

WEINIG VERTROUWEN IN ADVISEUR

TEKST: RONALD VAN GENDEREN

Een meerderheid van de particuliere beleggers heeft geen vertrouwen in zijn financieel adviseur. Zo bleek uit onderzoeksresultaten, gepresenteerd tijdens het Fondsevent 2009.

Onderzoek onder gebruikers van de VEB-website en beleggingsadviseurs maakt pijnlijk duidelijk dat de financiële industrie een probleem heeft. Maar liefst 67 procent van de ondervraagde consumenten geeft aan geen vertrouwen in zijn adviseur te hebben. Schokkend genoeg komt dit voor de adviseur als een volledige verrassing. Vrijwel iedere adviseur, 98 procent van de respondenten, geeft aan te verwachten dat de klant hem of haar wel vertrouwt.

SPIJT ACHTERAF

Het Fondsevent 2009 bracht de beleggingsfondsenindustrie samen met beleggingsadviseurs om te bespreken hoe de industrie ervoor staat en welke kant het in de toekomst opgaat. De huidige stand van zaken is weinig rooskleurig, zo bleek uit de peiling. De resultaten werden 's middags gepresenteerd tijdens een debat onder leiding van Jeroen Smit, auteur van *De Prooi*.

De helft van de adviseurs geeft te kennen producten te hebben geadviseerd waar hij achteraf spijt van heeft. Maar Pieter Wind, directeur Investment Content Management bij ING Investment Management, bekende dat iedere adviseur in de afgelopen jaren producten heeft verkocht waar hij achteraf spijt van heeft. De pijn zou met name binnen het obligatiedeel van de portefeuille zitten. Dat beeld klopt met de vele klachten die de VEB Ledenservice in de afgelopen periode heeft ontvangen over de samenstel-

UITKOMST STELLINGEN ADVISEURS

	Eens	Oneens
1. De klant vertrouwt mij als beleggingsadviseur	98%	2%
2. Ik heb producten geadviseerd waar ik achteraf spijt van heb	50%	50%
3. Ik begrijp de producten die ik adviseer	94%	6%
4. Particulieren mogen alleen na een kennistest beleggen	29%	71%
5. Kosten doen er niet toe, alleen rendement	19%	81%
6. Ik wil advies op uurbasis en niet op provisiebasis geven	47%	53%
7. Ik heb voldoende tijd voor mijn klanten	60%	40%
8. Strengere wet- en regelgeving gaat ten koste van advies op maat	53%	47%
9. Beleggen in beleggingsfondsen is beter dan direct in aandelen ed	55%	45%

UITKOMST STELLINGEN PARTICULIEREN

	Eens	Oneens
1. Ik vertrouw mijn financieel adviseur	33%	67%
2. Ik heb producten gekocht waarvan ik nu spijt heb	72%	28%
3. Ik begrijp de producten waarin ik beleg	79%	21%
4. Beleggers moeten een examen afleggen	24%	76%
5. Kosten doen er niet toe, alleen rendement	28%	72%
6. Ik wil advies op uurbasis en niet provisiebasis	57%	43%
7. Mijn beleggingsadviseur neemt de tijd voor mij	46%	54%
8. (niet aan consumenten voorgelegd)	--	--
9. Beleggen in fondsen is beter dan in aandelen ed	12%	88%

ling van veel beleggingsportefeuilles.

In het ochtendprogramma heeft Jan Straatman, cio van ING Investment Management Europe, dan al aangegeven dat het in het recente verleden ook wel heel makkelijk was om producten te verkopen. "Iedere maand konden er nieuwe producten geïntroduceerd worden." Die tijden zijn voorbij.

PRIORITEIT VOOR ONAFHANKELIJKHEID

De industrie zal meer naar haar klanten moeten gaan luisteren en het advies moeten afstemmen op de specifieke behoeften van de klant. Onafhankelijkheid is daarbij een sleutelwoord. Druk vanuit de eigen organisatie om bepaalde producten zoals huisfondsen of fondsen met een hoge distributievergoeding te verkopen is daarbij uit den boze.

Zo gaf Andius Teijgeler, Global Head Marketing, Products and Sales Management

ABN Amro, onomwonden aan blij te zijn met de verkoop van ABN Amro Asset Management. Nu kunnen adviseurs onafhankelijk producten van derden verkopen. Dat daarbij zeer waarschijnlijk een stroom geld in de vorm van distributievergoedingen richting de bank gaat, vermeldde hij niet. Terwijl dat juist toch weer de onafhankelijkheid op de tocht kan zetten.

Juist op het punt van kosten transparantie zou de beleggingsindustrie dan ook een slag kunnen maken in het herstel van het vertrouwen. Veel klanten hebben de indruk dat het door hen ontvangen advies gratis is. Het klopt dat op dit moment veelal geen rekening gepresenteerd wordt voor advies. De kosten zijn echter verwerkt in de producten die worden afgenomen. Gratis advies is een illusie!

NOG NIET KLAAR VOOR OMSLAG

Dat kosten ertoe doen is bovendien een van de punten waarin adviseurs en klanten elkaar kunnen vinden. In beide groepen vindt een meerderheid dat kosten belangrijk zijn en dat niet alleen rendement telt. Over hoe die kosten worden betaald zijn de adviseur en de cliënt verdeeld.

Zowel klant als financiële industrie lijkt nog niet klaar om een omslag te maken naar een businessmodel waarin de klant direct betaalt voor advies, het zogenaamde 'fee based'-model. De eerste partijen, waaronder ING, bewegen zich inmiddels al in de juiste richting. En *In Beweging* was nu net het thema van de dag. Het is nu zaak om in beweging te blijven. ■