

De actuaris en gedragstoezicht van de AFM

Voor veel actuarissen zal De Nederlandsche Bank (DNB) de bekendste financiële toezichthouder zijn. Ook het werk van de gedragstoezichthouder, de Autoriteit Financiële Markten (AFM), is echter relevant voor actuariële professionals. De AFM heeft als missie om zich sterk te maken voor eerlijke en transparante financiële markten en ze wil bijdragen aan duurzaam financieel welzijn in Nederland. In dit artikel beschrijf ik hoe de actuaris aan die missie kan bijdragen. Voel ook de verantwoordelijkheid om het klantbelang centraal te stellen door gebruik te maken van je eigen morele kompas.

AFM: RISICO-GESTUURD EN EFFECTGERICHT

In Nederland is DNB belast met prudentieel financieel toezicht op verzekeraars, banken en pensioenfondsen, en is de AFM verantwoordelijk voor het gedragstoezicht op die partijen. De AFM is een risico-gestuurde en effectgerichte toezichthouder.

Een voorbeeld van risico-gestuurd toezicht is bijvoorbeeld de jaarlijkse AFM Trendzicht. De AFM signaleert daarin de belangrijkste trends en bijbehorende risico's die de financiële markten gaan beïnvloeden, om daarna haar toezichtagenda verder te kunnen ontwikkelen. Actuele onderwerpen in Trendzicht 2020 zijn risico's rond aflossingsvrije hypotheek, de IBOR-transitie, en digitalisering¹.

Om de gewenste effecten in de markt te bereiken, heeft de AFM verschillende mogelijkheden. Ze kan formele maatregelen opleggen, zoals boetes of een last onder dwangsom, maar ook andersoortige interventies plegen zoals normoverdragende gesprekken, leidraden, of rondetafelbijeenkomsten. Afhankelijk van het probleem, kiest de AFM de naar verwachting meest effectieve interventie. Gedragswetenschappelijke inzichten worden hierbij steeds meer onderdeel van toezicht².

Dr. W.G. Zijlstra werkt als toezichthouder team consumentengedrag bij de Autoriteit Financiële Markten.



REALISTISCH MENSBEELD

Het team Consumentengedrag³ bevordert financieel welzijn van consumenten door het toepassen van gedragswetenschappelijke inzichten en methoden. Dat houdt bijvoorbeeld in dat we het gebruik van een realistisch mensbeeld stimuleren en meten wat het effect is van interventies op gedrag in de markt⁴. Specifiek voor de pensioensector uit zich dat bijvoorbeeld in de oproep 'Experimenteer om pensioendeelnemers te activeren. Wet en wetenschap bieden mogelijkheden'⁵. Naast een team dat focust op consumentengedrag, past het team gedrag en cultuur organisatiepsychologie toe door te werken aan bouwstenen voor een gezonde bedrijfscultuur⁶.

PRODUCT, DISTRIBUTIE, INFORMATIE

Risico's van financiële dienstverlening kunnen zien op het product, de distributie of de informatieverstrekking⁷. Concreet voor toezicht op pensioen, betekent dat aandacht voor passende producten, goede keuzebegeleiding, en goede informatievoorziening⁸. Voor het product zal de actuaris de expert zijn, voor distributie en informatie kan de actuaris een rol spelen door andere experts vragen te stellen.

Tijdens mijn presentatie bij het najaarscongres 2019 van het Koninklijk Actuariële Genootschap over *Financial Ethics*, vroeg ik de zaal om te reageren op de stelling dat de actuaris verantwoordelijkheid draagt voor (de kwaliteit van) een financieel product op een schaal van 0 tot en met 10. Bijna 70% van de in totaal 130 respondenten was het eens met deze stelling (score 6 of hoger), 15% scoorde neutraal en 16% was het hier (enigszins) mee oneens (zie Figuur). Bijna een kwart van de deelnemers noemde pensioen als belangrijkste werkveld, voor zes op de tien was dat verzekeren. De achtergrond van de respondent had geen statistisch significant effect op het gegeven antwoord.

PRODUCT(ONTWIKKELINGS)TOEZICHT

Het Besluit Gedragstoezicht financiële ondernemingen (BGfo) is onderdeel van de wettelijke eisen voor productontwikkeling en de daaruit voortvloeiende producten. Artikel 32 BGfo⁹ stelt dat een financiële onderneming procedures en maatregelen moet hebben die waarborgen dat bij de ontwikkeling van het financieel product op een evenwichtige wijze rekening wordt gehouden met de belangen van de consument. En dat de aangeboden financiële producten aantoonbaar het resultaat zijn van deze belangenafweging.

De norm in BGfo artikel 32 is open geformuleerd (evenwichtig, aantoonbaar). Financiële ondernemingen zijn zelf verantwoordelijk voor een goed *Product Approval & Review Process* (PARP). In haar toezicht beseft de AFM dat ondernemingen en producten verschillen: er is geen 'one-size-fits-all' benadering. En het gaat niet alleen om wat er op papier staat; de uitkomst en uitwerking van procedures zijn minstens net zo belangrijk.

Als uiterste maatregel kan de AFM via productinterventie aan de noodrem trekken. Zo heeft de AFM in 2019 binaire opties verboden, en beperkingen opgelegd aan de verkoop van *contracts for difference* (CFD's)¹⁰.

UITGANGSPUNTEN PRODUCTONTWIKKELINGSPROCES

De AFM verwacht van een goed productontwikkelingsproces dat de volgende zaken geregeld zijn¹¹:

1. Duidelijk belegde verantwoordelijkheden
2. Stimuleren van zelfkritisch vermogen
3. Goed afgebakende doelgroepbepaling
4. Uitgebreide scenarioanalyses en productvergelijking
5. Goede aansluiting op relevante andere processen in de keten van het product
6. Zorgen voor een tijdige evaluatie van producten

Ook verwacht de AFM dat de producten getoetst zijn vanuit het perspectief van de klant, bijvoorbeeld door middel van de KNVB-criteria:

- **Kostenefficiëntie:** Biedt het product waar voor haar geld?
- **Nut:** Geeft het product invulling aan een gefundeerde behoefte van de doelgroep?
- **Veiligheid:** Doet het product wat het beoogt in allerlei omstandigheden en is de uitkomst dan acceptabel voor de doelgroep?
- **Begrijpelijkheid:** Is het product niet onnodig ingewikkeld en kan de klant de kwaliteit en passendheid ervan goed beoordelen?

Een voorbeeld van product(ontwikkelings)toezicht in de pensioencontext is een toezichtsonderzoek bij de Wet verbeterde premie-regeling. De AFM concludeerde in 2019 dat de ontwikkeling van variabele uitkeringsproducten nog onvoldoende zorgvuldig gebeurde¹².

CONCLUSIE

Het gedragstoezicht van de AFM is gestoeld op veel open normen en vraagt van financiële ondernemingen dat ze zelf verantwoordelijkheid nemen voor producten, informatie en distributie (keuzomgeving¹³) die rekening houden met een realistisch klantbeeld. Klantbelang centraal stellen is zelf blijven nadenken en is niet het gedachteloos afvinken van lijstjes.

Ook de actuaris kan hierbij zijn of haar morele kompas gebruiken en verantwoordelijkheid nemen. Een actuaris kan dit waarschijnlijk primair doen door oog te houden voor het belang van de klant in het productontwikkelingsproces. Maar ook door vragen te stellen over de (morele) wenselijkheid van bepaalde keuzes aan collega's met expertise in bijvoorbeeld sales, marketing of communicatie.

De antwoorden van de deelnemers aan het AG najaarscongres stemmen enigszins hoopvol (zie Figuur). Voor 60% van hen slaat de balans tussen commerciële belangen en het klantbelang vooral door naar de kant van het klantbelang, tegen 24% die vindt dat commerciële belangen de boventoon voeren.

Uiteindelijk is het aan alle spelers op de financiële markt, dus ook actuarissen en toezichthouders, om samen te werken aan eerlijke en transparante financiële markten om zo financieel welzijn op lange termijn te realiseren. ■

1 – "AFM brengt kansen en risico's 2020 financiële sector in kaart", gepubliceerd 10 oktober 2019, <https://www.afm.nl/nl-nl/nieuws/2019/okt/trendzicht-2020>

2 – "Psychologie steeds meer onderdeel van toezicht", gepubliceerd 15 oktober 2016, <https://www.afm.nl/nl-nl/professionals/nieuws/2016/okt/consumentengedrag>

3 – www.afm.nl/cg

4 – Wolferen, J. van & W.G. Zijlstra (2018) Gedragswetenschappelijk toezicht. *Hoe gebruik je psychologie voor betere financiële markten?* Jaarboek Compliance 2018; <https://www.afm.nl/~/profmedia/files/onderwerpen/consument-gedrag-cultuur/gedragswetenschappelijk-toezicht-zijlstra-vwolferen.pdf?la=nl-nl>

5 – Zijlstra, W.G. (2018) *Experimenteer om pensioendeelnemers te activeren. Wet en wetenschap bieden mogelijkheden*. Pensioen en Praktijk. <https://www.afm.nl/~/profmedia/files/publicaties/2018/experimenteer-pensioendeelnemers-activeren-zijlstra.pdf?la=nl-nl>

6 – <https://www.afm.nl/nl-nl/professionals/onderwerpen/gedrag-cultuur>

7 – De Cloe & Cox (2017) *Gedragseconomische aspecten bij de ontwikkeling, informatieverstrekking en distributie van financiële producten*. Tijdschrift voor Compliance

8 – Bosch, H.W.A.M. van den (2019) *Pensioenregelgeving in een nieuw jasje*. De Actuaris oktober 2019 https://www.ag-ai.nl/view.php?action=view&Pagina_Id=430

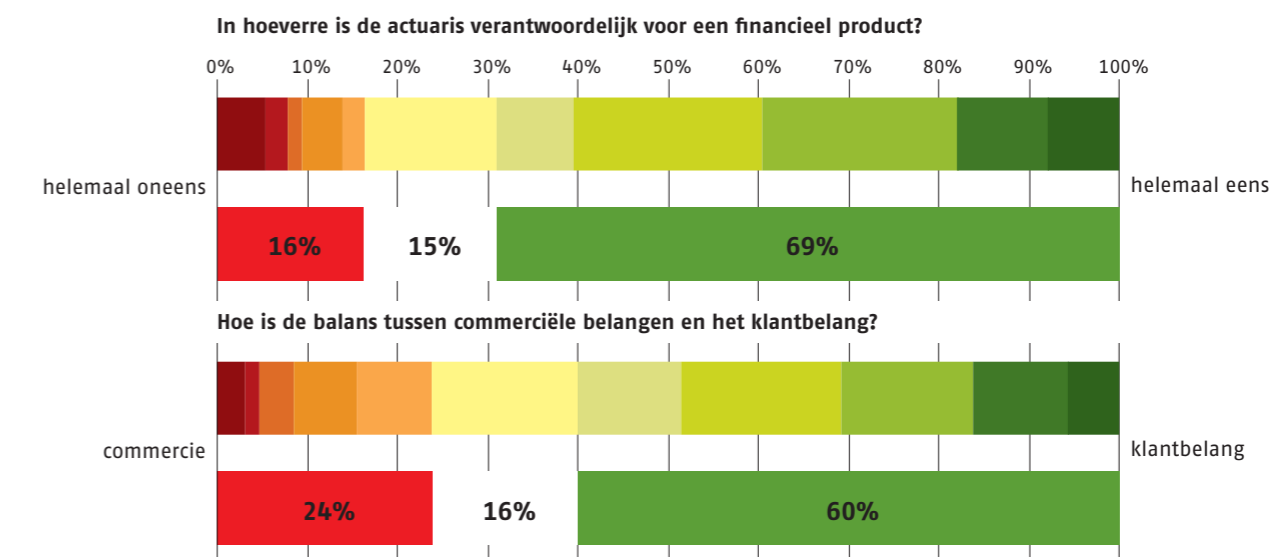
9 – https://wetten.overheid.nl/BWBR0020421/2019-07-21#Hoofdstuk5_Paragraaf5.2_Artikel32

10 – "AFM verbiedt binaire opties en beperkt verkoop CFD's", gepubliceerd op 18 april 2019, <https://www.afm.nl/nl-nl/nieuws/2019/apr/binaire-opties-cfds-interventies>

11 – <https://www.afm.nl/nl-nl/professionals/onderwerpen/productontwikkeling>

12 – "AFM-onderzoek: keuzevrijheid bij pensioen gaat niet vanzelf goed", gepubliceerd 11 april 2019, <https://www.afm.nl/nl-nl/nieuws/2019/apr/wvp-onderzoek>

13 – "AFM vraagt ondernemingen te reageren op Principes voor de keuzeomgeving", gepubliceerd 21 november 2019, <https://www.afm.nl/nl-nl/nieuws/2019/nov/consultatie-principes-keuzeomgeving>



Figuur: antwoorden van N=130 deelnemers aan AG najaarscongres 2019 op twee stellingen. Respondenten konden via Mentimeter antwoorden op een schaal van 0 tot en met 10. Scores van 0 tot en met 4 zijn geaggregeerd in een rode balk, scores van 6 tot en met 10 zijn geaggregeerd in een groene balk.