

P E R S B E R I C H T

MEEDENKEN MET KANTOOR BEPAALT WAARDERING SERVICEPROVIDERS

De marktgerichtheid van serviceproviders blijft achter bij wat financieel adviseurs belangrijk vinden. Op alle acht onderzochte aspecten ligt de waardering lager dan het belang dat adviseurs eraan hechten. Vooral het meedenken met het advieskantoor blijkt bepalend voor de waardering én de bereidheid om een serviceprovider aan te bevelen. Tegelijkertijd blijkt toekomstgerichtheid juist sterk samen te hangen met het aandeel omzet dat een serviceprovider binnen een kantoor realiseert.

Dat blijkt uit de tweede meting van het DFO Serviceprovideronderzoek 2026, waarin Bureau DFO de marktgerichtheid van serviceproviders en franchiseorganisaties heeft onderzocht. In totaal zijn 30 serviceproviders en 10 franchiseorganisaties onderzocht. Voor de analyse zijn 1.018 beoordelingen door financieel advieskantoren meegenomen.

Markt presteert onder verwachting

Adviseurs beoordelen hun serviceproviders op acht aspecten van marktgerichtheid. Op geen van deze aspecten wordt het belang dat adviseurs eraan hechten gemiddeld gehaald. De grootste kloof ontstaat bij meedenken met het kantoor. Adviseurs geven dit aspect een belangscore van 8,30, terwijl de gemiddelde beoordeling op 6,66 uitkomt.

Meedenken is de belangrijkste onderscheidende factor

Van alle onderzochte aspecten hangt meedenken met het kantoor het sterkst samen met de bereidheid van adviseurs om een serviceprovider aan te bevelen. De samenhang bedraagt 0,85. Daarna volgen het aanbod op maat (0,81). De samenhang wordt weergegeven met een getal tussen 0 en 1, hoe hoger het getal hoe groter de samenhang.

Voor serviceproviders betekent dit volgens Bureau DFO dat marktgerichtheid niet alleen gaat over een goed productaanbod of goede systemen. De manier waarop een serviceprovider naast het advieskantoor staat en daadwerkelijk meedenkt en maatwerk levert, is minstens zo belangrijk. Jurjen Oosterbaan Martinius, directeur Bureau DFO: "Adviseurs verwachten meer van een serviceprovider dan een goed product en een efficiënt proces. Zij willen dat een serviceprovider begrijpt waar hun kantoor naartoe wil en daar actief op inspeelt. Meedenken met het kantoor blijkt daarbij de belangrijkste knop om aan te draaien."

Adviseurs die meerdere serviceproviders inzetten zijn kritischer

De manier waarop een kantoor met serviceproviders samenwerkt, verschilt sterk per productmarkt. In de hypotheekmarkt werkt 68% van de kantoren met slechts één serviceprovider en 32% met twee of meer. Bij particuliere schade werkt 58% met meerdere serviceproviders en bij zakelijke schade 56%.

Juist in deze markten, waar kantoren vaker meerdere partijen naast elkaar inzetten, is de beoordeling kritischer. Kantoren die binnen een deelmarkt met één serviceprovider werken, geven gemiddeld een 7,4. Bij kantoren die met meerdere serviceproviders werken is dat 6,6. Het verschil is ook zichtbaar in de aanbeveelbereidheid.

Als adviseurs samenwerken met meerdere serviceproviders zal de omzet verdeeld worden. Opvallend is dat de toekomstgerichtheid van een serviceprovider de sterkste samenhang heeft met het omzetaandeel. Dat betekent dat serviceproviders die hun rol bij een kantoor willen vergroten niet alleen moeten zorgen voor een goede dagelijkse dienstverlening. Ook het vermogen om vooruit te kijken en het kantoor te helpen bij toekomstige ontwikkelingen hangt samen met de mate waarin adviseurs omzet bij de serviceprovider onderbrengen.

Grote verschillen tussen deelmarkten en omvang serviceproviders

De marktgerichtheid verschilt duidelijk per deelmarkt. De hypotheekmarkt kent met een gemiddelde van 6,52 de laagste beoordeling. Particuliere schade komt uit op 6,96 en zakelijke schade op 7,15.

Ook tussen grote en kleine serviceproviders zijn opvallende verschillen zichtbaar. In particuliere schade scoren kleine serviceproviders gemiddeld 7,8 tegenover 6,7 voor grote serviceproviders. In zakelijke schade is het verschil nog groter: 8,5 tegenover 6,9.

Hoogst gewaardeerde serviceproviders

Per deelmarkt zijn de serviceproviders met voldoende waarnemingen afzonderlijk beoordeeld. De ranglijst is gebaseerd op een belang-gewogen gemiddelde van de acht aspecten van marktgerichtheid.

Deelmarkt	Hoogst gewaardeerde serviceprovider/Franchise	Score
Hypotheek – grote serviceproviders	VCN Hypotheken	7,1
Particuliere schade – grote serviceproviders	Turien & Co.	7,1
Particuliere schade – kleine serviceproviders	certe assuradeuren	8,6
Zakelijke schade – grote serviceproviders	SUREbusiness	7,5
Zakelijke schade – kleine serviceproviders	certe assuradeuren	8,5
Franchise- Hypotheken en verzekeren	Financieel Fit	9,6

Jurjen Oosterbaan Martinius: "De verschillen tussen serviceproviders zijn aanzienlijk. De uitkomsten laten zien dat investeren in producten, digitalisering en proposities belangrijk blijft, maar dat juist de dagelijkse relatie met het advieskantoor het verschil maakt. Wie het kantoor begrijpt, meedenkt en vooruitkijkt, heeft de beste uitgangspositie om een grotere rol te spelen."

Hoevelaken, 15 oktober 2026

Noot voor de redactie:

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met mr. J. Oosterbaan Martinius, directeur Bureau DFO via 033 – 258 04 60.