E-mail
rklimbie@consumentenbond.nl
Doorkiesnummer
070-4454439
Doorkiesnummer telefax
070-4454591

Uw kenmerk

Ons kenmerk
RK/59729

Datum
19 januari 2010

Tijdelijke Commissie Onderzoek
Financieel Stelsel
mr. J.M.A.M. de Wit, voorzitter
Postbus 20018
2500 EA Den Haag

Onderwerp
Opmerkingen Consumentenbond ten behoeve van de hoorzittingen

Geachte heer de Wit,

Deze week is uw Commissie begonnen aan de hoorzittingen over de financiële crisis. Als consumentenorganisatie merken wij onder onze achterban ook de gevolgen van de crisis. Daarom wil ik u en de andere leden van de Commissie in deze brief een aantal opmerkingen meegeven. Onze opmerkingen zijn niet zozeer gericht op de oorzaken van de crisis als wel op de gevolgen voor consumenten en of welke verbeteringen nuttig zouden kunnen zijn.

De kern van de reactie van de Consumentenbond is tweeledig: aan de sector geven we de boodschap "genoeg is genoeg"; tegen de wetgever en toezichthouders zeggen we "beter toezicht en meer instrumenten voor het toezicht". In deze brief leggen we de focus op:

1. **Consument de dupe?**
2. **Code banken**
3. **Toezicht op het financieel stelsel**
4. **Maatschappelijke rol/nutsfunctie banken**

In de komende pagina's ga ik kort op de onderwerpen in.

**1. Consument is de dupe?**
Jarenlang hebben de banken geprofiteerd van de winsten die met zakenbankieren werden verdiend. De risico's die de banken daarbij voor lief namen, vertaalden zich in hoge winsten, uitgekeerd aan aandeelhouders. Voor bestuurders en management uitte dit zich in hoge bonussen en in hoge provisies aan verkoopkanalen, zoals het reguliere intermediair. Op die wijze werd marktaandeel veroverd.

Consumentenbond
Dan weet je het.
Enthovenplein 1 Postbus 1000 2500 BA Den Haag
telefoon +31 70 445 45 45 fax +31 70 445 45 96
www.consumentenbond.nl

De risico's in de zakenmarkt moesten zich vroeg of laat materialiseren. Ondertussen hebben die geleid tot diepe verliezen. De belastingbetaler is daarvan de dupe vanwege de benodigde financiële injecties, evenals gewone consument die thans als "verzekeraar" van de banken optreedt. Immers, consumenten betalen sinds de aanvang van de crisis fors aan de reparaties die banken moeten uitvoeren om hun balansen weer op orde te krijgen. De spreads op debet- en credittarieven zijn stukken nadeliger dan voor de crisis, en ook de variabele- en vaste hypotheekrentetarieven zijn ten nadele van de consument opgeschroefd[1]. Daar is voor consumenten veel geld mee gemoeid, heel veel geld. Zowel op macro niveau, als op individueel niveau.

De consument wiens rentevastperiode nu verloopt, wordt geconfronteerd met een offerte waarin de rente oneigenlijk hoog is. Hij staat echter met zijn rug tegen de muur en heeft geen andere keuze dan te accepteren. Vervolgens betaalt hij in onze ogen de komende jaren wel teveel rente...

*Conclusie:*

- In goede tijden is aandeelhouder spekkoper en heeft de consument relatief weinig voordeel; in slechte tijden betaalt de consument de schade van de hoge risico's die met zakenbankieren zijn genomen

**2. Code Banken**

Bij de nieuwe Code Banken wordt de klant centraal gesteld. De doelstellingen van de Code onderschrijven wij, maar waar blijven de concrete effecten? Aan de orde van de dag zijn de oneigenlijk hoge tarieven (zie hierboven). Als de klant werkelijk centraal gesteld wordt, zouden daar de eerste maatregelen mogen worden verwacht.

Er is veel gedebatteerd over de hoge bonussen van topbestuurders bij financiële instellingen. Maar de resultaten worden van onderaf gerealiseerd. Het volumedenken is dan ook vaak door de hele organisatie verweven.

Wij suggereren dan ook een versterkte aanpak van de lagere echelons[2]. Waar compliance afdelingen nu al in de regel een functie hebben het gedrag te monitoren, moeten medewerkers sterkere impulsen krijgen om het juiste gedrag te vertonen. Daarbij speelt eigen verantwoordelijkheid een belangrijke rol. Wanneer medewerkers *zelf*[3] risico's lopen bij het toepassen van oneigenlijke verkooptechnieken of het verkopen van oneigenlijke producten[4], zal binnenin de organisatie een gezonde cultuur ontstaan om elkaar op verkeerd gedrag aan te spreken.

---

[1] Blijkt uit meerdere onderzoeken van de Consumentenbond tussen eind 2008 en eind 2009

[2] Zie bijvoorbeeld het nieuwsbericht van de Consumentenbond van 12 november 2009: http://www.consumentenbond.nl/actueel/nieuws/nieuwsoverzicht_2009/AFM_misleidt

[3] Door de kennis van de lagere echelons in te schakelen voor controle op het gedrag, wordt ook nog de rol van de toezichthouder AFM ontlast.

[4] Met 'oneigenlijk' bedoelen wij een niet integere techniek of een niet integere afstemming tussen product en klant (misselling).

Consumentenbond

Dan weet je het.

Enthovenplein 1 Postbus 1000 2500 BA Den Haag
telefoon +31 70 445 45 45 fax +31 70 445 45 96
www.consumentenbond.nl

De telkens weer opduikende schandalen op de Nederlandse financiële markt, zoals de woekerpolisaffaire, de Dexia affaire en recent de situatie rond DSB geven aan dat er telkens een ongebreidelde hang naar winst is waarbij de verkoop van producten ten koste gaat van een goed advies, waarbij de klant centraal staat. Advies in plaats van verkoop moet dan ook het credo zijn anno 2010.

*Conclusie:*

- Persoonlijke aansprakelijkheid op verkeerd gedrag leidt tot beter gedrag indien die aansprakelijkheid op alle niveaus binnen de financiële organisatie kan worden gehandhaafd

**3. Toezicht**

Geconstateerd moet worden dat de toezichthouders niet voldoende bescherming hebben kunnen bieden aan de consument. Effectief toezicht heeft daarmee gefaald. Dat geldt zowel op het niveau van de prudentieel toezichthouder - De Nederlandsche Bank - als op dat van de gedragstoezichthouder - Autoriteit Financiële Markten.

Het is niet voorzienbaar hoe er op internationaal niveau een rem kan worden gezet op de drang tot groei en outperformance, althans niet op zeer korte termijn. Wellicht vindt er beteugeling plaats op Europees niveau, maar er is geen garantie dat dit ook buiten Europa zal gebeuren.

Tot die tijd is het belangrijk dat het gedrag van de banken – op alle niveaus – sterk wordt gemonitord en dat het publiek hier betere inzage in krijgt. Momenteel zijn toezichthouders nog verplicht geheimhouding te betrachten, maar daar moet bezien worden in hoeverre dat kan worden opgerekt. Beide toezichthouders zitten op veel informatie die zij binnen de huidige regelgeving niet kunnen prijsgeven, maar die voor bescherming van consumenten erg belangrijk is.

In de persoonlijke financiële dienstverlening heeft de Consumentenbond tal van schandalen de afgelopen jaren gesignaleerd. Deze komen voort uit enerzijds de aanbieding van verkeerde producten, maar anderzijds vooral uit de uiteindelijke verkoop/het adviseren van die producten.

Zolang de drang tot dit volumedenken onvoldoende kan worden ingeperkt, is de rol van toezichthouders een zware. De problematiek van De Nederlandsche Bank (DNB) als prudentieel toezichthouder, is een ingewikkelde. Op het vlak van de gedragstoezichthouder, de Autoriteit Financiële Markten (AFM), ligt volgens ons echter een belangrijke kans.

Wij vinden dat zowel gefocust moet worden op de organisaties achter het verkeerde gedrag, als op de mensen die dat gedrag vertonen. Wij vermoeden dat er lieden zijn in de sector die telkens bijdragen aan dezelfde misstanden, maar tijdig de dans ontspringen om vervolgens hun praktijken elders voort te zetten.

Consumentenbond

Dan weet je het.

Enthovenplein 1 Postbus 1000 2500 BA Den Haag
telefoon +31 70 445 45 45 fax +31 70 445 45 96
www.consumentenbond.nl

Financieel toezicht moet dan ook strenger zodat consumenten beter beschermd worden. Toezichthouders moeten daarbij transparanter optreden. Nu zijn de toezichthouders niet in staat de consument te behoeden tegen verkoop van overbodige producten waarvoor zij ook nog eens te veel betalen. Toezicht loopt achter de feiten aan (of in ieder geval lijkt te lopen). Wat er onderzocht wordt en wat er verkeerd gaat bij een bedrijf, zou de toezichthouder meteen naar buiten moeten brengen. De AFM en DNB hebben een schat aan informatie over misstanden. En áls een financiële waakhond al optreedt, is het voor veel consumenten te laat. De wet die regelt dat namen noemen geen optie is, of pas in een laat stadium mag, moet aangepast worden zodat toezichthouders veel eerder namen kunnen noemen en zo hun maatschappelijke rol kunnen spelen door consumenten te behoeden voor fouten en door de boosdoeners aan te pakken.

Te vaak is de afgelopen jaren bewijs geleverd voor misselling aan consumenten. Niet alleen met betrekking tot de gegeven informatie over producten maar bovenal de berekende provisies, waar de consument geen zicht op had. Zo laten twee onderzoeken van de AFM naar hypotheekadviezen van de afgelopen jaren zien dat nog 25% van de adviezen aan consumenten niet goed genoeg zijn. Hier ligt een rol voor de wetgever (nu al deels vormgegeven in de Wft en de BGFO I en II regelingen) maar ook voor verscherpt toezicht.

Toezichthouders moeten geen toezicht willen houden als ze niet de instrumenten hebben die nodig zijn. Dan moeten ze dat aangeven. Wij zien bij beide toezichthouders op de financiële sector een verschuiving naar, maar nog geen gevoel van urgentie en mededogen met de gedupeerden. Nu zijn het keurige, afstandelijke aan de zijlijn staande uitleggers. De tijd is rijp voor een cultuuromslag.

*Conclusies:*

- Toezichthouders missen instrumenten om tijdig, proactief en effectief in te grijpen
- Toezichthouders moeten de grenzen van hun mogelijkheden opzoeken en waar noodzakelijk de extra behoefte aan bevoegdheden benoemen en die vervolgens vragen, vooral op het terrein van openbaarheid, excessieve prijsvorming of verkoop van producten die de consument niet nodig heeft.

**4. Nutsfunctie**

Zoals wij hebben gezien in de crisis, infecteren banken elkaar door de verwevenheid van de financiële sector. Dat lijkt te gelden voor de momenten waarop alle banken winsten maken, maar geldt zeker voor de momenten waarop het fout gaat. Banken hebben naast een commerciële functie echter ook een nutsfunctie. De financiële infrastructuur is een basisvoorwaarde voor het maatschappelijk leven.

Consumentenbond

Dan weet je het.

Enthovenplein 1 Postbus 1000 2500 BA Den Haag
telefoon +31 70 445 45 45 fax +31 70 445 45 96
www.consumentenbond.nl

Voor die nutsfunctie moeten nadrukkelijker waarborgen in het systeem ingebakken worden[5] om de risico's van fouten te beperken. Ook moet er scherp op worden toegezien dat banken in goede tijden niet elkaar infecteren met de wens hun prijzen op te schroeven, naarmate mensen afhankelijker worden van deze (complexe) infrastructuur.

*Conclusie:*

- De verwevenheid van de financiële sector leidt tot infectierisico's die vooral onaanvaardbare risico's opleveren voor consumenten als het fout gaat. Maar ook in goede tijden levert het ongewenste risico's op voor consumenten.

Ik hoop dat u en uw collega's in de Commissie met onze opmerkingen en suggesties uit de voeten kunt. Uiteraard zijn wij beschikbaar om nadere toelichting te geven of om nadere vragen te beantwoorden.

Met vriendelijke groet,
Consumentenbond

Bart Combée
algemeen directeur

[5] Zie bijvoorbeeld nieuwsbericht over Consumentenbond in DFT.nl van 18 november 2009: http://www.telegraaf.nl/dft/nieuws_dft/5361029/__Consumentenbond_wil_grote_hervorming_banken__.html

Consumentenbond
Dan weet je het.
Enthovenplein 1 Postbus 1000 2500 BA Den Haag
telefoon +31 70 445 45 45 fax +31 70 445 45 96
www.consumentenbond.nl