



*Meer aandacht nodig voor betalingsproblemen van
hypotheekklanten*

September 2015

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	3
1. Inleiding	5
2. Uitkomsten onderzoek.....	7
2.1 Preventief beheer.....	7
2.2 Bijzonder beheer	11
2.3 Behandeling van klanten	15
2.3.1 Effectieve dienstverlening.....	15
2.3.2 Communicatie	18
2.3.3 Kosten.....	20
3. Wat verwacht de AFM van marktpartijen en wat doet de AFM	23
Bijlage onderzoeksmethode.....	25

Samenvatting

Een groot aantal Nederlandse huishoudens heeft problemen met het betalen van de maandlasten van hun hypotheek. Financiële problemen hebben veel impact op het welzijn van een huishouden. Het aantal huishoudens met financiële problemen groeit nog altijd¹. Doordat in Nederland de hypotheek voor een grote groep consumenten hoger is dan de waarde van de woning is het restschuldrisico voor hen substantieel. Betalingsachterstanden bij hypotheeklen is al een aantal jaren een belangrijk aandachtspunt voor de AFM.

De AFM heeft onderzoek gedaan hoe aanbieders van hypothecair krediet (hierna: 'aanbieders') hun klanten helpen een betalingsachterstand te voorkomen, en hoe zij klanten met een betalingsachterstand een oplossing bieden. Door een professionele en klantgerichte dienstverlening van de afdelingen Preventief beheer en Bijzonder beheer kunnen aanbieders hun klanten helpen inzicht en grip te krijgen op hun financiële situatie en financiële toekomst. Uit het onderzoek blijkt dat de aanbieders nog verbeteringen kunnen realiseren in hun dienstverlening.

Het onderzoek is uitgevoerd bij twaalf aanbieders die circa 80% van de hypotheekportefeuille in Nederland beheren. Voor Preventief beheer heeft de AFM gekeken in welke mate de aanbieders inzicht hebben in de risico's op betalingsachterstanden en restschulden in hun hypotheekportefeuille, en hoe zij op basis daarvan contact opnemen met klanten. Voor Bijzonder beheer heeft de AFM onderzocht op welke wijze aanbieders het belang van de klant hebben opgenomen in hun beleid, doelstellingen en werkinstructies. Ook is gekeken hoe snel de aanbieders inzicht krijgen in de oorzaak van de betalingsachterstand en de financiële situatie van de klant, om samen met de klant tot een vlotte en duurzame oplossing te komen. Hiervoor heeft de AFM per aanbieder zes klantdossiers beoordeeld. De AFM realiseert zich dat zes dossiers geen volledig representatief beeld geven van de dienstverlening. Bij een meer gestandaardiseerd dienstverleningsproces geeft dit echter wel een duidelijke indicatie hoe de dienstverlening wordt ingevuld.

Uitkomsten onderzoek

Uit het onderzoek blijkt dat een meerderheid van de aanbieders nog verbeteringen moet doorvoeren in hun dienstverlening bij betalingsachterstanden.

Enkele aanbieders hebben hun Preventief beheer proactief en adequaat ingericht. Zij hebben goed zicht op de risico's in de hypotheekportefeuille. De frequentie en wijze waarop vervolgens contact wordt gezocht met klanten sluit goed aan op de uitkomsten van de risicoanalyse. Ook hebben deze aanbieders een signaleringssysteem waarmee zij betalingsproblemen kunnen voorspellen. Zij zijn een voorbeeld voor de andere aanbieders. Een aantal aanbieders is echter minder ver met dit risicobeheer. Ook is er helaas een aantal aanbieders dat nog weinig tot geen Preventief beheer heeft ingericht.

¹ Uit de BKR-hypotheekbarometer van april 2015 blijkt dat per 1 april 2015 ruim 112.000 huiseigenaren een betalingsachterstand van minimaal 4 maanden hebben.

Een aantal aanbieders heeft voor haar Bijzonder beheer activiteiten in beperkte mate beleid geformuleerd gericht op het belang van klanten. Dit vindt de AFM teleurstellend. In het beleid, maar ook in de doelstellingen en de werkinstructies van de overige aanbieders kan het belang van de klant nog beter meegenomen worden. Een aantal aanbieders besteedt ook in de aansturing van hun medewerkers nog te weinig aandacht aan de positie van de klant bij het zoeken naar een duurzame oplossing.

De AFM heeft in de klantdossiers beoordeeld hoe de aanbieders klanten met een betalingsachterstand behandelen. Een markt breed aandachtspunt is het ontbreken van tijdig en voldoende inzicht in de oorzaak van de betalingsachterstand en de financiële positie van klanten. Dit helpt klanten grip te krijgen op hun financiële situatie. Door het ontbreken van het inzicht in de financiële positie lijkt het dan in de meeste gevallen niet mogelijk een passende oplossing aan te bieden.

Uit de dossiers blijkt ook dat bij aanbieders de schriftelijke informatie naar klanten duidelijker en minder juridisch kan worden geformuleerd. Alle aanbieders brengen bij een betalingsachterstand kosten in rekening. Maar er wordt niet altijd zorgvuldig afgewogen of het in rekening brengen van kosten een oplossing voor de betalingsachterstand dichterbij brengt.

De AFM heeft geen wettelijke bevoegdheden om zorgvuldige dienstverlening bij betalingsachterstanden af te dwingen. Uitsluitend bij evidente misstanden is het mogelijk op grond van de doorlopende zorgplicht in te grijpen. Hoewel de dienstverlening verbeterd kan worden, heeft de AFM in haar onderzoek geen dergelijke evidente misstanden aangetroffen.

Wat verwacht de AFM van marktpartijen en wat doet de AFM

De AFM realiseert zich dat een aantal aanbieders al de nodige stappen heeft ondernomen om de dienstverlening te verbeteren. Deze verbeteringen zijn nog niet voldoende. Wij verwachten dan ook dat alle aanbieders hun verbeteracties nadrukkelijk verbreden en intensiveren. Aanbieders kunnen de dienstverlening meer vanuit het klantbelang inrichten².

De AFM monitort de voortgang van de activiteiten van de aanbieders. Wij voeren op termijn een nieuw onderzoek uit naar de dienstverlening van Preventief en Bijzonder beheer en rekenen erop dat de kwaliteit van de dienstverlening dan sterk is verbeterd.

De consument moet kunnen vertrouwen op professionele ondersteuning van zijn hypotheekaanbieder. Uiteraard heeft de klant ook een eigen verantwoordelijkheid betalingsachterstanden te voorkomen en actief mee te werken aan een oplossing bij een betalingsprobleem.

De AFM heeft op haar consumentenwebsite informatie staan over hoe consumenten kunnen handelen bij betalingsachterstanden bij hypotheeken. Ook informatie van instanties die hulp kunnen bieden, is hier te vinden.

² In hoofdstuk twee heeft de AFM onder de kop 'randvoorwaarden en activiteiten', per onderdeel van de dienstverlening beschreven, hoe de dienstverlening in het belang van de klant kan worden vormgegeven.

1. Inleiding

Aanleiding voor het onderzoek

Het aantal Nederlanders met financiële problemen is nog steeds groot. De AFM is bezorgd over de omvang van de schuldpositie van individuele huishoudens en de restschuldrisico's bij hypotheek. Een grote groep huishoudens heeft nog altijd een hogere hypotheek dan de waarde van de woning. Het aantal betalingsachterstanden bij hypotheek neemt volgens het BKR nog steeds toe³. Aanbieders van hypothecair krediet (hierna: 'aanbieders') kunnen hun klanten helpen met het voorkomen en oplossen van betalingsachterstanden door een professionele en klantgerichte aanpak van de afdeling die gericht is op het voorkomen van problemen, Preventief beheer, en de afdeling die gericht is op het oplossen van betalingsproblemen die langer lopen, Bijzonder beheer. Hiermee kunnen klanten geholpen worden inzicht en grip te krijgen op hun huidige en toekomstige financiële situatie. Dit onderzoek geeft inzicht hoe aanbieders hun rol invullen om klanten met betalingsachterstanden te helpen.

De AFM heeft de afgelopen periode een onderzoek uitgevoerd naar de dienstverlening bij betalingsproblemen. Aanleiding om een onderzoek in te stellen waren onder andere signalen van consumenten over handelwijzen van aanbieders bij betalingsachterstanden. Ook is de blijvende groei van het aantal consumenten met een betalingsachterstand een belangrijke reden.

Onderzoek naar dienstverlening bij betalingsachterstanden bij hypotheek

Betalingsachterstanden bij hypotheek is al een aantal jaren een belangrijk aandachtspunt voor de AFM. In 2012 heeft de AFM een onderzoek⁴ uitgevoerd naar het beleid van de dienstverlening van de afdelingen Preventief en Bijzonder beheer van veertien aanbieders. Er is toen onderzocht op welke wijze het belang van de klant werd meegenomen in de dienstverlening. De AFM concludeerde destijds dat Preventief beheer activiteiten zeer beperkt werden ingezet en dat het belang van de klant bij Bijzonder beheer onvoldoende werd meegewogen. De AFM heeft de aanbieders toen opgeroepen verbeteringen door te voeren.

Dit nieuwe onderzoek is uitgevoerd bij twaalf aanbieders die circa 80% van de hypotheekportefeuille in Nederland beheren. De AFM heeft het beleid bij Preventief beheer en Bijzonder beheer op een aantal aspecten beoordeeld en tevens zes dossiers onderzocht. In het onderzoek zijn dus uitsluitend Bijzonder beheer dossiers opgenomen. Voor het onderzoek zijn dossiers van klanten met een betalingsachterstand langer dan drie maanden geselecteerd. De AFM heeft geen dossiers beoordeeld van klanten met een kortere betalingsachterstand. Uiteraard heeft de AFM wel een beeld gekregen van de activiteiten van aanbieders in de eerste drie maanden. In de bijlage treft u een nadere specificatie van de onderzoeksmethode. De AFM heeft in april 2015 de uitkomsten van haar

³ Uit de BKR-hypotheekbarometer van april 2015 blijkt dat per 1 april 2015 ruim 112.000 huiseigenaren moeite hebben om hun hypotheeklasten te betalen. In één jaar tijd zijn er ruim 12.000 mensen met een betalingsprobleem bijgekomen.

⁴ <http://www.afm.nl/~media/files/leidraad/2013/betalingsachterstanden-hypotheek.ashx>

onderzoek schriftelijk teruggekoppeld aan de individuele aanbieders. Daarna heeft zij de uitkomsten met de verschillende aanbieders besproken. De AFM heeft de aanbieders gevraagd nadrukkelijk aandacht te hebben voor de noodzakelijke verbeteringen in de dienstverlening en heeft verzocht daarvoor een verbeterplan op te stellen.

Op dit moment is er geen specifieke wettelijke grondslag voor de AFM om juridisch in te grijpen. Er bestaat wel een algemene zorgplicht voor aanbieders waarop de AFM zich bij evidente misstanden kan beroepen. Daarnaast bevat de Richtlijn hypothecair krediet enkele bepalingen die het de AFM na implementatie in Nederlandse wetgeving mogelijk maakt om zorgvuldige klantbehandeling bij Bijzonder beheer op een aantal aspecten af te dwingen. Deze richtlijn moet op 21 maart 2016 in Nederland zijn geïmplementeerd.

Reactie van de aanbieders

De aanbieders herkennen de conclusies van de AFM. Op verzoek van de AFM hebben zij verbeterplannen opgesteld en zijn zij begonnen met de uitvoering hiervan. De AFM blijft de aanbieders volgen op de uitvoering van deze plannen.

Doel van het rapport

Met dit rapport publiceert de AFM de onderzoeksresultaten. Hiermee geven wij ook andere aanbieders inzicht in de bevindingen en mogelijkheden om de dienstverlening te verbeteren. De AFM gaat met een aantal aanbieders en andere stakeholders 'good practices' bespreken voor een goede inrichting van Preventief beheer en Bijzonder beheer. Dit rapport vormt daarvoor het vertrekpunt. De AFM blijft de voortgang van verbeteringen bij de aanbieders volgen. De AFM gaat op termijn een nieuw onderzoek uitvoeren en rekt erop dat de sector dan een forse verbetering in de dienstverlening kan laten zien.

De AFM heeft op haar consumentenwebsite informatie staan over hoe consumenten kunnen handelen bij betalingsachterstanden bij hypotheek. Ook informatie van instanties die hulp kunnen bieden is hier te vinden.

Hoe is dit rapport opgebouwd

Na deze inleiding treft u in hoofdstuk 2 de belangrijkste uitkomsten uit het onderzoek voor de onderdelen beleid en behandeling van klanten aan, plus voorbeelden van 'good practices' uit het onderzoek. In hoofdstuk 3 staat wat de AFM van de aanbieders verwacht en welke acties de AFM onderneemt. Tot slot treft u in de bijlage een uitleg over de methode van het onderzoek.

2. Uitkomsten onderzoek

Dit hoofdstuk bestaat uit de volgende paragrafen: Preventief beheer, Bijzonder beheer, Effectieve dienstverlening, Communicatie met de klant en Kosten voor de klant. De uitkomsten in de eerste twee paragrafen zijn gebaseerd op de antwoorden van de aanbieders op de vragenlijst en de ontvangen documenten. De uitkomsten in de laatste drie paragrafen zijn gebaseerd op de beoordeling van de AFM van de klantdossiers. Elke paragraaf start met de hoofdconclusie. Daarna volgt een beschrijving van het belang van het onderwerp. Dan volgen op hoofdlijnen de randvoorwaarden voor het onderwerp met voorbeelden van ‘good practices’ uit het onderzoek. Tot slot presenteren wij de belangrijkste uitkomsten.

2.1 Preventief beheer

Hoofdconclusie

Enkele aanbieders hebben hun Preventief beheer proactief en adequaat ingericht. Deze verstrekkers hebben goed zicht op de risico's op financiële problemen van klanten in de hypotheekportefeuille. De frequentie en wijze waarop vervolgens contact wordt gezocht met klanten sluit goed aan op de uitkomsten van de gemaakte risicoanalyse. Ook hebben deze aanbieders een signaleringssysteem waarmee zij betalingsproblemen op korte termijn kunnen voorspellen. Zij zijn een voorbeeld voor de andere aanbieders.

Een aantal aanbieders is echter minder ver met dit risicobeheer om betalingsproblemen te voorkomen. Er is echter helaas ook een aantal aanbieders die nog weinig tot geen proactieve acties richting haar klanten heeft ingericht. De AFM vindt dit zeer teleurstellend.

Wat is het belang van Preventief beheer?

Klanten die financiële problemen verwachten, zitten in een vervelende situatie. Het is daarom in het belang van de klant en de aanbieder om samen vroegtijdig de kans op toekomstige betalingsachterstanden in beeld te krijgen en samen te werken aan een oplossing. Hoe eerder de aanbieder en de klant inzicht hebben in de financiële situatie, hoe groter de kans dat een betalingsachterstand kan worden voorkomen. Ook wijzigingen in regelgeving kunnen een reden zijn om klanten te benaderen. Een voorbeeld hiervan is het wegvallen van de fiscale renteaftrek voor een grote groep klanten in 2031 waardoor zij geconfronteerd worden met hogere netto maandlasten. Hoewel het jaar 2031 nog ver weg lijkt, is het belangrijk dat de klant vroegtijdig maatregelen treft om zijn financiële situatie te herijken. Door vroegtijdig met klanten hierover in gesprek te gaan, kunnen zij grip houden op hun huidige en toekomstige financiële situatie. Als klanten goed worden geholpen draagt dat ook bij aan het vertrouwen in de aanbieder als partner van de klant.

Preventief beheer: randvoorwaarden en activiteiten

Belangrijke activiteiten voor Preventief beheer zijn het uitvoeren van goede risicoanalyses en tijdig proactief contact van de aanbieder met de klant op basis van deze analyse.

Risicoanalyse hypotheekportefeuille

Aanbieders hoeven niet te wachten tot een klant een betalingsachterstand heeft om tot actie over te gaan. Door op regelmatige basis analyses uit te voeren naar de risico's op financiële problemen in hun bestaande hypotheekportefeuille, kunnen aanbieders deze problemen vroegtijdig signaleren. De uitkomsten uit de analyses zien op het ontstaan van een betalingsachterstand, mogelijk in combinatie met een risico op een restschuld. Aangezien de klantinformatie in de hypotheekportefeuille niet altijd actueel is, kunnen aanbieders actuele informatie over de financiële positie, zoals inkomensgegevens, bij klanten opvragen. Daarbij is het belangrijk klanten uit te leggen wat het belang is om de informatie aan te leveren. Daarnaast kunnen externe data worden gebruikt. Korte termijn risico's, zoals oplopende roodstanden of betalingsproblemen bij verzekeringen, kunnen duiden op financiële problemen met een betalingsachterstand als gevolg. Ook lange termijn risico's zoals een hoge Loan to Income en/of Loan to Value of tussentijds verhoogde kredieten, kunnen leiden tot deze problemen. Een hoge Loan to Income kan meebrengen dat het inkomen van de klant onvoldoende is om de hypotheeklasten te betalen als de klantsituatie wijzigt (bijvoorbeeld een inkomensdaling door werkloosheid of echtscheiding). Bij een hoge Loan to Value kan een klant met een restschuld achterblijven: de waarde van de woning is lager dan de hypotheekschuld. Op basis van analyses van korte en lange termijn risico's, en de eigen ervaringen met de hypotheekportefeuille, krijgt de aanbieder zicht op de risico's.

Tijdig contact tussen aanbieder en klant

Door inzicht in de risico's uit de analyses, kan de aanbieder hierover in gesprek gaan met haar klanten. Zij kan haar risicoanalyse daarnaast gebruiken om haar kredietbeleid aan te passen. Als een specifieke klant(groep) een risico loopt, kan al in een vroegtijdig stadium contact worden opgenomen om de hypotheekopbouw opnieuw te beoordelen en te bespreken. Niet elke klant staat open voor een preventief gesprek. Risico's van de hypotheekopbouw zijn echter gemakkelijker bespreekbaar dan risico's over het betaalgedrag omdat dit als inbreuk op het (financiële) privéleven kan worden ervaren. Door de wijze van communicatie aan te passen aan het risico en de situatie van de klant is de verwachting dat de klant eerder meewerkt. Het helpt ook als de aanbieder goed contact met de klant heeft onderhouden waardoor er mogelijk meer wederzijds vertrouwen is. Een klant die zelden iets hoort van zijn aanbieder kan mogelijk moeilijker te overtuigen zijn, omdat er dan nog geen relatie is opgebouwd.

Aanbieders kunnen klanten informeren en stimuleren dat zij vroegtijdig op een laagdrempelige wijze voor hulp terecht kunnen bij gespecialiseerde medewerkers. Dit kan bijvoorbeeld door het verwijzen naar hulp in alle generieke en individuele communicatie, zoals eenvoudig vindbare informatie op de website en bij het versturen van de jaargave. Ook het intermediair kan de klant wijzen op aanwezige hulp. Het benadrukken van het belang voor de klant om financiële problemen tijdig te melden is daarbij cruciaal. Het is wenselijk aan klanten te communiceren bij een (dreigende) betalingsachterstand contact op te nemen. Volgens een aantal aanbieders zijn klanten hierdoor eerder bereid voorziene problemen bespreekbaar te maken.

De klant is verantwoordelijk om gemaakte afspraken na te komen. Het is belangrijk dat de klant actief meewerkt en openheid van zaken geeft als er een reëel risico op een financieel probleem is. Alleen dan kan de aanbieder samen met de klant een goede inschatting van de aard en omvang van een mogelijk financieel probleem maken.

Uitkomsten onderzoek naar Preventief beheer

Uit het onderzoek blijkt dat de helft van de aanbieders nog geen of onvoldoende stappen heeft gezet om Preventief beheer in te richten. De AFM ziet uit de resultaten een kopgroep, een middengroep en achterblijvers.

Resultaten kopgroep

De AFM vindt het positief dat een aantal aanbieders proactief en adequaat Preventief beheer heeft ingericht. Zij hebben over het algemeen goed zicht op de korte en lange termijn risico's en koppelen hier acties aan vast. De frequentie en wijze waarop deze aanbieders contact opnemen met klanten sluit goed aan op de uitkomsten van de gemaakte risicoanalyses. Bij een hoog risico bijvoorbeeld wordt binnen zeer korte tijd telefonisch contact opgenomen waarbij het belang van de klant om het risico te bespreken duidelijk wordt gemaakt. Een voortgangssysteem bewaakt dat het contact ook daadwerkelijk wordt gelegd.

Good practice: risicoanalyse

Ook kennis die elders in de organisatie aanwezig is kan heel goed gebruikt worden om processen en de inzet van medewerkers te verbeteren. Denk hierbij aan fiatteurs bij het accepteren van hypotheek. Ontwikkelingen die zij in de markt signaleren kunnen waardevolle informatie zijn voor Preventief beheer.

Good practice: contact aanbieder en klant

Contact op basis van risicoanalyse

Bij een aantal aanbieders hebben we gezien dat zij op basis van risicosegmenten bepalen welke klanten als eerste proactief moeten worden benaderd. Daarbij wordt ook bepaald op welk moment, met welke propositie en via welk kanaal contact wordt gezocht. De wijze en frequentie waarop zij contact zoeken wordt zo afgestemd op de geconstateerde risico's. Een klant wordt bijvoorbeeld driemaal telefonisch benaderd en als contact uitblijft, ontvangt de klant een brief. De toon en de urgentie van de boodschap wordt aangepast aan het type risico van de klant. Alle contactmomenten met de klant worden vastgelegd en er is een vaste geautomatiseerde voortgangsbewaking om tijdig opvolging te geven aan de contacten.

Contact op initiatief van de klant

Een aantal aanbieders biedt klanten via verschillende kanalen informatie aan over het belang van Preventief beheer voor de klant en hulp en mogelijkheden bij financiële zorgen. Er wordt informatie gegeven via de website van de aanbieder en tijdens elk (regulier) klantcontact. Door anonieme tools op de website wordt de klant op een laagdrempelige manier inzicht geboden in de

eigen situatie. Via een telefoonnummer kan de klant contact opnemen om zijn situatie te bespreken. Er wordt ook meer gericht over Preventief beheer geïnformeerd: op basis van vastgestelde risicosegmenten worden categorieën klanten actief en frequent geïnformeerd. Dit gebeurt bijvoorbeeld schriftelijk en via e-mail met een verwijzing naar informatie en een speciaal loket op de website. Het blijkt dat een goede contactstrategie de kans vergroot dat klanten zelf contact zoeken als zij financiële problemen verwachten.

Resultaten middengroep

Daarnaast zijn er aanbieders die goed op weg zijn, maar zij kunnen hun dienstverlening nog duidelijk verbeteren. Aandachtspunten zijn:

- Sneller volledig zicht op de risico's op een betalingsachterstand.
- De activiteiten op een meer structurele en consistente wijze organiseren, zoals het tijdig contact opnemen met de klant na signalering en prioritering van de risico's.
- Klanten tijdens de looptijd actief op generieke en individuele wijze informeren over hulp die de aanbieder biedt.
- Meten of de ingezette activiteiten en oplossingen effectief zijn, zodat het Preventief beheer proces verder kan worden geoptimaliseerd.

Resultaten achterblijvers

Bij het grootste deel van de aanbieders hebben we echter geconstateerd dat (nog) weinig tot geen Preventief beheer activiteiten worden uitgevoerd. Dit uit zich als volgt:

- Er is veelal geen vaste afdeling Preventief beheer. Preventief beheer is nog in ontwikkeling of de activiteiten zijn project- en actiematig vormgegeven.
- Er is zeer beperkt of geen zicht op de risico's in de hypotheekportefeuille. Risicoanalyses worden veelal onvoldoende frequent uitgevoerd en er wordt onvoldoende gebruik gemaakt van korte en lange termijn risicofactoren.
- De aanwezige risico informatie leidt onvoldoende tot een risicosegmentatie en een vertaling naar proactieve acties richting individuele klanten.
- Klanten worden zeer beperkt geïnformeerd over beschikbare hulp bij financiële problemen.

De AFM verwacht van de aanbieders die nog verbeteringen door kunnen voeren, dat zij dit met urgentie doen.

2.2 Bijzonder beheer

Hoofdconclusie

De AFM vindt het teleurstellend dat een aantal aanbieders in beperkte mate beleid heeft geformuleerd op het gebied van Bijzonder beheer. In het beleid, maar ook de doelstellingen en de werkinstructies van de overige aanbieders wordt het klantbelang onvoldoende meegenomen en meegewogen. Ook in de aansturing van de medewerkers wordt onvoldoende aandacht besteed aan de positie van klanten.

Wat is het belang van Bijzonder beheer?

Het is belangrijk dat aanbieders klanten met betalingsproblemen alle hulp bieden om een betalingsachterstand in te lopen. Een passende oplossing kan de klant zekerheid bieden om in zijn woning te kunnen blijven wonen. Aanbieders zijn bij het afsluiten van de hypotheek een relatie voor de lange termijn aangegaan. Het nakomen van afspraken, zoals het betalen van de renteverplichtingen is voor beide partijen essentieel. Als een betaling langer uitblijft, wordt de dienstverlening door de afdeling Bijzonder Beheer geïntensiveerd. Het is essentieel dat aanbieders een beleid en proces hebben voor het (bijzonder) beheer van de hypotheekportefeuille en dit vastgelegd hebben.

Bijzonder beheer: randvoorwaarden en activiteiten

Beleid

Het formuleren en vastleggen van beleid voor (bijzonder) beheer is de basis voor de borging van een consistent en effectief proces bij betalingsachterstanden bij hypotheek. Hierdoor kan de aanbieder een kwalitatief hoogstaande en consistente dienstverlening voor elke klant waarborgen.

Een beleid met concrete kaders en doelstellingen waarin het belang van de klant een prominente plaats heeft, is de basis waarop deze afdelingen hun werk kunnen verrichten. Een adequate oplossing voor een betalingsachterstand wordt bereikt als het belang van de klant zorgvuldig wordt afgewogen door de afdeling Bijzonder beheer. Het uitschrijven van het beleid in werkprocessen en werkinstructies, en het vastleggen van bevoegdheden van medewerkers, kan waarborgen dat klanten een adequate oplossing wordt geboden. Het zorgt er ook voor dat klanten in vergelijkbare situaties dezelfde behandeling en oplossing krijgen. Door klantgroepen te segmenteren kan de aanbieder per segment een consistente werkwijze hanteren die daarbij past, waarbij uiteraard rekening wordt gehouden met de individuele omstandigheden van de klant.

Aansturing op klantbelang

In het beleid, de doelstellingen en de werkinstructies van de afdeling Bijzonder beheer speelt het belang van de klant een belangrijke rol. Bij het zoeken naar een oplossing voor de klant is het belangrijk dat medewerkers van de aanbieders aan de hand van de werkinstructies het belang van de klant bewust mee nemen. Kritieke prestatie indicatoren (KPI's) gericht op het klantbelang kunnen een goed instrument zijn, om dit te bevorderen. Bij veel aanbieders worden KPI's gebruikt. Voorbeelden van KPI's gericht op het klantbelang zijn: het tijdig kennen van de oorzaak van de

achterstand om een adequate oplossing te kunnen vinden, het beperken van kosten voor de klant, het streven naar een beperkte termijn waarbinnen een achterstand moet zijn opgelost en het zoeken naar een duurzame oplossing waarbij de klant zo snel mogelijk de achterstand heeft ingehaald.

Uiteraard spelen in de aansturing ook financiële en operationele KPI's een rol. Denk hierbij aan het inzetten van veilingen en het bijhouden van het aantal herstelde dossiers. Het is van belang dat aanbieders een evenwichtige verdeling hanteren tussen KPI's die zien op het klantbelang en de financiële en operationele KPI's.

Aansturing van medewerkers

Het handelen van de medewerkers van de Bijzonder beheer afdeling is in belangrijke mate bepalend voor de mate waarin het klantbelang wordt meegenomen in het vinden van een oplossing voor de klant. Op de juiste wijze processen en werkinstructies volgen hoeft niet vanzelfsprekend te zijn. Daarom kunnen de afdelings-KPI's die zien op het klantbelang vertaald worden naar meetbare prestatie indicatoren in het beoordelingskader van de medewerkers. Ook frequente coaching gericht op competenties en vaardigheden draagt bij aan een goede dienstverlening. Meetbare prestatie- en competentieafspraken kunnen het gedrag van medewerkers in sterke mate sturen.

Effectmeting

Door de effectiviteit van het Bijzonder beheer proces frequent te meten kan de aanbieder tijdig bijsturen. Hierdoor zorgt de aanbieder voor een efficiënte en effectieve werkwijze en dat oplossingsmogelijkheden aansluiten bij de verschillende klantgroepen. Het meten van het effect van oplossingsmogelijkheden kan ervoor zorgen dat oplossingen die effectief blijken te zijn, frequenter en sneller worden aangeboden.

Uitkomsten onderzoek naar Bijzonder Beheer

Beleid

Uit het onderzoek blijkt dat het merendeel van de aanbieders in voldoende mate beleid en werkinstructies geformuleerd heeft, maar hierin mag nog veel nadrukkelijker aandacht komen voor het klantbelang.

Slechts een paar aanbieders meet ook het effect van hun beleid. Zij pasten hun beleid naar aanleiding van de effectmeting aan. Ook de acceptatievoorwaarden voor het verstrekken van hypotheek werd in een aantal gevallen aangepast.

Aansturing op klantbelang

Uit het onderzoek blijkt dat aanbieders in de meeste gevallen nog maar beperkt KPI's hanteren die zien op het belang van de klant. De gebruikte KPI's zien overwegend op financiële en operationele KPI's voor de bedrijfsvoering. Ook zien KPI's vaak op de verschillende processtappen die de afdelingen doorlopen. In de processtappen wordt dan uitgebreid beschreven welke handelingen in

een bepaalde situatie verricht moeten worden, maar de wijze waarop het klantbelang in het proces meegenomen en meegewogen moet worden, komt veelal niet naar voren.

Good practice: KPI's op klantbelang

Goede voorbeelden van KPI's waarin het klantbelang concreet is opgenomen zijn:

- X % van de achterstanden moet hersteld zijn voordat X-maandtermijnen achterstand is bereikt.
- Maximaal X % van de instroom heeft 1 keer eerder een achterstand gehad.
- Binnen X-termijn is telefonisch contact opgenomen met de klant.
- De reden voor de achterstand is bekend bij de aanbieder in X % van de gevallen.
- De reden van de achterstand is bekend binnen X-termijn.
- De financiële positie van de klant is bekend binnen X-termijn.

Aansturing van medewerkers

In de werkinstructies wordt bij het merendeel van de aanbieders nog te beperkt aandacht besteed aan de wijze waarop het klantbelang kan worden meegewogen bij verschillende activiteiten. Het is positief dat in de aansturing van medewerkers wel regelmatig aandacht wordt besteed aan het bepalen van de specifieke situatie waar de klant zich in bevindt en welk behandeltraject het beste past. Er kan dan sprake zijn van een eenmalig probleem of er blijken structurele problemen te zijn waar een oplossing voor moet worden gevonden. De AFM moedigt de aanbieders aan om in de werkinstructies het klantbelang concreet uit te werken. Ook geldt dat bij het formuleren van planningsafspraken met medewerkers nog nadrukkelijker en specifiekere aandacht kan worden besteed aan het belang van klanten.

Good practice: klantbelang bij medewerkers

Een aanbieder heeft klantbelang als KPI in de resultaatafspraken voor zijn medewerkers toegevoegd. Klantbelang beoordelen zij door dossiercontroles uit te voeren. Zo wordt direct zichtbaar op welke momenten in het proces het klantbelang wel/niet is meegenomen. De kwaliteit per medewerker wordt zo meetbaar en stuurbaar.

De AFM heeft geconstateerd dat de meeste aanbieders hoge opleidingseisen stellen aan medewerkers van de afdeling Bijzonder beheer. Dit vindt de AFM positief. Vrijwel alle aanbieders eisen voor de zwaardere functies, meestal functies met veel klantcontact of functies waarbij veel juridische kennis noodzakelijk is, een HBO/WO opleiding. Naast de wettelijk verplichte WFT-diploma's voor medewerkers met klantcontact, laten diverse aanbieders workshops door externe partijen verzorgen op het gebied van Bijzonder beheer. Een aantal aanbieders besteedt veel aandacht aan relevante vakopleidingen en individuele coaching op het gebied van telefoonvaardigheden en gesprekstechnieken met het doel de klant goed te kunnen bedienen. Het is positief om te zien dat het merendeel van de aanbieders steeds meer belang hecht aan de competenties van medewerkers.

2.3 Behandeling van klanten

Hoofdconclusie

Een markt breed aandachtspunt is dat aanbieders onvoldoende inzicht in de financiële positie van klanten en de oorzaak van de betalingsachterstand hebben. In de meeste gevallen lijkt het dan niet mogelijk om een passende oplossing aan te bieden.

Bij een groot aantal aanbieders kan de communicatie naar klanten om samen tot een oplossing van de betalingsachterstand te komen, verder verbeterd worden. In veel gevallen kan die duidelijker. Het zoveel mogelijk vermijden van juridisch taalgebruik helpt hierbij.

Alle aanbieders brengen extra rentekosten of kosten voor bepaalde maatregelen c.q. activiteiten van de afdeling Bijzonder beheer in rekening. Niet alle aanbieders wegen echter zorgvuldig af of het in rekening brengen van kosten wenselijk is en/of het gewenste effect sorteert.

2.3.1 Effectieve dienstverlening

Wat is het belang van effectieve dienstverlening?

Dienstverlening aan klanten met een betalingsachterstand wordt effectief als de aanbieder inzicht heeft in de oorzaak van de betalingsachterstand en de financiële situatie van de klant. Hiervoor is het van belang dat de klant alle benodigde informatie aan de aanbieder verstrekt. Dit wordt bevorderd als de aanbieder de informatie op een laagdrempelige manier opvraagt, waarbij goed wordt uitgelegd waarom het van belang is dat de klant de informatie aanlevert. Ook helpt het als de aanbieder uitlegt wat het doel hiervan is.

Door inzicht in de oorzaak van de betalingsachterstand en de financiële situatie van de klant te hebben, kan de aanbieder bepalen welke oplossingsmogelijkheid het beste kan worden ingezet. Als de oplossing past bij de specifieke situatie van de klant, dan is de kans het grootst dat de betalingsproblemen worden opgelost.

Effectieve dienstverlening: randvoorwaarden en activiteiten

Snel inzicht in de oorzaak van de betalingsachterstand en de financiële situatie van de klant

Om klanten met betalingsproblemen te helpen aan een passende oplossing is het van belang dat aanbieders zo vroeg mogelijk inzicht hebben in de oorzaak van de betalingsachterstand en de financiële situatie van de klant. Hoe langer een achterstand loopt, hoe moeilijker het wordt om deze op te lossen. Daarom is snel contact tussen de aanbieder en de klant belangrijk.

Oplossen van de betalingsachterstand

Aanbieders kunnen vaak meerdere oplossingsmogelijkheden of een combinatie van oplossingen inzetten voor klanten met een betalingsachterstand. Bijvoorbeeld het afspreken van een betalingsregeling, een herstructurering van de financiering of het inzetten van een budget- of jobcoach. Doordat de aanbieder de situatie van de klant kent, is hij in staat de best passende oplossing te kiezen voor de situatie van de klant.

Vastleggen van contactmomenten

Een goede vastlegging van de inhoud van de verschillende contactmomenten met de klant is belangrijk. Bij afwezigheid van de behandelaar moet een collega de dienstverlening over kunnen nemen.

Klanten die meewerken of niet meewerken aan een oplossing

Om de problemen op een goede manier op te lossen is het belangrijk dat de klant meewerkt. Dit wordt eerder bereikt als de aanbieder aan de klant goed uitlegt wat het belang van de klant is om mee te werken. Als een klant niet meewerkt aan een oplossing of het geven van inzicht wordt het lastig om woningbehoud te realiseren. Inzet van rechtsmiddelen als deurwaarders, loonbeslag of executieverkoop zijn dan onvermijdelijk. Als klanten wel meewerken is het in de regel niet nodig om deze (kostenverhogende) instrumenten in te zetten.

Effectiviteit van de gekozen oplossing

Om te weten of de aanbieder een effectief behandeltraject heeft gekozen, meet de aanbieder de effectiviteit van de ingezette maatregelen en oplossingen. Hierdoor is hij in staat zijn behandeltrajecten doorlopend te verbeteren en beter te laten aansluiten bij verschillende klantsituaties.

Uitkomsten onderzoek naar effectieve dienstverlening

De AFM heeft uit het onderzoek geconcludeerd dat aanbieders in de meeste gevallen geen inzicht hebben in de oorzaak van de betalingsachterstand en de financiële situatie van de klant, of dat dit inzicht pas op een zeer laat moment in het proces wordt verkregen. Adequate oplossingen worden daardoor niet of te laat aangeboden. Problemen kunnen hierdoor al groter zijn geworden en moeilijker op te lossen. Een aantal aanbieders sprak met klanten een betalingsregeling af zonder dat er voldoende inzicht in de financiële positie bestond. Dit roept de vraag op in hoeverre de betalingsregeling in die gevallen kan bijdragen aan een duurzame oplossing. Door het ontbreken van het inzicht in de financiële positie is het zeer de vraag of de betalingsregeling het goede instrument is en of de inhoud van de betalingsregeling passend is.

Good practice: inzicht in de financiële positie

Uit het onderzoek blijkt dat een aanbieder zich maximaal inspande om snel telefonisch in contact te komen met haar klant. Tijdens het telefoongesprek werd direct kosteloos een budgetcoach aangeboden en een concrete afspraak gemaakt. Ook werd besproken wat het belang is van inzicht in de financiële positie. De budgetcoach was onafhankelijk en hielp de klant het totale inzicht te krijgen.

Good practice: initiatief bij de klant

In een aantal dossiers heeft de AFM gezien dat klanten zelf het initiatief nemen en de aanbieder direct op de hoogte brengen van hun situatie als er een betalingsachterstand is ontstaan. Dit is positief. Uit de dossiers blijkt dat aanbieders dan in bijna alle gevallen zeer adequaat handelen. We zien dat de aanbieders de voorgestelde oplossing van de klant beoordelen, en als die passend is ook volgen.

Uit het onderzoek blijkt dat in dossiers waar geen of beperkt inzicht in de financiële positie van de klant is, vaak ook sprake is van een langere looptijd van het behandeltraject. Dat is eenvoudig te verklaren doordat er nog geen goede diagnose van het probleem is gesteld. In een aantal dossiers loopt de incassoperiode lang door terwijl het initiatief bij de aanbieder ontbreekt om het achterliggende probleem of de aanleiding van de betalingsachterstand te achterhalen.

In meerdere dossiers heeft de AFM gezien dat aanbieders een (notariële) volmacht inzetten. De volmacht kan in een aantal gevallen een passend middel zijn. In het merendeel van de gevallen waarbij klanten instemmen met een vrijwillige verkoop kunnen alternatieve afspraken gemaakt worden die in de regel minder kosten met zich mee brengen en de rechten van klanten minder inperken. Een beperkt aantal aanbieders heeft aangegeven de volmacht niet nodig te hebben om onderhandse verkoop te realiseren. De AFM heeft in een aantal dossiers vastgesteld dat klanten wilden meewerken aan een verkoop van de woning, maar dat de aanbieder toch verzocht een volmacht te tekenen. Wij roepen aanbieders op kritisch te kijken naar de inzet van de volmacht en die alleen te gebruiken als alternatieven niet bijdragen aan een duurzame oplossing voor de klant.

Uit het onderzoek blijkt dat aanbieders zich nog meer mogen inspannen om beter inzicht in de oorzaak van de betalingsachterstand en de financiële positie van klanten te krijgen. Zo kunnen zij samen met de klant problemen op een effectieve wijze beperken en oplossen. Een aantal aanbieders wijt het gebrek aan inzicht aan ontoereikende vastlegging in het klantdossier.

2.3.2 Communicatie

Wat is het belang van goede communicatie?

Gedurende het proces van achterstandsbeheer, vindt er mondelinge en schriftelijke communicatie plaats tussen de aanbieder en de klant. Het doel van de communicatie is dat de aanbieder in 'gesprek' met de klant komt om te kunnen achterhalen wat de oorzaak van de betalingsachterstand en de financiële situatie van de klant is. De aanbieder kan op basis van het gesprek met de klant goed inschatten of er sprake is van een incident of een probleem van meer structurele aard, en bepalen wat een adequate vervolgstap is. Vervolgens kan in overleg met de klant bepaald worden, op welke wijze het probleem kan worden opgelost.

Door goede communicatie weet de klant welke hulp de aanbieder kan bieden, en welke acties de aanbieder gaat ondernemen. Een aanbieder is daarom in alle gevallen in zijn communicatie duidelijk over zijn bedoelingen en het belang van de klant om contact te hebben. Zo weten beide partijen waar ze aan toe zijn.

De communicatie van de aanbieder heeft grote invloed op het verloop van het behandelproces. Begrijpelijke en vriendelijke communicatie, oprechte interesse en het bieden van handelingsperspectief dragen bij aan een succesvolle dienstverlening. Consistentie in de communicatie is daarbij belangrijk. Het is van belang dat informatie juist, duidelijk en begrijpelijk is. De toon en de inhoud van de communicatie past bij de behandelfase in het proces.

Communicatie: randvoorwaarden en activiteiten

Gebruik verschillende communicatiemiddelen en -momenten

Om contact te krijgen met de klant en informatie van de klant te ontvangen, kan de aanbieder gebruik maken van verschillende communicatiemogelijkheden (schriftelijk, e-mail, telefonisch of persoonlijk gesprek) en -momenten. De communicatie sluit aan op de fase van behandeling waarin de klant zich bevindt. Dit betekent dat de aanbieder voor elke door hem gedefinieerde fase een passend communicatiemiddel heeft. De aanbieder houdt er rekening mee dat elk communicatiemiddel een ander effect kan hebben: communicatie per e-mail kan minder urgent en informeler overkomen dan per brief. E-mail vergroot over het algemeen de reactiesnelheid omdat er in veel gevallen geen extra handelingen van de klant nodig zijn. Een brief met een formulier per post vraagt om aanvullende acties op een ander moment.

Communicatie is gericht op het samen vinden van een oplossing

Voor het oplossen van de problemen is het belangrijk dat de aanbieder naast de klant gaat staan. Hij legt vanaf het eerste moment in zijn communicatie duidelijk uit wat het belang van de klant is om informatie te verstrekken en mee te werken aan een oplossing. De aanbieder licht toe dat gezamenlijk kan worden gezocht naar een duurzame oplossing die aansluit bij de situatie van de klant.

Ondanks de inzet van passende communicatie, kan een klant nog niet mee willen werken en geen contact opnemen met de aanbieder. Als een klant structureel weigert mee te werken, dan informeert de aanbieder de klant op een bepaald moment uiteraard helder en duidelijk wat de (juridische) consequenties van het niet meewerken of het niet nakomen van afspraken zijn. Het is begrijpelijk dat deze communicatie een andere toon heeft.

Evenwichtige communicatie

Communicatie moet erop gericht zijn om een constructieve reactie van de klant te krijgen zodat de aanbieder samen met de klant aan een oplossing kan werken. Daarom is het belangrijk dat de communicatie evenwichtig is. In correspondentie uitsluitend vermelden dat de klant niet aan zijn verplichtingen voldoet of correspondentie die alleen gericht is op het incasseren van de achterstand, zorgt er minder snel voor dat hij in actie komt om samen met de aanbieder het (achterliggende) probleem op te lossen. Het bieden van handelingsperspectief (welke acties kan de klant zelf ondernemen) zal bijdragen aan een proactieve houding van de klant. De aanbieder helpt de klant ook door hem inzicht te geven in de betalingsachterstand en deze achterstand te specificeren. De klant heeft dan een beter inzicht in de totale achterstand en de eventuele kosten.

Afspraken schriftelijk bevestigen

De afspraken die de aanbieder met de klant maakt worden schriftelijk bevestigd. Dit voorkomt onduidelijkheden. In bepaalde situaties kan het voor komen dat schriftelijke correspondentie naar meerdere partijen gestuurd moet worden. Bij echtscheiding kan het wenselijk zijn dat beide (ex)partners de schriftelijke afspraken ontvangen. Bij een faillissement is het belangrijk om met de curator afspraken te maken op welke wijze de klant op de hoogte wordt gehouden van de afwikkeling.

Uitkomsten onderzoek naar communicatie

Gebruik verschillende communicatiemiddelen en –momenten

Alle aanbieders gebruiken meerdere communicatiemiddelen. Dit kan in een aantal gevallen nog effectiever en meer op maat worden ingezet. Bij een aantal aanbieders wordt vrij lang uitsluitend schriftelijk gecommuniceerd. Ook heeft de AFM vastgesteld dat in een aantal gevallen vrij lang zonder resultaat telefonisch contact wordt gezocht, terwijl alternatieve communicatiemiddelen niet worden gebruikt. In veel situaties loopt de achterstand dan op en brengt dit een oplossing niet dichterbij.

Evenwichtige communicatie

Uit het onderzoek blijkt dat een aantal aanbieders nog altijd behoorlijk juridische brieven stuurt die dreigend van toon zijn. Het uitgebreid vermelden van uitsluitend de rechten of het belang van de aanbieder, motiveert de klant niet om zijn probleem op te lossen.

De AFM heeft geconstateerd dat enkele aanbieders over een lange periode nagenoeg uitsluitend standaardbrieven versturen. Bij een aantal aanbieders bevatten deze brieven dezelfde teksten en zijn alleen gericht op het incasseren van de achterstand. Bij een aantal aanbieders is de frequentie van

deze brieven hoog. Omdat deze brieven niet afgestemd zijn op de specifieke situatie waar de klant zich in bevindt, nodigt de correspondentie ook niet uit om in actie te komen. Er wordt in veel van deze brieven weinig handelingsperspectief geboden door aanbieders. Een aantal van deze brieven zijn naar het oordeel van de AFM eerder contraproductief omdat ze het vertrouwen in de aanbieder verkleinen.

Good practice: contact met niet meewerkende klant

Een aanbieder brengt na drie mislukte, schriftelijke verzoeken om contact op te nemen in verband met de betalingsachterstand standaard een huisbezoek aan de klant. Het doel van dit huisbezoek is (nogmaals) uit te leggen welke mogelijkheden de klant heeft om zijn probleem op te lossen en aan te geven dat de aanbieder graag in contact wil komen om hem te helpen het probleem op te lossen.

Slechts in een enkel geval zag de AFM dat de klant een specificatie van de kosten en de gemiste maandtermijnen ontving. In vrijwel alle gevallen wordt er in de schriftelijke correspondentie uitsluitend een totaalbedrag genoemd. Hoe dit bedrag is opgebouwd en of er eventuele kosten in rekening worden gebracht, is niet duidelijk. Als de klant ziet welke kosten er in rekening worden gebracht kan dit ook een stimulerend effect hebben om dit te vermijden.

Communicatieve vaardigheden medewerkers

Een aantal aanbieders besteedt veel aandacht aan gesprekstechnieken. Het verder optimaliseren van deze vaardigheden bij de medewerkers kan een belangrijke bijdrage leveren aan een effectieve dienstverlening die er op gericht is de problemen van klanten op te lossen.

De AFM roept aanbieders op kritisch de schriftelijke communicatie te beoordelen op begrijpelijkheid en toonzetting. Daarbij is het belangrijk in de communicatie zoveel mogelijk te differentiëren zodat de brief aansluit op de fase in het proces en de situatie van de klant.

2.3.3 Kosten

Wat is het belang van het in rekening brengen van kosten?

Aanbieders kunnen kosten in rekening brengen voor specifieke diensten binnen Bijzonder beheer die nodig zijn om tot een oplossing van een betalingsachterstand te komen. Voorbeelden daarvan zijn kosten voor een taxatierapport of de notariële volmacht. Aanbieders kunnen ook extra rentekosten (bijvoorbeeld boete- of verdragingsrente) in rekening brengen omdat een klant zich niet aan zijn verplichtingen houdt. Het in rekening brengen van extra rentekosten kan de betaalmoraal van de klant bevorderen. In situaties waarbij de klant meewerkt aan het oplossen van het betalingsprobleem en duidelijk is dat de klant niet kan betalen, vergroten extra (rente)kosten mogelijk de schuldenpositie van de klant. Dit kan een vlotte oplossing in de weg staan.

Kosten: randvoorwaarden en activiteiten

Aanbieders kijken kritisch of het in rekening brengen van kosten voor specifieke diensten binnen Bijzonder beheer of extra rentekosten een oplossing dichterbij brengt. Dit geldt zeker voor meewerkende klanten met weinig financiële ruimte waarbij kosten bovenop de reguliere betalingsverplichting het probleem kunnen vergroten. Door tijdig inzicht te hebben in de financiële positie van de klant kunnen aanbieders concluderen of, en hoe lang het in rekening brengen van kosten past bij de situatie van de klant. De aanbieder kan dit goed beoordelen op het moment dat de klant alle benodigde financiële informatie aanlevert. Aanbieders kunnen hun klanten dan ook informeren wat de specifieke kosten zijn voor hun persoonlijke achterstandssituatie. Zij kunnen daardoor in één oogopslag zien wat zij extra gaan betalen.

Uitkomsten onderzoek naar kosten

Het beeld uit het onderzoek over het kostenbeleid van aanbieders is tweeledig. Een aantal aanbieders is terughoudend met het doorbelasten van bepaalde kosten bij klanten in specifieke situaties. Andere aanbieders stellen zich op het standpunt dat de kosten moeten worden doorbelast aan de klant omdat de kosten gemaakt worden voor diensten binnen Bijzonder beheer of voortkomen uit het niet nakomen van contractuele verplichtingen. Het merendeel van de aanbieders heeft echter geen goed inzicht in de financiële situatie van de klant om te kunnen bepalen of er financiële ruimte is om kosten te kunnen dragen. Ook wordt de klant vaak onvoldoende op de hoogte gebracht van de verschillende kosten die in rekening worden gebracht voor zijn persoonlijke situatie. Het verwijzen naar bijvoorbeeld de Algemene Voorwaarden voor de hoogte van achterstandskosten maakt onvoldoende duidelijk wat de concrete kosten voor de klant zijn.

Kosten voor diensten binnen Bijzonder beheer

Uit schriftelijke reacties en gesprekken met de aanbieders heeft de AFM het beeld gekregen dat een aantal partijen bewust kijkt of het in het belang van de klant is om kosten in rekening te brengen. Het is goed dat een aanbieder in toenemende mate haar eigen belang en het belang van haar klanten hierin zorgvuldig afweegt. Hoewel de sector hierin nog stappen kan zetten is de AFM positief over die ontwikkeling.

Good practices: kosten voor activiteiten

Een aanbieder werkt niet met een notariële volmacht, maar maakt schriftelijk afspraken met de consument over de verkoop van de woning. Hierdoor worden notariskosten bespaard.

Een aantal aanbieders neemt de kosten van een budgetcoach voor de klant voor eigen rekening.

Extra rentekosten

De meeste aanbieders brengen extra rentekosten zoals boeterente of verdragingsrente bij de klant in rekening. Een aantal aanbieders beoordeelt op basis van het klantdossier of het wenselijk is om extra rentekosten daadwerkelijk in rekening te brengen. De betaalmoraal is in deze gevallen vaak een belangrijke factor.

Good practices: extra rentekosten

Een aanbieder brengt verdragingsrente voor een maximum aantal maanden in rekening.

Een aanbieder zet de boeterente stop wanneer met de klant een betalingsregeling is overeengekomen.

Kosten bij een meewerkende klant

Het merendeel van de aanbieders maakt een onderscheid tussen meewerkende en niet meewerkende klanten. Een aantal aanbieders heeft als uitgangspunt dat meewerkende klanten geen extra kosten krijgen doorbelast en dat wordt gekeken of kosten voor diensten binnen Bijzonder beheer kunnen worden vermeden. Dit is positief.

3. Wat verwacht de AFM van marktpartijen en wat doet de AFM

Een aantal aanbieders kan nog behoorlijke verbeteringen realiseren op het gebied van Preventief beheer. Ook is de dienstverlening bij Bijzonder beheer nog verder te verbeteren.

Voor Preventief beheer verwacht de AFM dat alle aanbieders inzicht hebben in de risico's op betalingsachterstanden en restschulden in de hypotheekportefeuille en dat zij op basis van dat inzicht tijdig contact opnemen met klanten. Voor Bijzonder beheer rekent de AFM erop dat aanbieders snel inzicht hebben in de financiële situatie en de oorzaak van de betalingsachterstand van de klant. Ook is het van belang dat zij tijdig contact met de klant opnemen om samen tot een vlotte en duurzame oplossing te komen. Het daadwerkelijk betrekken van de klant en rekening houden met het belang van de klant, is een essentiële pijler in de dienstverlening om dit te bereiken.

Het is de verantwoordelijkheid van de aanbieder dat de kwaliteit van zijn dienstverlening op niveau is. De klant moet erop kunnen rekenen dat hij bij financiële problemen kan vertrouwen op professionele ondersteuning van zijn aanbieder. Uiteraard heeft de consument ook een eigen verantwoordelijkheid om betalingsachterstanden te voorkomen, voldoende informatie te verstrekken en mee te werken aan een oplossing.

De AFM realiseert zich dat een aantal aanbieders al de nodige stappen heeft ondernomen om de dienstverlening te verbeteren. Het is belangrijk dat deze verbeteracties verbreed en geïntensiveerd worden. Het is verstandig dat aanbieders de dienstverlening nu fundamenteel verbeteren zodat ze klaar zijn voor een forse toename in klanten met betalingsproblemen. De AFM blijft de ontwikkelingen bij de aanbieders nauwlettend volgen. Onderstaande acties zijn daar onderdeel van.

Monitoren voortgang van de verbeterplannen van de aanbieders

De AFM heeft de aanbieders gevraagd een verbeterplan voor de dienstverlening op te stellen en uit te voeren. De AFM zal met de betreffende aanbieders in gesprek blijven over de voortgang van deze plannen.

Samen met de aanbieders en brancheorganisaties spreken over kwaliteitsverbeteringen

De AFM gaat samen met aanbieders, brancheorganisaties en andere stakeholders een ronde tafel bijeenkomst organiseren om van gedachten te wisselen over de wijze waarop de dienstverlening van Preventief en Bijzonder beheer kan worden verbeterd. Het delen van 'good practices' van verschillende aanbieders zal daar onderdeel van zijn. Er zijn aanbieders die op Preventief beheer al veel meer ervaring op hebben gedaan dan andere partijen. Aanbieders hebben aangegeven graag ervaringen te willen delen. De resultaten van dit rapport vormen de basis voor de bijeenkomst.

Nieuw onderzoek

De AFM verwacht dat zij op termijn een nieuw onderzoek naar de dienstverlening van Preventief en Bijzonder beheer gaat uitvoeren. Zij rekent erop dat de kwaliteit van de dienstverlening door de activiteiten die door de aanbieders worden ondernomen dan sterk is verbeterd. Aanbieders hebben aangegeven ook te rekenen op een sterk verbeterd resultaat bij een volgend onderzoek. Indien de kwaliteit van de dienstverlening dan nog ontoereikend is, kan de AFM op basis van de nieuwe regels uit de Richtlijn hypothecair krediet formele maatregelen inzetten.

Bijlage onderzoeksmethode

In dit onderzoek heeft de AFM opnieuw getoetst op welke wijze de aanbieders het belang van de klant in hun beleid en onderliggende doelstellingen en werkinstructies hebben geborgd voor de afdelingen Preventief en Bijzonder beheer. De aanbieders hebben hiervoor een vragenlijst ingevuld en aanvullende documenten gestuurd. Voor Preventief beheer lag de nadruk op het identificeren van risico's op een betalingsachterstand en het contact daarover met de klant. Bij Bijzonder beheer lag de focus op de vastlegging van het beleid, hoe in de aansturing van de afdeling en medewerkers het belang van de klant wordt meegenomen, en of het effect van de activiteiten van Bijzonder Beheer bijdraagt aan een goede oplossing voor de klant.

Naast het onderdeel beleid heeft de AFM, in tegenstelling tot het onderzoek uit 2012, ook de wijze waarop klanten behandeld worden, onderzocht. Hiervoor zijn per aanbieder zes klantdossiers met een betalingsachterstand van minimaal drie maanden beoordeeld. Op deze wijze kreeg de AFM een indruk hoe de aanbieders in de praktijk hun dienstverlening uitvoeren en in welke mate het belang van de klant wordt meegewogen. Zes dossiers geven geen volledig representatief beeld van de dienstverlening, maar bij een meer gestandaardiseerd dienstverleningsproces wel een duidelijke indicatie hoe de dienstverlening wordt ingevuld. Dit blijkt uit eerdere onderzoekservaringen van de AFM. Er is onder andere gekeken op welke wijze en hoe snel aanbieders inzicht krijgen in de oorzaak van de betalingsachterstand en de financiële situatie van de klant. Ook is beoordeeld of de wijze van communicatie met de klant bijdraagt aan een goede oplossing. Tevens is nagegaan welke kosten bij de klant in rekening zijn gebracht en of de afweging is gemaakt of het in rekening brengen van kosten helpt om tot een goede oplossing te komen.

De AFM heeft de bevindingen en conclusies per brief aan alle aanbieders teruggekoppeld. Aan de conclusies zijn per deelonderwerp een zogenaamde KBC-score toegekend. Hiermee wordt op een vijfpuntschaal tot uitdrukking gebracht in welke mate de aanbieder het klantbelang meeweegt en toepast. De gemiddelde score voor dit onderzoek is voor de 11 grootste aanbieders uitgekomen op een 2,2.

Autoriteit Financiële Markten

De AFM maakt zich sterk voor eerlijke en transparante financiële markten.

Als onafhankelijke gedragstoezichthouder dragen wij bij aan duurzaam financieel welzijn in Nederland.

Autoriteit Financiële Markten

T 020 797 2000 | F 020 797 3800

Postbus 11723 | 1001 GS Amsterdam

www.afm.nl

De tekst is met zorg samengesteld en is informatief van aard. U kunt er geen rechten aan ontleen. Door besluiten op nationaal en internationaal niveau is het mogelijk dat de tekst niet langer actueel is wanneer u deze leest. De AFM is niet aansprakelijk voor de eventuele gevolgen - zoals bijvoorbeeld geleden verlies of gederfde winst - ontstaan door acties ondernomen naar aanleiding van deze tekst.