



Told you so

Volledige kostentransparantie is al jaren het stokpaardje van de OvFD en ik weet als geen ander dat belangenbehartiging de weg van de lange adem is, maar soms zou ik willen dat ik een toverstokje of wat motivatiepeper had om het proces wat sneller te laten verlopen.

Transparantie is al jaren hét modewoord in onze branche. We worden doordrongen van het feit dat informatieverstrekking aan de klant duidelijk en transparant moet gebeuren. Prima! Maar waarom is er dan nog geen volledige nominale kostentransparantie, dus ook voor directe aanbieders en geldverstrekkers? Blijkbaar is onze oproep voor een level playing field niet voldoende, anders was het allang geregeld geweest.

Maar de positie van de consument lijkt me wel van groot belang en een distributiekanaal overstijgend volledig nominaal kosten-

overzicht is voor wat betreft de vergelijkbaarheid van (product)adviezen duidelijk in het voordeel van de klant. Zeker als je het goed standaard-

diseert. Helaas lijkt het erop dat hiervoor eerst weer een paar onderwerpen in de publiciteit moeten komen, zoals de instap- en prolongatietarieven en de discussie over de hoge hypotheektarieven.

Wij streven als OvFD al jaren naar een structurele verbetering van de informatievoorziening en meer transparantie over de hypotheekvoorwaarden met betrekking tot instap- en prolongatietarieven. Wij hebben relevante stakeholders regelmatig dringend verzocht om dit punt te regelen. Het ministerie heeft deze problematiek uiteindelijk voor wat betreft de transparantie geregeld via het artikel aangaande de kostentransparantie

voor aanbieders in de tweede wijziging op het Bgfo, waarin staat dat “eventuele kortingen op de (opslagen op de) rente die gedurende een vooraf vastgestelde periode zullen gelden, enkel voor deze periode worden meegenomen in de berekening van de totale prijs. Voor de resterende periode wordt uitgaan van de offerterente exclusief de kortingen.”

Summier, maar het was een begin. De AFM geeft nu aan dat ze wil dat aanbieders voor het einde van dit jaar laten zien hoe zij de ongelijke behandeling van oude versus nieuwe klanten gelijk gaan trekken, omdat bestaande klanten bij verlenging van de rentetermijn vaak een hogere rente betalen dan nieuwe klanten. Aan die prolongatie-opslag wil de AFM een einde maken. Eindelijk, het heeft vier jaar geduurd, maar het kwartje is gevallen.

Neem verder de negatieve publiciteit omdat de informatieverstrekking op de (variabele) rente- en hypotheektarieven onvoldoende is. Hypotheekklanten profiteren niet van de huidige lage rente vanwege onduidelijke, hoge renteopslagen die door geldverstrekkers worden gehanteerd en soms eenzijdig worden verhoogd.

Feit is dat we er al veel eerder voor hadden kunnen zorgen dat bestaande klanten niet met een prolongatie-opslag te maken kregen, dat consumenten beter werden geïnformeerd over de kosten van hun (variabele) hypotheek en dat aanbieders misschien wel twee keer zouden hebben nagedacht over hun renteopslagen als die voor iedereen inzichtelijk waren geweest. Helaas is dit niet gelukt.

Daarom het volgende advies aan de dames en heren in Den Haag. Maak deze vergissing nu niet meer en regel nu gewoon met spoed volledige kostentransparantie, dan hoeven wij straks niet te zeggen: “Told you so.”

“Aanbieders hadden wel twee keer nagedacht over renteopslagen als die voor iedereen inzichtelijk waren geweest”