

Frans de Kievit

Frans de Kievit is commercieel
directeur BNP Paribas Personal
Finance (BNP Paribas PF)

DE VOLGENDE STAP NAAR TRANSPARANTIE IN HYPOTHEKENLAND

PROVISIEVRIJE HYPOTHEEK

De provisie-vrije hypotheek, ook wel netto of zero hypotheek genoemd, is een logisch gevolg van de ontwikkeling naar transparantie en nieuwe regelgeving. De hypotheek is eind 2008 geïntroduceerd en is het eerste hypotheekproduct waarbij het provisiesysteem wordt losgelaten. De verdiensten uit het hypotheekadvies komen niet vanuit de verkoop van de hypotheek (provisie) maar puur vanuit een (uur)tarief voor het geven van advies. Dit leidt tot grote veranderingen in de verhouding klant-tussenpersoon-aanbieder.

Tekst: Frans de Kievit

Unanieme uitrol van transparantie blijkt lastig in de praktijk

De ontwikkeling naar transparantie is met name gedreven door de Autoriteit Financiële Markten (AFM) en overheidsbesluiten met betrekking tot beloningstransparantie, onder meer naar aanleiding van de woekerpolissen-affaire. Bovendien is de 70%-30% provisiebalans-regeling ingesteld. Hierbij wordt 70% van de provisie uitgekeerd bij afsluiten en 30% doorlopend. Dit zal in de komende jaren naar verwachting verder uitgebreid worden (60:40 in 2010 en 50:50 in 2011).

De AFM werkt momenteel aan een leidraad die moet helpen bij het bepalen of provisies passend zijn en of deze mogen worden toegekend en ontvangen. Wel controleert de toezichthouder vanaf 1 april of tussenpersonen hun klanten daadwerkelijk vertellen hoe hoog de provisie is. Naar verwachting zal deze verplichte kostentransparantie ook voor aanbieders, als banken en verzekeraars, gaan gelden. Nu al geldt de verplichting tot informeren over het feit dat er kosten zijn verbonden aan advies en transparantie over de kosten van het product.

Zowel aanbieders als adviseurs van hypotheeken

moeten hun standpunt ten opzichte van het provisiesysteem en de provisie-vrije hypotheek bepalen. BNP Paribas PF, één van de eerste aanbieders van de provisie-vrije hypotheek, en de Hypotheekshop, bemiddelaar en verkoper van de hypotheek, zijn beiden overtuigd van het nieuwe product waarbij provisie geen rol speelt. Toch blijkt unanieme uitrol van meer transparantie lastig omdat zogenaamd 'gratis advies' en de laagste rente nog altijd als beste keuze gezien wordt.

Het Bgfo verplicht tussenpersonen klanten van te voren inzicht te geven in de te maken kosten bij advies en verkoop van een product. Dit leidt bij tariefafspraken tot een volledig nieuwe inkomstenstroom. Het intermediair moet haar bedrijfsvoering drastisch aanpassen op deze nieuwe geldstroom. Een nieuw business model opstellen én (naar tevredenheid) uitvoeren is een kostbaar en tijdrovend proces.

Nieuw transparantietijdperk creëert nieuw type concurrentie

Naast veranderende bedrijfsvoering leidt de nieuwe inkomstenstroom ook tot een nieuw type concurrentie. Tussenpersonen moeten tarieven opstellen. Tarieven die de

kosten dekken, transparant zijn voor de klant en waaraan ook nog verdiend wordt. Aangezien iedere tussenpersoon andere kosten heeft, zullen verschillen in tarieven optreden.

De trend heeft een duidelijke scheiding tussen adviseren en verkopen tot gevolg. Dit vraagt andere competenties van tussenpersonen. De mindset moet veranderen van productgestuurd naar adviesgestuurd. Financieel productadvies is maatwerk en verschilt per klant. Niet alle huidige tussenpersonen bezitten de adviesvaardigheden die nodig zijn.

De Hypotheekshop, één van de transparantie-voorvechters, heeft een trainingstraject 'Hoe vertel ik het mijn klant' opgezet. Medewerkers worden opgeleid om klanten te adviseren volgens het nieuwe systeem waarin de klant centraal staat. De advieskantoren zijn vrij in het bepalen van de tarieven. Tot op heden gaat de Hypotheekshop uit van het overheidsvoorstel van 15 tot 25 uur advies à € 120 per uur per klant. De kantoren zijn nog niet verplicht tot uurregistratie. Ook andere bemiddelaars zijn gestart met tariefformules en er wordt gesproken over een model van 1,5 uur gratis intake zoals bij notarissen.

Het creëren van kostentransparantie voor consumenten raakt de kern van het provisie-systeem in de hypotheekbranche

Het voordeel van vaste tarieven voor tussenpersonen is dat zij direct geld ontvangen voor hun diensten. Zowel bij advies- als bij afsluit- en beheerstrajecten, afhankelijk van de afspraken. Dit in tegenstelling tot, bijvoorbeeld, de 70%-30% regeling. Perceptie is echter dat men minder zal verdienen aan uurregistratie waardoor tussenpersonen geneigd zijn de voorkeur te geven aan andere vormen. Al is dit minder aantrekkelijk voor de klant en feitelijk onjuist. De perceptie leidt tot een spanningsveld tussen tussenpersonen en aanbieders.

De klant centraal

Voor aanbieders is het lastig om invloed uit te oefenen op de verkoop van een provisie-vrije hypotheek. Het is aan de bemiddelaar om het product aan te bieden aan de consument. Incentives en omzetbonussen aan tussenpersonen zijn verledentijd. Wel kunnen aanbieders invloed uitoefenen door productaanbod en informatieverstrekking. Er wordt nog geen reclame gemaakt voor de provisie-vrije hypotheek richting

consumenten. Verkoop vanuit directe vraag van consumenten gebeurt dan ook zeer summier.

Uitgangspunt bij transparantie is dat de klant moet weten waar hij/zij over beslist en waarvoor betaald wordt. De provisie-vrije hypotheek verplicht kostentransparantie en maakt het belang van de tussenpersoon daarmee ondergeschikt aan het belang van de klant. Daarnaast staan aanbieders losser van tussenpersonen en vice versa. De klant betaalt de overeengekomen advieskosten immers direct. Dit zou de kwaliteit van het advies aan de klant ten goede moeten komen.

De AFM vindt de ontwikkeling naar advies en verkoop van producten op fee-basis positief. Het belang van de klant staat voorop bij de keuzevrijheid in tarief en directe betaling. Het intermediair is en blijft daarnaast vrij in het bepalen van het te hanteren systeem. De toezichthouder acht het onwaarschijnlijk een ondersteunende functie te vervullen in het implementatietraject van de nieuwe inkomstenstroom. Deze consultantrol wordt overgelaten aan andere partijen in de markt.

Dat de schoorsteen van bemiddelaars moet blijven roken, begrijpen we allemaal

Het bestaan van de provisie-vrije hypotheek is een feit. Ongeveer negen hypotheekverstrekkers bieden het product aan en BNP Paribas PF, één van de negen aanbieders, ziet een stijgende lijn in de verkoop. De Hypotheekshop merkt dat het merendeel van haar klanten positief reageert op het provisie-vrijemodel. "Klanten begrijpen dat er betaald moet worden voor advies. Dat de schoorsteen van bemiddelaars moet blijven roken maar dat dit ten goede komt aan de kwaliteit van het advies," aldus Wim Drenth, bezielend voorvechter van uurregistratie binnen de Hypotheekshop.

Toch zal het verdwijnen van het zogenaamde 'gratis' hypotheekadvies nog even op zich laten wachten. Niet alle partijen willen én kunnen meteen afstand doen van het provisie-systeem. De uitvoering moet onder de loep genomen worden en consumenten moeten worden geïnformeerd. Alle partijen zijn nodig om de klant haar regisseursrol terug te geven en maatwerk te garanderen. Aan BNP Paribas PF en de Hypotheekshop zal het niet liggen. De ambassadeursrol in kostentransparantie blijven zij vervullen. «

Met medewerking van:

Hypotheekshop, Wim Drenth (directeur/eigenaar Hypotheekshop Hoogvliet, Poortugaal en Vlaardingen en voorzitter Hypotheekshop franchise vereniging)
AFM, Martijn Pols (persvoorlichter AFM Financial Services)