

Speech Bob Veldhuis, Algemene ledenvergadering Adfiz, 2 juni 2010 te Baarn

Dames en Heren, leden van Adfiz, beste collega's, graag heet ik u van harte welkom op onze 2^e Algemene Ledenvergadering. Eergisteren hebben wij een bericht uit laten gaan over het stoppen van ons Fidin-initiatief. Met Federatie Fidin beoogden wij een gezamenlijke intermediaire vuist te maken. Toen wij als NBVA en NVA twee jaar geleden onze intentieverklaring tot oprichting van Fidin tekenden, zag de wereld er nog een tikkeltje anders uit dan een jaar later en nog weer anders dan vandaag. De economische crisis laat diepe sporen na onder het intermediair, de pensioen- en hypotheekadviseurs en de serviceproviders. Dit beperkt de financiële armslag van onze zusterverenigingen aanzienlijk. Valt de klap onder de schadekantoren relatief nog mee met een globale min van rond de 5% over 2009, onder de leven- en hypotheekadviseurs is de terugslag aanzienlijker. Dat veel serviceproviders het ook niet eenvoudig hebben, is een *understatement*.

Adfiz pompt jaarlijks 1,5 miljoen euro in ons lobbyvehikel Fidin. Wij hadden graag gezien dat we dit bedrag konden vergroten tot boven de 2 miljoen door aansluiting van onze collega-verenigingen. Dit blijkt niet langer haalbaar, waar het een half jaar geleden nog binnen handbereik leek. Het spijt ons zéér, dat de branchebrede lobby er niet in zit. Vandaag niet en het was ook niet reëel te veronderstellen dat aansluitingen in 2011 te voorzien zijn. Ons besluit wordt breed betreurd en neem van mij aan: ons bestuur voorop.

Een vraag die opkomt is: hadden we toch vandaag Fidin niet kunnen uitbreiden of in stand houden? Uiteraard, maar wij vonden dit financieel onverantwoord. Adfiz + Fidin is ineffectiever en kostenintensiever dan sec Adfiz. Deze investering vonden wij het waard om de poging te wagen, maar niet om langjarig solo te continueren.

Eindigt hiermee het streven tot een gezamenlijke lobby? Het einde van Fidin betekent niet het einde van de samenwerking met onze collega-verenigingen. Die achten wij nog van even groot belang als twee jaar geleden. Onze wederzijdse contacten zijn goed en we zullen blijven streven naar een gezamenlijk optrekken, maar niet langer in een formeel federatief verband. Wij zullen de komende periode zorgen voor een succesvolle samenvoeging van Fidin en Adfiz, hetgeen niet halsoverkop zal geschieden, want ons werk gaat gewoon door en vraagt onze volle aandacht. Wij streven ernaar in het vroege najaar onze directie te kunnen uitbreiden. Deze persoon zal zich volledig op de lobby richten, dus moet beschikken over een breed netwerk en daarnaast ons in de publiciteit succesvol kunnen vertegenwoordigen.

De discussie omtrent de CAR zal u vast en zeker niet zijn ontgaan. Alhoewel vandaag de CAR-storm wat is gaan liggen, althans naar buiten toe, is het dossier beloning nog steeds een actuele. In Europa wordt nieuwe regelgeving voorbereid. Wij vinden het noodzakelijk hier directe invloed in Brussel op uit te kunnen oefenen. Niels Mourits en Rob Groenemeijer voerden deze internationale portefeuille, naast alle andere. Wij zien het als een stap voorwaarts dat we nu met Rob Groenemeijer in Brussel dicht bij de bron ons kunnen doen gelden. Een betere timing dan nu met IMD 2 en Prips in voorbereiding kan ik mij nauwelijks voorstellen, evenmin een geschiktere kandidaat.

Behalve een gebrek aan integriteit wordt het intermediair een gebrek aan deskundigheid verweten rondom het dossier beleggingsverzekeringen. De politiek kan niet anders dan generieke besluiten nemen, dus zijn wij allen terug naar de schoolbankjes verwezen. Niels Mourits gaat zich de komende tijd inzetten voor een evenwichtiger opleidingsplan, dat meer recht doet aan de diverse en uiteenlopende achtergronden van onze beroepsgroep. Dit zal de acceptatie van het WFT-pe stelsel vergroten, alsmede de effectiviteit en betaalbaarheid. Het in het leven roepen door de overheid van een separate pensioenmodule per 2012 was onvermijdelijk en zelfs gewenst. Indien er geen vrijstelling komt voor bijvoorbeeld de specialisten die de titel Register Pensioenadviseur dragen, zou dit blijken geven dat de overheid nog weinig geleerd heeft van de afgelopen pe-jaren. Wij pleiten ervoor zo spoedig mogelijk doch uiterlijk met de herziening in 2012 over de volle breedte van de huidige pe, een stelsel in te voeren dat meer aansluit op de achtergronden van de beroepsgroep, dus gedifferentieerder van aard is, dus effectiever. Niels Mourits gaat de portefeuilles deskundigheid en opleidingen voor ons trekken. Hij zal samen met Hans Ruiten leiding geven aan ons opleidingsinstituut. Het Adfiz opleidingsinstituut is de afgelopen jaren zeer sterk gegroeid. Door de fusie van NBVA en NVA is een verdere groei te voorzien. Ons einddoel is uit te groeien tot hét intermediaire opleidingsinstituut, waar de gehele beroepsgroep tegen relatief lage kosten kwalitatief hoogwaardige opleidingen kan genieten.

Wij hebben recent een onderzoek laten uitvoeren onder onze zogenaamde stakeholders: politici, de AFM, consumentenorganisaties, hoogleraren en vertegenwoordigers van de financiële pers hebben wij gevraagd naar hun visie op het intermediair. Dit onderzoek heeft ons bevestigd in de opvatting dat het noodzakelijk blijft, dat wij blijven investeren in onze deskundigheid. Daar ligt één van onze grootste toegevoegde waarden voor de klant: in onze professionaliteit. Sterker: dat is ons bestaansrecht. Onze professionaliteit en deskundigheid moeten verheven zijn boven die van de directe en bancaire kanalen. Evenals onze onafhankelijkheid. Wij moeten onze klanten een brede en onbevooroordeelde keus kunnen bieden. Aan onze integriteit mag niet worden getwijfeld, dit moet eigenlijk geborgd zijn, een USP voor het intermediair.

Vandaag stellen wij twee codes aan u voor. Meer zullen er moeten volgen. Dit is geen *windowdressing*, maar noodzakelijke hygiëne. Voor velen in de branche en hopelijk voor al onze leden een vanzelfsprekendheid. Wij kunnen in de vereniging niet accepteren dat met onze regels de hand wordt gelicht. Deze verankering van 'normen en waarden' brengt dus automatisch het hoofdstuk 'handhaving' in beeld. Realiseert u zich dat dit ook 'tucht' met zich meebrengt. Dit verwacht de overheid en de toezichthouder van ons. Wij zullen hierover met de Ledenraad in gesprek gaan. Normen, waarden, handhaving en tucht, stuk voor stuk begrippen van vroeger, uit de tijd dat vertrouwen nog heel gewoon was. Wij kunnen geen vertrouwen herstellen met vrijblijvendheid. Adfiz moet hierin een voortrekkersrol vertolken. Dat is onze verantwoording. Wij zullen bejiveren dat ons gedachtegoed bredere opvolging zal krijgen, daarop hebben wij echter geen directe invloed. Die is beperkt tot onze eigen vereniging.

Omdat wij dóór willen, betekent dit dat wij als Adfiz-leden ons zullen gaan onderscheiden van een deel van onze niet georganiseerde collega's. Dat is niet ons doel, maar een onvermijdelijke consequentie.

Acht jaar geleden telden wij nog 20.000 collega's, nu nog ruim 9.000. Alhoewel objectief aangenomen mag worden dat onze kwaliteit van hoger niveau is thans dan 8 jaar geleden, is onze reputatie bedenkelijker en die bedreigt onze beroepsgroep. Het is niet te verwachten, dat het aantal intermediairs niet verder zal afnemen. Wilt u overleven, dan zult u tot de kopgroep moeten behoren. Adfiz wil die kopgroep zijn en faciliteren. Wie wil overleven, zou zich bij ons moeten aansluiten. Na de oorlog hebben een waar leger van verzekeringsagenten er voor gezorgd dat Nederlanders zich gingen verzekeren. Wij hebben daarin een grote maatschappelijke rol gehad. Van verkopende agenten zijn wij geëvolueerd tot adviserende intermediairs. Inmiddels is het in de branche *bon ton* de klant centraal te stellen. Velen van ons zullen zich niet direct aangesproken voelen. Dat deden wij immers al jaren.

Alle verzekeraars en banken hebben zich kort geleden in officiële documenten ten doel gesteld *de klant écht centraal te stellen*. Alhoewel ik de aanbieders prijs om hun streven en dit onmiskenbaar positieve gevolgen voor de klant zal hebben in de zin van betere producten en dienstverlening, twijfel ik aan de haalbaarheid van deze missie. *In the end* is een beursgenoteerde bank of verzekeraar groei- en winstgedreven. Hij zal beter moeten *performen* dan zijn directe concurrenten. Doet hij dat niet, dan ontwikkelt zijn beurskoers niet of negatief en zal hij uiteindelijk niet overleven. Vergroting van het resultaat wordt bereikt door kostenreducties (zijn personeelssaneringen direct in het belang van de klant?) en omzetvergroting. Winstmaximalisatie is tegenwoordig geen geliefde term meer, maar blijft een bedrijfseconomische noodzaak voor beursgenoteerde auto- en olieverkopende organisaties, zo ook voor financiële producten verkopende banken en verzekeraars. Nogmaals met alle respect en waardering voor het voornemen van onze aanbieders, zal het slechts weinigen gegeven zijn écht invulling te geven aan het doel de klant écht centraal te stellen in de dagelijkse executie van koop en verkoop. Eenvoudigweg omdat de belangen niet altijd parallel lopen.

Mijn opmerkingen over de aanbieders zijn niet bedoeld om hen in de hoek te zetten, maar om als inleiding te dienen tot en de noodzaak te illustreren van een nog grotere uitdaging voor ons. Wij evolueren van verkoper van verzekeringsproducten, van distributiekanaal van de verzekeraars tot adviseur van de klant, tot onafhankelijke inkoper voor de klant. Wij zijn niet van de verzekeraars, wij zijn geen distributiekanaal, wij zijn een inkoopkanaal en als we al van iemand zijn, dan zijn we van de klant. De enig toekomstvaste positie van het intermediair is aan de kant van de klant.

Daarin moeten wij niet doorslaan door met onze rug naar de aanbieders te gaan staan, maar als wij spreken over *partners in business*, moeten wij primair denken aan de klant. Wij staan hem bij, wij behoeden hem tegen miskopen, wij kopen voor hem de best passende financiële producten in tegen de beste prijs bij de geschiktste aanbieder. Dát is de essentie van passend adviseren.

Klanten verkeren in een ondergeschikte positie ten opzichte van de aanbieders wat betreft kennis en macht. Onze rol is deze onbalans te herstellen. Impliciet geven wij al jaren invulling van deze rol. Onze reputatie is nauw verweven met die van de verzekeraars en banken. Dit brengt risico's voor ons mee. De maatschappelijk verschillende rol van fabrikant/leverancier enerzijds en adviseur/inkoper anderzijds vraagt om een explicietere vormgeving. In dit licht bezien is een *agentschapsovereenkomst* een vreemde figuur. Wij zullen de aanbieders inkoopcontracten moeten voorleggen, waarin expliciet

omschreven staat dat wij namens de klant bij hem inkopen, wat wij van de aanbieder verwachten en welke taken wij voor hem uitvoeren in de executie van zijn financiële producten en hoe wij de beloning vormgeven. Een ander voorbeeld is de Stichting Financiële Dienstverlening, dat bijna 90% van het intermediair begeleidt in compliancy en daarbij eveneens een belangrijke rol voor de AFM vervult.

Bestuurlijk is in onze visie geen visie geen plek meer weggelegd voor aanbieders daar waar het gaat over het toezicht op het onafhankelijke intermediair. Expliciete en definitieve positionering aan de kant van de klant distantieert ons meer van de aanbieders, niet in de zin van afwenden of verwijderen, maar in meer afstand nemen.

Een rigidere vorm zou gevonden kunnen worden in *product approval*. Adfiz, een Adfiz-cluster of een andere intermediaire instantie beoordeelt financiële producten van aanbieders en verstrekt goedkeuring of niet. Geven wij onze goedkeuring, dan vergroot het onze verantwoordelijkheid voor deze producten, we hebben er immers als specialisten naar gekeken en ze akkoord bevonden. Keuren we ze af omdat ze te weinig toegevoegde waarde hebben of te risicovol zijn, dan bewijzen wij onze klanten een goede dienst. Ik hoef u er denk ik niet van te overtuigen wat voor oordeel de aandelenlease-, vliegwiel- en vermogensverdriedubbelaarsconstructies van ons hadden gekregen. Ook hierover willen wij dit najaar met u in gesprek. Durven en willen wij deze verantwoordelijkheid te nemen en op welke wijze kunnen wij dan het beste invulling geven aan een positie aan de kant van de klant en op een wat grotere afstand van verzekeraars en banken.

Tot slot komt uit ons stakeholderonderzoek naar voren, dat wij als beroepsgroep te weinig verantwoordelijkheid nemen in het sterker maken van de klant. Dat is deels logisch want de 'zwakkere' klant komt juist naar ons voor hulp. Het is desondanks in het belang van de gehele sector om de klant te 'empoweren'. Consumenten, zzp-ers en kleine ondernemingen zouden over meer financiële basiskennis moeten beschikken. Dat behoedt ze voor misstappen, maar bedriegers zijn van alle tijden en klanten zullen impulsief en naïef blijven handelen. Als wij echter niets ondernemen om hun weerbaarheid te vergroten en dus het risico tot nieuwe drama's te verkleinen, zal dit blijven afstralen op onze reputatie. De overheid zal vervolgens beschermende maatregelen moeten nemen, zoals een nog strenger toezicht en dus nog meer administratieve lasten of onzinnig ogende voorschriften. En het spijt mij, maar de maatmens financiële bijsluiter en ons dienstverleningsdocument schaar ik echt onder deze noemers. Adfiz wil derhalve een bijdrage leveren om klanten sterker te maken en een einde te maken aan het tijdperk van Koning Eenoog. Eenvoudigweg door de blinden wat meer zien te maken. Dit najaar willen wij hier wederom in overleg met u meer invulling aan geven. Wij zien hierin niet slechts een rol voor de vereniging, maar juist ook een kans voor de leden zich hier lokaal of regionaal op te profileren.

Ik weet het, wij zijn jongens en meisjes van de gestampte pot. En Adfiz wordt geen New Age. En het zal nog jaren duren voordat ik op verantwoorde sandalen in Oibibio mijn voorzittersrede aan u zal uitspreken in dichtvorm, maar maatschappelijk verantwoord ondernemen is geen exotische maaltijd meer voor ons. Verantwoord ondernemen is een keiharde maatschappelijke verwachting geworden,

voorkomt reputatieverlies in de toekomst en draagt bij aan reputatieherstel op korte termijn. Kortom voldoende uitdagingen voor ons, maar nog meer kansen.

Wat in mijn opsomming der zaken heeft ontbroken, is de beloningskwestie, die zo heeft opgespeeld rondom de CAR. Laat ik er dit over zeggen. Wij interpreteren CAR als een instrument om de markt te ordenen. Behalve dat ons die inrichting niet aansprak, vonden wij de volgorde onjuist. Wie ideeën heeft om de markt te veranderen, moet daar dan ook beginnen en niet bij de beloning, die vloeit logischerwijze voort uit de gewijzigde marktomstandigheden. Adfiz is van mening, dat het intermediair niet langer distributiekanaal is maar adviseur, geen verkoper maar inkoper, geen partner in business is van aanbieders maar primair van de klant. Dit model willen wij expliciteren en verankeren. Daaraan verbonden of logisch hieruit voortvloeiend is het antwoord op de onvermijdelijke beloningsvragen. Vooruitlopend op deze vragen, hebben wij alvast twee antwoorden:

1: wij zullen nimmer akkoord gaan met de vormgeving van een beloning, die ons verder in een *unlevel playingfield* trekt. De concurrentie is moordend en de directe en bancaire kanalen hebben een grotere speelruimte dan het intermediair. Wij zijn blij, dat de AFM gaat optreden tegen de tipgelden van banken aan makelaars. Wij leggen ons niet neer bij het niet optreden van de NMA tegen koppelverkooppraktijken van dezelfde banken. En zullen geen medewerking verlenen aan welke maatregel dan ook die onze concurrentiepositie verder verslechtert.

2: wij blijven van mening, dat aanbieders het intermediair zullen moeten betalen voor de taken die wij voor hem uitvoeren in het kader van de executie van zijn financiële producten, zoals wij die hebben ingekocht voor onze klanten.

Ik rond af. Ik ken geen sector, die zo getroffen is door wettelijke maatregelen en verscherpt toezicht als de onze. Geen sector die zo gebukt gaat onder een geschonden imago. Wij hebben als totale beroepsgroep in economisch moeilijke tijden grote stappen voorwaarts gezet. Wij zitten midden in een enorme professionaliseringsslag, de één noemt dat transitie, de ander sanering. Ik noem het vooruitgang. Uit alle onderzoeken blijkt, dat klanten nog altijd met ons weglopen, dat zij ons nodig hebben. Onze rol is van groot belang.

Ik begrijp dat het moeilijk is in deze tijden, maar toch roep ik op tot *hertrotsing* van het intermediair. Als wij objectief bezien, wat wij maatschappelijk betekenen, van welke waarde wij zijn, hoe ontzettend veel klanten wij van dienst zijn, ze behoeden voor malheur en wat wij mee helpen mogelijk maken, dan mogen wij best wat meer trots uitstralen.

Zonder de financiële sector is er geen economie, geen beweging. Dat maken wij mede mogelijk en wij zijn de smeerolie in die grote machine. Ondanks alle butsen die we de afgelopen jaren hebben opgelopen en zonder dat wij weglopen voor onze verantwoordelijkheid, roep ik bij de opening van de tweede algemene ledenvergadering van Adfiz voorzichtig maar overtuigd op tot wat meer zelfvertrouwen en trots.

En met die oproep verklaar ik onze vergadering voor geopend.