

## Ambassadeurs over waarde(n) van de financiële sector

# Mensen maken het verschil

TEKST PETER WORMSKAMP | BEELD SEGER MELIKOGLU

Het New Financial Magazine stelt in iedere editie een Ambassadeur een aantal vragen over de waarde(n) van de financiële sector. Wat gaat goed, wat kan beter en hoe verhogen we de niet-financiële waarde van de sector? Ditmaal Ambassadeur **Peter Wormskamp** van Helder Beheerd.

**Hoe ziet de dienstverlening in de financiële dienstverlening er idealiter uit? Volstaat aanpassing van het bestaande model of zullen er nieuwe modellen moeten worden ontwikkeld?**

Idealiter gezien zou de basis van financiële dienstverlening een nutsvoorziening voor elke Nederlander moeten zijn. Iedereen dient over een basisniveau van financiële dienstverlening te beschikken. Het betreft een geprivatiseerde nutsvoorziening. Partijen die het leveren zijn ondernemingen die adviezen, producten of een combinatie hiervan aanbieden.

De klant en zijn of haar behoeften zijn altijd het uitgangspunt. Dit kan in

voorkomende gevallen gebaseerd zijn op een gebeurtenis in het leven van de klant, zoals het aanschaffen van een huis. De financieel dienstverlener heeft altijd als uitgangspunt dat hij of zij het financiële leven van de klant wil verduidelijken en waar mogelijk verbeteren. Dan gaat het ook over dromen en werkelijke drijfveren van mensen én inzicht bieden waarom een impuls ('ik wil dat huis') soms beter niet gevolgd kan worden.

Wellicht kan de overheid een handje helpen door financieel advies fiscaal te faciliteren. Een lage toegangsdrempel tot advies voorkomt (dure) problemen.

**“WEERSTA DE  
VERLEIDINGEN VAN  
DE KORTE KLAP”**

**Wat zouden de kernwaarden zijn van een aangepast of nieuw model? Zien we ze voldoende terug in de sector? En welke stappen zijn eventueel nodig om deze kernwaarden beter te verankeren?**

Kernwaarden van de financiële sector zouden moeten zijn: 'waarde toevoegend', 'duurzaam' en 'transparant'.

- wees bewust als financieel dienstverlener wat je rol is in het leven van je klant. Je voegt waarde toe, zoals: de aanschaf van een huis waarin een gezin wordt gesticht, het voorkomen dat er na een ongeluk geen nieuwe auto meer kan worden gekocht en het voorkomen dat een gezin niet meer verder kan door arbeidsongeschiktheid van de kostwinner.
- duurzaam is in mijn optiek niet alleen een 'vergroening' maar juist een continue band die je aangaat met je klant.
- wees 'transparant' in wat je doet en deel informatie die jij hebt met je klant of de vertrouwenspersonen die hij of zij aanwijst.

Op verschillende niveaus zullen er stappen moeten worden gezet. Als het gaat om productaanbieders: biedt begrijpe-

lijke producten aan, deel gegevens met adviseurs die de klant bijstaan, zorg voor heldere voorwaarden, leg regelingen uit vanuit het meest positieve voor de klant.

Voor financieel adviseurs is de uitdaging om weg te gaan van de transactie en voor de echte langdurige relatie te gaan. Veel te vaak stopt het bij het sluiten van een product met een enorme radiostilte tot gevolg. Er wordt gewacht tot de klant weer eens aan de beltrekt. Bijvoorbeeld: "Waar heeft u uw hypotheek toentertijd afgesloten?" Het antwoord van de klant: "Uh, volgens mij bij de Hypothekershop...."

Denk in dit kader goed na hoe je jouw dienstverlening wilt laten waarden in geld. Een abonnement? Fee vergoeding (voor simple risks)? In provisie? Alles kan. Denk vooral goed na over wat bij jou past.

**De reputatie van de financiële sector is nog altijd niet best. Welke boodschap zou je de sector willen meegeven om de reputatie te verbeteren?**

Wees oprecht. En dan vooral: praat niet alleen, maar lever! Laat het zien. Durf te erkennen dat er fouten zijn gemaakt in het verleden. Ga niet lopen trainen. Op de korte termijn kan dit voor een bedrijf financieel interessant lijken, maar uiteindelijk is het altijd slecht voor je bedrijf en voor de sector als geheel.

Tegelijkertijd hoef je niet op elk signaal aan te slaan. Lang niet elke beleggingspolis was bijvoorbeeld een woekerpolis. Er zijn veel goudzoekers actief in onze markt. Wees hier als sector vooral duidelijk over.

Communicatie is de sleutel in dit proces, juist ook als de boodschap niet zo positief is. Klanten voelen instinctief aan of je oprecht bent of niet. Waarden voor mens en samenleving hoeven niet op gespannen voet te staan met financiële waarde. Juist voor dergelijke menselijke en duurzame waarden zijn steeds meer mensen bereid de portemonnee te trekken.



*Peter Wormskamp*

Peter Wormskamp is sinds 1993 werkzaam in de financiële dienstverlening. Hij heeft diverse commerciële, adviserende en managementfuncties vervuld. Onder andere bij Nationale-Nederlanden, IG&H Management Consultants, Obvion en Rabobank.

Hij stond met een aantal enthousiastelingen aan de wieg van de Nederlandse Vereniging van Hypothecair Planners. Momenteel is hij hier penningmeester.

Samen met Dirk van Haarlem runt Peter Helder Beheerd. Hier geeft hij invulling aan hetgeen hem drijft: 'het beter laten werken van organisaties en de mensen die er werken'.

Voor vakblad VVP schrijft Wormskamp een aantal artikelen onder de noemer 'Het P(i)eterpad'. Wormskamp loopt dit jaar 492 kilometer door Nederland over het Pieterpad en spreekt onderweg met financieel dienstverleners over de staat van financieel dienstverlenend Nederland anno nu.

Meer informatie: [www.peterpad.nl](http://www.peterpad.nl) en [www.helderbeheerd.nl](http://www.helderbeheerd.nl).

### **Wat is het belang van ethiek in de financiële sector en waar liggen de uitdagingen voor de sector?**

Ethiek is altijd de basis van je handelen. Een interessante vraag is vervolgens: welke grenzen hanteer je binnen je ethisch begrip? Ethisch handelen is immers steeds in beweging. Wat vijftig jaar geleden nog ethisch verantwoord was, kan dit nu totaal niet meer zijn. Hier zal je je als financiële sector constant mee bezig moeten houden. Een uitdaging.

Andere uitdaging is het tempo waarin je wilt en kunt veranderen. Houd je als onderneming het tempo van de maatschappij bij? En zo niet, wat is dan jouw plan? En hoe communiceer je dat?

### **Kun je drie algemene voorbeelden noemen waar de sector zich bewuster van zou mogen worden als het om ethiek gaat.**

- Uitleg van wet- en regelgeving. Ik heb de indruk dat wet- en regelgeving meer dan eens gebruikt wordt als argument om vooral niet te bewegen. Of juist rigide herstelprogramma's door te voeren waarbij het de vraag is of dit echt het beste voor de klant is. Wellicht is het ook angst voor de toezichthouder. Daar zal diezelfde toezichthouder een rol in moeten spelen. Door met de sector de dialoog verder aan te gaan over *rule based* (lekker safe) of *principle based* (gebaseerd op de intentie van wat er met de wet is bedoeld).
- Vertragen van claims. Hier zijn natuurlijk al stappen in gemaakt. Toch kan dat nog veel beter.
- *Walk your talk*. Neem bijvoorbeeld beleggen. Als jouw 'duurzame doelstelling' op korte termijn niet gehaald kan worden, hoeft dat niet problematisch te zijn. Maar wees daar duidelijk over. Voor financiële dienstverleners: als je zegt dat je een relatie aangaat met je klant, regel dat dan ook echt in. Het is niet super ingewikkeld, maar je moet het wel doen!



## **“EEN LAGE TOEGANGSDREMPEL TOT ADVIES VOORKOMT DURE PROBLEMEN”**

### **In hoeverre onderschrijf je het gedachtegoed van de betekenis economie en welke mogelijkheden zie je voor de financiële sector om hier (meer) invulling aan te geven?**

Mijn overtuiging is dat winst noodzakelijk is om bedrijven in stand te houden en verder te ontwikkelen. Het gaat echter wel om de wijze waarop en ten koste waarvan. Duurzaam ondernemen kan zeker winstgevend zijn.

Sturen op alleen winst en de maximalisatie daarvan voor het eigen bedrijf is ééndimensionaal. Het past niet in de gedachte dat een bedrijf een samenstel en vooral ook een samenspel is

tussen verschillende stakeholders. Verschillende bedrijven kunnen verschillende footprints realiseren richting een betere wereld. Een grote financial bijvoorbeeld door bewust te beleggen. Een financieel dienstverlener door de klant nadrukkelijk te wijzen op de duurzame alternatieven. Zo draagt elk niveau op eigen wijze bij aan het verbeteren van de kwaliteit van het leven.

Financieel dienstverleners kunnen sowieso in de eigen micro-omgeving de kwaliteit van leven van klanten verbeteren door afgewogen advies te geven en klanten te blijven coachen. Dat is maatschappelijke winst.

### **Welke boodschap zou je de top van de financiële sector willen meegeven?**

- Weersta de verleidingen van 'de korte klap' en stap regelmatig over je eigen schaduw heen. Zoek samenwerking met collega-bedrijven en ketenpartners. Uiteraard met inachtneming van de mededingingsregels.
- Werk aan een bedrijfsmodel waarbij alle stakeholders zo goed als mogelijk worden bediend. Dus aandeelhouders, medewerkers, distributiepartners en bovenal de klant.

### **Wat draag je zelf bij aan een betere financiële sector?**

Ik geloof in een financiële sector die de klant echt coacht in zijn financiële leven. Dat is ook wat ik in mijn werk richting financieel dienstverleners uitdraag. Het stopt niet bij de transactie. Ook draag ik hieraan bij door actief te zijn in het bestuur van de Nederlandse Vereniging van Hypothecair Planners. Al vanaf aanvang was het uitgangspunt dat een hypotheek verder gaat dan een bruto-netto berekening. Ik ben er dan ook trots op dat deze vereniging en dit denken door meer dan 1.200 professionele adviseurs wordt uitgedragen.

### **Wat is de belangrijkste les die je in het afgelopen jaar hebt geleerd?**

Niet per se het laatste jaar, maar wel überhaupt: mensen maken het verschil! ■