

## CONSUMENT PROFITEERT

Anno 2015 is meer dan 90 procent (in 2010: 72 procent) van de onafhankelijk advieskantoren aangesloten bij een of meer serviceorganisaties. Logisch, want serviceorganisaties zijn inmiddels onmisbaar om onafhankelijk te kunnen adviseren en daarmee cruciaal voor de toekomst van het onafhankelijk intermediair.

Aansluiting bij een serviceorganisatie gebeurt nog te vaak vanuit noodzaak. Voor de meeste adviseurs is aansluiting een manier om toegang te krijgen tot een breder aanbod van aanbieders en producten. Prima, maar een samenwerking met een serviceorganisatie zou ook een strategische beslissing moeten zijn. Zij zijn immers in staat om de back- en midoffice processen (kosten) efficiënter en dus tegen een lagere prijs aan te bieden. Groot voordeel is dat de adviseur zich dan volledig op zijn kerntaak – het advies en de klantrelatie – kan focussen. De klant zal tenslotte alleen willen betalen voor direct klantcontact. Alle andere (administratieve) werkzaamheden zijn dan al snel te duur. Het Performance onderzoek koepelorganisaties 2015 van D&O laat zien hoe belangrijk dit is; maar liefst 60 procent van de kantoren ervaart een belangrijk positief effect op het eigen rendement door het gebruik van een serviceorganisatie.

Wat vaak wordt vergeten is dat serviceorganisaties ook een belangrijke rol spelen in de marktwerking. Ze bieden



COLINDA ROSENBRAND,  
directeur OvFD

**“SERVICEORGANISATIES  
BEPALEND VOOR TOEKOMST  
ONAFHANKELIJK ADVIES”**

(buitenlandse) partijen de mogelijkheid zich gemakkelijker op de Nederlandse markt te begeven. De werkzaamheden worden uitgevoerd door serviceorganisaties, waardoor nieuwe aanbieders weinig kosten hoeven te maken. Bovendien kunnen ze op deze wijze direct toegang krijgen tot een groot deel van het onafhankelijk intermediair. Serviceorganisaties genereren dus een maximaal open markt hetgeen direct van belang is voor het aanbod. Het beperkt ook de mogelijkheid voor de aanwezige aanbieders om hun kosten of de rente te laten oplopen, omdat een ongezonde prijsstelling direct leidt tot toestroom van nieuwe aanbieders die via de samenwerkingsverbanden snel en tegen lage kosten een breed distributienetwerk tot hun beschikking kunnen krijgen. Het beste bewijs is de hypotheekmarkt, waar de concurrentie nu fors toeneemt met als positief gevolg dat banken gedwongen worden de rentemarges te verlagen. Serviceorganisaties spelen daarin een doorslaggevende rol.

Consumenten ervaren het voordeel van deze werkwijze in de intermediaire keten misschien niet direct, maar indirect des te meer. Het concrete voordeel voor de consument zit in een lager tarief door de betere marktwerking, de grotere inkoopmacht of als de efficiencywinsten worden doorberekend in de premie of hypotheekrente. Als het assortiment waaruit gekozen kan worden groter is, leidt dit bovendien tot een beter passend product.

Een goede samenwerking in de intermediaire keten is dus voor alle partijen van groot belang, maar nog het meest voor de consument. Zonder serviceorganisaties versmalt het aanbod, loopt het kwaliteitsniveau achteruit en heeft hij uiteindelijk veel minder keuze. Kortom: alleen via de serviceorganisaties heeft het onafhankelijk advies ook echt toekomst. ««