

De kijker zapt graag naar de ‘Grootste Familie van Nederland’ om daar Antoinette Hertsenberg in haar glansrol te zien: altijd op zoek naar een oplossing. Ze maakt uitzendingen over bedrogen, opgelichte, ontevreden, verongelijkte televisiekijkers en Nederland stemt er massaal op af. Twee miljoen kijkers zijn geen uitzondering, de makers van X-Factor zijn er jaloers op. De meeste conflicten gaan over geld: veel geld, fout geld, geleend geld, niet bestaand geld, gestolen geld. De presentatrice deinst er niet voor terug om heel lastig uit te leggen financiële constructies venijnig te ontleden. Haar consumentenzwaard is streng maar rechtvaardig.

✦ TEKST HETTY NIETSCH

✦ FOTOGRAFIE CHRIS DE BODE

✦ ZWAARD JAN ERIC VISSER

Antoinette Hertsenberg van Tros Radar: “Ik vind dat belangenorganisaties die voor die consumenten zijn opgericht, hun werk slecht hebben gedaan.”

In de Tros-studio wordt wekelijks een gezelschap verongelijkte consumenten ontvangen. Waren mensen vroeger vaak te gegeneerd om over hun teleurstellingen te spreken, tegenwoordig zijn velen - door boosheid gedreven - die schaamte voorbij. “Mensen lijken er toch iets gemakkelijker voor uit te komen. Ook al is er schaamte dat je heel raar hebt beledigd of ergens in de val bent gelokt, ik merk dat mensen er openhartiger voor uitkomen, ook omdat ze

anderen willen waarschuwen”, zegt Antoinette Hertsenberg, eindredacteur/presentator van Radar, het populaire consumentenprogramma van de Tros. Al sinds 1995 is Hertsenberg de presentator/eindredacteur van dit consumentenprogramma, dat kwesties als een halve muis in de vla ver achter zich heeft gelaten. Daarnaast heeft ze de leiding over het programma ‘Opgelicht’ dat foute lieden ontmaskert en confronteert.

Hertsenberg: “Vroeger deden mensen helemaal niet aan beleggen. En toen kwamen de beleggingshypotheek op en producten als Legiolease.... Het was de tijd waarin mensen lekker werden gemaakt en helemaal niet in de gaten hadden dat ze met geleend geld aan het handelen waren. De aanbieders gaven die producten ook mooie namen als Spaarbeleg, Koerskompas en Winstverdriedubbelaar. Vooral als het woord ‘sparen’ er maar in zat,

dan klonk het veilig. Het ging een tijd lang goed op de beurs en de belegger kreeg wat was voorgespiegeld. Maar toen het fout ging, waren het de mensen met de kleine portemonnee die hele harde klappen kregen.”

Hoe kijk je aan tegen die financiële wereld die zo druk was met het verkopen van sprookjes en het bedenken van zeer risicovolle producten?

“Ik denk dat het kortetermijndenken hevig

heeft overheerst. De verzekeraar dacht aan winst, net als de tussenpersoon aan z’n provisie dacht - daardoor is de consument heel vaak op de laatste plaats gekomen: met zijn belangen is slecht rekening gehouden.

“Ik vind ook dat belangenorganisaties die voor die consumenten zijn opgericht, hun werk slecht hebben gedaan. Net zoals de vakbonden niet goed hebben opgelet.”

Hoe kan dat? De Consumentenbond is ervoor opgericht, de vakbond bestaat bij de gratie van het oplossen van problemen.

“Misschien ook omdat het goed ging. Of misschien is het naïviteit, het algehele marktdenken: de vrije markt zal alles oplossen, de klachten zouden verdwijnen. Na de PTT kwamen Nuon en Essent en alles zou beter worden. Die klachten zijn er natuurlijk altijd gebleven, vaak verergerd, de vrije markt heeft niks opgelost.”



Consumentenzwaard



Als je haar vraagt, als het om geld gaat, wat de laatste tijd echt haar verontwaardiging heeft opgeroepen, komt ze onmiddellijk met de ‘woekerpolis’-schandalen waar Radar uitgebreid aandacht aan heeft besteed. De televisiemakers zochten naar de werkelijkheid achter de Beschikbare Premie Regeling waarin veel werknemers, zonder het te weten, via hun werkgever, voor hun pensioen hoopten te sparen. Hoopten, want wat bleek: in deze constructie ligt alle risico bij de werknemer die er dus helemaal niet zeker van is dat hij of zij na z’n 65e ook maar één cent terug zal zien van het ingelegde geld, laat staan van een fijn pensioen. Hertsberg: “In die constructie wordt je pensioen dus niet via een pensioenfonds maar via de in Nederland toegestane BPR, de Beschikbare Premie Regeling belegd – iets waar je werkgever voor kiest, iets wat mag in Nederland, iets waar de vakbonden mee hebben ingestemd. Normaal gesproken berekent een pensioenfonds zo’n 4 procent van de kosten door aan de consument. Maar bij die premieregeling kunnen de kosten oplopen tot wel 40 procent van de inleg waardoor het kan gebeuren dat het eindsaldo zwaar tegenvalt! En dan hebben we het dus over de pensioenen van mensen... Tussenpersonen en verzekeraars pikken een heerlijk graantje mee. En de pensioengerechtigden komen daar pas achter als ze 65 zijn. Dat is erg. Ik was ontsteld dat zoiets mocht. “Wij beliden de vakbonden met wie hierover afspraken zijn gemaakt en we vragen: ‘Hoe kan dit?’ En die vakbonden zeggen; ‘Nou, jullie weten altijd weer wat meer boven tafel te krijgen dan wij...!’ En dat terwijl wij er met twee

Zwaard van consumentenafval

Het zwaard van Antoinette Hertsberg is gemaakt door afvalkunstenaar Jan Eric Visser. Het bestaat volledig uit consumentenafval. Het heft is een door krimpfolie bijeengehouden kapotte schemerlamp, een lege bus scheergel en botte scheermesjes. In het blad van het zwaard verwerkte Visser verdroogde stronken suikerriet, een kapotte afstandsbediening van de tv, door hitte gekrompen plastic yoghurtbekertjes, verpakkingen van bronwater, schaaltes...

Jan Eric Visser maakt zijn hele kunstenaarsleven al abstracte werken van het afvalmateriaal dat hijzelf als consument produceert. Door zijn bijzonder fantasievolle constructies, bekleed met gekleurd papier en giethars, creëert hij waarde met zijn eigen vuilniszak. Zijn werken hangen in galleries en worden gekocht door particuliere verzamelaars, overheden en ook veel bedrijven in de afvalverwerking. www.de-laren-en-lemuren.nl/JanEricVisser

redacteuren een paar weken aan werken, wat al een luxe is in de televisiewereld. Als ik dan zie hoe de vakbond in grote kantoorpanden honderden mensen aan het werk heeft, vraag ik me af: wat doen die mensen? Die hebben toch gewoon zitten slapen toen er werd onderhandeld over deze regeling? Onder de ogen van de vakbeweging hebben de werkgevers het risico helemaal afgewenteld op de werknemers die geen pensioenverzekering hebben, maar een woekerpolis. Daar kan ik me daar enorm over opwinden. Ook omdat die mensen niet zelf hun pensioen uitkiezen, dat doet de werkgever.”

De individuele consument kan in z’n eentje weinig beginnen. De bemoeienis van een televisieprogramma is effectief. Pas op, waarschuwt Radar. Hertsberg laat haar hoofd iets zakken voor de camera, kijkt van onder haar wenkbrauwen de kijker direct aan en vertaalt de bewust ontransparant geformuleerde taal van de verzekeraar naar gewone mensentaal. “Ik hoop dat we met onze uitzendingen de afdelingen personeelszaken wakker schudden. Het vertrouwen in beleggen, het idee van ‘dat komt wel goed’ heeft natuurlijk heel erg overheerst in de financiële wereld. Nu beginnen mensen pas de echte vragen te stellen. Wij vinden dit een belangrijk onderwerp: het gaat over eerlijkheid, voorlichting, misleiding, vertrouwen. En als vertrouwen ergens betekenis heeft, dan is het wel voor je pensioen.”

Je kaart een misstand aan. Waar ben je trots op als je kijkt naar wat je daarmee hebt bereikt?
“Dan denk ik natuurlijk meteen aan de Legio Lease-affaire: mensen werden verleid om grote sommen geleend geld te beleggen. Uiteindelijk zijn gedupeerden in die zaak tegemoetgekomen en dat is belangrijk. Met anderen is een compromis gesloten, weer anderen konden doorprocederen. Wat het allerbelangrijkst is, is dat de financiële wereld daar heel erg van geschrokken is en zich ook gerealiseerd heeft: ‘Dit kan echt niet, wij hebben ook een grote ver-

antwoordelijkheid.’ Transparantie is het toverwoord, maar die is heel vaak nog ver te zoeken. De consument moet constant op de hoede zijn: wat staat er precies? Ik vind: het moet niet nodig zijn dat een consument eerst vol wantrouwen alle kleine lettertjes moet doorploegen. Beschrijf gewoon in normale taal in je folder hoe het zit. Dat is ook maatschappelijk verantwoord ondernemen. Als je het in je folder hebt over sparen, dan moet het ook echt sparen zijn en niet gaan om de een of andere beleggingshypotheek of overlijdensrisicoverzekering waarmee mensen zekerheid denken te kopen, maar in feite veel geld verliezen.”

Die trucs, worden de aanbieders daar wel voldoende op afgerekend?
“Rechters doen niet zulke rare uitspraken, hoor. Er zijn een heleboel mensen die in het gelijk worden gesteld. Maar vervolgens doen de verzekeraars er alles aan om dit soort zaken te traineren, op te rekken, tijd te winnen. Als het om kleine bedragen gaat, dan weten ze dat mensen twijfelen of het de moeite en het geld waard is om te proberen dat bedrag van hen terug te krijgen.”

Jullie hebben van Legio Lease en soortgelijke producten veel werk gemaakt – ten gunste van de consument. Wat als jullie dat niet hadden gedaan?
“Zulke uitzendingen schudden de markt op. Eerst Legio Lease. Vervolgens zijn we met de woekerpolis nu ook alweer twee jaar bezig. Het eerste compromis met Delta Lloyd is er doorheen. Ik merk aan de verzekeraars die wij in het programma hebben, dat ze heus wel snappen dat er iets moet veranderen. Ze overleven het anders niet. Sommigen hebben aan den lijve meegemaakt hoe het is om in een programma te worden aangesproken op een manier die niet echt prettig is als je geen tekst hebt.”

We zien bij haar aan tafel aanschuivende studio gasten van het meest uiteenlopende pluimage. Soms stotterend en slecht geïnformeerd,

“De verzekeraar dacht aan winst, net als de tussenpersoon aan z’n provisie dacht – daardoor is de consument heel vaak op de laatste plaats gekomen.”

dan weer arrogant en ongeïnteresseerd. Onderschatten ze de macht van het consumentenprogramma en dus van de consument volledig? “Vaak staan die mensen zo ver af van de mensen voor wie ze die producten maken. Als je kijkt naar die financiële producten, dan vraag ik me af of zo’n product bedacht wordt om de consument te bedienen of de kas van de verzekeraar te spekken? En dan trek ik de conclusie dat niet in de eerste plaats wordt gedacht: hoe kunnen we mensen zo goed mogelijk verzekeren? Dat is niet de basisgedachte van waaruit wordt gewerkt. Het belang van de onderneming en dat van de consument ligt mijlenver uit elkaar.”

Hoe sportief is men in de financiële wereld om naar Radar te komen?
“Dat gaat nu iets beter dan een aantal jaar geleden.”

Hoeveel advocaten worden er op Radar afgestuurd?
“Het is altijd een gevecht en daar komen veel advocaten aan te pas. Al wordt dat minder, de laatste tijd. Ik denk dat de financiële wereld wel inziet dat wij de zaken goed onderbouwen. We roepen heus niet zomaar iets – dan zouden we rectificatie na rectificatie moeten publiceren. Dat is eigenlijk nog nooit gebeurd.”

Ben je daar dan niet verontwaardigd over: dat ze oneerlijk opereren en vervolgens ook nog advocaten op je afsturen om uitzendingen te voorkomen?
“Het hoort bij het spel, bij het vak. Ze denken ons daarmee af te schrikken. Nou, wij zijn niet bang hoor! Vaak komt het niet eens tot een dagvaarding omdat wij altijd een goed antwoord kunnen geven en dan is de kous af. Een andere partij vormen de pr-adviseurs, van die mensen die ons dingen proberen wijs te maken. Komt er iemand langs die ons wil doen geloven dat ‘ze echt helemaal niks verdienen aan overlijdensrisicoverzekeringen’, terwijl ze er wel honderdduizenden van verkopen. Wij houden afstand van dat soort functionarissen. Het uiteindelijk

platform waar de strijd wordt uitgevochten, is toch daar in de studio, aan tafel. Wij zeggen: ‘Kom daar maar zitten en leg het daar maar uit’. Live en dat is de eerlijkste vorm van wederhoor die je kunt bieden. We kaarten de zaak aan, maar proberen ook naar oplossingen te zoeken. Vervolgens controleren we of beloftes en afspraken worden nagekomen.”

Ze hebben hun lesje geleerd zeker?
“Ja!”

Waarvoor?
“Wij nemen er eigenlijk geen genoeg mee als een bedrijf weigert te verschijnen in de uitzending. Dan blijven we op de kwestie terugkomen, uitzending na uitzending. En dat kan heel vervelend worden. Een grote bank, een auto-merk, eerst willen ze niet komen en daar blijven we melding van maken. Ik herinner me een directeur die vroeg: ‘Hoe lang gaan jullie er nog mee door?’ Ik zei: ‘In ieder geval tot de kerst.’ ‘Oke’, zei de man, ‘dan komen we maandag.’ De beslissing om geen reactie te geven, is achterhaald. Het werkt ook niet meer en is funest voor het imago van een bedrijf. Aan de andere kant: als een bedrijf een probleem goed heeft opgelost, dan melden wij dat ook en dan is de Neder-

landse consument heel vergevingsgezind.”
Je hebt vaak van doen met bedrijven die een betrouwbare uitstraling naar buiten creëren, maar ondertussen intern trucs bedenken om de klant te tillen...
“Ja, en als je ze er dan naar vraagt, dan zeggen ze: ‘Ja, we wisten wel dat het niet deugde’.”

Komen er niet veel bedrijven voorbij die zich presenteren als ‘maatschappelijk verantwoord’ en waar jij dan bij denkt: ‘Ik weet wel beter?’
“Ja, ze proberen zich allemaal wel op dat vlak te profileren omdat ze betrouwbaarheid nodig hebben. Met name de banken. Ik denk dat pas wanneer er vervelende dingen gebeuren en je dan goed met je klanten omgaat, je de kwalificatie MVO mag claimen. Dat besef sijpelt wel langzaam door. In de bankwereld is echt een omslag gaande.”

Wat is jouw basisgedachte bij wat je doet?
“Dat ik zelf gelukkiger word als ik zorg draag voor een ander. Als ik me inspan om iets te bereiken wat buiten mezelf ligt, maakt me dat gelukkiger en wijzer. Dat is ook het fijne aan dit programma, het geeft veel bevrediging. Het is meer dan misstanden registreren. Dat zou ik toch een beetje kaal vinden.” ■ www.trosradar.nl

Biography

Geboren

28 december 1964, Den Haag.

Opleiding

1977 – 1983 Havo, Veluws College, Apeldoorn

1983 – 1987 Hoger Sociaal Agogisch Onderwijs, Den Haag

Loopbaan

1987 – 1989 Communicatiemedewerker bij Anti-Vivisectie Stichting

1989 – 1990 Wereldreiziger, onder andere door Zuidoost-Azië

1991 – 1994 Projectleider en perswoordvoerder bij de Dierenbescherming

1994 – nu Tros, eindredacteur/presentatrice Radar en Opgelicht!

Privé

Gehuwd met Niko Koffeman