



Sjaak Quaedflieg (l.) en Sergé Velraeds

VEQUA Verzekeringen & Financiële diensten in Simpelveld:

"DE OVERHEID HAD ER GOED AAN GEDAAN MEER VOORLICHTING TE GEVEN"

"Beperk de administratieve ballast voor (assurantie)ondernemers en leg door middel van een voorlichtingscampagne de consument alsnog uit wat de AFM doet, waarom de Wfd/Wft er is gekomen en wat dit betekent voor de dagelijkse gang van zaken bij het afsluiten van een verzekering." Dit advies aan het adres van de AFM geven Sergé Velraeds (RPA) en Sjaak Quaedflieg (RAiA) van VEQUA Verzekeringen & Financiële diensten in het zuidlimburgse Simpelveld.

Sergé Velraeds:

"Het opstellen van het klantprofiel heeft de meeste impact met zich meegebracht."

Sjaak Quaedflieg:

"Ik vrees dat er nog teveel 'mindere goden' door de mazen van het Wft-net kunnen kruipen."

Beide assurantie-ondernemers achten de komst van de Wfd/Wft op zich nodig. "Mede hierdoor wordt de kans vergroot dat het kaf van het koren wordt gescheiden, hetgeen kan bijdragen aan een beter aanzien van de gehele branche. En dat is iets wat wij helaas maar al te goed kunnen gebruiken. Er zijn nog teveel 'cowboys' in ons vak actief", licht Quaedflieg toe. Zijn collega Velraeds zegt het jammer te vinden dat de overheid heeft nagelaten de inhoud en noodzaak - kwaliteitsbevordering - van de nieuwe wet- en regelgeving nader toe te lichten. "Nu wordt de klant door ons 'overvallen' met een groot aantal extra vragen om het klantprofiel te kunnen maken, waarvan men het nut niet inziet en waarop men eigenlijk ook niet zit te wachten. De klant wil advies over zijn hypotheek en/of pensioen. Voor hem duurt het zodoende te lang alvorens over zijn 'probleem' wordt gesproken. Met als bijkomend gevaar dat 'collega's' die het niet zo nauw nemen met die regelgeving, meteen met het advies beginnen en zo mogelijk de klant eerder voor zich winnen."

Klantprofiel

De impact van de Wft/Wfd is volgens hen voor hun eigen bedrijfsvoering beperkt gebleven. Quaedflieg: "We hebben het voordeel een jong bedrijf te zijn. Daardoor wisten we dat de Wfd er aan kwam en konden we van begin af aan hiermee rekening houden bij onze bedrijfsvoering en inrichting van onze organisatie. Niettemin hebben ook wij onze werkwijze op onderdelen moeten aanpassen."

Volgens Velraeds heeft het opstellen van het klantprofiel de meeste impact met zich meegebracht. "Je moet nogal wat inventariseren bij de klant en meer dan voorheen zaken vastleggen. Niet alleen adviesgesprekken maar ook telefoonnotities, aangegeven welke producten van maatschappijen bij de selectiecriteria zijn betrokken en

waarom uiteindelijk product 'A' van maatschappij 'B' is geadviseerd. Daaraan waren wij niet gewend en moet je je adviesgesprek anders ingaan dan voorheen. Wellicht dat het op termijn meer een automatisatie wordt en ingeburgerd raakt in je manier van werken. Nu ervaren we het nog als lastig."

Quaedflieg zet vraagtekens bij onder meer de bewaartermijn van een jaar en het feit dat de klant het klantprofiel niet hoeft te ondertekenen. "Wat heb je er dan aan? Neem nu de 'Woekerpolisaffaire'. Geen enkele claim heeft betrekking op een advies uit het afgelopen jaar. Ze dateren allemaal van veel verder terug. Ongetwijfeld zal niet iedere adviseur zijn klant voldoende hebben geïnformeerd over de werkwijze en risico's van een beleggingspolis. Maar heeft de klant zelf dan geen enkele verantwoordelijkheid? Je hoeft toch niet gestudeerd te hebben om te snappen dat beleggen risicovoller is dan sparen? Consumentenbescherming is prima, maar zo nu en dan schieten we wel wat door."

Positieve kanten

Het is volgens Velraeds en Quaedflieg zeker niet zo dat de Wfd/Wft alleen maar slechte zaken met zich meebrengt. Eerstgenoemde daarover: "Een positieve bijkomstigheid is dat je als kantoor toch nog iets kritischer naar je eigen manier van werken, bedrijfsvoering en organisatie gaat kijken. Je gaat bewuster te werk en besteedt net even wat meer aandacht aan de opstelling van het klantprofiel en aan het vastleggen, bewaren en toegankelijk houden van die klantgegevens. Wat dat betreft is de wet- en regelgeving een extra stok achter de deur."

Quaedflieg noemt de kwaliteitsverbetering van het intermediair als ander voordeel van de de aangescherpte wet- en regelgeving. "Al ben ik ervan overtuigd dat de AFM nooit al het kaf van het koren zal kunnen scheiden. Hoe gaat men controleren dat 10.000 tussenpersonen zich strikt houden aan de regelgeving? Kijk naar de GIDI Advieswijzer. Die hebben we allemaal moeten opzetten, maar vervolgens niet of nauwelijks iets mee gedaan. Bij geen enkele klant die we sindsdien hebben overgenomen, hebben we deze in de polismap aangetroffen. Ik ben dan ook bang dat er nog teveel 'mindere goden' door de mazen van het Wft-net kunnen kruipen." <<

"Wat heb je aan een klantprofiel als de klant deze niet hoeft te ondertekenen?"

De hang naar puur onafhankelijke advisering lag ten grondslag aan het ondernemerschap van Sergé Velraeds (RPA) en Sjaak Quaedflieg (RAiA), de voormalige collega's bij het assurantiebedrijf van de ING Bank die op 1 januari 2003 van start gingen met VEQUA Verzekeringen en Financiële diensten in Simpelveld. Zij richtten zich met hun kantoor hoofdzakelijk op de zakelijke (MKB)markt en hebben momenteel zo'n 300 bedrijven in portefeuille met een polisduur van 6 à 7. Het assurantie kantoor telt inmiddels acht man personeel (6FTE's). Zij zien hun inschrijving in zowel het RPA- als het RAiA-register als een extra kwaliteitskeurmerk dat zij, net als hun NVA-lidmaatschap, actief uitdragen op briefpapier, visitekaartjes en andere reclame- en PR-uitingen. "Je moet het wel aan de klant toelichten."