

P E R S B E R I C H T

BINNENDIENST IS GEEN BACKOFFICE MAAR ONDERDEEL VAN DIENSTVERLENING

Financieel adviseurs hechten veel waarde aan de kwaliteit van de binnendienst van aanbieders. In alle onderzochte deelmarkten liggen de belangscores hoog. Het gemiddelde belang varieert van 7,7 in de ORV-markt tot 8,9 in de Hypotheekmarkt. Daarmee beschouwen adviseurs de binnendienst nadrukkelijk als onderdeel van de dienstverlening aan het intermediair.

Dat blijkt uit het tweede themaonderzoek van het Performance Onderzoek 2026 van Bureau DFO en Atentikmarketing. Na het eerste themaonderzoek naar de kwaliteit van de buitendienst is nu gekeken naar de **binnendienst en de acceptatie**. Het onderzoek omvat vijf deelmarkten en ruim 1300 beoordelingen van financieel adviseurs.

Adviseurs zoeken partnerschap en ruimte voor overleg

Financieel adviseurs hechten veel waarde aan partnerschap en de mogelijkheid om met de binnendienst te overleggen. Juist op deze aspecten blijven aanbieders volgens adviseurs het meest achter. Bij acceptatie komt dit vooral naar voren bij maatwerk en flexibiliteit in complexe dossiers. Daar bedraagt het verschil tussen het belang dat adviseurs eraan hechten en hun beoordeling bijna twee punten. Bij complexe dossiers verwachten financieel adviseurs dan ook meer dan een efficiënt digitaal proces. Vooral binnen Hypotheken, Zakelijke Schade en Particuliere Schade komt de behoefte aan overleg, maatwerk en flexibiliteit sterk naar voren.

“Standaardisatie en digitalisering zijn belangrijk, maar zodra een dossier complex wordt, willen adviseurs kunnen overleggen en ruimte ervaren voor maatwerk. Juist daar kan een deskundige en goed bereikbare binnendienst waarde toevoegen aan de samenwerking”, aldus Jurjen Oosterbaan Martinius, directeur van Bureau DFO.

Grotere kantoren hechten meer belang aan kwaliteit binnendienst

Uit het onderzoek komt naar voren dat het belang van een goede binnendienst duidelijk toeneemt naarmate advieskantoren groter zijn. De gemiddelde belangscore loopt op van 8,4 bij kleine kantoren naar 8,6 bij middelgrote en 9,0 bij grote kantoren. De waardering voor de dienstverlening zelf verschilt daarentegen niet structureel met de omvang van het kantoor.

Jurjen Oosterbaan Martinius: “Hoe groter het advieskantoor, hoe meer de binnendienst een kritische schakel wordt. Als daar de snelheid of bereikbaarheid hapert, raakt dat al snel meerdere adviseurs en een groot aantal klant dossiers.”

Binnendienst en buitendienst: twee kanten van dezelfde samenwerking

De resultaten van het tweede themaonderzoek sluiten aan bij de bevindingen uit het eerste themaonderzoek naar de kwaliteit van de buitendienst. Uit beide onderzoeken ontstaat hetzelfde hoofdbeeld: naast de operationele processen is de kwaliteit van de menselijke dienstverlening bepalend voor de kracht van de relatie tussen aanbieder en financieel adviseur.

De binnendienst vraagt daarbij om andere accenten: adviseurs zoeken vooral partnerschap, deskundigheid, bereikbaarheid en ruimte voor overleg en maatwerk.

De kwaliteit van de binnendienst verschilt aanzienlijk tussen aanbieders.

Tussen de hoogst en laagst beoordeelde aanbieder zit ruim drie punten op een tienpuntsschaal. Daarmee laten de resultaten zien dat aanbieders zich ook met de kwaliteit van hun binnendienst duidelijk van elkaar kunnen onderscheiden.

Hoogst gewaardeerde aanbieders per deelmarkt

Per deelmarkt is op basis van de gewogen scores op de verschillende kwaliteitsaspecten vastgesteld welke aanbieder door financieel adviseurs het hoogst wordt gewaardeerd. In de tabel wordt ook het meest onderscheidende kwaliteitsaspect van deze aanbieders genoemd ten opzichte van het marktgemiddelde.

Deelmarkt	Beste aanbieder	Meest onderscheidende aspecten
Hypotheken	Obvion	Flexibiliteit complexe dossiers
Lijfrente	OAKK	Telefonische Bereikbaarheid
ORV	TAF	Partnerschap
Particuliere schade	Nh1816 Verzekeringen	Partnerschap
Zakelijke schade	De Goudse Verzekeringen	Vast contactpersoon

Hoevelaken, 29 september 2026

Noot voor de redactie

Voor meer informatie over het onderzoek kunt u contact opnemen met Jurjen Oosterbaan Martinius, Bureau DFO (033 258 04 60) of Dick de Kruijk, Atentikmarketing (06 471 999 77).