

'Onderkennen van grenzen *is* wezenlijke randvoorwaarde'

In de Verenigde Staten is *financial life planning* al jaren niet meer weg te denken. Financial life planning maakt gebruik van een andere, meer psychologische benadering dan traditionele financiële planning, doordat de adviseur de passie, de dromen van de klant als uitgangspunt neemt voor zijn advies. De financiële planner moet daartoe tot de persoonlijkheid van de klant doordringen. Hoe werkt dit precies en welke risico's kleven daaraan? Want waar ligt de grens tussen financieel advies en psychologische hulpverlening?

Geestelijk vader van financial life planning is de Amerikaan George Kinder, oprichter van het Kinder Instituut dat in ons land de opleiding tot geregistreerd life planner (RLP®) aanbiedt. Het leertraject om geregistreerd life planner te worden, valt uiteen in drie delen. Allereerst een tweedaagse kennismaking met de methodiek, vervolgens een vijfdaagse training waarbij elke deelnemer een buddy heeft met wie hij de rol van planner en klant afwisselt. Tot slot volgt het zogenaamde *mentorship*. Dit is een traject van zes maanden waarin de kandidaat diep op de materie ingaat en uiteindelijk twee praktijkcases moet aanleveren. Deze proeven van bekwaamheid worden zowel door de mentoren als de medestudenten gewogen. Na een goede beoordeling mag de kandidaat de titel RLP® voeren.

Er zijn er in ons land inmiddels vijftig gecertificeerde life planners. Onder deze *early adopters* zijn ook enkele FFP'ers, onder wie Richard Boxtart van Ik Kan! Financial Life Coaches in Apeldoorn en Gerbert Middelkoop van Middelkoop Abma Gaertner Financieel & Fiscaal Adviseurs, kortweg MAG3, in Duiven.



Richard Boxtart

OVEREENKOMSTEN EN VERSCHILLEN

Geregistreerde life planners leveren volgens het Kinder Instituut 'transparante, klantgecentreerde en kwalitatief hoogwaardige financiële advisering'. Dat is echter niet wezenlijk anders dan wat een FFP'er doet. Daar komt nog bij dat life planners geen erkend en objectief te toetsen keurmerk kennen, waar de FFP dit wel bezit.

Op de vraag waar nu het belangrijkste verschil zit, wijst Richard Boxtart op de invulling die RLP'ers geven aan dat advies: "Het gaat om de manier waarop, de insteek die de adviseur kiest bij zijn klant. Bij financial life planning vertaalt zich dat door een focus op geld als middel, betekenis als doel, transparantie als logica en duurzaamheid als uitkomst."

Boxtart kwam via trainer en coach Gerard van der Made in contact met de Kinder-methode. "Ik kreeg een jaar of vier geleden een uitnodiging van de NBVA voor een bijeenkomst van de sectie financiële planning waar Van der Made zou spreken. In zijn betoog 'Anders denken, nieuwe kansen' vertelde hij dat advisering anders kon op basis van het Kinder-model. Mijn interesse was gewekt en na afloop spraken wij verder over het onderwerp. Via Van der Made heb ik een half jaar later Ivo Valkenburg leren kennen. Valkenburg is de Kinder-ambassadeur van het eerste uur. Zo raakte ik betrokken bij de materie en werd ik snel enthousiast. De tweedaagse deed ik in juni van dat jaar, de vijfdaagse in september en daarna volgde gedurende zes maanden het mentortraject."



Al na de vijfdaagse besloot Boxtart een belangrijke verandering door te voeren in zijn manier van werken. “Ik wilde weg van het systeem van productbeloning en voortaan op uurtarief gaan werken. Samen met mijn vrouw Christa, met wie ik het familiekantoor runde dat door mijn grootvader is opgericht, hebben we gezocht naar een verantwoorde manier om dit te doen. Zij heeft de opleiding inmiddels ook met goed gevolg afgesloten en samen hebben wij Ik Kan! Financial Life Coaches opgericht naast ons bestaan-de Assurantie kantoor Boxtart.”

OPLOSSINGSRICHTINGEN

Gedurende de gesprekken gaat de financial life planner op zoek naar datgene wat de klant wezenlijk wil, naar zijn of haar - al dan niet verborgen - dromen, naar de passies in het Kinder-jargon. Deze boven tafel krijgen, is de eerste taak van de life planner, een oplossingsrichting geven om ze te verwezenlijken de tweede. “Vaak denken klanten dat hun passies op korte termijn onhaalbaar zijn, of dat ze hun hele leven op zijn kop zetten”, weet Boxtart uit ervaring. “Maar in de praktijk kan het vaak veel minder rigoureuus.”

“Onze taak is om met doorvragen erachter te komen wat nu wezenlijk van belang is. Zoals bij de vrouw, die zei te willen emigreren om elders een nieuw bedrijf te starten en een boek te schrijven. Dat laatste bleek hetgeen te zijn waar het werkelijk om ging. Ze heeft nu een dag per week vrij gepland, schrijft aan het boek en is helemaal gelukkig. Maar zelfs voor schijnbare tegenstrijdigheden in wat partners willen, zijn vaak prima oplossingen te vinden. Ik sprak eens een echtpaar waarvan de man de hele dag wilde golfen terwijl zijn vrouw nog ontzettend veel van de wereld wilde zien. Je raadt het al: ze zijn op reis gegaan langs *golfresorts* op de mooiste plekjes op aarde. Op het moment dat je de ech-

te passie hebt benoemd, ligt de oplossing vaak voor de hand en hoeft je deze alleen nog maar in het blikveld van de klant te plaatsen.”

GEEN PSYCHOLOOG

Een goede coach kan niet zonder een goede coach, is de stellige mening van Boxtart. “Hoe kun jij kwalitatief hoogwaardig coachen als je niet weet hoe het is om gecoacht te worden? Onmogelijk! Mijn coach is mijn buddy van de vijfdaagse, Erik Schuiteman. Dergelijke begeleiding is een continu proces, of het nu om mij gaat of om mijn klanten. Je moet wel bereid zijn om af en toe op je vingers getikt te worden, maar dat blijken de meesten niet erg te vinden. Sterker nog, de ervaring leert dat de meeste mensen het prettig vinden als er iemand kritisch met hen meekijkt!”

Ook het onderkennen van grenzen is een wezenlijke randvoorwaarde voor een zuivere handelwijze. “Je moet tegen jezelf blijven zeggen dat je de financiële man bent, hoe persoonlijk de gesprekken ook zijn. Sommige klanten vertellen mij zulke persoonlijke -soms afschuwelijke - dingen, dat ik een stapje terugdoe. Wij hoeden ons ervoor om psycholoog te spelen. Het is beter om zulke mensen door te verwijzen naar professionele hulpverleners. Als klanten wezenlijke vragen niet willen beantwoorden of als wij het vermoeden hebben dat er een verslaving in het spel is, trekken wij onze handen van hen af. Maar nooit zonder een alternatief voor te stellen om elders advies of hulp te zoeken.”

SOFT EN ZWEVERIG

Ook Gerbert Middelkoop van MAG3 kwam via Gerard van der Made in contact met financial life planning. “Hij was mijn klant die ik adviseerde bij het opzetten zijn bedrijf. We waren allebei erg tevreden over het verloop van het traject dus was ik ronduit verbijsterd toen hij aan het einde van de rit zei: ‘Ik mis toch iets, dit moet anders kunnen.’ Toen hij mij enkele maanden later uitnodigde voor een bijeenkomst waar collega’s met elkaar zouden filosoferen over financial life planning, heb ik me aangemeld.”

“In het begin stond ik sceptisch tegenover het model van Kinder. Ik vroeg me af of het niet te soft, te zweverig was.

Maar, omdat het me wel intrigeerde, ben ik eind 2006 naar Londen gegaan voor een dubbele tweedaagse. Gedurende de eerste dagen presenteerde Kinder zijn methode, daarna ging Brett Davidson dieper in op het businessmodel dat is gebaseerd op transparantie en adviseren tegen uurtarief. Dat laatste onderwerp boeide mij in het bijzonder. Wij waren ongeveer een jaar eerder met ons bedrijf gestart en wilden juist die twee aspecten als basis van onze bedrijfsvoering gebruiken.”

Na het bezoek aan Londen schreef Middelkoop zich in voor de vijfdaagse die begin 2007 plaatsvond. Hij ging daarna ook het mentortraject in en mag inmiddels sinds twee jaar de titel RLP® voeren.

MENSELIJKE COMPONENT

“Financial life planning geeft een extra dimensie aan het vak”, vindt Middelkoop. “Hoewel ik de methode niet volledig toepas zoals ze is bedoeld, maak ik wel gebruik van elementen ervan. Het interessante vind ik de combinatie tussen de financiële kant, ons eigenlijke vak en de menselijke component, de interesse voor de mens achter de klant. Van oorsprong ben ik belastingadviseur en dus nooit bezig geweest met sales. Mede daarom spreekt dat aspect mij erg aan.”

Toch is niet elke klant direct bereid om hierin mee te gaan. “Ik heb regelmatig uitspraken gehoord in de trant van: ‘Ik kom hier voor financieel advies, niet voor gezever.’ Dat zijn dan meestal nieuwe klanten, met wie je nog geen band hebt opgebouwd. Naarmate het vertrouwen toeneemt, is de kans groter dat hun interesse groeit.”

Middelkoop wordt tijdens zijn adviesgesprekken eveneens geconfronteerd met zaken die ver buiten de financiële kant van het advies vallen. “Je hoort af en toe dingen waar je niet op hebt gerekend. Dat neigt soms naar vragen die eerder bij een psycholoog thuishoren dan bij mij. In een dergelijke situatie bied ik weliswaar een luisterend oor, maar kan ik eigenlijk alleen helpen door de klant door te verwijzen naar een gespecialiseerde hulpverlener. Voor mijn planning zijn de financiële aspecten van belang, dus filter ik die eruit.”



Gerbert Middelkoop