

Geen weg terug: meer dan ooit dient het belang van de klant centraal te staan

Auteur

Ad van den Ouweland

‘The times they are-a changing’. Eens te meer ziet de financiële wereld zich gesteld voor de beantwoording van de vraag op welke manier het vertrouwen in de sector hersteld kan worden. De ontwikkelingen van de afgelopen circa vijf jaar hebben overduidelijk aangetoond dat het belang van de klant centraal stellen, het stopzetten van het aanbieden van producten die niet voorzien in een behoefte van de klant en niet-passende dienstverlening, meer transparantie in kosten en het beteugelen van excessieve beloningen sleutelbegrippen zijn die weer op de voorgrond dienen te staan.

Dit jaar bestaat de Autoriteit Financiële Markten, kortweg AFM, 10 jaar. Als toezichthouder op het gedrag op de financiële markten is de AFM als geen andere instantie in staat erop toe te zien, waar nodig bij te sturen of in te grijpen, dit alles om zorg te dragen dat het vertrouwen in de financiële sector terugkeert. Een mooie gelegenheid voor een gesprek met Tim Mortelmans, hoofd toezicht financiële ondernemingen van de AFM.

Tim Mortelmans heeft overduidelijk een toezichtverleden, waarbij zijn juridische en economische achtergrond goed van pas komen. Voordat hij in 2005 in dienst bij de AFM kwam, heeft hij als toezichthouder 6,5 jaar bij de Nederlandse Mededingingsautoriteit gewerkt.

**Durf “nee” te zeggen
zou vaker door moeten
klinken.**

Wat hij mooi vindt aan de AFM is dat er leergierige mensen werken, die met passie de doelen proberen te bereiken waar de AFM voor staat. Verder heeft hij het gevoel dat het werk dat hij doet daadwerkelijk effect heeft op de houding en het gedrag van financiële instellingen. Het beïnvloeden van deze instellingen is een van de moeilijkste kanten van het werk van de AFM, maar tegelijk intellectueel gezien een mooie uitdaging.



Tim Mortelmans,
hoofd toezicht financiële ondernemingen van de AFM

Is het geen passend moment om in het toezicht ook toe te gaan zien op de belangen van mens en milieu?

Om maar met de deur in huis te vallen. Ziet u uw rol als gedragstoezichthouder niet breder dan alleen oog te hebben voor de financiële risico's en het feit of bedrijven en personen zich houden aan wetten en regels. Het aspect van het beheersen van duurzaamheidsrisico's en het dienstbaar zijn van de financiële sector aan de duurzaamheid van de samenleving zou wat dat betreft toch een meer prominente rol verdienen?

‘Op zich een terechte constatering, al zal het hoogstwaarschijnlijk nog wel enige tijd duren voordat het toezicht op sociale- en milieucriteria bij investeringen en producten en diensten van banken, pensioenfondsen en verzekeraars verankerd zal zijn in het financieel toezicht. De komende jaren zal het thema duurzaamheid een steeds belangrijke rol in onze samenleving gaan spelen en het zou mogelijk zijn dat op termijn het beoordelen van duurzaamheidsrisico's een onderdeel van onze werkzaamheden gaat vormen.’

Waar is het de afgelopen jaren in essentie misgegaan?

'Er zijn heel wat producten en diensten aangeboden die niet optimaal zijn geweest. Aanbiedingen die klanten in de maag zijn gesplitst waarvan ook wij ons achteraf hebben afgevraagd: hoe is het toch mogelijk geweest dat dergelijke producten breed in de markt worden gezet. Een veel gehoord geluid dat momenteel richting de financiële sector doorklinkt is: het moet anders, maar hoe gaan we het dan anders doen?

Deze ontevredenheid schept overigens kansen voor nieuwe marktpartijen die hierop inspringen of voor bestaande aanbieders, dit door hun manier van dienstverlening op een andere wijze in te richten. In dat verband bieden de veranderende verwachtingen en behoeftes van de klant, in combinatie met de verbeterde en extra regelgeving (provisieverbod), voldoende kansen voor kleinere vermogensbeheerders ten opzichte van het gevestigde kader om zich te richten op bepaalde niches en specifieke doelgroepen. Het overtuigen van klanten van het onderscheidend vermogen en het aantonen van toegevoegde waarde springen daarbij in het oog. Ook kunnen zelfstandige vermogensbeheerders via het aanwenden van internet en andere moderne communicatiemiddelen de dienstverlening op een andere manier gaan inrichten, om de klant op meer doelgerichte wijze te bedienen. Hoewel we beleggingsondernemingen zien verdwijnen of fuseren is het aantal vermogensbeheerders vrij stabiel wat erop zou kunnen duiden dat in de diversiteit aan vormen van dienstverlening, door innovatie er continu ruimte voor de kleinere marktspelers aanwezig is. De diepere doelstelling waar het in de dienstverlening richting klanten allemaal om draait dient weer naar boven te komen. Er is in die zin in onze optiek geen weg terug.'

Is het geen utopie om te denken dat het om meer gaat dan alleen het coûte que coûte binnenhalen van assets?

'Waar sta ik voor als ik mijn kant een bepaald product aanbied? Te vaak is er geredeneerd dat het binnenhalen van de klant diende te prevaleren, zonder het klantenbelang bovenaan de lijst te stellen. Hierbij hoort bijvoorbeeld ook de vraag: past deze klant bij het soort dienstverlening, inclusief bepaalde producten, dat ik aanbied. Het nee durven zeggen tegen de wensen van een klant toont kracht en inleving voor waar de klant uiteindelijk het beste bij gebaat is. De adviseur begeeft zich natuurlijk in een spanningsveld als deze "nee-verkoopt". Dat vraagt dan ook om een andere manier van aansturen en belonen.

We hebben allemaal gezien waar de attitude van financiële instellingen in sommige gevallen uiteindelijk toe heeft geleid als producten worden aangeboden die door de consument niet of onvoldoende worden begrepen. Onze waarschuwing eerder dit jaar over de populaire synthetische trackers is daar een sprekend voorbeeld van. Wij vrezen namelijk dat vooral particuliere beleggers de risico's van bepaalde soorten trackers onvoldoende kunnen begrijpen.'

Ziet u uw rol als toezichthouder ook veranderen?

'Ik mag wel zeggen dat ook wij een transitieproces doorlopen. Vanaf 1 januari 2013 zullen wij eerder betrokken raken bij dienstverlening van financiële ondernemingen. Wij krijgen vanaf dan bevoegdheden voor de gerichte beoordeling van de deugdelijkheid van het productontwikkelingsproces bij financiële instellingen.

Zie het zo: als wij aan de voorkant meer grip krijgen is de verwachting dat het aan de achterkant tot minder problemen leidt. Onze bevoegdheden worden verruimd waarbij een interventie tot de mogelijkheden gaat behoren. De belangen van de klant houden wij daarbij goed in ons achterhoofd.

Wij als AFM houden zoveel mogelijk rekening met de belangen van de diverse betrokkenen. Of het nu de financiële dienstverleners of organisaties als Eumedion, de Consumentenbond of de VEB betreft. Wij willen op een pro-actieve manier net die extra stap zetten door 'onze boodschap' naar buiten toe helder uit te dragen.

Voorop durven lopen in Europa met standpunten over transparantie en eerlijke dienstverlening

Ook in Europees verband weten wij ons aardig neer te zetten als het gaat om het beeld dat men van ons heeft op het gebied van toezicht op het gedrag van financiële instellingen. In dat verband verwijs ik naar het voorzitterschap van oud-AFM'er Steven Maijor van de European Securities and Markets Authority (ESMA). De AFM staat te boek als gerespecteerd gedragstoezichthouder die vergeleken met onze Europese collega's voorop durft te lopen met standpunten over transparante en eerlijke dienstverlening.

Onze rol is in die zin breder dan het enkel en alleen toezien of bedrijven en personen de wetten en regels naleven. De financiële sector heeft baat bij een gedrag dat vertrouwen uitstraalt en dat is waar wij als organisatie voor staan.'

Wat zou u vertellen indien we over 5 jaar hier weer zouden zitten?

'In het kort gezegd: als het aan de AFM ligt, kunnen we tegen die tijd melden dat we van doen hebben met een **eerlijkere, transparantere** manier van financiële dienstverlening, met producten die echt voorzien in behoeftes van klanten, aangeboden door meer **deskundige** individuen en instellingen.' ■