

De Nederlandsche Bank N.V.
Postbus 98
1000 AB AMSTERDAM

Datum 08 maart 2019
Referentie BR2747

Betreft: Consultatiereactie NVB - Vergroten publieksbekendheid
DGS

Geachte heer Stevenson,

Langs deze weg maakt de Nederlandse Vereniging van Banken (NVB) graag gebruik van de geboden mogelijkheid om te reageren op het consultatiedocument "Vergroten publieksbekendheid depositogarantiestelsel". In het consultatiedocument verzoekt u om een reactie langs vijf lijnen (A, B, C, D en E). U treft onze reactie hierop in de bijlage bij deze brief aan. We hebben op 20 februari tijdens een bijeenkomst met DNB al de nodige input kunnen geven, waarvoor onze dank.

Algemeen

De gezamenlijke banken zijn groot voorstander van een goed functionerend depositogarantiestelsel (hierna DGS). Dit stelsel vormt een belangrijke bijdrage aan de financiële stabiliteit in Nederland. De Nederlandse banken vullen dan ook het depositogarantiefonds en betalen hiertoe jaarlijks ruim EUR 400 miljoen. Het is de bedoeling dat dit fonds in 2024 volledig gevuld is en dan bestaat uit zo'n EUR 4,5 mrd. Als 'achtervang' beschikt het fonds bovendien over een ruime kredietfaciliteit, beschikbaar gesteld door een aantal Nederlandse (groot)banken.

De Nederlandse banken hebben de afgelopen jaren zeer nauwgezet en in goed overleg met DNB gewerkt aan een spoedige invoering van de verkorting van de uitkeringstermijn van 20 naar 7 werkdagen. Dit proces bevindt zich inmiddels in een vergevorderd stadium. Het precieze moment van afronding hiervan is afhankelijk van de parlementaire goedkeuring van het gebruik van het BSN in het kader van het DGS. We hopen dat dit traject in de eerst helft van 2019 kan worden afgerond. Hiermee wordt de verkorte uitkeringstermijn veel sneller tot stand gebracht dan de wettelijke ingangsdatum van 2024.

Nieuw onderzoek naar de publieksbekendheid van het DGS

Het is duidelijk dat het DGS en zijn werking bekend zijn bij het grote publiek. Zoals DNB schrijft in haar consultatiedocument, is driekwart van de Nederlandse bevolking - een aanzienlijk aantal - zich op dit moment bewust van het feit dat het spaargeld tot een bepaald bedrag wordt teruggegeven bij een onverhoopt bankfaillissement. In de aanloop naar een dergelijke situatie zullen de betrokkenen zich waarschijnlijk verder gaan verdiepen in de precieze karakteristieken van het DGS.

De onderzoeken op basis waarvan DNB nu concludeert dat het noodzakelijk is om de gedetailleerde kennis over het DGS bij het publiek te vergroten, dateren uit 2012 en begin 2017. Dit is ruim voor,

en kort na de invoering van de huidige DGS richtlijn, waarmee ook de nieuwe informatieverplichting van kracht werd. Om op verstandige wijze de toegevoegde waarde van een grote publiekscampagne te kunnen beoordelen, is er wat ons betreft behoefte aan een nieuw onderzoek. De banken denken graag mee bij de opzet van zo'n onderzoek. DNB heeft in de bijeenkomst van 20 februari aangegeven hier open voor te staan, hetgeen we bijzonder op prijs stellen. Tegen deze achtergrond verzoeken we DNB het vermelde proces, waarbij al op 1 april 2019 aanbesteding plaatsvindt, in ieder geval uit te stellen tot na het bekend worden van de uitkomsten van een nieuw onderzoek.

Mogelijkheid van verdere voorlichting

Alhoewel de banken altijd willen streven naar zoveel mogelijk transparantie, menen de banken dat een massamediale campagne in dit geval niet gewenst is. Als DNB, in aanvulling op de wettelijke informatie verplichtingen, toch tot een brede(re) campagne zou besluiten, is het van belang om hier wel een natuurlijk moment voor te kiezen. Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan de realisatie van de verkorte uitkeringstermijn van 7 dagen. In dat geval zou kunnen worden gedacht aan een adequate, gezamenlijke voorlichting door DNB, de NVB en mogelijk ook consumentenorganisaties. Zorgvuldige inbedding (Nederlandse banken stabiel, kans op problemen voorlopig zeer klein) van een eventuele bredere voorlichting is hierbij van uiterst belang om het vertrouwen in de bankensector niet te schaden.

Mocht u nog vragen hebben over onze reactie op het consultatiedocument horen we dat graag. We zijn vanzelfsprekend graag bereid om een nadere toelichting te geven.

Met vriendelijke groet,

Hubert Schokker

Bijlage: antwoorden NVB op het DNB consultatiedocument “Vergroten publieksbekendheid depositogarantiestelsel” (februari 2019)

A en C Hoe beoordeelt u de strategische visie op hoofdlijnen? Hoe beoordeelt u de hoofddoelstelling van DNB om de komende jaren de publieksbekendheid met het DGS te verhogen tot 65% in 2022? Hoe beoordeelt u de ambities van DNB ten aanzien van de belangrijkste kenmerken van het DGS?

In de samenvatting van het consultatiedocument staat dat de kern van de strategische visie bestaat uit twee zaken, namelijk het verhogen van de algemene publieksbekendheid met het DGS van 54% (uit 2017) naar 65% (in 2022) en het vergroten van de bekendheid met specifieke kenmerken van het DGS. Hiermee vallen vraag A en vraag C eigenlijk samen. Wij beantwoorden deze vragen dan ook gezamenlijk.

Wij vinden dat de naamsbekendheid van het DGS niet verder verhoogd hoeft te worden, omdat:

1. de huidige publieksbekendheid met depositobescherming met ruim 75% adequaat is. Dit betekent dat meer dan driekwart van de Nederlanders weet dat spaargeld tot een bepaald bedrag wordt teruggegeven bij een onverhoopt bankfaillissement. Het hoofddoel van de publiekscampagne is daarmee dus in feite al bereikt.
2. de toegevoegde waarde van gedetailleerde kennis over DGS beperkt is. Het is niet noodzakelijk dat grote delen van de bevolking op verder detailniveau van het DGS afweten. De meeste mensen zijn niet *en detail* geïnteresseerd in financiële onderwerpen, waarbij het DGS om aandacht strijdt met onderwerpen als pensioenen, (ziektelkosten)verzekeringen, hypotheek en belastingen. Het is primair van belang dat er goede informatie beschikbaar is voor diegenen die meer van het DGS af willen weten, voor als het DGS daadwerkelijk wordt geactiveerd. Het is in onze ogen echter niet verstandig om als doel te stellen dat een bepaald percentage van de bevolking van de details af moet weten. Het is daarnaast de vraag of deze aanvullende informatie zelfstandig bijdraagt aan het vertrouwen/financiële stabiliteit, of dat enkele bekendheid met het bestaan van DGS al voldoende is. De banken ontvangen bovendien (vrijwel) geen vragen van klanten over het DGS. Er is slechts zeer beperkt interesse in dit onderwerp, zolang het goed gaat met de bank.
3. het risico van verkeerde interpretatie door het publiek significant is. Wanneer er door een actieve publiciteitscampagne meer ruchtbaarheid aan het DGS wordt gegeven, bestaat het risico dat dit door het publiek verkeerd geïnterpreteerd wordt, en juist destabiliserend werkt. Het zonder concrete aanleiding actief informeren van het publiek over de werking van het DGS kan de indruk wekken dat de overheid en DNB de bevolking voorbereiden om op deze kennis te acteren. Hierbij speelt ook een rol dat geldstromen door technologische ontwikkelingen zoals Instant Payments veel sneller zullen lopen dan enkele jaren geleden het geval was. Het geringste gerucht kan al leiden tot het wegsluizen van geld.
4. de vergelijkingen met andere landen mank gaan. DNB haalt Canada en het VK als voorbeeld aan. De situatie in Nederland valt echter niet goed met deze landen te vergelijken. In de bespreking met de NVB op 20 februari werd daarnaast de VS aangehaald, waar de FDIC een lang track record kent en blijkbaar veel vertrouwen geniet. In de VS zijn veel banken failliet gegaan, en kreeg men snel het geld terug. In Nederland is in het verleden juist het een en ander fout gegaan (Van der Hoop, DSB, Icesave). Het staat dus absoluut niet vast dat de resultaten die met extra voorlichting in Canada, de VS en het VK behaald zijn, ook in Nederland bereikt zullen worden. Ook de verwijzing in Box 2 naar de voorlichting in Caribisch NL (CNL) dient vanuit een andere achtergrond te worden bekeken. Daar werd een – voor CNL – totaal nieuw systeem geïntroduceerd. In Nederland is echter al 75% bekend met het concept van de depositogarantie.

Wij zijn van mening dat het bestaande onderzoek het nut en de noodzaak van een grote publiekscampagne volstrekt onvoldoende duidelijk maakt. Het onderzoek van Kantar:

1. is gedateerd. Het meest recente onderzoek dat in het consultatiedocument wordt aangehaald dateert uit 2017. Sindsdien krijgen consumenten al twee jaar lang extra informatie over DGS in het kader van de wettelijke informatieverplichting. Een hernieuwde meting is dus opportuun. Ook zou gebruik kunnen worden gemaakt van de evaluatie van de informatieverplichting door de EBA, die in de tweede helft van 2019 beschikbaar komt.
2. kent te weinig opties. Het onderzoek bood respondenten bijvoorbeeld slechts drie opties in de keuze voor de verstrekking van informatie. Op grond daarvan koos 48% (een kleine minderheid dus) voor de eigen bank en een meerderheid voor overheid/DNB. Andere, voor de hand liggende, opties ontbraken echter, zoals consumentenorganisaties (CB, VEH), belangenverenigingen of bijvoorbeeld het onderwijs. De NVB vindt dat er meer dan de drie geboden opties getoond moeten worden.
3. kent enkele statistisch openstaande punten. Het onderzoek dient onder een representatieve groep plaats te vinden. Paragraaf 26 van het consultatiedocument spreekt over 849 ondervraagden. Is dat statistisch verantwoord? Is hierbij onderscheid gemaakt naar opleidingsniveau, leeftijd, bij welke bank men klant is, woonplaats in stad of dorp? Is rekening gehouden met het grote aantal anderstaligen dat woonachtig is in Nederland, en een Nederlandse bankrelatie heeft?
Daarnaast is niet duidelijk in hoeverre er nu precies een significante relatie bestaat tussen (meer) bekendheid met het DGS en vertrouwen in het DGS. En gaat het dan om kwantitatieve bekendheid (meer mensen kennen het DGS), of (ook) om kwalitatieve (mensen kennen meer details van het DGS)?

Gelet op het voorgaande is de NVB is van mening dat besluitvorming over een publiekscampagne in ieder geval moet worden uitgesteld tot ná het bekend worden van de uitkomsten van een **nieuw onderzoek**. Dat zou een kwalitatief én kwantitatief adequaat onderzoek naar de DGS bekendheid moeten zijn, waarbij rekening wordt gehouden met bovengenoemde aandachtspunten. Banken denken graag mee met DNB over de vragen die beantwoord kunnen worden in het nieuwe onderzoek.

In aanvulling hierop benoemen we nog enkele andere aandachtspunten:

1. Timing: Tijdens de bespreking van 20 februari kwam ter sprake dat DNB graag op korte termijn een publiciteitscampagne op wil zetten. Deze korte termijn is volgens DNB noodzakelijk, omdat DNB bij de aanbesteding van het reclamebureau op dit tijdstip een 'vak' toegekend heeft gekregen. Dit wekt de suggestie dat het gebruiken van het aanbestedingsvak belangrijker wordt geacht, dan het goed regelen van de DGS voorlichting.
2. Budget: In paragraaf 13 meldt DNB dat er een "bijpassend budget" gevonden zou moeten worden. De NVB hecht eraan op te merken dat DGS publieksvoorlichting geen wettelijk vastgelegde taak is. DNB kan deze kosten dan ook niet doorbelasten aan de banken op grond van de toezichtbegroting of op grond van de DGS-begroting. Daarbij merken we op dat het verstrekken van de wettelijk verplichte informatie al een substantiële IT-inspanning vergt en dat wijzigingen daarin wederom een extra investering zullen eisen. Voor banken met EU bijkantoren komt daar nog bij dat aanvullende, nationale eisen aan de informatieverstrekking kunnen botsen met lokale eisen.

DNB verwijst ten slotte naar de standaarden van de International Association of Deposit Insurers (IADI). De NVB begrijpt dat deze principes van toepassing zijn voor DGS autoriteiten. In Nederland wordt deze rol door DNB vervuld. Er is geen enkele aanleiding of noodzaak waarom DNB deze taak naar de banken zou moeten doorschuiven.

B Hoe beoordeelt u de huidige informatieverplichtingen voor banken?

De banken proberen op een zo goed mogelijke wijze invulling te geven aan de wettelijke informatieverplichting. Over de exacte inhoud van de communicatie en de wijze van verstrekking is de richtlijn DGS echter niet voldoende helder. Ook de Algemene Maatregel van Bestuur (AMvB) geeft hier geen verdere invulling. De banken hebben daarom destijds bij de eerste opzet heel bewust gekozen voor uniformiteit. Dit is ook door de NVB met DNB afgestemd. Wij zijn ervan overtuigd dat dit bijdraagt aan een beter begrip en kennis van het DGS. In dat licht is er ook uitgesproken dat banken zoveel mogelijk verwijzen naar de bron, te weten de informatie van DNB.

Uiteraard dienen banken te voldoen aan de richtlijn en de AMvB. Dit zou ook onderdeel moeten zijn van de dialoog tussen DNB als toezichthouder en de banken. DNB suggereert in Box 1 dat de huidige informatieverplichting niet goed wordt uitgevoerd. Het is echter niet duidelijk of dit inderdaad het geval is, aangezien hier nog geen onderzoek naar is gedaan.

Er vindt in het eerste helft van 2019 een evaluatie plaats door EBA van de DGS richtlijn en de informatieverplichting. Zoals hierboven aangegeven, is het aangewezen om eerst de uitkomsten van deze evaluatie af te wachten.

De banken vinden het over het geheel genomen verstandiger om eerst de huidige informatieverplichting daar waar noodzakelijk te verbeteren. Hierna kan dan wat ons betreft pas nagedacht worden over de behoefte aan een uitgebreidere publiciteitscampagne.

D Hoe beoordeelt u de voorgestelde rolverdeling tussen DNB, de banken en intermediairs (figuur 5) en de suggestie die DNB doet om standaardmateriaal te verzorgen?

DNB suggereert om doelgroep specifieke informatie op te stellen. De NVB vraagt zich af of dit wel effectief is. Waarom zou je voor verschillende groepen personen een specifieke brochure ontwikkelen? Bovendien kan men zich afvragen hoe dit over zal komen op een klant die zowel in privé als zakelijk bankiert bij dezelfde bank of bij twee of meer verschillende Nederlandse banken? In het beste geval ontvangt deze persoon twee verschillende sets aan informatie. Wij vragen ons af of dit de duidelijkheid wel gaat verhogen. Het lijkt verstandiger om ervoor te zorgen dat de informatie die verstrekt moet worden op zichzelf voor elke klant begrijpelijk is. Als daar nog iets aan schort, kan dat worden aangepakt.

Standaardteksten in reclame-uitingen bergen een groot risico in zich. Of ze zijn zo algemeen dat ze nietszeggend zijn ("geld lenen kost geld"), of ze geven slechts informatie op hoofdlijnen en zijn daardoor misleidend ("uw deposito is beschermd door het DGS"; zonder enige beperking, voorwaarde etc. te noemen). Standaardteksten kunnen ook conflicteren met de stijl van de bank, en daarmee contraproductief werken. Of ze worden niet herkend als relevant, of ze leiden tot onrust.

E Wat vindt u van het voorstel om de rolverdeling tussen DNB de banken vast te leggen in een meer relatief samenwerkingsvorm zoals een convenant?

De banken zijn voorstander van het voortzetten van de huidige praktijk, waarbij we in samenwerking met DNB verder gaan in het standaardiseren van de informatie. Wij verwijzen wat dat betreft ook

naar de laatste alinea van onze reactie op vraag B van de consultatie. De NVB wil zich hierbij graag inspannen om een nog groter deel van haar leden te kunnen bereiken.