

De Europese Toegankelijkheidsrichtlijn (EAA) in werking: wat is de stand van zaken in de markt en wat verwacht de AFM?

In het kort Deze tweede EAA-update geeft enkele voorbeelden van 'financiële e-handelsdiensten', zoomt in op de meldplicht voor financiële ondernemingen en toont inzichten uit een verkennend onderzoek van de AFM.

Sinds 28 juni 2025 is de Europese Toegankelijkheidsrichtlijn (EAA) van kracht. De AFM ziet dat de markt in beweging is: veel financiële ondernemingen hebben al stappen gezet om hun dienstverlening toegankelijker te maken. Tegelijkertijd is duidelijk dat verdere actie nodig is om te voldoen aan de richtlijn, zodat mensen met een beperking zelfstandig financiële diensten kunnen afsluiten en gebruiken.

In 2026 verwachten we van ondernemingen een proactieve houding: meld non-conformiteit, geef aan welke stappen u zet, en borg toegankelijkheid structureel in uw organisatie. Want toegankelijkheid is niet alleen een wettelijke verplichting, maar een blijvend onderdeel van goed klantbelang. In deze tweede EAA-update geven we enkele voorbeelden van 'financiële e-handelsdiensten' en roepen we ondernemingen op om goed in kaart te brengen of zij als bankdienst en/of als e-handelsdienst onder de EAA vallen. Ook gaan we in op het meldpunt voor ondernemingen en delen we inzichten uit een verkennend onderzoek naar de implementatie van de EAA. Tot slot leest u waar wij als toezichthouder aan werken.

De reeks EAA-updates is bedoeld voor alle ondernemingen die moeten voldoen aan deze richtlijn. In onze EAA-updates zoomen we in op een of meer specifieke thema's. Hierbij sluiten we waar mogelijk aan op signalen uit de markt. We verwachten begin 2026 een nieuwe EAA-update te publiceren. U ontvangt die als u bent ingeschreven voor [de maandelijkse nieuwsbrief](#) voor de sector.

1. Breng zelf in kaart of u moet voldoen

De EAA heeft een brede reikwijdte. Onder andere dienstverleners die bankdiensten en/of financiële e-handelsdiensten verlenen aan consumenten, moeten voldoen. Enkele voorbeelden van financiële e-handelsdiensten die moeten voldoen aan de EAA zijn:

- Cryptoplatformen voor elektronisch geld;
- Online verzekeringsaanbieders;
- Crowdfundingplatformen;
- Online advies- en bemiddelingsdiensten in financiële producten;
- Beheerders van beleggingsinstellingen;
- Aanbieders van beleggingsobjecten.

Deze opsomming is niet volledig; de AFM verwacht dat ondernemingen zelf in kaart brengen of hun dienstverlening als bankdienst en/of als e-handelsdienst onder de EAA valt. We moedigen ondernemingen aan om de dienstverlening toegankelijk te maken, ook als zij hier niet toe verplicht zijn.

2. Meldplicht financiële ondernemingen

Vanaf de inwerkingtreding van de EAA geldt een meldplicht voor financiële ondernemingen. Dat houdt in dat ondernemingen melding bij de AFM moeten doen wanneer ze niet voldoen aan de toegankelijkheidsvereisten uit de EAA (non-conformiteit), of wanneer zij zich beroepen op een uitzonderingsgrond, zoals een onevenredige last. Meldingen doet u via het [AFM Portaal](#).

In de eerste melding die u als onderneming doet na de inwerkingtreding van de EAA, kunt u meerdere gevallen van non-conformiteit combineren in één melding. De meldingen kunt u groeperen per niveau van impact. Als er daarna nieuwe incidenten van non-conformiteit zijn, moet u voor deze incidenten nieuwe meldingen doen.

De AFM onderscheidt vier niveaus van impact op de consument: kritiek, serieus, matig en klein. Toegankelijkheidsproblemen die een kritieke of serieuze impact op de consument hebben, moeten binnen een week na constatering worden gemeld bij de AFM. Als de impact matig of klein is, geldt een termijn van een maand. Op [de website van de AFM](#) vindt u meer uitleg wat deze niveaus inhouden. Ook staat er welke informatie u in uw melding moet opnemen.

Wanneer u zich beroept op een uitzonderingsgrond, dan stelt de richtlijn hier enkele eisen aan. Zie meer informatie over de EAA-meldingen op onze website.

3. Observaties uit verkennend onderzoek AFM

De AFM heeft begin 2025 een verkennend onderzoek gedaan om zicht te krijgen op de voorbereidingen van marktpartijen op de EAA. Via interviews met financiële ondernemingen van verschillende omvang en uit diverse sectoren is in kaart gebracht wat de implementatie voor hen bevordert of juist belemmert. De meeste partijen zijn actief aan de slag gegaan met de implementatie van de vereisten. Hieronder delen we een beknopt overzicht van onze observaties.

Neem toegankelijkheid op in de visie op het klantbelang

Organisaties die al ver zijn met de implementatie, hebben vaak een duidelijke visie op toegankelijkheid. Door toegankelijkheid te benoemen als een strategische KPI, wordt het structureel onderdeel van de bedrijfsvoering en blijft het klantbelang centraal staan.

Maak een gap-analyse om inzicht te krijgen in benodigde veranderingen

Zonder gap-analyse is het lastig om de omvang van het werk en de kosten goed in te schatten. Veel partijen onderschatten dit. Organisaties die de EAA als veranderproject benaderen, boeken sneller voortgang in de implementatie. Daarnaast is het belangrijk om uitbestedingspartners vroegtijdig te betrekken en afspraken te maken over noodzakelijke aanpassingen. Leveranciers kunnen ook een rol spelen bij strategische keuzes en de gap-analyse.

Zet de juiste expertise en tools in voor continue monitoring

Ook organisaties die al ver zijn met de implementatie, kunnen nog verbeteren door de inzet van de juiste expertise en tools voor continue monitoring. Het gebruik van passende tools en kennis versterkt het monitoringsproces en draagt bij aan het structureel testen van de dienstverlening op toegankelijkheid. Daarnaast is het belangrijk om een proces in te richten waarmee klachten, vragen of signalen van consumenten effectief worden opgepakt en opgelost, zodat toegankelijkheid ook blijvend wordt verbeterd.

Borg toegankelijkheid op lange termijn in besluitvorming en visie

Hoewel veel ondernemingen de EAA als veranderproject aanpakken, is het belangrijk om ook na te denken over borging op lange termijn en te zorgen voor draagvlak in de hele organisatie. Veel partijen hebben al goede stappen gezet op het gebied van compliance en strategie. Maar de integratie in besluitvormingsprocessen blijft achter. Dat maakt het borgen van toegankelijkheid als klantbelang op langere termijn lastig. De meeste organisaties maken in hun visie op toegankelijkheid nog geen expliciet onderscheid tussen klanten met en klanten zonder beperking. Door onderscheid te maken in de klantreis van klanten met en zonder beperking, kunnen organisaties beter monitoren of de dienstverlening daadwerkelijk toegankelijk is.

4. Wat doet de AFM?

De AFM monitort actief de toegankelijkheid van de financiële sector. Daarbij kijken we naar meldingen van ondernemingen én consumenten over knelpunten of non-conformiteit. Deze signalen helpen ons om trends en risico's in kaart te brengen. Daarnaast voeren we gesprekken met marktpartijen, brancheorganisaties en belangenverenigingen om ontwikkelingen en uitdagingen te begrijpen. We besteden daarbij expliciet aandacht aan de ervaringen van mensen met een beperking.

Voldoen aan de nieuwe richtlijn vergt inspanningen van ondernemingen. Ook omdat het gaat om open normen. Op Europees niveau zet de AFM zich in voor verdere duiding van open of onduidelijk geformuleerde normen. Waar nodig overleggen we met collega-toezichthouders, zodat we gezamenlijk komen tot heldere interpretaties en een gelijk speelveld.

Meer uitleg over de vereisten van de Europese Toegankelijkheidsrichtlijn/European Accessibility Act staat op onze themapagina '[Toegankelijkheid \(digitale\) dienstverlening](#)'. Mist u informatie op de themapagina of heeft u specifieke onderdelen waar u tegenaan loopt? Dit kunt u melden door te mailen naar: Toegankelijkheidsrichtlijn@afm.nl. De AFM zal zo goed mogelijk duiding geven, onder andere door de informatie op de themapagina verder aan te vullen.