

Ron van Kesteren, directeur Keurmerk Financiële Dienstverlening:

"OOK NA KOMST VAN DE WFT ZAL KEURMERK AAN BELANG WINNEN"

Door de komst van de Wet Financiële Dienstverlening (Wfd) en later de Wet op het financieel toezicht (Wft) werd het minimumniveau waaraan aanbieders van financiële producten dienden te voldoen, opgetrokken. Daardoor leek het onderscheid van bestaande keurmerken en erkenningsregelingen, die van zichzelf al aanvullende eisen hebben, wat weg te vallen. "Ik geef toe dat het in het begin best even lastig was, maar ik ben ervan overtuigd dat ook in het Wft-tijdperk een keurmerk allerm minst overbodig is en zelfs aan belang zal winnen", zegt drs. Ron van Kesteren, directeur van het Keurmerk Financiële Dienstverlening (KFD). "We willen binnen 4 à 5 jaar het aantal keurmerkkantoren verdubbelen."

Ron van Kesteren: "Uit een recent onderzoek van de Erasmus Universiteit is naar voren gekomen dat voor consumenten een keurmerk heel belangrijk is en dat zij dit als een teken van betrouwbaarheid zien."

Het keurmerk vindt zijn oorsprong in 1997 als initiatief van enkele grote hypotheekketens, die naar aanleiding van maatschappelijke onrust over hypotheekadviezen toe wilden naar een kwaliteitsstandaard voor de hypotheeksector. Het was een breed gedragen verlangen, dat steun vond zowel in kringen van bemiddelaars, aanbieders als consumentenorganisaties. De hypotheekaanbieders riepen vervolgens de Stichting Erkenningsregeling Hypotheekadviseurs (SEH) in het leven, die persoonsgebonden eisen stelde aan de deskundigheid van de hypotheekbemiddelaars. Anderzijds kwamen de VEH en de hypotheekadviseurs met de Stichting Keurmerk Hypotheekbemiddeling, dat zich sinds 1997 heeft beziggehouden met het certificeren van bedrijfsprocessen met betrekking tot hypotheekadvisering en -bemiddeling, met als primaire doel het toetsen en bevorderen van de kwaliteit van dienstverlening van de deelnemende kantoren. De stichting heeft begin 2006, na de komst van de Wfd/Wft, haar werkteerrein verbreed en omvat nu alle Wft-vergunningcategorieën. "Een logische stap, want financieel advies omvat steeds vaker alle disciplines."

Kwaliteitsinstituut

Van Kesteren omschrijft het KFD als hét kwaliteitsinstituut voor kantoren in de financiële dienstverlening die zich kwalitatief willen onderscheiden boven het Wft-niveau. "De keurmerkverplichtingen bevatten naast vanzelfsprekend de Wft-normen tevens aanvullende eisen op onder meer het gebied van deskundigheid (gekoppeld aan erkenningsregelingen), integriteit, bedrijfsvoering (o.a. bedrijfsprocessen en kwaliteitsmanagement) en omgaan met de klant (gedragscode voor medewerkers en toets aan 'verantwoorde lasten'-richtlijn NIBUD)." Zo worden de keurmerkkantoren elk anderhalf jaar bezocht door een externe auditor, die kritisch toetst of het kantoor voldoet aan de Wft-normen en aan de aanvullende keurmerknormen.

Voorts biedt het KFD zijn keurmerkhouders tal van faciliteiten, zoals voorbeeldmodellen voor klantadvisering, klantprofiel, klantdossiers, procesbeschrijvingen en een *online* klanttevredenheidsonderzoek. "Daarmee biedt het KFD-keurmerk kantoren op meerdere terreinen toegevoegde waarde: gemak, praktische ondersteuning en als onderscheidend vermogen voor wat betreft de kwaliteit van dienstverlening richting zowel de toezichthouder AFM als consument. "Wij zijn de enige instantie die kantoren periodiek toetsen op zowel de Wft- als alle aanvullende eisen en daarmee zijn we in feite het enige echte keurmerk in de financiële dienstverlening. Wij zijn een aanbevolen kwaliteitsorganisatie en staan op de keurmerkenpagina van de ConsuWijzer (www.consuwijzer.nl). Voor dat laatste zijn we getoetst door de Raad voor de Accreditatie, die het KFD een 8,5 als score meegaf. Voor ons het bewijs dat wij onze claim van kwaliteit kunnen waarmaken en voor de consument de zekerheid van zowel een deskundige, betrouwbaar en objectief advies als van een professionele begeleiding: bij aanvang maar ook gedurende de looptijd."

Woud aan beeldmerken

Vandaag de dag wil elk bedrijf, ook in de financiële dienstverlening, zich richting consument graag onderscheiden, met name op zaken als kwaliteit, onafhankelijkheid, integriteit en betrouwbaarheid. De komst van tal van keurmerken en diverse erkenningsregelingen, waaronder ook die van RMiA, RAiA en RPA, zijn daar voorbeelden van. Daarnaast zijn er de brancheorganisaties als NBVA en NVA die hun lidmaatschap als kwaliteitsmerk profileren, terwijl er ook steeds meer commerciële bedrijven en instellingen zijn die hun beeldmerk een kwaliteitsstempel mee willen geven, zoals bijvoorbeeld 'Lenen volgens de FREO-norm' en het 'Veilig Lenen Certificaat'.

Van Kesteren is niet bepaald gelukkig met deze ontwikkeling. "Er is als het ware een forse concurrentie op beeldmerken. We overvoeren de consumenten met kwaliteitslabels en -logo's. Door het woud aan logo's en beeldmerken is de kans groot dat consumenten door de bomen het bos niet meer zien en wordt het voor hen volstrekt onduidelijk waar de vele beeldmerken precies voor staan en welke 'zekerheden' en 'garanties' ze bieden. Eén of twee kwaliteitsstempels is nog te overzien, maar bij het gebruik van tien logo's op je briefpapier, brochure of website kun je je afvragen wat de meerwaarde daarvan is. Ik zou ervoor willen pleiten dat *financial planners* en assurantie- en hypotheekkantoren zich nadrukkelijker afvragen waarin zij zich willen onderscheiden, kritischer worden ten aanzien van de brancheorganisaties, keurmerken en erkenningsregels etc. waarbij zij zich aansluiten en zich in de profilering naar de consument toe beperken tot één of hooguit twee 'kwaliteitsstempels'. Dat zal de duidelijkheid voor de consument ten goede komen."

Verdubbeling

Het KFD telt thans ruim 400 keurmerkhouders, waaronder hypotheekkantoren, *financial planners* en assuratiekantoren. Voor de toekomst is Van Kesteren positief gestemd. "Ik verwacht een jaarlijkse toename met zo'n 75 à 100 kantoren per jaar. Binnen vier à vijf jaar is het aantal keurmerkhouders derhalve verdubbeld. Daarbij richten we ons vooral op het kleinere, ongebonden intermediair, al dan niet aangesloten bij een franchise-organisatie, dat zich wil on-

"We overvoeren de consumenten met kwaliteitslabels en -logo's"

"Eén of twee kwaliteitsstempels is nog te overzien, maar bij het gebruik van tien logo's op je briefpapier, brochure of website kun je je afvragen wat de meerwaarde daarvan is"

derscheiden op kwaliteit. Daaraan is zeker behoefte, ook al realiseer ik me terdege dat het kostenaspect een rol kan spelen. "Kantoren kunnen een euro maar één keer uitgeven en zullen mede daardoor vaker een keuze moeten maken waaraan zij willen investeren: in het lidmaatschap van een brancheorganisatie, aansluiting bij een inkoopcombinatie, opleidingen van het personeel, een keurmerk of een erkenningsregeling, of een combinatie daarvan."

Wishfull thinking?

Is die aanzienlijke groeiverwachting *wishfull thinking* of daadwerkelijk ergens op gebaseerd. "Het laatste", benadrukt de KFD-directeur. "In de eerste plaats is uit een recent onderzoek van de Erasmus Universiteit naar voren gekomen dat voor consumenten een keurmerk heel belangrijk is en dat zij dit als een teken van betrouwbaarheid zien. Bovendien blijkt uit een eigen onderzoek dat één op de negen klanten van keurmerkhouders aangeeft dat het hebben van het keurmerk een rol heeft gespeeld bij de keuze voor het kantoor. Dat lijkt wellicht niet veel, maar 10 à 11% van de nieuwe hypotheekproductie is toch een aanzienlijke inkomstenbron."

Ook om een andere reden verwacht hij dat het belang van het keurmerk zal toenemen. "Juist in de huidige tijden van financiële onzekerheid is er bij de sowieso al kritischer geworden consument behoefte aan meer garanties ten aanzien van een financieel advies. Het is in mijn ogen dan ook een groot voordeel dat keurmerkkantoren hun klanten kunnen aangeven dat zij elke anderhalf jaar een forse kwaliteitscontrole ondergaan door een objectieve organisatie. En dat op alle facetten van de bedrijfsvoering. Daarin zijn wij de enige. Met alle respect voor het goede werk dat organisaties als NBVA en NVA doen in het kader van de belangenbehartiging, maar zij toetsen de kwaliteit van hun leden slechts bij de entree en daarna niet meer. Bovendien toetsen wij op een veel breder terrein."



Voordat de 41-jarige Van Kesteren in augustus 2006 aan zijn huidige baan begon, werkte hij onder meer bij de NHG (Nationale Hypotheek Garantie), KPMG en de NVB (Nederlandse Vereniging van Banken). In die laatste functie was hij onder meer verantwoordelijk voor hypotheek en fungeerde hij tevens als secretaris van het Contactorgaan Hypothecair Financiers (CHF), directeur van de Stichting Erkenningsregeling Hypotheekadviseurs (SEH) en de Stichting Fraudebestrijding Hypotheken.

Beloningssysteem

Volgens Van Kesteren zal ook de overgang naar een ander beloningssysteem impact hebben op de keuze van de consument. Bij het provisiesysteem is een offerte voor de consument gratis en vraagt hij er meerdere op. Door de overgang naar het *fee*-systeem moet de consument nu voor elke offerte betalen en zal hij zich daarin beperken. In de 'nieuwe wereld' kiest de klant dan ook eerst voor de adviseur en bij die keuze zal een keurmerk of ander onderscheidende kwaliteitsgarantie een pré zijn. Dat werkt ons in de kaart."

Dat geldt volgens hem ook voor de actuele discussie over bonusprovisies. "Minister Bos van Financiën heeft aangegeven dat omzetgerelateerde bonusprovisies in het vervolg taboe zijn. Maar hij staat wel open voor een bonusprovisie op basis van kwaliteit, mits dat de klant ten goede komt. Ik denk dat een keurmerk daarvoor wel in aanmerking komt; sterker nog, dat het bij uitstek als voorbeeld van de opmerking van Bos kan dienen." <<