

Duurzaamheidsbepalingen in POG en geschiktheidstoets: wat verwacht de AFM van u?

In het kort De AFM deed in 2024 en 2025 onderzoek naar de naleving van de duurzaamheidsbepalingen voor twee thema's. Ten eerste voor product oversight & governance (POG) en ten tweede voor de geschiktheidstoets. We zijn positief over de stappen die beleggingsondernemingen hebben gezet. Maar we zien ook dat ze nog niet aan alle bepalingen voldoen. Om de markt verder op weg te helpen, bevat deze tweede ESG-update extra duiding en good practices uit de markt voor POG (H1) en voor de geschiktheidstoets (H2). Tot slot lichten we de hoofdpunten van ons onderzoek toe (H3).

Een goede match tussen de voorkeuren van de belegger en geschikte duurzame beleggingsproducten. Dat is de kernopgave van de duurzaamheidsbepalingen voor POG en de geschiktheidstoets. Een gedetailleerde positieve én negatieve doelgroepbepaling voorkomt daarbij dat klanten onbedoeld bij ongeschikte producten uitkomen. Daarnaast is het belangrijk dat beleggers het onderdeel duurzaamheid in de geschiktheidstoets goed begrijpen. Een ingewikkelde uitleg kan leiden tot onvolledige antwoorden. Of tot afhaken van klanten. Verder is een zorgvuldige en gedetailleerde uitvraag essentieel om voorkeuren in kaart te brengen. Hoe beter de voorkeuren bekend zijn, hoe gericht beleggingsondernemingen ze kunnen koppelen aan geschikte duurzame producten – en hoe beter de match.

Beleggingsondernemingen hebben een sleutelrol bij het maken van een goede match. Zij kennen hun klanten, kunnen voorkeuren vertalen en bieden begeleiding in een complex beleggingslandschap. Een goede match versterkt het vertrouwen van de klant én biedt commerciële kansen: bijna de helft van de beleggers let in enige mate op de duurzaamheid van hun beleggingsproducten.

Wat doet de AFM? Duurzaamheid in de financiële sector is een strategische prioriteit van de AFM. We verwachten daarom onderzoeken te blijven doen rondom de thema's die we noemen in de ESG-updates. De gestelde eisen in deze updates moeten in orde zijn, en wij houden hier toezicht op. In de derde ESG-update gaan we in op duurzaamheidsclaims.

Ervaat u knelpunten of verbeterpunten in de markt? Mail dan naar: ESG-update@afm.nl. We zullen uw berichten waar mogelijk beantwoorden en gebruiken om de belangrijkste knelpunten in kaart te brengen. De AFM zal zo goed mogelijk duiding geven door onze informatie verder aan te vullen. Op onze pagina over [Duurzaamheid](#) staat meer informatie.

1. Product oversight & governance (POG): extra duiding AFM bij de 3 verwachtingen rond dit thema

Dit verwacht de AFM van u

U **kent** en **controleert** de kwaliteit en betrouwbaarheid van de **duurzaamheidsinformatie** van producten (ook ten behoeve van de geschiktheidstoets).

Dit verwacht de AFM van u

U heeft de **klantreis** (website, app, klantcontact) ingericht conform de distributiestrategie.

Extra duiding AFM bij deze verwachting

- Zorg voor duidelijke duurzaamheidsinformatie van de product-ontwikkelaar, check deze kritisch en monitor regelmatig of er nieuwe duurzaamheidsinformatie beschikbaar is. Leg in uw beleid vast hoe dit consequent wordt toegepast. Informeer klanten als informatie ontbreekt.
- Controleer duurzaamheidsinformatie op betrouwbaarheid. De distributeur blijft verantwoordelijk voor het bepalen van de doelgroepen en moet beschikken over betrouwbare productinformatie.
- Het kan helpen om data van een databroker te gebruiken. Wees daarbij kritisch op de betekenis en reikwijdte van deze informatie, zeker als deze gedeeld wordt met klanten.

Good practice: transparante scoringmethodes voor duurzaamheid

Een marktpartij kent een eigen duurzaamheidsscore toe aan haar beleggingsproducten. Hierdoor kan de doelgroep van producten beter worden bepaald, zodat ze kunnen worden gematcht met de duurzaamheidsvoorkeuren van de klant. Bij het gebruik van eigen scores is het belangrijk dat de gehanteerde methode en de gebruikte bronnen op een transparante wijze worden toegelicht. Geef ook niet-duurzame producten een score, zodat een eerlijke en consistente vergelijking mogelijk is.

Extra duiding AFM bij deze verwachting

- Borg in beleid en procedures dat producten alleen bij de juiste (positieve) doelgroep terechtkomen. Voorkom verkoop aan de negatieve doelgroep, in het bijzonder bij execution-only-diensten.
- Informeer klanten duidelijk over de duurzaamheidskenmerken van producten. Geef ook aan wanneer een product geen duurzaamheidskenmerken heeft, of wanneer informatie ontbreekt.
- U mag duurzaamheidslabels van derden gebruiken, mits u de onderliggende methodiek kritisch beoordeelt. De AFM verwacht dat u onderzoekt hoe het label tot stand komt. En ook dat u aanvullend toetst of de informatie overeenkomt met de praktijk, bijvoorbeeld door middel van steekproeven.

Good practice: filteren op duurzaamheidsscores.

Een marktpartij biedt klanten de mogelijkheid om producten te filteren op basis van duurzaamheidsscores. Dit kan bijdragen aan een beter afgestemde productkeuze. Het is daarbij essentieel dat beleggingsondernemingen transparant zijn over de wijze waarop deze scores tot stand komen, inclusief de gebruikte bronnen en methodiek.

Dit verwacht de AFM van u

U **monitort** de distributie van grijze producten aan de negatieve doelgroep en evalueert de effectiviteit van uw strategie om dit te voorkomen.

Extra duiding AFM bij deze verwachting

- Leg de (negatieve) doelgroepbepaling gedetailleerd vast. Het helpt om dit te doen via de drie wettelijke categorieën van duurzaamheidsvoorkeuren (taxonomiebeleggingen, duurzame beleggingen in de zin van de SFDR en beleggingen die rekening houden met de belangrijkste ongunstige effecten (PAI's)). Zo vergemakkelijkt u de aansluiting bij duurzaamheidsvoorkeuren.
- Grijze producten mogen in principe niet worden aangeboden aan klanten met een duurzaamheidsvoorkeur. Dit vereist een duidelijke en goed vastgelegde negatieve doelgroepbepaling om een mismatch te voorkomen.
- Stel de doelgroep vast op productniveau. Clusteren van producten met dezelfde duurzaamheidskenmerken is toegestaan, op voorwaarde dat de onderliggende duurzaamheidsinformatie voldoende transparant en consistent is.
- Controleer of grijze producten toch bij de negatieve doelgroep terechtkomen. Beoordeel regelmatig de effectiviteit van uw strategieën om dit te voorkomen.

2. Geschiktheidsstoets: extra duiding AFM bij de 3 verwachtingen rond dit thema

Dit verwacht de AFM van u

U geeft **begrijpelijke uitleg** over het onderdeel duurzaamheid in de geschiktheidsstoets.

Extra duiding AFM bij deze verwachting

- Leg uit waarom duurzaamheidsvoorkeuren worden uitgevraagd, wat klanten kunnen verwachten, welke keuzes ze moeten maken en waarom volledige antwoorden belangrijk zijn.
- Geef een uitleg van de drie wettelijke categorieën van duurzaamheidsvoorkeuren (taxonomiebeleggingen, duurzame beleggingen in de zin van de SFDR en beleggingen die rekening houden met de belangrijkste ongunstige effecten (PAI's)), en de verschillen tussen deze categorieën. Zorg dat de uitleg aansluit bij de belevingswereld van de klant.
- Ga in op het ESG-concept en zeg waar de E, S en G in ESG voor staan.
- Maak het verschil duidelijk tussen beleggingsproducten met en zonder duurzaamheidskenmerken.
- Geef de uitleg voordat u de duurzaamheidsvoorkeuren van klanten inwint, bijvoorbeeld via brochures, folders of een website. Zo kunnen klanten zich goed voorbereiden.
- Toets of de klant de uitleg begrijpt. Doe dat bij voorkeur vóór het uitvragen van duurzaamheidsvoorkeuren. Dit biedt ruimte voor extra toelichting. Toetsen na afloop is ook mogelijk, bijvoorbeeld als u duurzaamheidsvoorkeuren online uitvraagt.

Good practice: uitleg met een voorbeeld

Een marktpartij legt uit wat de eisen zijn voor een taxonomiebelegging; die uitleg gebeurt met een voorbeeld over een windpark. Het windpark draagt bij aan het oplossen van klimaatverandering, en zou daardoor een taxonomiebelegging kunnen zijn. Alleen staat het windpark in een beschermd natuurgebied dat schade ondervindt van het windpark. Daardoor voldoet het windpark niet aan alle eisen van de EU Taxonomie, waardoor het toch geen ecologisch duurzame belegging is.

Good practice: goede, volledige en tijdige uitleg

Een marktpartij geeft in een brochure uitleg over het onderdeel duurzaamheid in de geschiktheidsstoets. De klant krijgt deze brochure vóór de geschiktheidsstoets. De brochure legt het verband uit tussen beleggen en duurzaamheid. De klant kan kiezen in welke mate duurzaamheid een rol kan spelen in zijn beleggingen. De marktpartij legt in de brochure uit dat ze om die reden duurzaamheidsvoorkeuren gaat uitvragen, en in de brochure staat ook hoe die uitvraag gebeurt, welke keuzes de klant kan maken en wat de marktpartij vervolgens doet met deze informatie.

Dit verwacht de AFM van u

U bent zorgvuldig bij de inventarisatie van de **daadwerkelijke duurzaamheidsvoorkeuren** en stuurt beleggers niet naar een bepaald(e) product of beleggingsstrategie.

Extra duiding AFM bij deze verwachting

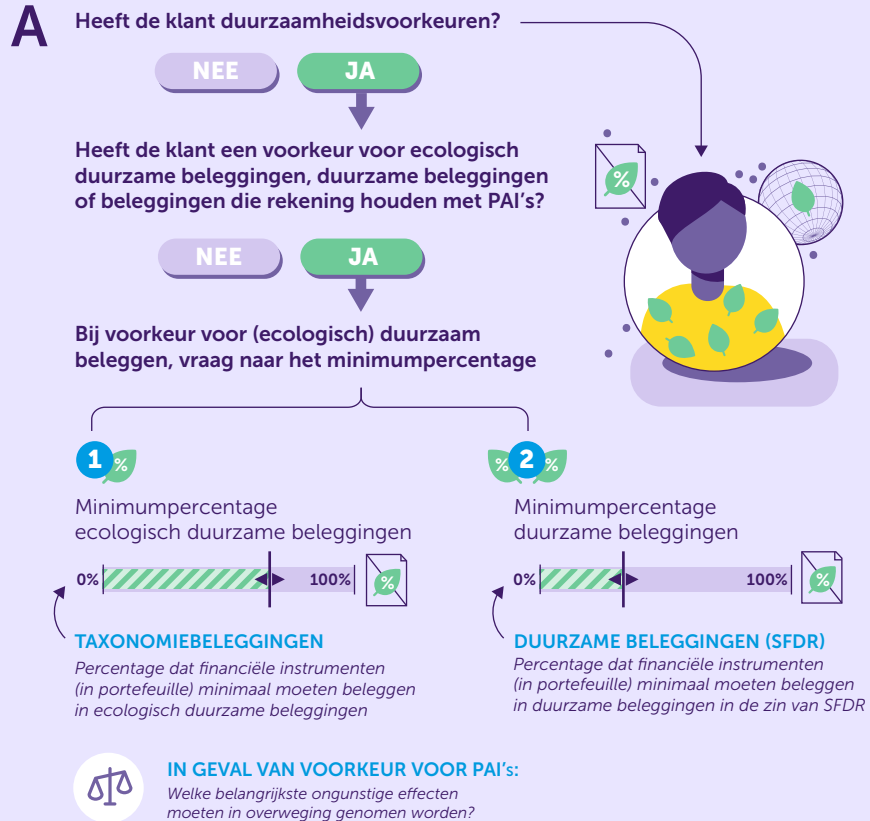
- Vraag nieuwe én bestaande klanten naar hun duurzaamheidsvoorkeuren.
- Formuleer de bijbehorende vragen en de toelichting neutraal en onbevooroordeeld. Dus zonder verwijzing naar het eigen product-aanbod of beleggingsbeleid en zonder dat u klanten wijst op de gevolgen van hun antwoorden. Bied bij meerkeuzevragen ook keuzemogelijkheden die buiten het productaanbod vallen.
- Inventariseer of klanten een voorkeur hebben voor een of meer van de drie wettelijke categorieën van duurzaamheidsvoorkeuren: taxonomiebeleggingen, duurzame beleggingen (SFDR) en beleggingen die rekening houden met de belangrijkste ongunstige effecten (PAI's).
- Bij een voorkeur voor duurzame beleggingen in de zin van de SFDR en/of taxonomiebeleggingen, moet ook het gewenste minimum-percentage worden uitgevraagd. Dit staat voor het percentage van een geadviseerd of beheerd financieel instrument dat minimaal moet voldoen aan de eisen voor taxonomiebeleggingen of duurzame beleggingen in de zin van de SFDR. Het gaat hier dus niet om het deel of percentage van de portefeuille dat moet voldoen aan de duurzaamheidsvoorkeuren van de klant.
- U mag hierbij gebruikmaken van gestandaardiseerde minimum-percentages, mits klanten uit voldoende opties kunnen kiezen. Neem indien van toepassing ook keuzeopties op waaraan u niet kan voldoen.
- Laat klanten zelf aangeven met welke PAI's de beleggingen rekening moeten houden. U kunt klanten zelf PAI's laten benoemen. Of ze laten kiezen uit een standaardlijst, waaronder de lijst van PAI-families uit de SFDR. Neem dan ook PAI's op waaraan u niet kan voldoen.
- Klanten moeten via kwantitatieve of kwalitatieve criteria kunnen aangeven hoe PAI's in overweging genomen moeten worden. Vraag bijvoorbeeld via een rangschikking aan klanten hoe belangrijk de genoemde PAI's voor hen zijn.

- Bij vermogensbeheer of advies met portefeuillebenadering moet u vragen welk deel of percentage van de portefeuille moet voldoen aan de duurzaamheidsvoorkeuren.

Good practice: gelaagd uitvragen

Een marktpartij inventariseert in een online vragenlijst eerst of een klant een voorkeur heeft voor taxonomiebeleggingen, duurzame beleggingen in de zin van de SFDR, beleggingen die rekening houden met PAI's of verschillende van deze categorieën. Vervolgens wordt de klant doorgeleid naar specifieke vragen over elke gekozen categorie. Een klant met een voorkeur voor taxonomiebeleggingen en duurzame beleggingen in de zin van de SFDR, krijgt bijvoorbeeld eerst een vervolgvraag over zijn voorkeur voor taxonomiebeleggingen. Pas daarna krijgt de klant een vervolgvraag over zijn voorkeur voor duurzame beleggingen in de zin van de SFDR.

Duurzaamheidsvoorkeuren inwinnen: zo werkt het



B Voor welk deel/percentage van de beleggingsportefeuille (indien aanwezig) gelden deze duurzaamheidsvoorkeuren?



C Voorbeelden geschiktheidsbeoordeling bij beleggingsportefeuille

- Voorkeuren gemiddeld toepassen op niveau van gehele portefeuille
- Voorkeuren toepassen op niveau van deel/percentage dat klant wil beleggen in producten met duurzaamheidskenmerken



December 2025 © AFM

Dit verwacht de AFM van u

U voorziet beleggers zoveel mogelijk van **geschikte producten**, passend bij hun **daadwerkelijke/initiële duurzaamheidsvoorkeuren**. Er wordt niet gestuurd op aanpassing van voorkeuren.

Extra duiding AFM bij deze verwachting

- Zorg dat uw advies of wijze van vermogensbeheer aansluit op de duurzaamheidsvoorkeuren van de klant. Klanten kunnen bij een mismatch besluiten om hun duurzaamheidsvoorkeuren aan te passen, zodat de mismatch wordt opgeheven.
- Bouw in uw beleid en uitvoering waarborgen en controles in, zodat klanten alléén beleggingsproducten (aanbevolen) krijgen die passen bij hun daadwerkelijke duurzaamheidsvoorkeuren.
- Neem alle noodzakelijke informatie over duurzaamheidsvoorkeuren die u moet uitvragen mee bij het beoordelen van de geschiktheid van beleggingsproducten voor de klant. Zorg in uw beleid en processen dat antwoorden leiden tot een consistente match met beleggingsproducten met duurzaamheidskenmerken.
- Past uw productaanbod niet bij de duurzaamheidsvoorkeuren van de klant? Dan kunt u wijzen op de mogelijkheid tot aanpassing, maar zonder te sturen of informatie te geven over het duurzaamheidsgehalte van uw productaanbod.
- Wil de klant zijn voorkeuren niet aanpassen? Stop dan de dienstverlening. Past de klant zijn voorkeuren wel aan? Leg dan zowel de beslissing als de reden vast, bijvoorbeeld in uw klantsysteem, en bied later alsnog geschikte producten aan indien die beschikbaar komen.

Good practice: taxonomieprofiel in de geschiktheidsbeoordeling

Een marktpartij kent aan klanten die een voorkeur aangeven voor taxonomiebeleggingen, een taxonomieprofiel toe. Dit om aan te geven dat deze klanten taxonomiebeleggingen in hun beleggingsportefeuille willen. De marktpartij heeft alleen nog geen taxonomieproducten in zijn productaanbod. Daarom vraagt de marktpartij of deze klanten bereid zijn hun duurzaamheidsvoorkeuren aan te passen. Als klanten hiertoe bereid zijn, krijgen ze een ander duurzaamheidsprofiel waarvoor de marktpartij wel geschikte producten heeft.

3. Hoofdpunten uit ons onderzoek en aandachtspunten voor de markt

Beleggingsondernemingen zijn goed op weg bij de inrichting van de klantreis en uitleg over duurzaamheid

De AFM ziet dat alle zes onderzochte beleggingsondernemingen zich inspannen voor een betere naleving van de duurzaamheidsbepalingen voor POG en de geschiktheidstoets. Dat is positief.

Voor POG zien we het volgende:

- De onderzochte beleggingsondernemingen communiceren duurzaamheidskenmerken duidelijk in het execution-only-kanaal, bijvoorbeeld via een filterfunctie.
- De klantreis is zodanig ingericht, dat het voor klanten makkelijk wordt gemaakt om producten te kopen die passen bij hun duurzaamheidsvoorkeuren.
- In de positieve doelgroepbepaling houdt het merendeel rekening met duurzaamheidsvoorkeuren, al verschilt het detailniveau sterk.

Voor de geschiktheidstoets zien we het volgende:

- Alle onderzochte beleggingsondernemingen geven uitleg over duurzaamheid voor en tijdens de geschiktheidstoets.
- Het merendeel geeft ook duidelijke uitleg over de verschillende wettelijke categorieën van duurzaamheidsvoorkeuren.
- Alle onderzochte beleggingsondernemingen winnen informatie in over duurzaamheidsvoorkeuren van klanten.

Vooraf extra stappen nodig bij doelgroepbepaling en inventarisatie duurzaamheidsvoorkeuren

De AFM ziet ook een aantal aandachtspunten bij de onderzochte beleggingsondernemingen. Voor zowel de duurzaamheidsbepalingen in POG als geschiktheid zien we dat bepaalde procedures en processen niet altijd zijn vastgelegd in het beleid. We benadrukken dat dit wel moet. Daarnaast vallen de volgende punten op:

Aandachtspunten POG

- Gedetailleerde doelgroepbepaling op het gebied van duurzaamheid én een negatieve doelgroepbepaling voor beleggingsproducten zonder duurzaamheidskenmerken:
 - Maak zowel de positieve als negatieve doelgroepbepaling specifieker.
 - Zoek aansluiting bij de duurzaamheidsvoorkeuren uit de geschiktheidstoets.
- Kritisch beoordelen ontvangen informatie van de productontwikkelaar:
 - Controleer de ontvangen informatie en beoordeel deze kritisch.
 - Vul eventueel aan met data van databrokers.

Aandachtspunten geschiktheidstoets

- Duidelijke uitleg over het onderdeel duurzaamheid:
 - Leg het ESG-concept (milieu, sociaal, bestuur) uit.
 - Maak het verschil duidelijk tussen beleggingsproducten met en zonder duurzaamheidskenmerken.
 - Check of de klant de uitleg over duurzaamheid heeft begrepen.
- Zorgvuldige inventarisatie duurzaamheidsvoorkeuren:
 - Win informatie in over minimumpercentages bij voorkeuren voor taxonomiebeleggingen of duurzame beleggingen in de zin van de SFDR.
 - Win informatie in over de precieze belangrijkste ongunstige effecten (PAI's) die in overweging moeten worden genomen bij een voorkeur voor PAI's.
 - Vermijd het benadrukken van mogelijke beperkingen of gevolgen van bepaalde duurzaamheidsvoorkeuren.
 - Beperk de keuzemogelijkheden niet alleen tot het bestaande productaanbod.

Blijvende inspanning nodig om gedetailleerde informatie te verkrijgen

We hebben de onderzochte beleggingsondernemingen ook gevraagd tegen welke problemen ze aanlopen in de uitvoering:

- De meeste klanten vinden duurzaamheid belangrijk, maar hebben geen specifieke voorkeuren. Specifieke vragen over duurzaamheidsvoorkeuren kunnen dan als hinderlijk worden ervaren.
- Soms is er onvoldoende informatie over duurzaamheidskenmerken van producten en het aanbod van taxonomiebeleggingen is beperkt. Dit bemoeilijkt het maken van een goede match.

De AFM heeft begrip voor deze omstandigheden. Dit neemt niet weg dat beleggingsondernemingen zich moeten blijven inspannen om voldoende gedetailleerde informatie te verkrijgen over duurzaamheidsvoorkeuren van klanten en over de duurzaamheidskenmerken van beleggingsproducten.