



## **Betekenisvol financieel plannen van een onbekende toekomst – FFP Congres 2025**

*Een deepdive in de psychologische onderwaterwereld van klanten door:*

*Erna Knipscheer | Financieel Vitaal Opleidingen (erna@financieelvitaal.com)*

Stel je voor: het is 2040. Een klant belt je. Zijn leven ziet er totaal anders uit dan in 2025. Zijn werk is veranderd en zijn gezinssituatie ook. Misschien is hij gescheiden, ziek geworden, verhuisd of heeft hij iemand verloren. Of misschien is de klant juist opnieuw begonnen. En dan stelt de klant je die ene vraag: wat is er over van het financieel plan dat we toen maakten?

Het klinkt als een toekomstscenario maar dit is precies de realiteit waarin wij als financieel planners al decennialang werken. We maken objectieve financiële plannen voor mensen die zich subjectief ontwikkelen, veranderen en groeien. Mensen die verschillende levensfasen doorlopen, van geboorte tot overlijden, met telkens nieuwe taken, vragen en behoeften. En hoewel we concrete plannen maken met de kennis van nu, weten we diep in ons hart ook dat het leven zich zelden aan deze gemaakte plannen houdt.

## DEVRAAG DIE ALLES VERANDERT

**Wat betekent het om (financieel) te plannen voor een toekomst die je nog niet kent?**

*Eén ding weet ik zeker: van mijn eigen financiële planningen is op de langere termijn nog nooit iets uitgekomen...*

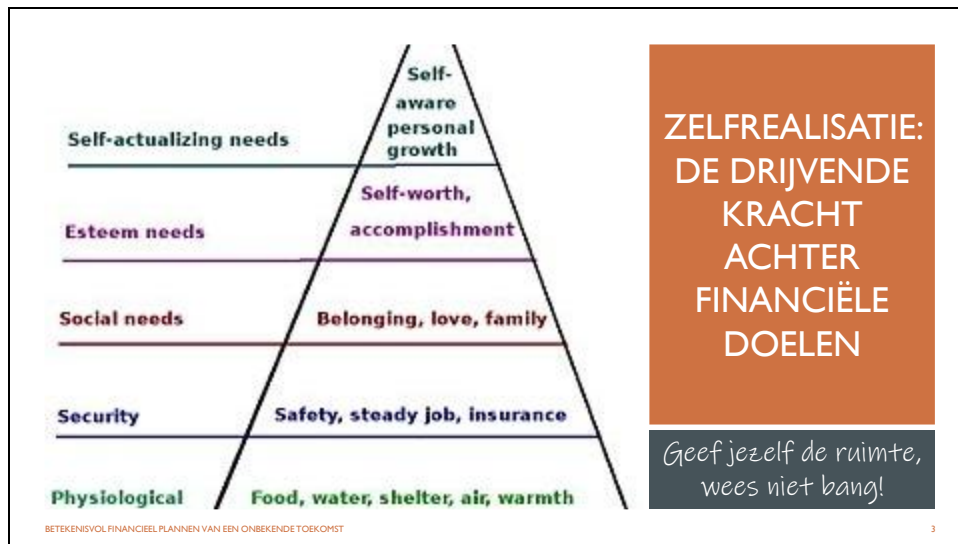
BETEKENISVOL FINANCIËEL PLANNEN VAN EEN ONBEKENDE TOEKOMST

2

### **De vraag die alles verandert**

In 2008 werd ik uitgeroepen tot Financieel Planner van het Jaar. Ik dacht toen dat ik de financiële toekomst aardig kon voorspellen zolang de klant maar regelmatig terugkwam voor een update. Totdat ik in 2011 zelf ging scheiden. Tijdens het opruimen van mijn papieren vond ik een financieel planningsrapport dat ik in 1995 voor onszelf had gemaakt omdat we gingen trouwen. Een jaar later was ik iets vroeger dan gepland moeder geworden, stopte mijn man met werken in loondienst en werd ik onverwachts hoofdkostwinner als startende ondernemer van een hypotheek- en assuratiekantoor. Ons leven nam in 1996 een totaal andere wending dan ik ooit had kunnen voorzien.

Dat moment bracht een fundamentele vraag bij me naar boven: wat betekent het eigenlijk om te plannen voor een toekomst die je nog niet kent? En wat is de waarde van een financieel plan als het leven zich zelden aan dat plan houdt? Die vragen lieten me niet meer los. Want hoe gaan we als planners om met de fundamentele onzekerheid van het leven en met de vele ontwrichtende gebeurtenissen die we vaak niet meenemen, of niet kunnen meenemen, in onze modellen?



### **Zelfrealisatie: de drijvende kracht achter financiële doelen**

Als de toekomst onzeker is, waar plannen we dan eigenlijk naartoe? Niet naar een vastomlijnd eindpunt maar naar iets diepers: een menselijke oerverlangen om zichzelf te realiseren. Achter elk financieel doel, of het nu gaat om eerder stoppen met werken, een sabbatical of zorgen voor kinderen, schuilt een menselijk verlangen. Een verlangen om als mens te groeien, om betekenis te geven aan onze activiteiten en om vrij mens te zijn.

Abraham Maslow beschreef dit al in de jaren '40: van basisbehoeften zoals veiligheid en zekerheid naar verbondenheid, waardering en uiteindelijk zelfrealisatie. Veel klanten komen bij ons met doelen op niveau twee of drie zoals financiële rust of een goed pensioen. Maar als we goed luisteren dan horen we vaak iets van niveau vijf: ik wil mijn leven anders inrichten. Ik wil iets betekenen voor anderen. Ik wil trouw zijn aan mezelf.



### Mens worden

In mijn zoektocht naar wat financiële planning daadwerkelijk betekenisvol maakt stuitte ik bij toeval op een boek dat mij diep heeft geraakt: *Mens worden* van Carl Rogers. Rogers, grondlegger van de cliëntgerichte therapie, stelde dat ieder mens een aangeboren neiging tot persoonlijke groei heeft mits de omgeving empathisch, oprecht en accepterend is.

Die gedachte raakt ook ons vak als financieel planner. Want als wij als planners stoppen met adviseren en naar de klant luisteren, met aandacht en zonder oordeel, dan ontstaat er een veilige ruimte voor de klant waarin de klant zichzelf kan zien en ontdekken. Dan wordt een financiële planning geen objectief overzicht met cijfers maar een persoonlijke spiegel. Een spiegel waarin niet alleen het heden zichtbaar is maar ook wie de klant wil worden en wat de klant wil bereiken in de toekomst.

### Innerlijke strijd in de zoektocht naar betekenis

Achter financiële keuzes schuilt dus veel meer dan alleen cijfers en financiële producten. Freud zag al dat ons gedrag wordt gestuurd door een innerlijke dynamiek: het id met zijn driften, het ego dat bemiddelt en het superego dat normen fluistert. Denk aan een klant die zegt: ik wil duurzaam investeren maar toch kiest voor een hoger rendement. Is dat het ego dat balanceert tussen idealen en impulsen? Of het superego dat zegt: wees verstandig?

*Sigmund Freud leefde in de periode 1856–1939. Hij was een Oostenrijkse neuroloog en wordt beschouwd als de grondlegger van de psychoanalyse. Zijn belangrijkste werken en theorieën over het onbewuste, het id, ego en superego ontstonden vooral vanaf het einde van de 19e eeuw tot begin 20e eeuw.*



### Bewustzijn en de noodzaak van zelfreflectie

Ken Wilber (1949), hedendaagse grondlegger van de integrale theorie, kijkt verder dan conflict en ziet bewustzijn als een spectrum: van egocentrisch naar wereld- en levensomvattend. In coaching en leiderschap helpt dit model om te begrijpen waar iemand staat:

- **pre-persoonlijk**: reactief, weinig zelfreflectie
- **persoonlijk**: bewust van keuzes, gericht op autonomie
- **transpersoonlijk**: keuzes vanuit zingeving en verbondenheid

Voor ons als financieel planners is dit model waardevol. Het helpt ons zien dat financiële doelen vaak meer zijn dan geld. Soms zijn ze een poging tot betekenis, impact of nalatenschap. Herken jij klanten die vooral reageren vanuit angst of impuls? En anderen die zoeken naar zingeving?

Het spectrum van Wilber nodigt ons als financieel planners uit om niet alleen te adviseren maar vooral ook te spiegelen zodat financiële planning klanten ruimte biedt voor persoonlijke groei, bewustzijn en het leven dat de klant werkelijk wil leiden.

Voor ons als financieel planners is dit waardevol. En zeker niet alleen om klanten beter te begrijpen maar vooral om ook onszelf beter te leren kennen. Want het is lastig om begrip op te brengen voor bewustzijnsniveaus die 'hoger' liggen dan ons eigen niveau. Zelfreflectie is dus geen luxe maar een voorwaarde om echt coachend te kunnen werken met klanten.



### Deepdive in de onderwaterwereld van de klant

En laten we niet vergeten: psychologie is grotendeels onzichtbaar. Juist daarom vraagt het om serieuze studie en verdieping. Alleen zo kunnen we er op een verantwoorde manier mee omgaan en onze klanten begeleiden met respect en professionaliteit.

Laten we die 'deep dive' maken en ontdekken wat er in de onderwaterwereld van de klant allemaal speelt. Betekenisvol financieel plannen lijkt wel wat op duiken in onbekend water. Je hebt geen vaste route, niet alles is goed zichtbaar en er is geen kaart die alles voorspelt. Wat je wel hebt is een kompas dat richting geeft: jouw vakkennis en jouw menselijke vermogen om dieper te kijken dan cijfers.

Onder dat wateroppervlak ligt een wereld die voor een groot deel onzichtbaar blijft in traditionele financiële planning. Daar vinden we elementen die vanuit verschillende psychologische stromingen een rol spelen:

- maatschappelijke factoren
- culturele waarden
- generatie-invloeden
- sociale omgeving
- zelfinzicht en motivatie
- emoties zoals geldstress of schaamte
- geldgedrag en voorkeuren
- denkpatronen en biases
- levensloop en life-events
- en uiteindelijk het betekenisvolle doel: zelfrealisatie

Dit zijn geen wollige thema's en zeker geen soft skills. Het is wetenschappelijk onderbouwd en complex om mee te werken in de praktijk. De jaarruimte van een klant bereken je eenvoudig met wat objectieve cijfers. Maar hoe anders is het bij de psychologische onderwaterwereld van jouw klant. Psychologie is geen bijzaak. Het is eerder de kern van betekenisvol financieel plannen.



### Drie belangrijke inzichten

Als ik terugkijk op wat we hiervoor hebben besproken dan kom ik tot drie inzichten die mijn eigen kijk op ons vak fundamenteel hebben veranderd.

- **Ten eerste: geldzorgen zijn voor iedereen.** Geldzorgen zijn niet alleen voor mensen met weinig middelen. Ze zijn universeel.
- **Ten tweede: mensen hebben irrationele denkwijzen.** Hun keuzes worden gestuurd door emoties, overtuigingen en context.
- **En ten derde: motivatie en self-efficacy bepalen het resultaat.** Het vertrouwen in het eigen vermogen om vraagstukken succesvol op te lossen zijn cruciaal om plannen betekenisvol te maken.

Deze inzichten gelden niet alleen voor klanten maar ook voor ons als financieel planners. Want wij vergeten nog wel eens dat wij óók gewoon mensen zijn. Hoe wij zelf denken, voelen en handelen beïnvloedt onze klantgesprekken en de adviezen die we geven aan klanten.

Maar nog interessanter: dit besef zorgt voor een revolutionaire verandering in het beroepsprofiel van de financieel planner. Van cijfermatig adviseur naar menselijke begeleider die begrijpt dat psychologie geen bijzaak is maar de kern van een waardevolle financiële planning.



### Revolutionaire omslag in de beroepshouding van financieel planners

We hebben gezien dat betekenisvol plannen meer is dan cijfers. Het is net alsof je als financieel planner met een duikkompas afdaalt in de onderwaterwereld van de klant. Dat inzicht leidt tot een fundamentele verandering in ons vak: we bewegen van adviseur naar coach.

Drie verschillen springen eruit:

- **Van inhoud naar proces:** waar wij vroeger de antwoorden gaven en problemen oplosten voor de klant begeleiden we nu vooral het financieel planningsproces. Zoals Carl Rogers zegt: onze rol als professional is bescheiden en dienend.
- **Van machtspositie naar gelijkwaardigheid:** de klant is de inhoudsdeskundige. Niet over fiscale, juridische en financiële feiten maar over de invulling van het eigen leven.
- **Van rekenmachine naar kompas:** als financieel planners bieden we geen zekerheid maar richting in onzekerheid. Dat vraagt om loslaten, empathisch luisteren en vertrouwen in de deskundigheid van de klant over het eigen leven. En om nieuwe vaardigheden te leren die diep geworteld zijn in psychologie en counseling.

*De financieel planner is deskundig in het coachproces, de klant over de invulling van het eigen leven. Met kennis van financiële psychologie, methodieken uit motiverende gespreksvoering en een beroepshouding gebaseerd op moderne counseling, tonen we als financieel planner onvoorwaardelijke empathie, bieden de juiste informatie en creëren een veilige persoonlijke ruimte waarin de klant zelf tot inzichten en oplossingen kan komen.*

### Nieuw in Nederland, al jarenlang vertrouwde werkwijze in de VS

Deze shift van adviseur naar coach is spannend. Voor veel ervaren planners voelt het alsof hun vertrouwde rol verandert. Dat kan weerstand oproepen en dat is begrijpelijk. Maar deze werkwijze is niet nieuw. In de Verenigde Staten werken CFP-gecertificeerde financieel planners al langer op deze manier.



Een waardevolle leestip hierbij is het boek *Psychology of Financial Planning van Klontz e.a.* Dit boek vormt niet alleen een stevige theoretische basis die aansluit bij de CFP-leerdoelen en werkwijze in de VS, maar laat ook zien hoe psychologische inzichten concreet toepasbaar zijn in de financieel planningspraktijk in Nederland.

Bij Financieel Vitaal Opleidingen vormt dit boek de basis voor onze *CFP-geaccrediteerde Vaardigheidstraining Psychologie van financiële planning (PT/AVP?VT)*. In deze training leer je hoe je als planner niet alleen adviseert maar ook empathisch luistert zodat je klant een veilige persoonlijke ruimte ervaart om zelf richting te geven aan zijn financiële en persoonlijke leven.

### **Ervaring ontmoet vernieuwing**

Opvallend is dat jongere generaties deze nieuwe aanpak vaak met enthousiasme omarmen. Zij zijn opgegroeid met coaching, psychologie en een bredere kijk op mens en geld. Uit eerder onderzoek van FFP blijkt dat jongere generaties wel degelijk interesse hebben in financieel plannen maar dan wel op basis van gelijkwaardigheid.

En hier ligt een enorme kans: ervaring ontmoet vernieuwing. Als ervaren planners en jonge professionals samenwerken op basis van gelijkwaardigheid dan ontstaat goud. De ervaren planner brengt wijsheid, praktijkkennis en diepgang. De jonge planner brengt frisse inzichten, nieuwe tools en een andere mindset. Samen kunnen we leren, groeien en betekenisvol plannen naar een hoger niveau tillen.

### **Afstudeeronderzoek Giovanni Haverland**

Maar hoever zijn we eigenlijk met financiële psychologie in Nederland? In het voorjaar van 2025 deed Giovanni Haverland, FTA-afstudeerstudent van Hogeschool Windesheim, bij Financieel Vitaal Opleidingen onderzoek naar precies die vraag. Hij onderzocht hoe CFP-gecertificeerde planners in de Verenigde Staten financiële psychologie toepassen in hun praktijk en in hoeverre dit ook waardevol kan zijn voor planners in Nederland.

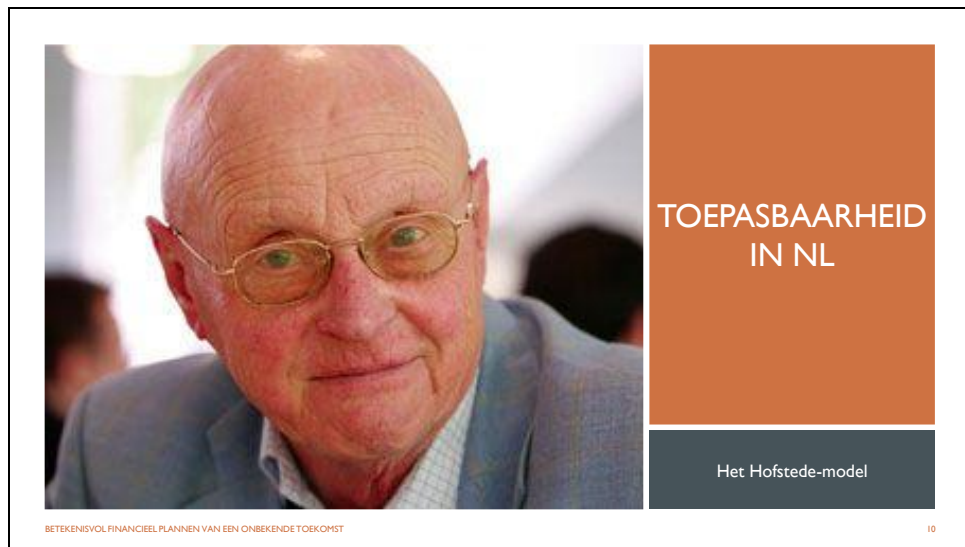
Zijn insteek was breed maar zijn conclusie helder: psychologie is voor een groot deel gebaseerd op subjectieve interpretaties. Dat maakt het lastig om vooruitgang te meten en zorgt ervoor dat sommigen het als 'ontastbaar' zien. Maar, zo stelt Giovanni, een betekenisvol leven is óók subjectief. Door woorden te geven aan wat belangrijk is krijgt het leven van de klant vorm en wordt het hanteerbaar in financiële planning.



### **De praktijk in de VS: inzichten van Marc Freedman CFP®**

In zijn onderzoek sprak Giovanni met Marc Freedman, een gerenommeerd financieel planner in de VS. Freedman ziet financiële psychologie als cruciaal in zijn werk maar benoemt het niet expliciet. Hij vertrouwt op luisteren, het lezen van non-verbaal gedrag en het benoemen van wat hij ziet. Zo maakt hij onderliggende zorgen bespreekbaar.

Voor Giovanni werd duidelijk dat er niet één manier is om financiële psychologie toe te passen. Hoe je het inzet hangt ook af van je persoonlijke stijl en voorkeuren. Freedman vertrouwt op intuïtie en observatie terwijl anderen misschien meer methodisch werken. Het belangrijkste is dat het voor de planner en klant werkt in de praktijk.



### **Cultuurverschillen: Nederland versus Amerika**

Maar is wat werkt in Amerika ook succesvol in Nederland? Om dat te onderzoeken gebruikte Giovanni het Hofstede-model dat culturele verschillen tussen landen in zes dimensies weergeeft.

Drie daarvan achtte Giovanni relevant voor zijn onderzoek over de toepassing van financiële psychologie in de beroepspraktijk van de financieel planner:

- Individualisme
- Feminiteit
- Langetermijnnoriëntatie

*Voor de mensen die het Hofstede-model niet kennen. Dit model geeft weer hoe hoog een land scoort op bepaalde dimensies. Het model kent zes dimensies t.w. machtsafstand, individualisme versus collectivisme, masculiniteit versus feminiteit, onzekerheidsvermijding, lange- versus kortetermijngerichtheid en toegeeflijkheid versus terughoudendheid.*

*Drie daarvan zijn erg relevant om Nederland en Amerika van elkaar te onderscheiden als we het hebben over financiële psychologie. Goed om te weten is dat dit model zich niet focust op het individu maar laat zien hoe een culturele samenleving zich verhoudt ten opzichte van een samenleving in een ander land.*

## INDIVIDUALISTISCHE CULTUUR



BETEKENISVOL FINANCIËEL PLANNEN VAN EEN ONBEKENDE TOEKOMST

11

### **Individualisme**

Nederland heeft een erg individualistische cultuur. Om een duidelijk beeld te geven: Nederland scoort op een schaal van 0 tot 100 met een score van 100. Amerika heeft een score van 60.

Dit betekent dat autonomie en eigen regie diep in de Nederlandse cultuur zijn verankerd. Voor betekenisvol financieel plannen, zeker in een toekomst vol onzekerheden, kan dat erg belangrijk zijn.

Als mensen kunnen kiezen voor wat ze belangrijk vinden dan kunnen zij ook beter omgaan met de uitkomst, ook als die anders is dan gehoopt. Klanten willen zelf keuzes maken maar wel graag met professionele begeleiding.

Met tools uit de financiële psychologie kan de financieel planner erachter komen wat de intrinsieke motivatie van de klant is. Met een coachende stijl kan de planner samen met de klant ontdekken wat belangrijk is zodat de financiële levensreis van de klant betekenisvol en waardevol wordt.

## FEMINIENE CULTUUR



### **Feminiene cultuur**

Naast individualistisch heeft Nederland een feminiene cultuur. Nederlanders streven naar een goed leven door het streven naar een goede werk-privébalans, besluitvorming via overleg en het sluiten van compromissen.

Nederlanders leren hun kinderen dat het tonen van emoties normaal is, voor zowel jongens als meisjes. Hoewel dit niet voor iedere Nederlander geldt zijn deze waarden in vergelijking met veel andere landen sterk aanwezig in onze samenleving.

Voor financieel planners betekent dit dat betekenisvol plannen niet het uitstippelen van een route naar financieel succes inhoudt maar vooral het begrijpen van wat succes voor de klant persoonlijk betekent. En hoe dit aansluit bij hun persoonlijke waarden, emoties en levenssituatie.

De Nederlandse cultuur biedt daarmee een vruchtbare bodem voor de toepassing van financiële psychologie. Methodieken zoals motiverende gespreksvoering sluiten goed aan bij de behoefte aan reflectie en begeleiding bij gedragsverandering.

In een samenleving waarin kwetsbaarheid genormaliseerd is en sympathie voor de ander vanzelfsprekend, is er ruimte om ook de onderliggende gevoelens en spanningen rondom geld bespreekbaar te maken.

## LANGETERMIJN ORIËNTATIE



BETEKENISVOL FINANCIËEL PLANNEN VAN EEN ONBEKENDE TOEKOMST

13

### **Langetermijnorientatie**

Nederland scoort hoog op de Hofstede-dimensie langetermijn oriëntatie.

Nederlanders geloven gemiddeld genomen niet in één absolute waarheid maar in het belang van context, tijd en flexibiliteit.

Tradities zijn geen vaste kaders maar richtlijnen die mee mogen bewegen met veranderende omstandigheden. Nederlanders zijn relatief spaarzaam en tonen doorzettingsvermogen om op lange termijn resultaten te behalen. Nogmaals, dit is niet gebaseerd op het individu maar hoe de culturele samenleving van Nederland zich verhoudt ten opzichte van veel andere landen.

Juist het meebewegen met de context en tijd maakt deze dimensie zo relevant voor het thema van vandaag: betekenisvol financieel plannen van een onbekende toekomst. Want als de toekomst onzeker is dan is het handig als je je kunt aanpassen en reflecteren. Volgens de theorie van financiële psychologie ligt daar een grote rol voor de financieel planner.

Daarnaast zegt deze dimensie wat over de waarde van subjectiviteit. Het meebewegen met de context geeft aan dat er ruimte is voor persoonlijke interpretatie. In een cultuur waar dit aan de orde is, is subjectiviteit geen zwakte maar een manier om beter aan te sluiten bij de realiteit van de klant.

### **Conclusie van Giovanni's afstudeeronderzoek**

De Nederlandse cultuur biedt een stevige basis voor financiële psychologie. Kwetsbaarheid en reflectie zijn geen zwakte maar een manier om beter aan te sluiten bij de realiteit van de klant.

Voor financieel planners betekent dit: niet alleen rekenen maar vooral luisteren, spiegelen en begeleiden. Zo wordt financiële planning meer dan een route naar financieel succes. Het wordt een reis naar een toekomst die werkelijk past bij de klant.

## TOT SLOT...

Wat is jouw rol in het verhaal van betekenisvol financieel plannen van een onbekende toekomst voor jouw klant?

*Het geld mag niet de baas zijn over jouw klanten,  
maar andersom, leer jouw klanten om zelf baas te  
zijn over hun eigen tijd, geld én leven!*

BETEKENISVOL FINANCIËEL PLANNEN VAN EEN ONBEKENDE TOEKOMST

14

### Tot slot

Met voorgaand onderzoek en deze eindconclusie van Giovanni ben ik aangekomen bij het einde van mijn verhaal.

We begonnen met een duik in de onbekende toekomst. We hebben gekeken naar zelfrealisatie, bewustzijn en de transformatie van ons vak als financieel planner.

### Nu blijft er één vraag over: wat is jouw rol in het verhaal van betekenisvol financieel plannen van een onbekende toekomst voor jouw klant?

Mijn missie is helder: geld mag niet de baas zijn over het leven van klanten. En ook de financieel planner heeft dat recht niet. Andersom: ik leer mensen baas te zijn over hun eigen tijd, geld en leven door gebruik te maken van inzichten uit met name de moderne counseling en de motiverende gesprekvoering.

Wil jij dat ook? Dat vraagt om lef, empathisch luisteren en nieuwe vaardigheden leren. Want betekenisvol plannen is geen rekenmachine. Het is een kompas. Een kompas dat richting geeft aan menselijke drijfveren onderweg naar een onzekere toekomst.

Heb je vragen of wil je verder praten over dit onderwerp? Stuur gerust een bericht naar [erna@financieelvitaal.com](mailto:erna@financieelvitaal.com). En onthoud: de toekomst is geen rechte lijn. Samen kunnen we ervoor zorgen dat jouw klant koers houdt op weg naareen leven in duurzame financiële vitaliteit.