

## AHM má nové členy

Do Asociace hypotečních makléřů přistoupily v dubnu další dva subjekty: společnost **FINEO group a.s.** a slovenská společnost **Hypocentrum a.s.** Společnost FINEO group, původně jako Fineo s.r.o., působí na českém hypotečním trhu od roku 2004 spojením obchodních aktivit jejich tří zakladatelů a navázala tím na předchozí dlouholeté zkušenosti z jejich individuální činnosti v hypotečním financování.

Společnost Hypocentrum a.s. má sídlo v Bratislavě. Je dceřinou společností firmy Hyposervis, která je spoluzakladatelem AHM. Slovenské Hypocentrum vzniklo v roce 2003 jako první hypoteční makléř na území Slovenské republiky a dnes je lídrem na tamním makléřském trhu. Obě společnosti se zavázaly k dodržování Kodexu Asociace hypotečních makléřů a zapojily se do jednotlivých pracovních skupin AHM.



**Hypocentrum**

## Hypoteční boom pokračuje

Výsledky za první pololetí letošního roku jasně dokazují, že hypoteční boom nadále pokračuje. Podle údajů, které zveřejnily jednotlivé hypoteční ústavy, činí celkový objem hypotečních úvěrů za prvních šest měsíců letošního roku celkem 75,7 mld. Kč, což představuje meziroční nárůst o 62%.

„Zájemce o hypoteční financování neodradil ani mírný nárůst úrokových sazeb,“ říká Jan Urban, člen představenstva AHM a ředitel společnosti **Simply**, a pokračuje: „Poptávka po hypotečním financování mohla být tímto růstem naopak uspišena.“

Rychleji než samotný hypoteční trh však rostou objemy hypoték zprostředkované skrze hypoteční makléře. V 1. pololetí zprostředkovali členové Asociace hypotečních makléřů v průměru o 90% více hypoték, než za stejné období loňského roku. Objem zprostředkovaných úvěrů v tomto období činí přes 8 mld. Kč. Proč roste počet lidí, kteří dávají přednost vyřízení hypotéky prostřednictvím makléře, vysvětluje Zdeněk Sluka, člen představenstva AHM a ředitel společnosti **Sophia Finance**: „Když úrokové sazby mají tendenci růst, je pochopitelné, že se lidé snaží ušetřit každou desetinu procenta, což jim právě hypoteční makléř vedle kompletního servisu může nabídnout.

Vedle toho se setkáváme s úplně novým druhem poptávky – a tím je refinancování.“

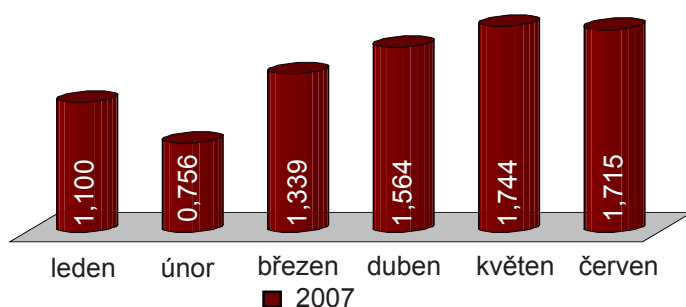


Poptávka po refinancování roste proto, že letos končí tří- a pětileté fixační období hypoték z let 2004 a 2002, což už byly ročníky, kdy v ČR přibýlo hodně hypoték. S ohledem na stále rostoucí počet hypoték v dalších letech je jasné, že poptávka po refinancování bude silít. „Registrujeme značný zájem o porovnání nabídek stávající banky a bank konkurenčních,“ říká Zdeněk Sluka a pokračuje: „Lidé jsou ovlivněni reklamou a často mají pocit, že refinancování je jednoduchý, jednorázový úkon. Neuvědomují si, že jde v podstatě o nové vyřízení hypotéky. Obvykle pak usoudí, že měsíční úspora v řádu stokoruny za takové úsilí nestojí,“ uzavírá Zdeněk Sluka.

V zemích s vyspělým hypotečním trhem je trh refinancování několikanásobně větší než trh nových hypoték. Lze očekávat, že taková situace brzy nastane i v Česku. ■

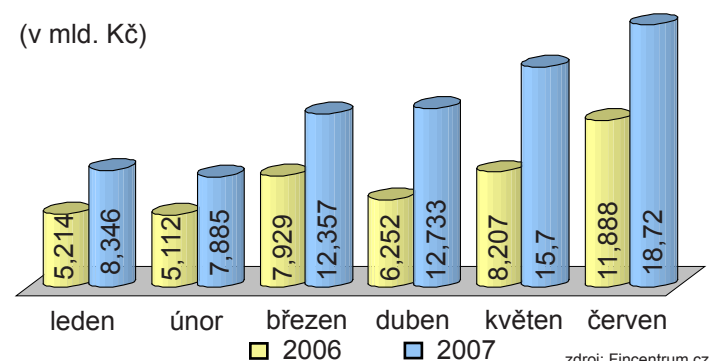
### Objem hypoték zprostředkovaný členy AHM

(v mld. Kč)



### Vývoj hypotečního trhu v 1. pololetích 2006 a 2007

(v mld. Kč)



zdroj: Fincentrum.cz

## AHM garantem celonárodního vzdělávacího programu

Během května a června letošního roku odvysílala Česká televize sedmidílný vzdělávací seriál „Hypotéka?!“, jenž je třetím, volným pokračováním celonárodního vzdělávacího projektu Rádce investora. Odborným garantem seriálu se stala právě Asociace hypotečních makléřů, autorem jeho námětu a sponzorem je pak společnost [Hyposervis](#). Všichni členové AHM s tímto projektem hodlají dále pracovat při vzdělávání nových hypotečních makléřů.

Sedmidílný cyklus zábavnou formou uvádí diváka do světa hypotečního financování, vysvětluje nejčastěji užívané odborné pojmy a na modelových situacích prezentuje řešení a možná úskalí daného problému. „Chtěli jsme širokou veřejnost seznámit s tím, jak hypotéka funguje, vysvětlit různé pojmy, které se v hypotečním slovníku nacházejí, a připravit budoucí zájemce o hypotéku na situace, které je v hypotečním procesu čekají. A rádi bychom ty, kteří se na hypotéku z různých obav ptát nechodí, přesvědčili, aby se zeptat přišli,“ říká spoluautor námětu Milan Roček, člen představenstva AHM a předseda představenstva společnosti Hyposervis, a dodává:

„Nejde však o detailní kuchařku. Je třeba si uvědomit, že na dnešním hypotečním trhu máme tucet bank, z nichž každá má trochu rozdílné podmínky. Ať už jde o výpočet bonity žadatele, potřebné požadavky na pojištění atd. – banky v různých případech postupují různě. Z tohoto důvodu jsme nemohli připravit přesný návod. Na druhou stranu znalost celého trhu nám umožnila přenést na televizní obrazovku ucelený pohled na jednotlivé situace, které v hypotečním financování vznikají, a seznámit tak diváka s obecnými principy, nikoliv s pravidly jedné jediné banky.“ Interaktivní DVD seriálu „Hypotéka?!“ vyjde v září a bude k dispozici jak v běžné distribuční síti, tak například v knihovnách a vzdělávacích zařízeních. ■



## Hypoteční gramotnost: jak jsou na tom Češi?

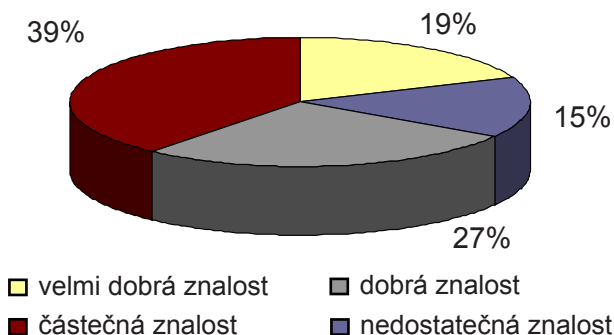
O hypotékách se v České republice hovoří poměrně často: zveřejňují se statistiky, porovnávají se situace v okolních zemích, prognózuje se další vývoj hypotečního financování v ČR. Nemalé prostředky na komunikaci vynakládají pak i bankovní ústavy. Přesto však nelze říci, že by na tom česká veřejnost byla s „hypoteční gramotností“ nějak dobře. „Klienti, kteří přichází k hypotečním makléřům pro hypotéku, vědí, jakou úrokovou sazbu nabízí banka X, protože si to přečetli v plošné reklamě v novinách,“ řekla na tiskové konferenci k seriálu „Hypotéka?!“ Petra Horáková Křištofová, manažerka externích vztahů AHM, a dodala: „Bohužel už neznají podmínky, za jakých lze hypotéku vůbec získat, nerozumí jednotlivým pojmům - zkrátka jejich základní informovanost je často nízká.“ V souvislosti se vzdělávacím projektem „Hypotéka?!“ udělali členové AHM malý průzkum mezi svými pracovníky - makléři, které požádali o zhodnocení hypoteční gramotnosti klientů, kteří se přicházejí poradit. Průzkumu se účastnilo 37 hypotečních makléřů. „Nedá se říci, že by nás výsledky nějak zásadně

prekvapily, rozhodně ale s nimi nejsme spokojeni,“ říká Jan Kruntorád, předseda představenstva společnosti [Gepard Finance](#), a pokračuje: „Domníváme se proto, že je potřeba s veřejností dlouhodobě pracovat a snažit se její znalosti o hypotékách zvýšit.“ Lze soudit, že na hypoteční makléře se lidé obrací také proto, že očekávají širší spektrum informací než na pobočce banky. Proto nelze předpokládat, že klienti hypoteční makléře ohromí svými odbornými znalostmi. Avšak pouhé povědomí o aktuální úrokové sazbě jedné jediné banky považuje AHM za nedostatečné.

„Vlivem reklamních kampaní hypotečních ústavů mají navíc mladí lidé často pocit, že hypotéku získá úplně každý. Jejich představy jsou občas absolutně nereálné,“ říká Jan Kruntorád, a dodává: „A naopak lidé nad 50 let jsou zase většinou zbytečně skeptičtí. Mají pocit, že hypotéky jsou záležitostí výhradně mladé generace, což je omyl.“

Sedmidílný vzdělávací cyklus „Hypotéka?!“ není ve vzdělávání veřejnosti posledním počinem. AHM zvažuje možnost otevření hypotečních seminářů pro zájemce z řad laické veřejnosti. ■

Hodnocení hypoteční gramotnosti české veřejnosti



Nejčastější zdroje informací uváděné klienty AHM

