

Buiten is het een aangename voorjaarsdag. In de thuisbasis van de Haagse Assurantie Club, Van der Valk motel De Bijhorst te Wassenaar, zitten 85 leden en introducés klaar voor de regiolezing die gezamenlijk is georganiseerd met de Leidse Assurantie Club.

Michiel Denkers, hoofd toezicht financiële ondernemingen bij de AFM, is de gastspreker en geeft een lezing met de titel "Toezicht in beeld".

Denkers is bij de AFM onder meer verantwoordelijk voor het toezicht op financieel dienstverleners en voor risicoanalyse. Hij heeft een financieel-economische achtergrond en is ooit zijn loopbaan gestart als trainee bij Barclays Bank in Londen, gevolgd door functies in strategie en corporate finance.

Denkers start met een greep uit het nieuws van de afgelopen weken, zoals:

- AFM deelt meer boetes uit;
- Customer Agreed Remuneration is utopie.

Denkers vraagt zich af of dit een periode is waarin veel gebeurt en komt tot de conclusie dat dit niet het geval is. Er is veel beroering in de branche en refereert onder andere aan commissie de Wit. In het licht van deze zaken gaat Denkers nader in op de rol van de AFM als gedragstoezichthouder en de gekleurde opvattingen over deze rol.

Denkers bespreekt de kernwaarden van de AFM namelijk:

1. Een oriëntatiepunt, daar waar nodig duidelijkheid verschaffen over wat wel en niet mag en voorspelbaar zijn.
2. Onafhankelijk

Denkers gaat nader in op deze waarden en concludeert dat voorspelbaar zijn lastig is en dat dit niet alleen komt door de geheimhoudingsplicht, maar doordat het voor de buitenwacht lastig is om te doorgronden wat toezicht daadwerkelijk inhoud.

Denkers haalt hierbij als voorbeeld aan zijn gesprekken met sollicitanten of de gesprekken op feestjes.

Denkers wil dit verhelderen en start door de aanwezigen mee te nemen in de missie van de AFM en hoe deze tot stand is gekomen. De oorsprong hiervan ligt in de vraag die Hans Hoogervorst stelde:

*'Hoe leg ik aan mijn vrouw en kinderen uit wat ik doe?'*

Dit leidde tot de volgende boodschap:

*De AFM bevordert eerlijke en transparante markten. De AFM is een onafhankelijke toezichthouder op de markt voor sparen, lenen, verzekeren en beleggen.*

Denkers gaat nu in op het tweede punt onafhankelijkheid en maakt duidelijk dat de AFM onafhankelijk is van de politiek en markt. Dit houdt niet in dat de AFM geen rekening dient te houden met anderen. De belangen worden zorgvuldig afgewogen.

De AFM is een semioverheid, een publieke organisatie met wettelijke taken en bevoegdheden.

Denkers bespreekt de verschillende manieren waarop er invulling kan worden gegeven aan de missie:

1. Een strikt legalistische benadering
2. Een slimmere aanpak

Bij een legalistische aanpak trekt Denkers de vergelijking met door rood rijden waar bij elke stoplicht een agent staat om een bekeuring uit te schrijven.

Denkens is van mening dat dit niet de beste aanpak is en refereert daarbij aan recentelijk grote affaires, zoals de DSB. Een complexe en dynamische wereld, zoals de financiële wereld laat zich moeilijk vatten in een keurslijf van regels. Een regelgever loopt voortdurend achter de feiten aan. Als voorbeeld voor de regels neemt Denkers de koopsompolissen

Denkens is van mening dat de slimmere aanpak beter is. De slimmere aanpak houdt in dat je start met een goede analyse, waar knelt het en waar zijn er problemen te verwachten.

Welke problemen ziet de AFM? Denkens ziet één groot probleem in de markt:

*Het klantbelang staat niet centraal!*

Denkens maakt hierbij de kanttekening dat er wel allerlei onderliggende problemen en oorzaken zijn, zoals; kennisachterstand bij de consument of diepgewortelde marktpraktijken die zijn ontstaan door jarenlang geaccepteerd gedrag in de markt. Een tweede kanttekening die Denkens maakt is dat het niet een specifiek gedeelte van de sector betreft, maar de gehele sector, dus ook banken en verzekeraars. Kwaliteitsproblemen komen ook voor in de volle breedte van de sector, waarbij Denkens opmerkt dat het ook service providers betreft en dat de consument niet zijn verantwoordelijkheid neemt wanneer dit wenselijk is.

Denkens maakt duidelijk dat er niet alleen wordt gekeken naar de bemiddelaars en adviseurs, maar ook de aanbieders worden onder de loep genomen. Denkens vindt dat aanbieders moeten zorgen voor voldoende netto producten en dat het *level playing field* moet worden bevorderd daar waar het gaat om transparantie over producten en diensten. Het feit dat de aanbieders de kosten van hun distributie niet inzichtelijk kunnen maken zet de consument op het verkeerde been.

Denkens zoemt in op de kwaliteit van het advies en deelt dit in 3 segmenten:

- Onderkant;
- Midden;
- Bovenkant.

De onderkant verdeelt Denkens in 2 groepen, de boeven en de prutsers.

De boeven zijn die partijen die willens en wetens frauderen of er op uit zijn om partijen te benadelen, zoals Palm Invest of Madoff.

De prutsers zijn de partijen die stelselmatig slechte adviezen geven en de situatie van de klant niet voldoende in beeld brengen. Voorbeelden zijn, het niet benoemen van de boeterente en daar geen informatie over inwinnen, of het niet goed inventariseren van de risicobereidheid van een klant.

In 2009 heeft de AFM ruim 400 maatregelen genomen tegen dit soort praktijken. In totaal zijn er 143 vergunningen ingetrokken. Denkens vindt dat er ook een rol is weggelegd voor de productaanbieders, door hogere eisen te stellen aan hun distributiekanaal, door afscheid te nemen van dit soort partijen en misstanden te melden.

Het midden verdeelt Denkens ook in 2 groepen, degene die het graag goed willen doen maar niet weten hoe en een de groep die denkt dat ze het goed denken te doen en zich niet voelen aangesproken. Voor de eerste groep kan de AFM invulling geven aan de kernwaarde oriëntatiepunt. Hier ligt de uitdaging om deze groep te kunnen benaderen.

Voor de tweede groep, 'onbewust nog niet op het gewenste niveau' ligt een grotere uitdaging. Het gevoel van urgentie is daar belangrijk.

Vervolgens gaat Denkers in op de bovenkant van de markt en noemt de stichting Excellent Adviseren en het kwaliteitssysteem van DSI hierbij als voorbeelden van hoe het wel kan in de markt.

In het laatste gedeelte van de lezing gaat Denkers in op hoe de zaken er momenteel voor staan. Denkers gaat onder andere in op de 0-meting in 2007 en dat dit jaar de 1-meting aan de gang is. Hieruit zal moeten blijken of er vooruitgang is geboekt en er sprake is van kwaliteitsverbetering in de adviezen.

Denkers is van mening dat mocht er sprake zijn van verbetering er nog geen omslag is bereikt. Volgens Denkers is de veranderingsbereidheid niet groot genoeg om dit te bewerkstelligen. Aanbieders als adviseurs zijn bang om als eerste om te gaan, omdat dit kan leiden tot verlies van klanten en omzet.

Denkers refereert tevens aan zijn gesprekken met marktpartijen en dat deze veelal gaan over het handhaven van de bestaande praktijk. Deze opstelling leidt volgens Denkers tot verschraling van de kwaliteit en staat een duurzame verandering in de weg. Denkers signaleert hier en daar wel veranderingen en aanpassingen in verdienmodellen, dit in tegenstelling tot de aanbieders.

In 2010 zijn de acties er veel op gericht om de aanbieders in beweging te krijgen. Denkers verwacht dat dit meerdere jaren zal duren voordat er een duidelijke beweging zichtbaar is.

Denkers is zich bewust van de roerige tijden en ziet in dat nieuwe regelgeving veel vergt van het ondernemerschap. Toch ziet Denkers lichtpunten, advies is nu harder nodig dan in het verleden. Door de crisis beseffen mensen meer dan ooit dat het van belang is om de financiële toekomst te regelen. Dit vraagt om deskundige hulp. Volgens Denkers liggen daar de kansen en is Denkers er van overtuigd dat er een mooie wereld voor de financiële dienstverleners in het verschiet ligt.

Na de lezing worden de mensen uitgenodigd tot het stellen van vragen. Dit levert een aantal kritische vragen en een levendige discussie op.

Na beantwoording door Denkers worden de gasten uitgenodigd om een drankje en hapje te nuttigen in de bar.