



DE MARKT VOOR FINANCIËLE
DIENSTVERLENING IS IN RAP TEMPO BEZIG
OM EEN MARKT TE WORDEN WAAR DE
MACHT GECONCENTREERD RAAKT AAN
DE VERKÉÉRDE KANT VAN DIE MARKT,
NAMELIJK BIJ DE MAKERS.

TEKST PEPIJN VAN KLEEF, MONEYVIEW

In elke markt is er sprake van een machtsstrijd tussen de drie geledingen in de bedrijfskolom: de makers, de distributeurs en de klanten. Voor een gezond functionerende markt is het noodzakelijk dat er tussen deze drie segmenten een machtsevenwicht bestaat. Uiteraard geldt dat de uiteindelijke macht bij de klanten ligt: de makers en distributeurs hebben niet héél veel meer te zeggen als de klanten hun hand en masse op de knip houden. Daar zit hem natuurlijk meteen ook de kneep, want elke individuele klant heeft op zichzelf geen enkele macht. Alle klanten bij elkaar daarentegen zijn de macht. Voor de makers is het dus vooral zaak om die klantenmacht niet te (laten) bundelen, maar deze te verdelen en bijgevolg te heersen.

Informatie over wat de klant beweegt, wat hij doet en wat hij laat, is dan ook letterlijk goud waard. Deze informatie geeft de mogelijkheid om macht over de macht uit te oefenen. In die zin is - gezien vanuit de makers - dat distributiekanaal maar een vervelende stoorzender, want het bundelt klantmacht. Gezien vanuit de klant is het distributiekanaal juist een randvoorwaarde voor het gezonde functioneren van de markt. Is dat

Machtsstrijd

(onafhankelijke) distributiekanaal er niet, dan slaat het machtsevenwicht onherroepelijk door naar de kant van de makers en ontstaat er per definitie een zéér ongezonde marktsituatie.

OVERNAMES

De markt voor financiële dienstverlening in Nederland is, zeker sinds het provisieverbod, een relatief 'gezonde' markt. Het distributiekanaal opereert voor een groot deel onafhankelijk van de makers en bijgevolg kan de klant -zoals het hoort- zijn gebundelde macht uitoefenen door zijn portemonnee te laten spreken. De makers in de markt is dit een doorn in het oog. Dat ellendige distributiekanaal verhindert dat zij macht over de macht hebben. Vroeger was het veel simpeler. Toen kon je die macht nog uitoefenen door het distributiekanaal te sturen. Provisie noemden we dat. Nu dat niet meer is toegestaan, zijn er voor de makers nog maar twee opties. De ene optie is de eigen macht bundelen door over te nemen, te fuseren en andere makers op te eten. En de andere optie is om zelf rechtstreeks in contact te komen met de klant om te weten wat hem beweegt, wat hij doet en wat hij laat om zo te verdelen en te heersen.

IN CONTROL

Aan de invulling van beide opties wordt hard gewerkt. Het aantal makers nadert inmiddels de kritische grens van een oligopolie, dus wat deze optie betreft ligt men goed op koers. En met alle recente technologische ontwikkelingen ligt ook de invulling van de tweede optie binnen handbereik: het is nu technisch mogelijk om nog vóórdat de koper het zelf in de gaten heeft alles over hem te weten te komen. Al vóór

de oriëntatiefase in het aankoopproces moeten en zullen de makers weten wie het is, waar hij naar op zoek is en waarom. Alles is er op gericht om dát voor elkaar te krijgen. Met of zonder dat distributiekanaal, het gaat gewoon gebeuren.

'Het aantal makers nadert inmiddels de kritische grens van een oligopolie'

De makers zelf ontkennen het bestaan van een machtsstrijd overigens in alle toonaarden. De klant staat immers centraal! En de toezichthouder eist toch schaalvergroting? En wij hebben toch eeuwige trouw gezworen aan dat distributiekanaal? En onze belangen lopen parallel!

Zoals één van de makers het onlangs treffend verwoordde: "Macht? Wij willen helemaal geen macht! Wij willen gewoon in control zijn!" ■