



Trends in **MORTGAGE** Tech

Tech Trends
in de
Hypotheekmarkt



Inleiding

In de afgelopen jaren hebben de Millennials hun langverwachte entree op de woningmarkt gemaakt. Als eerste generatie die is opgegroeid in het digitale tijdperk benaderen zij hun huizenjacht op een radicaal verschillende manier. De Millennials zijn welvarender, minder geworteld, tech-savvier en hiernaast ook veeleisender dan de generaties die hen zijn voorgedaan. Met hun entree op de woningmarkt stellen zij veel gevestigde praktijken ter discussie en dit werpt nogal wat stof op.

De Millennials staan erom bekend dat ze veel traditionele mijlpalen voor zich uitschuiven. Huwelijk en een gezin, de traditionele mijlpalen voor de aanschaf van een huis, zijn commitments die zij pas op relatief late leeftijd aangaan. De millennial generatie is momenteel eind 20, begin 30 en begint zich pas de laatste jaren serieus te roeren op de woningmarkt. Uit hun recente entree is duidelijk geworden dat zij de aankoop van een huis beslist anders benaderen dan eerdere generaties.

Millennials zijn opgegroeid in het digitale tijdperk. Ze zijn eraan gewend om onafgebroken online te zijn en hierbij real-time toegang te hebben tot een onbeperkte hoeveelheid data die zij kunnen raadplegen vanaf ieder apparaat dat in een broekzak past. In tegenstelling tot de Baby Boomers hoeft hen niet te worden uitgelegd dat zij zelfs hun meest intieme zaken online kunnen regelen, maar moet hen worden uitgelegd waarom bepaalde zaken nog steeds offline geregeld moeten worden.



Onophoudende digitalisering, innovatie en technologische ontwikkeling hebben geresulteerd in een generatie die verandering niet alleen verwelkomt, maar dit zelfs eist. Een immer groeiend aantal startups digitaliseert het leven van alledag in rap tempo. Belangrijke mijlpalen zoals de aankoop van een huis, het afsluiten van een lening of het vinden van een nieuwe woonplaats vormen hier geen uitzondering op.

Van de huizenjacht tot huisbezichtiging en van het afsluiten van een hypotheek tot het investeren in een beleggingsobject: de Millennial zal een wereld waarin dit alles slechts offline kan niet accepteren. De Millennials projecteren hun app-gedreven werkelijkheid op de woningmarkt en dit leidt tot een sterke vraag naar technologie-gedreven verandering. In dit rapport nemen we de vijf belangrijkste tech trends onder de loep om te zien hoe deze de woningmarkt zullen veranderen.

Top 5 trends

1. Digitale Hypotheek
2. Operationele agility
3. Privacy-by-design
4. Online brokerage
5. Buy-in op Buy-to-Let

Digitale Hypotheek

Millennials zijn opgegroeid in het digitale tijdperk en zijn eraan gewend dat ze met één druk op de knop toegang hebben tot een vrijwel eindeloze hoeveelheid informatie. Millennials ademen techniek, zijn mondig genoeg om hun eigen zaken te regelen en kenmerken zich vooral door hun ongeduld. Ze verwachten resultaten niet snel, maar onmiddellijk. De nieuwe generatie besteedt een belangrijk deel van hun leven online en ze lijken dit comfort vooralsnog geen vaarwel te willen zeggen voor de aankoop van een huis. Eerder het tegenovergestelde. Zo makkelijk als men online een maaltijd bestelt of een taxi regelt, zo verwacht de nieuwe generatie straks ook hun hypotheek te kunnen regelen.

Gevestigde hypotheekverstrekkers maken veelal gebruik van omslachtige kredietverleningsprocessen die draaien op verouderde technologie met weinig aandacht voor de klantervaring. De kloof tussen deze ervaring en de gewenste klantbeleving van Millennials is een belangrijke oorzaak voor de snelle groei van neobanken zoals Revolut, Bunq en N26. Kijk je kritisch naar deze online aanbieders, dan is hun productaanbod geenszins vernieuwend. Het enige waarmee zij zich écht onderscheiden is het feit dat zij hun producten uitsluitend online aanbieden. De populariteit van neobanken is daarom dan ook niet te danken aan hun productaanbod, maar hoofdzakelijk aan het succesvol faciliteren van de customer journey van het digitale tijdperk.



Revolut

bunq

N26

Waar neobanken vijf jaar geleden nog een rariteit waren, behoren ze inmiddels tot de sterkste financiële merken ter wereld. Een belangrijke reden voor deze groei is het gemak waarmee je overal ter wereld op ieder gewenst tijdstip klant kunt worden. Alle vereiste due diligence zoals identiteitsverificatie, kredietchecks en AML worden nagenoeg real-time doorlopen. Met zo'n efficiënte digitale infrastructuur leggen neobanken de lat voor gevestigde partijen bijzonder hoog. Hierbij is het belangrijk om te beseffen dat deze neobanken voor Millennials niet zozeer challengers zijn van gevestigde praktijken, maar reeds dé norm voor hun klantbeleving vormen.

Met een stevige voorsprong op het gebied van zowel klantervaring als innovativiteit is het slechts een kwestie van tijd voordat neobanken diversificeren naar een breder productaanbod. Terwijl N26 al diverse verzekeringsproducten aanbiedt, kunnen klanten van Revolut reeds online beleggen en kleine particuliere leningen afsluiten. Het mag vanzelf spreken dat al deze producten volledig online worden aangeboden.



Onze voorspelling: voordat traditionele hypotheekverstrekkers in staat zijn om een volledige online hypotheek aan te bieden, zullen neobanken hun productaanbod reeds hebben verbreed met een exclusief digitale hypotheek.



Operationele agility

Gevestigde banken en traditionele hypotheekverstrekkers hebben veel voordelen ten opzichte van hun Fintech-uitdagers. De belangrijkste voordelen zijn zonder twijfel kapitaal en klantvertrouwen. De meeste Fintechs beschikken slechts over een fractie van de financiële middelen van de gevestigde partijen en moeten het stellen met een aanzienlijk beperktere klantenbasis. Waar zij echter duidelijk in het voordeel zijn is hun wendbaarheid, oftewel het vermogen om snel en efficiënt aan de klantvraag te kunnen voldoen. Deze klantgerichtheid is moeilijk te evenaren voor gevestigde partijen die hun innovatief vermogen ernstig afgeremd zien worden door de complexiteit van hun legacy systemen.

De meeste succesvolle Fintechs volgen een briljant eenvoudige strategie: focus op een kleine of onderbediende markt en excelleer daarin met één product of één dienst. Goede voorbeelden zijn **Habito**, dat enkel online hypotheekleningen verstrekt, en **Transferwise**, dat enkel internationale betalingen faciliteert. Met een specifieke focus op één niche doen Fintechs het al snel beter dan traditionele dienstverleners die hun aandacht over veel verschillende productgroepen en/of klantgroepen moeten verdelen.

Gevestigde marktpartijen hebben niet alleen te maken met fellere, maar vooral ook volwassener concurrentie vanuit het Fintech-domein. Voor de gevestigde orde is het moeilijk om effectief te concurreren met wendbare startups die willen excelleren in een specifieke niche. In de afgelopen jaren is er hierdoor een aanzienlijke groei te zien van zogenaamde “flanker brands”, oftewel spin-offs van traditionele merknamen die net zo wendbaar zijn als de Fintech-uitdagers.

Een goed voorbeeld van zo’n flanker brand is **New10**, een online zakenbank die in 2016 is opgericht door **ABN AMRO**. Waar de bank een doorlopende stijging zag in de kredietbehoefte binnen het midden- en kleinbedrijf, zag het ook dat zij deze marktkans niet kon pakken met het bestaande bedrijfsmodel en technologielandchap. Door een flanker brand te lanceren, kon ABN AMRO de remmende kracht van haar legacy systemen omzeilen en in korte tijd succesvol een best-in-class oplossing neerzetten.



Onze voorspelling: om de klantbeleving van het digitale tijdperk succesvol te faciliteren is het van belang om wendbaar te zijn als organisatie. Nu een nieuwe generatie de woningmarkt betreedt zullen technologische ontwikkelingen elkaar in rap tempo en met wisselend succes opvolgen. Terwijl de praktijken rondom huisaankoop zich nog ontwikkelen voor de nieuwe generatie, is het te riskant om op één enkel initiatief te wedden. Gevestigde hypotheekverstrekkers kunnen daarom twee wegen kiezen: investeren in platform-gestuurde technologie zoals **Mambu**, een platform voor gemakkelijke adoptie van best-in-class banking applicaties, of het lanceren van concurrerende flanker brands zoals **New10** die het beste van beide werelden combineren.



Privacy-by-design

De Millennials zijn de eerste generatie die in het internettijdperk is opgegroeid en hierdoor bestaat er voor hen geen tegenstelling tussen online en offline. Voor Millennials zijn deze werelden op een natuurlijke manier vervlochten in ieder facet van hun bestaan. Ze onderhouden vriendschappen via Facebook, vinden een job via LinkedIn, delen reiservaringen op Instagram en zoeken hun partner via Tinder. Met zo'n overvloedige online aanwezigheid is het makkelijk om aan te nemen dat privacy niet direct top-of-mind is, maar het tegendeel is waar.

Millennials kennen niet alleen de voordelen van hun online aanwezigheid, maar ook de nadelen. Ze hebben het Facebook-Cambridge Analytica schandaal aan den lijve ondervonden en zijn samen met de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) volwassen geworden. Ze zijn zich goed bewust van hun kwetsbaarheden als 'digital citizen' en hierdoor speelt gegevensbescherming een steeds belangrijkere rol in het winnen van hun vertrouwen.

Veel financiële dienstverleners zien de naleving van de AVG nog altijd als een 'moetje'. Gewoonlijk vertaalt compliancy zich hierdoor naar een reeks geïsoleerde en reactieve veranderinitiatieven die getriggerd worden door een audit of boete van de toezichthouder. Het is dan ook illustratief dat drie jaar na de invoering van de **AVG**, **ING** en **Aegon** de enige twee grootschalige financiële instellingen zijn met een toegewijde executive in de board die zich richt op compliancy.

In veel organisaties vervullen privacy officers een louter adviserende rol terwijl naleving van wet- en regelgeving veelal plaatsvindt door een aaneenschakeling van handmatige processen. Met de exponentieel stijgende hoeveelheid data worden geautomatiseerde compliancy-oplossingen van steeds groter belang. Om klantgegevens efficiënt te kunnen beschermen is het hiernaast belangrijk dat gegevensbescherming een centrale plaats in de kernprocessen krijgt. **Link Asset Services** is een interessant voorbeeld. Bij aanvaarding van een hypotheek worden binnenkomende documenten volledig automatisch gescand op de aanwezigheid van een BSN-nummer met behulp van de AI-applicatie **Blurrify**. Zodra een BSN-nummer wordt aangetroffen, wordt deze geautomatiseerd geblurd nog vóór het document wordt opgeslagen. Op deze manier voorkomt Link Asset Services dat het informatie in beheer neemt die in strijd is met de AVG-vereisten, biedt het de grootst mogelijke privacy aan klanten en neutraliseert het risico's in geval van een datalek.



Onze voorspelling: de komende jaren zal de ontwikkeling van Regulatory Technology sterk toenemen. De golf van nieuwe wet- en regelgeving zal aan kracht blijven winnen waardoor financiële instellingen moeten kunnen vertrouwen op schaalbare raamwerken om te voldoen aan bijvoorbeeld de AVG, Wwft en Basel IV. Met de entree van de Millennials zal er een paradigmaverschuiving plaatsvinden in het denken rondom compliancy. Financiële instellingen prioriteren compliancy niet langer om boetes of reputatieschade te voorkomen, maar om het vertrouwen te winnen van een nieuwe generatie klanten.

Online brokerage

COVID-19 heeft de wereld zeker een decennium vooruitgestuwd in termen van digitalisering. Voor de Millennials is er echter weinig veranderd daar hun leven zich reeds grotendeels online afspeelde. Ze zijn eraan gewend om hun leven vanaf praktisch iedere locatie te kunnen organiseren en Estland heeft sinds enkele jaren zelfs een op maat gesneden programma voor deze 'digitale nomaden'. De Baltische republiek heeft de ambitie om de eerste digitale samenleving ter wereld te worden en heeft een e-residency programma waarmee je via Blockchain-technologie formeel ingezetene kan worden. Dit klinkt wellicht futuristisch, maar de Estse overheid biedt reeds 99% van alle overheidsdiensten online aan. Enkel voor een huwelijk of een echtscheiding moet je in Estland nog naar het gemeentekantoor.

Zoals residency online kan worden geregeld, zo ook huisvesting. Online listings zijn al meer dan een decennium de traditionele manier om jezelf op een nieuw huis te oriënteren. De gepolijste foto's, die steevast een geïdealiseerde vorm van de werkelijkheid laten zien, liggen echter al wat langer onder vuur. Videostreaming heeft tijdens de pandemie een hoge vlucht genomen, maar hoogstwaarschijnlijk zal dit slechts een interim-oplossing blijken. De Letse start-up Giraffe360 is bijvoorbeeld gespecialiseerd in huisbezoeken met behulp van Virtual Reality waardoor je een woning in haar eigenlijke dimensies kan ervaren vanaf iedere plek ter wereld en op ieder tijdstip dat dit uitkomt.



Waar Virtual Reality een potentiële koper toestaat om een woning te ervaren alsof hij er zelf is, zo helpen apps zoals **AroundMe** om de omgeving te leren kennen. Of het nu gaat om restaurants, de sportschool of een hondenuitlaatpark – deze apps delen locatie, beoordelingen en foto's waardoor je de omliggende buurt goed kan leren kennen. Ga je één stap verder, dan zijn er geavanceerde PropTechs die deze data aggregeren om vastgoedobjecten automatisch te taxeren.

Proptechs zoals **Zillow** in de Verenigde Staten en **GeoPhy** in Nederland bieden nauwkeurige automatische taxaties met een afwijking van ten hoogste een paar procent van de eigenlijke waarde. Dit doen zij met behulp van zogenaamde automated valuation models. Dit zijn AI-gedreven modellen die honderden verschillende datapunten variërend van eigendomskenmerken tot criminaliteitscijfers verzamelen, analyseren en beoordelen.

Van burgerschap tot huisbezichtiging en van buurtonderzoek tot taxatie kunnen alle stappen in het proces van huisaankoop reeds online worden doorlopen. Het mag dan ook geen verrassing zijn dat online hypotheekmakelaars steeds populairder worden. Start-ups zoals **Habito** en **Trussle** hebben in de laatste jaren gezamenlijk meer dan honderd miljoen euro in financiering opgehaald met de verwachting dat de markt voor online leningen in 2025 zal zijn verdubbeld tot 10 miljard euro.



Onze voorspelling: met een volwassen infrastructuur voor online huizenkoop, staat de markt voor digitale hypotheekmakelaars aan de vooravond van volwassenheid. Traditionele brick-and-mortar adviseurs zullen in de komende jaren hun waardepropositie fundamenteel moeten herzien. Zij zullen hun traditionele marktaandeel enkel kunnen behouden door een sterk gepersonaliseerd hypotheekadvies óf de vernauwing naar specifieke niches binnen de hypotheekmarkt.



Buy-in op Buy-to-Let

De markt voor aankoop van woningen voor verhuur is lange tijd het domein geweest van een select aantal kapitaalkrachtige particulieren. In de afgelopen twee decennia heeft de buy-to-let markt echter een ongekennde groei doorgemaakt en is het profiel van de buy-to-let belegger drastisch veranderd. Veel Baby Boomers hebben aanzienlijke overwaarde op hun woning opgebouwd en steeds vaker maken zij deze te gelde door zich op de buy-to-let markt te begeven. Volgens schatting is ongeveer 80% van alle buy-to-let beleggers in Nederland een amateur-verhuurder die naast zijn eigen woning maximaal twee panden bezit.

De Hypotheker heeft eind 2020 een onderzoek gepubliceerd waaruit blijkt dat 45% van de 55-plussers een overwaarde van meer dan 100.000 euro heeft opgebouwd. Veel hypotheekverstrekkers bieden voor deze doelgroep al geruime tijd op maat gesneden producten aan. Een bekend voorbeeld is de zogenaamde “Verzilver Hypotheek” die het stenen kapitaal met weinig risico omzet in vrij besteedbaar kapitaal. Veel van deze traditionele producten richten zich op het faciliteren van een ‘Zwitserleven gevoel’, maar steeds vaker verkiezen senioren hun kapitaal slim te beleggen in plaats van zorgeloos op te verbruiken. Dit is terug te zien in de groei van de buy-to-let markt.

De grootte van de Nederlandse buy-to-let markt werd in 2017 ingeschat op 65 miljard euro en is sindsdien gegroeid tot zo'n 75 miljard euro. Met een gemiddelde jaarlijkse groei van 5% blijft de buy-to-let markt in Nederland snel groeien. Ongeveer 6% van de totale woningmarkt is in handen van buy-to-let beleggers en dit aandeel loopt op tot bijna 20% in de grotere steden. Nederland is één van de meest lucratieve buy-to-let hotspots in Europa en dit wordt geïllustreerd door de succesvolle entree van buy-to-let specialisten zoals **Nestr** en **Cassarion**.

De Baby Boomers zullen hun opgebouwde kapitaal doorgeven aan de millennial generatie, die kleinere gezinnen stichten en welvarender zijn dan hun ouders. Deze ontwikkeling belooft een duurzame basis voor de verdere groei van de buy-to-let markt in Nederland. De sterke influx van amateur-verhuurders op de buy-to-let markt schept veel kansen. Niet alleen vanuit het oogpunt van de vastgoedfinanciers, maar vooral ook vanuit het Fintech-domein. Hoewel de buy-to-let markt een ongekende groei laat zien, zijn er op dit moment nog geen bruikbare apps die de amateur-verhuurders ondersteunen en/of begeleiden in hun rol als vastgoedbelegger.



Onze voorspelling: de buy-to-let markt zal in het komende decennium één van de meest winstgevende niches voor hypotheekverstrekkers worden. Het volume van de hypotheeken komt weliswaar niet in de buurt van de hypotheekmarkt voor primaire woningen, maar de marges zijn een stuk aantrekkelijker. Technologie om amateur-verhuurders te ondersteunen is grotendeels onontgonnen terrein en hier springt de Fintech markt op in. In komende jaren zullen we de eerste slimme oplossingen zien voor de begeleiding van individuele vastgoedbeleggers.

Contact

Hyarchis biedt AI-powered software oplossingen voor regulatory compliance en operational efficiency binnen de financiële dienstverlening. Wil je meer weten over onze visie op de technologie van morgen? Neem dan contact met ons op!



Adriaan Hoogduijn
Chief Operating Officer
a.hoogduijn@hyarchis.com



Max van der Doelen
Business Developer
m.doelen@hyarchis.com



Krijn Logister
Delivery Manager
k.logister@hyarchis.com