nederlandse vereniging van banken

Ministerie van Financiën
T.a.v. Persoonsgegevens
Postbus 20201
2500 EE Den Haag

datum 6 August 2025
referentie BR577

betreft Transparantie op de spaarmarkt

Geachte Persoonsgegevens

In het kader van de follow-up op het ACM-onderzoek naar de spaarmarkt en de reactie van de minister daarop is door de individuele ledenbanken onder voorzitterschap van de Nederlandse Vereniging van Banken (NVB) en in overleg met maatschappelijke stakeholders gekeken op welke punten (verdere) verbetering mogelijk is qua transparantie. In NVB-verband is verkend of er een gemeenschappelijke deler is in het ambitieniveau van banken.

Algemeen

Dit document bevat voorstellen over de wegen waarlangs banken de transparantie op de spaarmarkt (verder) zouden kunnen vergroten. Deze transparantievoorstellen vormen het gezamenlijke ambitieniveau. Banken moeten op grond van het mededingingsrecht zelfstandig hun commercieel beleid en strategie bepalen, zonder overleg of afstemming met andere banken. Actie of beleid dat ziet op het vergroten van de transparantie is onderdeel van het commercieel beleid van een bank, het bepaalt immers hoe zij de relatie met en informatieverstrekking aan hun klanten inrichten. Daarom is het aan de individuele banken om te bepalen of ze al aan de transparantievoorstellen voldoen of dat er nog verbeteringen moeten worden doorgevoerd. Banken zullen uitsluitend samen verder overleggen over de concrete vormgeving en implementatie van initiatieven indien dat noodzakelijk is en toelaatbaar onder het mededingingsrecht. Banken mogen overigens zelfstandig ook meer doen aan transparantie dan het gezamenlijk ambitieniveau. Om deze redenen wordt (onder transparantievoorstellen) op meerdere plaatsten gesproken van ‘zou kunnen’.

Banken kunnen via verschillende informatiemiddelen werken aan de (verdere) verbetering van transparantie, zoals e-mail, website, app, blog, etc.

Gustav Mahlerplein 29-35
1082 MS Amsterdam
www.nvb.nl

De NVB heeft over het onderwerp transparantie van gedachten gewisseld met de volgende stakeholders: Wijzer in geldzaken, het Nibud, de Consumentenbond en de Algemene Nederlandse Bond voor Ouderen (ANBO).

De spaarmarkt

Sparen draait om meer dan alleen rente. Aanbieders concurreren namelijk ook op andere aspecten, zoals vertrouwen, bereikbaarheid, veiligheid en klantgerichtheid.

Spaargeld is een belangrijk fundingmiddel voor banken. Zij trekken spaargeld aan, maar de behoefte daaraan kan in de tijd en per bank verschillen. Daarnaast bepaalt het bedrijfsmodel van een aanbieder hoe het spaargeld wordt gewaardeerd en welke prijs daaraan gekoppeld wordt.
Aanbieders opereren in een breder Europees perspectief. Het is daarom goed niet alleen naar Nederland te kijken. Daarbij zij ook geconstateerd dat meer aanbieders niet per se leidt tot hogere rentes.

Zoals de ACM ook heeft geconstateerd, ziet het merendeel van de klanten overstappen niet als gedoe of is daarin neutraal. Klanten die veel waarde hechten aan het rentetarief, weten passende alternatieven goed weten te vinden en zijn ook goed op de hoogte van alternatieve aanbieders in de markt.

Huidige situatie
De aanbevelingen van de ACM zijn deels gericht op het verbeteren van transparantie. Maar zoals de ACM zelf ook terecht aangeeft, wordt de markt nu al gekenmerkt door een 'hoge mate van transparantie'.[1] Zo wordt er door banken richting klanten gecommuniceerd over het aanbod (incl. de voorwaarden en rentes), mogelijke alternatieve spaarproducten (zoals spaardeposito's) rentewijzigingen van producten en veiligheidsmaatregelen. Doorlopend kijken zij, via websites apps en berichten, hoe klanten nog beter geïnformeerd kunnen worden.

Huidig wettelijk kader
Door banken aan cliënten verstrekte of beschikbaar gestelde informatie, waaronder reclame-uitingen, met betrekking tot een financieel product of financiële (neven)dienst moet op grond van art. 4:19, tweede lid, Wft correct, duidelijk en niet misleidend zijn. Zie nader de Beleidsregel informatieverstrekking, par. 2.

Daarnaast is op 28 juni 2025 in werking getreden de Europese Toegankelijkheidsrichtlijn. Deze bevat voorschriften om producten en diensten beter toegankelijk te maken voor mensen met een beperking. Zo geldt straks voor bankdiensten dat de informatie maximaal taalniveau B2 mag hebben.

Overigens geldt dat niet voor spaarproducten. Daarvoor kan gewezen worden op art. 4:20, eerste lid, Wft. Daarin is bepaald dat aan consumenten informatie – die redelijkerwijs relevant is voor de beoordeling – moet worden verstrekt over een financieel product. Zij moeten

[1] Zie Rapport Concurrentie op de Nederlandse Spaarmarkt, p. 5, 29-30 en 45.

geïnformeerd worden, indien van toepassong, over onder meer, wat het product inhoudt, de opbrengsten (zoals rente), de kosten en de risico's. Zie de Beleidsregel informatieverstrekking, par. 4.
Hier treft u voorstellen hoe de banken de transparantie zouden kunnen verbeteren en wat banken kunnen doen om de vermogensopbouw en het daarmee samenhangen van 'grip op financiën' van hun klanten te stimuleren.

Transparantievoorstellen

Hieronder worden voorstellen gedaan over hoe banken de transparantie (verder) zouden kunnen verbeteren. De eerste verbeteringen zullen nog dit jaar opgeleverd worden. De meer complexe aanpassingen zouden echter kunnen doorlopen naar volgend jaar.

1. Weergave spaarrente

(Informatie over) de spaarrente(s) zou(den) makkelijk en snel te vinden moeten zijn. Deze zou, bijvoorbeeld, op de hoofdpagina van de bank kunnen worden gezet, of daarop alleen een link ernaartoe. Verder zou hieraan gedacht kunnen worden dat wanneer de klant zijn bankrekening bekijkt (internet of app), de (actuele) spaarrente wordt getoond, uitgedrukt in een percentage of bedrag.

Bovendien zou verwezen kunnen worden, bijvoorbeeld op de website van de NVB, naar een blog, Q&A, informatiefilmpje en/of webinar over de spaarrente. Daarin kan uitleg worden gegeven over, bijvoorbeeld, de factoren die een rol spelen bij hoe de spaarrente tot stand komt, de opbouw ervan en het financiële voordeel van sparen. Daarbij kan ook worden betrokken de rol die die ECB-beleidsrente speelt bij (de hoogte van) de spaarrente in Nederland en in worden gegaan op (de hoogte van) de spaarrentes in het buitenland.

2. Hulp bij keuze juiste product

A. Interactieve informatie / keuzehulp
De klant zou interactieve informatie of keuzehulp aangeboden kunnen worden, bijvoorbeeld om te kijken welk (spaar)product het beste bij hem past.

B. Vergelijkingstabel
Banken zouden op hun website vergelijkingstabellen kunnen publiceren met de voor- en nadelen van verschillende middelen om geld te stallen, zoals een betaalrekening, spaarrekening, deposito en beleggen.

C. Voorwaarden
Het verder verbeteren van het informeren van klanten over relevante *voorwaarden* voor de keuze van een spaarproduct, zoals onder meer de directe opneembaarheid van spaargelden, de veiligheid van spaarrekeningen, en, voor zover aangeboden, de *mogelijkheid* tot het openen van een losse spaarrekening. Daarbij zal worden gewaakt voor een overdaad aan informatie.

D. Rekenvoorbeelden

Klanten zouden de mogelijkheid kunnen krijgen om aan de hand van rekenvoorbeelden en/of -tools te zien wat de opbrengst van verschillende producten, zoals een betaalrekening, spaarrekening en deposito, kan zijn op basis van een aantal persoonlijke voorkeuren, zoals looptijd en bedrag.

3. Periodieke updates

A. Periodiek informeren

Aan klanten zou op bepaalde momenten (minimaal één keer per jaar), via gepersonaliseerde (en gesegmenteerde) berichten/e-mails maar minimaal via de website of online bankierenomgeving, suggesties gestuurd kunnen worden over het spaaraanbod van hun bank, de voorwaarden incl. de tarieven, de (alternatieve) (spaar)producten die mogelijk goed bij hen passen, en alternatieve manieren van vermogensopbouw, zoals deposito's, pensioensparen, etc.. Tevens zouden klanten in die berichten geattendeerd kunnen worden op hulpmiddelen om het geld tussen rekeningen slim te beheren en periodiek te sparen

B. Triggers

Er zou richting de klant een trigger kunnen gaan in geval van, bijvoorbeeld, een saldo boven het maximale rentegevend tegoed om aan te geven dat boven dat bedrag de klant geen of een lagere rente krijgt.

4. Proactief delen rentewijzingen

Banken zouden (publieke) rentewijzingen aan klanten proactief kunnen delen met vergelijkingswebsites.

Enkele grenzen

Niet onder het gezamenlijke ambitieniveau valt:

(i) het publiceren van informatie over tarieven en producten van concurrenten;
(ii) het inzicht geven in de berekening van de kostprijs en marge die worden gemaakt op spaargeld;
(iii) het geven van inzicht in hoe in individuele gevallen de spaarrente is opgebouwd en het geven van een onderbouwing van de verschillende componenten waaruit die rente bestaat. Meer inzicht kan om redenen van concurrentie niet zomaar worden gegeven en maakt de informatievoorziening onnodig complex;
(iv) het *adviseren* van klanten. Voor het geven van advies door banken gelden aanvullende eisen, met name ten aanzien van het in kaart brengen van alle relevante persoonlijke omstandigheden. Dat is een ingrijpende verandering met aanzienlijke kosten. Banken zullen dus alleen *informeren* en niet adviseren, omdat daarvoor de financiële positie van de klant nodig is.

Vermogensopbouw en financieel bewustzijn

Banken zetten breed in op het versterken van financiële weerbaarheid en bewustzijn rondom sparen, beleggen en pensioenopbouw. Iedere bank legt daarin haar eigen accent. Er is bij onderstaande acties geen sprake van advisering in de zin van de Wft.

- Budgetcoaching en tools: Via online hulpmiddelen en gesprekken met (gratis) financieel coaches helpen banken klanten hun inkomsten en uitgaven in balans te brengen. Mede aan de hand van de Nibud normen wordt geholpen met een gezond financieel huishoudboekje met de juiste balans tussen in- en uitgaven. Een onderdeel hiervan kan zijn dat de klant een deel overhoudt voor sparen/vermogensopbouw. Er wordt ook online doorverwezen naar het Nibud Persoonlijk Budgetadvies.
- Doorverwijzing naar hulp: Klanten worden vroegtijdig doorverwezen naar initiatieven zoals Geldfit voor passende ondersteuning. Ook hier kan worden doorverwezen naar bijvoorbeeld een online tool die mensen helpt met structureren van in- en uitgaven (met als onderdeel sparen).
- Automatisch sparen: Functies zoals afronding van transacties naar boven en automatische overboekingen naar spaarrekeningen maken sparen laagdrempelig.
- Spaaracties en renteprikkels: Denk aan beloningen bij het openen van kinderspaarrekeningen of hogere rente bij spaardeposito's.
- Educatie en inzicht: Via platforms, webinars en tools worden klanten geïnformeerd over sparen, beleggen en pensioen. Klanten leren dan wanneer het doorgaans verstandig is voor een bepaald product te kiezen, wat de voor- en nadelen zijn, en hoe producten in elkaar zitten. Ook via gastlessen op basisscholen, middelbare scholen en op het mbo wordt het belang van grip op 'financiën' uitgebreid uitgelegd.
- Beleggingsaanbod: Banken stimuleren vermogensgroei via fiscaal voordelige producten en gepersonaliseerde beleggingsdiensten.
- Financiële gezondheid monitoren: Sommige banken meten actief de financiële gezondheid van klanten, met extra aandacht voor kwetsbare groepen. Uit analyse blijkt dat functies zoals automatisch sparen en doelsparen een positieve impact hebben op de financiële gezondheid van mensen en deze goed worden benut door kwetsbare klanten.
- Als gevolg van PSD2 is het mogelijk om een totaaloverzicht van financiën te presenteren, ook al zit dat bij meerdere aanbieders.