

Advies bij keuzes niet altijd behulpzaam

Er is een wildgroei aan keurmerken voor financieel adviseurs. En dat is zeker niet in het belang van de klant.

Tom Loonen

De financiële wereld blijkt voor veel mensen een doolhof. Welk financieel product is geschikt? En waar vindt u een goede adviseur?

Er zal toch wel één overkoepelend keurmerk zijn dat vaktechniek en integriteit borgt? Ruim 80% van de consumenten vindt een keurmerk bij banken of verzekeringen van belang, zeker bij het afsluiten van een verzekering of hypotheek. Vraag de consument echter naar keurmerken, dan komen ze niet verder dan de AFM en de Nederlandsche Bank. Instututen die nu juist niet als keurmerk bedoeld zijn.

De kennis van keurmerken in de financiële sector blijkt niet groot. Spannen de organisaties achter deze keurmerken zich onvoldoende in om bekend te worden? Aan de hoeveelheid keurmerken zal het niet liggen. Een zoektocht naar een keurmerk voor een betrouwbare financieel adviseur levert een lappendeken aan belangenverenigingen, beroepsorganisaties en kwaliteitskeurmerken op. Allemaal proberen ze de doelde consument ervan te overtuigen dat hún leden geschikte partners zijn.

Stel u zoekt een hypotheekadviseur. Dan treft u op het internet de SEH-adviseur (Stichting Erkend Hypotheekadviseur). Tegelijkertijd prijst deze stichting ook de Erkend Financieel Adviseur aan. De consument moet maar net het verschil begrijpen. Denkt u dat een goede totale inventarisatie het uitgangspunt van uw advies moet zijn? De Federatie Financiële Planners (FFP) profileert zich als de partij waarbij de aangesloten financiële planner een goede inventarisatie maakt.

Het pad van een 'verplichte' opstelling van een integraal financieel plan is daar

bij overigens een aantal jaren geleden verlaten. Ook op deelgebieden wil een FFP'er u van dienst zijn, waarbij ten dele het pad van de financieel adviseur wordt betreden. Naast een groot aantal onafhankelijk werkzame FFP-planners zijn er nogal wat verbonden tussenpersonen of bank- en verzekeringsmedewerkers.

Sceptisch

Denkt u dat dit niet tot onafhankelijk advies leidt? Dan gaat u naar de Vereniging van Onafhankelijk Financieel Planners (VOFP). Die zegt dat haar leden geen banden hebben met andere financiële partijen. En wat te denken van de Register Inkomensadviseur van de Stichting Assurantie Registratie? Kortom, alleen deze zoektocht levert u al een behoorlijke vangst aan keurmerken op.

En wat een keurmerk inhoudt en de wijze waarop het tot stand komt, daarvoor zijn geen wettelijke vereisten. De aangeprezen meerwaarde verschilt dan ook per keurmerk. Er is wel een wettelijke eis: bij hypotheekadvisering zal er een Wft-vergunning (Wet op het financieel toezicht) moeten zijn. Daarbij moet aan de Wft-opleidingseisen voldaan zijn.

De Consumentenbond stelt dat er sprake is van een ware wildgroei aan keurmerken. Consumenten worden volgens de bond door de grote verscheidenheid aan keurmerken argwanend en sceptisch. Begrijpelijk, daar de verschillende keurmerken en belangenorganisaties vooral lijken te bestaan uit zelfbehoud. Toch past hier niet alleen cynisme. Er zijn registers en keurmerken die trachten meerwaarde voor de consument te realiseren. Zware permanente educatie-eisen, maar ook vaardigheidstrainingen en tuchtrecht, vullen de minimale wettelijke eisen aan.

Aan goede intenties dus geen gebrek, maar wat schiet de consument ermee op als die door de bomen het bos niet ziet? Ook binnen de financiële sector zijn er mensen die inzien dat de huidige hoe-

Zorgwekkend

'Partijen moeten, in het belang van de consument, proberen wat meer over de eigen schaduw heen te stappen'



ILLUSTRATIE: ARNOLD WEEEL VOOR HET FD



Tips

Schaalgrootte

Alleen door een verregaande consolidatieslag in de financiële sector wordt deze herkenbaarder voor de naar kwaliteit zoekende consument.

Inzicht

Probeer als zoekende consument eerst inzicht te krijgen in de doelstelling van de stichting die een keurmerk als uitgangbord heeft.

Vereisten

Besef als consument dat er geen wettelijke vereisten zijn verbonden aan de inhoud van een keurmerk en de wijze waarop dat tot stand komt.


veelheid aan keurmerken en belangenorganisaties niet het gewenste effect sorteert. 'Die huidige versplintering is niet logisch en helpt de consument niet, het is tijd voor minder maar wel relevante bakens waarop de consument kan koersen', aldus Marc van Poeteren, die ervan overtuigd is dat een ander geluid nodig is in de financiële sector.

Hij is voorzitter van de FFP in Nederland en van de Financial Planning Standards Board (FPSB) Europe. Met in totaal 160.000 aangesloten financiële planners in 26 landen is deze organisatie de grootste beroepsorganisatie voor financieel planners. Van Poeteren is een groot voorstander van een vergaande consolidatieslag binnen de financiële sector: 'Dit maakt ons slagvaardiger, maar vooral herkenbaarder voor de consument.'

Bloedgroep

Van Poeteren onderstreept daarmee het belang van schaalgrootte binnen het speelveld van belangen- en beroepsverenigingen. Als voorbeeld van verticale integratie noemt hij dat de FFP inmiddels samen met bijna 10.000 financieel adviseurs een koepelorganisatie heeft gevormd waarin adviseurs zich verder kunnen bekwalen tot financieel planner. Ondanks het door Van Poeteren genoemde initiatief is er helaas nog steeds een behoorlijke 'bloedgroepverdeling' in de financiële sector. Van Poeteren: 'Dit is zorgwekkend en kan een verdere consolidatie in de weg staan en partijen zouden moeten proberen wat meer over de eigen schaduw heen te stappen, in het belang van de consument.'

Gelukkig zijn er inmiddels ook voorbeelden van andere beroepsorganisaties die er zo over denken. Zo oriënteert de vereniging van beleggingsprofessionals VBA zich op een samengaan met de Nederlandse vereniging van het Amerikaanse CFA Institute. Een bitter noodzakelijke ontwikkeling. Niet alleen de consument wordt sceptisch. Het is niet ondenkbaar dat een sector steeds minder bereid is om diensten of producten te verbeteren en (zelfregulerend) kwaliteitscontrole toe te laten. En dan alleen de minimale wettelijke eisen volgen kan het klantbelang onder druk zetten.

 **Tom Loonen** is directeur Wealth Management Services bij Insinger de Beaufort en hoogleraar aan de VU-VBA-opleiding.