

Toespraak: aan valkuilen geen gebrek

Jos Heuvelman op Beleggersfair 2022

4 november 2022

Vorig jaar stond ik hier en waren we in jubelstemming. Je moest wel erg je best hebben gedaan om geen rendement te hebben gehaald.

Vlak voor de Beleggersfair vorig jaar, brak de AEX voor het eerst door de 800 punten heen. En nu zijn we flink lager. Hoe sterk kan de wereld in een jaar veranderen.

Met een aantal grafieken over de financiële markten kun je in grote lijnen de onstuimige weersomstandigheden van de afgelopen 2 jaar schetsen.

Wie van jullie kan nu nog pronken met beleggingswinsten? En maakt verlies je een slechte belegger? Is het erg om in een jaar te verliezen? Nee. Een oude les die nog steeds geldt is dat je beleggen beter niet voor de korte termijn moet willen. Op lange termijn is het rendement bij beleggen bijna altijd positief, wijst de geschiedenis uit.

Wat daarbij helpt is dat je voldoende spreidt. Zowel in je assets, dus de portefeuilles en producten, als in de tijd. Stop niet al je geld op één moment in één fonds. Het vraagt om een *steady hand*.

Overigens sowieso heel onverstandig om **AL** je geld ergens in te stoppen. Het blijft beleggen.

Als je nu opeens geld nodig zou hebben voor een onvoorziene uitgave op korte termijn dan is het uiterst vervelend als je geld uit de markt moet halen en dan verlies draait. Een buffer voor onverwachte uitgaven is altijd nodig.

Het is ons bekende mantra: spreidt, laat de tijd zijn werk doen, houd een buffer achter de hand. Bedoeld om jou te behoeden voor valkuilen.

Is dat overdreven? Dat wordt ons wel eens verweten. Onlangs schreef een blogger op een populair webforum dat wij ons te veel als curlingouder gedragen.

Wij zouden alle rimpeltjes en obstakels willen wegbezemen. Alle risico's voor een belegger willen wegpoetsen. Om toch in de metafoor van het ijs te blijven. Wij hebben liever dat een belegger goed beslagen ten ijs komt.

Wij willen dat een belegger weet waar hij aan begint en dat een aanbieder weet met wie hij te maken heeft. Is dit een ervaren belegger of een beginner.

Wij willen voorkomen dat consumenten valkuilen over het hoofd zien. Maar ook dat aanbieders, adviseurs en tussenpersonen valkuilen over het hoofd zien.

Zo sprak ik hier vorig jaar ook over finfluencers. Een toen opkomend fenomeen van vloggers, bloggers en tiktokkers die video's, podcasts en blogs wijden aan financiële producten.

Ik gaf toen aan dat we bezig waren met een verkenning naar dit speelveld. Achteraf kwamen in deze zaal enkele bezorgde finfluencers op mij af wat dit voor hen betekende. Dat vond ik goed om te merken. Deze jongens waren er serieus mee bezig, snapten hun verantwoordelijkheid.

Ook WIJ zijn er serieus mee bezig en wilden zicht krijgen op deze nieuwe deelnemers op de financiële markten.

Wij vinden het niet verkeerd dat mensen op laagdrempelige wijze wegwijs worden gemaakt in het doolhof van financiële producten. Zeker met een doelgroep als jongeren. Voor mij als *boomer* in ieder geval een doelgroep die moeilijk te bereiken is.

Zo krijgen zij op toegankelijke manier voorgelicht wat de mogelijkheden en kansen zijn. Maar als je het goed doet, vertel je ook wat de risico's zijn.

Finfluencers zijn op zichzelf geen specifieke onderneming waar wij direct toezicht op houden, zoals financieel dienstverleners of verzekeraars.

Doorgaans zijn het geen adviseurs met een vergunning van de AFM. Maar, dat betekent dus OOK dat zij zich niet als financieel dienstverlener of vermogensbeheerder mogen gedragen.

In onze verkenning vorig jaar zagen wij dat sommige finfluencers beleggingsaanbevelingen deden, zonder goede onderbouwing. Bij zo'n aanbeveling is het nodig om daar een objectieve onderbouwing bij te geven: jaarcijfers, verwachtingen. Ook moet je transparant zijn over of je zelf een bepaald belang hebt bij deze aanbeveling.

Andere influencers hadden directer contact met hun volgers via privésessies of in beperkte kring. Daarbij bestaat het risico dat ze te veel ingaan op persoonlijke situaties en dus persoonlijk advies geven. Iets wat je van een goed financieel dienstverlener of adviseur verwacht, maar die heeft er wel voor doorgeleerd, is ervoor gecertificeerd en heeft een vergunning.

Daarnaast zagen wij dat influencers soms een vergoeding kregen voor het aanbrengen van nieuwe klanten bij een broker en daar niet open en transparant over waren, dat zij partner waren. Dit zijn zo enkele valkuilen voor influencers.

Overigens overtrad de broker met die vergoedingen zelf het provisieverbod door beloningen aan tussenpersonen uit te keren. Dat mag niet en wij hebben daar toen ook tegen opgetreden.

Influencers moeten ook zelf goed nagaan met wie ze in zee gaan. Ook weer zo'n AFM-stelregel: if it sounds too good to be true, it probably is. Ook voor aanbieders. Zo hebben we gezien dat influencers klanten naar illegale beleggingsonderneming verwijzen.

Een van die valkuilen van influencers kan ook zijn dat zij hun posts ook complexe producten aanprijzen, zoals Forex, *Contracts for difference* of crypto's.

Vorig jaar was er nog veel enthousiasme over het investeren in cryptovaluta. Inmiddels is de cryptomarkt ongeveer twee derde van haar waarde kwijt ten opzichte van november vorig jaar.

Het grootste deel van handelen in crypto's valt nog niet onder het toezicht van de AFM. En dat is lastig te begrijpen voor iets dat zoveel aandacht krijgt in de financiële berichtgeving. Het betekent vooral dat jullie op jezelf zijn aangewezen om deze extreem ingewikkelde en risicovolle producten en hun aanbieders te beoordelen.

In Europa is men volop bezig met wet- en regelgeving. Rond 2024 verwachten we dat de Europese regelgeving geldt. Nu is er voor consumenten geen bescherming door financieel toezicht. *You are on your own.*

De cryptomarkt brengt een aantal mogelijke valkuilen met zich mee. Wij vinden crypto's bijvoorbeeld kwetsbaar voor misleiding en oplichting. Dat komt door het hoog technische karakter, en het grensoverschrijdende en decentrale

karakter van de dienstverlening. Bitcoin wordt bijvoorbeeld niet uitgegeven vanuit een bedrijf dat in een land gevestigd is. Wie spreek je dan waarop aan als het misgaat?

Het afgelopen jaar is duidelijk geworden dat de cryptokoersen flink kunnen bewegen. Het is bij crypto's vaak moeilijk te bepalen, zo niet onmogelijk, waar de waarde van een crypto op is gebaseerd. Bij een gewone startup is het meestal aardig te volgen welk product of dienstverlening men wil verkopen en in welke belofte je belegt.

Wij zien investeren in crypto's dan ook niet als beleggen, maar meer als speculeren. Klein nieuws kan bijvoorbeeld leiden tot grote koersveranderingen en zelfs het volledig instorten van bepaalde crypto bedrijven en tokens is voorgekomen.

Dan kom ik aan op het laatste punt dat ik hier wil bespreken.

Want.. met wel doel beleg je eigenlijk? Beleggen doe je voor je FINANCIËLE toekomst. En daarvoor is beleggen ook echt een goede manier. Als je *steady hands* hebt.

Wij zien dat steeds meer beleggers daarbij ook kiezen voor een DUURZAME toekomst. Dus beleggen met aandacht voor milieu, maatschappij en goed bestuur. De gevleugelde termen zijn: Environment, Social and Governance: ESG.

Uit onderzoek dat we toevallig gisteren hebben gepresenteerd blijkt dat van de duurzame beleggers, bijna de helft inderdaad op deze manier impact wil maken. 30% vindt investeren in een 'groen' bedrijf passen in zijn persoonlijke normen en waarden.

Toch wil ik hierbij opmerken dat je je niet blind moet staren op groene bedrijven, op dat ene bedrijf dat windmolens of zonnepanelen maakt. We hebben juist ook nodig dat grijze bedrijven, die minder duurzaam zijn, het kapitaal krijgen om de transitie naar groen te maken.

En het is niet altijd eenvoudig als retailbelegger, als kleine belegger, om door de bomen nog een bos te zien staan. Ondernemingen ruiken hier natuurlijk ook kansen. En soms zullen zij niet nalaten om misschien hun groene vingers iets te overdrijven. Daarom vinden wij het belangrijk dat ondernemingen transparant zijn over hun footprint en klimaatrisico's.

En wij vinden dat aanbieders over hun financiële producten alleen claims moeten doen die relevant zijn, te verifiëren zijn, en die waar te maken zijn. Aanbieders moeten transparant zijn over wat hun producten beogen en wat hun invloed is op klimaat, maatschappij en bestuur.

Beste mensen, ik ga naar een afronding.

Hoe ziet de wereld er over een jaar uit? Ik ben een toezichthouder, geen waarzegger, dus ik ben eigenlijk net zo benieuwd als jullie. En wens jullie veel succes.

En ik wil toch nog even teruggrijpen op die curlingouder. Ik zie ons niet zozeer als de veger, maar als de dweilmachine die de ijsvloer prepareert en in topconditie brengt. Zodat de schaatser een gladde vloer tot zijn beschikking heeft, goede tijden kan rijden en overeind kan blijven. Maar wel op eigen kracht.

Ik dank jullie wel.



Autoriteit Financiële Markten

Postbus 11723 | 1001 GS Amsterdam

Telefoon

020 797 2000

www.afm.nl

Dataclassificatie

AFM - Publiek