

Ieder financieel advies een kunstwerkje

Het afgelopen jaar heb ik een cursus beeldende vormgeving gedaan. Als enige haan in het hennenhok, want zo'n cursus doe je natuurlijk niet als echte man (net zo min als zingen in een pop-koor. En ja hoor, u raadt het al...).

Cursusleider Irene is beeldend kunstenaar en organiseert vele vormen van workshops en cursussen. Ze laat de cursist met verschillende technieken kennis maken. Vertelt je daarbij wat je vooral wel of niet moet doen, maar laat je verder wel je gang gaan. Op een gegeven moment ontdekte ik in gesprekken dat er andere cursisten waren, net als Irene ook beeldend kunstenaar, die zelf ook workshops en cursussen gaven.

Mijn speksteen bewerkend – wat heerlijk ontspannend is – zette me dat wel aan het denken. Hoewel iemand de van Irene geleerde techniek onder de knie kan krijgen zal niemand een kunstwerk kunnen maken dat gelijk is aan het werk van Irene. Iedereen zal er zijn eigen gevoel inleggen. En dat maakt ieder kunstwerk weer zo boeiend en uniek. Waarbij het ene je als toeschouwer natuurlijk meer aan kan spreken dan het andere; over smaak valt echt wel te twisten.

Als ik terugdenk aan de periode, waarin ik effectief met klanten om tafel zat om hen te adviseren en ik laat die klanten zo nog eens de revue passeren (jawel, het is best een tijdje geleden, maar een aantal van hen heb ik nog goed voor ogen) dan was er niet één klant die met precies dezelfde wensen, verlangens en uitdagingen aan kwam zetten als een andere. Iedere klant was uniek. Natuurlijk waren er op elkaar lijkende wensen: “ik wil eerder stoppen

met werken”, “ik zou er best een tijdje tussen-uit willen”, “ik hoor dat studerende kinderen kostbaar zijn; hoe zit dat en wat kan ik er aan doen?” en natuurlijk “ja, dat is het huis van onze dromen en daar willen wij maar al te graag wonen”. Maar wanneer ik dan dieper op deze wensen in ging en doorvroeg naar wat mijn klant(en) precies wilden, dan zat er per klant een hoop verschil in.

BESTE ADVIES

Met mijn klanten besprak ik dan ook dat ik nooit zou pretenderen het *beste* advies te geven. De hiervoor genoemde wensen invullen kan namelijk op ongelofelijk veel verschillende manieren. Omdat ik uit de verzekeringshoek kwam, lag mijn focus bij de wens ‘eerder stoppen met werken’ in eerste instantie op de lijfrenteverzekering. Maar waarom? Zeker als het de klant er om ging om gedurende een bepaalde periode (bijvoorbeeld van 60 tot 65) geld te hebben, slaat het eigenlijk nergens op om een lijfrente te nemen. Dat is een verzekering tegen het lang-levenrisico en dient dus bij een afgebakende periode geen doel. Natuurlijk betrek je het feit dat er fiscale voordelen zijn mee in de overweging om een klant wel of niet een lijfrente aan te bevelen, maar ‘het beentje lichten van de fiscus’ mag geen doel op zichzelf zijn. Dus gewoon vermogen vormen en opeten, een hypotheekvrij huis weer belenen – het zijn allemaal oplossingen die mogelijk

zijn. (Waarom lees ik dan dat 94 procent van het intermediair geen vermogensproducten – niet zijnde verzekeringen – in zijn assortiment heeft zitten?)

Het gevoel dat de klant heeft bij een advies is van groot belang. Ooit maakte ik een uitstekende berekening en een opzet voor vermogensoverheveling van een kapitaal uit een (ouderwetse) kapitaalverzekering van vader naar twee kinderen. Ik was er erg trots op. Scheelde toch mooi enkele tienduizenden gulden schenkingsrecht. (En dat zou mede mijn adviesnota rechtvaardigen, bedacht ik.) De overheveling zou wel over een paar jaar verdeeld moeten worden en ieder jaar moest men de begunstiging wel ‘even’ aanpassen. Toen ik later mijn klant – de zoon – sprak en vroeg wat ze met mijn (overigens al betaalde) advies hadden gedaan, vertelde hij dat pa het bedrag in één keer had uit laten keren, het geld onder zijn kinderen verdeeld had en het schenkingsrecht had overgemaakt aan de fiscus. Vader had net zijn zaak verkocht, tien miljoen gecashd en wilde geen gedoe meer.

GEMENGDE GEVOELEN

Wanneer ik in deze laatste VVP van dit jaars eens terug kijk naar wat zich in de financiële branche allemaal afspeelt, dan heb ik gemengde gevoelens. Ik verwachtte begin dit jaar een historische verandering, aangezet door andere wet- en regelgeving (transparantie) en de kredietcrisis. Van banken mocht je een behoorlijke koerswijziging verwachten. Maar ondanks het advies van de commissie-Maas (‘de klant centraal’) zie ik hier nog niet veel van terecht komen.

Binnen de intermediaire kolom is nog veel verzet tegen de nieuwe wensen van de maatschappij waarin wij leven, en worden er nog behoorlijk wat hakken in het zand gezet. Faillissementen zadelen heel wat huishou-



Rob Goedhart: “Lichtpuntjes.”

dens op met problemen. Niet alleen het in het oog springende DSB-debacle; ook de faillissementen van intermediairs. Want zij hadden toch ooit bijvoorbeeld een langjarige hypotheek of lang durende verzekeringen voor hun klanten geregeld? Waar moeten die mensen nu heen met hun vragen en aanpassingswensen over de producten?

TEKENEN VAN HOOP

Er zijn echter ook tekenen van hoop. Ik was bij een tweetal boekuitreikingen. In een kerk in Heusden lanceerde Ivo Valkenburg zijn boek *Spirit in Finance* met een prachtig voorwoord van zijn vader Leen; een good old intermediair die toen aan zijn laatste levensfase bezig was, maar een fascinerend oog voor de toekomst had! Soms moet je even fronsen als je de ideeën van Valkenburg leest over hoe we met geld om zouden moeten gaan. Maar het plaatst wel heel pregnant dat geld ‘slechts’ een van de middelen is, waarmee wij ons leven vorm geven.

Eureko Academy Life & Pensions liet dr. André de Waal het boek *Passie voor je vak* schrijven. Daarin schrijft hij: “De passie van de excellente financiële dienstverlener blijkt uit zijn grote aandacht voor en grote interesse in manieren waarop hij de positie van zijn klanten en medewerkers continu kan verbeteren. De excellente dienstverlener streeft dus voortdurend naar vergroting van zijn toegevoegde waarde voor klanten.” En dan volgt er een passage die mij heel sterk aantrok: “Dat lukt hem doordat hij zijn klanten echt kent. Hij is altijd op de hoogte van hun wensen, hun waarden en hun drijfveren.” Hierbij acht De Waal contact houden met en feedback vragen van klanten van groot belang. Ik denk dat hierin nog een wereld te winnen is.

Ik weet dat een hoop mensen zoeken naar andere vormen van financiële diensten verlenen. Dat merk ik ook aan de contacten die ik heb via de Stichting Excellent Adviseren. Een nog jonge beweging met geïnspireerde mensen, die een platform willen bieden waarop

een iedereen welkom is die van financieel dienst verlenen weer echt een *dienst* willen maken. Met een daarbij passende houding van *dienstbaarheid*. Die met elkaar uitdagingen én oplossingen willen delen.

OLIEVLEK

De olievlek breidt zich uit. En volgens mij is er nog genoeg plek voor financieel adviseurs, die hun dienstbaarheid gepassioneerd in willen gaan vullen. Mijn gevoel (en ervaring) zegt dat heel veel consumenten geldzaken op zichzelf niet het leukste gezelschapsspel vinden en best geholpen willen worden in keuzes maken en ordenen.

Natuurlijk moet de financieel adviseur kennis hebben van allerlei economische, fiscale en juridische aspecten die het sparen, beleggen, verzekeren en lenen omgeven. Maar belangrijker is de vraag wat de klant nu eigenlijk wil. De vaardigheid om dat in samenspraak met je klant te achterhalen is – ook in opleidingen – nog te vaak onderbelicht.

De financieel adviseur (m/v) die op deze manier met klanten om wil gaan, het opstellen van een klantprofiel niet ziet als een van bovenaf opgelegde pandoer, maar het beschouwt als een bij het vak behorend automatisme omdat hij dan pas werkelijk kan invullen wat die klant wenst – of kan beargumenteren dat wat de klant wil financieel echt niet haalbaar is – is spekkoper.

Misschien valt er – in geld – niet meer zoveel te verdienen als vroeger bij het sluiten van een forse hypotheek, pensioenpost of arbeidsongeschiktheidsverzekering. Maar de kick van het feit dat je iets specifiek voor die klant in orde hebt gemaakt is ook heel veel waard!

Wie zo werkt hoeft geen last te hebben van concurrenten. Van concurrentie is sprake als een ander – nagenoeg – hetzelfde kan bieden als jij. De financieel adviseur, die met passie voor zijn klant aan het werk gaat, verkoopt geen product of dienst maar zichzelf. En niemand anders is in staat om hem te verkopen dan hijzelf. Want die adviseur is uniek. En hij levert zijn klant een uniek, passend advies. Helemaal op maat gesneden en gebeeldhouwd. Feitelijk: een uniek financieel kunstwerkje; met technieken die hij eventueel van collega's leert. Op die manier kunnen ook financieel adviseurs elkaar helpen.

Ik wens iedereen een geïnspireerd en inspirerend 2010. ■