



Intermediair moet kernvaardigheid zoeken en onderstrepen

## 'Ik heb geen medelijden met hypotheekadviseurs'

**Tussenpersonen moeten meer aandacht schenken aan financieel beheer en zich beter profileren, vindt Wouter de Vries junior. De dienstenmarketingspecialist houdt hypotheekadviseurs graag een spiegel voor: 'Ik gun ze hun succes van harte, maar ze moeten niet zeuren dat het vak van zijn mystiek beroofd wordt.'**

Wat heeft een marktkoopman te maken met een hypotheekadviseur? Alles, meent Wouter de Vries, universitair docent aan de economische faculteit van de Vrije Universiteit in Amsterdam. Tijdens het congres van uw vakblad kreeg de dienstenmarketingspecialist de lachers op zijn hand met zijn lezing over financiële dienstverlening. Op onnavolgbare wijze wist de goedgebekte Amsterdammer een volstrekt logisch verband te leggen tussen appels en hypotheek, voetbal en marketing, en tussen copulerende leeuwen en calculerende consumenten. Bewondering en kritiek strijden bij De Vries om voorrang, als het gaat om de hypotheekbranche.

*U werkt graag met hypotheekadviseurs als doelgroep. Waarom?*

'Wat ik zo positief aan ze vind, is dat het allemaal mensen zijn met een drive,' vertelt De Vries. 'Hypotheekadviseurs hebben een ondernemingsgeest die je in andere doelgroepen niet ziet. Het zijn goed scorende spitsen. Succes en falen rekenen hypotheekadviseurs zich persoonlijk aan. Vergelijk dat eens met andere sectoren waar falen altijd aan een ander ligt.'

*Toch is het imago van hypotheekadviseurs niet altijd even best. Hoe komt dat volgens u?*

'Als ik heel cynisch ben, zeg ik: de hypotheekadviseur flo-

## 'De hypotheekadviseur floreert op het financieel analfabetisme van de klant'

reert op het financieel analfabetisme van de consument. De meeste mensen kunnen niet eens hun belastingaangifte doen. Dat maakt de geloofwaardigheid van de adviseur - die dat wel kan - hoog. En die maakt volop gebruik van zijn kansen. Bedrijfseconomisch gezien, vind ik dat briljant. Maar ik vind het ook ethisch onverantwoord als je ziet wat de adviseur overhoudt aan een hypotheek.'

*Hoezo vindt u dat ethisch onverantwoord?*

'Een hypotheekadviseur ontvangt tussen de een en twee procent op een hypotheek. Aangezien de gemiddelde huizenprijs momenteel zo'n 230.000 euro is, vertelt een simpel rekensommetje dat hij daar dus tussen de 2300 en 4600 euro aan overhoudt. Dat is best veel geld voor een simpele optel- en aftreksom. Vergelijk dat eens met de schoonmaakbranche, waar je héél hard moet werken voor hooguit drie procent rendement.'

## 'Toen de beurs omlaag ging, kreeg ik van niemand een signaal'

*In de media ligt de branche al onder vuur en dan greift u ook nog eens de wind van voren.*

'Ik heb geen medelijden met hypotheekadviseurs. De sector heeft de afgelopen jaren zoveel wind mee gehad, met steeds maar dalende rentes en een aantrekkelijke oversluitmarkt. Pas nu we te maken krijgen met rentestijgingen wordt het interessant om te zien wie echt adviseur is. Het kaf wordt van het koren gescheiden. Vanuit marketingperspectief vind ik dat alleen maar leuk. Want hoe leg je contact met de klant als je geen geld meer komt langsbrengen?'

*Rechtvaardigt het belang en de complexiteit van een hypotheek niet een volwassen beloning?*

'Een hypotheek kan een complex product zijn. Als de klant niet in loondienst is, over meerdere geldbronnen beschikt, of een fluctuerend inkomen heeft. Dat de gemiddelde Ne-

derland niet kan of wil rekenen, betekent echter niet dat een hypotheek per definitie complex is. Het merendeel van de hypotheeken wordt afgesloten ten behoeve van rijtjeshuizen voor mensen in loondienst. Dat is dus standaard werk tegen premium prijzen. Dit klinkt misschien heel kritisch, maar het is wel de realiteit.'

*Geldverstrekkers spelen toch ook een rol in dit verhaal.*

'Als klant vind ik dat de hypotheekadviseur en de geldverstrekker elkaar heel goed afdekken. Vroeger had de hypotheekadviseur meer werk te doen, maar met de komst van franchiseketens en het internet is een zekere vervlakking opgetreden. Ook geldverstrekkers kennen allemaal dezelfde geautomatiseerde dienstverleningsprocessen. Als je vijf partijen naast elkaar legt en je sluit blind een hypotheek af, kun je je er geen buil aan vallen want alle producten lijken op elkaar. Ik wil de sector feliciteren dat ze dit jaar in jaar uit in stand weten te houden. Het is een commercieel succes.'

*Als het commerciële succes zo groot is, waarom klagen sommige hypotheekadviseurs dan?*

'Omdat het echte vet nu van de marges en de beloningen wordt afgehaald. Er is meer transparantie, ook via internet, over de prijs die aan een hypotheek hangt. Naarmate de financiële wereld transparanter wordt, neemt de affectieve beleving van de burger ten aanzien van zijn adviseur af en neemt het calculerende toe. Het probleem daarvan voor adviseurs is dat ze buiten hun standaard dienstverlening over het algemeen weinig te bieden hebben.'

*Tijdens het congres zei u dat de dienstverlening van de gemiddelde hypotheekadviseur minder is dan die van de marktkoopman, omdat die u nog wel eens vraagt hoe zijn appels smaken.*

'Ik heb in mijn leven negen lijfrentes en vijf hypotheeken afgesloten. Nooit heb ik na afloop nog wat van een tussenpersoon gehoord. De economische val in 2001/2002 was een kans geweest voor elk van die partijen om zich te onderscheiden. Maar toen de beurs omlaag ging, kreeg ik van niemand een signaal. Allemaal stortten ze neer in hetzelfde ravijn. Ik heb nog nooit gehoord van een intermediair die een positieve rol heeft gespeeld in turbulent weer.'



*Uw conclusie op het congres was: 'Het adviseren zit wel snor, maar het beheren kan beter'.*

'Financieel beheer zie je nu eigenlijk alleen bij private banking, maar het zou veel meer de taak moeten worden van de hypotheekadviseur. In mijn optiek is de sector daar nog niet op ingericht, en te zeer bezig met de korte termijn. Nu zijn hypotheekadviseurs nog dure afsluiters die geen zorg bieden. Daar zie ik geen toegevoegde waarde in.'

*Wat moet de branche doen om dit op de langere termijn te veranderen?*

'Laat een deel van de groep adviseurs zich specialiseren in beheer en zorg en anderen op het afsluiten van producten tegen lage kosten. Bied simpele producten goedkoper aan en maak complexe producten duurder. Ik ben ook een voorstander van uurtje factuurtje: adviseurs zullen dan veel meer tijd in beheer en nazorg steken en die tijd in rekening brengen.'

*Kennis van wet- en regelgeving is toch ook speciale verworvenheid van hypotheekadviseurs?*

'Iedereen houdt het heel complex: de overheid, de geldverstrekkers, de hypotheekadviseur. Het wordt interessant als ze ooit de hypotheekrente gaan afschaffen. Dat heeft niet alleen een effect op de consument, maar ook op de hypotheekadviseur. Die heeft dan niets meer te doen. Nou ja; die moet een rekensom minder maken. Zie hoe het nu al gaat met de makelaar: vroeger kon die zijn klanten zes opties uit zijn kaartenbakje voorleggen. Met Funda hebben huizenkopers plotseling wel zeshonderd alternatieven tot hun beschikking. Ook voor makelaars is het steeds moeilijker uit te leggen wat ze doen voor hun geld.'

## *'Hoe leg je contact met de klant als je geen geld meer komt langsbrengen?'*



*Is de consument – als je kijkt naar de komst van buitenlandse geldverstrekkers – niet vooral geïnteresseerd in de laagste prijs?*

'Niet altijd. Buitenlandse verstrekkers zijn wel actief, maar hun marktaandeel is nog gering. Hierbij is niet de meest attractieve rente bepalend, maar angst. Consumenten denken bij zo'n onbekende partij: zal het wel koosjer zijn? Of in marketingtaal: waar de affectieve beleving van een dienst(verlener) negatief wordt, is de calculerende burger bereid meer te betalen.'

*De hypotheekadviseur moet zich meer en beter profileren zegt u. Maar hoe dan?*

'Het valt mij op dat de hypotheekadviseur nauwelijks is te vinden op internet, terwijl de vraag "Hoe vind ik u op Google" typerend is voor het huidige consumentengedrag. Je moet eerst weten wat je wil, om welke kernvaardigheid je bekend wilt staan. Lok hierover reacties uit bij de klant en zet die op het internet. Zo krijg je vanzelf virtuele mond tot mond reclame.'

*Veel dienstverleners zeggen: ik lever kwaliteit. Maar als je ze vraagt "kwaliteit waarin" of "op welke manier", kunnen ze dat niet uitleggen.*

'Als iedereen zegt kwaliteit te leveren, lever je dus niets. Ik hoor ook vaak: "Ik lever toegevoegde waarde". Dan zeg ik: "Zet maar in de schuur naast de verf. Die blikken zijn ook leeg".'

*In hoeverre is het label "Onafhankelijk Hypotheekadviseur" een teken van profilering?*

'Die term is een grote glimlach waard. Hypotheekadviseurs lijken op elkaar en ook hypotheekverstrekkers gaan steeds meer op elkaar lijken. Door afnamequota zijn beide partijen aan elkaar gebonden. Het onafhankelijk zijn, is niet meer relevant.'

*Betrouwbaar advies geven is voor een hypotheekadviseur net zo logisch als veilig landen voor een vliegtuigmaatschappij, zegt u. Waarmee kunnen zij zich dan nog wel onderscheiden?*

'Met specifieke vakkennis bijvoorbeeld, met klanttevredenheid, of gemak. Zo hebben Alex en Binckbank een markt naar zich toegenomen door te zeggen: wij gaan beleggen toegankelijk maken. De kunst is om een bewijs te vinden. En dat kan uit allerlei hoeken komen. Bij Alex en Binckbank is het bewijs dat de prijs per belegging is gedaald. Maar je kunt bijvoorbeeld ook nummer één worden in een benchmarkstudie. In feite kun je je specialiseren op alles; voor mijn part noem je jezelf de "meest grappige hypotheekadviseur" van het land. Zo vreemd is dat niet. Ik zit ook bij mijn kapper vanwege zijn humor. Dat hij me knijpt en koffie geeft, is iets waar ik vanuit ga. Ik denk dat veel hypotheekadviseurs ver komen, puur op hun karakter.'