

Alarm over lage spaarrente smaakt naar meer: laat het nieuwe kabinet de consument op één zetten en niet wijken voor kartels



Door [Menno Tamminga](#) - 5 juni 2024
Geplaatst in [Banken](#) - [Bedrijfsleven](#) - [Rente](#)

Sparen is lijden. De Europese Centrale Bank heeft de afgelopen twee jaar de rente tien maal verhoogd, maar de drie grootste Nederlandse banken (ABN Amro, ING en Rabobank) blijven liever op hun handen zitten. Zij verhogen wel hun hypotheekrente, maar hun spaarrente stijgt in een slakkengang. Dat doet wonderen voor de winsten die zij maken.

Waar leidt dat toe? ING kondigde onlangs aan dat zij voor maar liefst 2,5 miljard euro eigen aandelen gaat inkopen. Anders gezegd: de bank spekt haar beleggers en snijdt haar spaarders. De klant wordt bedankt, de aandeelhouder krijgt een kroontje.

Een mooi motto

Of is verandering op handen? Staat Nederland misschien wel aan de vooravond van een nieuw tijdperk waarin klanten meer te kiezen krijgen en gevestigde grote aanbieders meer concurrentie ervaren?

De eerste aanzet is er. De ACM, de Autoriteit Consument en Markt, die moet optreden als consumentenwaakhond tegen kartels en prijsafspraken van bedrijven, sloeg vorige week alarm over de Nederlandse spaarmarkt. Spaarders profiteren wel heel karig van de renteverhogingen van de ECB, heeft de ACM geconcludeerd. De waakhond komt met een reeks van aanbevelingen voor het beter functioneren van de spaarmarkt.

Het onderzoek van de ACM was een politieke opdracht. Spaarders en politici begonnen vorig jaar

Alarm over lage spaarrente smaakt naar meer: laat het nieuwe kabinet de consument op één zetten en niet wijken voor kartels

steeds luider te morren. Toenmalig minister van Financiën Sigrid Kaag (D66) vroeg om een onderzoek.

Dat onderzoek en de aanbevelingen voor verbeteringen zijn er nu. Dat smaakt naar meer. Naar meer actie van de waakhonden. Zet de consument op één. Dat zou een mooie missie zijn voor het nieuwe kabinet, hoewel het niet staat vermeld in het hoofdlijnenakkoord van PVV, VVD, NSC en BBB.

Want kijk maar eens naar de markten waar Nederlanders hun financiële producten kopen, zoals spaarrekeningen. Waar zij hun zorgverzekeringen kopen. Waar zij hun boodschappen doen. Waar zij hun krantenabonnement afsluiten. Waar zij hun benzine tanken. Waar zij hun energiecontract afsluiten en hun telefoon- en internetabonnement.

Op al die markten zie je maar een beperkt aantal grote bedrijven die de dienst uitmaken. Het zijn markten met een zogeheten oligopoliestructuur: veel vragers (consumenten), weinig aanbieders (grote bedrijven). Soms zijn er horzels in de markt die de grote jongens scherp proberen te houden en hen confronteren met wat tegenmacht, zoals zorgverzekeraar DSW, maar vaak ook niet.

De politieke markt op

Anti-kartel- en pro-klantpolitiek zou drie van de vier partijen in de nieuwe coalitie in Den Haag óók moeten aanspreken, omdat zij zelf een voorbeeld zijn van de tegenmacht die je kunt ontwikkelen. Ook verkiezingen zijn een markt. Op deze politieke markt zijn BBB en NSC geslaagde *startups* en de PVV een succesvolle *scale-up*. Hun oprichters zijn politieke ondernemers. Voor de burger is er daardoor meer te kiezen. Hun succes zit 'm deels in de beloftes die aanspreken, deels in de teleurstellingen van de kiezers met bestaande partijen.

Dat laatste, teleurstelling onder kiezers/klanten, moet topmanagers van grote ondernemingen te denken geven. Voor topmanagers is het goed toeven op markten met een oligopolistisch karakter. Oligopolies maken het speelveld overzichtelijk. Je hoeft alleen te letten op de acties en de strategie van een paar grote 'concurrenten'. Men kent elkaar. Topmanagers en medewerkers stappen gemakkelijk over naar de concurrent.

Ons-kent-ons

Deze 'ons-kent-ons'-structuur kan een uitnodiging zijn om stilzwijgend dezelfde strategie te voeren. Bijvoorbeeld door elkaar buiten beeld een knipoog te geven als teken dat niemand er behoefte aan heeft om de prijzen snel te verlagen als de inkoop goedkoper wordt. Of om de verhoging van spaarrente te vertragen als de ECB de rente opschroeft.

De ACM vermoedt dat deze laatste vorm, die van stilzwijgende onderlinge afstemming, op de spaarmarkt de rente lager houdt dan nodig is. Verboden is het niet. Maar het deugt ook niet.

Alarm over lage spaarrente smaakt naar meer: laat het nieuwe kabinet de consument op één zetten en niet wijken voor kartels

Voor de remedies put de consumentenwaakhond uit de gereedheidskist met instrumenten die op andere markten de consument helpen. Een daarvan is het om het overstappen naar een andere bank nog wat gemakkelijker te maken, zoals dat ook kan op de energie- en de zorgverzekeringsmarkten. Gas, elektriciteit en een zorgpolis zijn kenmerkende nutsproducten. Het is politiek en maatschappelijk gezien logisch om, binnen het gekozen kader van gereguleerde concurrentie, overstappen van de ene naar de andere aanbieder makkelijk te maken.

Bij banken moet dat ook beter. Zij zijn in een aantal opzichten ook nutsbedrijven, dus maak switchen gemakkelijker. Daar komt bij dat banken zelf vinden dat zij de afgelopen jaren goed bezig zijn geweest met een klantvriendelijker beleid. Ze wijzen er graag op dat het vertrouwen van het publiek in banken al jarenlang in de lift zit, terwijl andere instituten juist aan geloofwaardigheid inleveren.

En Europa...

Tussen 2013 en 2023 is het vertrouwen in banken gestegen van 34 procent naar 50 procent, blijkt uit recente cijfers van statistiebureau CBS. Grote bedrijven zakten in deze periode van 40 naar 36 procent. De Tweede Kamer zakte van 31 naar 29 procent. Bankers hebben dus wat te verliezen.

Ook opvallend: het vertrouwen in de Europese Unie steeg van 34 naar 47 procent. Ook Europa moet zich weren. Op 6 juni zijn er verkiezingen. De Europese consument heeft last van het concurrentie smorende gedrag van sommige multinationals. Vorige maand beboette de Europese Commissie het Amerikaanse voedingsbedrijf Mondelez (Milka, Côte d'Or, Toblerone) voor bijna 338 miljoen euro. Mondelez belette supermarkten uit het ene land om zijn producten te kopen in een andere lidstaat waar de prijzen lager zijn.

Deze inkoopdrempels maken een lachertje van de Europese essentie van vrij verkeer van goederen en diensten. Hoe lang moet de consument hiervan nog de klos zijn?

[Menno Tamminga](#) is economisch columnist van Wynia's Week. Eerder was hij redacteur en columnist van Het Financieele Dagblad en van NRC Handelsblad.

Wynia's Week wordt mogelijk gemaakt door de vrijwillig betaalde abonnementen van de lezers. Doet u al mee? Doneren aan Wynia's Week kan [HIER](#). Hartelijk dank!