

Hypotheeken: Succesvol beheer vergt doorlopende aandacht

Nederland telt ruim 3,5 miljoen woningen die geheel of gedeeltelijk zijn gefinancierd met een hypothecair krediet. Een groot deel van de Nederlandse huishoudens is hierdoor voor langere tijd gebonden aan een financiële overeenkomst. In de afgelopen jaren heeft de AFM intensief toezicht gehouden op aanbieders van hypothecair krediet, waarbij onder andere veel aandacht is uitgegaan naar de kwaliteit van de dienstverlening gedurende de looptijd van het financiële product. De AFM signaleert dat een groot aantal hypotheekaanbieders hiermee actief aan de slag is gegaan, maar dat er nog ruimte is voor verbetering. Meer aandacht kan worden besteed aan de financiële situatie van de klant gedurende de looptijd van de hypotheek. In deze rapportage wordt ingegaan op de onderzoeksresultaten van de AFM, voortkomend uit het Klantbelang Dashboard naar de dienstverlening gedurende de looptijd.

Reikwijdte onderzoeken AFM

De AFM meet met het Klantbelang Dashboard via verschillende onderzoeken in welke mate banken en verzekeraars het klantbelang centraal stellen bij het aanbieden van hun producten en diensten. In het Dashboard 2016-2017 zijn twee onderzoeken bij banken en verzekeraars¹ verricht op het gebied van hypotheeken, namelijk de onderzoeken naar *'Betalingsachterstanden bij hypotheeken'* en *'Hypotheekadvies en –beheer'*. In beide onderzoeken staat de dienstverlening aan bestaande klanten centraal.

1. Module Betalingsachterstanden bij hypotheeken

De AFM heeft onderzocht hoe hypotheekaanbieders hun klanten helpen een betalingsachterstand te voorkomen en welke dienstverlening wordt geboden aan klanten met een betalingsachterstand. Deze activiteiten worden vaak ondergebracht in de afdelingen preventief- en bijzonder beheer. De AFM heeft bij tien hypotheekaanbieders het beleid en de processen beoordeeld en klantdossiers onderzocht om de opzet en werking van de dienstverlening te toetsten.² De AFM heeft ditzelfde onderzoek voor het laatst uitgevoerd in het Klantbelang Dashboard van 2014-2015.³ De gemiddelde score van de deelnemende partijen kwam destijds uit op een 2,2.⁴ Deze teleurstellende uitkomst is voor de AFM aanleiding geweest om de markt verbeterplannen op te laten stellen. De deelnemende hypotheekaanbieders hebben naar aanleiding van het onderzoek in 2014-2015 de ambitie uitgesproken om bij het volgende onderzoek op een score 4,0 uit te komen. De AFM heeft het Klantbelang Dashboard van 2016-2017 aangegrepen om opnieuw een kwaliteitsmeting uit te voeren.

2. Module Hypotheekadvies en –beheer

Het onderzoek Hypotheekadvies en –beheer wordt uitgevoerd sinds 2010. Bij dit onderzoek kijkt de AFM naar de kwaliteit van *advies* en *beheer*. In het onderzoek van 2016-2017 heeft de AFM alleen het *beheer* beoordeeld. Gekeken is naar de werkwijze van hypotheekaanbieders bij

¹ Hierna worden de banken en verzekeraars aangeduid met 'hypotheekaanbieders'.

² Voor nadere informatie over de invulling van de module-onderdelen wordt verwezen naar www.afm.nl.

³ *Meer aandacht nodig voor betalingsproblemen van hypotheekklanten – september 2015*

⁴ Aan de conclusies van het onderzoek is per deelonderwerp een zogenaamde KBC-score toegekend. Middels een vijfpuntsschaal wordt een score tot uitdrukking gebracht die weergeeft in welke mate de aanbieder het klantbelang meeweegt en toepast.

renteverlengingsvoorstellen en de manier waarop hypotheekaanbieders klanten informeren over hun lopende hypotheek.⁵ Het onderzoek is verricht in de vorm van een self-assessment waaraan in totaal elf ondernemingen hebben deelgenomen.

Wat goed gaat en wat beter kan

Hieronder gaan we in op een aantal van de belangrijkste uitkomsten van de twee Dashboardmodules.

1. Dashboardmodule Betalingsachterstanden bij hypotheeken

Wat gaat goed?	Wat kan beter?
<ul style="list-style-type: none">+ vrijwel alle hypotheekaanbieders hebben preventief beheer-activiteiten opgetuigd en verder geprofessionaliseerd	<ul style="list-style-type: none">- het aantal klanten dat wordt benaderd in preventief beheer ter voorkoming van een betalingsachterstand is nog te beperkt
<ul style="list-style-type: none">+ steeds meer hypotheekaanbieders nemen op basis van hun risicoanalyse contact op met klanten die nu of in de toekomst een verhoogd risico lopen	<ul style="list-style-type: none">- bij het oplossen van betalingsproblemen wordt de financiële positie van de klant nog te weinig en/of in een relatief laat stadium betrokken
<ul style="list-style-type: none">+ hypotheekaanbieders slagen er steeds vaker in om de oorzaak van de achterstand te achterhalen	<ul style="list-style-type: none">- klanten worden beperkt aangemoedigd om contact op te nemen bij een (dreigende) betalingsachterstand en er wordt weinig handelingsperspectief geboden aan deze klanten om zelf in actie te komen- er kan nog meer aandacht worden besteed aan het aanbieden van passende oplossingen voor betalingsachterstanden die aansluiten op de klantsituatie- klanten worden nog onvoldoende geïnformeerd over de opbouw van de achterstand en de kosten die worden gerekend bij betalingsachterstanden- een aantal aanbieders rekent een hogere verdragingsrente dan wettelijk is toegestaan

Uit het onderzoek naar betalingsachterstanden komt naar voren dat hypotheekaanbieders meer aandacht zijn gaan besteden aan hun preventief beheer-activiteiten. Preventief beheer moet ertoe bijdragen dat klanten met te voorziene betalingsproblemen vroegtijdig worden geholpen om risico's op betalingsachterstanden te voorkomen; nog voordat deze zich voordoen. Steeds meer aanbieders nemen al op basis van risicoanalyses contact op met kwetsbare klanten. De AFM vindt dit een positieve ontwikkeling en moedigt hypotheekaanbieders aan om deze activiteiten verder uit te bouwen. Hypotheekaanbieders kunnen nog stappen zetten door actief te communiceren over preventief beheer en klanten uit te nodigen en aan te moedigen om in contact te treden wanneer deze betalingsproblemen verwachten te krijgen of hebben.

Een aandachtspunt voor alle hypotheekaanbieders is het bieden van een passende oplossing aan de klant. De AFM vindt dat hypotheekaanbieders meer inspanning kunnen leveren om tot een passende oplossing te komen. Dit betekent dat hypotheekaanbieders bij een betalingsachterstand snel inzicht moeten verkrijgen in de situatie van de klant en aan de hand van die situatie moeten bepalen welke oplossing het meest passend is. Hypotheekaanbieders hebben meerdere oplossingsmogelijkheden die zij in kunnen zetten voor zowel toekomstige als huidige betalingsproblemen. Gedacht kan worden aan het inzetten van een budgetcoach om inzicht te krijgen in de financiën, een jobcoach om

⁵ Voor nadere informatie over de invulling van de module-onderdelen wordt verwezen naar www.afm.nl.

meer inkomen te genereren of een rentepauze zodat een klant tijdelijk op adem kan komen. De AFM constateert dat in de praktijk in veel gevallen nog een oplossing in de vorm van een betalingsregeling of een betalingsafpraak wordt aangeboden; het instrumentarium aan oplossingen wordt beperkt ingezet. Daarnaast zien we dat oplossingen worden ingezet, terwijl er onvoldoende inzicht is in de financiële positie van de klant en dat oplossingen niet worden getoetst op haalbaarheid en duurzaamheid. De AFM vindt dit een onwenselijke praktijk. Voor het kunnen aanbieden van een passende oplossing is namelijk inzicht in de oorzaak en de financiële positie noodzakelijk.

In tegenstelling tot het gebrek aan inzicht in de financiële positie zien we een verbetering in het inzicht in de oorzaak voor de achterstand. Hypotheekaanbieders besteden hier in het beleid en in de praktijk meer aandacht aan. De snelheid waarmee dit gebeurt, blijft een punt van aandacht. De AFM heeft als uitgangspunt dat hypotheekaanbieders binnen een redelijke termijn (drie maanden) inzicht moeten hebben of inspanning moeten hebben geleverd om inzicht te verkrijgen in de oorzaak van de achterstand en de financiële positie van de klant. Dit wordt nog lang niet altijd gehaald.

Op het gebied van communicatie constateert de AFM dat het overgrote deel van de aanbieders geen specificaties verstrekt van de gemiste maandtermijnen en eventuele kosten die in rekening worden gebracht. De AFM verwacht van de hypotheekaanbieders dat zij hun schriftelijke communicatie aanpassen zodat een klant inzicht heeft in de opbouw van de achterstand en de kosten die in rekening zijn gebracht.

Daarnaast heeft de AFM een aantal hypotheekaanbieders aangesproken op de te hoge vertragsrente die wordt gerekend aan de klant over de ontstane achterstand. Deze hypotheekaanbieders hebben hierop actie ondernomen door de vertragsrente in lijn te brengen met de wet- en regelgeving of hebben toegezegd dit te gaan doen.

2. Dashboardmodule Hypotheekadvies en –beheer

Wat gaat goed?

- + de kwaliteit van de informatieverstrekking in het renteverlengingsvoorstel is verbeterd en de informatie is vollediger geworden
- + steeds meer ondernemingen starten activiteiten om klanten te informeren over het risico van een restschuld aan het eind van de looptijd

Wat kan beter?

- potentieel kwetsbare klanten, klanten die mogelijk aan het einde van de looptijd een (grote) schuld over houden worden nog te weinig aangespoord om in actie te komen, zodat hun hypotheek betaalbaar blijft
- Klanten worden nog onvoldoende persoonlijk geïnformeerd over mogelijke risico's gedurende en aan het einde van de looptijd van de hypotheek
- klanten worden gedurende de looptijd nog onvoldoende geïnformeerd over hun actuele financiële situatie
- nog te weinig aanbieders verwijzen bij een renteverlenging naar de jaarlijkse overzichten over het opbouwproduct waarin informatie is opgenomen over het opgebouwde kapitaal

De AFM vindt het belangrijk dat klanten gedurende de looptijd van de hypotheek persoonlijk worden geïnformeerd over mogelijke risico's die ontstaan gedurende of aan het einde van de looptijd van een hypotheek. Een belangrijk deel van alle woningbezitters in Nederland heeft een aan de hypotheek verpand opbouwproduct waarvan de waarde op de einddatum mogelijk onvoldoende is

om de hypotheekschuld af te lossen of een aflossingsvrije hypotheek. Bij deze klanten is het nodig dat zij gedurende de looptijd van de hypotheek hierover persoonlijk worden geïnformeerd en indien nodig worden aangespoord tot actie.

Hypotheekaanbieders slagen er nog onvoldoende in om klanten persoonlijk te informeren over hun actuele financiële situatie. Om er voor te zorgen dat klanten in actie komen is het in ieder geval nodig dat zij gedurende de looptijd van een hypotheek inzicht hebben in de uitstaande hypotheekschuld en de verwachte waarde van het aan de hypotheek gekoppelde opbouwproduct. Zonder dit inzicht, kan een klant niet bepalen of actie noodzakelijk is. De AFM constateert dat meerdere hypotheekaanbieders bij renteverlenging klanten op generieke wijze informeren over de risico's aan het einde van de looptijd, maar daarbij niet ingaan ook de persoonlijke financiële situatie. De activiteiten die aanbieders zijn gestart om dit te verbeteren zijn naar het oordeel van de AFM nog onvoldoende.

Het is positief dat veel hypotheekaanbieders voldoen aan een aantal specifieke wettelijke en klantbelang normen over informatieverstrekking bij renteverlenging. In het renteverlengingsvoorstel wordt door veel hypotheekaanbieders onder meer ingegaan op consequenties van een veranderd hypotheektarief voor de gekoppelde spaarpremie en wat er gebeurt als een klant niet op tijd reageert op een verlengingsvoorstel. Een verbeterpunt dat geldt voor meerdere hypotheekaanbieders is dat zij bij de renteverlenging voor de huidige en verwachte waarde van het aan de hypotheek verpande opbouwproduct, nog niet verwijzen naar de jaarlijkse overzichten die de klant van de aanbieder van het opbouwproduct ontvangt. Hierin staat belangrijke informatie over het opgebouwde kapitaal.

Vervolgstappen naar aanleiding van de onderzoeksresultaten

De twee bovengenoemde Dashboardonderzoeken laten zien dat hypotheekaanbieders nog een aantal stappen kunnen zetten in de kwaliteit van de dienstverlening in het beheerproces. Op een aantal punten heeft de AFM met hen reeds concrete afspraken gemaakt.

De AFM verwacht van hypotheekaanbieders dat zij de specificaties voor betalingsachterstanden zullen verbeteren, zodat de kosten en de opbouw van de achterstand inzichtelijker worden voor de klant. In het vierde kwartaal van 2017 doet de AFM een uitvraag naar de vorderingen van de hypotheekaanbieders op dit onderdeel. De hypotheekaanbieders die een te hoge verpagingsrente doorberekenen zijn al aangespoord om dit aan te passen. Hypotheekaanbieders die dit nog moeten doen zullen hierover verantwoording afleggen aan de AFM.

Scores van de Dashboardmodules

De AFM heeft de onderzoeksresultaten van beide Dashboardmodules opgenomen in het Klantbelang Dashboard.

Bij het onderzoek naar betalingsachterstanden scoren de deelnemende hypotheekaanbieders gemiddeld een 2,8 op de vijfpuntsschaal die wordt gehanteerd. Deze score is hoger dan de 2,2 in 2014-2015, maar met deze lichte stijging zijn de hypotheekaanbieders er helaas niet in geslaagd om de ambitie van een score 4,0 waar te maken.

De scores van de beoordeelde dossiers drukken op het gemiddelde. Dit komt vooral door de onderdelen communicatie en kosten. Ten opzichte van de voorgaande meting hebben de hypotheekaanbieders beperkte vooruitgang geboekt op het onderdeel communicatie. Het belangrijkste verbeterpunt voor de hypotheekaanbieders ziet op het specificeren van openstaande

achterstanden en de daarmee gepaard gaande kosten. Uit de gecontroleerde dossiers komt naar voren dat klanten geen, onvolledige of lastig te begrijpen specificaties krijgen. Een ander belangrijk punt is dat de communicatie van hypotheekaanbieders in een aantal dossiers onvoldoende aansluit op de behandelfase waarin het dossier zich bevindt en/of de persoonlijke situatie van de klant. Bijvoorbeeld doordat nog veel gebruik wordt gemaakt van standaard brieven. Daarnaast kunnen hypotheekaanbieders in de communicatie meer aandacht besteden aan het handelingsperspectief van een klant, zodat deze zelf ook in actie kan komen bij een (dreigende) achterstand. In de communicatie worden klanten onvoldoende actief gewezen op bijvoorbeeld hulpinstanties waar klanten terecht kunnen of oplossingsmogelijkheden die aangeboden kunnen worden. Een aantal hypotheekaanbieders verzoekt nog enkel tot het betalen van de achterstand.

Naast het onderdeel communicatie heeft een aantal partijen ook laag gescoord op het onderdeel kosten, doordat zij een hogere verpagingsrente over de achterstand berekenen dan wettelijk is toegestaan. Ook kunnen hypotheekaanbieders bij het wel of niet doorberekenen van kosten meer rekening houden met de financiële positie van de klant en/of de bereidwilligheid van de klant om mee te werken.

De gemiddelde score voor de Dashboardmodule Hypotheekadvies en –beheer komt uit op een 3,7.⁶ Door ingrijpende wijzigingen in de scope van het onderzoek, is de score niet vergelijkbaar met de scores uit het verleden.

Uitdagingen op te pakken door hypotheekaanbieders

De AFM verwacht van hypotheekaanbieders dat zij de bevindingen van de onderzoeken oppakken om de beheerprocessen te verbeteren. Tegelijkertijd wordt van hypotheekaanbieders verlangd dat zij zelfkritisch zijn op de eigen beheerprocessen en daarbij ook kijken naar aspecten die buiten de reikwijdte vallen van de uitgevoerde onderzoeken.

Voor succesvol beheer is het essentieel dat hypotheekaanbieders gedurende de looptijd in contact zijn met hun klanten om eventuele risico's vroegtijdig te kunnen signaleren en aan te pakken. Dit betekent dat hypotheekaanbieders gedurende de looptijd inspanning moeten leveren om over voldoende informatie te beschikken over de financiële situatie van de klant. De natuurlijke contactmomenten gedurende de looptijd, zoals het versturen van de jaarlijkse overzichten en het moment van renteverlenging, kunnen worden gebruikt om het gesprek met klant aan te gaan en informatie te verkrijgen. Hiermee kunnen hypotheekaanbieders anticiperen op veranderingen die klanten kwetsbaar maken.

De AFM moedigt hypotheekaanbieders aan meer aandacht te besteden aan methoden die bij kunnen dragen aan het verkrijgen van inzicht en het hebben van contact met de klant. Daarnaast worden hypotheekaanbieders aangemoedigd om hun klanten waar nodig te bewegen zodat zij zelf ook in actie kan komen.

Meer lezen? Op de [website van de AFM](#) staan cijfers, trends en een toelichting op de elementen van het Klantbelang Dashboard waarop de AFM heeft getoetst. De AFM heeft over enkele onderwerpen eerder apart gecommuniceerd.

⁶ Deze score bestaat voor vijftig procent uit de onderzoeksresultaten van 2016-2017 naar het beheer en voor vijftig procent uit de score voor advies die is gegeven bij het Klantbelang Dashboard 2015-2016.