

DE AFM GEEFT IN EEN BRIEF AAN WELKE INSPANNING ZIJ VERWACHT VAN GELDVERSTREKKERS IN HET DOSSIER AFLOSSINGSVRIJE HYPOTHEKEN. DIT MOET RESULTEREN IN INZICHT IN DE HYPOTHEEKSITUATIE VAN KLANTEN EN OP BASIS DAARVAN MOET KLANTEN HANDELINGSPERSPECTIEF WORDEN GEBODEN. DE AFM GAAT DAARBIJ NIET IN OP DE GEWENSTE EN BENODIGDE SAMENWERKING IN DE KETEN, TERWIJL DE ROL VAN DE ADVISEUR CRUCIAAL IS.

TEKST COLINDA ROSENBRAND, DIRECTEUR OVFD

**M**eer dan een miljoen huishoudens hebben een (deels) aflossingsvrije hypotheek en de verwachting is dat tussen 2035 en 2038 voor meer dan 700.000 huishoudens de aflossingsvrije hypotheek afloopt. Op dit moment zijn er geen problemen, maar we weten natuurlijk niet hoe dat in de toekomst is na pensionering of het aflopen van de hypotheekrenteaf trek. Het potentiële risico is volgens DNB groot.

Uit onderzoek blijkt dat de meeste klanten met een aflossingsvrije hypotheek zich totaal geen zorgen maken. Grote vraag is of dat terecht is of dat ze misschien iets te gemakkelijk denken dat ze het huis straks wel kunnen verkopen of eenvoudig kunnen herfinancieren. De adviseur heeft als vertrouwenspersoon een belangrijke rol om klanten meer bewust te maken van het belang om meer inzicht te krijgen in de toekomstige betaalbaarheid. Als we het probleem nu goed inventari-

PINIE

# Aflossingsblij, maar **niet** aflossingsverplicht!

seren, krijgen we ook meer zicht op het daadwerkelijk risico. Indien onverhoopt blijkt dat veel huizenbezitters in de problemen dreigen te komen, dan is er nu nog tijd om ze een handelingsperspectief te bieden. Aflossen is dan een handelingsperspectief, maar sparen ook. Het uitgangspunt is dat klanten zorgeloos moeten kunnen blijven wonen en dat kan ook prima met een aflossingsvrije hypotheek!

## ONGERUSTE TELEFOONTJES

Het is goed dat klanten inzicht krijgen in de toekomstige betaalbaarheid, maar ze moeten niet het idee krijgen dat ze nu plotseling verplicht worden om zo snel mogelijk af te lossen en dat dreigt wel een beetje te gebeuren. Klanten worden geconfronteerd met ronkende krantenkoppen: 'Banken moeten klanten meer aansporen tot aflossen' (NRC) of 'Aflossingsvrije hypotheek? Wees gewaarschuwd' (AD). Als ze dan ineens ook brieven krijgen van hun geldverstrekker, met de oproep om iets aan de aflossingsvrije hypotheek te doen, is het niet vreemd dat het geïnterpreteerd wordt als een verplichting om af te lossen. Dat blijkt ook uit ongeruste telefoontjes die ik krijg van - over het algemeen - senioren met een hele lage hypotheek, die bang zijn dat ze hun huis uit moeten omdat ze de hypotheek binnenkort niet kunnen aflossen. Volgens mij schiet dat toch echt zijn doel voorbij.

Goede en duidelijke communicatie is dus heel belangrijk. Brieven moeten zodanig worden opgesteld dat de klant het niet ervaart als een verplichting om af te lossen. Ook sturing richting aflossen moet worden voorkomen. Oplossingsmogelijkheden die hoofdzakelijk bestaan uit aflossingsmogelijkheden sturen klanten feitelijk naar een grote iDeal-knop; absoluut on-

'Rol adviseur **cruciaal**  
in dossier aflossingsvrije  
hypotheek'

wenselijk. Laat klanten ook niet zomaar, zonder advies, zelf aan de slag gaan met de oplossingsmogelijkheden. Mijn vrees is dat klanten via een (digitale) keuzeomgeving van de geldverstrekker in een soort execution only kanaal worden geduwd met alle risico's van dien. De klant is er niet bij gebaat als hij al zijn spaargeld in stenen stopt, of de aflossingsvrije hypotheek oversluit in een annuïtaire hypotheek met flink hogere maandlasten, die hij vervolgens niet kan betalen. Wijs klanten op het belang van advies en verwijf ze naar hun adviseur.

## SAMEN KLANTBENADERING BEPALEN

De OvFD voert daarom, samen met Adfiz, intensief overleg met de NVB en het Verbond van Verzekeraars over het informeren en activeren van klanten met een aflossingsvrije hypotheek. Het gezamenlijke doel is dat klanten die bij het afsluiten van een hypotheek gekozen hebben voor een adviseur ook nu door hun adviseur geadviseerd worden. Wij maken daarom afspraken hoe de geldverstrekker en adviseur samen de gewenste klantbenadering bepalen, want alleen met goede samenwerking kan dit dossier succesvol worden uitgevoerd! ■