



Met de brief op [www.vbnet.nl](http://www.vbnet.nl):

## Informeert uw relaties over banksparen

**Wat moet je als intermediair met banksparen? Is het een bedreiging voor de eigen levensproductie of voor de positie als adviseur? Ik zie juist kansen: Het is gewoon een kwestie van goed ondernemerschap.**

Consumenten zijn niet overmatig geïnteresseerd in banksparen. Net zo min als in levensverzekeringen. Het enige wat een gemiddelde consument wil, is (in dit geval) een oplossing voor zijn pensioen of hypotheekaflossing. Hij wil een oplossing waar hij zich prettig bij voelt, hem geadviseerd door iemand die hij vertrouwt en hij wil in die keuze bevestigd worden door deskundigen, door media en door zijn buurman die weer iemand kent die heel handig in financiële zaken is.

### Fris alternatief

Consumenten zijn wél gevoelig voor sensatie. Dus als de media en de buurman roepen dat die verzekeraars grote boeven zijn, die jarenlang argeloze consumenten belazerd hebben en uitsluitend hun eigen financieel gewin voor ogen hebben, dan ontstaat er een markt voor andere aanbieders. Banksparen lijkt dan een fris en fruitig alternatief: lekker doorzichtig, geen verborgen kosten en zonder toeters en bellen. Je weet wat je spaart, de inleg is fiscaal aftrekbaar en als je dood gaat, is het geld niet in een keer verdwenen.

Toch is een bankspaarproduct in de praktijk niet veel begrijpelijker of 'interessanter' dan een verzekering. Onzekere factoren als de rente per aanbieder en de kosten die de bank als provisie in rekening brengt, maken het vooralsnog moeilijk voor de consument om de producten naast elkaar te leggen en de beste uit te kiezen. Bovendien is het in zoverre een kaal product, dat klanten toch extra zekerheid willen inbouwen door er alsnog een verzekering aan te koppelen. Want hoe prettig vinden klanten een pensioenaanvulling die op hun 85ste op is? Bij levensverzekeringen is het prettig als je langer leeft, je hebt de verzekeringsmaatschappij dan mooi tuk. Bij banksparen is het uit financieel oogpunt niet zo verstandig om al te oud te worden.

Daarbij is banksparen nog zo pril, dat er ongetwijfeld nog het nodige aan gesleuteld zal worden. Levensverzekeringen hebben al een hele evolutie en een enkele revolutie achter de rug. Zelfs de Consumentenbond, niet altijd aan uw zijde, weet nog niet of de nu gepresenteerde bankspaarproducten voor de consumenten wel een verbetering zijn. De bond vindt de producten 'niet eenvoudig' en geeft het advies: 'Laat je bijstaan door een deskundig adviseur'.

### Houd uw hoofd koel

En dat is natuurlijk het enig juiste advies. Voor u als adviseur is er een mooie taak weggelegd om uw hoofd koel te houden. Door uw klant goed te informeren beide producten naast elkaar te leggen en uw klanten te wijzen op de merites van beide. Het feit dat er een nieuw product in de markt bij is gekomen, is voor u als ondernemer niets bijzonders. Het is alleen maar gezond dat consumenten iets te kiezen hebben. Van gedwongen winkelnering wordt niemand ooit vrolijker.

Dat Kruidvat en Hema verzekeringen verkopen, dat via internet bijna alles direct te sluiten is, dat intermediairverzekeraars ook rechtstreeks met de consumenten in zee willen; het zijn, net als de introductie van het banksparen, gewoon ondernemerskwesties. U doet waar u goed in bent en onderscheidt zich als vertrouwenspersoon en als persoonlijk adviseur. U geeft advies op basis van uw kennis van de markt én uw kennis van de klant. Business as usual dus.

Om u te helpen, hebben voor u een voorbeeldbrief om uw klanten te informeren over de gang van zaken van banksparen. Deze brief kunt u eenvoudig downloaden via:

[www.vbnet.nl/ondernemerschap/bs.htm](http://www.vbnet.nl/ondernemerschap/bs.htm). ■

Door René Teuwen,  
Directeur TDM, marketing/  
communicatiebureau voor  
financiële dienstverleners