

## FRED DE JONG

Fred de Jong (1971) is onafhankelijk onderzoeker en consultant en gespecialiseerd in de markt voor financieel advies. Zijn missie is om deze markt begrijpelijk te maken. Hij publiceert regelmatig in landelijke en vakmedia, houdt presentaties en verzorgt sessies over actualiteiten. De Jong is verbonden aan het Amsterdam Centre for Insurance Studies en geeft colleges aan de UvA Master Verzekeringskunde. In 2010 promoveerde hij op zijn proefschrift Marktfalen bij tussenpersonen. De Jong heeft meer dan 16 jaar ervaring in de financieeladviesmarkt, waarvan ruim 6 jaar zelfstandig ondernemer.







FRED DE JONG HEEFT EEN BOEK GESCHREVEN  
WAARIN HIJ UITLEGT HOE DE TRADITIONELE  
TUSSENPERSOON KAN OVERLEVEN. DAARVOOR  
IS VEEL NODIG, MAAR IN IEDER GEVAL OOK DAT  
DE TUSSENPERSOON AFSTAND DOET VAN  
PROVISIE OP SCHADE. "UIT ZICHZELF. IK PLEIT  
NADRUKKELIJK NIET VOOR EEN WETTELIJK  
VERBOD." DE AUTEUR EN ONDERZOEKER WIL  
MET HET BOEK WAT TERUGDOEN VOOR DE MARKT  
WAARIN HIJ ZIJN BOTERHAM VERDIENT.

**FRED DE JONG:**

**'IK PROBEER  
OPRECHT  
NEUTRAAL  
TE ZIJN'**

**F**red de Jong woont in een nieuwbouwhuis in Rhenen, tegen Veenendaal aan, waar hij ook is opgegroeid. Hij houdt kantoor aan

huis. In de boekenkast in zijn werkkamer staan naast De Geluksprofessor van Patrick van Hees en het ontwoekerboek van René Graafsma vooral veel sportboeken. Op de bank in de huiskamer ligt zijn oudste zoon te chillen. Hij rolt met zijn ogen als zijn vader vraagt of hij ook op de foto wil. Alsjeblieft niet zeg.

**Mooi huis! Ik hoor in mijn hoofd de reageerders op amweb al zeggen ‘hij boert goed...’**

Lacht. “Ja, ik hoor het ook. Dat huis zullen de verzekeraars wel betaald hebben.”

Het wordt hem, intermediairkenner pur sang, vaker nagedragen: hij krijgt betaald door verzekeraars en behoort tot hun ‘kamp’. De Jong is er relaxed onder. “Ach, dat zeggen ze alleen als ze iets lezen dat hen niet aanstaat. Ik heb voor Avéro meegewerkt aan de Waarde van Advies en doe ook opdrachten voor intermediairs. Nou, daar hoor ik niemand over. En mijn blogs voor amweb worden, zoals je weet, door niemand betaald. In het begin vond ik de zure reacties op mijn bijdragen weleens storend en heb ik wel eens wat teruggeschreven. Maar dat heeft weinig zin. Ik sta er oprecht neutraal in en kan het niet iedereen naar de zin maken. Ook richting verzekeraars ben ik kritisch als dat moet. Ik heb besloten om het positief te zien: kennelijk wordt er gewicht aan mijn mening gehangen.”

De Jong wordt ingehuurd door ‘iedereen die zich bezighoudt met het intermediair’. Dat doet hij sinds hij zijn proefschrift over markt-falen schreef. Hij werkte toen bij de NVA maar vond die rollen niet verenigbaar. “Ik ging een kritische studie schrijven over markt-falen en de oorzaken daarvan en was tegelijk in dienst

bij een brancheorganisatie. Dat ging niet, ik moest kiezen. En ik koos voor onafhankelijkheid.”

Zijn bedrijf loopt goed zegt hij. Hij doet onderzoek en schrijft adviesrapporten voor allerlei financiële instellingen, hij is collegelid voor het CDFD, docent aan de Universiteit van Amsterdam en betrokken bij het Amsterdam Center for Insurance Studies. Hij zit met zijn onderzoeksklussen op hetzelfde spoor als bureaus als D&O en IG&H, maar onderscheidt zich naar eigen zeggen doordat hij de enige is die de intermediairmarkt wetenschappelijk heeft onderzocht. Zijn nieuwe boek is het vervolg op zijn proefschrift. Het heet: Tussenpersoon zonder provisie.

**Waarom staat er in de titel van het boek het woord tussenpersoon? Is dat niet ouderwets?**

“De term tussenpersoon snapt iedereen, daar heeft iedereen een goed beeld bij. De term financieel adviseur is veel breder, dan praat je ook over adviseurs bij banken en verzekeraars. En voor hen is dit boek niet. Dit boek is ook niet voor hypotheekspecialisten, pensioenspecialisten en financieel planners. Dit boek is geschreven voor de traditionele tussenpersoon, die van oudsher veel schade particulier doet en veel autoverzekeringen. En die voor een groot deel ook nog administratief werk doet.”

**Over hoeveel kantoren hebben we het?**

“Dat zijn er tegen de 4.000, zo’n 60% van de markt van onafhankelijke adviseurs. Het zijn de kantoren die nog amper zijn geraakt door het provisieverbod. Maar de noodzaak om te veranderen is er groot. Ze worden geraakt door digitalisering, door concurrentie van internetpartijen, door ontwikkelingen als zelfrijdende auto’s, de dalende schadelast, door verzekeraars die twijfelen of ze met hen willen samenwerken of niet. Hen wil ik inspireren met een businessplan voor de lange termijn. En daar hoort ook provisieloos werken op schade bij.”

# 'TUSSENPERSONEN HEBBEN EEN BUSINESSMODEL VOL ONZEKERHEID'

De Jong beschrijft in zijn boek de vier bouwstenen van dat businessmodel. De eerste is: hybride dienstverlening: online én offline. "Ik geloof niet meer in volledige offline dienstverlening. Je moet online gewoon niet onderschatten, het is een hygiëfactor in je businessmodel. Mijn moeder van 80 is deze week begonnen met Facebook, dus ik bedoel maar. De tweede bouwsteen is de integrale aanpak: je moet het hele spectrum bestrijken, de hele financiële situatie van de klant kennen. Daarmee kun je het directe kanaal bestrijden. Want zij verkopen alleen een product." Volgens De Jong valt dat qua diplomadruk wel mee. "De meeste kantoren hebben die kwalificaties al, het zijn vaak all-round kantoren. Bovendien kun je klanten ook best doorverwijzen zonder dat je je regierol verliest."

De derde pijler is onafhankelijkheid. "Die toont aan dat jij in staat bent om in potentie voor jouw klant de beste match te maken. Ook daarmee onderscheid je je van de andere kanalen." Als laatste bouwsteen noteert De Jong klantinitiatie: een stapje extra doen voor de klant. "Het gaat immers ook om beleving. Dat kunnen simpele dingen zijn: verras je klant."

Wie kiest voor zo'n businessmodel, moet van De Jong ook stoppen met provisie op schade. Maar hij wil niet dat de wetgever provisie op schade verbiedt. "Je moet het als ondernemer zelf niet willen, vanuit bedrijfseconomisch perspectief. Het is veel beter om zelf je prijs te bepalen. Om onafhankelijk te zijn. Tussenpersonen verkopen zekerheid aan de klant, maar zelf kiezen ze voor een businessmodel vol onzekerheid. Hun beloning is mede-afhankelijk van de hoogte van de premie en het beleid van verzekeraars. En die verzekeraars zijn ook je concurrent. Dat moet je dus niet willen. Het is voor de toekomst van tussenpersonen cruciaal dat ze hun eigen prijs bepalen, op basis van daadwerkelijk geleverde kwaliteit en omvang van de werkzaamheden."



## Waarom bekommer je je om deze groep?

"De waarde van onafhankelijk financieel advies is heel belangrijk. Geadviseerde klanten zijn gelukkiger en veroorzaken minder maatschappelijke schade. Daarom zijn deze tussenpersonen belangrijk. Het zou helemaal niet goed zijn als ze zouden verdwijnen. Hun kracht ligt erin dat ze dicht bij de klant staan en veel van de klant weten. Als ze dat nou breder gaan doen, dan hebben ze een *mega* toegevoegde waarde. Als ze die switch kunnen maken, dan hebben ze bestaansrecht."

## Hoeveel kantoren kunnen dat?

"Best wel veel. Het zijn kleine, wendbare kantoren. Kijk, dit verhaal gaat niet op voor kantoren met een eigenaar van in de 60. Je moet wel een horizon van minimaal tien jaar hebben."

## Schurk je met het integraal advies dat jij beschrijft tegen de FFP'er aan?

"De meeste traditionele kantoren die ik beschrijf, zijn Erkend Hypotheekadviseur. Dat label wordt nu Erkend Financieel Adviseur. Daar zit ook al die integrale benadering in. De FFP'er zit meer op het terrein van vermogensbeheer. Ik heb het juist over de gemiddelde klant, over gewone huishoudens."

## Je noemt onafhankelijkheid als onderscheidend kenmerk. Maar in je boek zeg je dat ook *captives* zich onafhankelijk noemen.

"Onafhankelijkheid is helaas geen beschermde titel. Minister Zalm heeft weleens voorgesteld dat alleen kantoren die een fee vragen zich



onafhankelijk mogen noemen. In mijn boek stel ik een onafhankelijkheidsmeter met tien punten voor waar je op kunt scoren. Je zou als branche best een stap extra kunnen zetten en onafhankelijkheid kunnen definiëren en meetbaar kunnen maken. De markt moet dat kenmerk veel beter benutten. Iedereen heeft het over het *level playing field*, maar je moet juist benadrukken waarin je anders bent. De klant ziet die verschillen zelf niet. Dat heeft met communicatie en marketing te maken, maar ook met een glashelder businessmodel.”

**Vind jij dat je onafhankelijk bent als je vooral zaken doet met twee vaste aanbieders?**  
“Nee.”

**De AFM stelde dat tussenpersonen 70% van hun klanten bij dezelfde aanbieder onderbrengt en nog eens een kwart bij een tweede vaste aanbieder.**

“De AFM stelde dat in het jaarverslag over 2014, en is daar nooit meer op teruggekomen. Ik vermoed dat het nog steeds zo is. Er wordt nog steeds zaken gedaan op basis van gewoonte, omdat je ooit bij een maatschappij accountmanager was of omdat je een goede band met een acceptant hebt.”

**Maar als je die percentages leest... dan is dus niemand onafhankelijk.**

“Nou, dat denk ik wel. Er is ook geen vast aantal aanbieders voor te schrijven. Maar ik vind wel dat je elk jaar opnieuw goed moet kijken naar de aanbieders en dat je elk jaar kiest voor de beste vijf of zes. Dat is dan jouw mandje voor dat jaar. Als het maar helder is naar de klant. Je moet het wel uit kunnen leggen.”

**Je mixt het businessmodel af met provisieloos werken. En het solidariteitsbeginsel dan?**

“Het solidariteitsbeginsel heeft de tussenpersoon nooit bedacht. Het is slechts een gevolg van het systeem. Maar in een abonnement kun je ook solidair zijn. Je kunt klanten met meer

‘Als ondernemers het solidariteitsbeginsel noemen, dan word ik argwanend’

polissen een lager tarief geven en het tarief in Wassenaar zal hoger liggen dan in Stadskanaal. Bovendien: je hebt als ondernemer invloed op de abonnementsprijs, dus je kunt bepaalde klanten best korting geven.”

**Maar de toegang tot advies is verslechterd voor complexe producten, zeggen velen.**

“Er is een verschil tussen niet willen of niet kunnen betalen. Mensen die het niet kunnen betalen hebben doorgaans ook geen complexe producten nodig zoals een AOV of een ORV. De groep die het écht niet kan betalen, is heel klein. Bovendien: het was voorheen ook niet gratis. Met schade is dat net zo: klanten betalen nu ook provisie. Het is niet zo dat het duurder wordt voor de consument wanneer je overstapt naar abonnementen. Weet je: als ondernemers over het solidariteitsbeginsel beginnen en zeggen dat een bepaald systeem zo goed is voor de klant omdat de klant anders teveel gaat betalen, dan word ik argwanend. Zo denken ondernemers niet. Het is hun angst voor een ander systeem. Als je twijfelt aan je onderscheidend vermogen, dan vind je het moeilijk om over te stappen. Dat zit er achter.”

**Bij de evaluatie van het provisieverbod komt het gespreid betalen van advieskosten ook weer aan de orde. Jij bent niet voor.**

“Je mag advies nu gespreid betalen over 24 maanden. Ik vind het prima om daar meer maanden van te maken. Maar ik ben er geen voorstander van om de beloning als een transparante opslag op de premie via de verzekeraar te laten lopen. Als tussenstap vind ik dat niet verkeerd, maar bij complexe producten betekent dat terug naar af. Er zit dan toch weer een prikkel in. Want de verzekeraar moet het uitkeren. Je krijgt weer een ingewikkelde constructie waardoor je weer naar elkaar toetrekt wat nu juist uit elkaar moest.”

**Wat moet er volgens jou wél veranderen?**

“Ik denk dat het provisieverbod redelijk goed

# 'OOK IN SCHADELAND IS ER AL EEN PRIJZENSLAG GAANDE'

werkt. Er zijn wel deelmarkten waar je wat specifiekere naar moet kijken, zoals AOV. Zzp'ers vinden de premies te hoog en daar komen de advieskosten dan nog als drempel bij. Je zou voor dat soort type producten advies fiscaal aftrekbaar moeten maken in het belang van een goede afdekking van de risico's."

## **Verwacht je dat Den Haag aanpassingen zal doen?**

"Het politieke sentiment is er niet naar om grote wijzigingen te verwachten. Maar de markt zal de discussie wel voeden."

## **Denk je dat een mogelijk provisieverbod op schade ook aan de orde komt?**

"Nee, maar misschien komt wel actieve transparantie aan de orde, in plaats van de passieve transparantie die we nu hebben. Ook dat zou ik als markt al voor willen zijn; waarom voeren de intermediairorganisaties dat niet alvast in?"

## **Zonder provisie kun je je eigen prijs bepalen. Maar is de prijsoorlog in hypothekenland uitnodigend voor de lezer die nog leeft van provisie?**

"Nou ja, in ieder geval bepaal je het dan zelf en

ben je niet afhankelijk van de premie. En vergis je niet: ook in schadeland is er al een prijsenslag gaande, alle consumenten kijken naar de premies. In hypothekenland was die prijsoorlog trouwens ook ontstaan zonder het provisieverbod, de druk op de prijzen heeft toch vooral te maken met online ontwikkelingen. Het is wel iets versneld door het provisieverbod, dat is waar."

## **Volgens jou moet de AFM zich in ieder geval niet bemoeien met de prijsstelling.**

"Nee. Je kunt nou eenmaal niet alle risico's uitsluiten. De klant vraagt een offerte en de klant moet inschatten: vind ik het het geld waard of niet. Hij kan ook meerdere offertes opvragen. Stel: iemand betaalt € 5000 voor een advies dat eigenlijk € 500 waard is. Dan is de geleden schade € 4500. Dat willen we als branche liever niet, maar je kunt als toezichthouder ook niet bepalen wat het dan wel moet zijn. Dat moet je aan de markt overlaten. Als ik een tweedehands auto koop, kan mij dat ook overkomen. Er zullen best tussenpersonen zijn met een woekerabonnement, maar die worden dan de markt wel uitgewerkt."

## TUSSENPERSOON ZONDER PROVISIE

Is er nog een toekomst voor tussenpersonen? Hoe kunnen zij succesvol zijn en blijven in een turbulente marktomgeving? Tussenpersoon zonder provisie geeft antwoord op deze vragen. De Jong wil met zijn boek iets teruggeven aan de markt. "Ik spreek heel veel met intermediairs, ik kom bij ze over de vloer en ik zie ze worstelen. En ik wil wat handvatten geven. Daarnaast bevat het boek een uitgebreide analyse van de financieel adviesmarkt en de trends en

ontwikkelingen die de onderbouwing van mijn visie vormen." Het boek volgt op zijn proefschrift Marktfalen bij Tussenpersonen. Daarin concludeerde hij dat er in de verzekeringswereld sprake was van marktfalen bij complexe producten (hoge provisies, woekerpolissen, overkreditering) en dat het provisiemodel daar een oorzaak van was.

Tussenpersoon zonder provisie is te bestellen via [vakmedianetshop.nl](http://vakmedianetshop.nl) en kost € 27,50. Zie ook [www.tussenpersoonzonderprovisie.nl](http://www.tussenpersoonzonderprovisie.nl).



## **Je maakt je in je boek ook zorgen over de intermediaire lobby.**

"Ik zie wel wat drempels die het lastig maken voor tussenpersonen om zich met één mond uit te spreken over onafhankelijkheid of provisie-transparantie. Het is niet handig dat er vijf brancheorganisaties zijn voor een groep van 7.000 kantoren. Adfiz, OvFD en NVGA passen goed bij elkaar. Waarom gaan die niet alvast samen? Ik als voorzitter? Nee nee, ik koester mijn onafhankelijkheid."

## **Je noemt in je boek een aantal gewetensvragen die ondernemers zichzelf moeten stellen. Wat is de belangrijkste?**

"Ben ik er nog steeds over 5 jaar als ik op deze manier doorga? Dát is de cruciale vraag." ■