

## Wat vinden stakeholders van de AFM?

Resultaten 2007



## Autoriteit Financiële Markten

---

De Autoriteit Financiële Markten (AFM) is toezichhouder op het gedrag van alle partijen op de financiële markten in Nederland, dat wil zeggen op de markten van sparen, lenen, beleggen en verzekeren. Het statutaire doel van de AFM is “het bevorderen op de financiële markten van een ordelijk en transparant marktproces, een zuivere verhouding tussen marktpartijen en de bescherming van de consument”.

De AFM ziet er op toe dat partijen zich aan de relevante wetten en regels houden. Ook adviseert de AFM het ministerie van Financiën bij het ontwikkelen van nieuwe wetten en regels met betrekking tot het gedragstoezicht op de financiële markten. De AFM kan ook, binnen de door het ministerie gestelde grenzen, zelf regels ontwikkelen.

De operationele doelstellingen van de AFM zijn:

- het bevorderen van de toegang tot de financiële markten;
- het bevorderen van de goede werking van de financiële markten;
- het borgen van het vertrouwen in de financiële markten.

Deze doelstellingen dienen niet alleen het belang van afnemers van financiële diensten en producten, maar ook dat van de economie als geheel. Zowel het publiek, het bedrijfsleven als de overheid zijn voor veel activiteiten afhankelijk van de financiële producten die op de markten aangeboden worden. Vertrouwen in de ordentelijke en eerlijke werking van die markten is hierbij cruciaal. Daarom is goed toezicht van groot belang.

Bij de uitvoering van de doelstellingen laat de AFM zich leiden door begrippen als integriteit, transparantie, adequate informatieverstrekking en gelijkwaardigheid.

De financiële wereld is omvangrijk. Daarom zijn veel ontwikkelingen van de AFM gericht op normoverdracht, dat wil zeggen het bevorderen dat bedrijven en burgers meer begrip hebben voor de regels en zich er daarom uit overtuiging aan houden. De AFM bevordert normoverdracht door onder meer voorlichting te geven over nieuwe regels, interpretaties en algemene waarnemingen. De AFM vraagt financiële instellingen zelf een evaluatie te maken of ze voldoende bijdragen aan de toezichtsdoelstellingen. Controles kunnen daardoor systematisch worden uitgevoerd: daar waar de risico's het grootst zijn.

De uitvoering van het toezicht door de AFM is gebaseerd op vier principes: de feiten kennen, aan de hand van deze feiten juridisch en economisch juiste analyses maken, zorgvuldig en evenwichtig beslissen op basis van feiten en analyses en scherp reageren als het erop aan komt.

De AFM is een zelfstandig bestuursorgaan. De bevoegdheden op het gebied van het gedragstoezicht op financiële markten zijn door het ministerie van Financiën gedelegeerd aan de AFM. Als zelfstandig bestuursorgaan draagt de AFM onafhankelijk de verantwoordelijkheid voor de concrete uitoefening van haar toezicht. De Raad van Toezicht ziet toe op de wijze waarop het bestuur zijn taken verricht. De minister van Financiën benoemt de voorzitter en leden van het bestuur en de Raad van Toezicht, en keurt statutenwijzigingen en de jaarlijkse begroting goed.

# Inhoudsopgave

---

	Voorwoord	4
1	Inleiding	6
2	Hoe waarden stakeholders de AFM?	8
	2.1 Zakelijke stakeholders waarden AFM met een 6,5; consumenten met een 7,1	8
	2.2 Respect, prioriteitenstelling en informatie AFM belangrijk voor stakeholders	9
	2.3 Hoe beter consumenten de AFM kennen, hoe hoger de waardering	13
3	Wat vinden stakeholders van de effectiviteit van de AFM?	14
	3.1 Bijdrage van de AFM aan vertrouwen in de markt (redelijk) goed beoordeeld	14
	3.2 Stakeholders tevreden over hoogte toetredingsdrempel	15
4	Wat vinden stakeholders van de werkwijze van AFM?	17
	4.1 Mening over balans in harde en zachte toezichtinstrumenten verdeeld	17
	4.2 Zakelijke stakeholders vinden balans in verantwoordelijkheid doorslaan naar financiële instellingen	18
5	Wat vinden stakeholders van specifieke speerpunten en toezichtgebieden?	19
	Bijlage 1 Onderzoeksverantwoording	25
	Bijlage 2 Vragenlijst Marktpartijen	28
	Bijlage 3 Vragenlijst consumenten	36

## Voorwoord

---

Voor u ligt het rapport met de uitkomsten van de enquête die eind 2007 is uitgezet onder onze “stakeholders”, de belanghebbenden van de AFM. Graag wil ik iedereen bedanken die de moeite heeft genomen deze enquête in te vullen.

De AFM bevordert eerlijke en transparante financiële markten. Als onafhankelijke toezichthouder is het belangrijk om, waar nodig, boven marktpartijen te staan. Tegelijkertijd is het belangrijk om in gesprek te zijn met belanghebbenden, zoals partijen onder toezicht, maatschappelijke organisaties en consumenten. Onderdeel van die dialoog is deze enquête waarbij belanghebbenden kunnen aangeven hoe zij aankijken tegen het optreden van de AFM op het gebied van financiële dienstverlening en kapitaalmarkten.

Dit rapport bevat voor ons als AFM waardevolle informatie, die ons helpt onze taken uit te voeren op de markten van sparen, lenen, beleggen en verzekeren. Door de enquête zijn een aantal reeds bestaande inzichten bevestigd, zoals de problematiek rondom de open normen en het belang van een goede prioriteitenstelling binnen de AFM. De AFM streeft ernaar het niveau te handhaven op punten waarover stakeholders tevreden zijn, en het niveau te verbeteren op aspecten die slechter beoordeeld zijn.

De AFM zal de prioriteitenstelling op een aantal vlakken verder versterken. Belangrijk continu aandachtspunt voor de organisatie is het vermogen om signalen uit te markt op te pikken en het vermogen om deze in het juiste perspectief te plaatsen. Dit was reeds een belangrijk aandachtspunt en zal een belangrijk thema blijven. Bij prioriteitstelling hoort ook het vermogen om goed te kunnen kiezen. De AFM is van plan de organisatie in 2008 te veranderen, naar een afgeslankte topstructuur en minder afdelingen. Deze voorgenomen reorganisatie moet ook leiden tot een eenvoudiger proces om in het toezicht de prioriteiten te stellen waar naar ons inzicht de risico's en problemen het grootst zijn. Vervolgens gaat het erom het juiste instrument te kiezen om een optimaal (nalevings)effect te bereiken.

De AFM presenteert jaarlijks ontwikkelingen in het jaarplan. Bij de totstandkoming van dat plan wordt op dat moment ook input vanuit verschillende stakeholders gevraagd. Gedurende het jaar zullen we deze prioriteiten uiteraard bijstellen als ontwikkelingen daartoe aanleiding geven. Uit de enquête blijkt dat marktpartijen vinden dat de informatievoorziening van de AFM verbeterd kan worden. Het gaat dan met name om de interpretatie van wetgeving en in het bijzonder om de omgang met open normen. Binnen de AFM wordt op dit moment gewerkt aan richtlijnen die aangeven hoe de AFM met open normen omgaat. Dit

betekent niet dat de AFM deze normen ook zal invullen. Wel zullen wij bij nieuwe regelgeving en themaonderzoeken voorbeelden geven die wij beoordelen als goede en slechte invulling van de betreffende normen. Daarnaast installeert de AFM vanaf 2 juni 2008 de ondernemersconsulent waar startende financiële ondernemingen terecht kunnen met vragen over vergunningverlening of het uitgeven van een prospectus. De ondernemersconsulent is bereikbaar via een telefoonnummer en een e-mailadres die prominent op de website van de AFM gecommuniceerd zullen worden.

Het verheugt ons dat stakeholders tevreden zijn over het respect waarmee medewerkers van de AFM hen behandelen. Dit is een belangrijke voorwaarde om de dialoog met onze stakeholders in stand te houden en te versterken.

Tenslotte, de aandachtspunten die uit dit onderzoek naar voren komen, zijn voor de AFM cruciaal. Juist deze cruciale punten zijn veelal niet eenvoudig; het kost tijd om verbeteringen te realiseren. De AFM werkt hieraan en zal de gekozen lijn verder continueren, om het toezicht verder te verbeteren.

**Hans Hoogervorst**

*Bestuursvoorzitter AFM*

# 1 Inleiding

---

De AFM streeft met haar toezicht het publieke belang na om het vertrouwen van consumenten en bedrijven in de financiële markten te versterken. Dit plaatst de AFM in een spanningsveld van stakeholders met uiteenlopende belangen. Interactie met alle belanghebbenden is daarom van groot belang.

Om deze reden is in december 2007 voor de tweede maal onderzoek gedaan onder de stakeholders van de AFM: door middel van een enquête zijn vragen en stellingen aan stakeholders voorgelegd.

In 2006 is voor de eerste maal een enquête naar stakeholders verstuurd. De AFM heeft er echter voor gekozen in 2007 een optimalisatieslag uit te voeren, waardoor de resultaten van 2007 niet vergelijkbaar zijn met die van 2006. De AFM wil dit onderzoek periodiek herhalen om ook verschuivingen in de mening van stakeholders te kunnen meten. Met de enquête van 2007 is hiervoor de basis gelegd.

In de enquête is allereerst ingegaan op de waardering voor de AFM in het algemeen. Achtereenvolgens kwamen de volgende onderwerpen aan bod:

- 1 het directe contact met de AFM;
- 2 de werkwijze van de AFM;
- 3 de perceptie van de effectiviteit van de AFM en
- 4 de speerpunten van de AFM in 2007.

Om de drempel voor het invullen van de enquête te verlagen is deze in 2007 door het externe onderzoeksbureau MarketResponse uitgezet. Uit de hoge respons en de uitgebreide toelichting op vragen bleek dat de enquête in een behoefte van stakeholders voorzag om hun mening over de AFM te ventileren. Bijna een kwart van de aangeschreven stakeholders heeft de enquête ingevuld en er is in totaal zo'n 75 pagina's aan toelichting geschreven.

In totaal hebben 1291 stakeholders de enquête ingevuld, verdeeld over 1091 zakelijke stakeholders en 200 consumenten. Binnen de groep zakelijke stakeholders is onderscheid gemaakt in de volgende doelgroepen:

- Banken, vermogensbeheerders en beleggingsinstellingen
- Pensioenfondsen
- Verzekeraars
- Tussenpersonen
- Accountants
- Effectenuitgevende instellingen
- Maatschappelijke instellingen (overheid, universiteit, etc.)

De enquête is verstuurd naar medewerkers uit de bovengenoemde doelgroepen die vanuit hun functie te maken hebben met de wet- en regelgeving van de AFM. De enquêteresultaten weerspiegelen dan ook de persoonlijke mening van de respondenten en niet noodzakelijk die van de instelling waarbinnen zij werkzaam zijn.

In dit rapport worden de belangrijkste resultaten van het onderzoek besproken. Er wordt hierbij uitsluitend ingegaan op de mening van stakeholders, een interpretatie of correctie door de AFM is hierbij niet gemaakt. Door middel van een voorwoord van het bestuur, is de reactie van de AFM op deze resultaten weergegeven.

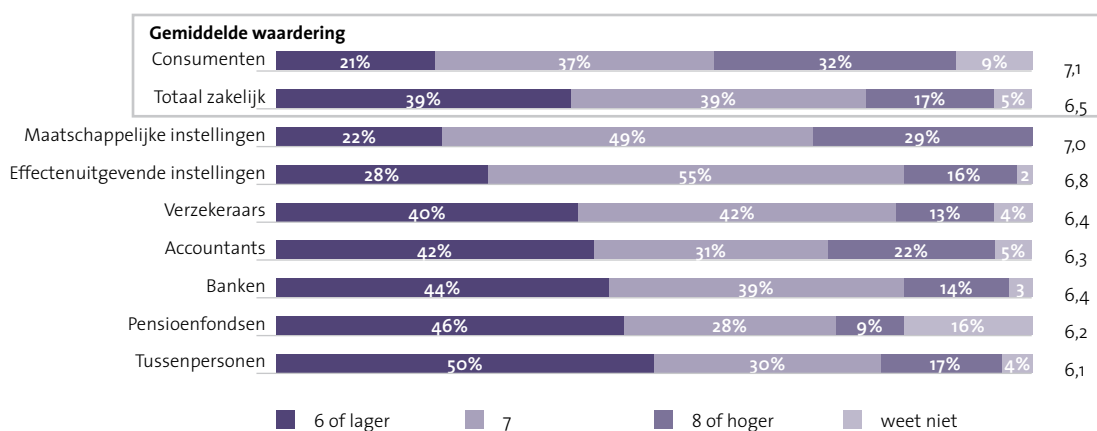
Hoofdstuk 2 gaat in op de waardering voor de AFM in het algemeen van zowel zakelijke stakeholders als consumenten en de factoren die deze waardering beïnvloeden. Hoofdstuk 3 beschrijft het oordeel van stakeholders over de mate waarin de AFM bijdraagt aan haar doelstellingen. In hoofdstuk 4 wordt ingegaan op de werkwijze van de AFM. Hoofdstuk 5, tot slot, bespreekt de mening van stakeholders over de speerpunten van de AFM in 2007.

## 2 Hoe waarderen stakeholders de AFM?

De AFM vindt het belangrijk om verantwoording af te leggen over haar functioneren. Eén van de manieren om dit te doen is door stakeholders te vragen naar hun waardering voor de AFM. In het onderzoek is dit gedaan door alle stakeholders te vragen de AFM een waarderingscijfer tussen de 1 en 10 toe te kennen. De interpretatie van het gemiddelde waarderingscijfer – wanneer scoort de AFM goed, wanneer kan het beter – is lastig. De AFM streeft naar eerlijke en transparante financiële markten en moet daarbij regelmatig impopulaire maatregelen nemen die de waardering van individuele stakeholders negatief zou kunnen beïnvloeden, maar die voor de markt als geheel noodzakelijk zijn. Het al dan niet streven naar een hoog waarderingscijfer is daarmee afhankelijk van de factoren die de waardering beïnvloeden. Zijn dit factoren rondom het nemen van toezichtmaatregelen dan is het belang van toezicht groter dan het belang van een goede waardering. Zijn dit overige factoren zoals bijvoorbeeld de telefonische bereikbaarheid of de mate waarin de AFM zorgvuldig te werk gaat, dan is het mogelijk de waardering voor de AFM te vergroten door de prestaties op deze factoren te verbeteren.

Naast het bepalen van de aspecten die de waardering beïnvloeden is het ook mogelijk om een waarderingscijfer te interpreteren door deze af te zetten tegen een benchmark: het waarderingscijfer van vergelijkbare toezichthouders of van vergelijkbare overheidsinstellingen. Vanwege de grote diversiteit in doelgroepen in het onderzoek, en ook vanwege de (grote) verschillen tussen toezichthouders en overheidsinstellingen in Nederland is besloten de benchmark in dit onderzoek achterwege te laten, en een eigen trend op te bouwen door het onderzoek periodiek te herhalen.

### 2.1. Zakelijke stakeholders waarderen AFM met een 6,5; consumenten met een 7,1



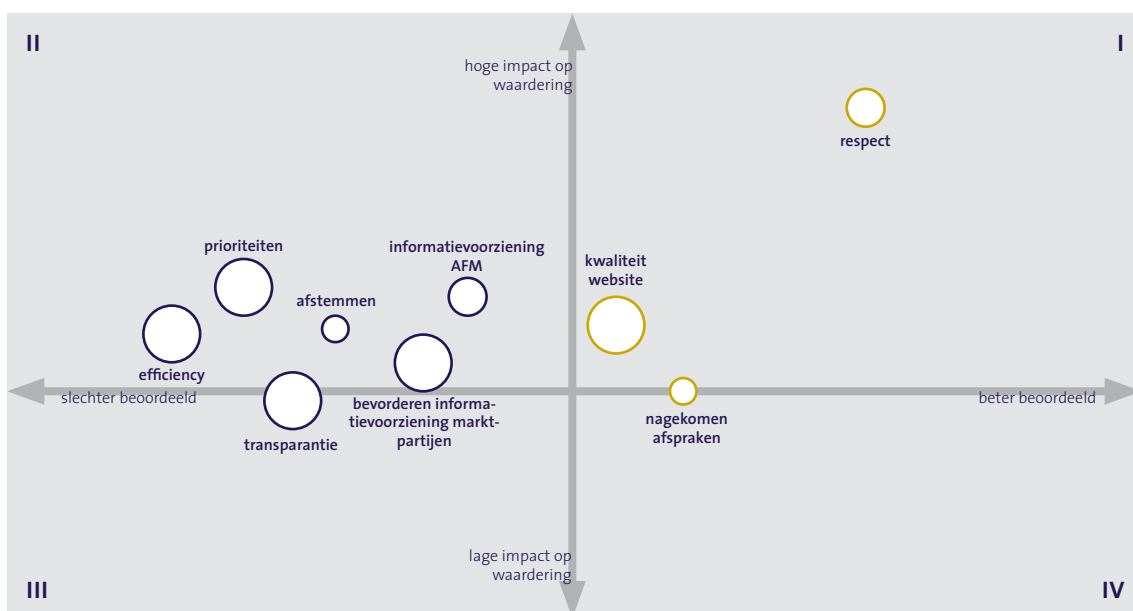
Figuur 1: Gemiddeld waarderingscijfer per doelgroep



Gemiddeld geven zakelijke stakeholders een 6,5 aan de AFM. Deze waardering van zakelijke stakeholders varieert van een 6,1 door tussenpersonen tot een 7,0 van maatschappelijke instellingen. Hoewel er verschillen lijken te zijn in doelgroepen zijn deze niet significant<sup>1</sup>. Ook de positie die de respondent binnen een organisatie heeft (hoger kader, midden kader, medewerker) of de grootte van de organisatie waar men werkzaam is heeft weinig invloed op het waarderingcijfer. Respondenten werkzaam in een kleine organisatie (5 of minder medewerkers) lijken de AFM ietwat minder te waarderen dan respondenten werkzaam in grote organisaties (6,1 versus 6,6), echter ook dit verschil is niet significant.

Consumenten geven de AFM gemiddeld een 7,1. Een groot deel van de consumenten kent de AFM via berichten in de pers, via hun bank/tussenpersoon of door de Financiële Bijsluiter en heeft geen contact gehad met de AFM. De waardering over de AFM is dus op deze ervaringen gebaseerd.

## 2.2 Respect, prioriteitenstelling en informatie AFM belangrijk voor stakeholders



*Figuur 2: Welke factoren beïnvloeden de waardering van zakelijke stakeholders en hoe worden deze factoren beoordeeld?*

*Noot: de verticale as geeft weer hoeveel invloed een aspect heeft op de waardering. Hoe hoger het aspect staat hoe grote de invloed op de waardering. De horizontale as geeft de gemiddelde score van elk van de aspecten. Hoe meer een aspect naar rechts staat hoe beter dit aspect beoordeeld wordt. Door middel van de omvang van de cirkel wordt weergegeven hoeveel stakeholders met een aspect te maken hebben gehad. Hoe kleiner de cirkel, hoe minder stakeholders met dit aspect te maken hebben gehad.*

<sup>1</sup> Significantie bij het gebruik van een steekproef geeft aan wanneer een verschil op toeval gebaseerd is of aantoonbaar is

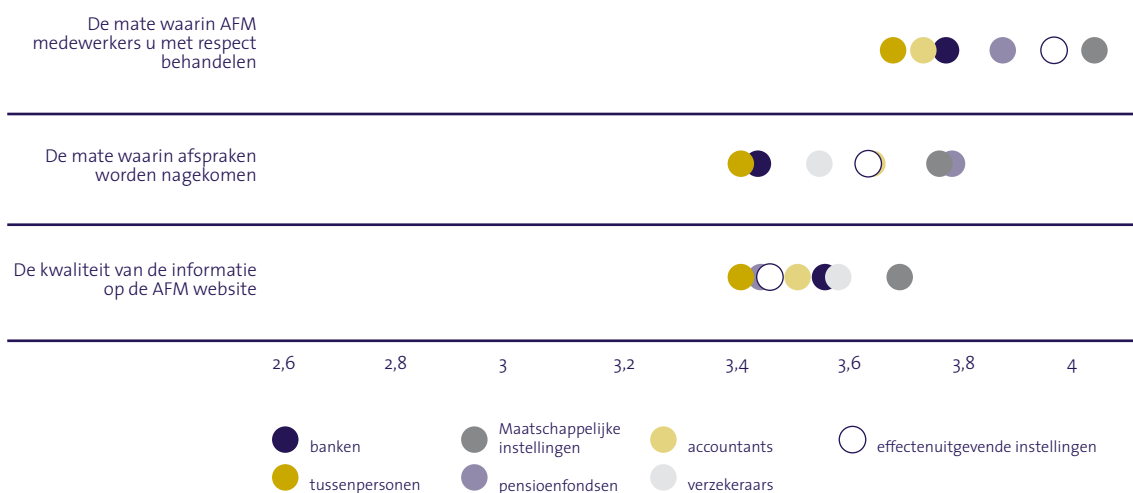
In het onderzoek is naast de algemene waardering voor de AFM ook gevraagd naar de waardering op aspecten rondom het contact, de communicatiemiddelen en de werkwijze van de AFM. Met behulp van een regressie-analyse is vervolgens bepaald welke aspecten van invloed zijn op de waardering (zie bijlage 1).

Zaken rondom het contact zijn onder andere de bereikbaarheid en de deskundigheid van de medewerkers van de AFM. Bij de communicatiemiddelen van de AFM wordt ingegaan op de nieuwsbrief, de website en het relatiemagazine Inzicht. Omtrent de werkwijze van de AFM is onder meer gevraagd naar de zorgvuldigheid en de integriteit van de AFM. Bij al deze aspecten gaat de AFM ervan vanuit dat er verbetering mogelijk is, mocht dat nodig zijn.

Tevens is gevraagd naar de wijze en de balans van het hanteren van harde en zachte toezichtsinstrumenten. Hierbij zal in mindere mate verbetering haalbaar zijn: de AFM hanteert deze instrumenten in het belang van de markt.

Figuur 2 toont de aspecten die de waardering voor de AFM significant beïnvloeden en hoe stakeholders ons momenteel beoordelen op deze factoren.

Uit figuur 2 is in kwadrant I (rechtsboven) af te lezen dat stakeholders de mate waarin zij door de medewerkers van de AFM met respect worden behandeld zeer belangrijk vinden en ook waarderen. Ook de kwaliteit van de website en het nakomen van afspraken worden goed beoordeeld en zijn van belang voor de waardering van stakeholders. Er is wel variatie in de beoordeling van de factoren door de verschillende groepen stakeholders (figuur 3). Zo zijn respondenten van maatschappelijke instellingen gemiddeld positiever dan respondenten van bijvoorbeeld banken en tussenpersonen.



Figuur 3: Variatie in beoordeling van beter beoordeelde aspecten (gemiddelde score op schaal 1 t/m 5)

*Noot: in de figuur is op de horizontale as de gemiddelde score van de groep stakeholders op dat specifieke aspect weergegeven (conform de horizontale as in de prioriteitenmatrix). Hoe meer de score van een groep stakeholders naar links staat, hoe slechter deze wordt beoordeeld. Hoe meer de score op een aspect naar rechts staat, hoe beter deze wordt beoordeeld.*

Uit kwadrant II in figuur 2 blijkt tevens dat stakeholders de informatievoorziening van de AFM belangrijk vinden, evenals de mate waarin de AFM prioriteiten stelt. Zij zijn echter minder tevreden over deze onderwerpen. Dit geldt ook, maar in mindere mate, voor de onderlinge afstemming van AFM medewerkers en de mate waarin stakeholders vinden dat de AFM efficiënt werkt. Tot slot zijn stakeholders relatief ontevreden over de mate waarin de AFM de informatievoorziening van stakeholders bevordert, en ook dit heeft invloed op de waardering. Hiermee geven stakeholders aan dat zij vinden dat de eigen informatievoorziening niet verbeterd is door bijvoorbeeld de verplichte melding van de risico-indicator.

Ook hier geldt dat er variatie is in de beoordeling van de verschillende doelgroepen (figuur 4). Zo zijn respondenten van effectenuitgevende instellingen over het algemeen positiever dan andere doelgroepen. Accountantsorganisaties zijn relatief gezien positief over de onderlinge afstemming maar juist relatief negatief over het stellen van de juiste prioriteiten. Banken en verzekeraars zijn met name ontevreden over de mate waarin de AFM efficiënt werkt en de informatievoorziening van de AFM.



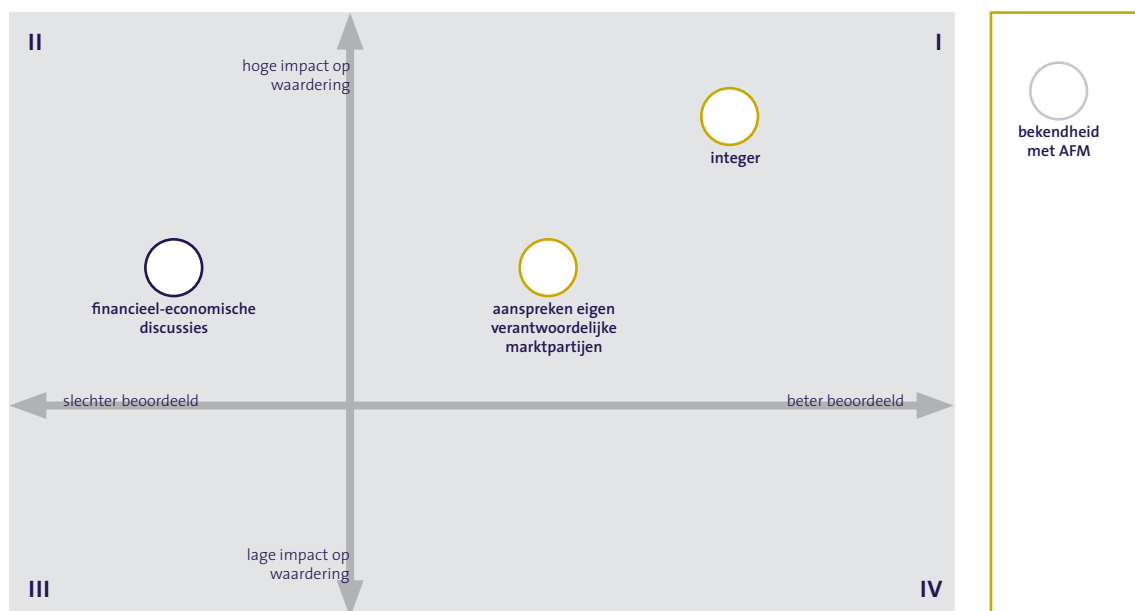
Figuur 4: Variatie in beoordeling slechter beoordeelde aspecten (gemiddelde score op schaal 1 t/m 5)

Stakeholders hebben in de vragenlijst de mogelijkheid gekregen om aan te geven wat de AFM volgens hen zou moeten verbeteren in 2008. Het commentaar dat gegeven is ondersteunt de hierboven beschreven analyse. Box 1 geeft een aantal van deze citaten; bij ieder citaat is weergegeven uit welke doelgroep deze afkomstig is. Uiteraard moet hierbij in gedachten gehouden worden dat hier slechts een zeer klein deel van de citaten wordt getoond, en dat deze uitsluitend weergegeven worden om de beeldvorming te vergroten. Ook heeft geen filtering plaatsgevonden op de juistheid van deze citaten. Een citaat waarin de interpretatie van een stakeholder wordt weergegeven, geeft dan ook niet aan dat de AFM het met deze zienswijze eens is.

- Bank: "Focus op de grootste risico's voor klanten"
- Tussenpersoon: "efficiënter waardoor de kosten van het toezicht niet verder toenemen. De prijs van het toezicht is (te) hoog. Naast de bijdrage aan de AFM in geld kost het ook nog eens erg veel tijd"
- Tussenpersoon: "Meer voorbeelden geven hoe de regelgeving in de praktijk dient te worden toegepast en niet al te veel open normen gebruiken. Standaardisatie is gewenst"
- Pensioenfonds: "In 1 woord: FOCUS: Wat is visie? Welk doel streeft het na in 2008 en 2009 etc? Wat zijn prio's. En geef daarop heel concrete handreikingen"
- Verzekeraar: "Meer overleg met marktpartijen en een minder formele houding"
- Verzekeraar: "Niet bang zijn om voorgelegde interpretaties kwesies over de WFT schriftelijk te beantwoorden. De Belastingdienst doet dit wel waardoor het respect daarvoor wordt vergroot"
- Accountant: "directie AFM zou eens bij hun cliënten op bezoek moeten gaan. Dan moeten zij wel uit hun hoge ivoren toren komen"
- Effectenuitgevende instelling: "onderzoek eerst of doe eerst navraag voordat een formele brief (ten onrechte) wordt verzonden!"
- Effectenuitgevende instelling: "Heldere communicatie over (onvermijdelijke) grijze gebieden in de regelgeving, bij voorkeur met voorbeelden van wat acceptabel wordt gevonden en wat niet"

*Box 1 : citaten op de vraag: wat moet de AFM verbeteren in 2008?*

## 2.3 Hoe beter consumenten de AFM kennen, des te hoger de waardering



*Figuur 5: Welke factoren beïnvloeden de waardering van consumenten en hoe worden deze factoren beoordeeld?*

Analoog aan de analyse voor zakelijke stakeholders geeft figuur 5 voor consumenten aan welke factoren de waardering voor de AFM beïnvloeden én hoe consumenten ons momenteel beoordelen op deze factoren. In het onderzoek is onderscheid gemaakt in consumenten die globaal weten wat de AFM doet en consumenten die (vrij) goed weten wat de AFM doet. Dit onderscheid blijkt een belangrijke verklaring te zijn voor de waardering van de AFM: hoe beter men de AFM kent, hoe hoger de waardering. In figuur 5 is dit aspect met een grijze bol weergegeven, los van de rest van de factoren. Consumenten hebben immers geen oordeel over dit aspect, dit is een kenmerk van de consumenten zelf die invloed heeft op de waardering.

Uit de analyse blijkt bovendien, uit het eerste kwadrant, dat de integriteit van de AFM een belangrijk aspect is voor consumenten dat bovendien relatief goed wordt beoordeeld. Ook de mate waarin de AFM marktpartijen aanspreekt op de eigen verantwoordelijkheid heeft invloed op de waardering van consumenten en wordt goed beoordeeld. Consumenten vinden dat de AFM zich nog te weinig mengt in financieel-economische discussies (kwadrant II).

### 3 Wat vinden stakeholders van de effectiviteit van de AFM?

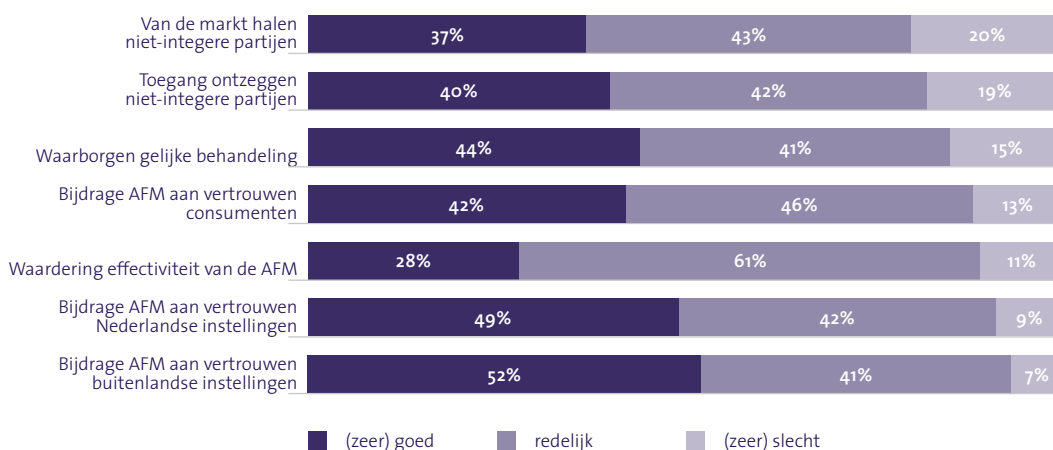
De taak van de AFM is het bevorderen van eerlijke en transparante financiële markten. Ons streven is het vertrouwen van consumenten en bedrijven in de financiële markt te versterken, ook internationaal. Op deze manier draagt de AFM bij aan de welvaart en de economische reputatie van Nederland.

Voor de AFM is het lastig te bepalen in hoeverre zij haar doelstelling haalt, ofwel in hoeverre haar toezicht effect heeft. Eén manier om hier inzicht in te krijgen is door aan anderen, bijvoorbeeld stakeholders, te vragen hoe zij tegen de effectiviteit van de AFM aankijken. Uitgangspunt om stakeholders hierover vragen te stellen is dat stakeholders zich in de markt bevinden en dus zicht hebben op de werking van deze markten. In het onderzoek is daarom aan stakeholders gevraagd hun mening te geven over onder meer de bijdrage van de AFM aan het vertrouwen aan de markt en het waarborgen van gelijke behandeling.

Om de antwoorden van stakeholders op deze stellingen te kunnen interpreteren zijn maatstaven gedefinieerd. Met deze maatstaven wordt aangesloten bij de algemeen gebruikte maatstaven voor het meten van klanttevredenheid binnen commerciële organisaties:

- > 20% (zeer) slecht = hoge ontevredenheid
- 10%-20% (zeer) slecht = gemiddelde ontevredenheid
- < 10% (zeer) slecht = lage ontevredenheid

#### 3.1 Bijdrage van de AFM aan vertrouwen in de markt (redelijk) goed beoordeeld



Figuur 6: Beoordeling effectiviteit AFM

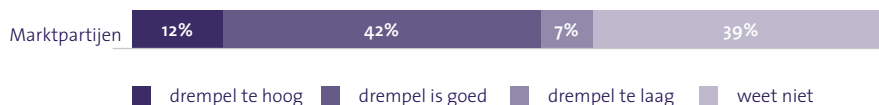
In figuur 6 is de waardering van stakeholders voor de effectiviteit van de AFM opgenomen: 61% geeft aan dit redelijk te vinden. Opvallend is dat stakeholders over deze stelling rondom de effectiviteit het minst uitgesproken zijn; wellicht hebben veel stakeholders zich nog geen duidelijke mening kunnen vormen over de overall effectiviteit van de AFM.

Op de vraag in hoeverre stakeholders vinden dat de AFM erin slaagt niet-integere partijen van de markt te halen of hen de toegang tot de markt te ontzeggen wordt een relatief hoge ontevredenheid gemeten, zo'n 20% van de zakelijke stakeholders beoordeelt dit aspect met (zeer) slecht. Met name tussenpersonen geven hier een meer negatieve beoordeling dan andere stakeholders.

Aan stakeholders is ook gevraagd wat zij vinden van de bijdrage van de AFM aan het vertrouwen in de markt. Stakeholders zijn (redelijk) tevreden over de bijdrage van de AFM aan het vertrouwen in de Nederlandse en buitenlandse instellingen. Over de waarborging gelijke behandeling en de bijdrage aan het vertrouwen van consumenten zijn stakeholders relatief ontevreden, respectievelijk 13% en 15% vindt de bijdrage van de AFM (zeer) slecht. Tussenpersonen geven vaker een (zeer) slechte score dan andere doelgroepen.

Ook hier is het voor de AFM interessant om te bepalen hoe de mening van stakeholders over het vertrouwen in de markt tot stand is gekomen. Er is gekeken of de mening van stakeholders over de werkwijze of het contact met de AFM invloed heeft gehad op de mening over de bijdrage aan het vertrouwen. Dit is wederom gedaan met behulp van een regressie analyse. Hieruit bleek dat het oordeel over het vertrouwen door veel aspecten van de werkwijze en het contact wordt beïnvloedt, maar allen voor een zeer klein deel. Dit doet vermoeden dat er nog andere, overkoepelende factoren zijn die niet in de vragenlijst waren opgenomen, maar wel invloed hebben op het oordeel van stakeholders over het vertrouwen. De analyse is om deze reden niet opgenomen in deze rapportage.

### 3.2. Stakeholders tevreden over hoogte toetredingsdrempel



*Figuur 7: Kunt u aangeven wat u vindt van de hoogte van de toetredingsdrempel voor nieuwe aanbieders?*

In het kader van de beoordeling van de effectiviteit van de AFM is ook gevraagd naar de hoogte van de toetredingsdrempel van nieuwe aanbieders. Vinden stakeholders deze drempel te hoog? Of vinden zij dat deze juist hoger mag?

Uit figuur 7 blijkt dat ook hier veel stakeholders niet weten hoe het met de toetredingsdrempel gesteld is, met name onder pensioenfondsen en effecten-uitgevende instellingen is dit het geval. De stakeholders die wel hun mening over dit onderwerp hebben weergegeven lijken tevreden te zijn over deze balans. Met name accountants vinden dat de drempel te hoog is. Een kwart van de accountants geeft dit aan. Vooral de kleinere accountantskantoren (met minder dan 50 FTE) vinden de toetredingsdrempel te hoog.

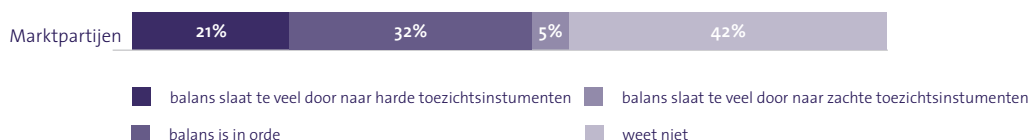


## 4 Wat vinden stakeholders van de werkwijze van AFM?

Eerder in deze rapportage is beschreven welke factoren uit het contact en de werkwijze van de AFM invloed hebben op de waardering van stakeholders. Los van de impact op waardering geven de aspecten rondom de werkwijze van de AFM die hierbij niet naar voren kwamen wel inzicht in de mening van stakeholders over deze werkwijze. In dit hoofdstuk worden daarom een tweetal aspecten omtrent de werkwijze van de AFM uitgelicht<sup>2</sup>:

- 1 de balans in harde en zachte toezichtinstrumenten
- 2 de balans in verantwoordelijkheid

### 4.1. Mening over balans in harde en zachte toezichtinstrumenten verdeeld

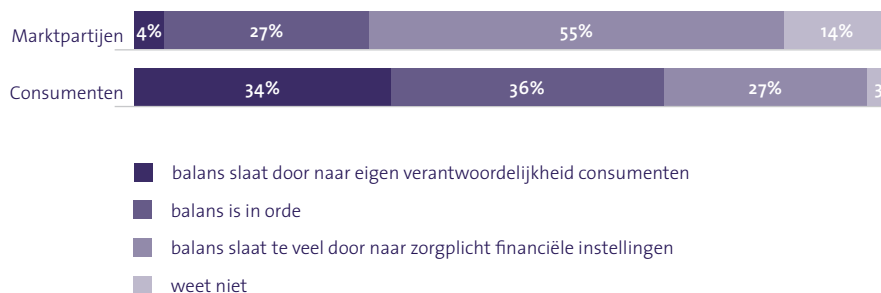


*Figuur 8: Wat vindt u van de balans tussen 'harde' en 'zachte' toezichtsinstrumenten van de AFM?*

De AFM hanteert in haar toezicht zowel harde als zachte toezichtinstrumenten. Onder harde toezichtinstrumenten vallen bijvoorbeeld boetes, aanwijzingen en het intrekken van vergunningen. Wanneer door de AFM de dialoog met marktpartijen wordt aangegaan, valt dit onder zachte toezichtinstrumenten. Uit figuur 8 blijkt dat ruim 40% van de zakelijke stakeholders heeft aangegeven niet te weten hoe het met de balans tussen harde en zachte toezichtinstrumenten gesteld is. Met name pensioenfondsen geven dit aan, wat verklaarbaar is aangezien pensioenfondsen pas sinds januari 2007 met de AFM te maken hebben. Uiteraard kan ook een deel van de overige stakeholders niet met zowel de harde als zachte toezichtsinstrumenten te maken hebben gehad, waardoor zij zich dus geen oordeel hebben kunnen vormen. Met name accountants vinden dat de balans doorslaat naar het gebruik van harde toezichtsinstrumenten: bijna 40% geeft dit aan.

<sup>2</sup> Een deel van de aspecten rondom de werkwijze bleken sterk samen te hangen met aspecten die wel uit de analyse naar voren kwamen (multicollineariteit). Vanwege de hoge samenhang worden deze aspecten niet verder toegelicht.

#### 4.2. Zakelijke stakeholders vinden balans in verantwoordelijkheid doorslaan naar financiële instellingen



*Figuur 9: Wat vindt u van de balans tussen eigen verantwoordelijkheid van consumenten en de zorgplicht van instellingen?*

Aan zowel consumenten als stakeholders is de vraag gesteld wat zij vinden van de balans in het toezicht: is deze goed of slaat deze teveel door naar de verantwoordelijkheid van consumenten of van marktpartijen? De meerderheid van de marktpartijen vindt dat de balans doorslaat naar verantwoordelijkheid voor financiële instellingen (figuur 9). Zij vinden dat consumenten meer verantwoordelijkheid moeten nemen, en zich niet alleen zouden moeten laten leiden door hebzucht. Met name banken, verzekeraars en tussenpersonen geven dit aan. Deze vraag is tevens aan consumenten voorgelegd om een vergelijking te kunnen maken. Bij consumenten blijken de meningen meer verdeeld: slechts 1/3 vindt dat de verantwoordelijkheid doorslaat naar consumenten.

## 5 Wat vinden stakeholders van specifieke speerpunten en toezichtgebieden?

Over een aantal speerpunten en/of toezichtgebieden die het afgelopen jaar op de agenda stonden heeft de AFM in het onderzoek specifiek om een oordeel van stakeholders gevraagd (figuur 10). De vragen zijn alleen gesteld aan die stakeholders die met deze projecten te maken hebben gehad. De letters achter de grafiekbalken geven weer aan welke doelgroepen gevraagd is hun mening te geven over een specifiek speerpunt.

B= Banken, vermogensbeheerders en beleggingsinstellingen

P= Pensioenfondsen

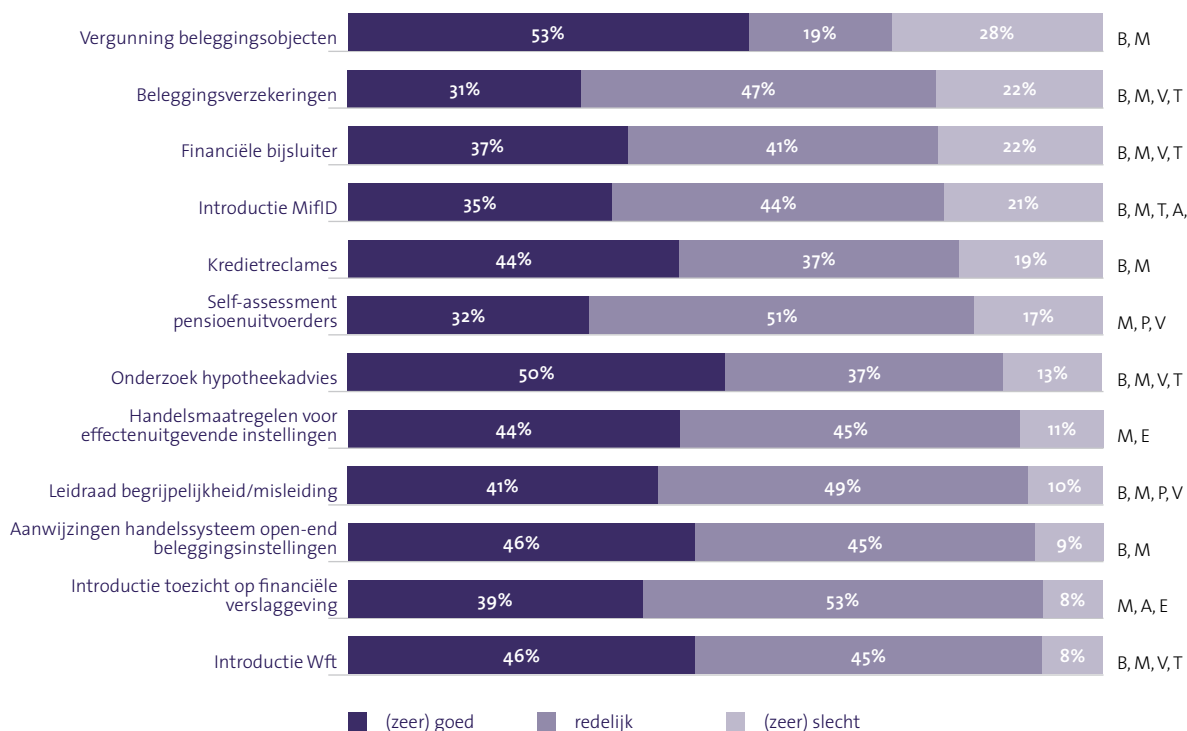
V= Verzekeraars

T= Tussenpersonen

E= Effectenuitgevende instellingen

A= Accountants

M= Maatschappelijke instellingen (overheid, universiteit, etc)



Figuur 10: Oordeel over speerpunten en/of toezichtgebieden

In onderstaande alinea's wordt op ieder speerpunt/toezichtsgebied een toelichting gegeven op de inhoud van dit speerpunt. Daarnaast worden een aantal citaten van stakeholders uit de ondervraagde doelgroepen vermeldt, om een beter beeld te geven van de door stakeholders gegeven waardering. Om een zo duidelijk mogelijk beeld te geven van de manier waarop stakeholders tegen deze speerpunten aankijken is er voor gekozen geen filtering te laten plaatsvinden op de juistheid van deze citaten. Een citaat, waarin een interpretatie van een stakeholder wordt weergegeven, geeft echter niet aan dat de AFM het met deze zienswijze eens is.

### Vergunning beleggingsobjecten

De AFM heeft in 2007 van 44 aanvragen voor een vergunning voor een beleggingsobject de betrouwbaarheid en deskundigheid van de beleidsbepalende personen beoordeelt. Daarnaast is ook de de bedrijfsvoering van de onderneming in Nederland bekeken. Dit is het speerpunt waar de mening van stakeholders het meest uitgesproken is: het percentage ontevreden stakeholders is hier het hoogst, maar ook het percentage tevreden stakeholders.

- “Handhaving op degene die geen vergunning hebben ontbreekt”
- “Drempel mag naar € 100.000,-“
- “nog steeds zijn niet door de AFM gecontroleerde beleggingsobjecten op de markt, consumenten zijn zich niet bewust van het feit dat sommige objecten niet onder controle staan van de AFM”

### Beleggingsverzekeringen

In het project beleggingsverzekeringen is gekeken naar het verkoopproces rondom deze levensverzekeringen. Focus lag hierbij op de beloofde rendementen én op het advies dat de consument krijgt bij aanschaf van een dergelijke verzekering.

- “Er is een hetze ontstaan: dit schaadt het vertrouwen”
- “AFM treedt teveel reactief op waardoor het kwaad al is geschied”
- “40% kosten bevat ook kosten overlijdensrisicopremie, de ophef is daarom niet terecht”
- “consument heeft ook eigen verantwoordelijkheid die te vaak uit het oog wordt verloren”
- “de TP's staan teveel in een slecht daglicht. Begin eens bij de verzekeraars die niet eerlijk zijn met de kostenstructuren”
- “helder en snel. Zeker geen zachte heelmeester. Eindelijk eens op een scherpe manier iets opengegooid”

### Toezicht op de Financiële Bijsluiter (FB)

In oktober 2006 is de regelgeving met betrekking tot de FB veranderd. De AFM heeft in 2007 een tweetal steekproeven gehouden om de naleving van deze regelgeving te controleren. Daarnaast is er een voortdurende dialoog met marktpartijen om de kwaliteit van de regelgeving te verbeteren.

- “risicometer geeft te vaak hoog risico aan, hierdoor geen vergelijking van fondsen op risico mogelijk”
- “goed instrument om advies te geven”
- “Bijsluiter is een concreet instrument. Al is het niet zaligmakend, het is wel herkenbaar en eenduidig voor de consument”
- “consument leest het niet”
- “werkt niet voor bv. een beleggingsverzekering met 16 fondsen: zijn 16 FB’s nodig”
- “veel rekenwerk (guise)”

### Introductie Mifid

De Markets in Financial Instruments Directive (Mifid) is op 1 november 2007 in werking getreden. De AFM heeft een reader beschikbaar gesteld over de Mifid, verschillende voorlichtingsbijeenkomsten gehouden en vragen van marktpartijen beantwoord.

- “op zich goed introductie. Had wat meer diepgang gemogen”
- “heldere berichtgeving en brochures”
- “AFM was veel te laat met haar wetgeving en/of toelichtingen”

### Toezicht op kredietreclames

De AFM heeft in het eerste kwartaal van 2007 een onderzoek gedaan naar kredietreclames op de televisie. Ongeveer een derde van deze reclames voldeed toen niet aan de eisen. In het vierde kwartaal van 2007 bleek uit het doorlopend toezicht dat er al een substantiële complianceverbetering heeft plaatsgevonden. Vrijwel alle reclames voldoen momenteel aan de wet- en regelgeving. Daarnaast is in 2007 onderzoek gedaan naar gedrukte advertenties van kredietaanbieders. Uit het onderzoek wordt duidelijk dat de kredietaanbieders bekend zijn met de geldende reclameregels. Uit de doorlopende monitoring van de landelijke print media bleek ook hier dat in het vierde kwartaal 2007 vrijwel alle kredietreclames aan de informatievereisten voldoen.

- “De regelgeving is veel te streng en soms volstrekt niet in het belang van de consument, bovendien worden die regels ook veel te streng gehanteerd, dit stukje toezicht is veel te formeel”
- “Heldere (en werkbare) richtlijnen die misleiding tegengaan”
- “Nog steeds tenenkrommende reclames op TV, waarin het voor consumenten erg gemakkelijk wordt voorgeschoteld om in luxe te leven”
- “AFM moet gewoon vaker boetes opleggen. Dus meer vóór de schermen ipv erachter”
- “heldere en werkbare richtlijnen die misleiding tegengaan”

### Self-assessment pensioenuitvoerders

Met het ingaan van het toezicht op pensioenuitvoerders is er een questionnaire uitgezet onder pensioenuitvoerders. Doelstelling van deze questionnaire was tweeledig. Voor de AFM was de questionnaire een middel om te bepalen in hoeverre de Pensioenwet wordt nageleefd. Voor marktpartijen is het een middel om te kijken in hoeverre hun dagelijkse praktijk voldoet aan deze Pensioenwet.

- “vragen waren ter zake”
- “goede, duidelijke en efficiënte aanpak”
- “detailniveau is hoog, terwijl er weinig of niks mee lijkt te gebeuren. De inspanning waard?”
- “sommige vragen waren multi-interpretabel, bedoeling was niet duidelijk”
- “twee toezichthouders teveel van het goede”

### Onderzoek Hypotheekadvies

In 2007 heeft de AFM een groot onderzoek uitgevoerd naar de kwaliteit van de advisering rondom hypotheek. Over dit thema is in het najaar een rapport uitgebracht. Daarnaast zijn de resultaten van het onderzoek individueel teruggekoppeld aan de partijen die bij het onderzoek betrokken zijn geweest.

- “Geeft guidance op open norm, goede samenwerking met branche en deskundigen, mediale inzet is goed”
- “Belangrijk onderwerp, genuanceerd rapport”
- “Het (bewust) uitlekken naar de pers”
- “Een goed referentiekader voor toetsing van de eigen praktijk”
- “best practices kan leiden tot pseudo-wetgeving”
- “conclusie dat het goed was irreëel, het feit dat 25% van de adviezen niet aansluit is veel!”
- “rapport werk stigmatiserend naar de adviseur, hij heeft het altijd gedaan”

### Handelsmaatregelen voor effectenuitgevende instellingen

In 2007 bleek de markt steeds meer gewend te zijn aan het relatief nieuwe toezicht van de AFM rondom transparantie-eisen. Ondernemingen namen in steeds meer gevallen op de juiste wijze hun verantwoordelijkheid en publiceerden in het algemeen meer persberichten.

- “Er wordt snel gereageerd op vragen en concept persberichten”
- “De AFM is passief ten aanzien van het begeleiden, men moet het maar zelf uitzoeken”
- “de AFM zorgt door haar ingrijpen voor meer/snelere duidelijkheid door uitgevende instellingen aan de markt”

### Leidraad begrijpelijkheid/misleiding

De Wet financieel toezicht stelt voor meerdere gebieden de eis dat informatie aan consumenten onder meer ‘begrijpelijk’ moet zijn en ‘niet misleidend’. Dit betreft relatief open normen die binnen de grenzen van de Wft naar eigen inzicht ingevuld kunnen worden. Op verzoek van marktpartijen die te maken hebben met deze eisen, heeft de AFM in 2007 twee leidraden opgesteld. Deze zijn nadrukkelijk geen nadere invulling van de open normen, maar zijn bedoeld om richting te geven aan de kaders die bij het toezicht op deze normen worden gehanteerd door de AFM.

- “goed dat de AFM inspringt op een behoefte uit de markt voor guidance”
- “zo moet het, een goed begin”
- “het is moeilijk om dit soort begrippen helder te maken. Ook voor de AFM. Dat de AFM het toch probeert is een goede zaak”
- “Een open norm die ingevuld wordt door de leidraad van de toezichthouder. Is het dan nog een open norm? Ik betwijfel het”
- “onduidelijkheid omtrent de status van het document”

### Aanwijzingen handelssysteem open-end beleggingsinstellingen

In het rapport van de Commissie modernisering beleggingsinstellingen onder leiding van prof. mr. Jaap Winter (‘Commissie Winter’) zijn aanbevelingen gedaan voor het aanpassen van het Nederlandse handelssysteem voor open-end beleggingsinstellingen. De aanbevelingen zijn door de AFM in nauwe samenwerking met de markt vertaald naar de praktijk. Het nieuwe systeem is tot stand gekomen in gezamenlijk overleg tussen de Dutch Fund and Asset Management Association (“Dufas”), de Nederlandse Vereniging van Banken (“NVB”) en de AFM. De AFM heeft op 8 januari 2007 een brief naar alle betrokken marktpartijen gestuurd met daarin aanwijzingen voor de implementatie van het Nederlandse handelssysteem voor open-end beleggingsinstellingen.

- “er is inclusief de betrokkenheid van de AFM een goed (werkbaar) handelssysteem van de grond gekomen”
- “goed de druk op de ketel houden maar tegelijkertijd de markt de ruimte geven om met oplossingen te komen”
- “houding van AFM was actief en constructief”
- “te weinig en te laat”

### Introductie wet toezicht op financiële verslaggeving

Het toezicht van de AFM op de financiële verslaggeving bestaat uit twee taken: de eerste taak betreft het toezicht op het tijdig en volledig deponeren van de financiële verslaggeving, en het onderhouden van een openbaar register. De tweede taak betreft het toezicht op de juiste toepassing van de verslaggevingsvoorschriften.

- “Zeer snel ingevoerd, weinig gewenning, soms onbegrijpelijke standpunten, geen enkel gevoel voor materialiteit”
- “Op dit gebied grote deskundigheid (zou een voorbeeld voor andere AFM afdelingen kunnen zijn)”
- “AFM gaat wederom ruled-based toetsen. Geen oog voor interpretatie regelgeving”
- “voldoende communicatie en informatie verspreiding”

### Introductie Wft

Per 1-1-2007 is de Wet financieel toezicht (Wft) in werking getreden. De inwerkingtreding heeft geleid tot diverse implementatievragen (met name in het eerste half jaar van 2007) zowel vanuit de sector als vanuit de AFM die aandacht behoeften.

- “Wet niet altijd helder, teksten open voor interpretatie”
- “Duidelijk en voldoende info”
- “De AFM heeft veel aan voorlichting gedaan en dat heeft verduidelijkend gewerkt”
- “goede informatie op de site, goede voorlichtingsbijeenkomst”
- “Laat bekend, invoeringstermijn te kort”
- “uitvoerige en deugdelijke informatievoorziening”



## Bijlage 1 onderzoeksverantwoording

### Onderzoeksopzet

Het onderzoek is uitgevoerd door onderzoeksbureau MarketResponse in Leusden.

### Zakelijke stakeholders

Zakelijke stakeholders konden via een on-line vragenlijst hun mening over de AFM weergegeven. Van 3 december tot 31 december 2007 stond hiertoe de online vragenlijst open op de onderzoeksportal van MarketResponse.

In totaal zijn 5.103 zakelijke stakeholders uitgenodigd voor het onderzoek; 1.091 hebben de vragenlijst ingevuld. De respons was dus 22%. De verdeling naar doelgroep is in tabel 1 weergegeven. Bij het bepalen van het totaaloordeel van de zakelijke stakeholders zijn de doelgroepen steeds even zwaar meegenomen.

Doelgroep	Aantal respondenten
Banken, vermogensbeheerders, beleggingsinstellingen	276
Pensioenfondsen	123
Verzekeraars	141
Tussenpersonen	321
Accountants	121
Effectenuitgevende instellingen	58
Maatschappelijke instellingen (universiteiten, ministeries, belangenverenigingen, etc.)	51
<b>Totaal</b>	<b>1091</b>

Table 1: Respons zakelijke stakeholders

De verdeling van de zakelijke stakeholders die meegewerkt hebben aan het onderzoek naar kader (medewerker, middenkader en hoger kader) en FTE is in tabel 2 weergegeven.

	Kader				Totaal
	Hoger kader (directeur, partner)	Middenkader (manager, hoofd)	Medewerker	Weet niet	
<b>FTE</b>					
5 of minder	266	41	18	0	325
6 tot 50	154	53	19	0	226
50 tot 250	58	48	31	0	137
250 of meer	92	148	141	0	381
weet niet	7	6	4	5	22
<b>Totaal</b>	<b>577</b>	<b>296</b>	<b>213</b>	<b>5</b>	<b>1.091</b>

Table 2: Verdeling zakelijke stakeholders naar kader en aantal FTE

### Consumenten

Consumenten zijn telefonisch ondervraagd. Hierbij is gebruik gemaakt van De Onderzoek Groep, het consumentenpanel van MarketResponse. Consumenten zijn geselecteerd door middel van een selectievraag: uitsluitend de consumenten die aangaven (globaal) te weten wat de AFM doet, hebben deelgenomen aan de verdere vragen in het onderzoek. Dit was zo'n 15% van de consumenten, uiteindelijk zijn 200 consumenten ondervraagd.

### Regressie-analyse

Om te bepalen welke van de gevraagde aspecten de waardering over de AFM beïnvloeden is gebruik gemaakt van lineaire regressie, de meest gebruikte methode om verbanden tussen variabelen (ofwel stellingen in een vragenlijst) te bepalen.

Het gebruik van regressie analyse in deze situatie is nader bekeken. In de vragenlijst (zie bijlage 2) is gebruik gemaakt van de volgende 5-punts antwoordschaal: zeer goed- goed- redelijk- slecht- zeer slecht

Strikt genomen kan bij dit type antwoordschaal geen lineaire regressie analyse gebruikt worden. Een aspect dat wordt beoordeeld als 'zeer slecht' wordt negatiever beoordeeld dan wanneer het wordt beoordeeld met 'slecht', evenals dat 'slecht' negatiever is dan 'redelijk'. Echter, het verschil in beoordeling tussen 'zeer slecht' en 'slecht' is waarschijnlijk anders dan het verschil tussen 'slecht' en 'redelijk'. Lineaire regressie gaat voorbij aan deze nuance en veronderstelt dat de afstand tussen de verschillend opeenvolgende waarderingen gelijk is. Dit kan in bepaalde situaties onjuiste schattingsresultaten veroorzaken.

Een groep van technieken die op deze antwoordschalen meer van toepassing is, is die van de ordered response models. Het ordinale karakter van de antwoorden wordt met deze modellen gerespecteerd.

Deze alternatieve methoden bieden voor- en nadelen. Voordeel is dat de methode theoretisch betrouwbare schattingen oplevert. Bovendien varieert de significantie van de geschatte verbanden met de waarde van de verklarende variabelen. Hierdoor is het bijvoorbeeld mogelijk te constateren dat een hogere waardering van een bepaald aspect (bijvoorbeeld 'zeer goed' of 'goed') wel een significant effect op de algehele waardering voor de AFM heeft, maar dat een lagere waardering (bijvoorbeeld 'zeer slecht' of 'slecht') wellicht geen significante invloed heeft.

Nadeel van schatting met een ordered response model is dat de uitkomsten ervan minder gemakkelijk te interpreteren zijn. Het is bijvoorbeeld niet mogelijk om conclusies te trekken uit de absolute grootte van de geschatte verbanden. Het enige dat gezegd kan worden is of de kans op een hogere waardering van de AFM toe of afneemt bij een toename van de waardering van een bepaald aspect.

De uitkomsten van analyse met beide methodes zijn vergeleken. Hieruit blijkt dat bij beide methodes dezelfde aspecten naar voren komen met een significante impact op waardering. De ordered respons variant geeft hierbij geen mate van invloed weer, lineaire regressie wel. De uitkomsten van de beschreven lineaire regressie analyse zijn dus valide, er moet echter voorzichtig worden omgegaan met de interpretatie van de omvang van het gevonden verband.

## Bijlage 2 Vragenlijst Marktpartijen

---

Onderwerp:	Stakeholdersonderzoek 2007
Opdrachtgever:	AFM
Definitieve vragenlijst:	27-11-2007

### Intro

Hartelijk welkom op deze internetsite. Fijn dat u wilt meewerken aan het onderzoek van de AFM. Het invullen van de vragenlijst duurt ongeveer 10-15 minuten. U kunt het invullen van de vragenlijst op elk moment tijdelijk onderbreken en op een later tijdstip hervatten.

Het invullen van de vragenlijst is eenvoudig:

- Gebruik de knoppen in het scherm, niet de knoppen van uw browser.
- Beantwoord de vraag op het scherm door steeds op het vakje vóór het antwoord te klikken.
- Indien u slechts één antwoordmogelijkheid kunt aanklikken gaat u automatisch door naar de volgende vraag.
- Indien u meerdere antwoordmogelijkheden kunt aanklikken dan wordt dat duidelijk aangegeven. Gebruik vervolgens de <> knop om door te gaan naar de volgende vraag.
- Met behulp van de <> knop kunt u de vragenlijst afbreken om deze op een later tijdstip te kunnen hervatten.

*Voor de eerste vraag is het belangrijk dat u eerst onderstaande toelichting doorleest*

*De eerste vraag gaat in op het type organisatie waarin of waarvoor u werkzaam bent. Hierbij is een lijst financiële organisaties weergegeven. We willen u vragen bij het invullen rekening te houden met het volgende:*

- a) indien u bij een brancheorganisatie of een advocatenkantoor werkt of als u adviseur bent, kunt u dan aangeven in welke deelmarkt u actief bent*
- b) indien u werkt bij een instelling die bijvoorbeeld zowel bank als verzekeraar is, kunt u dan aangeven in welk werkveld u met name werkzaam bent.*

*Voorbeeld: als u bij één van de centrale functies van een bank (bijvoorbeeld compliance) werkt, kunt u hier bank invullen. Als u bijvoorbeeld bij de private banking tak werkt, vult u hier beleggingsonderneming in.*

### 1.0 Kunt u aangeven in wat voor type organisatie u werkzaam bent?

- bank
- accountantsorganisatie
- beleggingsinstelling
- effectenuitgevende instellingen (beursgenoteerde organisatie)
- beleggingsonderneming
- bemiddeling/advies
- kredietverstrekker
- aanbieder beleggingsobjecten
- handels- en afwikkelplatform
- overheid (ministeries, universiteiten, toezichhouders ed.)
- pensioenfonds
- belangenvereniging
- verzekeraar
- geen van bovenstaande -> exit onderzoek

2.0 Heeft u in 2007 contact gehad met de AFM? Hierbij doelen we op al het contact, niet uitsluitend het contact vanwege het formele toezicht. Meerdere antwoorden mogelijk.

- Nee
- Ja, telefonisch
- Ja, schriftelijk/ via e-mail
- Ja, face-to-face

3.0 Heeft u bij uw eigen werkzaamheden te maken heeft gehad met één of meerdere van de volgende toezichtsgebieden?

- algemeen financieel gedragtoezicht (Toelichting: de Wet financieel toezicht: hieronder valt onder meer het toezicht op markten en beurzen, toezicht op marktmanipulatie en misbruik voorwetenschap en het gedragtoezicht op banken, verzekeraars en tussenpersonen.)
  - toezicht financiële verslaggeving
  - toezicht accountantsorganisaties
  - toezicht op pensioenfondsen
  - anders, nl
- 
- geen

4.0 Met welke onderwerpen heeft u het afgelopen jaar in uw werkzaamheden te maken gehad?

- |   |  |
|---|--|
| • vergunningverlening door de AFM           | • beleggingsverzekeringen  |
| • implementatie of vragen over de MiFID     | • marktmanipulatie   |
| • voorbereiding pensioentoezicht            | • marktmisbruik voorwetenschap   |
| • vragen over de Wft                        | • openbare biedingen   |
| • melding zeggenschap                       | • beleggingsadvies   |
| • publicatie koersgevoelige informatie      | • beleggingsobjecten   |
| • financiële verslaggeving                  | • vragen over het aanbieden van rechten van deelneming in een beleggingsinstelling |
| • emissies                                  | • handels- en afwikkelplatformen   |
| • schriftelijke of on-line reclame-uitingen | • handelsstelsel open-end beleggingsinstelling                                     |
| • kredietverlening                          | • beroep- of bezwaarprocedures   |
| • de adviesmatch bij tussenpersonen         | • anders, nl .....   |
| • goedkeuring prospectus                    | • geen van bovenstaande  |
| • financiële bijsluiter                     |  |
| • onderzoek hypotheekadvies van de AFM      |  |

5.o Kunt u aangeven welke situatie van toepassing is op de organisatie waar u werkt?

- de AFM heeft aangegeven dat er een vergunning nodig is
- er is een vergunning van de AFM
- de vergunningsaanvraag loopt nog
- de vergunningsaanvraag is afgewezen
- de vergunning is ingetrokken
- weet niet

6.o Verwacht u dat de organisatie waar u werkt de vergunning zal krijgen?

- ja
- nee
- weet niet

7.o Kunt u door middel van een rapportcijfer tussen de 1 en 10 uw waardering voor de AFM aangeven? (hierbij is 1 zeer negatief en een 10 zeer positief)

---

8.o U gaf aan dat u in 2007 contact heeft gehad met de AFM. Kunt u aangeven hoe vaak u contact heeft gehad met de AFM in het afgelopen jaar?

- eenmaal
- tussen de 2 en 10 keer
- meer dan 10 keer

9.o Hoe waardeert u de volgende aspecten van uw contact met de AFM?

[schaal: zeer goed – goed – redelijk – slecht – zeer slecht – weet niet/n.v.t.]

- [indien telefonisch contact] de bereikbaarheid van de medewerkers van de AFM
- de mate waarin er wordt geluisterd naar vragen
- de deskundigheid van de AFM medewerkers
- de mate waarin de AFM-medewerkers u met respect behandelen.
- de doorlooptijd waarmee AFM-medewerkers uw vraag en/of dossier behandelen.
- de duidelijkheid van de informatievoorziening door AFM-medewerkers
- de mate waarin afspraken worden nagekomen
- de mate waarin AFM medewerkers het contact over verschillende onderwerpen onderling afstemmen

10.o Alles bij elkaar genomen, hoe waardeert u het contact met de AFM?

- zeer goed
- goed
- redelijk
- slecht
- zeer slecht
- weet niet/n.v.t.

De AFM geeft via verschillende kanalen informatie.

11.0 Kunt u aangeven hoe u de kwaliteit vindt van de informatie in de volgende communicatiemiddelen?

[schaal: zeer goed – goed – redelijk – slecht – zeer slecht – weet niet/n.v.t.]

- de kwaliteit van de informatie op de AFM-website
- de kwaliteit van de informatie in het relatiemagazine “Inzicht”
- de kwaliteit van de informatie van de nieuwsbrieven van de AFM

12.0 Alles bij elkaar genomen, hoe waardeert u over het algemeen de kwaliteit van de informatie in de communicatiemiddelen van de AFM?

- zeer goed
- goed
- redelijk
- slecht
- zeer slecht
- weet niet/n.v.t.

13.0 De AFM hanteert zowel ‘harde’ en ‘zachte’ toezichtsinstrumenten. Onder harde toezichtsmaatregelen verstaan we boetes, aanwijzingen en vergunningsintrekkingen. Onder zachte toezichtsmaatregelen verstaan we het aangaan van de dialoog met marktpartijen. Wat vindt u van de balans tussen ‘harde’ en ‘zachte’ instrumenten in het AFM-toezicht?

- de balans slaat teveel door naar harde toezichtsinstrumenten
- de balans is in orde
- de balans slaat teveel door naar zachte toezichtsinstrumenten
- weet niet/geen mening

14.0 Kunt u aangeven wat u vindt van de manier waarop de AFM de zachte toezichtsinstrumenten gebruikt? Wanneer u hier niet mee te maken heeft gehad kunt u dit ook aangeven.

- zeer goed
- goed
- redelijk
- slecht
- zeer slecht
- weet niet/n.v.t.

14.1 Kunt u dit toelichten?

---

15.0 Kunt u aangeven wat u vindt van de manier waarop de AFM de harde toezichtsinstrumenten gebruikt? Wanneer u hier niet mee te maken heeft gehad kunt u dit ook aangeven.

- zeer goed
- goed
- redelijk
- slecht
- zeer slecht
- weet niet/n.v.t.

15.1 Kunt u dit toelichten?

---

De volgende vragen gaan over de effectiviteit van de AFM.

16.0 Kunt u aangeven wat u vindt van de effectiviteit van de AFM op de volgende punten?

[schaal: zeer goed – goed – redelijk – slecht – zeer slecht – weet niet/n.v.t.]

- De mate waarin AFM bijdraagt aan het vertrouwen van consumenten in de Nederlandse financiële markt
- De mate waarin de AFM bijdraagt aan het vertrouwen dat Nederlandse instellingen hebben in de Nederlandse financiële markt
- De mate waarin de AFM bijdraagt aan het vertrouwen dat buitenlandse instellingen hebben in de Nederlandse financiële markt
- De mate waarin de AFM gelijke behandeling van partijen waarborgt in toezicht, waardoor de markt goed kan werken
- De mate waarin de AFM heldere informatievoorziening door marktpartijen bevordert
- De mate waarin de AFM erin slaagt niet-integere partijen de toegang tot de markt te ontzeggen
- De mate waarin de AFM erin slaagt niet-integere partijen van de markt te halen.
- De mate waarin de AFM u duidelijkheid biedt over interpretatie van normen

16.1 Alles bij elkaar genomen, hoe waardeert u de effectiviteit van de AFM?

- zeer goed
- goed
- redelijk
- slecht
- zeer slecht
- weet niet/n.v.t.

17.0 Kunt u aangeven wat u vindt van de hoogte van de toetredingsdrempel voor nieuwe aanbieders in de financiële markt?

- drempel is te hoog
- drempel is goed
- drempel is te laag
- weet niet



18.0 Financiële instellingen hebben een zorgplicht: zij moeten zich verdiepen in hun klanten en hen informatie en advies op maat geven. Daar tegenover staat dat ook de consument verantwoordelijk blijft voor de eigen beslissingen. De AFM beweegt in haar toezicht tussen deze twee doelstellingen. Wat vindt u van de balans tussen eigen verantwoordelijkheid van consumenten en zorgplicht van instellingen in het AFM-toezicht?

- de balans slaat teveel door naar eigen verantwoordelijkheid van consumenten
- de balans is in orde
- de balans slaat teveel door naar zorgplicht door financiële instellingen
- weet niet/geen mening

18.1 Kunt u dit toelichten?

---

19.0 De hieronder staande onderwerpen stonden afgelopen jaar bij de AFM op de agenda. Kunt u bij ieder punt aangeven wat u van het optreden van de AFM vond?

Wanneer u niet bekend met het optreden van de AFM op een specifiek punt kunt u dit ook aangeven.

[schaal: niet mee bekend - zeer goed – goed – redelijk – slecht – zeer slecht – weet niet]

- Introductie Wft
- Introductie MiFID
- Onderzoek naar hypotheekadvies
- Vergunning beleggingsobjecten
- Handelsmaatregelen voor effectenuitgevende instellingen door de AFM
- Introductie wet toezicht op financiële instellingen
- leidraad begrijpelijkheid/misleiding
- self assessment pensioenuitvoerders
- aanwijzingen handelssysteem open-end beleggingsinstellingen
- beleggingsverzekeringen
- financiële bijsluiter
- kredietreclame

bij ieder punt vragen naar een toelichting

19.1 Zijn er nog andere onderwerpen die niet genoemd zijn, maar waar u wel wat over kwijt wilt?

---

20.o Kunt u van de volgende stellingen over de AFM aangeven of u het ermee eens danwel oneens bent?

[schaal: helemaal mee eens – mee eens - niet eens/niet oneens – oneens – helemaal mee oneens – weet niet/n.v.t.]

- de AFM werkt efficiënt
- de AFM grijpt alleen in waar het nodig is
- de AFM is transparant in haar functioneren
- de AFM stelt de juiste prioriteiten
- de AFM is zorgvuldig
- de AFM is vernieuwend
- de AFM is integer
- de AFM is doortastend

21.o Als u een punt zou mogen noemen wat de AFM zou moeten verbeteren in 2008, wat zou dat dan zijn?

---

22.o In welk kader bent u binnen uw organisatie werkzaam?

- hoger kader (directeur, partner)
  - middenkader (manager, hoofd)
  - medewerker
  - anders, nl
- 

23.o Kunt u aangeven op welk type afdeling u werkzaam bent?

- Compliance -afdeling
  - Marketing
  - Sales
  - Productmanagement
  - Juridische afdeling
  - Accountancy
  - Communicatie
  - Control-afdeling/ Financiële afdeling
  - Productontwikkeling
  - Actuarieat
  - Ik ben een extern ingehuurde advocaat/adviseur
  - anders, nl
- 

24.o Hoeveel FTE heeft uw organisatie in Nederland?

- 5 of minder
- 6 tot 50
- 50 tot 250
- 250 of meer

25.o Wanneer er naar aanleiding van de uitkomsten van dit onderzoek vervolgonderzoek nodig is, mogen we u dan nogmaals benaderen?

• Ja, e-mailadres invullen \_\_\_\_\_

• Nee

26.o Stelt u het op prijs dat er naar aanleiding van dit onderzoek door de AFM contact met u wordt opgenomen en dat wij de contactgegevens doorgeven aan de AFM?

• Ja, e-mailadres en/of tel.nr. \_\_\_\_\_

• Nee

27.o Kent u binnen uw organisatie nog andere medewerkers die hun mening over de AFM zouden willen geven door middel van deze vragenlijst?

Dit is het einde van de vragenlijst.

Wij willen u namens de AFM hartelijk danken voor uw deelname aan dit onderzoek.

## Bijlage 3: Vragenlijst consumenten

---

Onderwerp: Stakeholderonderzoek AFM (consumentenversie)

Opdrachtgever: AFM

Definitieve vragenlijst 27-11-2007

### Intro

De volgende vraag gaat over instellingen.

1. Ik noem u zo dadelijk 3 instellingen. In hoeverre bent u bekend met...?

- De Nederlandse Bank
- Autoriteit Financiële Markten (AFM)
- Consumentenbond

Antwoordmogelijkheden:

- niet eerder van gehoord
- ken ze alleen van naam
- ken ze alleen van naam en weet globaal wat ze doen
- weet vrij goed wat ze doen

2. Waar kent u de Autoriteit Financiële Markten van?

- Via berichten in de pers
- Via mijn bank
- Via mijn financieel adviseur
- Via een advertentie
- Via internet / zoekmachine
- Via Postbus 51
- Via de Financiële Bijsluiter
- Via de website [www.afm.nl](http://www.afm.nl)
- Via de website <http://www.geldwaardering.nl/>
- De wekelijkse column in de Sp!ts
- Anders, nl....

3. Over welke onderwerpen met betrekking tot de AFM, heeft u het afgelopen jaar gelezen in de pers?

- Onderzoek hypotheekadvies
- Jaarverslag
- Introductie van de MiFID
- Kredietreclames
- Waarschuwingen die de AFM afgeeft
- Last onder dwangsom die de AFM publiceert
- Vergunningen die de AFM afgeeft
- Handelsmaatregelen voor effectenuitgevende instellingen (zoals bijvoorbeeld het stopzetten van de handel in een aandeel)

- Woekerpolis/beleggingsverzekeringen
- Lenen via Boober
- Beleggingsobjecten (zoals teak- of wijnbeleggingen)
- Financiële Bijsluiter
- 50.000 euro grens voor vrijstelling bij uitgifte effecten
- Geldwaardering.nl
- Gestructureerde producten (zoals garantieproducten, hefboomproducten e.d.)
- Aantreden Hans Hoogervorst als nieuwe bestuurder AFM
- Aftreden Arthur Docters van Leeuwen als bestuurder AFM
- Aftreden A.W. Kist
- Anders.nl...
- Weet niet (meer)

4. Ik noem u nu een aantal onderwerpen waarmee de AFM het afgelopen jaar in het nieuws is geweest. Kunt u voor ieder onderwerp aangeven of u daaroverin de pers gelezen heeft?

- Onderzoek hypotheekadvies
- Jaarverslag
- Introductie van de MiFID
- Kredietreclames
- Waarschuwingen die de AFM afgeeft
- Last onder dwangsom die de AFM publiceert
- Vergunningen die de AFM afgeeft
- Handelsmaatregelen voor effectenuitgevende instellingen (zoals bijvoorbeeld het stopzetten van de handel in een aandeel)
- Woekerpolis/beleggingsverzekeringen
- Lenen via Boober
- Beleggingsobjecten (zoals teak- of wijnbeleggingen)
- Financiële Bijsluiter
- 50.000 euro grens voor vrijstelling bij uitgifte effecten
- Geldwaardering.nl
- Gestructureerde producten (zoals garantieproducten, hefboomproducten e.d.)
- Aantreden Hans Hoogervorst als nieuwe bestuurder AFM
- Aftreden Arthur Docters van Leeuwen als bestuurder AFM
- Aftreden A.W. Kist
- Geen van deze

5. Kunt u uw waardering voor wat de AFM doet, uitdrukken in een rapportcijfer?

Hierbij is een 1 zeer negatief en een 10 zeer positief.

Cijfer

---

6. De volgende stellingen gaan in op de werkwijze van de AFM. Kunt u bij iedere stelling aangeven wat uw beeld is van deze werkwijze? U kunt antwoorden met: zeer goed, goed, redelijk, slecht of zeer slecht. Als u AFM niet zo goed kent, kunt u afgaan op de indruk die u ervan heeft. Als u het echt niet weet, kunt u dat ook aangeven. Wat vindt u van...?

- de maatregelen die de AFM neemt bij overtredingen
- de mate waarin AFM marktpartijen aanspreekt op hun eigen verantwoordelijkheid
- de mate waarin de AFM zich mengt in financieel-economische discussies
- de mate waarin de AFM consistent optreedt

7. Alles bij elkaar genomen, hoe waardeert u de werkwijze van de AFM?

schaal: zeer goed – goed – redelijk – slecht – zeer slecht – weet niet

- zeer goed
- goed
- redelijk
- slecht
- zeer slecht
- weet niet

8. Nu volgen enkele stellingen over de AFM. Kunt u bij iedere stelling aangeven of u het ermee eens danwel oneens bent? U kunt antwoorden met: helemaal mee eens, mee eens, niet eens/niet oneens, oneens, helemaal oneens. Als u AFM niet zo goed kent, kunt u afgaan op de indruk die u ervan heeft. Als u het echt niet weet, kunt u dat ook aangeven. Wat vindt u van...?

schaal: helemaal mee eens – mee eens – niet mee eens/niet mee oneens – oneens – helemaal mee oneens – weet niet

- de AFM grijpt alleen in waar het nodig is
- de AFM is transparant in haar functioneren
- de AFM stelt de juiste prioriteiten
- de AFM is zorgvuldig
- de AFM is vernieuwend
- de AFM is integer
- de AFM is doortastend
- De AFM beschermt consumenten adequaat
- Het optreden van de AFM is nuttig

9. Financiële instellingen hebben een zorgplicht: zij moeten zich verdiepen in hun klanten en hen informatie en advies op maat geven. Daar tegenover staat dat ook de consument verantwoordelijk blijft voor de eigen beslissingen. Wat vindt u van de balans tussen eigen verantwoordelijkheid van consumenten en zorgplicht van instellingen?

- de balans slaat teveel door naar eigen verantwoordelijkheid van consumenten
- de balans is in orde
- de balans slaat teveel door naar zorgplicht door financiële instellingen
- weet niet/geen mening

10. Kunt u dit toelichten?

---

11. Tot slot willen we ingaan op de manier waarop u een keuze maakt voor de aanschaf van een financieel product. Kunt u bij iedere volgende stelling aangeven of u het ermee eens danwel oneens bent? U kunt antwoorden met: helemaal mee eens, mee eens, niet eens/niet oneens, oneens, helemaal oneens. Als u AFM niet zo goed kent, kunt u afgaan op de indruk die u ervan heeft. Als u het echt niet weet, kunt u dat ook aangeven. Wat vindt u van...?

schaal:helemaal mee eens – mee eens – niet mee eens/niet mee oneens – oneens – helemaal mee oneens – weet niet

- door het optreden van de AFM ben ik kritischer geworden bij de aanschaf van een financieel product
- de AFM heeft mijn vertrouwen in financiële dienstverleners vergroot
- bij de aanschaf van een financieel product kijk ik allereerst of de aanbieder in het register van de AFM staat

12. Welke van de volgende financiële producten heeft u?

- Spaarrekening
- Hypotheek
- Doorlopend krediet / persoonlijke lening
- Levensverzekering
- Beleggingsfondsen
- Aandelen
- Beleggingsobjecten (beleggingen in hout, wijn/whisky of vakantiehuizen)
- Garantieproducten (product waarbij je gegarandeerd de inleg terug krijgt aan het einde van de looptijd)
- Anders, namelijk \_\_\_\_\_
- Geen van deze.

13. Achtergrondvragen:

opleidingsniveau \_\_\_\_\_

leeftijd \_\_\_\_\_

branche werkzaam \_\_\_\_\_

geslacht \_\_\_\_\_

**Autoriteit Financiële Markten**

**T 020 797 2000 | F 020 797 3800**

**Postbus 11723 | 1001 GS AMSTERDAM**

**[www.afm.nl](http://www.afm.nl)**

De tekst in deze brochure is met zorg samengesteld en is informatief van aard. U kunt er geen rechten aan ontleen. Door besluiten op nationaal en internationaal niveau is het mogelijk dat de tekst niet langer actueel is wanneer u deze leest. De Autoriteit Financiële Markten (AFM) is niet aansprakelijk voor de eventuele gevolgen – zoals bijvoorbeeld geleden verlies of gederfde winst – ontstaan door acties ondernomen naar aanleiding van deze brochure.

Amsterdam, mei 2008