



Joan Berger, Direktbank N.V.:

Écht luisteren, altijd de basis voor een betere oplossing!

In 2001 stapte Joan Berger binnen bij de Direktbank. Kent de organisatie inmiddels door-en-door. Is lid van het managementteam en verantwoordelijk voor Marketing & Sales. Focust zich op de balans tussen hypotheekwensen en mogelijkheden die de bank creëert. Weet uit ervaring dat écht luisteren méér resultaat biedt dan aanhoren en invullen. De Direktbank, een bekende onbekende in hypotheekland?

Bekendheid

Vijfentwintig jaar geleden ontstond de Direktbank, een bank die uitsluitend telefonisch zaken deed. In korte tijd gingen veel Nederlanders bij deze bank sparen, sloten er een kredietovereenkomst of regelden er hun hypotheek. De naamsbekendheid nam snel toe. Niet alleen consumenten, ook professionals zagen de mogelijkheden van de Direktbank. Zo werd al enkele jaren na de start óók samengewerkt met intermediairs, met name assurantietussenpersonen en hypotheekadviseurs. De Direktbank is een 100% dochteronderneming van Fortis Bank. De naam is weliswaar bekend, het beeld dat erbij hoort, is inmiddels drastisch veranderd.



Hypotheeken

Sinds 2006 is de Direktbank volledig gericht op 'hypotheeken' en de intermediairs. Het woord 'direct' heeft daarmee een andere betekenis gekregen? Joan Berger: "Ik noem het eerder een andere invulling, de tussenpersonen weten ons direct te vinden. Dus zowel meteen als rechtstreeks. Ook zijn we meer dan ooit sneller. Dat is onderdeel van ons streven naar het verlenen van optimale service. Dat is ook in het belang van de uiteindelijke consument die zijn of haar hypotheek goed geregeld wil zien. Zowel het intermediair als zijn klant hebben er recht op snel te weten waar ze aan toe zijn."

People's business

De consument die een hypothecaire lening zoekt, kan op veel plaatsen terecht. Banken, zelfstandige hypotheekadviseurs, adviesketens, noem maar op. Hoe weet een cliënt van zo'n intermediair of hij het beste product krijgt? Joan: "Het klinkt misschien vreemd als ik zeg dat in mijn optiek het beste product niet bestaat. Ik zie het altijd als een totaaloplossing waarvan het hypotheekproduct een onderdeel is. Aanvragen voor hypothecaire financieringen bekijken we primair vanuit de gedachte op welke manier we die kunnen honoreren. Dat is een wezenlijk verschil met geldverstrekkers die vooral éerst kijken naar de punten waarop je een aanvraag afwijst." Met betrekking tot de keuze voor het intermediair geeft Joan het volgende aan: "Visie en strategie van ons en de intermediair moeten matchen. Dat uit zich bij ons in het indienen van alle hypotheekaanvragen via HDN (Hypotheeken Data Netwerk), die vervolgens resulteren in offertes binnen 15 minuten of uiterlijk dezelfde werkdag. Maar het blijft voor beide partijen altijd people's business."

Verwachtingen

In het begin van ons gesprek had je het over de waarde van goed luisteren. Kun je dat toelichten? Joan: "Ik vind goed luisteren essentieel. Het geldt voor de héle schakel, van bank via intermediair tot en met consument en omgekeerd. Het is belangrijk dat je jezelf de vraag stelt wat je van de ander verwacht. En daarbij óók wat je de ander te bieden hebt. Als je goed luistert, merk je dat er achter een min of meer standaard vraag nogal eens een andere vraag verscholen zit, dan vraag je dus dóór. Omdat je op die manier écht waardevolle informatie krijgt, kun je ook een beter antwoord geven. Het prikkelt je creativiteit." Begint het niet met het stellen van de juiste vragen? "Oh zondermeer en dát is weer gebaseerd op échte interesse in de ander. Uiteindelijk is een hypotheek een abstract complex product, de verkoop is gebaseerd op het vertrouwen wat je over en weer hebt. Wij als Direktbank moeten met onze producten en dienstverlening in brede zin het intermediair in staat stellen dit vertrouwen van de consument te krijgen."

Onderscheidend innovatief

De huizenprijzen stijgen nog steeds. De verkopen stagneren enigszins. Voor starters is het erg lastig een betaalbaar huis te vinden óf een heel duur huis te financieren. Speelt de Direktbank in op die situatie? "We zijn innovatief, vaak in nauwe samenwerking met onze grote intermediairrelaties. Die brengen bijvoorbeeld hypothecaire financieringen op de markt waar onze naam niet in voorkomt. Maar die wel aantrekkelijke mogelijkheden bieden. Je vindt ze vaak terug onder de zogenaamde white labels. Binnenkort introduceren we trouwens een hypotheekvorm waarbij een normale hypotheek verhoogd kan worden. Daarbij gelden wel speciale condities. Met deze vorm willen we het starters gemakkelijker maken."

Zorgplicht

Door wet- en regelgeving ligt er grote nadruk op zorg, op verantwoordelijkheid bij het intermediair. Wat merken jullie daarvan? "Adviseurs adviseren anders sinds de Wft (Wet op de financieel toezicht/ red.) is ingevoerd. Er wordt ook meer geleund op de adviesfunctie van de bank als geldverstrekker. Duurzaamheid van de hypothecaire lening is voor het intermediair belangrijk. Dat past in onze visie van kwaliteitsbeheer." Speelt hier de grotere transparantie op de hypotheekmarkt ook nog een rol bij? "Ja, de consument krijgt meer en meer vergelijkingsmogelijkheden. Naast de technische kwaliteit van een financiering speelt de affiniteit tussen consument, intermediair én geldverstrekker ook in de toekomst absoluut een rol." Blijft het leuk werk? "Ik zou nu niets anders willen."



DIREKTBANK 
HYPOTHEKEN 