



RONALD TOUWSLAGER

directievoorzitter Obvion

Obvion BIJ DE

**“De hypotheekbranche
acteert op veel punten
nog heel ouderwets”**

Deze maand is Obvion Hypotheken gestart met ‘Zo wil ik wonen’, een nieuwe crossmediale campagne waarin de woonvragen van consumenten centraal staan. De nieuwe campagne is een vervolg op de campagne ‘Hypotheken met een geweten’, die Obvion in het najaar van 2011 startte.

Een belangrijk onderdeel van de campagne is het online platform ‘Zowilkwonen.obvion.nl’. Hier vindt de consument inspirerende verhalen, blogs, testen en infographics die hem kunnen helpen bij het nemen van belangrijke woonbeslissingen. Cynthia Tulp, Manager Marketing, Communicatie en Sales: “Iedereen in Nederland krijgt te maken met vragen als het gaat om wonen. Verbouwen of verhuizen? Mijn huis energiezuinig maken of toch niet? Mijn huis aanpassen zodat ik er langer kan blijven wonen of niet? We laten op het platform hedendaagse situaties zien waarin veel consumenten zich zullen herkennen. Dat gaat verder dan alleen de vraag welke hypotheek goed aansluit bij de persoonlijke situatie van een klant.” In de vorige campagne ‘Hypotheken met een geweten’ lag de nadruk op betere producten en een betere dienstverlening aan bestaande en nieuwe klanten. Tulp: “Voor bestaande klanten moet net zo hard gewerkt worden als voor nieuwe. Door in gesprek te gaan met klanten kunnen er oplossingen worden geboden, waarmee klanten ervoor kunnen zorgen dat hun hypotheek passend blijft. Daarom werken wij met onafhankelijke adviseurs. Die vergelijken Obvion met andere aanbieders, zodat ze een hypotheek kunnen adviseren die goed aansluit bij de situatie van de klant.” Na drie jaar was de tijd daar om een verdere verdieping door te voeren. Tulp: “De bekendheid van het merk Obvion is door de eerdere campagne sterk toegenomen. De klant weet waar het merk voor staat en associeert het in verschillende onderzoeken met betrouwbaarheid. Dat gegeven en de actuele ontwikkelingen in de markt, maken dat we een volgende stap zetten. De focus

verleggen van product naar zaken die de klant met betrekking tot wonen echt bezighouden.”

Ouderwets

Van product denken naar inleven in de behoefte van de klant, daar gaat het volgens Ronald Touwslager, directievoorzitter Obvion, om. “Dat wil niet zeggen dat je overal ja op kunt zeggen. We willen een verantwoorde en duurzame relatie met de klant aangaan. Hij moet bijvoorbeeld niet na drie jaar in de problemen komen met zijn hypotheek die dertig jaar loopt. Je moet daarom ook goed kijken naar de maatschappelijke ontwikkelingen.” Een van die ontwikkelingen is het groeiende aantal zzp'ers en flexwerkers. Mensen met een flexibele arbeidsovereenkomst komen nu vaak niet in aanmerking voor een hypotheekaire lening of ondervinden daarbij grote moeite. Banken zijn in de regel huiverig om hypotheek te verstrekken aan mensen zonder een vast contract en vast inkomen. Zij hechten veel waarde aan een werkgeversverklaring en de verwachte inkomenszekerheid die een vast contract biedt. Een jaar geleden sloegen uitzend-

CYNTHIA TULP

Marketing manager Obvion



“We willen oprecht weten wat de klant bezighoudt”

wil dichtert KLANT KOMEN

bureau Randstad, Obvion Hypotheken en Vereniging Eigen Huis de handen ineen om een einde te maken aan deze vastgeroeste acceptatienormen. In een gezamenlijke pilot hebben zij de haalbaarheid getoetst van de ‘perspectiefverklaring’. Hiermee kunnen werknemers met een flexibel contract een hypotheek krijgen op basis van een toets door Randstad op opleiding, werkervaring, competenties, functie en de arbeidsmarktsituatie.

De pilot heeft ondertussen ook steun gekregen van Stichting Waarborgfonds Eigen Woningen die de Nationale Hypotheek Garantie verstrekt. Op basis van de perspectiefverklaring zijn volgens Touwslager inmiddels al enkele hypotheekverstrekt. “Het is een goed voorbeeld van inspelen op een nieuw ontstane behoefte in de markt. De hypotheekbranche acteert op veel punten nog heel ouderwets. Er wordt bij wijze van spreken al honderd jaar volgens dezelfde principes gewerkt, terwijl de maatschappij er intussen heel anders uit is gaan zien. Het wordt hoog tijd dat de branche daar meer op aansluit.”

Van product denken naar inleven in de behoefte van de klant, daar gaat het volgens Ronald Touwslager, directievoorzitter Obvion, om. “Dat wil niet zeggen dat je overal ja op kunt zeggen. We willen een verantwoorde en duurzame relatie met de klant aangaan. Hij moet bijvoorbeeld niet na drie jaar in de problemen komen met zijn hypotheek die dertig jaar loopt. Je moet daarom ook goed kijken naar de maatschappelijke ontwikkelingen.”

Zelf regelen

Klanten willen steeds meer zaken zelf regelen. Enerzijds om zelf meer grip te hebben om advieskosten uit te sparen en anderzijds omdat ze goed voorbereid bij de adviseur aan tafel willen komen. Op internet is veel informatie over het verkrijgen van een hypotheek te vinden, inclusief uitgebreide rekentools. Obvion helpt starters bijvoorbeeld met de gratis online tool MijnHypotheekStart. De zelfredzaamheid van de klant heeft echter ook een keerzijde. Als voorbeeld noemt Touwslager de mogelijkheid van het extra aflossen op de hypotheek. Dat is wat hem betreft een prima manier om te voorkomen dat je in de problemen komt vanwege een restschuld, mits de extra aflossing op een verantwoorde manier gebeurt. “Het laatste wat ik wil, is op de stoel van de klant gaan zitten. Maar ik vind het wel onze verantwoordelijkheid om een klant die op eigen houtje een aanzienlijke/grote extra aflossing wil doen, bewust te maken of in elk geval te vragen of hij zich bewust is van de (moge-

lijke) gevolgen. Mocht er twijfel zijn, dan kunnen wij de adviseur een seintje geven. Hij kent de situatie van de klant nog veel beter dan wij en met zijn drieën kunnen wij dan bepalen of dit wel een goede optie is voor de klant. De driehoek klant-adviseur-Obvion wordt steeds belangrijker.”

Verstorende prikkels

Obvion heeft een marktaandeel van een kleine 7%. Op de vraag wat de markt volgend jaar gaat doen, heeft Touwslager niet direct een pasklaar antwoord. “We moeten eerst weten waar we aan toe zijn. De markt heeft behoefte aan stabiliteit gedurende een langere periode, maar ook nu weer zijn er nog te veel verstorende elementen en prikkels om een goede voorspelling te kunnen doen voor 2015. Vanaf 1 januari 2015 gaat de NHG-grens omlaag, stopt de fiscale verruiming van de aflossingsmogelijkheden en daarnaast heeft Nibud de leennormen aangepast. Dat kan de reden zijn van een hogere instroom aan hypotheekaanvragen aan het einde van dit jaar. Of dat daarna ook doorzet, is nog maar de vraag. De verwachting is in elk geval niet dat het volgend jaar minder zal zijn.” **IF**