

**Anderhalf jaar geleden haalde journalist en econoom Erica Verdegaal zich de woede van de financiële advieswereld op de hals door de uitspraak dat het intermediair een overbodige beroepsgroep was. Dat leverde haar tachtig 'hatemails' op. Ondanks de inspanningen van de AFM en brancheorganisaties om de kwaliteit van het intermediair te verbeteren, denkt ze er nu nog precies hetzelfde over.**

door Dick Spelt



**'Financiële opvoeding van de consument is een terrein waar kansen liggen voor het intermediair'**

# Verdegaal ziet alleen toekomst voor planners

**D**e klassieke tussenpersoon heeft geen toegevoegde waarde en zal als tussenschakel uiteindelijk uit de bedrijfskolom vallen”, is de overtuiging van Verdegaal. Zij ziet diverse tekenen die daarop wijzen. Zo maakt de discussie over het verdienmodel Customer Agreed Remuneration (CAR) volgens haar duidelijk dat de liefde van de verzekeraars voor het intermediair behoorlijk over is.

Bovendien wordt het via internet voor de consument steeds gemakkelijker om producten te vergelijken. Daarnaast is in haar ogen het ‘budgetverzekeren’ in opkomst. Ze wijst op voorbeelden als Inshared, met een product voor mensen die weinig claimen, en Brand New Day, met een fiscaal aantrekbare pensioenbelegging tegen geringe jaarkosten van 0,5 à 0,6%. Het verhaal is eigenlijk heel simpel, zegt ze. “Als de verzekeraars echt transparant worden en de klant al zijn producten en adviezen via internet kan krijgen, is de klassieke tussenpersoon overbodig geworden.”

## Opvoeding

Een uitzondering op dit hele verhaal is volgens haar de ‘financial-lifepanner’ die in zijn advies niet uitgaat van producten, maar nagaat wat de klant eigenlijk met zijn leven wil. “Had ik zelf een intermediairbedrijf, dan was ik een aantal jaren terug al overgestapt naar deze vorm van advisering”, zegt ze. Volgens haar een specialisatie met toekomst, omdat de Nederlandse consument in haar ogen een behoorlijke onbenul is waar het zijn financiële zaken betreft. “Hij heeft moei-

te zijn risico’s in te schatten, is gemakkelijk en kan absoluut niet rekenen, waardoor hij financiële producten niet weet te doorgronden. Iets waar marketeers dankbaar gebruik van maken.” “Dat houdt wel in dat financiële opvoeding van de consument nu juist een terrein is waar kansen liggen voor het intermediair”, vindt Verdegaal. “Op de site van de Vereniging Onafhankelijke Financieel Planners staat bijvoorbeeld een hele lijst met gegevens en productrecensies die de klant kan gebruiken om zijn ‘huiswerk’ te doen. Dat scheelt een heleboel adviesuren en maakt de klant tot een betere partner voor de adviseur.”

## Provisie

Het wordt wel eens tijd dat consumenten beter naar hun risico’s kijken, vindt ze. “Je slaat er steil van achterover, als je ziet wat mensen allemaal afsluiten aan consumptief krediet. Ik vind ook dat een goede assurantieadviseur zijn klanten voor dit soort producten zou moeten waarschuwen. En ze zeker niet zelf zou moeten verkopen.” Verdegaal zet ook vraagtekens bij het provisieverhaal van de tussenpersoon. Provisie zou ook noodzakelijk zijn, omdat de tussenpersoon zoveel werk aan een klant heeft. “Wij helpen u om uw claims te innen, zegt de tussenpersoon. Maar ik ben zelf via de Rabobank verzekerd en bij schadegevallen heb ik de bank nog nooit nodig gehad. Ik bel rechtstreeks met Interpolis en dan wordt de zaak netjes opgelost. Als consument kun je dit prima zelf doen.”

## Banken

De adviseur bij een bank is overigens niet veel beter, vindt ze. “Adviseurs bij banken zeggen nooit wat over hun provisie-inkomsten, maar vrijwel elke bank geeft zijn adviseurs bonussen of punten voor verkochte producten. Die

kleuren zeker het advies, want de bankadviseur verdient er zijn brood mee.” “De AFM maakt zich weliswaar sterk voor transparantie op adviesgebied maar ik denk niet dat hun toezichtmodel er ooit toe zal leiden dat het intermediair honderd procent perfecte adviezen gaat geven. “Ik wil helemaal niets afdingen op de kwaliteiten van de AFM, maar door het huidige toezicht is de focus op de regels komen te liggen. Een bedrijf voldoet aan de eisen als de regels goed worden nageleefd. Maar de uiteindelijke vraag is natuurlijk of je als klant baat hebt bij hun advies. Consumenten moeten beter af zijn nadat ze door zo’n bedrijf zijn geadviseerd en dat is iets waarvoor de AFM geen garantie kan geven.”

## Levensbelang

Verdegaal krijgt regelmatig mails van tussenpersonen die commentaar hebben op de kostenstructuur van anderen. “Via via kreeg ik pas weer een mail van een adviseur die commentaar had op de kosten van internetverzekeraar Brand New Day. Zelf zijn we heel transparant, meldde hij. Ik wil dan wel eens kijken hoe zijn kosten in elkaar zitten. Vervolgens zie ik op de website van zo’n bedrijf de zinsnede dat zij ‘zeer transparant werken en dat de kosten vermeld staan op het aanmeldingsformulier voor de polis’. Nou daar zakt echt mijn broek vanaf.” “Volgens mij is een transparante kostenstructuur voor de assurantiebranche echt van levensbelang. Als het kostenplaatje van een beleggingsproduct ondoorzichtig is, is dat meestal een teken dat er te veel kosten voor dat product in rekening worden gebracht. In die zin werkt zo’n structuur als een soort rookgordijn.” Zelf heeft ze er veel plezier in om kosten door te rekenen. Als dochter van een ondernemer – haar ouders hadden een





Erica Verdegaal (50) is getrouwd en woont met man en zoon in Friesland. Ze werkte ooit bij modeontwerpster Fong Leng en ging vervolgens Economie en enige tijd Filosofie studeren. Na een periode in het bedrijfsleven bij onder andere Andersen Consulting en de LOI koos ze voor de journalistiek en specialiseerde zich op advies van een vriend in financiële producten. Zij maakt columns voor NRC Handelsblad en werkt mee aan radio- en televisieprogramma's. Ook heeft ze een reeks boeken over financiële zaken op haar naam staan. Haar kritische benadering van de branche levert haar zo nu en dan een stroom 'hatemails' op met opmerkingen als "een kip zonder kop praat nog zinniger dan jij".

→ bollenkwekerij – leerde zij al vroeg dat ondernemen gebaseerd is op goed rekenen. "Toch ben ik altijd bang dat ik door de mand val, omdat zo'n bedrijf mij om de tuin weet te leiden. Dat is misschien ook de reden dat ik zelden bij verzekeraars of tussenpersonen op bezoek ga. Als je zo iemand leert kennen, krijg je een zekere sympathie voor elkaar en dan ben je minder op je hoede. Terwijl je dat met geldzaken altijd moet zijn."

### Zelf sparen

Wat haar eigen spaarbeleid betreft, gaat zij uit van toetsstenen als: lage kosten, eenvoud en flexibiliteit. Die

Voor veel risico's kun je het beste zelf een spaarpotje maken, vindt Verdegaal. Dat geldt onder meer voor een uitvaartpolis. "Uit eigen ondervinding weet ik dat mensen vaak met een handvol van deze polissen zitten die ooit voldoende dekking boden, maar nu niet meer. Als ze nog te vinden zijn, want een flink deel van deze polissen ligt te 'verstoffen' in oude kasten en wordt nooit geclaimd. De meeste verzekeraars willen daar niet veel over kwijt. Daar zou eens een keer onderzoek naar moeten worden gedaan. Volgens mij schrikt iedereen zich naar van het percentage uitvaartpolissen dat verloren gaat. Daarmee is de uitvaart-

moet hebben wil je daar nog onder vallen. Voor mij is dat een product dat ze mogen verbieden. Als je zoveel inkomensrisico's loopt, kun je ook beter een huis huren dan kopen."

Bij de slechte producten horen uiteraard de beleggingsverzekeringen met hoge kosten: de woekerpolissen. "Deze zijn dan wel grotendeels verdwenen, maar zo nu en dan duiken er toch weer van die malafide ondernemers op die iemand een oor aannaaien met zo'n product. Vooral dat laatste is traumatisch en heeft bijvoorbeeld voor gezinnen verstrekende gevolgen. Een enquête van Psychologie Magazine heeft

## 'De uitvaartpolis is bijna net zo'n onhandig product als de boekenbon'

drie eisen gelden echter vrijwel nooit voor levensverzekeringen, zegt ze. "Daarom vind ik: hoe minder polissen, hoe beter. Zeker voor mensen die niet zoveel verstand van financiële producten hebben, is sparen een veel veiliger oplossing."

"Banksparen zie ik in dit verband als een redelijk product met wel een duidelijk nadeel: het is niet flexibel. Als je je euro's daarin hebt gestort, krijg je ze er heel lang niet meer uit."

verzekering bijna net zo'n onhandig product als de boekenbon. Daarvan wordt circa 10% nooit ingeleverd."

### Schandpaal

Een "heel erg" product vindt Verdegaal de woonlastenpolis. "Daar zat regelmatig zo'n 80% provisie op. Die polis is niet voor niets aan de schandpaal genageld. Daarnaast heb je arbeidsongeschiktheidsdekkingen die zoveel uitsluitende regels hebben, dat je geluk

net uitgewezen dat een derde van de Nederlanders elke dag over geld piekert. Dat zegt genoeg."

"Alle intermediairbedrijven die ooit woekerpolissen verkochten zijn ófwel keiharde verkopers óf ze hebben helemaal geen verstand van zaken. Ik heb wel tussenpersonen ontmoet die ruiterlijk toegaven dat zij niet wisten hoe zo'n product in elkaar zat. Dan ben je geen financieel adviseur, dan ben je gewoon dom."

ADVERTENTIE

### Wij kopen schadeclaims

#### Als

Uw relatie – onterecht – dekking geweigerd is op de brandschadepolis.

#### Dan

Helpen wij u uit de brand. Zowel bij kleine als grote schade.

#### Hoe

Wij handelen de schade af met uw gedupeerde klant. Betalen een topadvocaat. Winnen de procedure. Vergoeden aan u provisie. Pas dan denken wij aan onszelf. Alles volgens een kristalhelder contract.



**Krantz & Polak Resolve**  
contra experts & taxateurs

Vanzelfsprekend, bij brandschade.  
www.contra-expert.nl email: info@contra-expert.nl  
Tel. 030-6622424