

Activeren consumenten met aflossingsvrije hypotheeken

Florius (Patrick Wijsman)

Vereniging Eigen Huis (Michel Ligtlee)

Nibud (Bo van Grinsven)

florius
hypotheek die meebewegen

vereniging
eigen huis



sta
sterker



Nationaal Instituut voor Budgetvoorzichting

Initiatief in het kort

In Nederland hebben bijna 3 miljoen klanten een aflossingsvrije hypotheek waaronder ook klanten van Florius. Aan deze hypotheekvorm zitten een aantal mogelijke risico's vast. Als klanten niet meer in staat zouden zijn om hun huidige hypotheek te betalen, heeft dat gevolgen voor de klant en de geldverstrekker. Om dit zoveel als mogelijk te voorkomen zal Florius klanten proactief benaderen over hun situatie. Klanten hebben ook via Vereniging Eigen Huis een hypotheek af kunnen sluiten bij Florius, en gezamenlijk is gekeken of de afzender van de vooraankondigingsbrief (over gesprek hypotheek) nog invloed kon hebben op de mate waarin klanten de hypotheekcheck zouden invullen. Door het invullen van de hypotheekcheck (tool die klanten helpt te controleren of hij voldoende vermogen heeft straks om de hypotheek te kunnen betalen) krijgt de klant een 1e inzicht van zijn huidige situatie en wordt ingespeeld op het in actie komen van de klant. Doordat klanten de online hypotheekcheck al hebben ingevuld, verwachten we dat zij meer betrokken zijn om naar hun situatie te kijken of in actie te komen. Voor deze samenwerking is ook de standaard benaderbrief herschreven. Nibud adviseerde op het gebied van gedragsinzichten om klanten te helpen bij financieel gezond gedrag.

Onderzoek

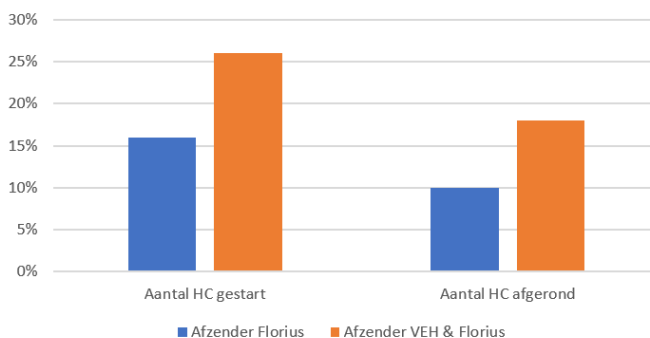
Het belangrijkste dat we hebben toegepast, is het wel of niet toevoegen van VEH als afzender: we hebben 1 variant waarbij alleen Florius de afzender was, en 1 variant waarbij Florius en VEH gezamenlijk de afzender waren. Daarnaast hebben we de (oorspronkelijke) standaard brief aanzienlijk vereenvoudigd, bijvoorbeeld door het toevoegen van een concreet stappenplan wat kon worden doorlopen om de hypotheekcheck te kunnen gaan invullen.

De resultaten hebben laten zien dat het toevoegen van een tweede, 'neutrale' afzender (VEH) er inderdaad voor zorgt dat klanten vaker begonnen aan de hypotheekcheck én dat ze hem vaker afmaakten. Deze 'neutrale' afzender is bekender bij klanten én is een betrokken en betrouwbare partner van klanten bij het nemen van financiële beslissingen.

Resultaten

In totaal hebben 150 huishoudens een brief ontvangen met één afzender: Florius. Daarnaast hebben 150 huishoudens een brief ontvangen met 2 afzenders: Florius en VEH. Om de vergelijking zo zuiver mogelijk te houden, was de inhoud van de brief verder exact hetzelfde voor beide varianten.

Resultaten experiment 'autoriteit'



De resultaten laten zien dat huishoudens vaker aan de slag gingen met hun Hypotheekcheck (HC) wanneer de brief van 2 afzenders afkomstig was (zie linker grafiek), in vergelijking tot wanneer de brief slechts 1 afzender had (26% vs 16%). Daarnaast blijkt ook dat mensen de HC vaker afmaakten wanneer de brief afkomstig was van 2 afzenders (18% vs 10%).

Wat zijn vervolgstappen ten behoeve van de consument

Het belangrijkste doel van het informeren van de klanten is dat de klant meer in controle is ten aanzien van zijn hypotheek met onzekere aflosvorm. In controle zijn betekent dat hij overzicht heeft en weet of hij in actie moet komen om te voorkomen dat er binnen afzienbare tijd anders eventuele problemen kunnen ontstaan met de aflossing. De klant weet dan of hij zijn hypotheek, naar verwachting, nu en later kan blijven betalen. De betrokken partijen delen hun resultaten intern en onderzoeken of er vaker samengewerkt kan worden om klanten te activeren zelf aan de slag te gaan.

Meer weten?

Neem contact op met Bo van Grinsven (Bo@bicnl.nl), Patrick Wijsman (Patrick.Wijsman@nl.abnamro.com) of Michel Ligtlee (M.Ligtlee@eigenhuis.nl).