

KWALITEIT door samenwerking

Samenwerking kan tot krachtige resultaten leiden. Serviceproviders kunnen het intermediair daarmee tot voordeel zijn. Maar FlexFront Service Partner kijkt verder. 'Samen kunnen we de hypotheekmarkt er weer bovenop helpen.'

Het blijft toch een aparte branche, die financiële dienstverlening. Dat concluderen Antoinette Wessels en Jan Willem van den Noort van FlexFront Service Partner (FFSP) wanneer ze kijken naar het verdienmodel van veel serviceproviders in Nederland. 'In alle andere branches word je betaald door degene voor wie je het werk verricht, behalve in de financiële

De aanbieder betaalt

dienstverlening', zegt Antoinette Wessels. 'Door de maatschappijen wordt algemeen erkend dat serviceproviders veel van hun werk overnemen, en tegelijkertijd mag het intermediair, en dus de klant, daarvoor betalen. Ik vind dat je dit niet moet accepteren als adviseur; je bent een dief van je eigen portemonnee. Of van de portemonnee van je klant, die uiteindelijk voor de kosten opdraait.' We zitten in het kantoor van FFSP in Nieuwegein en Antoinette Wessels legt uit hoe logisch het is dat het traditionele werk van serviceproviders (van offerteaanvraag tot acceptatie, inclusief dossierbegeleiding en expertdesks) bij haar bedrijf gewoon gratis is voor het intermediair. 'Desondanks staan veel intermediairs nog steeds sceptisch tegenover onze kostenloze Light Service, terwijl het heel simpel is: de aanbieder betaalt.' Jan Willem van den Noort vervolgt: 'FFSP biedt daarnaast de mogelijkheid om meer

service te geven. Voor deze Full Service betaalt het intermediair wel een tarief per dossier, omdat dit werkzaamheden zijn die wij uit handen nemen van het advieskantoor. Dan hebben we het onder andere over de werkzaamheden die na het ondertekenen van de hypotheekofferte worden uitgevoerd: de complete administratieve organisatie van het gegeven hypotheekadvies. Je kunt zo op je vingers uittellen dat je dit als individuele adviseur niet kunt doen tegen dezelfde kosten. Bovendien heb je door het outsourcen van de backoffice-activiteiten meer tijd over om de commerciële kansen uit te nutten en te doen waar je écht goed in bent: adviseren.'

Toegevoegde waarde

Het gaat uiteraard niet alleen om de kosten, maar ook om de kwaliteit. Een aantal adviseurs betwijfelt de toegevoegde waarde van serviceproviders, onder andere vanwege negatieve publiciteit en het slechte imago door onduidelijke dienstverlening. Hierdoor blijven adviseurs vasthouden aan eigen aanstellingen. Wessels betwijfelt of dat de kwaliteit van het advies altijd ten goede komt. 'Volgens de wet ben je verplicht de gehele hypotheekmarkt onder de loep te nemen voor je klant. Het intermediair met een groot volume zal dat ongetwijfeld zelfstandig lukken. De meeste adviseurs echter zijn gewoon niet in staat

om voldoende rechtstreekse aanstellingen te verkrijgen om de hele hypotheekmarkt te vergelijken. En let wel: als je dat niet lukt, dan ben je volgens de wet in overtreding.' Van den Noort: 'De politiek heeft terecht de perverse prikkels uit het advies gehaald. Maar als een intermediair met één of twee rechtstreekse aanstellingen zijn eigen aanstellingen laat prevaleren omdat hij denkt daar meer voor elkaar te krijgen, kan dat eveneens als perverse prikkel gezien worden.' 'Daarnaast zitten veel geldverstrekkers helemaal



JAN WILLEM VAN DEN NOORT

maal niet te wachten op allemaal intermediairs met een eigen aparte aanstelling', vervolgt Wessels. 'De acceptatieafdelingen zijn daar over het algemeen niet toe uitgerust en stel je eens voor wat er gebeurt als het economisch wél weer goed gaat. Dan werken ze de kleinere tussenpersonen eruit. Dat gaat heel eenvoudig. Een tussenpersoon die te weinig hypotheek aanbrengt, biedt dan volgens de bank 'te weinig kwaliteit'. De begrippen kwantiteit en kwaliteit worden simpelweg omgedraaid. Zelfs intermediairs die via een serviceprovider werken, ondervinden problemen. Er zijn banken die namelijk koste wat kost geen individuele aanstelling met een tussenpersoon willen; ook als die alleen via een serviceprovider zou gaan werken. Adviseert hij niet genoeg hypotheek? Dan komt er geen aanstelling. Dat betekent dat er een groep intermediairs in Nederland is die niet bij de hypotheek kan komen die het beste is voor zijn klant. Dat is toch gewoon discriminatie? Overigens blijven wij als serviceprovider continu in gesprek met de geldverstrekkers. We zien het als een uitdaging om deze verhouding recht te trekken.'

Eigenaardige situatie

We hadden het al eerder over het verdienmodel van serviceproviders. Zoals gezegd wordt



ANTOINETTE WESSELS

wordt als er één schap over de dam is...' beloond door de maatschappijen, omdat de organisatie hen werk uit handen neemt. 'Daarbij doet de eigenaardige situatie zich voor dat wij door de meeste geldverstrekkers pas worden betaald op het moment dat de klant naar de notaris kan', zegt Antoinette Wessels. 'En dan ook nog via de provisiebaldans. Ik vind dat gek. Als zij in drukke tijden gebruik maken van detacheerders die voor vergelijkbare werkzaamheden worden ingezet, betalen zij deze via een gewone btw-factuur. Als rechtvaardiging voor gedane werkzaamheden. Het probleem is dat de wet vergeten is om serviceproviders in de keten te beschrijven. Het is niet zozeer een bestaansrecht kwestie, maar een definitie kwestie. Dat is simpelweg op te lossen als de geldverstrekkers en beleidsbepalers in Den Haag maar erkennen dat serviceproviders nodig zijn om het administratieve proces in de keten gestroomlijnd te houden. Dan kan er een outsourcingvergoeding voor ons komen. Overigens zien we dat banken serviceproviders steeds meer erkennen. Met een aantal partijen zijn we inmiddels zo ver dat we een outsourcing-overeenkomst gaan sluiten. Dit is een supermarktmodel met stuksprizen. En je weet: als er één schap over de dam is...'

Overdreven negatief

Van den Noort en Wessels erkennen dat het momenteel niet fantastisch gaat op de hypotheekmarkt, maar ze storen zich beiden aan het volgens hen overdreven negatieve sentiment dat Nederland momenteel in gijzeling houdt. Wessels: 'We laten ons leiden door het buitenland. Maar gaat het hier echt zo slecht? We verkopen nog altijd een paar honderdduizend hypotheek per jaar, we kennen een laag werkloosheidscijfer en in de lijst van de economische concurrentie-index zijn we gestegen van plaats 7 naar 6. De media hebben echter zeker een groot aandeel in het negatieve sentiment. Helaas heeft iedereen daar last van, ook het intermediair. Maar wat kun je daar als kleine ondernemer tegenin brengen? Waar is de spreekbuis van het intermediair? Het zou mooi zijn als een belangenorganisatie zoals Adfiz opstaat en haar gezicht laat zien in de media. De branche moet zich écht bundelen, dan heb je pas een weerwoord.'

Positief mediaoffensief

Wessels en Van den Noort voelen zich aangetrokken om die handschoen op te pakken. 'Wij werken als serviceprovider nu eenmaal met heel veel intermediairs. We zijn een grote partij en we hebben slagkracht; wij zijn kortom in de positie om te helpen.' FFSP is daarom van plan

binnenkort een positief mediaoffensief te beginnen, waarbij ook social media een belangrijke rol speelt. Onderdeel van het plan is een aantal relatief eenvoudige oplossingen die het tweetal bedacht heeft om het aantal te verstrekken hypotheek een duw in de rug te geven.

Waar is de spreekbuis van het intermediair?

Op dit moment wordt, tezamen met een aantal externe PR-adviseurs, gewerkt aan een plan de campagne. Social media zullen ingezet worden om de meningen en ideeën van het intermediair te bundelen. Wessels: 'We hopen dat veel branchegenoten meedoen. Er is hier geen sprake van concurrentie. Samenwerken is de key. Dit gaat niet over FlexFront, maar over onze branche. We hebben een gezamenlijk doel. Het gaat ons allemaal aan.' **TF**

'Volgens de wet ben je verplicht de gehele hypotheekmarkt onder de loep te nemen voor je klant. Het intermediair met een groot volume zal dat ongetwijfeld zelfstandig lukken. De meeste adviseurs echter zijn gewoon niet in staat om voldoende rechtstreekse aanstellingen te verkrijgen om de hele hypotheekmarkt te vergelijken.'

'Het zou mooi zijn als een belangenorganisatie zoals Adfiz opstaat en haar gezicht laat zien in de media. De branche moet zich écht bundelen, dan heb je pas een weerwoord.'