

'Consument wil weer een financieel adviseur'

Aangemaakt: 18-11 15:13

Auteur: Alex Klein

De gemiddelde consument heeft volgens trendwatcher Adjiedj Bakas nog steeds weinig tot geen interesse voor financiële producten. Enerzijds veroorzaakt door een onoverbrugbaar gebrek aan kennis, anderzijds door het fenomeen keuzestress. Bakas voorspelt dan ook een toenemende populariteit voor de geprofessionaliseerde financieel adviseur. Een trend die in het Verenigd Koninkrijk al in gang is gezet.

De verregaande versoering van het pensioen, de woningmarkt en de zorgconsumptie zijn zaken waar de consument in het verleden totaal geen rekening mee heeft gehouden. Om die reden, zo stelt de trendwatcher, is de consument zichzelf financieel aan het herijken. "Bijna iedereen denkt dat de AOW blijft bestaan. Ik geloof daar helemaal niets van. Het is niet meer te betalen in een maatschappij met te veel oude mensen en te weinig jongeren die het geld moeten ophoesten", aldus Bakas.

En wat te denken van de zorgverzekering, vervolgt hij. "De laatste vijf jaar van een leven wordt net zo veel zorg geconsumeerd als in de tachtig jaar ervoor. Dat maakt de zorgverzekering op den duur onbetaalbaar. Mensen moeten er rekening mee houden dat ze steeds meer zelf gaan betalen voor hun zorg. Ook daar zet de versoering onverminderd voort."

Sober pensioen

De periode waarin wij nu leven, zal volgens de trendwatcher later dan ook de geschiedenis ingaan als de periode van de grote versoering. "We kunnen nog steeds met pensioen, maar wel een heel stuk soberder dan verwacht", zo stelt Bakas ons deels gerust. Bij een deel van de mensen begint dat besef volgens hem langzaam wel door te dringen.

"Je ziet ze wat zenuwachtig worden. De financiële crisis en de gevolgen daarvan heeft mensen aan het denken gezet. Is de AOW straks nog wel te betalen? Worden de pensioenen gekort? Keren de beleggingspolissen straks wel voldoende uit? Hoe lang staan hypotheeklen nog onder water? Hoe lang heb ik nog een baan?"

Uit pure noodzaak is men nu een beetje orde op zaken aan het stellen om een leuke oude dag veilig te stellen. "Mensen hebben er heilig in geloofd dat ze op een bepaalde leeftijd riant met pensioen konden gaan en komen er nu achter dat dit nog steeds mogelijk is, maar wel een heel stuk soberder."

Babyboomers

Recent onderzoek wees ook nog eens uit dat we een overschot aan koopwoningen krijgen als over vijftien jaar de babyboomers massaal hun huizen gaan verlaten. Gemeentes zijn intussen wel gewoon door blijven bouwen en hebben hier in hun beleid helemaal geen rekening mee

gehouden.

Voor veel babyboomers is de waarde van hun koopwoning onderdeel van het pensioen. Een overschot zal leiden tot lagere opbrengsten en dus een minder riantere oude dag. Bakas: "Daarbij komt nog dat jongeren huren net zo prettig vinden. Zij hechten meer aan het gebruik dan aan het bezit van goederen." Het is volgens Bakas ook een trend dat mensen zich meer gaan afvragen hoeveel geld ze nu eigenlijk echt nodig hebben.

"En dan blijkt dat het best met minder kan. Bijvoorbeeld door (hypotheek)schulden te saneren en gebruik te maken van steeds populairder wordende deel- en ruileconomieën. Dankzij nieuwe technologieën vinden mensen ook steeds meer manieren om een centje bij te verdienen. Via internet kun je tegenwoordig je auto delen met (of verhuren aan) anderen, leegstaande kamers verhuren, op bestelling eten koken voor mensen in de buurt, et cetera."

Keuzestress maakt onzeker

Veel mensen puzzelen met hun financiële situatie, maar tegelijkertijd ziet Bakas bij de consument een vorm van keuzestress ontstaan. "Consumenten hebben altijd vrij veel vertrouwen gehad in financiële instellingen. Die wisten het allemaal wel, zodat zij rustig hun ding konden blijven doen. Daarin zijn ze nu wel een stuk voorzichtiger geworden. Maar de consument heeft nog steeds weinig tot geen interesse voor financiële producten. De gemiddelde consument heeft daar ook helemaal geen verstand van en zal dat niet krijgen ook. Dat maakt het voor aanbieders nogal lastig om financiële producten een beetje sexy in de markt te zetten."

Behalve het gebrek aan kennis hebben mensen ook niet altijd zin om na werktijd met hun financiële huishouding aan de slag te gaan. Om die reden voorspelt Bakas een toenemende populariteit voor de financieel adviseur. "Net als hier is in het Verenigd Koninkrijk de markt voor het financieel advies gesaneerd en geprofessionaliseerd. Dat gebeurde daar veel eerder dan hier in Nederland en nu zie je de adviesmarkt in het Verenigd Koninkrijk weer opleven."

De gemiddelde consument krijgt keuzestress van het enorme aanbod aan producten en diensten, signaleert de trendwatcher. "In het Verenigd Koninkrijk is de consument inmiddels gewend en bereid om zijn adviseur per uur te betalen, wat hij vroeger natuurlijk ook al deed via de provisies. In Nederland komt dat besef ook weer terug. De consument zal op zoek gaan naar een financieel adviseur die hen helpt bij het maken van de juiste keuzes."

Machtige jongeren

De periode van de grote versobering waarin wij volgens Bakas nu leven, heeft op jongeren een heel andere uitwerking dan op de oudere consument. Jongeren groeien op met het idee dat er voor hen geen pensioen uit algemene middelen meer zal zijn. Zij weten dat ze veel langer zullen moeten doorwerken dan hun ouders.

Maar Bakas waarschuwt wel voor het verschijnsel dat veel jongeren door het gebruik van digitale betaalmiddelen de echte waarde van geld zijn kwijtgeraakt. "Het is belangrijk om ze dat weer bij te brengen. Er gebeurt al veel op dit vlak, maar het kan beter." Jongeren leven volgens hem wel weer soberder dan hun ouders. Een trend die zich verder zal doorontwikkelen.

"Jongeren hechten minder aan luxe, pakken het openbaar vervoer omdat ze niet per se een eigen auto voor de deur hoeven en vliegen low budget met Easyjet en Ryanair. Op termijn krijgen de jongeren ook meer macht. De ouderen vormen dan weliswaar een overgrote meerderheid, maar de schaarste geeft jongeren meer invloed om dingen te veranderen. Schaarste maakt duur, ouderen hebben de jongeren nodig."

Alex Klein is hoofdredacteur van InFinance