

# Vergroten publieksbekendheid depositogarantiestelsel

Consultatiedocument – februari 2019

## Samenvatting

In 2017 heeft DNB onderzoek laten verrichten naar de bekendheid met het depositogarantiestelsel (DGS). Daaruit bleek dat de helft van de Nederlanders globale kennis heeft, maar niet over kenmerken zoals de uitkeringstermijn. Er is ruimte voor verbetering, in de wetenschap dat grotere publieksbekendheid een belangrijke bijdrage levert aan financiële stabiliteit door het vertrouwen in de sector te vergroten en de kans op bankrups te verkleinen. In het buitenland is het actief vergroten van de publieksbekendheid met depositogarantie – zoals voorgeschreven door internationale DGS-standaarden – al staande praktijk.

DNB wenst concrete invulling te geven aan een voorlichtingsstrategie met als doel het vergroten van de publieksbekendheid. De ambitie is dit te doen in overleg met de sector (en andere stakeholders) mede omdat banken het

belangrijkste kanaal vormen om boodschappen over het DGS onder de aandacht te brengen bij spaarders.

Kern van de strategische visie die in dit document aan de orde komt is een doelstelling om (i) de algemene publieksbekendheid met het DGS te vergroten van de huidige 54% (meting 2017) naar 65% in 2022 en (ii) de bekendheid met specifieke kenmerken van het DGS te vergroten. Daartoe wordt een rolverdeling voorzien waarbij DNB verantwoordelijk is voor inhoud en proces en banken (en andere stakeholders) fungeren als distributiepartners. Mede omdat voor het eerst ervaring wordt opgedaan met actieve publieksvoorlichting over het DGS, is de gedachte deze rolverdeling vast te leggen in een convenant met de sector om flexibiliteit in de uitvoering mogelijk te maken.

1

## Inleiding en consultatievragen

1. Middels dit document consulteert DNB haar strategische visie om de publieksbekendheid met het depositogarantiestelsel (DGS) te vergroten. In 2017 heeft DNB onderzoek laten uitvoeren naar de publieksbekendheid van het DGS. Ongeveer driekwart van de Nederlanders weet dat spaargeld tot een bepaald bedrag wordt teruggegeven bij een bankfaillissement. Minder bekend zijn de precieze kenmerken van het DGS, zoals de wettelijke uitkeringstermijn van maximaal 15 werkdagen en de geambieerde uitkeringstermijn van 7 werkdagen. Er is ruimte voor verbetering, in de wetenschap dat publieksbekendheid een belangrijke bijdrage levert aan vertrouwen in de sector.

### Inhoud consultatiedocument

2. Sectie 2 gaat in op de doelstellingen van het DGS en de rol van publieksbekendheid. In sectie 3 en 4 worden respectievelijk de huidige informatieverplichtingen en de uitkomsten van het onderzoek door Kantar (2017) beschreven. Mogelijke doelstellingen en instrumenten die samenhangen met het vergroten van de publieksbekendheid met het DGS komen aan de orde in sectie 5 en 6. De vormgeving van de samenwerking tussen DNB en banken komt aan de orde in sectie 7.

### Vervolgtraject

3. Na sluiting van de consultatieperiode verwerkt DNB waar opportuun de ontvangen reacties in een definitieve beleidsvisie die de basis kan vormen voor een concrete communicatiestrategie, bijbehorend materiaal en afspraken met de sector.

### Indienen van reacties op de consultatie

4. Reacties kunnen tot 8 maart 2019 per e-mail worden ingediend aan [consultatie-dgs@dnb.nl](mailto:consultatie-dgs@dnb.nl) met de titel "Reactie consultatie vergroten publieksbekendheid DGS".
5. DNB verneemt daarbij graag uw perspectief aangaande de volgende punten:
  - A. Hoe beoordeelt u de strategische visie op hoofdlijnen?
  - B. Hoe beoordeelt u de huidige informatieverplichtingen voor banken? Wat gaat goed? Wat kan beter?
  - C. 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 (tabel 4)?
  - 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?
  - 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?

2

## Doel van depositogarantie en de rol van publieksbekendheid

6. Het Nederlandse DGS, dat wordt uitgevoerd door DNB, garandeert spaargeld tot 100.000 euro per persoon per bank. Deze zekerheid helpt te voorkomen dat rekeninghouders massaal hun geld opnemen (een 'bankrun') als een bank failliet gaat of als rekeninghouders verwachten dat deze failliet zal gaan. Door deze zekerheid draagt het DGS bij aan financiële stabiliteit.
  7. Depositogarantie dient zodoende een dubbele doelstelling. De eerste doelstelling is om spaarders voldoende te beschermen in het geval een bank failliet gaat, een vorm van consumentenbescherming die onder andere nodig is vanwege informatie-asymmetrie tussen banken en spaarders, en het feit dat een bankrun zich kenmerkt als een zelf vervullende voorspelling. De tweede doelstelling volgt uit de eerste: doordat depositogarantie via consumentenbescherming de kans op een bankrun verkleint, wordt bijgedragen aan financiële stabiliteit (zie figuur 1).
- Voorwaarden voor een effectief DGS**
8. Om de doelstellingen van depositogarantie te behalen is het noodzakelijk dat spaarders voldoende bekend zijn met het bestaan van het DGS en de kenmerken van de dekking. Het gaat daarbij in het bijzonder om reikwijdte (zijn mijn banktegoeden beschermd?) en hoogte (tot welk bedrag?) van de dekking alsmede de snelheid waarmee spaarders weer over hun geld kunnen beschikken. In aanvulling hierop moeten spaarders ook voldoende vertrouwen hebben in de soliditeit van het DGS. Hoe groter het vertrouwen in het DGS, hoe groter de kans dat bankruns worden voorkomen. Tabel 1 geeft een overzicht van de voorwaarden voor een effectief DGS.

Figuur 1 De dubbele doelstelling van depositogarantie



Tabel 1 Voorwaarden voor een effectief DGS

Kenmerk	Toelichting	Samenhang met publieksbekendheid
Bestaan van DGS	Een DGS dient ex ante ingericht te zijn om bankrups te voorkomen	Publieksbekendheid dient ertoe spaarders in voldoende mate kennis te geven van het bestaan en de kenmerken van het DGS, mede om te waarborgen dat het publiek de juiste verwachtingen heeft van de beschermende werking.
Reikwijdte	Voldoende spaarders moeten beschermd worden	
Dekkingshoogte	De meeste spaarders moeten voldoende beschermd worden	
Uitkeringstermijn	Spaarders moeten na het falen weer snel over hun geld kunnen beschikken	
Vertrouwen	Spaarders moeten voldoende vertrouwen hebben in het DGS	

### Versterking Nederlandse DGS

9. Sinds de grote financiële crisis van 2008-2009 is de vormgeving van het DGS grondig herzien om de beschermende werking te vergroten en beter aan te sluiten bij de maatschappelijke behoefte en verwachtingen. Zo werd de dekkinglimiet onder het Nederlandse DGS in 2008 verhoogd tot 100.000 euro per persoon per bank. Daarvoor was tussen 2005 en 2008 sprake van een bescherming van maximaal 40.000 euro, met een eigen risico voor de depositohouder van maximaal 2.000 euro. Met name de bankruin in 2007 op het Britse *Northern Rock*, waar het toepasselijke DGS een soortgelijk eigen risico hanteerde, heeft aangetoond dat een te lage dekkinglimiet en elementen zoals een eigen risico contraproductief kunnen uitwerken. Een andere verbetering aan het DGS werd doorgevoerd in 2011 door de uitkeringstermijn te verkorten van 3 maanden naar 20 werkdagen. Ook dit draagt bij aan de effectiviteit van het DGS: hoe sneller depositohouders weer over hun geld kunnen beschikken, hoe minder de noodzaak om geld van de bank op te nemen indien sprake is van onrust.
10. Met de Nederlandse implementatie van de herziene Europese DGS-richtlijn (2014/49/EC) in 2015, is het DGS verder versterkt. Zo wordt een depositogarantiefonds opgebouwd, wat bijdraagt aan het vertrouwen in het stelsel. Daarnaast komen particuliere spaarders in aanmerking voor een aanvullende bescherming van 500.000 euro bij de aan- of verkoop van eigen woning. Tot slot wordt de uitkeringstermijn verder verkort tot maximaal 7 werkdagen. In 2019 kent het Nederlandse DGS een wettelijke uitkeringstermijn van 15 werkdagen en een geambieerde termijn van 7 werkdagen.

### Vergroten publieksbekendheid als verantwoordelijkheid voor het DGS

11. Mondiale standaarden schrijven voor dat een DGS moet werken aan (het vergroten van) publieksbekendheid om depositohouders te beschermen en bij te dragen aan financiële stabiliteit. Volgens de *Core Principles for Effective Deposit Insurance Systems* van de *International Association of Deposit Insurers (IADI)* dient het DGS verantwoordelijk te zijn voor "het op permanente basis verbeteren van de publieksbekendheid met het DGS via verschillende communicatiemiddelen op basis van een volwaardige voorlichtingsstrategie" (*Core Principle 10*). De voorlichtingsstrategie moet gericht zijn op het ontsluiten van de volgende informatie: (i) de reikwijdte van de dekking, (ii) het aanbieden van informatie over banken die beschermd worden door het DGS, (iii) dekkinglimieten en (iv) andere relevante informatie zoals het mandaat van het DGS. Om de voorlichtingsstrategie op een effectieve manier vorm te geven dient deze gebaseerd te zijn op heldere doelstellingen zoals een geambieerd bekendheidsniveau (*Core Principle 10 – Essential Criteria 1, 3 en 4*).
12. IADI heeft ook nadere guidance ontwikkeld over de wijze waarop een DGS de publieksvoorlichting vormgeeft. Deze guidance volgt op een rapport van de *Financial Stability Board (FSB)* uit 2012 waarin werd gekeken naar de vormgeving van depositogarantie inclusief het beleid ten aanzien van het bestendigen en vergroten van de publieksbekendheid. De FSB concludeert daarbij dat meerdere jurisdicties een volwaardige voorlichtingsstrategie toepassen en gebruik maken van een breed palet aan middelen om depositohouders te informeren. Tegelijkertijd constateert de FSB dat het nog geen staande praktijk is om de publieksbekendheid periodiek te meten.

13. In de nadere guidance voor publieksvoorlichting beveelt IADI onder andere aan dat een DGS-uitvoerder:
- Een lange-termijn-doelstelling moet vaststellen voor het te bereiken en behouden niveau van publieksbekendheid inclusief bijpassend budget;
  - Moet overwegen om gebruik te maken van externe experts op het gebied van PR, reclame en branding om de effectiviteit van een publieksbekendheids campagne te vergroten, ook de consistentie van de boodschap is van belang;
  - Banken via wet- en regelgeving kan verplichten om bepaalde informatie over het DGS te verstrekken;
  - Moet samenwerken met banken, andere stakeholders en media om distributie van de boodschap te maximaliseren;
  - De publieksbekendheid van het DGS op periodieke basis moet meten;
14. In Nederland heeft ook de Parlementaire Enquête-commissie Financieel Stelsel (Commissie-de Wit) in 2012 de aanbeveling gedaan om "door middel van betere communicatie en voorlichting de kennis van consumenten over het depositogarantiestelsel te vergroten."

### 3

## Huidige informatieverplichtingen rondom het DGS

### Rol banken

15. Volgens de herziene DGS-richtlijn zijn banken verplicht informatie te verstrekken over het DGS aan huidige en potentiële klanten<sup>1</sup>. De Nederlandse Vereniging van Banken (NVB) heeft in overleg met DNB documentatie opgesteld die invulling geeft aan deze verplichting (2016). De documentatie bevat een lijst van manieren waarop banken informatie kunnen verstrekken aan deposanten en de standaardversie van het Informatieblad depositogarantiestelsel. Daarbij verstrekken banken informatie over het DGS via vier hoofdkanalen:
- A. Algemene informatie op de website van de bank;
  - B. Bij productinformatie aan potentiële klanten;
  - C. Informatie op het rekeningafschrift;
  - D. Jaarlijkse verstrekking van het informatieblad.

#### A. Algemene informatie op de website van de bank

16. Banken plaatsen algemene informatie over het DGS op hun website. Hierbij wordt in veel gevallen verwezen naar de informatie op de officiële Nederlandse DGS consumentenpagina op de DNB-website. Banken kunnen ook hun eigen informatie opstellen. Hierbij is van belang dat banken het DGS conform wettelijk voorschrift niet aanwenden voor reclamedoeleinden en louter feitelijke informatie wordt verstrekt.

17. In de praktijk zijn er grote verschillen in de wijze waarop banken informatie over het DGS aanbieden op hun websites, zowel qua inhoud, omvang en positionering. Zo is bij sommige banken de informatie vrijwel afwezig terwijl andere banken uitgebreide en gedetailleerde informatie aanbieden. In sommige gevallen is de informatie beschikbaar op een zelfstandige webpagina over het DGS – direct te bereiken vanaf de productpagina over betaal- en spaarproducten – terwijl in andere gevallen informatie minder direct vindbaar is, bijvoorbeeld op juridische pagina's. Een zorgpunt is dat meerdere banken informatie verstrekken die foutief en/of verouderd is, met name ten aanzien van de reikwijdte van de dekking.

#### B. Bij productinformatie aan potentiële klanten

18. De bank verstrekt het Informatieblad voorafgaand aan het sluiten van de overeenkomst met een potentiële klant. De klant dient te bevestigen dat zij het Informatieblad heeft ontvangen. De banken bepalen zelf hoe zij dit Informatieblad verstrekken en hoe de bevestiging door de klant geschiedt. Hoewel het Informatieblad gestandaardiseerd is, blijkt in de praktijk dat veel banken formuleringen en inhoud op punten aanpassen.

<sup>1</sup> Artikel 16 van de DGS-richtlijn, getransponeerd naar artikel 29.03 Besluit bijzondere prudentiële maatregelen, beleggerscompensatie en depositogarantie Wft (Bbpm).

### C. Informatie op het rekeningafschrift

19. Banken vermelden op het rekeningafschrift dat het betreffende product onder de bescherming van het DGS valt en wordt verwezen naar het Informatieblad.
20. Steeds meer klanten maken gebruik van mobiel- of internetbankieren. Bij deze producten wordt geen rekeningafschrift verstrekt (of minder vaak). In veel gevallen vindt dan ook geen vermelding van DGS-bescherming plaats. Sommige banken doen dit wel, bijvoorbeeld in de 'berichtenomgeving' van mobiel- of internetbankieren (indien aanwezig) of door vermelding in de bij- en de afschrijvingen. Dit gebeurt dan op periodieke basis, bijvoorbeeld één keer per jaar, een aanpak die aansluit bij artikel 16, lid 8 van de DGS-richtlijn.<sup>2</sup>

### D. Jaarlijkse verstrekking van het Informatieblad

21. Het gestandaardiseerde Informatieblad dient, conform DGS-richtlijn, jaarlijks op papier of digitaal verstrekt te worden en kan worden gecombineerd met het verstrekken van een financieel jaaroverzicht aan klanten. In de praktijk blijken niet alle banken het informatieblad jaarlijks te verstrekken. Ook verschilt de mate waarin en de wijze waarop banken de verstrekking van het informatieblad (en de eerdergenoemde rekeninginformatie) toelichten, wat gevolgen kan hebben voor de wijze waarop depositohouders de ontvangst van het informatieblad percipiëren, zie box 1.

### Rol DNB

22. Banken dienen in de bovengenoemde informatieverstrekking te verwijzen naar de DGS consumentenpagina op de DNB-website. Deze pagina bevat meer gedetailleerde informatie over het DGS, conform de verplichting die volgt uit de DGS-richtlijn.<sup>3</sup> DNB is voornemens deze pagina te herzien zodat beter aangesloten wordt op de behoeften van de consument.
23. Momenteel voert DNB geen actieve communicatiestrategie om de bekendheid van het DGS te vergroten. Consumenten kunnen voor informatie over het DGS terecht op de website en bij de infodesk van DNB.

### Onderscheid informatieverplichting en publieksbekendheidsdoelstellingen

24. Bovengenoemde informatieverplichtingen volgen uit de wet en hebben als doel depositohouders te informeren over het DGS. De in dit document voorgestelde strategie om de publieksbekendheid met DGS actief te vergroten gaat een stap verder, voortkomend uit de wetenschap dat grotere bekendheid met het DGS bijdraagt aan het vertrouwen en de financiële stabiliteit. In dat perspectief gaat DNB ook graag het gesprek aan met de sector over de ervaringen met de bestaande informatieverplichtingen, zie de consultatievragen.

#### Box 1 Verstrekking informatieblad kan leiden tot onrust

De verplichte jaarlijkse verstrekking van het informatieblad DGS vindt plaats sinds 2016 en heeft sindsdien meerdere malen tot onrust geleid onder groepen depositohouders bij banken op het moment dat zij het informatieblad verstrekken.

Spaarders interpreteren de ontvangst van het informatieblad (en bijbehorende toelichting, indien aanwezig) bijvoorbeeld op de verkeerde manier en denken dat hun bank is omgevallen waarna men (geëmotioneerd) contact opneemt met de informatiedesk van DNB. Dit leidt door het jaar heen tot pieken in de publieksvragen die DNB over het DGS ontvangt, afhankelijk van de momenten waarop verschillende banken de informatiebladen versturen. Buitenlandse DGS-uitvoerders hebben soortgelijke ervaringen met de verstrekking van het informatieblad.

In dit verband valt op dat banken de jaarlijkse informatieverstrekking op verschillende wijze vormgeven en verschillende termen hanteren, wat mogelijk gevolgen heeft voor de mate waarin onrust ontstaat. Hier is – binnen de grenzen van de DGS-richtlijn – mogelijk ruimte voor verder harmonisatie op basis van 'best practices'. Zo wordt een bericht met als hoofdboodschap "uw rekening valt onder het depositogarantiestelsel" wellicht sneller verkeerd geïnterpreteerd dan de boodschap "uw rekening wordt beschermd door het depositogarantiestelsel".

<sup>2</sup> Artikel 16, lid 8 van Richtlijn 2014/49/EU: "Indien een deposant gebruik maakt van internetbankieren, kan de overeenkomstig deze richtlijn te verstrekken informatie langs elektronische weg worden verstrekt. Indien de deposant daarom verzoekt, wordt de informatie op papier verstrekt."

<sup>3</sup> Zie tweede paragraaf van artikel 16, lid 2 van Richtlijn 2014/49/EU: "De website van het depositogarantiestelsel moet de nodige informatie voor depositanten bevatten, met name informatie over de bepalingen inzake de procedure en de voorwaarden die gelden voor depositogaranties overeenkomstig deze richtlijn."

## Stand van zaken huidige publieksbekendheid DGS in Nederland

25. In 2017 heeft DNB laten meten hoe het in Nederland staat met de bekendheid met en het vertrouwen in het DGS. Het onderzoek onder 849 personen, uitgevoerd door Kantar Public, laat zien dat 75% van de Nederlanders in algemene zin weet dat spaarders hun geld op de bank tot een bepaald bedrag terugkrijgen bij een faillissement. Met het DGS is 54% van de Nederlanders bekend, grotendeels via radio en televisie en slechts in beperkte mate via de eigen bank (zie figuur 2). Nadat de belangrijkste kenmerken van het DGS zijn beschreven, weet 50% van de ondervraagden dat DNB verantwoordelijk is voor het DGS en dat het spaargeld bij alle Nederlandse banken gegarandeerd is. De bekendheid met het DGS is significant groter onder hoger opgeleiden (65%) en 50-plussers (58%) dan onder lager opgeleiden (43%) en 18-34 jarigen (44%).

### Figuur 2 Algemene bekendheid met het DGS

Heeft u weleens gehoord van het depositogarantiestelsel?



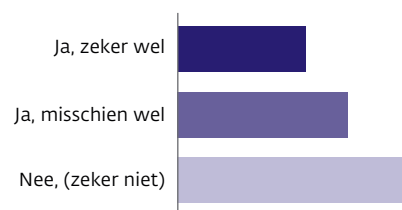
### Bekendheid met kenmerken van het DGS is matig

26. 45% van de ondervraagden kan spontaan aangeven dat de maximale garantie van het DGS per persoon per bank gelijk is aan 100.000 euro. De maximale termijn waarbinnen spaarders na het faillissement van een bank het geld terug kunnen krijgen is bij vrijwel niemand bekend. Slechts één van de 849 ondervraagden wist dat deze ten tijde van het onderzoek gelijk was aan 20 (werk)dagen. De meeste ondervraagden weten het niet of verwachten een langere uitkeringstermijn van meer dan 30 dagen (95%), maar vinden tegelijkertijd dat een uitkering in minder dan 20 dagen gewenst is (60%).

Figuur 3 geeft nadere inzichten in de bekendheid met kenmerken van het DGS. Eén derde van de ondervraagden wil weten hoe lang het maximaal duurt voordat zij het geld terug krijgt als het DGS in werking treedt. Om de preventieve werking van de verkorte uitkeringstermijn te benutten, is het dus van belang dat meer mensen bekend worden met de geambieerde termijn van 7 werkdagen.<sup>4</sup>

### Figuur 3 Bekendheid met kenmerken van het DGS

Weet u hoe hoog het bedrag is dat u terugkrijgt volgens het depositogarantiestelsel?



Weet u binnen welke termijn het bedrag moet worden betaald?



27. Ook een studie van het CPB uit 2012<sup>5</sup> bevestigt dat gedetailleerde kennis bij consumenten over de dekking en operationele aspecten van het DGS ontbreekt. Het onderzoek onder 1.959 individuen toont eveneens een gebrek aan kennis over kenmerken van het DGS, zoals de hoogte van de vergoeding en de termijn waarbinnen spaarders weer toegang krijgen tot hun spaartegoeden.

4 Zoals besproken in sectie 2 hebben DNB en banken afgelopen jaren gewerkt aan het terugbrengen van de maximale uitkeringstermijn onder het DGS van 3 maanden (tot 2011) tot 20 werkdagen (vanaf 2011) en wordt vanaf 2019 een geambieerde uitkeringstermijn gehanteerd van 7 werkdagen. Raison d'être voor deze verkorting en bijbehorende investeringen is dat een kortere uitkeringstermijn bijdraagt aan het vertrouwen in het DGS, maar dit effect zal alleen optreden als de uitkeringstermijn onder de aandacht wordt gebracht.

5 CPB Discussion Paper 'What Awareness? Consumer Perception of Bank Risk and Deposit Insurance', Michiel Bijlsma, Karen van der Wiel, 16 februari 2012.

Over het algemeen hebben individuen lagere verwachtingen van de bescherming door het DGS, dan wat daadwerkelijk wordt geboden.

### Meer kennis draagt bij aan het vertrouwen in het DGS

28. Het door Kantar Public uitgevoerde onderzoek laat een significante relatie zien tussen de bekendheid met het DGS en het vertrouwen in het DGS. Betere kennis over het DGS draagt eraan bij dat mensen minder snel geneigd zijn geld van de bank te halen wanneer een bank in de problemen komt. Het verbeteren van de publieksbekendheid met het DGS is daarmee op zichzelf een instrument om financiële stabiliteit te bevorderen. De effectiviteit van het DGS in het voorkomen van bankrups is hierdoor mogelijk lager en zou kunnen worden verhoogd door het vergroten van de bekendheid met (de kenmerken van) het DGS.

### Informatiebehoefte spaarders

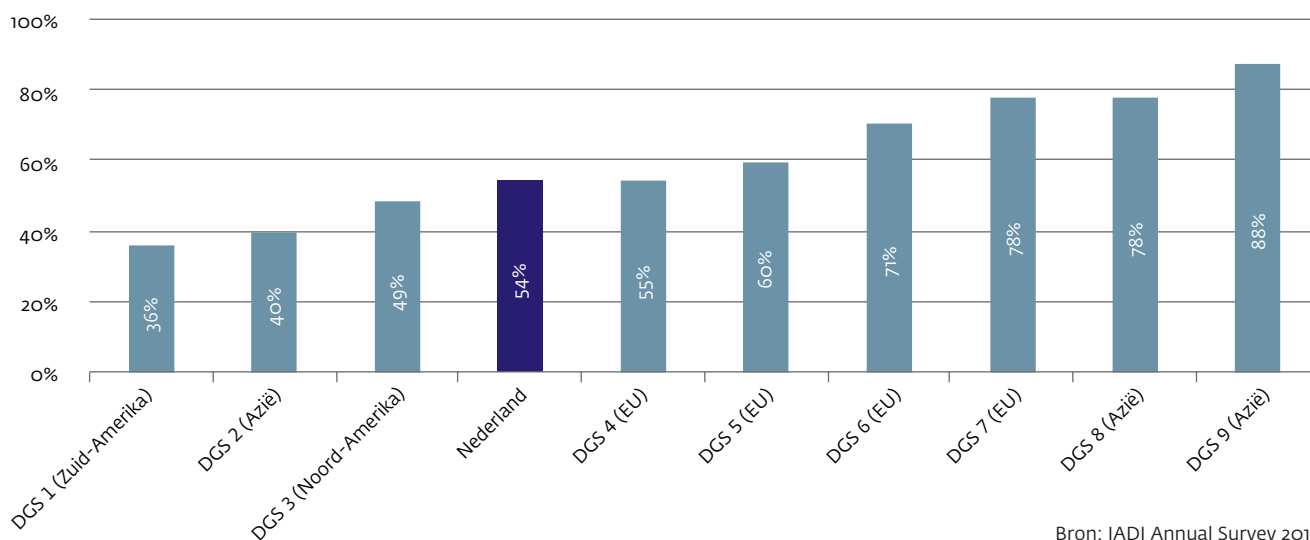
29. Uit het onderzoek blijkt tevens dat mensen het liefst via hun eigen bank geïnformeerd willen worden over het DGS (48%), gevolgd door de Rijksoverheid (32%) en DNB (19%). De meeste behoefte bestaat aan informatie over wat men moet doen om het geld terug te krijgen als een bank is omgevallen (55%). Daarnaast wil men weten welke banken onder het DGS vallen (37%), hoe lang het

duurt voordat men het geld terugkrijgt (31%), welke rekeningen onder het DGS vallen (29%), tot welk bedrag tegoeden zijn gegarandeerd (27%) en hoe het DGS is gefinancierd (20%). Tegelijkertijd had bijna één op de drie ondervraagden geen enkele informatiebehoefte (31%).

### Publieksbekendheid Nederlandse DGS in internationale context

30. De mate waarin Nederlanders bekend zijn met het DGS is vergelijkbaar met andere Westerse landen zoals Canada en Zweden, die soortgelijk onderzoek hebben gedaan. *Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC)* concludeert uit onderzoek (2016) dat de kans dat individuen hun tegoeden opnemen bij een bank met 40 procentpunt toeneemt als zij niet op de hoogte zijn van het bestaan van de depositogarantie. Het optimale niveau van bekendheid met het DGS onder Canadezen om het risico op bankrups te minimaliseren is tussen 60% en 65%. Het huidige niveau van publieksbekendheid met het DGS onder Canadezen ligt rond de 50%. De internationale praktijk laat zien dat er ruimte is voor verbetering. Zo heeft het Britse DGS haar bekendheid in enkele jaren weten te vergroten van 60 procent in het jaar 2013/14 naar 78 procent in 2016/17. Figuur 4 toont een internationale vergelijking.

Figuur 4 Publieksbekendheid DGS



## Doelstelling voor vergroten publieksbekendheid DGS

31. DNB beoogt in de komende jaren de publieksbekendheid met het DGS te verhogen tot 65% in 2022 om daarmee op een niveau te komen dat – volgens vergelijkbaar buitenlands onderzoek – een optimaal niveau is om het risico op bank runs te minimaliseren. Dit vergt ten opzichte van de huidige situatie (2019) een stijging van 4% per jaar op basis van de veronderstelling dat de meting uit april 2017 (54%) nog altijd actueel is. Omdat de buitenlandse praktijk leert dat het vergroten van de publieksbekendheid tijd vergt, beoogt DNB drie volle jaren uit uit te trekken om de doelstelling te realiseren. In 2022 zou – ten behoeve van een tweede fase in de publieksvoorlichting – op basis van de opgedane ervaringen geëvalueerd kunnen worden wat een lange-termijn-strategie zou kunnen zijn voor behoud (of verder vergroten) van het behaalde niveau van publieksbekendheid.
32. Bovengenoemde doelstelling kan – zoals voorgeschreven door de *IADI Core Principles* – de basis vormen voor het concretiseren van de voorlichtingsstrategie en de verantwoording daarover. Aansluitend ambieert DNB het percentage mensen dat naar eigen zeggen “goed op de hoogte is” van het DGS te vergroten van de huidige 27% naar 40%.
33. Uit het door Kantar Public uitgevoerde onderzoek (2017) en de studie van het CPB (2012) blijkt dat, naast de algemene bekendheid met het DGS, het publiek onvoldoende bekend is met de belangrijkste kenmerken van het DGS. Gebaseerd op enerzijds de minimale informatie die depositohouders zouden moeten weten (reikwijdte, dekkingshoogte, uitkeringstermijn) om de preventieve werking van het DGS te optimaliseren – zie sectie 2 – en anderzijds de informatiebehoefte die er onder mensen is – zie sectie 4 – heeft DNB specifieke ambities geformuleerd ten aanzien van de belangrijkste kenmerken van het DGS. Tabellen 3 en 4 bieden een overzicht.

Tabel 3 Hoofddoelstelling voor vergroten publieksbekendheid DGS

Hoofddoelstelling	Huidige situatie (meting 2017)	Ambitie (2022)	Boodschap
Bekendheid met het DGS	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 54% geeft aan wel eens gehoord te hebben over het DGS;</li> <li>■ 27% geeft aan goed op de hoogte te zijn van het DGS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 65% geeft aan wel eens gehoord te hebben over het DGS;</li> <li>■ 40% geeft aan goed op de hoogte te zijn van het DGS.</li> </ul>	“Er is een depositogarantie die zorgt dat uw geld op uw bankrekening veilig is in geval uw bank in de problemen raakt”



Tabel 4 Ambities ten aanzien van de belangrijkste kenmerken van het DGS

Kenmerk	Huidige situatie (meting 2017)	Ambitie (2022)	Boodschap
Dekkingslimiet van EUR 100.000	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 56% geeft aan te weten hoe hoog het bedrag is dat men terugkrijgt;</li> <li>■ 44% is bekend met de limiet van 100.000 euro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 65% geeft aan te weten hoe hoog het bedrag is dat men terugkrijgt;</li> <li>■ 55% is bekend met de limiet van 100.000 euro.</li> </ul>	"Het DGS garandeert maximaal EUR 100.000 per persoon per bankvergunning wanneer uw bank in de problemen raakt"
Per persoon per bank	Niet expliciet onderzocht	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 35% geeft aan te weten dat dat de bescherming geldt per persoon per bank.</li> </ul>	<i>Bewustwording:</i> "Beschikt u over meer dan 100.000 euro aan spaartegoeden, dan kunt u uw geld spreiden over meerdere banken"
Uitkeringstermijn van maximaal 7 werkdagen	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 13% zegt te weten binnen welke termijn het bedrag moet worden betaald;</li> <li>■ 1% geeft aan binnen 20 dagen of minder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 45% zegt te weten binnen welke termijn het bedrag moet worden betaald;</li> <li>■ 35% noemt een termijn van 20 werkdagen of minder;</li> <li>■ 25% noemt de geambieerde termijn van 7 werkdagen</li> </ul>	"U krijgt uw geld binnen 7 werkdagen terug indien uw bank in de problemen raakt"
Aanvraag-procedure	Niet expliciet onderzocht	30% zegt te weten dat er geen complexe aanvraag-procedure nodig is om een vergoeding te krijgen	"Uw vergoeding staat binnen 7 werkdagen online klaar om overgeboekt te worden naar een andere bankrekening"

6

## Instrumenten voor vergroten publieksbekendheid DGS

34. In deze paragraaf wordt ingegaan op de instrumenten die ingezet zouden kunnen worden ten behoeve van de communicatiestrategie om de publieksbekendheid met het DGS te vergroten. De visie van DNB is daarbij gebaseerd op internationale 'best practices' en ervaringen die op kleinere schaal zijn opgedaan in Caribisch Nederland (zie box 2).

35. DNB heeft een rolverdeling voor ogen zoals weergegeven in figuur 5. Hierbij is DNB verantwoordelijk voor de inhoud en vormgeving van communicatiemateriaal en -boodschappen over het DGS en vindt distributie plaats via DNB, banken en relevante intermediairs. Een en ander impliceert dat – veel meer dan nu – sprake zal zijn van geharmoniseerde informatieverstrekking over het DGS en dat de herkenbaarheid van de informatie toeneemt. De samenwerking tussen DNB en (in het bijzonder) de banken kan hierbij op verschillende manieren worden vormgegeven, sectie 7 gaat hier nader op in.

### Inhoud

36. DNB zal het standaardmateriaal verzorgen dat de basis vormt voor alle publieksvoorlichting. Het kan hierbij gaan om:

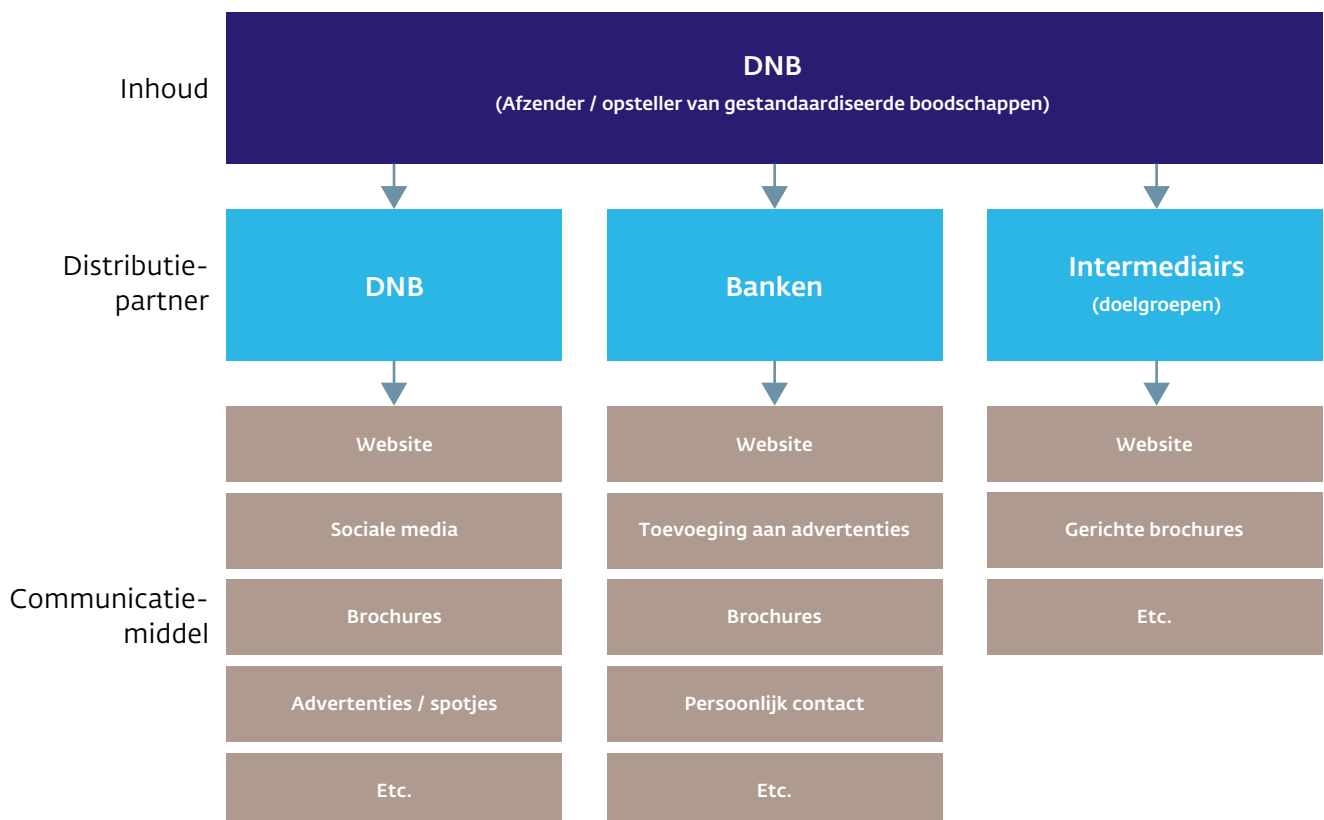
- De consumentenpagina over het DGS, inclusief veelgestelde vragen en antwoorden, die herzien zal worden als onderdeel van de voorlichtingscampagne om teksten zo begrijpelijk mogelijk te maken;
- Een algemeen fact sheet en brochure over het DGS dat op de DNB-website zal verschijnen en eveneens (online) beschikbaar gesteld wordt door banken, zie ter illustratie het voorbeeld voor Caribisch Nederland (box 2);
- Doelgroepspecifieke brochures, bijvoorbeeld voor ondernemers of mensen die een huis aan- of verkopen;
- Standaardteksten voor op de websites van banken die vervolgens worden aangepast wanneer nodig (bijvoorbeeld de verkorting van de wettelijke uitkeringstermijn naar 10 werkdagen in 2022);

- Een gestandaardiseerd beeldmerk dat bijdraagt aan de herkenbaarheid van het DGS en de consistentie van de publiekscommunicatie, dit beeldmerk komt terug in brochures, informatiepagina's en advertenties. Zie ter illustratie het voorbeeld voor Caribisch Nederland (box 2);
- Advertentiemateriaal voor radio, tv, print en digitaal, zie ter illustratie het voorbeeld voor Caribisch Nederland (box 2);
- Opleidingsmateriaal over DGS voor bankpersoneel (en train-de-trainer-bijeenkomsten);
- Een gestandaardiseerde boodschap over het DGS, door de bank toe te voegen aan reclame-uitingen over betaal- of spaarproducten (bijvoorbeeld "Dit product wordt beschermd door het depositogarantiestelsel"). Dit is een aanpak die bijvoorbeeld met succes wordt gehanteerd in het Verenigd Koninkrijk (zie het hoge kennisniveau in het VK, beschreven in sectie 4) en door de AFM wordt gehanteerd in de regelgeving rondom kredietwaarschuwingen ("Let op! Geld lenen kost geld").

### Rol distributiepartners

37. De uitkomsten van het onderzoek naar de publieksbekendheid met het DGS toont dat mensen informatie over het DGS graag ontvangen via de bank. Dit lijkt inderdaad een goed kanaal, omdat verwacht mag worden dat mensen tijdens het contact met hun bank meer aandacht hebben voor informatie die samenhangt met hun betaal- en spaarproducten. Hetzelfde geldt op het moment dat mensen een betaal- of spaarproduct afsluiten of geconfronteerd worden met reclames hierover. De koppeling met het DGS kan dan direct gemaakt worden.
38. Tegelijkertijd is het ook van belang dat er bekendheid is met de rol die DNB heeft als uitvoerder van het DGS. Het helpt daarbij als DNB ook zelf het publiek actief informeert over het DGS, maar dit zal in de distributie naar inschatting een meer ondersteunende rol moeten hebben, mede vanwege de kosten die gepaard gaan met een actieve publieksvoorlichting (advertenties op radio, tv en print) op grote schaal door DNB.

Figuur 5 Rolverdeling in communicatiestrategie publieksbekendheid DGS



39. Een samenwerking met derden kan helpen om de consistentie van de informatievoorziening over het DGS verder te vergroten en specifieke informatie voor bepaalde doelgroepen gericht te verstrekken. In potentie kan deze samenwerking zowel bijdragen aan de doelstelling van DNB als van de betreffende derden cq. intermediairs.

Hierbij wordt gedacht aan partijen zoals de Consumentenbond (wat moeten consumenten weten?), de Kamer van Koophandel (wat moeten ondernemers weten?) notarissen (hoe werkt de bescherming bij derdenrekeningen?) en makelaars (hoe werkt de bescherming bij de aankoop en verkoop van een eigen woning?)

## Box 2 Publieksvoorlichting over het DGS in Caribisch Nederland

Sinds oktober 2017 is het geld op bankrekeningen van inwoners van Bonaire, Sint Eustatius en Saba beschermd tot 10.000 USD per persoon per bank. In maart 2018 is gestart met een voorlichtingscampagne om de depositogarantie onder de aandacht te brengen. Het voor deze voorlichtingscampagne opgestelde communicatiemateriaal bestaat uit posters, brochures, stickers en advertenties met een simpele boodschap

Het onder de aandacht brengen van de depositogarantie gebeurt in samenwerking met de banken op de drie eilanden die onder de bescherming vallen. In de bankkantoren zijn er posters, brochures en stickers ("het DGS beschermt uw geld bij deze bank". Ook via internet (Facebook) en radio (interviews) worden inwoners van Bonaire op de hoogte gebracht. Parallel aan de voorlichtingscampagne verzorgt DNB trainingen over het DGS voor alle bankmedewerkers die in contact staan met klanten.

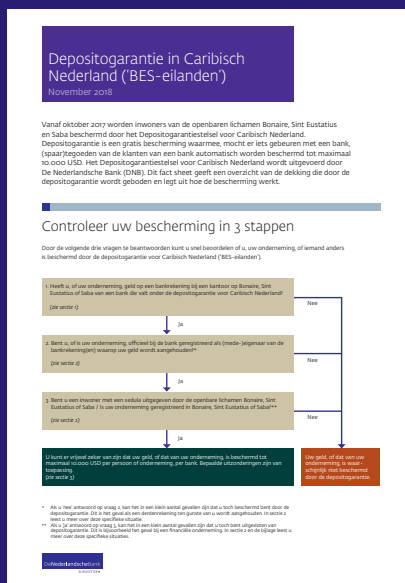
Figuur 6 Logo



("depositogarantie beschermt uw geld") en een bijbehorend logo – een stapel bankbiljetten met het dollarteken en een veiligheidsslot – dat telkens zichtbaar is.

Inwoners van Bonaire die meer informatie willen over de depositogarantie voor Caribisch Nederland, kunnen daarvoor terecht bij een kantoor of de website van hun bank. Ook op de website van DNB voor Caribisch Nederland ([www.cn.dnb.nl](http://www.cn.dnb.nl)) is er een informatiepagina over de depositogarantie.

Figuur 7 Brochure (links) en Fact Sheet (rechts)



Figuur 8 Advertentie op Facebook



## Communicatiemiddelen

40. Een breed palet aan communicatiemiddelen – oftewel, een cross-mediale campagne – dient te worden ingezet om de publieksbekendheid met het DGS te vergroten, rekening houdende met de verschillende doelgroepen en het verschil in bekendheidsniveau tussen bijvoorbeeld

jongeren en ouderen, maar ook tussen lager en hoger opgeleiden. Precieze keuzes omtrent de inzet van communicatiemiddelen zullen gemaakt moeten worden in overleg met de distributiepartners en een campagnebureau.

7

## Samenwerking DNB en banken

41. Om het vergroten van de publieksbekendheid te realiseren zijn er verschillende varianten mogelijk in de samenwerking tussen DNB (als opsteller en afzender van boodschappen over het DGS) en banken (distributiekanaal). Hieronder worden een aantal voorstellen gedaan die parallel aan elkaar kunnen worden uitgevoerd.

### Aanpak: Geen regelgeving maar gestandaardiseerde documentatie

42. Omdat het actief vergroten van de publieksbekendheid een nieuwe activiteit betreft voor DNB en banken, is het wenselijk om wendbaar te zijn en waar nodig de activiteiten aan te passen op basis van ervaringen die de komende periode worden opgedaan bij de uitvoering van de voorlichtingsstrategie. Daarom is DNB in eerste instantie voornemens om aan te sluiten bij de aanpak die is gekozen voor de totstandkoming van een standaard voor de informatieverplichting van banken die volgt uit de DGS-richtlijn. Hierbij is gestandaardiseerde documentatie in overleg tussen de sector (NVB) en DNB tot stand is gekomen en verder niet in een regeling vastgelegd. Ook heeft in december 2017 op ad-hoc basis een gezamenlijke bijeenkomst van NVB en DNB plaatsgevonden over DGS en communicatie, dit is een werkvorm die benut kan blijven worden.

### Door DNB ontwikkelde standaarddocumentatie

43. Als onderdeel van de voorliggende strategische visie is DNB wel voornemens de regie te nemen in het tot stand brengen en beheren van de standaarddocumentatie die gebruikt wordt voor publieksvoorlichting, inclusief de reeds bestaande informatieverplichtingen. Dit biedt ook voordelen voor de banken omdat zodoende zekerheid wordt geboden dat niet in strijd wordt gehandeld met artikel 3:264 Wft.<sup>6</sup> DNB kan dan zorgen voor versiebeheer en het aanbieden van gebruiksklaar materiaal in de bijbehorende huisstijl van DNB cq. het DGS. Wijzigingen in documentatie kunnen tot stand komen in overleg met de banken.

### Convenant-aanpak als mogelijke samenwerkingsvorm

44. De precieze rol voor banken in de publieksvoorlichting, waar die verder gaat dan de informatieverplichtingen die volgt uit de DGS-richtlijn, zou kunnen worden vastgelegd in een convenant met de sector. Het Verenigd Koninkrijk kan hier een voorbeeld bieden. In aanvulling op de Britse beleidsregel die vastlegt dat banken gestandaardiseerde informatie over het DGS moeten verspreiden via posters, stickers en brochures in bankkantoren hebben banken en het DGS via een convenant afspraken gemaakt over de precieze wijze waarop informatie over het DGS beschikbaar wordt gesteld op websites (onder andere het DGS-logo onderaan de website en een link naar een pagina met gestandaardiseerde DGS-informatie), mobiele apps en reclame-uitingen.

<sup>6</sup> Artikel 3:264 Wft: "Een financiële onderneming beperkt zich in een reclame-uiting tot de vermelding dat een vangnetregeling van toepassing is en tot vermelding van de toepasselijkheid en een feitelijke beschrijving van de werking van de vangnetregeling."