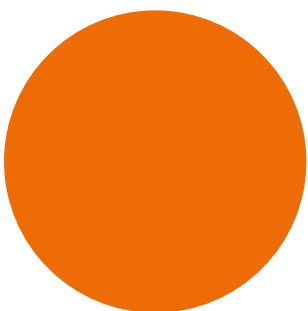
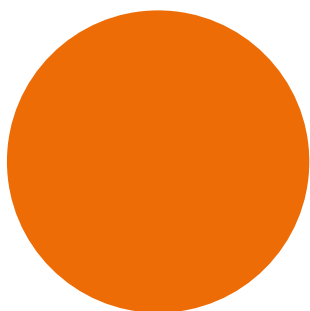
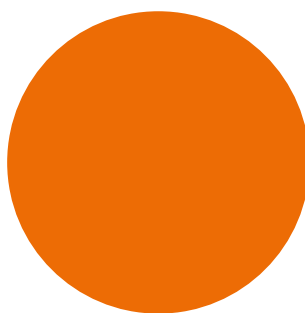
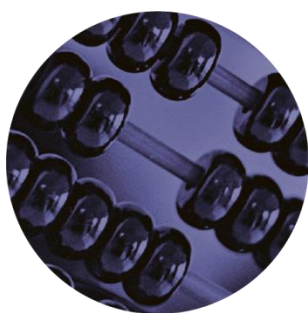
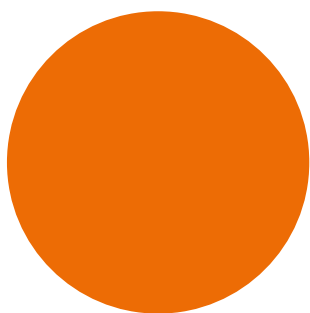


# Keuzeproces bij financieel advies





# **Keuzeprocess bij financieel advies**

*Nibud, 2017*

*Corinne van Gaalen*

*Robin Stoof*

*Marcel Warnaar*

*Minou van der Werf*



## Voorwoord

Het nemen van belangrijke financiële beslissingen is een complex proces, waarbij de consument vaak niet direct alle consequenties kan overzien. Om te voorkomen dat consumenten door 'verkeerde' keuzes in financiële problemen komen, is het raadzaam hierbij professioneel advies in te schakelen.

Met dit onderzoek wil het Nibud inzicht krijgen in de factoren die van invloed zijn op de beslissing van de consument om al dan niet gebruik te maken van de diensten van een financieel adviseur.

Het onderzoek is mede mogelijk gemaakt door Aegon. Aegon maakt zich met name zorgen over het feit dat veel consumenten de kosten van financieel advies als een drempel ervaren en daardoor steeds vaker hun zaken zelf (online) gaan regelen. Zij stellen daarom de volgende oplossing voor om de kosten van financieel advies te verlagen: *We willen de consument de mogelijkheid geven om op een veilige en bewuste manier informatie te delen, die het financieel advies traject sneller, efficiënter en goedkoper maken. (...) Geef consumenten daarom de mogelijkheid om zelf te bepalen welke persoonlijke gegevens zij digitaal willen delen met hun financieel dienstverlener. Stel daarvoor ook de mogelijkheid open om na expliciete goedkeuring van consumenten hun informatie te ontsluiten met behulp van DigiD en deze vervolgens te delen met hun financieel dienstverlener.*

Om de door Aegon voorgestelde oplossing te onderbouwen, is in dit onderzoek expliciet gevraagd of consumenten het een aantrekkelijke optie vinden om hun gegevens aan te leveren via overheidsbronnen die via DigiD ontsloten worden.

De onderzoeksvragen van het Nibud hebben onder meer betrekking op het gebruik, de tevredenheid en de verbeterpunten rond financieel advies.

Het Nibud bedankt Aegon voor het mogelijk maken van dit onderzoek. Door het samenvoegen van de onderzoeksvragen van Aegon en Nibud, is een omvattend beeld ontstaan van het keuzeprocess van de consument.

Utrecht, juli 2017



# Inhoud

<b>VOORWOORD .....</b>	<b>5</b>
<b>SAMENVATTING EN CONCLUSIES .....</b>	<b>9</b>
Gebruik financieel advies .....	9
Tevredenheid financieel advies .....	10
Provisieverbod .....	10
Kennis en verwachtingen .....	10
Drempels en verbeterpunten .....	11
<b>VISIE VAN HET NIBUD .....</b>	<b>13</b>
<b>1 INLEIDING .....</b>	<b>15</b>
1.1 Onderzoeksvragen .....	15
1.2 Leeswijzer .....	15
<b>2 GEBRUIK FINANCIEEL ADVIES .....</b>	<b>17</b>
<b>3 TEVREDENHEID FINANCIEEL ADVIES .....</b>	<b>21</b>
<b>4 PROVISIEVERBOD .....</b>	<b>23</b>
<b>5 KENNIS EN VERWACHTINGEN .....</b>	<b>27</b>
5.1 Kennis .....	27
5.2 Verwachtingen .....	27
<b>6 DREMPELS EN VERBETERPUNTEN .....</b>	<b>31</b>
6.1 Drempels .....	31
6.2 Verbeterpunten .....	32
6.3 Vignetten .....	36
6.3.1 De criteria .....	36
6.3.2 Resultaten .....	37
<b>BIJLAGE 1: ONDERZOEKSVERANTWOORDING .....</b>	<b>41</b>





## Samenvatting en conclusies

De meeste mensen krijgen op enig moment (of meerdere momenten) in hun leven te maken met belangrijke financiële beslissingen, waarvan zij niet direct alle consequenties kunnen overzien. Bijvoorbeeld bij de aankoop van een huis, het regelen van inkomen na de pensioendatum of het afdekken van risico op inkomensterugval door overlijden. In dergelijke gevallen kan het raadzaam zijn om een financieel adviseur te raadplegen.

Sinds de invoering van het provisieverbod in 2013 betalen consumenten direct een bepaald bedrag voor een financieel advies, waar voorheen de kosten vaak verwerkt waren in het product (zoals een hypotheek) dat uiteindelijk werd aangeschaft. Hierdoor hebben consumenten meer inzicht in de kosten van het advies gekregen, maar tegelijkertijd kan dit de drempel om een financieel advies aan te vragen verhogen.

In dit onderzoek zijn 1.512 Nederlanders tussen de 18 en 67 jaar ondervraagd over hun motieven om bij belangrijke financiële beslissingen wel of niet een financieel adviseur in te schakelen.

Een van de vragen van dit onderzoek is of de rechtstreekse betaling aan de adviseur van invloed is op de beslissing om al dan niet financieel advies in te winnen. Maar ook andere factoren die op deze beslissing van invloed zijn komen aan bod.

### Gebruik financieel advies

Uit het onderzoek blijkt dat ruim 30 procent van de Nederlanders (nog) geen gebruik heeft gemaakt van de diensten van een financieel adviseur. Meer dan de helft van alle respondenten heeft ooit een adviseur ingeschakeld voor een hypotheek voor een huis en ongeveer een vijfde deed dat voor een spaarplan voor hun pensioen of voor een uitvaartverzekering.

Het kan vóórkomen dat mensen overwegen om een financieel adviseur in te schakelen, maar hier uiteindelijk toch vanaf zien. Van de respondenten die met deze situatie te maken hebben gehad, geeft ruim een derde aan dat zij de informatie uiteindelijk zelf wel konden vinden. Dit zijn bovengemiddeld vaak respondenten met een hoge opleiding die aangeven gemakkelijk rond te kunnen komen. Mensen met een lage opleiding, die aangeven moeite te hebben met rondkomen, zouden een adviseur wellicht juist wel nodig hebben.

Daarnaast geeft 30 procent van de respondenten (die uiteindelijk geen financieel adviseur hebben ingeschakeld) aan, dat zij het advies te duur vonden. Op dit vlak zijn geen verschillen naar achtergrondkenmerken gevonden.

In bijna de helft van de gevallen heeft de financieel adviseur de aanschaf van een product (zoals een hypotheek of een verzekering) geregeld en in ruim een kwart van de gevallen heeft de adviseur geholpen bij de keuze tussen verschillende producten.

## Tevredenheid financieel advies

Ruim twee derde van de mensen die wel eens adviseur hebben ingeschakeld, is daar over het algemeen (heel) tevreden over. Ongeveer drie kwart van de respondenten onderschrijft de stellingen '*de adviseur kwam deskundig over*', '*de adviseur kwam de afspraken na*' en '*de adviseur gaf een duidelijke uitleg*'.

Minder mensen ervaren ook een persoonlijke klik met hun adviseur (56 procent) en 63 procent vindt dat de adviseur zich in hun situatie kon inleven. Met name op dit laatste punt is er voor de adviseur nog wel winst te behalen.

## Provisieverbod

Sinds de invoering van het provisieverbod betalen consumenten direct voor hun financieel advies voor een complex product en is dit niet meer verwerkt in de prijs van het product dat wordt aangeschaft.

Om deze directe kosten te vermijden, zal twee derde van de consumenten informatie zoveel mogelijk elders vandaan halen en bijna de helft (46 procent) geeft aan vanwege de kosten helemaal geen gebruik te zullen maken van een financieel adviseur. Dit percentage ligt lager bij de mensen die na invoering van het provisieverbod al eens een financieel adviseur hebben ingeschakeld (35 procent). Deze groep zal dus minder snel geneigd zijn in de toekomst af te zien van financieel advies.

De helft van de respondenten heeft een voorkeur voor het huidige model (de adviseur wordt direct door de klant betaald); bij respondenten die al ervaring met deze manier van werken hebben ligt dit percentage nog hoger, namelijk 58 procent.

Toch spreekt ruim een kwart van alle respondenten een voorkeur uit voor het model waarbij de kosten verdisconteerd waren in het aan te schaffen product.

## Kennis en verwachtingen

Het grootste deel van respondenten weet dat aanbieders van financiële producten een vergunning nodig hebben (71 procent), dat zij een zorgplicht hebben (76 procent) en dat zij een schatting moeten geven van de vergoeding die zij voor de werkzaamheden vragen (82 procent). Dat aanbieders van financiële producten ook een kennistest moeten afnemen als mensen zonder advies financiële producten willen kopen, is minder bekend, slechts 37 procent weet dit.

Respondenten die al ervaring hebben met financieel advies konden de bovengenoemde vragen beter beantwoorden dan respondenten die hier geen ervaring mee hebben.

De grootste groep consumenten verwacht vooral van een financieel adviseur dat hij een overzicht geeft van de verschillende mogelijkheden. Vooral vrouwen, hoogopgeleiden, mensen in loondienst, mensen die aangeven gemakkelijk rond te kunnen komen en mensen met een koopwoning verwachten dit.

Een kleinere groep is met name op zoek naar een concrete oplossing voor zijn of haar situatie. Dit zijn vooral mannen, mensen zonder spaargeld, mensen in een huurwoning en mensen die zeggen moeilijk te kunnen rondkomen.

Het grootste gedeelte van de Nederlanders schat de kosten van een financieel advies te laag in. Gemiddeld schatten respondenten de kosten van een financieel advies voor een starter die een hypotheek wil afsluiten in op 980 euro (n = 656). De mediaan bedraagt 650 euro. Mensen die al eens financieel advies hebben aangevraagd schatten dit bedrag hoger in dan mensen die nog niet eerder een financieel adviseur hebben ingeschakeld. Echter ook deze groep schat het feitelijke bedrag (tussen de 1.500 euro en 3.000 euro) te laag in.

Bovendien wordt het genoemde bedrag door veel respondenten als '(heel) duur' bestempeld. Het maakt hierbij niet uit of in het verleden als eens financieel advies is aangevraagd of niet.

## Drempels en verbeterpunten

Veel mensen vinden financieel advies (te) duur. De meeste Nederlanders noemen de kosten van een advies als mogelijke drempel bij de beslissing om al dan niet een financieel adviseur in de arm te nemen.

Dat neemt niet weg dat er ook andere obstakels genoemd worden, waarvan veruit de belangrijkste betrekking heeft op het vertrouwen in de financieel adviseur. De stelling '*ik vraag mij af of de adviseur wel primair in mijn belang werkt*' werd door 35 procent van de respondenten aangemerkt als een aspect dat een drempel kan vormen bij het inwinnen van financieel advies.

Omdat het steeds vaker voorkomt dat mensen er uiteindelijk voor kiezen om geen financieel adviseur in te schakelen, zoeken de adviseurs zelf nu naar mogelijkheden om het proces aantrekkelijker te maken. Een van de mogelijkheden die in dit onderzoek aan de orde is gesteld, is het aanleveren van gegevens via overheidsbronnen die via DigiD ontsloten worden. Door deze werkwijze kan een tijdwinst worden geboekt, waardoor het advies goedkoper kan worden.

Ruim de helft (57 procent) van de Nederlanders vindt dit een aantrekkelijke optie; 14 procent vindt dit juist (zeer) onaantrekkelijk. De overige 30 procent staat er neutraal tegenover.

In een toelichting op het antwoord op deze vraag noemen de respondenten die dit een aantrekkelijke optie vinden vooral de snelheid en het gemak. Ook de kosten zijn een overweging om gegevens via DigiD te ontsluiten.

Tegenstanders wijzen vooral op aantasting van de privacy of vinden deze manier van gegevens delen onveilig. Maar ook hier komt gebrek aan vertrouwen in de adviseur om de hoek kijken: wat gebeurt er met mijn gegevens en heb ik het zelf nog wel in de hand?

Omdat beslissen een complex proces is van het simultaan afwegen van verschillende factoren, is (naast de traditionele vragenlijst) middels vignetonderzoek bekeken welke criteria consumenten het zwaarst vinden wegen bij de keuze voor de ene of de andere financieel adviseur. Uit deze analyse bleek dat het kostenaspect (“als u uw gegevens doorstuurt via DigiD, kan ik een lager bedrag in rekening brengen”) voor de consument juist niet doorslaggevend is. Wel van belang is het feit of de financieel adviseur een tussenpersoon is of werkzaam is bij één bepaalde bank of verzekeraar. Klanten willen graag kunnen kiezen uit een breed aanbod van meerdere banken of verzekeraars, en geven daarom een lager cijfer aan een adviseur die alleen informatie over de eigen producten kan verstrekken.

Met andere woorden, uit het vignettenonderzoek blijkt dat aanlevering van gegevens via DigiD niet direct helpt om mensen over de streep te trekken, maar dat het ook niet schaadt.

Al met al komt de werkwijze, waarbij gegevens worden aangeleverd vanuit overheidsbronnen die via DigiD ontsloten worden, tegemoet aan één van de bezwaren die Nederlanders hebben met betrekking tot financieel advies, namelijk de kosten. Tegelijkertijd wordt een andere belangrijke drempel, de vertrouwenskwestie, door deze werkwijze nog eens extra op de proef gesteld.

## Visie van het Nibud

### Financieel advies kan consumenten behoeden voor ‘verkeerde’ beslissingen

Een positief effect van het provisieverbod is dat het voor consumenten zichtbaar wordt hoeveel een financieel advies kost. Dit is in het belang van de consument omdat voorheen een financieel adviseur aan de verkoop van product A meer kon verdienen dan aan product B. Juist vanwege het feit dat consumenten aangeven een financieel adviseur niet altijd te vertrouwen, is het goed dat nu altijd een vaste prijs betaald moet worden, zodat de consument ervan uit kan gaan dat hij het product krijgt dat het beste bij zijn situatie past.

Tegelijkertijd blijkt in de praktijk dat de zichtbare kosten van een financieel advies een drempel kunnen zijn om dit advies daadwerkelijk aan te vragen. Als mensen dan zelf op zoek gaan naar de benodigde informatie, bijvoorbeeld via het internet, zou dat er uiteindelijk toe kunnen leiden dat producten worden aangeschaft die voor de consument ongunstiger uitpakken, waardoor hij juist duurder uit is.

### Financieel adviseur wordt nog weinig ingeschakeld

Uit dit onderzoek blijkt dat ruim de helft van de Nederlanders met een financieel adviseur gesproken heeft over de hypotheek voor hun huis. Voor andere genoemde zaken liggen de percentages op 20 procent of lager. Slechts een op de vijf Nederlanders heeft bijvoorbeeld een adviseur ingeschakeld om een spaarplan op te stellen voor na de pensioendatum. En dat terwijl uit ander Nibud-onderzoek blijkt dat een minderheid van de Nederlanders tussen de 25 en 65 jaar is voorbereid op de financiële situatie bij (on)voorziene momenten in de toekomst:

*Een minderheid van 40 procent is ervan op de hoogte of de inkomsten bij pensionering voldoende zijn om de uitgaven na pensionering te dekken. Ditzelfde geldt voor de financiële situatie bij arbeidsongeschiktheid:<sup>1</sup>*

Het Nibud vindt dit een onwenselijke situatie en ziet graag dat dit percentage omhoog gaat. Financieel adviseurs kunnen hier een rol in vervullen. Hierbij is het belangrijk dat de mogelijkheid om advies te krijgen zo laagdrempelig mogelijk wordt aangeboden.

### Minder zelfredzame klant heeft andere verwachtingen van een advies

Uit dit onderzoek blijkt dat bepaalde achtergrondkenmerken van mensen van invloed zijn op de verwachtingen die zij hebben van een financieel advies: Mensen zonder spaargeld, mensen met een huurwoning en mensen die aangeven moeilijk rond te kunnen komen verwachten van een financieel adviseur vooral dat hij komt met een concrete oplossing voor hun situatie. De ‘sterkere’ consument (hoog opgeleid, gemakkelijk rondkomen, koopwoning) is vooral op zoek is naar een overzicht van verschillende mogelijkheden. Deze laatste groep geeft ook vaker aan de benodigde informatie zelf wel te kunnen vinden.

---

<sup>1</sup> De Nederlanders en hun pensioen, A. v.d.Schors, M. Warnaar, Nibud, oktober 2015

Anderzijds geven ook consumenten met een laag inkomen vaak aan zelf op zoek te gaan naar informatie, vooral om zo de kosten van financieel advies te vermijden. Dit is geen wenselijke ontwikkeling. Het kan ertoe leiden dat meer huishoudens in de financiële problemen komen, doordat zij beslissingen nemen die uiteindelijk in hun nadeel uitwerken.

Om te stimuleren dat de minder zelfredzame groepen bij het nemen van belangrijke financiële beslissingen professioneel advies inschakelen, zouden de kosten van dit advies gesubsidieerd kunnen worden, bijvoorbeeld vanuit een fonds waaraan verschillende partijen hun bijdrage leveren. Ook zou voor bovengenoemde groepen het werken met standaardoplossingen goed kunnen werken.

### **Financieel adviseur heeft (nog steeds) een “betrouwbaarheidsprobleem”**

In dit onderzoek is bekeken welke drempels consumenten ervaren op het moment dat zij een financieel adviseur zouden willen raadplegen. Hieruit kwam naar voren dat de kosten van het advies als de grootste drempel wordt ervaren; 44 procent van de respondenten noemde dit aspect.

Naast het kostenaspect, heeft 35 procent van de Nederlanders twijfels over de betrouwbaarheid van financieel adviseurs en de belangen die zij nastreven. Als zij hier meer zekerheid over zouden hebben, zouden zij eerder een adviseur in de arm nemen.

Daarnaast geven respondenten aan dat zij meer transparantie willen. Wat doet de financieel adviseur nu precies voor zijn geld en wat levert dat op (zowel voor de adviseur als voor de klant)?

Het Nibud ziet hierin nog een weg te gaan voor financieel adviseurs. Zo lang de consument de financieel adviseur (te) weinig vertrouwt, zal hij ook minder bereid zijn om voor het advies te betalen.

Binnen de wereld van financieel advies wordt momenteel vooral gezocht naar mogelijkheden om dit advies goedkoper te maken. Een voorbeeld is hiervan is een werkwijze waarbij consumenten hun informatie ontsluiten met behulp van DigiD en deze vervolgens delen met hun financieel dienstverlener. Echter, juist deze werkwijze vraagt om extra vertrouwen van de consument (“wat gebeurt er allemaal met mijn gegevens?”). Het is daarom vooral een én-én kwestie: financieel adviseurs zullen erop in moeten zetten om het vertrouwen van de consument terug te winnen. Wanneer er een goede vertrouwensband is, zullen consumenten eerder geneigd zijn mee te gaan in een werkwijze waarbij zij (naar hun gevoel) hun gegevens uit handen moeten geven. Als daarmee ook de kosten van het advies omlaag gaan, zal de drempel voor de consument om een financieel adviseur in te schakelen een stuk lager kunnen worden.

# 1 Inleiding

Sinds de invoering van het provisieverbod in 2013 betalen burgers direct voor financieel advies bij het afsluiten van een hypotheek, lijfrente of ander complex financieel product. Hierdoor hebben consumenten meer inzicht in hoeveel financieel advies kost, maar het kan ook de drempel verhogen om financieel advies aan te vragen. Consumenten worden immers direct geconfronteerd met een rekening, terwijl in het verleden deze kosten waren verwerkt in het aangeschafte product en dus niet direct zichtbaar waren (waardoor het gevoel kon ontstaan dat het advies gratis was).

Aanbieders van financieel advies zoeken naar mogelijkheden om deze drempel te verlagen. Om dit te kunnen bewerkstelligen is inzicht nodig in de overwegingen van consumenten om wel of niet een financieel adviseur in te schakelen. Met dit onderzoek wil het Nibud het inzicht in het keuzeproces van de consument vergroten.

## 1.1 Onderzoeksvragen

Onderzoeksvragen die aan de orde komen, zijn:

- Welk beeld hebben consumenten van financieel advies? Weten mensen bijvoorbeeld wat bij een adviestraject komt kijken? Weten zij wat een financieel advies ongeveer kost en wat het oplevert?
- Wanneer kiezen mensen er (niet) voor een financieel adviseur te benaderen? En welke afwegingen maken consumenten wanneer ze al dan niet voor een financieel advies kiezen?

## 1.2 Leeswijzer

Het rapport beschrijft de belangrijkste bevindingen uit het onderzoek. In hoofdstuk 2 wordt gekeken naar het gebruik van financieel advies, waarna in hoofdstuk 3 de tevredenheid met dit advies aan bod komt. Hoofdstuk 4 gaat dieper in op het provisieverbod en hoe consumenten hiertegen aankijken. In hoofdstuk 5 worden kennis en verwachtingen van de consument beschreven en hoofdstuk 6 geeft een overzicht van drempels en verbeterpunten. In paragraaf 6.3 gaan we een stap verder. We leggen de respondenten een aantal keer offertes van financiële adviseurs voor, waarbij steeds enige kenmerken wisselen. De respondent wordt dan gevraagd met een rapportcijfer van 1 tot 10 aan te geven hoe aantrekkelijk zij deze offerte vinden. Met deze onderzoeksmethode (vignetanalyse of conjunct meten) kan achterhaald worden welke kenmerken van de offerte de doorslag geven bij de keuze. Hiermee simuleren we het keuzeproces van de consument zo goed mogelijk. Daarmee worden niet alleen rationale elementen, maar ook emotionele afwegingen bij de keuze van de consument betrokken.

*Dit onderzoek is mede mogelijk gemaakt door Aegon. Specifiek wil Aegon antwoord op de vraag of consumenten het een aantrekkelijke optie vinden hun gegevens aan te leveren via DigiD, waardoor de kosten van financieel advies omlaag kunnen.*





## 2 Gebruik financieel advies

De eerste vraag van het onderzoek luidde: Heeft u wel eens gebruik gemaakt van de diensten van een financieel adviseur voor een van de volgende zaken? De antwoorden op deze vraag zijn weergegeven in tabel 1.

Tabel 1: Heeft u wel eens gebruik gemaakt van de diensten van een financieel adviseur voor een van de volgende zaken? (n=1.512) (meerdere antwoorden mogelijk)

	%
Een hypotheek voor een huis	52
Een spaarplan voor mijn pensioen (bv. lijfrente of bankspaar product voor de oude dag)	20
Uitvaartverzekeringen (verzekeringen om de kosten van de uitvaart te dekken)	19
Overlijdensrisicoverzekeringen (uw nabestaanden krijgen een som uitgekeerd bij uw overlijden)	15
Deelnemingen in een beleggingsfonds	11
Een ingewikkeld spaarproduct (denk een deposito's, spaarverzekeringen, etc.)	10
Individuele arbeidsongeschiktheidsverzekeringen (bescherming van uw inkomen)	8
Overig	2
Geen van deze zaken	31

Meer dan de helft van de respondenten heeft met een financieel adviseur gesproken over de hypotheek voor hun huis. Ongeveer een vijfde van de respondenten deed dat over een spaarplan voor hun pensioen of over een uitvaartverzekering en 15 procent wilde advies over een overlijdensrisicoverzekering. Bij de categorie 'overig' werden vooral belastingzaken en verzekeringen genoemd. Bijna een derde van de respondenten heeft voor geen van de genoemde zaken een adviseur geraadpleegd.

Als we kijken naar respondenten die een adviseur raadpleegden voor de hypotheek van hun huis, dan zijn dit vaker dan gemiddeld consumenten met een modaal inkomen of hoger. Ook vrouwen schakelen op dit gebied iets vaker een adviseur in.

Bij het raadplegen van een adviseur voor een spaarplan voor het pensioen speelt leeftijd een cruciale rol: hoe ouder, hoe vaker de adviseur werd ingeschakeld.

De respondenten die juist geen adviseur hebben geraadpleegd waren bovengemiddeld vaak vrouwen en mensen met een huurwoning.

Meer dan de helft raadpleegde de adviseur vóór de invoering van het provisieverbod, ruim een derde vroeg advies aan na deze datum.

Tabel 2: Was dit voor of na 1 januari 2013? (n=1.047)

	%
Voor deze datum	58
Na deze datum	35
Weet ik niet meer	7

Vervolgens is de vraag gesteld of mensen wel eens hebben overwogen om financieel advies aan te vragen, maar dit uiteindelijk niet hebben gedaan.

Tabel 3: Heeft u er weleens aan gedacht een financieel adviseur in te schakelen, maar dat uiteindelijk niet gedaan, voor een van de volgende zaken? (n=1.512) (meerdere antwoorden mogelijk)

	%
Een hypotheek voor een huis	16
Een spaarplan voor mijn pensioen (bv. lijfrente of bankspaar product voor de oude dag)	13
Deelnemingen in een beleggingsfonds	10
Een ingewikkeld spaarproduct (denk een deposito's, spaarverzekeringen, etc.)	9
Uitvaartverzekeringen (verzekeringen om de kosten van de uitvaart te dekken)	8
Overlijdensrisicoverzekeringen (uw nabestaanden krijgen een som uitgekeerd bij uw overlijden)	6
Individuele arbeidsongeschiktheidsverzekeringen (bescherming van uw inkomen)	5
Overig	2
Nee, ik heb er nooit aan gedacht om een financieel adviseur in te schakelen	56

16 procent van de respondenten die hebben overwogen een financieel adviseur in te schakelen voor hun hypotheek, heeft hier uiteindelijk van afgezien. Bij andere producten ligt dit percentage nog lager. De meerderheid van de respondenten geeft aan er niet (alleen maar) aan gedacht te hebben om een adviseur in te schakelen.

De redenen die respondenten opgeven om uiteindelijk geen adviseur in te schakelen, zijn weergegeven in tabel 4. Ruim een derde van de respondenten zag af van financieel advies omdat zij de informatie zelf ook wel konden vinden, 30 procent vond een advies te duur en ruim een op de vijf respondenten wist zelf al precies wat zij wilden.

Als overige redenen noemden respondenten dat zij hun vragen bij anderen kwijt konden of dat advies uiteindelijk nog niet nodig/ nog niet aan de orde was.

Respondenten met een hoge opleiding en die gemakkelijk rond kunnen komen, geven vaker dan gemiddeld aan dat zij de informatie ook zelf wel kunnen vinden. Bij de respondenten die aangeven een financieel advies te duur te vinden, zijn geen verschillen naar achtergrondkenmerken gevonden.

Tabel 4: Wat is de reden dat u uiteindelijk geen financieel adviseur heeft ingeschakeld? (n=667) (meerdere antwoorden mogelijk)

	%
Ik kon uiteindelijk zelf de benodigde informatie vinden, bijvoorbeeld via internet	34
Ik vond het te duur	30
Ik wist precies wat ik wilde	21
Een adviseur werkt primair voor zijn eigen belang en niet voor mijn belang	13
Ik wist niet hoe ik aan een betrouwbare adviseur kon komen	13
Ik heb er geen goede ervaringen mee	9
Mensen in mijn omgeving hebben daar geen goede ervaringen mee	5
Vrienden/familie hebben het afgeraden	4
Er is geen inhoudelijk verschil tussen alle producten, dus advies lijkt mij onnodig	3
Om een andere reden, namelijk...	10
Weet ik niet	7

In tabel 5 is weergegeven wat de financieel adviseur gedaan heeft voor de respondenten die al eens van de diensten van een adviseur gebruik hebben gemaakt.

Tabel 5: Als u wel al eens gebruik heeft gemaakt van de diensten van een financieel adviseur, wat heeft deze adviseur toen voor u gedaan? (n=1.047) (meerdere antwoorden mogelijk)

	%
De aanschaf van een financieel product (bijv. verzekering, hypotheek, spaarrekening) geregeld	49
Geholpen met kiezen tussen verschillende merken financiële producten	26
Geholpen om mijn financiële doelen op een rijtje te zetten	22
Inzicht gegeven in mogelijke toekomstige problemen	16
Mijn administratie geordend	13
Overzicht gemaakt van huidige inkomsten en uitgaven	12
Overzicht gemaakt van toekomstige inkomsten en uitgaven	12
Oplossingen voor mogelijke toekomstige problemen aangedragen	12
Anders, namelijk...	8

In bijna de helft van de gevallen heeft de financieel adviseur de aanschaf van een product (zoals een hypotheek of een verzekering) geregeld. Bovengemiddeld vaak ging dit om vrouwen, respondenten vanaf 35 jaar, respondenten met een koopwoning en respondenten met een middelbare of hoge opleiding. Ook spaargeld speelt een rol. Respondenten met spaargeld schakelen eerder een adviseur in voor de aanschaf van een financieel product dan mensen zonder spaargeld.

In ruim een kwart van de gevallen heeft de adviseur geholpen bij de keuze tussen verschillende producten en in ruim een vijfde van de gevallen hielp de adviseur bij het ordenen van financiële doelen. Bij dit laatste aspect speelde leeftijd een rol: hoe jonger, hoe vaker er wordt geholpen bij het een op rijtje zetten van financiële doelen.

Bij de categorie anders vulden respondenten zaken in als 'belastingteruggave' of 'afsluiten hypotheek'.

### 3 Tevredenheid financieel advies

Ruim twee derde van de respondenten is tevreden over het financieel advies, minder dan 10 procent geeft aan niet (geheel) tevreden te zijn.

Tabel 6: Was u over het algemeen tevreden of ontevreden over het financieel advies wat u toen gekregen heeft? (n=1.047)

	%
(Heel) ontevreden	9
Niet tevreden, niet ontevreden	24
(Heel) tevreden	67

Mensen die na het provisieverbod een adviseur inschakelden zijn vaker (heel) tevreden, (73 procent), terwijl de mensen die vóór het provisieverbod financieel advies vroegen juist vaker (heel) ontevreden zijn (11 procent). Het valt uit deze cijfers niet af te leiden of dit daadwerkelijk wordt veroorzaakt door het provisieverbod of dat andere factoren hierbij een rol spelen.

Ook het soort advies is van invloed op de tevredenheid:

- Mensen die advies vroegen over hun hypotheek zijn vaker (heel) tevreden (70 procent);
- Werd advies gevraagd over deelnemingen in een beleggingsfonds, dan was men juist minder vaak (heel) tevreden (55 procent);
- Ook mensen die advies vroegen over uitvaartverzekeringen zijn minder vaak (heel) tevreden (61 procent).

Respondenten die aangeven moeilijk rond te kunnen komen geven minder vaak aan tevreden te zijn.

Ook uit tabel 7 blijkt dat de meeste respondenten die ervaring hebben met een financieel adviseur, hier tevreden over zijn. Ruim drie kwart van de respondenten vond de adviseur deskundig over komen en een kleine drie kwart geeft aan dat de adviseur zijn afspraken nakwam en duidelijke uitleg gaf. In 56 procent van de gevallen was er ook sprake van een persoonlijke klik en 63 procent vond dat de adviseur zich inleefde in de persoonlijke situatie.

Tabel 7: Bent u het eens met de volgende stellingen? (n=1.047)

	% (Helemaal) mee oneens	% Niet mee eens, niet mee oneens	% (Helemaal) mee eens
De financieel adviseur leefde zich in mijn persoonlijke situatie in	12	25	63
De financieel adviseur kwam de afspraken die we eerder maakten na	9	18	73
De financieel adviseur gaf een duidelijke uitleg	8	19	72
De financieel adviseur kwam deskundig over	5	17	78
De financieel adviseur zorgde ervoor dat er een persoonlijke klik was	12	31	56

## 4 Provisieverbod

Sinds de invoering van het provisieverbod betalen consumenten direct voor hun financieel advies voor een complex product en is dit niet meer verwerkt in de kosten van het product dat wordt aangeschaft. Hoewel meer dan de helft van de respondenten aangeeft bereid te zijn voor een goed advies te betalen, zal twee derde van de respondenten toch proberen informatie zoveel mogelijk elders te verkrijgen om zo de kosten van een advies te verlagen. Bijna de helft (46 procent) geeft zelfs aan vanwege de kosten helemaal geen gebruik te zullen maken van een financieel adviseur.

Tabel 8: Bent u het eens met de volgende stellingen? (n=1.512)

	% (Helemaal) mee oneens	% Niet mee eens, niet mee oneens	% (Helemaal) mee eens
Voor een goed advies ben ik bereid te betalen	14	32	54
Om de kosten van een advies te vermijden, zal ik proberen mijn informatie zoveel mogelijk elders (bijv. internet) vandaan te halen	9	26	66
Vanwege de kosten van het advies zal ik hoogstwaarschijnlijk geen gebruik maken van een financieel adviseur	18	36	46

De stelling ‘voor een goed advies ben ik bereid te betalen’ werd vaker positief beantwoord door mensen met spaargeld (vergeleken met respondenten zonder spaargeld) en door mensen die al eerder financieel advies hebben gehad.

Ook de respondenten die aangeven zelf de informatie bij elkaar te zoeken, om zo de kosten van een advies te vermijden, zijn vaker mensen die in het verleden al eens een financieel adviseur hebben geraadpleegd.

Respondenten die aangeven waarschijnlijk geen gebruik te zullen maken van een financieel adviseur vanwege de kosten zijn bovengemiddeld vaak respondenten die moeilijk rond kunnen komen. Verder zijn het minder vaak mensen die al eerder financieel advies hebben gehad.

Het is interessant om te bekijken of bovengenoemde stellingen verschillend worden beoordeeld door respondenten die vóór en respondenten die na het provisieverbod gebruik gemaakt hebben van de diensten van een financieel adviseur.

- De stelling ‘voor een goed advies ben ik bereid te betalen’, wordt vaker positief beantwoord door mensen die na het provisieverbod een financieel adviseur hebben ingeschakeld .

- Bij de tweede stelling '*om de kosten van een advies te vermijden, zal ik proberen mijn informatie zoveel mogelijk elders (bijv. internet) vandaan te halen*' zijn geen verschillen zichtbaar tussen de respondenten die vóór of na het provisieverbod een adviseur hebben geraadpleegd.
- De stelling '*vanwege de kosten van het advies zal ik hoogstwaarschijnlijk geen gebruik maken van een financieel adviseur*', gaf weer wel verschillen: respondenten die na het provisieverbod al eens een financieel adviseur inschakelden, zijn het minder vaak met deze stelling eens (35 procent).

Kortom, diegenen die al ervaring hebben met het provisieverbod en die hun financieel adviseur dus rechtstreeks betaald hebben, staan ook positiever tegenover deze werkwijze dan de respondenten die hun adviseur raadpleegde vóór de tijd van het provisieverbod. Bovendien zullen consumenten die hun adviseur al eerder rechtstreeks betaald hebben, minder snel geneigd zijn in de toekomst af te zien van financieel advies.

Gevraagd naar de voorkeur van de respondenten om de adviseur direct te betalen of via het aan te schaffen product, zien we dat de helft van de respondenten kiest voor directe betaling. Ruim een kwart heeft voorkeur voor het tweede model en een kleine kwart heeft geen voorkeur.

Tabel 9: Welke van deze modellen heeft uw voorkeur? (n=1.512)

	%
Direct betalen	50
Via product	27
Ik heb geen voorkeur	24

Vrouwen kiezen vaker voor direct betalen dan mannen.

Ook bij deze vraag is bekeken in hoeverre deze anders beantwoord wordt door respondenten die vóór het provisieverbod gebruik maakten van de diensten van een financieel adviseur en de respondenten die dat daarna deden. Respondenten uit deze laatste categorie hadden vaker een voorkeur voor direct betalen (58 procent).



Het bovenstaande vertaalt zich in de antwoorden op de volgende stellingen: bijna driekwart van de respondenten geeft aan dat het door rechtstreekse betaling duidelijker wordt hoeveel voor een financieel advies betaald moet worden. Daarnaast blijkt dat 38 procent van de respondenten het wel prettiger vond toen de kosten verwerkt waren in het product dat werd gekocht.<sup>2</sup> Dat zijn vaker respondenten die moeilijk rond kunnen komen. Leeftijd speelt ook een rol: jongeren beantwoorden de stelling vaker positief dan ouderen. Ten slotte zijn respondenten met een hoge opleiding het minder vaak met de stelling eens dan respondenten met een lage opleiding.

Tabel 10: Bent u het eens met de volgende stellingen? (n=1.512)

	% (Helemaal) mee oneens	% Niet mee eens, niet mee oneens	% (Helemaal) mee eens
Door rechtstreekse betaling wordt het voor mij duidelijker wat ik voor een financieel advies betaal	6	20	74
Het maakt mij niet uit op welke wijze ik het financieel advies uiteindelijk betaal	39	37	24
Ik vond het prettiger toen de kosten verwerkt waren in het product dat ik uiteindelijk kocht	28	35	38

<sup>2</sup> Dit lijkt in tegenspraak met tabel 9, waarin 27 procent van de respondenten een voorkeur uitspreekt voor een model waarbij de kosten zijn verwerkt in het aan te schaffen product. Het is lastig te achterhalen waar deze discrepantie vandaan komt. Mogelijk ligt het aan de formulering van de vraag: bij vraag 9 wordt benadrukt dat de adviseur een bedrag van de bank ontvangt (bij betaling via het product). Bij de stelling in tabel 10 wordt de bank niet genoemd.



## 5 Kennis en verwachtingen

### 5.1 Kennis

Om het kennisniveau van de respondenten over de plichten van een financieel adviseur te toetsen, hebben we hun een aantal stellingen voorgelegd. Alle gegeven stellingen zijn juist. De meeste moeite hadden de respondenten met de stelling “*de aanbieders van financiële producten nemen een kennistest bij u af als u zonder advies financiële producten wilt kopen*”. 40 procent wist het antwoord niet en bijna een kwart denkt dat de stelling onjuist is. Slechts 37 procent wist dat de stelling juist is.

Op de andere stellingen wist een ruime meerderheid het juiste antwoord te geven. Vooral de stelling “*de financieel adviseur moet een schatting geven van de vergoeding die hij voor de werkzaamheden aan u vraagt*”, werd vaak goed beantwoord. Ruim vier op de vijf respondenten weet dat dit het geval is.

Tabel 11: Hieronder staat een aantal stellingen. Geef aan of deze stelling volgens u juist of onjuist is (n=1.512)

	% Onjuist	% Juist	% Weet ik niet
De aanbieders van financiële producten hebben een zorgplicht	4	76	20
De aanbieders van financiële producten nemen een kennistest bij u af als u zonder advies financiële producten wilt kopen	23	37	40
Elke financieel dienstverlener heeft een vergunning nodig.	9	71	19
De financieel adviseur moet een schatting geven van de vergoeding die hij voor de werkzaamheden aan u vraagt	5	82	14

Over het algemeen worden de stellingen beter beantwoord door respondenten die al eens financieel advies hebben gehad. Zij beantwoorden de vragen vaker met ‘juist’ (het goede antwoord) en minder vaak met ‘weet ik niet’. Andersom weten respondenten zonder ervaring met financieel advies vaker niet dat de stellingen juist zijn.

### 5.2 Verwachtingen

Consumenten die een financieel adviseur inschakelen, hebben hier bepaalde verwachtingen van. In dit onderzoek is gevraagd wat mensen het belangrijkste aspect vinden. Ruim de helft van de respondenten (53 procent) is vooral op zoek naar een overzicht van de verschillende mogelijkheden. De overige antwoordcategorieën worden

door ongeveer 15 procent van de respondenten als belangrijkste aspect aangemerkt. In de categorie “anders”, wordt bovendien vaak benoemd dat alle genoemde aspecten belangrijk zijn. Andere verwachtingen waren: ‘een eerlijk antwoord’, ‘een onafhankelijk antwoord’ of ‘dat het voor mij begrijpelijk wordt’.

Tabel 12: Wat verwacht u van een financieel advies (geef aan wat u het belangrijkste vindt)? (n=1.512)

	%
Dat ik overzicht krijg van de verschillende mogelijkheden	53
Dat ik een product krijg dat ik kan gebruiken	16
Dat er een oplossing komt voor mijn situatie	15
Dat hij alles voor mij regelt	13
Anders, namelijk...	3

Als we naar achtergrondkenmerken kijken, valt op dat er een tweedeling is qua zelfredzaamheid: er is een groep die vaker dan gemiddeld aangeeft overzicht te willen (en uiteindelijk zelf een product uitkiest) en een groep die juist vaker aangeeft op zoek te zijn naar een oplossing (en dus alles geregeld wil hebben).

Respondenten die bovengemiddeld vaak op zoek zijn naar een overzicht van verschillende mogelijkheden zijn:

- Vrouwen (58%)
- Hoogopgeleiden (58%)
- Mensen in loondienst (57%)
- Mensen die aangeven gemakkelijk rond te kunnen komen (57%)
- Mensen met een koopwoning (56%)

De volgende groep is bovengemiddeld vaak op zoek naar een oplossing:

- Mensen zonder spaargeld (25%)
- Mensen in een huurwoning (20%)
- Mensen die aangeven moeilijk rond te komen (19%)
- Mannen (17%)

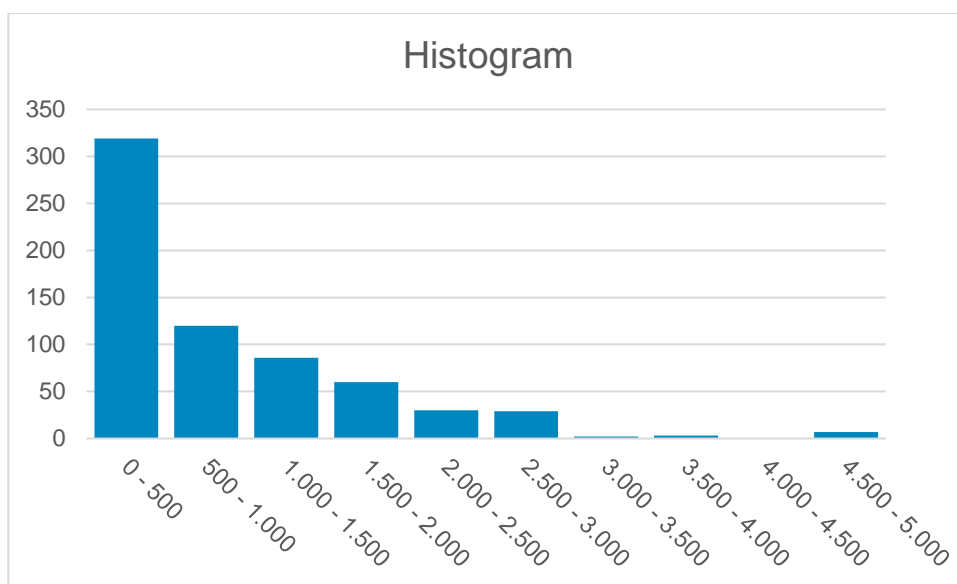
De hoogte van het inkomen laat geen verschillen tussen de respondenten zien. Ook leeftijd en huishoudsamenstelling heeft nauwelijks invloed op de verwachtingen rond een financieel advies.

## Kosten

Een financieel advies voor een hypotheek kost doorgaans tussen de 1.500 en 3.000 euro. Gemiddeld schatten respondenten de kosten van een financieel advies voor een starter die een hypotheek wil afsluiten in op 980 euro (n = 656). De mediaan bedraagt 650 euro. De antwoorden variëren van 0 tot 5.000 euro (respondenten die hier 'nul' hebben ingevuld zijn in de gemiddelden meegenomen, wellicht denken zij dat een advies gratis is). 57 procent van de respondent weet geen schatting te geven.

Mensen die al eens een financieel adviseur hebben geraadpleegd schatten de kosten hoger in dan mensen die nog nooit gebruik hebben gemaakt van de diensten van een financieel adviseur. Bij de eerste groep lag het gemiddelde bedrag op 1.015 euro met een mediaan van 750. De tweede groep kwam gemiddeld uit op 821 euro, met een mediaan van 500 euro.

Figuur 1: Hoeveel denkt u dat een financieel advies kost voor een starter die een hypotheek wil afsluiten? (n=656)



Respondenten die aangeven gemakkelijk rond te kunnen komen schatten deze kosten hoger dan respondenten die zeggen moeilijk te kunnen rondkomen, de gemiddelde schattingen bedragen respectievelijk 1.050 euro en 840 euro. Respondenten met een hogere opleiding schatten de kosten ook hoger dan respondenten met een middelbare of lagere opleiding, namelijk 1.120 euro ten opzichte van respectievelijk 900 en 600 euro.

Voor de rest zijn geen verschillen naar achtergrondkenmerken gevonden.

De meeste respondenten vinden het genoemde bedrag (heel) hoog. Slechts een kleine minderheid (zes procent) bestempelt het bedrag als (heel) goedkoop. Anders gezegd, mensen schatten het bedrag voor een hypotheekadvies te laag in en vinden dit bedrag dan ook nog eens te hoog.

Tabel 13: Wat vindt u van het bedrag dat u heeft genoemd in de voorgaande vraag? (n=656)

	%
Heel goedkoop	2
Goedkoop	4
Redelijk	40
Duur	42
Heel duur	12

Of een advies duur of goedkoop wordt gevonden hangt samen met opleiding (consumenten met een middelbare of hoge opleiding vinden het advies vaker duur dan consumenten met een lage opleiding) en met de aanwezigheid van spaargeld (mensen zonder spaargeld vinden het eerder duur dan mensen met spaargeld).

Tenslotte is gevraagd of mensen die een financieel product willen aanschaffen liever een standaardproduct voor een lagere prijs hebben of een op maat gemaakt product tegen een hogere prijs. Meer dan de helft van de respondenten (57 procent) koos voor het standaardproduct.

Tabel 14: Als het gaat om het kopen van dit soort financiële producten, wat heeft dan uw voorkeur? (n=1.512)

	%
Een standaardproduct tegen een lagere prijs	57
Een voor u op maat gemaakt product tegen een hogere prijs	43

Het maakte voor de beantwoording van deze vraag niet uit of respondenten al eerder een financieel adviseur hebben geraadpleegd of niet. Ook andere achtergrondkenmerken zijn hier niet van invloed.

## 6 Drempels en verbeterpunten

### 6.1 Drempels

Respondenten is de hypothetische situatie voorgelegd dat zij voor de beslissing staan om al dan niet een financieel adviseur in te schakelen. Welke drempels zouden zij dan kunnen ervaren?

De antwoorden zijn weergegeven in tabel 15. Respondenten konden hier twee antwoorden aankruisen; de percentages tellen dus niet op tot 100 procent.

Tabel 15: Welke aspecten kunnen voor u een drempel vormen? (n = 1.512) (meerdere antwoorden mogelijk)

	%
Ik vind de kosten van het advies te hoog	44
Ik vraag mij af of de adviseur wel primair in mijn belang werkt	35
Ik twijfel over de toegevoegde waarde van een adviseur; ik denk zelf al voldoende kennis van de materie te hebben	21
Ik zie op tegen de papieren rompslomp die bij het financieel advies komt kijken	16
Ik twijfel aan de kwaliteit van het advies van een financieel adviseur	13
Ik zie op tegen de tijd die het hele proces van financieel advies in beslag neemt	10
Ik vind het vervelend om mijn hele financiële situatie met de financieel adviseur wil delen	10
Anders, namelijk ...	1
Ik heb geen twijfels	14

De kosten worden als de belangrijkste drempel ervaren (44 procent van de respondenten noemt dit aspect). Daarnaast vraagt ruim een op de drie respondenten zich af of de adviseur wel primair in hun belang werkt. Een op de vijf respondenten twijfelt over de toegevoegde waarde van een adviseur. Zij denken zelf al voldoende kennis van de materie te hebben.

14 procent van de respondenten ziet geen enkele drempel.

De kosten worden vooral als een drempel ervaren door respondenten met een middelbare of hoge opleiding.

Bij de vraag of de adviseur wel primair in het belang van de klant werkt, speelt leeftijd een rol (hoe ouder, hoe vaker wordt getwijfeld aan de adviseur). Respondenten die rond

moeten komen van een pensioen of een uitkering twijfelen juist minder vaak (in vergelijking met mensen die in loondienst werken).

Op de overige achtergrondkenmerken zijn hier geen verschillen gevonden.

Twijfels over de toegevoegde waarde van een financieel adviseur zien we vaker bij mannen dan bij vrouwen, vaker bij middelbaar- en hoogopgeleiden dan bij laagopgeleiden en vaker bij mensen met spaargeld ten opzichte van mensen zonder spaargeld.

Degenen die aangeven geen enkele twijfel te ervaren zijn bovengemiddeld vaak mensen met een partner en mensen met een lage opleiding.

De vraag naar drempels bij het al dan niet inschakelen van een financieel adviseur, is anders beantwoord door mensen die al eens financieel advies hebben gehad. Zij geven vaker aan op te zien tegen de papieren rompsomp die bij het advies komt kijken (17 procent, tegenover 13 procent van de mensen die nog nooit financieel advies hebben gehad) en tegen de tijd die het hele proces in beslag neemt (11 procent, tegenover 6 procent).

## 6.2 Verbeterpunten

Uit het bovenstaande komt naar voren dat voor een aanzienlijk deel van de respondenten (44 procent) de kosten een drempel kunnen vormen bij de beslissing om al dan niet een financieel adviseur in te schakelen. Adviseurs zijn daarom op zoek gegaan naar mogelijkheden om het proces goedkoper te maken.

*Zo stelt Aegon: Momenteel besteden de adviseur en consument ruim de helft van een financieel adviestraject aan het zoeken, verzamelen, invullen en controleren van informatie over de consument en zijn huishouden. Informatie die grotendeels al vast ligt in systemen van de overheid en financiële instellingen. De consument heeft de benodigde informatie dus wel 'online' staan, maar kan dit niet inzetten voor financieel advies. Daarmee duurt het voortraject voor financieel advies onnodig lang, is het duurder dan noodzakelijk en minder toegankelijk.*

Aegon stelt daarom de volgende oplossing voor: *Geef consumenten de mogelijkheid om zelf te bepalen welke persoonlijke gegevens zij digitaal willen delen met hun financieel dienstverlener. Stel daarvoor de mogelijkheid open om na expliciete goedkeuring van consumenten hun informatie te ontsluiten met behulp van DigiD en deze vervolgens te delen met hun financieel dienstverlener.*

Wij hebben de respondenten gevraagd in hoeverre zij een dergelijke werkwijze aantrekkelijk vinden. Meer dan de helft van de respondenten vindt dit een aantrekkelijke



optie, bijna een derde benoemt het als 'niet aantrekkelijk, niet onaantrekkelijk' en 14 procent vindt dit geen aantrekkelijke werkwijze.

Tabel 166: U kunt ervoor kiezen om deze gegevens via uw DigiD op te halen en door te sturen naar uw financieel adviseur. Hoe aantrekkelijk is deze optie voor u? (n=1.512)

	%
(Heel) onaantrekkelijk	14
Niet aantrekkelijk, niet onaantrekkelijk	30
(Heel) aantrekkelijk	57

In de paragraaf hierboven is aangegeven dat consumenten die al eerder gebruik hebben gemaakt van de diensten van een financieel adviseur vaker opzien tegen de tijd en de papieren rompslomp die bij het advies komt kijken. Het is dan ook niet verwonderlijk dat juist deze groep de optie die Aegon voorstelt bovengemiddeld vaak als 'aantrekkelijk' aanmerkt: 61 procent vindt het een aantrekkelijk idee, tegenover 46 procent van de mensen die nog niet eerder financieel advies hebben gehad.

Daarnaast wordt de optie om gegevens te ontsluiten met behulp van DigiD en deze vervolgens te delen met de financieel adviseur, vaker als (heel) aantrekkelijk gezien door oudere respondenten en door respondenten die een hogere opleiding hebben. Mensen die moeilijk kunnen rondkomen vinden de optie juist minder aantrekkelijk.

Het was wellicht te verwachten dat juist mensen met een lage opleiding, met een laag inkomen of die moeilijk rond kunnen komen deze optie aantrekkelijk zouden vinden en dat de 'sterkere' groepen hier kritisch tegenover zouden staan. Echter, het zijn de mensen met een hoge opleiding die gemakkelijk rond kunnen komen, die de optie om het financieel advies op genoemde wijze goedkoper te maken vaker als aantrekkelijk bestempelen en daar blijkbaar weinig bezwaren in zien.

We hebben de respondenten gevraagd hun antwoord nader toe te lichten. Dit geeft het volgende beeld:

Respondenten die de werkwijze (heel) aantrekkelijk vinden geven vooral als reden dat het gemakkelijk en snel is, het scheelt zoekwerk. Ook het feit dat het goedkoper is, wordt veelvuldig genoemd.

Respondenten die de werkwijze juist onaantrekkelijk vinden zijn diverser in hun antwoorden. Het vaakst wordt het verlies van privacy genoemd. Ook vinden mensen het gevaarlijk/ onveilig om op deze wijze gegevens te delen.

Een ander punt dat vaak genoemd wordt is het (gebrek aan) vertrouwen in de adviseur. Ook geven respondenten aan de gegevens niet via DigiD te willen delen, maar deze liever persoonlijk met de adviseur te bespreken. Men heeft dan het gevoel meer grip op de eigen gegevens te houden en niet alles uit handen te geven.

Los van de vraag omtrent de aanlevering van gegevens, is de respondenten gevraagd of zij mogelijkheden tot verbetering zien, waardoor zij wel/ eerder een financieel adviseur in zouden schakelen. Dit was een open vraag, daardoor zijn hier geen exacte percentages of uitsplitsingen naar achtergrondkenmerken te geven. Wel worden de belangrijkste antwoorden benoemd.

Veruit het grootste deel van de respondenten kon bij het invullen van de vragenlijst geen verbeterpunten noemen. Dat kan betekenen dat zij het advies zoals dat nu is vormgegeven dusdanig goed vinden, dat geen verbeteringen mogelijk zijn. Het ligt echter meer voor de hand dat deze respondenten te weinig inzicht hebben in het proces om duidelijke verbeterpunten te benoemen. Behalve het antwoord 'nee (ik kan geen verbeterpunten noemen)', werd deze vraag vaak beantwoord met 'weet ik niet', 'geen idee' of 'ik kan nu niets bedenken'.

Respondenten die wel een antwoord konden geven, antwoordden het vaakst dat het advies goedkoper, dan wel gratis, zou moeten zijn. Een enkele keer werd dit antwoord nader toegelicht:

- *Maak de kosten veel lager. Er wordt genoeg verdiend aan een hypotheek zelf. Zelfs nu nog met de lage rente.*
- *Ik vind dit soort adviezen bij de service van bv de bank horen met een laag kostbedrag.*
- *Als je al jaren een polis hebt bij 1 firma zou hij gratis advies moeten geven als je een andere polis of advies wil. Dit is nu niet zo en dat vind ik heel slecht.*
- *Een redelijk bedrag berekenen. Adviseur moet betaald worden door de verstrekker.*
- *Dat ze een redelijk bedrag vragen maar dat moet niet hoger dan 800 euro zijn, dat vind ik meer dan genoeg want zij weten precies wat ze moeten invoeren voor welke vraag dan ook.*
- *Er wordt al zat aan hypotheeken en dergelijke verdiend, daarom vind ik dat dit advies gratis zou moeten zijn.*

Ook gaven respondenten aan dat er geen standaardprijs zou moeten zijn, maar dat voor eenvoudige vragen een lager tarief zou moeten gelden:

- *Geen standaard bedrag maar aangepast; eventueel inkomensafhankelijk.*
- *Kosten per uur rekenen en niet een vast bedrag voor advies. Bij de één duurt dat langer dan bij de ander.*
- *Meer maatwerk, wanneer je zelf alles al weet kunnen er minder kosten in rekening gebracht worden.*

Een tweede aspect dat vaak werd genoemd is de betrouwbaarheid van de adviseur.

Werkt deze wel in het belang van de klant?

- *Als je zeker weet dat hij het beste product voor je kiest en niet handelt uit winstoogmerk.*
- *Als ze wat humaner zijn, en echt oprecht willen helpen. Niet alleen maar om het geld.*
- *Het is moeilijk om twijfel aan betrouwbaarheid weg te nemen.*
- *Misschien moet er eerst een soort 'schoon schip' worden gemaakt; de adviseurs hebben in de afgelopen decennia behoorlijk met hun reputatie gespeeld.*
- *Ik blijf de indruk houden dat adviseurs vooral in hun eigen belang werken.*
- *Dien het belang van de klant i.p.v. het belang van de aanbieders.*

In het verlengde hiervan geven respondenten aan dat de verantwoordelijkheid voor de kwaliteit van het advies meer bij de adviseur zou moeten liggen en dat de adviseur hiervoor aansprakelijk gesteld zou moeten kunnen worden:

- *De betrouwbaarheid moet omhoog. Slecht advies moet afgestraft kunnen worden.*
- *De adviseur zou aansprakelijk moeten zijn voor het door hem gegeven advies. Ik moet 100 procent het gevoel hebben dat een adviseur voor mij werkt en niet voor een "bedrijf" dat graag zijn product verkoopt.*
- *Als een adviseur aansprakelijk gesteld kan worden als hij/zij een slechte dienst levert. Een soort garantie zou wel zeker helpen.*
- *Meer zekerheid in de uitkomst van een goede oplossing van het probleem.*

Verder vragen veel respondenten om meer transparantie, zij hebben geen goed zicht op wat een financieel adviseur nu precies doet.

- *Meer duidelijkheid van tevoren; ik heb nu geen idee wat een financieel adviseur precies doet. Meer duidelijkheid waarbij een financieel adviseur precies kan helpen.*
- *Als het meer duidelijk is wat je ervoor krijgt, het is voor mij nu nog een totaal onbekend gebied.*
- *Producten eenvoudiger en transparanter. Op internet plaatsen.*
- *Duidelijk wat hun voordeel is, aangeven wat hun besparing is.*
- *Open over hun tarieven, open over hun werkwijze, open over hun inbreng.*

Ten slotte wordt onafhankelijkheid als verbeterpunt genoemd.

- *Onafhankelijk, geen bonus bij verkoop. Door alle schijn van partijdigheid te verwijderen.*
- *Geen twijfel over eigen belang. Onafhankelijk advies. Keuze uit meerdere producten bij diverse organisaties.*
- *Ik zou een publiek rating systeem willen hebben om te zien hoe onafhankelijk en goed een adviseur is.*

## 6.3 Vignetten

Dit hoofdstuk gaat dieper in op de vraag hoe respondenten beslissen of zij met een financieel adviseur in zee willen gaan. Om te achterhalen welke factoren hierbij daadwerkelijk van belang zijn, is een vignetonderzoek uitgevoerd. Een vignetonderzoek is gebaseerd op de theorie dat beslissen een complex proces is van *simultaan afwegen van verschillende factoren*, waarbij de ene factor voor persoon A zwaarder weegt dan voor persoon B. Belangrijk daarbij is dat de factoren niet op zichzelf staan. Het is dan ook niet eenvoudig ze los van elkaar te bevragen.

Het belang van de factoren hangt niet alleen af van de respondent, maar ook van de situatie/omstandigheden. Wanneer de respondent een keuze zonder context wordt voorgelegd, luidt het antwoord vaak: 'Het hangt ervan af'. Vignetonderzoek speelt hierop in door de respondenten te laten reageren op een aantal *herkenbare situaties*. In dit onderzoek is de respondenten een zestal offertes van financieel adviseurs voorgelegd. Steeds moesten de respondenten met een rapportcijfer van 1 tot 10 aangeven hoe aantrekkelijk ze deze offerte vonden. De offertes zijn opgebouwd uit een aantal criteria die steeds van waarde wisselden.

### 6.3.1 De criteria

De criteria en de daarbij behorende waarden, zijn:

#### **1) (ONDERDEEL TUSSENPERSOON/BANK)**

- a) Ik kan u uitgebreid adviseren over de producten van alleen mijn bank/verzekeraar.
- b) Ik kan u uitgebreid adviseren over de producten van meerdere banken en verzekeraars.

#### **2) (ONDERDEEL VERTROUWEN) = Competentie, Stabiliteit, Integriteit, Goede Bedoelingen / Transparantie, Waardencongruentie, Reputatie**

##### **Competentie, reputatie**

- a) Ik heb alle keurmerken voor financieel adviseurs.
- b) Ik heb een vergunning van de AFM.

##### **Goede bedoelingen**

- a) U krijgt vijf jaar garantie op mijn advies.
- b) U kunt jaarlijks een gratis updategesprek aanvragen.

#### **3) (ONDERDEEL KOSTEN)**

- a) Als u zelf uw gegevens aanlevert, betaalt u een vast bedrag
- b) Als u uw gegevens doorstuurt via DigiD, kan ik een lager bedrag in rekening brengen

#### **4) (ONDERDEEL ADVIESSTIJL)**

- a) Ik neem altijd uw hele financiële situatie met u door voordat de keuze voor een specifiek product gemaakt wordt.
- b) Op basis van uw wensen, stel ik vast welk product het best bij u past.

### 6.3.2 Resultaten

Op basis van het rapportcijfer van de respondent voor de offertes, kan worden vastgesteld welke criteria het zwaarst wegen bij zijn of haar waardering voor de ene of de andere financieel adviseur. Deze analyse is voor alle respondenten gezamenlijk gedaan. Vervolgens is bekeken of en in hoeverre achtergrondkenmerken zoals leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en de hoogte van het inkomen, een rol spelen.

#### Beoordeling van de criteria

Uit de analyse blijkt dat niet alle criteria van invloed zijn op het rapportcijfer van de respondent. De criteria *competentie*, *goede bedoelingen* en *kosten* zijn niet van invloed. De criteria *tussenpersoon* en *adviesstijl* blijken wel een effect te hebben.

De belangrijkste factor voor een hoog rapportcijfer is of de financieel adviseur een *tussenpersoon* is of niet. Respondenten willen graag kunnen kiezen uit een breed aanbod van meerdere banken of verzekeraars, en geven daarom een lager cijfer aan een adviseur die alleen informatie over de eigen producten kan verstrekken. Ook de factor *adviesstijl* is van belang (maar minder sterk dan de factor *tussenpersoon*). Respondenten waarderen een offerte waarin de adviseur zegt dat hij de totale financiële situatie zal doornemen met de respondent meer dan een offerte met een aanbod op basis van de wensen die de respondent op dat moment zelf inbrengt.

Tabel 177: Waarde vignetten (N=1.314)

criterium	Waarde
Ik kan u uitgebreid adviseren over de producten van alleen mijn bank/verzekeraar.	<b>-0,43</b>
Ik kan u uitgebreid adviseren over de producten van meerdere banken en verzekeraars.	<b>0,43</b>
Ik heb alle keurmerken voor financieel adviseurs.	0,01
Ik heb een vergunning van de AFM.	-0,01
U krijgt vijf jaar garantie op mijn advies.	0,00
U kunt jaarlijks een gratis updategesprek aanvragen.	0,00
Als u zelf uw gegevens aanlevert, betaalt u een vast bedrag	-0,01
Als u uw gegevens doorstuurt via DigiD, kan ik een lager bedrag in rekening brengen	0,01
Ik neem altijd uw hele financiële situatie met u door voordat de keuze voor een specifiek product gemaakt wordt.	<b>0,02</b>
Op basis van uw wensen, stel ik vast welk product het best bij u past.	<b>-0,02</b>

*Dikgedrukte cijfers zijn significant.*

#### Invloed van achtergrondkenmerken

Naast de beoordeling van de aparte criteria, is per criterium onderzocht in hoeverre achtergrondkenmerken, zoals geslacht, opleiding en inkomen, van invloed zijn op de voorkeuren van de respondenten.

### *Geslacht*

Bij de factor *tussenpersoon* is de voorkeur voor een breed aanbod van meerdere banken of verzekeraars sterker voor vrouwen. Daarnaast is de factor *kosten* – wat niet van belang was voor de gehele steekproef – in beperkte mate van belang voor mannen. Mannen geven een hoger rapportcijfer als een lager bedrag in rekening wordt gebracht doordat gegevens via DigiD worden doorgestuurd.

### *Leeftijd*

Bij de factor *tussenpersoon* is de voorkeur voor een breed aanbod van meerdere banken of verzekeraars sterker voor respondenten van 35 jaar en ouder.

Tabel 18: Waarde vignetten naar leeftijd (n=1.314)

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-67
Alleen eigen bank/verzekeraar	<b>-0,28</b>	<b>-0,31</b>	<b>-0,54</b>	<b>-0,46</b>	<b>-0,51</b>	<b>-0,43</b>
Meerdere banken/verzekeraars	<b>0,28</b>	<b>0,31</b>	<b>0,54</b>	<b>0,46</b>	<b>0,51</b>	<b>0,43</b>
Keurmerken voor adviseurs	-0,02	0,00	-0,02	0,03	0,04	0,01
Vergunning AFM	0,02	0,00	0,02	-0,03	-0,04	-0,01
Vijf jaar garantie	0,05	-0,01	-0,02	0,01	-0,01	0,02
Jaarlijks updategesprek	-0,05	0,01	0,02	-0,01	0,01	-0,02
Zelf gegevens leveren, vast bedrag	-0,08	0,00	-0,05	-0,01	0,05	0,03
Gegevens via DigiD, lager bedrag	0,08	0,00	0,05	0,01	-0,05	-0,03
Op basis van financiële situatie	0,00	0,03	0,01	0,01	0,05	0,06
Op basis van wensen klant	0,00	-0,03	-0,01	-0,01	-0,05	-0,06

*Dikgedrukte cijfers zijn significant.*

### *Huurder of eigenaar*

Respondenten met een koopwoning hebben een sterkere voorkeur voor een breed aanbod van meerdere banken of verzekeraars dan respondenten met een huurwoning.

### *Opleiding*

Respondenten met hbo of universiteit (hogere opleiding) vinden een breed aanbod belangrijker dan respondenten met een lagere opleiding.

Tabel 189: Waarde vignetten naar opleiding (n=1.314)

	Lagere opleiding	Gemiddelde opleiding	Hogere opleiding
Alleen eigen bank/verzekeraar	<b>-0,18</b>	<b>-0,43</b>	<b>-0,50</b>
Meerdere banken/verzekeraars	<b>0,18</b>	<b>0,43</b>	<b>0,50</b>
Keurmerken voor adviseurs	0,02	0,01	0,01
Vergunning AFM	-0,02	-0,01	-0,01
Vijf jaar garantie	-0,01	0,01	-0,01
Jaarlijks updategesprek	0,01	-0,01	0,01
Zelf gegevens leveren, vast bedrag	0,10	-0,01	-0,03
Gegevens via DigiD, lager bedrag	-0,10	0,01	0,03
Op basis van financiële situatie	-0,03	0,02	0,04
Op basis van wensen klant	0,03	-0,02	-0,04

*Dikgedrukte cijfers zijn significant.*

#### *Inkomstenbron*

Er is ook gekeken naar de invloed van de inkomstenbronnen van de respondenten (loondienst, uitkering, pensioen of werk als zelfstandige). Respondenten die werken als zelfstandigen hebben een iets minder sterke voorkeur voor een breed aanbod van meerdere banken en verzekeraars dan gemiddeld. Respondenten in loondienst hebben juist een iets sterkere voorkeur voor een breed aanbod.

#### *Inkomen*

Dit achtergrondkenmerk heeft geen invloed op de voorkeuren van de respondenten.

#### *Rondkomen*

Over het algemeen heeft moeilijk of gemakkelijk kunnen rondkomen geen invloed op de voorkeuren van de respondenten. Een uitzondering is de factor *goede bedoelingen*. Respondenten die moeilijk kunnen rondkomen geven een iets hoger rapportcijfer als ze vijf jaar garantie krijgen op het advies.

#### *Spaargeld*

Dit achtergrondkenmerk heeft geen invloed op de voorkeuren van de respondenten.

#### *Samenvatting*

Samengevat is de keus tussen een of meerdere aanbieders het enige criterium wat aanzienlijk van belang is bij het toekennen van een rapportcijfer. Respondenten willen graag kunnen kiezen uit een breed aanbod van meerdere banken of verzekeraars, en geven daarom een lager cijfer aan een adviseur die alleen informatie over de eigen producten kan verstrekken.

Dit criterium varieert met de achtergrondkenmerken van de respondenten. In zijn totaliteit hebben alle respondenten een voorkeur voor een breed aanbod van meerdere banken of verzekeraars. Deze voorkeur is sterker bij vrouwen, respondenten van 35 jaar en ouder, respondenten met een koopwoning, hoogopgeleiden en respondenten in loondienst.



# Bijlage 1: Onderzoeksverantwoording

## Achtergrondkenmerken

Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van een online vragenlijst. Deze is ingevuld door 1.512 mensen. De respondenten zijn afkomstig van het Opiniepanel van Survey Sampling International (SSI) en zijn representatief voor de Nederlandse bevolking van 18 tot 67 jaar. In tabel 20 worden de achtergrondvariabelen van de consumenten gepresenteerd die een indruk geven van de populatie.

Tabel 20: Achtergrondkenmerken (n=1.512)

	%
<b>Geslacht</b>	
Man	48
Vrouw	52
<b>Leeftijd</b>	
18 t/m 24	14
25 t/m 34	18
35 t/m 44	21
45 t/m 54	23
55 t/m 64	20
65 t/m 67	5
<b>Huishoudtype</b>	
Alleenstaand	25
Alleenstaande ouder	5
Paar	29
Paar met kinderen	29
Overig (voornamelijk studenten)	12
<b>Opleidingsniveau</b>	
Laag (geen opleiding, lagere school, vmbo/lbo)	10
Midden (mavo, havo, vwo, mbo)	54
Hoog (hbo, universitair of hoger)	36

	%
<b>Inkomensniveau*(n=1.036)</b>	
Beneden modaal	48
Rond modaal	36
Boven modaal	16
<b>Inkomstenbron</b>	
Loondienst	61
Zelfstandige	8
Pensioen	8
Uitkering	15
Overig (voornamelijk studiefinanciering)	7
<b>Woont u in een huur- of een koopwoning</b>	
Huurwoning	39
Koopwoning	61
<b>Hoe goed kan uw huishouden maandelijks rondkomen</b>	
Moeilijk rondkomen	39
Makkelijk rondkomen	61

\*Het modale inkomen voor 2016 lag op 2.111 euro netto per maand. Voor dit onderzoek vallen onder het modale inkomen: alleenstaanden met een inkomen tussen de 1.500 en 2.500 euro en paren met een inkomen tussen de 2.500 en 4.000 euro.

### Multivariate analyses

In dit rapport hebben we, naast kruistabellen, regelmatig multivariate analyses (lineaire of logistische regressies) uitgevoerd. Dit betekent dat alle achtergrondkenmerken, die kunnen samenhangen met de te verklaren variabele, tegelijkertijd zijn meegenomen. Dit geeft een duidelijker overzicht en inzicht in de directe relatie van een bepaald kenmerk met de variabele, omdat dit voor andere, mogelijk invloedrijke factoren, wordt gecorrigeerd. Deze analyse geeft de correlatie weer en niet de causaliteit. Dit betekent dat we kunnen zeggen dat er tussen bepaalde kenmerken een relatie bestaat. We weten echter niet welk van de twee kenmerken de relatie tot stand brengt.

### Vignettenanalyse

In de vignettenanalyse is het aantal waarnemingen iets lager dan van de totale steekproef, namelijk 1.314 in plaats van 1.512. Er zijn 198 respondenten buiten beschouwing gelaten; dit zijn de respondenten die de vignetten niet volledig of niet serieus hebben ingevuld.