

Advieskosten doen geesten scheiden

Redactie Fondsnieuws
Amsterdam

Er dreigt een levensgroot perceptieverschil te ontstaan tussen wat zelfstandige vermogensbeheerders en adviseurs denken dat zij voor beleggingsadvies kunnen vragen en wat klanten ervoor willen betalen.

Dat blijkt uit een onderzoek van VODW. Het advieskantoor legde banken en adviseurs enerzijds en klanten anderzijds de vraag voor hoeveel zij vinden dat een beleggingsadvies mag kosten.

Dat gebeurde aan de hand van een beleggingsportefeuille van €500.000, waarbij een fictieve klant iedere maand gebeld wil worden met passende beleggingsideeën. Ondervraagde beleggingsadviseurs meenden dat zij voor deze dienstverlening €6200 per jaar kunnen vragen, terwijl de consument er gemiddeld niet meer dan €3800 voor over had.

Volgens VODW-consultant Iris van de Looij geeft deze steekproef de uitdaging goed weer waar banken en vermogensbeheerders voor staan bij het vinden van een nieuw prijsmodel nu minister De Jager van Financiën afschaffing van het bestaande distributiemodel van fondsen bij financiële dienstverleners heeft aangekondigd.

Op dit moment betalen fonds-aanbieders voor het op het schap krijgen van hun producten een distributievergoeding aan distributeurs als banken. Deze distributiekosten versleutelt de fonds-aanbieder op zijn beurt in de beheervergoeding van het fonds die dan weer aan de eindklant wordt door-



Tarief beleggingsadvies kan tot discussies leiden.

Foto: HH

berekend. Dat is de kickback.

Dit model moet plaatsmaken voor een adviesfeemodel, waarbij De Jager wil dat in de toekomst alle kosten van het financieel advies aan de klant inzichtelijk worden gemaakt. Volgens Van de Looij, die eerder private banker was, heb-

'Er is een verschil in perceptie, omdat adviseurs vanuit de kosten denken en niet vanuit de klant'

ben eindklanten door de huidige praktijk van in het product versleutelde kosten geen beeld van hoe hoog de kosten van advies en beheer wel zijn. Consumenten noemen in de peiling prijzen in een range van €100 tot €10.000, terwijl ondervraagde adviseurs en vermogensbeheerders een range aangeven van tussen €1250 en €12.500. 'De laagste prijs van consumenten en de hoogste prijs van beleggingsadviseurs liggen meer dan €12.000 uit elkaar. De door adviseurs meest genoemde prijs is €6000. Maar 80% van de geïnter-

viewde consumenten vindt een prijs lager dan €6000 verantwoord', zegt Van de Looij.

Volgens haar ontstaat het perceptieverschil doordat banken en onafhankelijke vermogensbeheerders vanuit de kosten denken en niet vanuit de klant. 'Door de in-

'Als de dienstverlener geen toegevoegde waarde heeft dan moet hij een lagere prijs accepteren'

troductie van een adviesfeemodel komt er ineens een concreet prijskaartje te hangen aan het werk van de adviseur. Dat zal ertoe leiden dat de klant een stuk kritischer naar dat advies gaat kijken en de toegevoegde waarde van de adviseur drastisch omhoog moet.'

Volgens eerder onderzoek dat Van de Looij heeft gedaan naar de businessmodellen van private banks, blijkt dat klanten — mede door de kredietcrisis — aan die toegevoegde waarde van de banken zijn gaan twifelen. Financieel dienstverleners zullen zich volgens dit onderzoek moeten afvragen hoe zij zich kunnen onderscheiden van de 'execution only'-platforms zoals partijen als Binck en Alex die bieden.

Van de Looij vindt dat er gekozen moet worden in hoogwaardige service en advies of operationele excellentie. Concurrenten met partijen die in dat laatste goed zijn, is voor veel partijen lastig omdat daarvoor forse ICT-investeringen moeten worden gedaan. Toch zijn er uitzonderingen die de regel bevestigen. Zo beheert vermogensbeheerder Ohpen vermogens op basis van een computermodel dat naar de optimale beleggingen uit het universum zoekt.

Er zijn partijen die veel meer expertise en persoonlijke aandacht aan hun klanten te bieden hebben. Toch lukt het hun niet een veel hogere prijs te vragen dan de operationeel excellente partijen. Van de Looij: 'Kan de dienstverlener de toegevoegde waarde voor klanten onvoldoende zichtbaar maken, dan moet men zich tevreden stellen met een lagere prijs.'