

'KLANTEN WILLEN BEST BETALEN VOOR FINANCIËEL ADVIES'

Tekst **Paul van Engen** | Fotografie **Mario Hooglander**



PAUL VAN OLST

praat met vijf Best in Class adviseurs over veranderingen in de adviesmarkt, execution only versus betaald advies, de rol van beleggingsadviseurs en meer. >



WILLIAM VAN DER MAAS |
Instituut voor Vermogensopbouw

BENJAMIN PRINS |
Legal & General

GREET VERNOOIJ |
Smit Vernooij

GILBERT JANSSEN |
Schretlen & Co

LODEWIJK WITTEVEEN |
Deutsche Bank

PAUL VAN OLST |
Head of Distribution, Fidelity

Benjamin Prins

‘Financieel adviseurs die zich al bezighouden met de totale financiële situatie van klanten hebben een grote voorsprong op andere adviseurs.’



► **Van Olst:** ‘Er voltrekt zich momenteel een fundamentele verandering in de adviesmarkt. Mede onder invloed van de AFM zijn de inzichten over optimaal beleggingsadvies gewijzigd. Hoe kijken jullie daartegen aan?’

Janssen: ‘Waar doe je het voor? Dat is de vraag die je aan elke klant moet stellen voordat je überhaupt beslist over vervolgstappen. Dat principe zal gemeengoed worden.’

Witteveen: ‘Dat uitgangspunt werd natuurlijk altijd al gehanteerd bij het advies aan vermogenden, maar het zal nu ook worden ingezet voor de massa.’

Prins: ‘Wat ik vanuit mijn positie signaleer in de markt voor intermediairs is dat ze zoekend zijn naar nieuwe totaaladvies-concepten. Ze hebben altijd flink achterover kunnen leunen. Als ze vijf gesprekken hadden met mogelijke klanten over een hypotheek en ze sloten er twee af tegen een gemiddelde hypotheeksom van € 500.000, compenseerde dat de rest. Dan was hun jaar goed. Nu moeten ze gaan bewegen en nadenken over hun businessmodel.’

Witteveen: ‘Is het niet treurig dat dergelijke adviseurs nu pas gaan nadenken over hun eigen rol en verdienmodel?’

Vernooij: ‘Mijn tenen gaan hier toch wel een beetje krom van staan. Ik heb ook een bedrijf dat moet blijven draaien. Maar de essentie is de klant. Die is voor mij belangrijker dan de vraag hoeveel ik aan hem verdien. Moeten we ons met z'n allen niet eerst afvragen hoe we het vertrouwen van klanten terugwinnen voordat we het gaan hebben over verdienmodellen?’

Prins: ‘Klanten worden nu nadrukkelijker geconfronteerd met de kosten van advies. Dat vraagt andere vaardigheden dan in het verleden. Intermediairs worden nu gedwongen om hun businessmodel dat in het verleden goed heeft gewerkt aan te passen aan de nieuwe tijd.’

Van der Maas: ‘Het is ook goed dat ze daarmee worstelen. Wij hebben in 2004 ons vermogensbeheerbedrijf ingericht op basis van wederzijdse afhankelijkheid. Dat wil zeggen: als de klant verdient, verdienen wij ook en als de klant minder verdient, verdienen wij ook minder. We hebben vanaf het begin alle retourcommissies en

provisies buiten de deur gehouden. Klanten betalen ons rechtstreeks voor de diensten die we leveren. En dat snappen ze. Ze vinden het prettig dat ik net zo afhankelijk ben van hun vermogen als zij dat zijn.’

Witteveen: ‘De kwaliteit van advies wordt volgens mij bepaald door twee zaken. Dat is de inhoudelijke kwaliteit van het product én in welke mate het advies wordt beïnvloed door zaken als provisie en fees. Of door het gegeven dat advies beïnvloed kan worden door targets die mij worden opgelegd door mijn werkgever. Ik denk dat de klant er recht op heeft om te weten wat de drivers zijn voor ons gedrag. Alleen dan kan hij precies beoordelen of ons advies overeenkomt met zijn eigen belangen.’

Van Olst: ‘Hoe ziet de adviesmarkt er volgens jullie over een jaar of drie, vier uit? Wordt het een groeimarkt of zal juist het execution only-fenomeen de overhand krijgen?’

Van der Maas: ‘Wij zien instroom uit diverse doelgroepen, maar vooral van senioren. Mensen die willen beleggen, maar dat niet zelf meer willen doen. Er zijn natuurlijk veel mensen die huiverig zijn om te beleggen, maar die ook beseffen dat sparen tegen 1 procent rente geen zin heeft.’

Janssen: ‘Is dat niet een merkwaardige contradictie? Mensen die aan de ene kant risico-avers zijn, maar anderzijds wel de noodzaak voelen om risico te nemen? Hoe gaan jullie daarmee om?’

Van der Maas: ‘Je hebt risico's en risico's. Als ik aan mensen vraag wat hun allergrootste angst is als ze denken aan beleggen, dan is het dat ze hun geld kwijtraken. Maar als je met oplossingen komt waarbij je de nominale waarde de eerste drie tot vijf jaar kunt behouden en daarna kunt opschalen, vinden ze dat prima. Zolang ze hun startkapitaal maar niet verspelen.’

Prins: ‘Financieel advies is een groeimarkt. Ik verwacht wel dat de financieel adviseur meer met multi-asset oplossingen van fondshuizen zal gaan werken om financieel advies betaalbaar te houden.’

Janssen: ‘Advies zoals we het nu kennen bestaat over vier jaar niet meer. Heel veel zal worden geautomatiseerd, waarbij je overigens even goed je financiële doelen kunt bereiken. Maar een klant met een vermogen van € 50.000 gaat straks de uurtarieven voor adviseurs niet betalen.’

Vernooij: ‘Dat weet ik niet, hoor. Als jij aan een klant met een beperkt vermogen duidelijk kunt maken dat je iets voor hem kunt betekenen, dat je manieren weet om zijn vermogen te laten groeien, bijvoorbeeld, dan heeft hij geld over voor dat advies.’

Van der Maas: ‘Het heeft allemaal te maken met goed uitleggen, een goede inventarisatie en continu de klant bij de hand nemen.’

Witteveen: ‘Het grote probleem voor de adviesmarkt is de zorgplicht. De zorgplicht conflicteert met de speelruimte die klant en adviseur nodig hebben. Voor een klant met een vermogen van € 100.000 kun je onmogelijk een volledige zorgplicht instellen. Dan verdien je niets meer aan hem.’

Van der Maas: ‘Als je je bedrijf lean and mean organiseert is dat best mogelijk. Wij hebben veel klanten met een vermogen van € 100.000 en daar maken we een prima marge op.’

Witteveen: ‘Dat is beheer. Ik heb het over advies.’

Prins: ‘Ik geloof wel dat vermogensadvies blijft bestaan. Er zal dadelijk een grote groep klanten tussen wal en schip vallen bij banken en vermogensbeheerders en die groep is overgeleverd aan execution only. Die mensen hebben wel advies nodig. Waarbij het niet alleen gaat om het beheren en adviseren met betrekking tot het vermogen, maar ook om bijkomende zaken als hypotheek, overlijdensrisicoverzekeringen, pensioen, et cetera. Zo ontstaat er een integraal totaaladvies. Die markt zal in mijn ogen enorm groeien.’

Van Olst: ‘Dan is nu de hamvraag: hoeveel kun je als organisatie voor financieel advies vragen en wat mogen klanten van je verwachten? Als ik zie wat er nu in Engeland speelt, is er een behoorlijk verschil tussen wens en werkelijkheid. Anders gezegd: Britse consumenten willen niet betalen voor advies, hooguit voor guidance.’

Janssen: ‘De sleutel tot betalen voor financieel advies is volgens mij de rol die je als adviseur speelt in de beleving van de klant, waarvoor hij bereid is om te betalen. Dat kan te maken hebben met performance of ontzorgen. Maar ik heb ook klanten die bij me zijn en blijven omdat ze weten dat er altijd iemand is die op de hoogte is van hun financiële situatie. Wij zullen voortdurend moeten demonstreren aan onze klanten waarvoor zij ons betalen.’

Witteveen: ‘Ik ben het met je eens. Maar adviseurs die bij een grootbank werken, zullen daar veel meer hun best voor moeten doen, want zij hebben de schijn tegen.’

Vernooij: ‘Financieel adviseurs moeten vooral doen waar ze goed in zijn en niet activiteiten erbij pakken omdat het beter voor hun marge is. En als ze doen waar ze goed in zijn, levert dat automatisch toegevoegde waarde op voor hun klanten. Voor die toegevoegde waarde willen klanten best betalen.’

Van der Maas: ‘Mee eens. Zelfs als dat betekent dat je af en toe streng moet zijn voor je klanten. Dat je zegt: nee, we stappen nu niet uit de markt omdat de media zeggen dat het zo slecht gaat met de economie. We houden vast aan ons plan.’

Witteveen: ‘Maar een plan is nooit een rechte lijn die het resultaat is van oorspronkelijke aannames. Er veranderen voortdurend dingen. Daar zul je als adviseur actief mee moeten omgaan.’

Van der Maas: ‘Natuurlijk. Er kunnen zich altijd omstandigheden voordoen waardoor je een beleggingsbeleid moet heroverwegen. Daarom geloof ik ook niet in traditionele benchmarks. Er is maar één benchmark en dat is de route die je samen met je klant uitzet.’

Prins: ‘Ik denk dat financieel adviseurs die zich al een tijd bezighouden met de totale financiële situatie van klanten een grote voorsprong hebben op andere adviseurs. Ik zie daar absoluut een interessante markt voor. Of dat ook geldt voor sec beleggings- of vermogensadvies, en of klanten daarvoor willen betalen, weet ik eerlijk gezegd niet.’

Janssen: ‘Het aantal beleggingsadviseurs dat we nu in Nederland hebben, zal decimeren. Het gaat straks inderdaad om de totaalbenadering van de klant. Er zullen altijd klanten blijven die het leuk vinden om te sparren met een adviseur over de goudprijs of de eventuele aanschaf van Australische dollars, maar die zullen het zelf gaan doen. De meeste klanten zal het worst wezen wat er in hun portefeuille zit, zolang ze er hun doelen maar mee halen. Ik denk dat de huidige beleggingsadviseur de rol van totaaladviseur prima kan vervullen, misschien met wat extra opleiding. Want vergeet niet dat ze vaak vertrouwenspersonen zijn van klanten. Dat moet je niet zomaar terzijde willen schuiven als organisaties.’

Van der Maas: ‘Ik denk ook wel dat het merendeel van de beleggingsadviseurs de competenties heeft om zo'n nieuwe rol op zich te nemen. Maar ze zullen wel moeten meebewegen, denken vanuit de klant in plaats van vanuit de markt. Doen ze dat niet, dan is hun rol overbodig.’ ●

Gilbert Janssen

‘Een klant met een vermogen van € 50.000 gaat straks de uurtarieven voor adviseurs niet betalen.’