

## Samenvatting van RMFI scriptie:

# Een gedragseconomische visie op financieel advies

### Auteur

Frank van Bergem<sup>1</sup>



Deze scriptie gaat over de verkenning van een nieuw model van financieel advies aan consumenten waarbij met gedragseconomische inzichten en doelgroepadvisering rekening wordt gehouden.

De financiële crisis van 2007/2008 heeft een impuls gegeven aan een fundamentele herziening van financieel advies aan consumenten. De crisis heeft er toe bijgedragen dat persoonlijke financiële risico's meer aan de oppervlakte zijn gekomen. In toenemende mate dient iedereen deze risico's zelfstandig te dragen. Tot aan 2013 hebben financiële dienstverleners de indruk gewekt dat financieel advies gratis was. Overduidelijk is echter geworden dat het geboden advies lang niet altijd in het belang van de consument was. Door de introductie van het provisieverbod vanaf 2013 kost advies zelfs geld en dit werkt drempelverhogend. Adviestrajecten zijn daarnaast arbeidsintensief. Als gevolg van de toegenomen regulering zijn de kaders waaraan financiële dienstverleners moeten voldoen aangescherpt. De kostprijs voor de aanbieders van financieel advies is hierdoor hoog. Mede doordat er binnen de financiële dienstverlening sprake is van concurrentie op de adviestarieven, heeft toezichthouder AFM een vermoeden geuit dat er met negatieve winstmarges wordt gewerkt. Op lange termijn lijkt dit verdienmodel dan ook niet houdbaar. Dit benadeelt zowel de aanbieders als de vragers van financiële dienstverlening.

De toezichthouder heeft met diverse onderzoeken naar de kwaliteit van advies ook duidelijk gemaakt dat verbeteringen noodzakelijk zijn om het klantbelang centraal te stellen. Het huidige financiële advies gaat eveneens voorbij aan hoe consumenten denken en financiële besluiten voor zichzelf nemen. Gedragseconomische inzichten hebben zowel in opleidingen, het beleid en de wet en regelgeving nog nauwelijks een plek gekregen. Met voorbeelden is in mijn scriptie duidelijk gemaakt dat verder onderzoek naar en toepassing van inzichten uit de gedrags-economie, keuzearchitectuur en *nudging*

in financiële advisering gewenst is. Onder *nudging* wordt het aanbrengen van subtiele aanwijzingen of informatieverstrekking verstaan waardoor een gedragsverandering teweeg wordt gebracht. Inzichten uit de gedragseconomie laten zien dat een doordachte keuzearchitectuur consumenten in staat stelt om hun financiële intenties om te zetten in passend gedrag. Een belangrijke uitkomst van de gedragseconomisch onderzoek is dat mensen voorspelbaar en dus systematisch niet-rationeel zijn als het gaat om voorkeuren, de omgang met informatie en oordeelsvorming en het maken van financiële keuzes. Het blijkt dat feitelijk gedrag niet spoort met het gedrag dat consumenten gegeven hun financiële doelen of intenties juist zouden moeten laten zien. Uit onderzoek komt tevens naar voren dat consumenten op basis van meer informatie en meer inzicht in ieder geval niet *ander* gedrag laten zien teneinde keuzes te maken die aansluiten bij hun financiële doelen.

Daarnaast kan doelgroepadvisering worden toegepast om consumenten, die beschikken over een vergelijkbare uitgangssituatie, te adviseren op basis van een standaardadvies. Doelgroep aannames en advisering kunnen adviestrajecten efficiënter maken. In het Verenigd Koninkrijk is enkele jaren terug door de overheid de Money Advice Service (MAS) opgericht. De statutaire doelstellingen van de MAS zijn het verbeteren van kennis en begrip van het publiek waar het gaat om financiële aangelegenheden alsmede het vergroten van de mogelijkheden van het publiek om de geldzaken in eigen hand te nemen.

De Money Advice Service is kosteloos toegankelijk voor iedereen in het Verenigd Koninkrijk. De service ontwikkelt universeel en onpartijdig advies. Waar de AFM in Nederland (nog) geen ruimte ziet voor gestandaardiseerde advisering voor specifieke doelgroepen, is dit voor MAS juist een belangrijk uitgangspunt. Hierbij wordt, *cross channel*, gebruik gemaakt van online, telefonisch en persoonlijk advies. Consumenten kunnen volledig zelfstandig of

juist met enige hulp financieel advies inwinnen. De interventies van MAS zijn gericht op blijvende (gedrags)verandering van het publiek. Hierbij gaat het om het beheersen van de persoonlijke financiën. MAS erkent het belang van de gedragseconomie in financieel advies.

De drempel tot financieel advies is in het Verenigd Koninkrijk verlaagd. De standaardisatie betekent niet dat er wordt ingeboet aan kwaliteit. Voor de meeste klantsituaties is een standaardplan minstens zo goed als een financieel maatwerkadvies, alleen tegen lagere advieskosten. Met name bij starters op de hypotheekmarkt zijn de mogelijkheden aanwezig om standaardisatie verregaand door te voeren. In Nederland kennen we het platform Wijzer in Geldzaken. Wijzer in Geldzaken wil verantwoord financieel gedrag bevorderen en is met name een wegwijzer naar betrouwbare informatie over geldzaken. MAS gaat verder en voorziet doelgroepen ook van gestandaardiseerde adviezen. Financiële informatie wordt hierbij met inzichten vanuit de gedragseconomie vertaald in concrete actieplannen.

Uit de praktijk blijkt dat er behoefte is aan doorontwikkeling van *cross-channel* mogelijkheden om de efficiëntie te verhogen. Consumenten kunnen hun persoonlijke gegevens van tevoren verzamelen en digitaal beschikbaar stellen aan de financiële dienstverlener. Standaardisatie is niet een oplossing voor de gehele financieel adviesmarkt. Een *one size fits all* oplossing in termen van advieskosten gaat in financieel advies niet op. Consumenten met complexe of uitgebreide financiële en fiscale historie kunnen niet met een standaardadvies worden geholpen. Voor deze groep consumenten is er maar één oplossing en dat is maatwerkadvies. Aan maatwerkadvies is een bijbehorende prijs verbonden. Complexiteit zal hoe dan ook betaald moeten worden wil financieel advies vanuit het oogpunt van de financiële dienstverleners acceptabel en rendabel blijven. ■

<sup>1</sup> Drs. Frank van Bergem RBA RMFI is werkzaam als businesscontroller bij Rabobank Noord-Kennemerland.