



[NIEUWS](#) [BRANCHE](#) [BRANCHE](#) [DOMEK](#) [EXCLUSIVE](#) [HYPOTHEKEN](#) [INTERMEDIAIR](#) [POLISA](#) [SCHADE](#)
TOP 100 INTERMEDIAIR

Alexandra Meijer | Eerste publicatie op 23 nov. 2022 | Laatst gewijzigd op 24 nov. 2022

Domek is van plan om in Duitsland met ORV te starten

Dirk Swinkels, ceo van Domek-Group, gaf samen met zijn vrouw Ilona in 2013 nog hypotheekadvies vanuit hun garage. Vanaf dag één richten ze zich op internationale medewerkers voornamelijk uit Midden- en Oost-Europa. Al snel kwamen er verzekeringen bij en in 2021 breidde hij deze activiteiten uit naar België. Duitsland staat over zes maanden op de planning. Een gesprek met de ondernemer over vrouwenpower, Europese ambities en een speciale aanpak.

Kleurplaten, knuffels en spelletjes: alles om de kleintjes bezig te houden terwijl ouders in gesprek zijn met de adviseur. Grootouders wonen vaak nog in het land van herkomst, dus past de receptioniste even op de kinderen. Wat ook bij binnenkomst van het Bossche advieskantoor opvalt, is het grote aantal vrouwen dat er werkt. Swinkels vertelt dat 85 procent van de 75 werknemers vrouw is. “Dat is bijzonder als je kijkt naar andere adviesbedrijven.”

“
Onze ervaring is dat vrouwen beter studeren, sneller Nederlands leren, studies halen en vriendelijk zijn aan de telefoon

Waarom vaker vrouwen worden aangenomen, is omdat ze het leuk vinden om te studeren, laat de ceo weten. Niet onbelangrijk als je bedenkt dat medewerkers niet alleen de nodige Wft-diploma's moeten halen, maar ook in veel gevallen de Nederlandse taal moeten leren. “Onze ervaring is dat vrouwen beter studeren, sneller Nederlands leren, studies halen en vriendelijk zijn aan de telefoon. Ook zijn ze in vergelijking tot de mannen niet zulke jobhoppers. We zijn echt een vrouwenpowerbedrijf.”

Veel kansen in Duitsland

Swinkels is met volmachtbedrijf Nederlandse Assuradeuren en verzekeringstak Polisa actief in zowel Nederland als België en laat weten over een halfjaar ook in Duitsland te gaan opereren. Ook daar zal hij zich richten op de internationale medewerker. “Het voornemen is om in Duitsland met ORV te starten. Dat doen we in Nederland al succesvol. Het is voor ons makkelijker toe te treden, het is minder complex en we zien er veel kansen.” Er zijn in Duitsland 1 miljoen Polen en 800.000 Roemenen vertelt Swinkels. Hij legt uit dat zijn doelgroep en marketing hetzelfde blijven en alles centraal vanuit Den Bosch wordt aangestuurd.

Domek-Group heeft de ambitie om met Polisa een Europees merk te worden. Swinkels gaf in een eerder interview met AM al aan dat hij graag portefeuilles zou overnemen. Dit is echter nog niet gebeurd. “Als je een portefeuille overneemt, zitten daar voornamelijk Nederlanders in. Dat willen we niet, daar ligt onze kracht niet. Er zijn genoeg advieskantoren met internationale medewerkers in hun portefeuille. Daar zijn wij wel in geïnteresseerd en daar willen we dan ook best een goede prijs voor betalen.

Domek is zeven dagen per week open. “Ik vind het wel knap hoe we dat voor elkaar hebben gekregen. Het lukt ons om mensen bijvoorbeeld in het weekend of in een avondploeg te laten werken. Onze klanten kunnen niet om drie uur ’s middags een hypotheekgesprek plannen, dan zijn ze aan het werk. In het begin werkten we zeven dagen per week, dat is verleden tijd. We hebben per BV een directeur, daarnaast helpen veel mensen en denken ze mee. Het bedrijf moet door kunnen gaan ook zonder mijn vrouw en mij.”

“

Moeilijke betalers

Als je een compleet Nederlands bedrijf bent, vraag ik me af hoe jij je geld terugkrijgt

Swinkels vertelde eerder ook dat zijn doelgroep bekend staat als moeilijke betalers, maar daar heeft hij een speciale aanpak voor. “Heb je niet betaald, dan krijg je een dag later een telefoontje of een bericht. Elke maand is dat weer een hell of a job. Je moet de mensen net iets anders aanspreken, het is een andere cultuur en dat is vrij complex.” Dat kost veel

menskracht vertelt de ceo. “Maar daar waar deze klanten ergens anders geroyeerd worden, houden wij ze binnenboord. Ze verhuizen vaak en de post komt verkeerd binnen of ze nemen de telefoon niet op. Als je een compleet Nederlands bedrijf bent, vraag ik me af hoe jij je geld terugkrijgt.”

Wat voor deze doelgroep het verschil maakt volgens Swinkels, is dat ze maar één telefoonnummer nodig willen hebben. “We sluiten zelfs het internet voor mensen aan. We hebben een APK-hypotheekservice-abonnement. Als ze bijvoorbeeld een brief ontvangen die ze niet begrijpen, kunnen ze deze inscannen. Het kan zoiets simpels zijn als een gewijzigde ophaaldag van het afval, maar een Pool die een Nederlandse brief van de gemeente ontvangt, schiet in paniek. Daarmee zijn die mensen erg geholpen.”

Autonome groei

Swinkels vertelt trots over de autonome groei die het bedrijf doormaakt. Tussen 2020 en 2021 is Domek-Group 25 procent gegroeid. De combined ratio komt uit op 67. Voor de verzekeringstak geldt zelfs een groei van 33 procent. “En we blijven doorgroeien met minimaal 25 procent per jaar. Waar dit aan te danken is? We houden ons aan ons plan. We bellen iedereen die online een verzekering bij ons afsluit. Dat kost veel personeel en daardoor zijn we niet de goedkoopste maar geven we wel de beste service. Mensen voelen zich hier thuis.”

Hoe belangrijk de ondernemer een positie in de top 100 vindt? “Ik wil wel altijd winnen. Ik heb vroeger best hoog gesport, dat zit er gewoon in. Stilstand is achteruitgang, in de business moet je gewoon groeien.”