

Juryrapport Gouden Spreekbuis Hypotheekverstrekkers 2023

Florius

Florius heeft een indrukwekkende toewijding aan duurzaamheid, waarbij ze altijd voorop wil lopen. Met bijna 60 miljard euro in portefeuille, waarvan ongeveer 10% duurzaam is, heeft de bank een aanzienlijke impact in Nederland. Wat opvalt, is de inclusieve benadering, waarbij ze niet alleen focust op A-labels, maar juist ook op lagere labels mikt om naar hogere labels te migreren. Florius heeft in 2019 de duurzaamheidshypotheek gelanceerd en de 'right to copy'-aanpak om deze te delen met de hele markt getuigt van een positieve bijdrage aan de sector.

Florius is een pionier op het gebied van data en digitalisering, als initiatiefnemer van het brondata convenant en door voortdurend te blijven bouwen aan digitale oplossingen, waaronder toegang tot mijnpensioenoverzicht.nl. Door procesoptimalisaties en het gebruik van tools zoals Stiply, voldoet Florius aan de behoeften van adviseurs. Ze genereert kansrijke momenten voor adviseurs via data en digitale tools, waardoor adviseurs relevant kunnen blijven voor hun klanten. Ook zijn er trainingen gegeven aan acceptanten in het werken met kansrijke momenten.

Florius heeft aandacht voor senioren met de campagne "Straks Wonen" en financiering voor nieuwe woonvormen, zoals kangoeroe- en mantelzorgwoningen. Florius benadrukt het belang van zorgvuldige toetsing bij verzilverhypotheek en adviseert tegen als dit niet in het belang van de klant is.

Florius heeft diverse initiatieven genomen, waaronder die voor senioren, de duuurhuurhypotheek en het aanbieden van een hypotheekbuddy voor minder digitaal vaardigen. Ze voert actief klantbeheer uit met programma's voor aflossingsvrije hypotheek, lage energielabels, economische looptijd en betaalbaarheid.

In het kort: Florius heeft zich onderscheiden door haar toewijding aan duurzaamheid, innovatie, inclusiviteit, klantgerichtheid en samenwerking.

ING

ING heeft indruk gemaakt door zich te richten op het creëren van emotionele voorkeur en onderscheidend vermogen. De bank heeft vijf belangrijke bouwstenen geïdentificeerd voor emotionele voorkeur en heeft proactief stappen ondernomen om deze te versterken, waaronder het verduurzamen van haar diensten, het bevorderen van vakmanschap, het verbeteren van de dienstverlening aan intermediairs en het behouden van een continue dialoog met alle belanghebbenden.

ING heeft ook verbeteringen doorgevoerd om nog beter te scoren in de functionele voorkeur van adviseurs. Het gaat hierbij om prijs en product.. Deze verbeteringen omvatten een betere overbruggingshypotheek, een nieuwe meeneemregeling in reactie op renteontwikkelingen en de acceptatie van de inkomensbepaling van ondernemers door externe rekenmeesters.

De bank heeft geïnvesteerd in dienstverlening door een speciaal team op te richten voor maatwerkoplossingen en door talloze workshops te organiseren om adviseurs te ondersteunen bij het indienen van maatwerk aanvragen. Digitalisering is omarmd in samenwerking met de Hypothekers Associatie, wat heeft geleid tot een aanzienlijke verbetering in de verwerking van aanvragen. Het percentage first time right is gestegen van 45% naar 55%

ING onderscheidt zich door voorop te lopen in de verduurzaming van de hypotheekmarkt. De bank deelt actief kennis vanuit haar economisch bureau, is actief betrokken bij klanten en heeft geen angst om te luisteren en actie te ondernemen op basis van feedback. Hoewel er nog geen specifieke targets zijn vastgesteld voor het verduurzamen van bestaande klanten, is dit een duidelijk aandachtspunt voor de toekomst.

Al met al heeft ING Bank indruk gemaakt met haar holistische aanpak in de hypotheekmarkt, zowel op functioneel als emotioneel gebied. De bank heeft zichzelf duidelijk gepositioneerd door inzet voor duurzaamheid en klanttevredenheid.

Obvion

Obvion begrijpt dat het handhaven van een toppositie in de markt moeilijker is dan deze te bereiken. In een competitieve omgeving heeft de organisatie zich proactief opgesteld om haar klanten te beheren. Dit gebeurt in samenwerking met partners, waaronder de oprichting van de Actief Klantbeheer Stichting en Infinance. Het delen van klantgegevens moet bijdragen aan financiële gemoedsrust en adviseursondersteuning.

Obvion heeft een sterke focus op verduurzaming. Het tweede jaar van hun duurzaamheidsroadmap heeft opmerkelijke resultaten opgeleverd, met meer dan 10.000 nieuwe en bestaande klantendepots gestart. Bovendien is Obvion de enige partij die een "opt-out" voor duurzaamheid hanteert, en ze financieren meer dan 40% van hun nieuwe klanten voor duurzaamheid. De jury merkt op dat ook eigenaren van huizen met een laag label verleid moeten worden om te verduurzamen naar een hoger label omdat hier veel duurzaamheidswinst te behalen is

Obvion omarmt diversiteit en inclusie, waarbij ook klanten merken dat iedereen welkom is. De organisatie is ook genomineerd voor een diversiteitsaward.

Obvion luistert naar adviseurs en voert voortdurend verbeteringen door. Bijvoorbeeld het splitsen van hypotheekleningen bij scheiding om beide partijen te laten profiteren van gunstige rente voorwaarden en rentekorting bij A+ labels onder bepaalde voorwaarden.

De organisatie blijft trouw aan haar kernwaarden, zoals "Hypotheek vanuit het hart," en zet in op een persoonlijke benadering zonder inzet van chatbots.

Obvion is een financiële instelling die moeilijke keuzes durft te maken en streeft naar uitmuntendheid op het gebied van groen en diversiteit. Ze zet in op digitale innovatie en data om adviseurs en klanten beter te bedienen. Ze voert actief beheer uit om verduurzaming te bevorderen en heeft een goede respons op hun duurzaamheidsdepots.

Jury Gouden Spreekbuis Hypotheekverstrekkers 2023

Nico Stolwijk
Vereniging Eigen Huis

Bart de Nie
Stichting Erkend Hypotheekadviseurs

Alex Klein
InFinance

Roald van der Linde
Nationale Hypotheek Garantie