

Geachte heer De Jager,

Met belangstelling hebben wij het wetsvoorstel 'Wijzigingswet financiële markten 2013' gelezen en met name uw voornemen om consumenten met een soort financieel rijbewijs bewust te maken van hun financiële inzicht.

Graag stellen wij voorop dat wij het met u eens zijn dat consumenten zoveel mogelijk ondersteund moeten worden om goede financiële beslissingen te nemen. Wij zijn alleen van mening dat de manier die u voor ogen heeft om dit te bereiken, een financieel rijbewijs, de wereld op z'n kop is en ons inziens een tegenovergesteld effect zal hebben.

In essentie zijn complexe producten helemaal niet complex. Een hypotheek is een lening voor je huis en een pensioen is loon voor als je stopt met werken. De kern van het probleem is dat aanbieders van deze 'complexe producten', banken en verzekeraars, de producten onnodig complex hebben gemaakt. Bewust, want het is de manier om de hoge kosten te maskeren en, indien nodig, voor zichzelf te kunnen verantwoorden.

Uw voorstel komt erop neer dat consumenten verplicht een financiële slipcursus moeten doen om door de intransparante en onnodig ingewikkelde financiële constructies van aanbieders heen te kunnen kijken. Zou het niet beter zijn om juist de aanbieders te verplichten simpele en inzichtelijke producten te maken, zodat een grote groep consumenten deze begrijpt? Oftewel, moet dat financiële rijbewijs niet juist voor de bestuurders van banken en verzekeraars gelden? Als 20 jaar geleden het financieel rijbewijs was ingevoerd, had dat de woekerpolissen en sprintplannen echt niet voorkomen. Als bestuurders van banken en verzekeraars 20 jaar geleden gedwongen waren om deugdelijke (lees: simpele, begrijpelijke en eerlijk geprijsde) producten op de markt te brengen, waarschijnlijk wel. Sterker nog: die woekerpolissen en sprintplannen waren zo complex, dat niet eens financiële adviseurs ze konden doorgronden. En die hebben heel wat meer kennis dan een financieel rijbewijs.

Aanbieders hebben een verantwoordelijkheid. En die mag niet bij de consument neergelegd worden.

Aanbieders moeten zich veel meer inspannen om hun producten zo begrijpelijk en transparant mogelijk te maken en helpen een goede keuze te maken. En dat kan best. Kijk naar Apple. Die heeft al laten zien dat het mogelijk is om door versimpeling technologie voor een brede doelgroep begrijpelijk en bruikbaar te maken. Nog niet voor iedereen, maar wel voor een veel bredere groep consumenten dan 10 jaar geleden. Kortom: eerst de weg veilig maken voordat we iedereen op zo'n slipcursus sturen. De overheid dient te toetsen of de aanbieders hun verantwoordelijkheid nemen. Onderwerp de bestaande en nieuwe producten aan een toets om te zien of deze deugdelijk genoeg zijn. Met een financieel rijbewijs leg je allereerst de schuld van het verleden bij de consument neer. En dat is onterecht. Bovendien maak je consumenten niet bewust, maar schuif je hun het probleem in de schoenen. De veroorzakers van het probleem, de aanbieders, krijgen door het financieel rijbewijs een vrijbrief om ongehinderd woekerpolissen en sprintplannen op de markt te brengen. Want de consument had het kunnen weten. 'Die heeft immers de vragenlijst voor zijn financieel rijbewijs ingevuld'.

Wij komen graag bij u langs om ons standpunt verder toe te lichten.

Met vriendelijke groet,

Kalo Bagijn

Algemeen directeur Brand New Day