

HYPOTHEKEN

Goede adviseurs

Een hypotheekadvies moet niet alleen gaan over producten, maar over uw totale financiële situatie

Heidi Klijsen

Een hypotheek afsluiten is een belangrijke beslissing. De looptijd bedraagt vaak dertig jaar en de maandelijkse hypotheeklasten slokken een groot deel van uw inkomen op. Omdat het om een complex product gaat, schakelen veel mensen een (hypotheek)adviseur in.



Niet iedere adviseur pakt het advies echter even goed en grondig aan, zo blijkt uit het rapport *Kwaliteit advies en transparantie bij hypotheeken* van de Autoriteit Financiële Markten (AFM). Dit onderzoek over de kwaliteit van hypotheekadviezen publiceerde de toezichthouder in november.

Belangrijkste conclusie: bijna driekwart van de aanbieders levert redelijke tot kwalitatief goede adviezen. Maar er valt ook aardig wat te verbeteren. Zo maken adviseurs bij een oversluiting vaak geen goede vergelijking tussen de oude en de nieuwe hypotheek. Daardoor blijft onduidelijk of oversluiten voordelig is

voor de consument. Bij beleggingshypotheeken wordt vaak meer risico genomen dan bij de klant past, en ook op fiscaal gebied rammelen de adviezen nogal eens.

Volgens de AFM stelt een goed hypotheekadvies niet alleen het product, maar de totale financiële situatie van de klant centraal. In een markt die sterk provisiegedreven is, is dat niet altijd vanzelfsprekend.

Helaas noemt de AFM geen voorbeelden van aanbieders die je beter kunt mijden. Wel noemt het rapport positieve uitschieters. Zoals de Financiële Foto, een product van de financiële dienstverlener EBC Nederland. Dit is een uitgebreide inventarisatie van de financiële situatie van de klant op 'huishoudboekjesniveau'. Dat wil zeggen dat een overzicht wordt gegeven van wat netto overblijft na betaling van alle lasten – zoals polissen en hypotheek. Geen ingewikkeld gedoe dus over boxen, belastingen en premies. De achterliggende gedachte is dat als klanten niet weten hoe ze ervoor staan, ze ook geen ingewikkelde financiële beslissingen kunnen nemen.

De AFM is ook te spreken over de adviesmethode Financial DNA van het gelijknamige bedrijf (zie: www.financialdna.nl). Hierbij wordt de advieswijze aangepast aan de persoonlijkheid van de klant. Zo houdt de adviseur rekening met hoe de klant denkt en gewend is informatie tot zich te nemen. De een houdt van lange overzichten met cijfers en berekeningen, de ander heeft liever een paar cijfers op een A4'tje. In overleg met de klant kiest de adviseur de communicatiestijl waar hij behoefte aan heeft. ■

Betrouwbare adviseurs:
www.elsevier.nl/adviezen