

## Juryrapport Gouden Spreekbuis 2019

### Obvion

Obvion dankt haar nominatie vooral aan sterk verbeterde scores op imago. De jury is verheugd om de verstrekker na enkele jaren van afwezigheid weer als genomineerde verstrekker terug te zien. De verstrekker laat echter een ander geluid horen dan in eerdere nominaties: veelvoud in eenvoud blijkt het motto. Of in woorden van Johan Cruijff: "je kunt maar één ding echt goed doen". Obvion heeft orde op zaken gesteld en met name eenvoud en overzicht aangebracht in haar strategie en ook operatie. Op het eerste gezicht klinkt het niet per se sexy, maar daar is het de verstrekker ook niet om te doen. Het doel is om met deze nieuwe koers weer terug naar de basis te gaan. Met een duidelijke keuze in doelgroepen, een duidelijke distributie strategie en nog altijd deskundige en betrokken medewerkers presenteert Obvion zich als de échte intermediairspartij. Een belangrijk onderdeel is dat het portefeuillerecht volledig bij de adviseur ligt. Ook gaan veel Obvion-medewerkers met enige regelmaat op werkbezoek bij adviseurs. Voorsnog heeft Obvion dus vooral geïnvesteerd in de relatie met haar adviseurs. Nu dit resulteert in een groei van 40% en een stabiele positionering, komt hierna weer ruimte vrij om te investeren in nieuwe initiatieven.

### ABN AMRO

In 2018 won ABN Amro de Gouden Spreekbuis met ruime winst. Dit jaar hebben ze opnieuw een nominatie in de wacht gesleept. In de Imago Blauwdruk Hypotheekverstrekkers 2019 zien we vooral een toegenomen voorkeurspositie. Ook blijkt uit dit onderzoek dat adviseurs die nu al met ABN Amro werken de bank waarderen omdat ze altijd meedenkt over oplossingen.

ABN AMRO dankte haar winst in 2018 met name aan de introductie van haar Duurzame Hypotheek. Ook dit jaar scoort de bank op dit domein. Het thema "Banking for better for generations to come" is ingevuld door partnerships met partners zoals Vereniging Eigen Huis, De Consumentenbond, Klimaattafels en TUDelft. Ook heeft de bank aandachtig naar klanten geluisterd en tegelijkertijd 2 hypotheekproducten in elkaar gezet: de Duurzaam wonen hypotheek en de Overwaarde hypotheek. De Duurzaam wonen hypotheek is door ontwikkeld. Zo betaalt ABN AMRO mee om klanten over de streep te trekken. Daarnaast heeft ABN AMRO ingezien dat klanten soms eerst het huis en de verbouwing willen regelen om pas daarna aandacht te hebben voor het verduurzamen. Ook op een later moment kan dit dan in de hypotheek meegenomen worden. Met Overwaarde hypotheek stelt ABN AMRO ouderen in staat om langer in hun huis te blijven wonen. Dit product helpt ouderen ook om het leven te blijven leiden wat men gewend was. Zowel onder adviseurs als onder consumenten kan dit product op bijval rekenen.

Een pijnpunt van de jury zit in het niet of onvolledig delen van klant informatie aan het intermediair. ABN AMRO erkent dit punt en deelde een primeur: Per 1 januari 2020 een klant haar adviseur toegang geven tot al haar hypotheekgegevens. Wellicht zien we het resultaat hiervan terug in de nominaties van 2020.

### Aegon

De laatste keer dat Aegon een nominatie in de wacht sleepte was in 2013. Ook toen dankte de hypotheek/verzekeraar haar nominatie aan grote stappen in technologie. Anno 2019 koppelt Aegon het aan een menselijk gezicht. Sessies met 75 adviseurs geven de verstrekker inzichten waar digitalisering kan helpen om hen beter te laten presteren. Ook levert het inzichten in hun grootste uitdagingen. Als hypotheekverstrekker profiteert Aegon er van onderdeel te zijn van een groot wereldwijd concern. Het stelt hen in staat om te werken met de slimste systemen die de globale markt te bieden heeft, zoals IBM Watson. Aegon heeft het ingezet om het acceptatieproces te optimaliseren. Sowieso heeft het bedrijf data-analyse hoog in het vaandel staan: het heeft een Chief Data Officer benoemd welke een team van 30 analisten tot zijn beschikking heeft en werkt op dit gebied samen met TUDelft. Aegon heeft een flink aantal initiatieven genomen die het leven voor klanten makkelijker of beter maken. De introductie van Ockto maakt het voor klanten heel makkelijk om gegevens vanuit bijvoorbeeld Belastingdienst of UWV te verzamelen en veilig te delen met de adviseur. Hierdoor is bijvoorbeeld de werkgeversverklaring niet meer nodig. Daarnaast heeft Aegon een tool die automatisch in de gaten houdt welke risico-opslag nodig is. Indien deze aangepast kan worden, gaat dit automatisch dus zonder dat de klant er iets voor hoeft te doen. Dit initiatief heeft een groot

compliment van De Consumentenbond gekregen. Ook heeft Aegon het Duurzaamheidsdepot geïntroduceerd.

Aegon zorgt ervoor dat de adviseur op de hoogte is van de actuele klantdata zodat deze proactief met de klant in gesprek kan. Zowel het intermediair als de klant waardeert de stappen die Aegon in deze digitale initiatieven zet. Het helpt Aegon om een betrouwbare partij te zijn en haar afspraken na te komen.

### **Jurereen**

De jury heeft naast de resultaten uit het onderzoek van Blauw oog voor een aantal criteria: welke verstrekker ontwikkelt goede initiatieven zodat de adviseur beter kan presteren, welke laat zien dat de consument centraal staat en welke verstrekker zet stappen in digitalisering zodat het intermediair de klant beter kan bedienen.