

INVOERING PROVISIEVERBOD VIEL ONDERNEMERS NIET MEE

SLECHTS VIJFTIEN PROCENT VAN DE FINANCIËLE DIENSTVERLENERS VOND HET INGANGSJAAR VAN HET PROVISIEVERBOD MEEVALLEN. NEGEN PROCENT VAN DE ONDERNEMERS ZAG DE OMZET VAN PRODUCTEN DIE ONDER HET PROVISIEVERBOD VALLLEN STIJGEN. MAAR ER ZIJN MEER LICHPUNTJES. DAT BLIJKT UIT ONDERZOEK VAN DE HAN, IN SAMENWERKING MET AM.

A lweer ruim een jaar geleden heeft de overheid geïnterneerd in de wijze waarop financieel adviseurs met behulp van complexe financiële producten inkomen mogen vergaren. De geldstroom werd per 1 januari 2013 op last van de overheid omgebogen van inkomsten afkomstig van de verzekeraars en banken naar tarifiering van dienstverlening bij klanten. Hoewel een deel van de adviseurs daarop al had geanticipeerd, is de grootste groep pas met ingang van die datum overstag gegaan. Op grond van eerder onderzoek (D & O) is dat niet zo vreemd: veel intermediairbedrijven worstelden toentertijd met vragen over de communicatie naar de klant, het vaststellen van nieuwe tarieven (aard en duur van de werkzaamheden voor het uitbrengen van financiële adviezen was tot dan toe nooit exact in kaart gebracht) en het implementeren van nieuwe beloningssystemen.

Verkendend onderzoek

Vorig jaar heeft am: in samenwerking met de Hogeschool van Arnhem Nijmegen (HAN) verkendend onderzoek uitgevoerd naar de gevolgen van de invoering van het provisieverbod voor nieuwe verdien-

modellen en de effecten daarvan op de inkomsten en kosten van de branche. Onderzoek in het kader van afstudeeropdrachten bij individuele assurantietussenpersonen door studenten van de opleiding Financial Services Management van de HAN heeft daarbij een ondersteunende rol vervuld. Via een digitale enquête spraken zich in de winter/voorjaar van 2013 meer dan achthonderd tussenpersonen uit over de verwachte veranderingen als gevolg van het provisieverbod. Nu ruim een jaar later blijkt dat veel voorspellingen zijn uitgekomen, maar een aantal ook niet.

WIE DEDEN ER MEE?

Er hebben dit jaar zo'n zeshonderd tussenpersonen gereageerd. Genoeg om uitspraken te doen met een betrouwbaarheid van meer dan 95%. Het merendeel van de respondenten is zelfstandig ondernemer (94%), werkt regionaal (bijna 60%) en doet voornamelijk in schadeverzekeringen (96%), levensverzekeringen (90%) en hypotheek (71%). De andere financiële producten, zoals pensioenen en beleggingen, brengen met een kleine 30% minder gewicht in de schaal. Vanzelfsprekend is er sprake van een landelijke dekking, maar de meeste tussenpersonen die gereageerd hebben, zijn gevestigd in de provincies Gelderland, Noord- en Zuid-Holland en Noord-Brabant. Zij hanteren nog steeds overwegend klantenpartnerschap als strategie (78%). Kostenleiderschap en productleiderschap worden met percentages van respectievelijk 16 en 6% veel minder genoemd. Daarbij richten zij zich voornamelijk op zowel de zakelijke als particuliere markt. Met ruim 60% worden deze markten veel vaker genoemd dan alleen de particuliere (30%) of zakelijke markt (8%). Veruit de meeste klanten worden benaderd via mond-tot-mondreclame (meer dan 90%). Dat weerspiegelt de kracht van de financieel adviseur als netwerker, die dicht bij zijn klanten staat.



GEHANTEERDE UURTARIEF

HET UURTARIEF VAN **39%** IS LAGER DAN € 100

56% HANTEERT EEN UURTARIEF TUSSEN DE € 100 EN € 150

5% VRAAGT EEN UURTARIEF DAT HOGER IS DAN € 150

Geleidelijke invoering

De meeste tussenpersonen hebben gekozen voor geleidelijke invoering van betaald advies in plaats van invoering ineens. Invoering ineens betekent dat het onontkoombaar was om provisie nog als inkomstenbron te gebruiken, zoals bijvoorbeeld het geval was bij hypotheekadvies. Om twee redenen is het logisch dat gekozen is voor een geleidelijke invoering van betaald advies. Invoering op de premievervaldatum geeft meer tijd en ruimte voor een goede communicatie van de veranderingen naar de klant. De communicatie vond overigens voornamelijk plaats via een persoonlijk gesprek (79%). Ook gaat het bij ondernemers die geconfronteerd werden met het provisieverbod maar om circa een derde van de portefeuille. Kortom: voor het grootste gedeelte bleef de provisiestroom intact. Dat houdt in het algemeen veranderingen tegen (zie ook het onderzoek van Dennis Heij en Henk Volberda van de Erasmus Universiteit en Avéro in editie 5 van am: op 21 maart 2014). Dat onderzoek laat zien dat – ondanks de toegenomen dynamiek en concurrentie – de meeste financiële adviseurs kiezen voor het bestendigen van hun bestaande verdienmodel. Ook blijkt uit het onderzoek dat in de financiële sector ‘pure’ vernieuwers en ‘pure’ verbeteraars van het businessmodel zeldzaam zijn.

Serviceproviders

Ondanks dat serviceproviders grote mogelijkheden zien in het overnemen van werkzaamheden van de assurantietussenpersonen heeft – in tegenstelling tot wat is uitgesproken in het voorjaar van 2013 – slechts een klein gedeelte van de ondernemers daar gebruik van gemaakt. Slechts 17% is deze vorm van dienstverlening gaan uitbreiden. Dat strookt ogenschijnlijk niet met de specialisatie in advisering (58%). Immers bij specialisatie in advisering gaan ondernemers zich meer dan in het verleden richten op het geven van adviezen in plaats van het uitvoeren van beheerwerkzaamheden. Kennelijk worden administratieve

werkzaamheden veelal nog steeds gedaan door de eigen organisatie.

Verdienmodellen

Dan de favoriete verdienmodellen. Net als vorig jaar spreekt de meerderheid zich uit voor het gebruik van het verrichtingstarief (een tarief voor een omschreven verrichting of dienst). Van de respondenten hanteert 64% dit beloningsmodel, gevolgd door het uurtarief en het serviceabonnement. Met 56% van de respondenten geeft de meerderheid aan dat een tarief wordt gehanteerd tussen € 100 en € 150, terwijl 39% kiest voor een lager tarief. Twee vijfde van de financieel dienstverleners werkt dus onder de € 100 per uur. Een kwart geeft toe het tarief te laag te hebben ingeschat. Daarnaast blijkt uit de afstudeeropdrachten dat het service-

HEEFT U HET GEHANTEERDE UURTARIEF GOED INGESCHAT?

72% JA, PRECIES GOED

25% NEE, TE LAAG

3% NEE, TE HOOG

abbonement veelal een inkomstenbron is voor beheer.

Omzet

Tot slot de financiële gevolgen. Slechts 15% van de ondernemers geeft aan dat de invoering van het provisieverbod is meegevallen, terwijl even grote percentages melden dat het proces naar verwachting is verlopen of is tegengevallen (beide scores 43%). Dat uit zich in het percentage respondenten dat de omzet heeft zien groeien. Bij 9% van de ondernemingen is de omzet daadwerkelijk gestegen. De overige ondernemers geven

TWEE VIJFDE VAN DE FINANCIËEL DIENSTVERLENERS WERKT ONDER EEN UURLOON VAN € 100

aan dat de omzet gelijk is gebleven of is gedaald. De meeste kosten zijn bij ondernemers ongeveer op hetzelfde niveau gebleven. Dat geldt de huisvestingskosten en de personeelskosten. Echter veel ondernemers spreken uit dat de administratiekosten zijn gestegen. Dat is in lijn met de verwachting. Met het opzetten van een aangepast facturatiesysteem zijn nu eenmaal kosten gemoeid. De financieringskosten zijn voor de meeste ondernemers (67%) ook gelijk gebleven. De investeringen voor de administratieve aanpassingen zullen dan ook vermoedelijk veelal met eigen middelen zijn gefinancierd. ■

advertentie

WINNAAR Managementboek van het Jaar 2014

NR.1
Winnaar
Managementboek
van het Jaar 2014

Zakendoen in de Nieuwe Economie

Zeven vensters op succes

'Dit boek gaat voorop in de nieuwe realiteit. Het is conceptueel en praktisch tegelijk, en daagt een breed lezerspubliek uit om nieuwe wegen in te slaan. Bovendien is het erg mooi vormgegeven!', aldus de jury.

Marga Hoek, directeur van ondernemersplatform De Groene Zaak, beantwoordt in *Zakendoen in de Nieuwe Economie* vragen als: Hoe schaar je je als ondernemer bij de koplopers van de nieuwe economie - de economie van morgen? Hoe ontwikkel je businesscases? Hoe vind je er financiering voor? Het boek geeft ondernemers concrete handvatten om 'de nieuwe economie' in hun eigen organisatie handen en voeten te geven.

Auteur: Marga Hoek
Prijs: € 40,00
ISBN 9789013109429



vakmedianet 
media voor professionals

Meer informatie of bestellen? www.overmanagement.nl/shop