

# Execution-only hypotheek nauwelijks voordeliger dan hypotheek met advies

---

## Breedte van het assortiment heeft meer invloed op prijsstelling dan hoogte aanvangskosten

Een consument die een hypotheek wil afsluiten kan dat doorgaans het meest voordelig doen via een execution-only aanbieder met een breed assortiment. Maar het voordeel in kosten ten opzichte van een hypotheek 'met advies' is uiterst klein, zo blijkt uit onderzoek van MoneyView.

MoneyView onderzocht de impact van de aanvangskosten (advies-, bemiddelings- en/of distributiekosten) op de totale kosten van de hypotheek gedurende de eerste rentevaste periode, met als peildatum 1 juli 2017. In het onderzoek zijn verschillende soorten distributiekanaal op een rij gezet en de totaalkosten gedurende de eerste rentevaste periode van een viertal klantcases met elkaar vergeleken. De informatie over de advieskosten is mede afkomstig van Advieskeuze.nl. Naast alle prijsaspecten betrok MoneyView ook de flexibiliteit van de goedkoopste hypotheekproducten in de vergelijking.

Het onderzoek leidt tot een aantal conclusies. De hypotheekmarkt is duidelijk competitief, hetgeen er toe leidt dat de verschillen in totaalkosten tussen veel partijen niet groot zijn. Dit ondanks het feit dat de advies- en bemiddelingskosten dan wel de distributiekosten aanzienlijk van elkaar kunnen verschillen. Doorslaggevend is de breedte van het assortiment waaruit gekozen kan worden. Aanbieders van mono-producten, zoals grootbanken en direct-writers, leggen het in het onderzoek van MoneyView op een enkele uitzondering na af tegen partijen die een brede keus aan hypotheekproducten bieden.

Wat verder opvalt is dat online intermediairs het de gevestigde spelers flink moeilijk maken. In de vier doorgerekende cases behoren veel online spelers die hun hypotheek met advies aan de man brengen tot de goedkoopste kanalen. Nog voordeliger kan de klant uit zijn bij een execution-only speler, die meerdere producten op het schap heeft liggen. Het kostenvoordeel is echter zeer klein ten opzichte van kanalen waarin wel wordt geadviseerd. Execution-only aanbieders met slechts één product in de etalage komen niet als voordeligste optie uit het onderzoek, ondanks dat deze spelers de laagste aanvangskosten kennen.

Ook heeft MoneyView een vergelijking gemaakt van de flexibiliteit van de producten. Hieruit blijkt dat de goedkoopste proposities niet het minst flexibel zijn, maar ook niet het meest. Of een product echt past bij een consument hangt af van diens persoonlijke situatie. Naast een scherpe prijs is een goede match op het passend zijn van de voorwaarden bij de eisen en wensen van de klant van even groot belang.

MoneyView verwacht een verdergaande differentiatie in bedieningsmodellen in de markt. Als een partij zich niet langer kan onderscheiden op assortiment, dan wordt de totale waarde van de dienstverlening van meer belang. Ook voortschrijdende concurrentie en technologische ontwikkelingen zullen partijen dwingen tot kostenefficiëntie en het opnieuw definiëren van hun businessmodel.

**Het volledige onderzoek is tegen betaling verkrijgbaar bij MoneyView en te bestellen via [servicedesk@moneyview.nl](mailto:servicedesk@moneyview.nl).**

## Over MoneyView

MoneyView is het onafhankelijke onderzoeks- en benchmarkinstituut voor financiële dienstverleners. MoneyView volgt op dagelijkse basis de productontwikkelingen op het gebied van levensverzekeringen, pensioenen, hypotheek, schadeverzekeringen, inkomensverzekeringen, beleggingsproducten en bancaire producten. Met producten als de ProductManager, Selector, Advisa Online en AeQuote biedt MoneyView productvergelijkings- en benchmarkoplossingen voor banken, verzekeraars en adviseurs.

## Voor meer informatie (niet voor publicatie):

MoneyView  
Martin Koot

Tel. 020 - 626 85 85 / 06 – 53 13 45 13  
E-mail: [martin.koot@moneyview.nl](mailto:martin.koot@moneyview.nl)