgeving. En die hebben we ook nodig.” Van Veen legt uit: “Kijk, ik ben nooit financieel adviseur geweest. En hoe zorgvuldig ook beleid tot stand komt, er zijn altijd zaken die in de praktijk minder goed blijken uit te pakken. Wij kunnen niet bij iedere

adviseur afzonderlijk het net ophalen. Dan is het fijn dat we daarvoor kunnen terugvallen op een gesprekspartner die dat wel doet en daardoor dicht bij de praktijk staat.” Om ambtenaren en politici ook zelf te laten ervaren hoe regelgeving in de praktijk uitpakt, organiseert Adfiz voor hen jaarlijks meerdere stages en rondetafelgesprekken bij leden, zowel in de zakelijke als in de particuliere markt. Van Veen: “Voor mezelf sprekend, die werkbezoeken hebben echt toegevoegde waarde. Ze brengen inzicht en zorgen ervoor dat je meer gevoel krijgt bij adviseren en de interactie met de klant.”

Scherpe kantjes

Tot slot benadrukt Van Veen het belang van een goede relatie hebben met brancheorganisaties. “Beleid maken, is keuzes maken. Als je dan met partijen aan tafel zit die uiteenlopende belangen dienen, kan dat aan het einde van de rit betekenen dat één of meerdere partijen niet blij zijn met de gekozen oplossing. Juist dan is het belangrijk dat er wederzijds vertrouwen is, dat je open bent naar elkaar en kritisch kunt zijn als dat nodig is. Maar ook dat je respect hebt voor elkaars rol en standpunten en daar naar wilt luisteren. Die goede verstandhouding is er met Adfiz. Dat zorgt er ook voor dat we altijd met elkaar in gesprek blijven en er altijd een basis is om samen te kijken of we onbedoelde scherpe kantjes kunnen bijschaven.”

‘Je moet
kritisch
en open
naar elkaar
kunnen
zijn als dat
nodig is’

**WIE IS...**

Bart Budding (28), geboren en getogen in het Gelderse Echteld, droomde van een carrière bij de politie. Na zijn middelbare school deed hij daarom een voorbereidende opleiding tot administratief en juridisch medewerker en liep hij een jaar stage bij het bureau in Nijmegen. Daarna kwam in de sollicitatieprocedure een kink in de kabel: bezuinigingen en een personeelsstop. Hij begon aan een hbo-opleiding medische biologie, in de hoop dit later te kunnen gebruiken in een baan bij de recherche. Maar dat bleek niets voor hem. Terwijl hij nadacht over zijn volgende stap, ging hij ondertussen aan de slag in het familiebedrijf. Dat beviel en hij besloot zijn diploma's te gaan halen. Inmiddels werkt hij er negen jaar en sinds januari is hij mede-eigenaar van Budding BV.

‘Ik laat mijn werk op kantoor’

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 Bart Budding die half januari mede-eigenaar is geworden van familiebedrijf Budding in het Gelderse Echteld.

Wat is jouw motto?

‘Kom na wat je belooft’. Dat is altijd mijn streven. Als ik een klant iets heb toegezegd, zal ik er alles aan doen om dat te realiseren. In het geval dat ik iets heb beloofd dat ik echt niet na kan komen, draai ik er niet omheen en leg ik goed uit waarom iets toch niet mogelijk is.”

Ben je leergierig?

“Zeker! Sinds ik in het bedrijf kwam werken negen jaar geleden, heb ik enorm veel geleerd. En niet alleen via studies. Maar juist ook in praktijk. Ik heb nooit rechtstreeks onder mijn vader gewerkt, maar ik heb van hem enorm veel geleerd. Hij wees me altijd op bijzondere zaken. Bijvoorbeeld dat wanneer je iets op een bepaalde manier opschrijft, je meer voor elkaar krijgt. Het gaat dan met name om de zakelijke markt waar het meer maatwerk is. Inmiddels ken ik alle ins en outs, maar ik leer graag bij. Ik wil nog een cursus leiderschap volgen en ik ben erg geïnteresseerd in psychologie en menselijk gedrag.”

Wanneer heb je voor het laatst gelachen?

“We lachen hier iedere dag op kantoor. We hebben een team met gezellige collega's. Regelmatig vertelt iemand een grappig verhaal of er komt een verrassend antwoord van een verzekeraar. Daar lachen we dan om.”

Ben je wel eens boos?

“Verzekeraars die niet mee willen denken, maken mij soms boos. Als ik bijvoorbeeld een beginnende ondernemer heb die zijn vrachtwagen wil verzekeren, is het antwoord ‘wij willen dan het hele wagenpark verzekeren’. Maar als dit iemands eerste vrachtwagen is, kun je niet een heel wagenpark verzekeren. Als de aanvraag op deze manier afgewezen wordt, maakt dat me heel boos.”

Waar heb je spijt van?

“We zijn ooit met een ICT-bedrijf in zee gedaan dat het beheer deed van ons systeem. Daar heb ik spijt van

gehad. Zij leverden echt slecht werk. Verder heb ik niet zo snel spijt. Ik denk soms ‘ik had mijn woorden iets beter kunnen kiezen’, maar daar leer ik dan weer van voor een volgende keer.”

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

“Ik probeer zo min mogelijk mee naar huis te nemen. Mijn ouders werken al jaren samen in het bedrijf. Vroeger, toen mijn zus en ik klein waren, ook al. Werk en privé liepen behoorlijk door elkaar. En later toen ik ook in de zaak ging werken, was het voor mijn zusje vreselijk om met ons aan de keukentafel te zitten. Ik laat mijn werk dus op kantoor. Al die verhalen zijn voor mijn vrouw niet zo interessant.”

Wat is jouw uitlaatklep?

“Ik ben heel actief als vrijwilliger in de ehbo-wereld. Zo ben ik plaatsvervangend hoofd van het noodhulpteam van het Rode Kruis in de regio en daarnaast werk ik als ehbo-er op festivals en evenementen. Splinters, blaren, drank of drugsissues, hartproblemen, verstuite enkels; het komt allemaal voorbij. In de weekenden ben ik vaak hele dagen op pad. Het is een fantastische tegenhanger van het kantoorwerk door de week.”

Wat zijn je ambities?

“Het bedrijf, dat ooit door mijn opa is opgericht, is na 55 jaar behoorlijk stabiel. Dat wil ik zo houden en misschien wat uitbouwen, maar alles stap voor stap. Ik ben de op een na jongste medewerker op kantoor. De andere medewerkers zijn tussen de 40 en de 65 jaar oud. Sommigen zaten er al toen ik hier als kind rondrende. Dus ik ben nog op zoek naar de juiste vorm van leidinggeven. Ik zie het zo: mijn ondernemerschap is nog maar net begonnen. Ik heb veel zin in de toekomst.”

‘Ik ben
geïnteres-
seerd in
menselijk
gedrag’

Uitgelicht

RONDE DOOR HET LAND

Adfiz' Ronde door het Land is terug! In 2020 vinden vijf bijeenkomsten plaats waarbij directeur Enno Wiertsema de leden bijpraat over actuele lobby- en beleidsontwikkelingen: van transparantie over schadeprovisie tot onverzekerbaarheid. En van het delen van klantgegevens tot de ontwikkelingen rondom het pensioenakkoord. Na afloop weten leden welke belangrijke ontwikkelingen er spelen en hoe ze hierop kunnen inspelen. De bijeenkomsten in de regio's Oost en Noord vonden in maart plaats, de bijeenkomsten in Zuid en West volgen in april en mei.



RONDETAFLGESPREKKEN EN MINISTAGES

Sinds enige tijd organiseert Adfiz meerdere keren per jaar rondetafelgesprekken en ministages voor respectievelijk leden van de Tweede Kamer en ambtenaren van ministeries. Tijdens deze bijeenkomsten gaan de genodigde politici en beleidsmakers op locatie in gesprek met Adfiz-leden om zo te ervaren hoe regelgeving in de praktijk uitpakt. Het eerstvolgende rondetafelgesprek vindt net voor het zomerreces plaats met VVD-Kamerlid Roald van der Linde.

NIEUWE KENNISPORTALEN

In het eerste kwartaal zijn door Adfiz de online kennisportalen *Transparantie in dienstverlening* en *Wet Arbeidsmarkt in balans* ontwikkeld. Naast informatie en uitleg bieden deze kennisportalen de leden van Adfiz verschillende documenten, zoals een modeldienstenwijzer, -voorwaarden en -arbeidsovereenkomsten. Ook bieden de portalen allerlei tools en checklists die de dienstverlening in beeld brengen of helpen te voldoen aan de nieuwe arbeidswetgeving.

Wat je van ons mag verwachten?

Je hebt een vraag over verzekeringen of risico's. Als onafhankelijk financieel adviseur geven wij je advies en hulp. En dat kan meer of minder uitgebreid. In 4 stappen weet je wat onafhankelijk advies jou op kan leveren.

1

HET TOTALE PLAATJE IN BEELD

Inventarisatie en analyse

A WELKE RISICO'S ZIJN ER?



B WELKE RISICO'S WIL JE NIET ZELF DRAGEN?

Hoe groot is de kans?



Hoe groot is de schade?



5 x onafhankelijk

1. Bij een schade of als er iets fout gaat, staan wij aan jouw kant
2. Wij vergelijken altijd verschillende verzekeraars
3. Ook tijdens de looptijd kunnen wij aanbod van andere verzekeraars monitoren.
4. Wij zijn volledig vrij in onze advisering
5. Wij komen voor je op richting de verzekeraar

C WELKE RISICO'S ZIJN AL GEDEKT?

- ✓ Lidmaatschappen (bijv. ANWB, Vakbond)
- ✓ Andere verzekeringen (bijv. via werkgever, productverzekeringen, pechhulp, rechtsbijstand, ongevallen, medische kosten)
- ✓ Vereniging van Eigenaren
- ✓ Gemeentelijke voorzieningen



MEERWAARDE MET ADFIZ - EVENEMENTEN

- 2 april: Particulier Platform
- 16 april: Ronde door het Land, West (Rotterdam)
- 6 mei: Gecombineerde regiobijeenkomst Fryslân/Groningen-Drenthe
- 7 mei: Ronde door het land, Zuid
- 14 mei: Ronde door het land, West (Amsterdam)
- 17 juni: Algemene Ledenvergadering
- 25 juni: Jong Management-bijeenkomst

WEEK VAN HET GELD

Van 23 tot en met 27 maart vond de Week van het Geld plaats, een initiatief van Wijzer in Geldzaken, onderdeel van het Ministerie van Financiën. Net zoals in voorgaande jaren deden weer tientallen Adfiz-leden mee aan dit evenement. Zij verruilden hun kantoor een paar uurtjes voor de klas van hun (klein) kinderen, neefjes, nichtjes of van kinderen uit de buurt. Ze gaven de leerlingen les over geld. Het thema van deze editie van de Week van het Geld was: Goed omgaan met geld is goud waard.



PREVENTIE EN RISICOMANAGEMENT

De leden van Jong Management kwamen in maart voor de eerste keer dit jaar bijeen. Jurjen Burghgraef, risicodeskundige bij Burghgraef van Tiel & Partners was uitgenodigd als spreker. In een interactieve sessie sprak hij met de aanwezigen onder andere over de nieuwste eisen die verzekeraars stellen, het herkennen van risico's en hoe je preventie bespreekbaar maakt met de klant.





Verkoop je je vingerafdruk?

Tekst: Ben van der Burg

Het zijn van die onzinnige onderzoekjes die je toch aan het denken zetten. De Amerikaanse denktank TPI wilde weten voor hoeveel geld mensen hun persoonlijke facebookdata zouden verpatsen. Onzinnig, omdat het gedrag van mensen veelal afwijkt van gewenste antwoorden die ze geven. 'Ik eet heel gezond, zeker 200 gram fruit per dag.' Ondertussen zitten er kiloknallers, diepvriespizza's en zes blikjes Red Bull in het winkelmandje.

TPI liet zich echter niet afschrikken en vroeg mensen in zes verschillende landen of facebook hun persoonlijke informatie zoals bankgegevens, fitnessgegevens, locatiedata en zelfs vingerafdrukken, aan derde partijen mocht verkopen. Zodat niet alleen facebook een digitale kloon van zijn gebruikers heeft, maar verder iedere organisatie die facebookgebruikers iets wilt verkopen of hen ergens in wil laten geloven.

Wat uitslagen. Gemiddeld over alle landen delen consumenten voor 8,44 dollar hun banktegoed informatie. Voor 6,05 dollar mag facebook de teksten die iemand tikt op whatsapp, instagram en facebook messenger doorverkopen. De meest opvallende vond ik de vingerafdruk. Voor 7,56 dollar gaat het naar facebook die het vervolgens doorverkoopt aan wie dan ook. En ik zie mensen nog niet zo snel hun vingerafdruk aanpassen bij een datalek.

Mensen hebben geen idee. Wellicht denken ze dat facebook zorgvuldig met hun verkochte data om zal gaan. Het nieuwe mantra van facebook is immers 'Private is the future.' Maar dat gelooft natuurlijk niemand. Facebooks financiële model is gericht op het volledig benutten van persoonlijk data. Op dit moment verdient facebook bijna 35 dollar per Amerikaanse gebruiker per maand. Een Europeaan is ruim 10 dollar waard. Wereldwijd ligt het bedrag boven de 7 dollar. Dat moet groeien.

Het verkopen van je persoonlijke data is hetzelfde als jezelf verkopen. Natuurlijk zijn er vele beroepen waarbij mensen zichzelf verkopen. In allerlei gradaties. Het verschil zit hem echter in de controle: houdt je die zelf in de hand of geef je het uit handen aan techgiganten?

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*.

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



* De A-Klasse 250 e Business Solution Luxury Limited is er vanaf € 41.195,-. Deze consumentenadviesprijs is inclusief: geadviseerde kosten rijklaar maken € 1.200,-, recyclingbijdrage € 35,-, leges aanvraag kenteken € 40,70, recycling bijdrage li-ion accu € 110,- en leges tenaamstelling kenteken € 10,40. Netto bijtelling op basis van 37,35% inkomstenbelasting. De genoemde bedragen zijn rekenvoorbeelden. De genoemde bedragen zijn rekenvoorbeelden. De vermelde NEDC-waarden voor het gecombineerde brandstofverbruik en de CO₂-uitstoot zijn terugbepaald naar de waarden overeenkomstig de oude NEDC-testmethodiek. Gecombineerd verbruik: 1,4 l/100 km, 71,4 km/l. - CO₂-uitstoot: 32 g/km (NEDC). Voor officiële dealeradressen, kosten en leveringsvoorwaarden, zie mercedes-benz.nl.

De A-Klasse Plug-in Hybrid Business Solution. Sportief, compleet en scherp geprijsd.

De A-Klasse Plug-in Hybrid biedt het beste van twee werelden. Bij dagelijks gebruik 100% elektrisch rijden met een grote actieradius en bij langere afstanden probleemloos overschakelen op de benzinemotor. U laadt hem thuis eenvoudig op via het stopcontact of de wallbox. Geniet verder van het aantrekkelijke design en van het intuïtieve MBUX-multimediasysteem dat u altijd de zuinigste rijmodus aanbiedt. Rijdt u zakelijk? Ontdek dan onze scherp geprijsde en rijk uitgeruste Business Solution uitvoeringen. Meer info bij uw Mercedes-Benz dealer of op mercedes-benz.nl.

**U rijdt al met een A-Klasse 250 e Plug-in Hybrid Business Solution Luxury Limited
vanaf € 274,- netto bijtelling per maand*.**

EQ POWER

