



TNS Nipo

Grote Bickersstraat 74
1013 KS Amsterdam

Postbus 247
1000 AE Amsterdam

t 020 522 54 44
f 020 522 53 33
e info@tns-nipo.com
www.tns-nipo.com

Hoe stakeholders in 2013 over de AFM denken

Resultaten van een grootschalig onderzoek onder zakelijke doelgroepen op de financiële markt

G7067 | januari 2014

Dit document is uitsluitend voor deze opdrachtgever opgesteld. Alle in het document vermelde gegevens zijn strikt vertrouwelijk. Publicatie en inzage aan derden, geheel of gedeeltelijk, is zonder schriftelijke toestemming van TNS NIPO beslist niet toegestaan. Door ons lidmaatschap zijn wij gehouden de gedragsregels na te leven van Esomar en de MarktOnderzoekAssociatie (MOA).

© TNS NIPO | ISO 9001, ISO 20252, ISO 26362 en ISO 14001 gecertificeerd |

Inhoud

	Voorwoord	1
1	Inleiding	2
2	Managementsamenvatting	4
3	Oordeel over de AFM	6
3.1	Raakvlakken met de AFM	6
3.2	Algemeen oordeel	7
3.3	Houding tegenover toezicht	9
3.4	Imago AFM	11
3.5	Open normen	12
3.6	Effectiviteit AFM	14
3.7	Thema's AFM	16
4	Contact met de AFM	18
4.1	Wijze van contact	18
4.2	Contact met AFM-medewerkers	19
4.3	Algemeen oordeel contact	20
5	Communicatiemiddelen	23
5.1	Algemeen oordeel contact	23
5.2	Digitale nieuwsbrieven	24
5.3	Leidraden	26
5.4	Oordeel algemene communicatiemiddelen	29
6	Toezihtsgebieden	31
6.1	Toeziht kapitaalmarkt	31
6.2	Toeziht financiële ondernemingen	32
7	Doelgroepen	36
7.1	Banken en kredietverstrekkers (n=476)	36
7.2	Pensioenuitvoerders (n=239)	36
7.3	Beleggingsinstellingen (n=72)	36
7.4	Beleggingsondernemingen (n=159)	37
7.5	Verzekeraars (n=299)	37
7.6	Adviseurs/bemiddelaars (n=503)	37
7.7	Accountantsorganisaties (n=193)	38
7.8	Effectenuitgevende instellingen (n=141)	38
7.9	Handelsplatformen en clearing & settlement (n=22)	38
Bijlage 1	Technische verantwoording	40
Bijlage 2	Onderwerpen waarmee men in 2013 te maken heeft gehad	41

Voorwoord

In het najaar van 2013 heeft TNS NIPO in opdracht van de AFM een onderzoek uitgevoerd onder stakeholders van de toezichthouder op de zakelijke markt. Het betreft grosso modo een herhaling van een vergelijkbare studie die wij in 2011 voor de AFM mochten verrichten. We kunnen dan ook inzicht bieden in de veranderende perceptie van de AFM door deze stakeholders. Net als in 2011 constateren we een substantiële bereidheid om aan dit onderzoek mee te werken: men heeft uitvoerig antwoorden gegeven en suggesties gedaan voor de AFM. Het toont aan dat de deelnemende stakeholders zeer betrokken zijn bij het toezicht van de AFM en graag willen bijdragen aan een optimalisering ervan. We beschikken hierdoor over een zeer betrouwbare basis om onze conclusies op te formuleren aangaande de (veranderende) visie van deze doelgroepen op de AFM.

Amsterdam, 14 januari 2014

Judith ten Bokkel
Reg van Steen

1 Inleiding

In opdracht van de AFM heeft TNS NIPO in het najaar van 2013 een grootschalig onderzoek uitgevoerd onder negen categorieën stakeholders van de AFM. Hiermee hebben wij de opvattingen en behoeften in kaart gebracht van de belangrijkste professionele doelgroepen die in hun dagelijks werk met het toezicht van de AFM te maken hebben. Zij hebben hun medewerking verleend door online een aantal vragen over het toezicht en de toezichthouder te beantwoorden. Respondenten zijn werkzaam bij een van de volgende negen typen financiële organisaties:

	<i>Aantal deelnemers</i>
banken en kredietverstrekkers	476
pensioenuitvoerders	239
beleggingsinstellingen	72
beleggingsondernemingen	159
verzekeraars	299
bemiddelaars, adviseurs	503
accountantsorganisaties	193
effectuuitgevende instellingen en beursgenoteerde ondernemingen	141
handels- en afwikkelplatformen en clearing & settlement	22

Bovenstaand overzicht bevat een aantal dubbeltellingen. Een bankmedewerker kan bijvoorbeeld ook als medewerker van een beursgenoteerde onderneming zijn aangemerkt indien hij/zij te maken heeft met het toezicht op de kapitaalmarkt. In totaal hebben netto 2.001 professionals hun medewerking verleend. Dit is ruim het dubbele aantal van 2011 toen 928 professionals deelnamen. De data zijn net als in 2011 herwogen door gebruik te maken van een weegframe dat door de AFM is aangeleverd. Zodoende kunnen wij ook conclusies formuleren over het gehele universum van stakeholders (althans, voor zover gerepresenteerd door deze negen categorieën). Voor nadere details verwijzen wij naar de technische verantwoording van het onderzoek die u in bijlage 1 aantreft.

Dit rapport biedt een overzicht van de belangrijkste bevindingen. We gaan achtereenvolgens in op de volgende thema's:

- het algemene oordeel over de AFM en de ontwikkeling ervan sinds 2011;
- de ervaringen met het contact dat men heeft met de AFM (persoonlijk, telefonisch, via brief, e-mail of internet);
- de visie op de verschillende communicatiemiddelen van de AFM, zoals de website, digitale nieuwsbrieven en leidraden;
- de visie op open normen voor passende betaling voor beleggen respectievelijk de algemene zorgplicht.

- inzicht in de mate waarin de negen doelgroepen van elkaar verschillen in hun visie op de AFM.

We wijzen erop dat we van één doelgroep over weinig waarnemingen beschikken: de categorie handels- en afwikkelplatformen en clearing & settlement (n=22). Wij zijn voorzichtig met het trekken van conclusies over deze doelgroepen, al moet worden gezegd dat we met 22 waarnemingen welbeschouwd een groot deel van deze specifieke doelgroep afdekken.

NB Omwille van de leesbaarheid spreken wij hierna van banken, beleggingsinstellingen, beleggingsondernemingen e.d. waar wij in feite bedoelen: medewerkers van deze organisaties die te maken hebben met het toezicht van de AFM. Verder korten wij de verzamelcategorieën zoals handels- en afwikkelplatformen en clearing & settlement soms af tot handelsplatformen, evenals banken en kredietverstrekkers tot banken en pensioenfondsen en -uitvoerders tot pensioenuitvoerders.

De gehanteerde vragenlijst, tabellenseries en resultaten van secundaire analyses hebben wij afzonderlijk aan de AFM geleverd, evenals anonieme listings van de antwoorden op open vragen.

2 Managementsamenvatting

Het algemene oordeel over de AFM is sinds 2011 niet significant veranderd en valt – als we de balans opmaken – positief uit:

- 41% geeft een (zeer) positief oordeel (2011: 41%).
- 40% neemt een neutraal standpunt in (43%).
- 18% geeft een (zeer) negatief oordeel (16%).

Het marktbrede oordeel is dus niet gewijzigd en dat geldt ook voor de meeste categorieën stakeholders. Alleen pensioenfondsen en -uitvoerders zijn wat positiever geworden, evenals adviseurs en bemiddelaars, terwijl accountantsorganisaties zich juist kritischer opstellen dan voorheen.

Imago

Net als het oordeel over de AFM is ook de houding aangaande het toezicht niet wezenlijk veranderd in de afgelopen twee jaar. De doelgroep vindt overwegend dat de markt zonder de AFM niet goed zou functioneren, er is een lichte voorkeur voor zelfregulering en eveneens enige voorkeur voor preventief toezicht.

De integriteit van de AFM staat welbeschouwd niet ter discussie en men kan zich veelal ook vinden in de prioriteiten die de toezichthouder stelt. Het neemt niet weg dat praktijkkennis in de perceptie te wensen overlaat en dat de AFM daardoor het speelveld niet helemaal begrijpt. Vooral accountantsorganisaties maar ook net als voorheen adviseurs/bemiddelaars nemen op dit vlak een kritische houding aan.

Effectiviteit

In de ogen van de doelgroep is de effectiviteit fors toegenomen: 44% spreekt van een (zeer) goede effectiviteit en dit bedroeg in 2011 nog slechts 29%. Dit geldt voor vrijwel alle typen professionals, met uitzondering van accountantsorganisaties volgens wie de effectiviteit juist achteruit is gegaan. Dit spoort met het algemene beeld dat accountants nu veel minder goed te spreken zijn over de toezichthouder.

Contact

Het aantal contactmomenten met de AFM is over hele linie afgenomen. Vooral brieven heeft men in de voorgaande 12 maanden minder ontvangen: slechts 57% heeft dat meegemaakt terwijl het twee jaar geleden nog 75% bedroeg. Ook het telefonische contact is flink afgenomen (van 66% naar 49% van de professionals). Alleen contacten via seminars of cursussen zijn niet veranderd: de helft heeft een dergelijk contact gehad in deze periode.

Communicatie

De AFM slaagt er nog beter dan twee jaar geleden in om haar stakeholders met verschillende mediumtypen te bereiken:

- 95% kent de website van de AFM
- 92% is bekend met de digitale nieuwsbrieven
- 84% leest nieuwsberichten op de website
- 73% ziet of leest wel eens een interview met een AFM'er.

Het oordeel over deze media is overwegend positief, al steken de digitale nieuwsbrieven er met kop en schouder bovenuit: zeven van de tien lezers vinden deze (zeer) goed.

Leidraden worden inmiddels door vier van de vijf professionals gelezen en ook deze worden steeds beter gewaardeerd: de helft vindt ze (zeer) goed terwijl in 2011 amper een op de drie er zo over oordeelde. Een ruime meerderheid van de lezers vindt dat de Leidraden helpen bij hun werk, dat ze aanzetten tot actie en bijdragen aan een goede werking van de financiële markten. Al met al is de helft van de professionals positief over de algemene communicatiemiddelen van de AFM.

Toezicht Financiële Ondernemingen

Het bereik van de nieuwsbrieven is onder de FO-doelgroep hoger dan onder stakeholders die niet onder dit toezicht vallen. Zij lezen ook de Leidraden vaker, al is het opvallend dat ze minder vaak concluderen dat de AFM hiermee aantoont dat ze de markt goed begrijpt. FO-stakeholders zijn ook wat kritischer over de praktijkkennis en over het begrip van de toezichthouder voor hun speelveld.

Pensioenuitvoerders zijn overwegend redelijk tot goed te spreken over de samenwerking van de AFM met DNB. Toch is er in de beleving wel een verschil in kennis, terwijl ook de coördinatie van beide toezichthouders volgens sommigen voor verbetering vatbaar is. Pensioenuitvoerders tonen zich wat kritischer dan anderen. Zij zijn ook licht negatief over de bijdrage van de AFM aan de pensioendiscussie.

Toezicht Kapitaalmarkt

Stakeholders op de kapitaalmarkt zijn nog positiever over de AFM dan anderen. Zij zijn ook vaker van oordeel dat de markt zonder de AFM niet goed kan functioneren. Het positiever oordeel kan wellicht samenhangen met het feit dat men ook meer contact heeft met de AFM dan andere professionals. Ondanks deze positievere houding hebben ze geen afwijkend oordeel over de effectiviteit van de toezichthouder.

3 Oordeel over de AFM

3.1 Raakvlakken met de AFM

De gemiddelde financieel professional uit de doelgroep heeft in zijn/haar werkzaamheden te maken met vijf verschillende onderwerpen op het terrein van de AFM. De volgende figuur biedt overzicht.



Bron: TNS NIPO, 2014

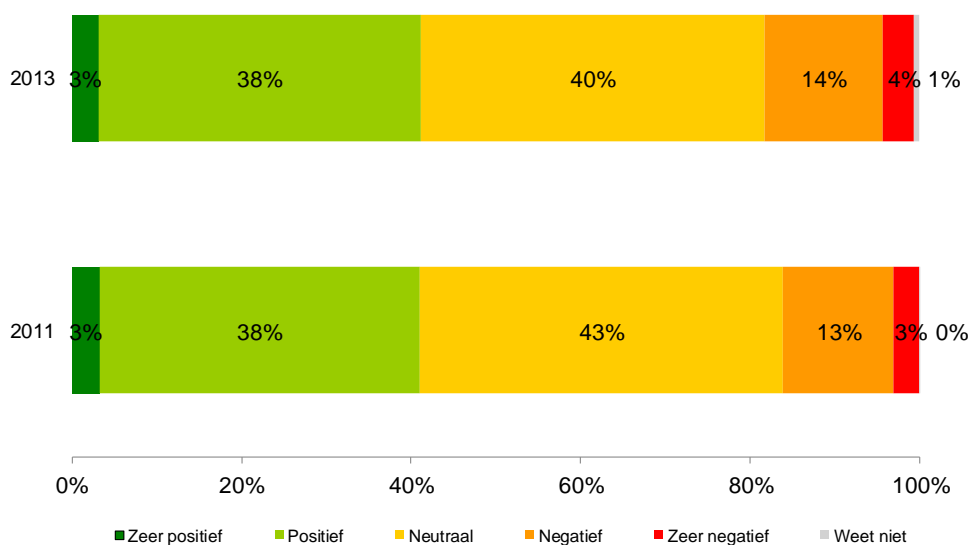
Vanzelfsprekend is er inhoudelijk een grote variatie tussen de doelgroepen. Zo hebben accountantsorganisaties met relatief weinig onderwerpen te maken: gemiddeld zijn het er slechts drie. Naast het accountantstoezicht zelf betreft het veelal toetsing, registers en vergunningverlening. Ook pensioenfondsen en -uitvoerders raken op gemiddeld slechts drie terreinen aan de AFM: naast werknemerspensioenen handelt het doorgaans om informatieverzoeken van de AFM en toetsing van bestuurders.

Aan de andere kant van het spectrum hebben effectenuitgevende instellingen de meeste raakvlakken met de AFM: gemiddeld zijn het 7,5 thema's. Ze worden op de voet gevolgd door banken en kredietverstrekkers (met gemiddeld zeven onderwerpen). Het is niet verbazend dat er in dit alles een grote variatie is tussen typen organisaties. Zo is het thema 'klantbelang centraal' bovenal relevant voor banken, verzekeraars en adviseurs maar veel minder voor accountantsorganisaties en pensioenfondsen. Beleggingsadvies staat met name bij banken, beleggingsondernemingen en effectenuitgevende instellingen op de agenda. Werknemerspensioenen zijn vooral relevant voor pensioenfondsen/-uitvoerders, verzekeraars en adviseurs.

3.2 Algemeen oordeel

Het algemene oordeel over de AFM is sinds 2011 niet significant veranderd en valt dus – als we de balans opmaken – positief uit. De volgende figuur illustreert dit:

Algemeen oordeel over de AFM



Bron: TNS NIPO, 2014

Het marktbrede oordeel is dus niet veranderd en dat geldt ook voor de meeste categorieën stakeholders. Alleen de volgende drie zijn sinds 2011 enigszins van kleur veranderd:

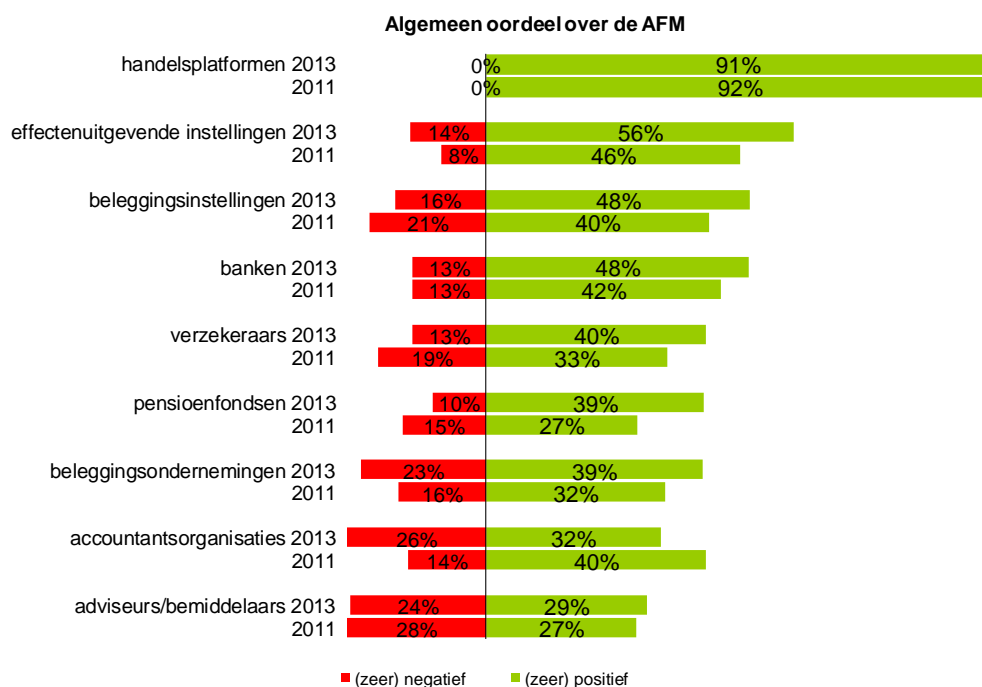
- Pensioenuitvoerders hebben een positievere opvatting gekregen: van 27% naar thans 39% (zeer) positief. Deze categorie behoort door deze verandering niet meer tot de meest kritische stakeholders.
- Accountantsorganisaties daarentegen zijn juist kritischer geworden: van 40% naar 31% positief (en een groeiende groep van maar liefst 26% van hen is negatief, de rest is neutraal). Daarmee zijn accountants met adviseurs de meest

kritische categorie. Voor de niet-OOB-accountants¹ is dit in nog wat sterkere mate het geval. Het is duidelijk dat accountantsorganisaties zich veel minder positief opstellen. Mogelijk heeft dit te maken met het uitbreiden van toezicht naar niet-OOB-accountantsorganisaties in het kader van het thema-onderzoek van 2013. Het toonde aan dat een ruime meerderheid van de wettelijke controles van onvoldoende kwaliteit was. De berichtgeving hierover kan de opvattingen van accountants hebben beïnvloed.

- Weliswaar zijn adviseurs/bemiddelaars relatief het minst positief, maar hun houding is wel wat verbeterd sinds 2011 waardoor zij nu per saldo licht positief oordelen terwijl dit twee jaar geleden nog neutraal was.

Geen van de negen doelgroepen heeft per saldo een negatief oordeel over de AFM. Net als in 2011 zijn handelsplatformen het meest positief. Uitgevende instellingen komen net als toen op de tweede plaats. Voor de goede orde wijzen we erop dat onderstaande figuur de like-for-like comparison toont met 2011. De technische verantwoording (bijlage 1) biedt een gedetailleerd inzicht in de wijze waarop uitgevende instellingen in het onderzoek zijn verwerkt.

We zullen hierna zien dat een positief oordeel onveranderd samenhangt met de mate waarin men persoonlijk contact heeft met de AFM. Hoe meer dit het geval is, hoe gunstiger het beeld dat men van de toezichthouder heeft.



Bron: TNS NIPO, 2014

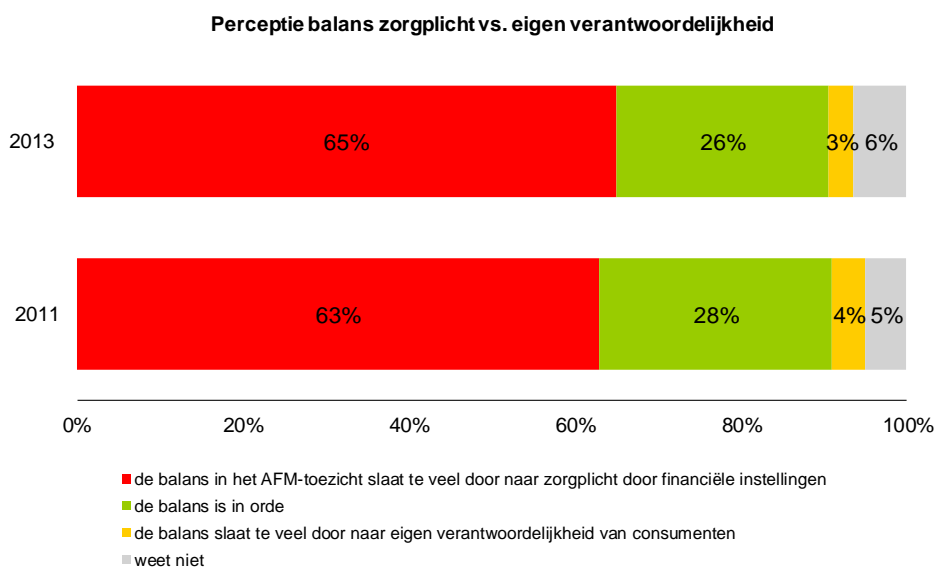
¹ OOB-accountantskantoren zijn kantoren die de jaarrekeningen controleren van organisaties van openbaar belang, zoals beursfondsen, banken en verzekeraars. Niet-OOB-accountantskantoren verrichten wettelijke controles bij andere organisaties, voornamelijk ondernemingen in het MKB.

We zien overigens geen verband tussen de onderwerpen waar men mee te maken heeft (zoals vergunningverlening, provisieverbod, reclame-uitingen of toezicht op producten) en het oordeel over de AFM. Wel is duidelijk dat accountantsorganisaties zich veel minder positief opstellen.

Welke factoren hangen samen met het oordeel van deze financiële professionals? Een zogenoemde correlatieanalyse wijst uit dat persoonlijk contact met de AFM net als in 2011 hoog correleert met het oordeel over de AFM. Hoe hoger de waardering van het persoonlijk contact, hoe positiever het oordeel. Opvallend is verder de hoge samenhang tussen de waardering van de bijdrage van de leidraden en het algemene oordeel over de AFM. Wanneer men het idee heeft dat de AFM laat zien met haar leidraden dat ze de markt begrijpt, een positieve bijdrage levert aan de goede werking van de financiële markten en hen aanzet tot actie is er sprake van een positief verband met het algemene oordeel.

3.3 Houding tegenover toezicht

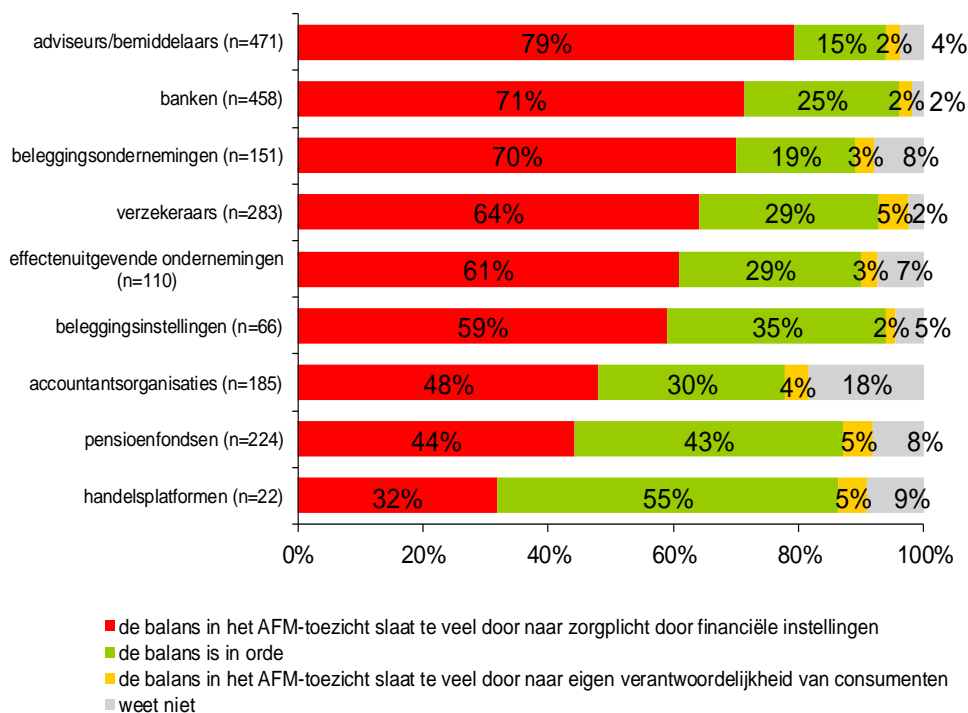
De AFM beweegt in haar toezicht tussen de eigen verantwoordelijkheid van consumenten enerzijds en de zorgplicht van financiële ondernemingen anderzijds. We constateerden in 2011 al dat – in de ogen van de financiële branche – de balans te veel is doorgeslagen. Die opvatting is sindsdien niet wezenlijk veranderd, zoals de volgende figuur illustreert.



Bron: TNS NIPO, 2014

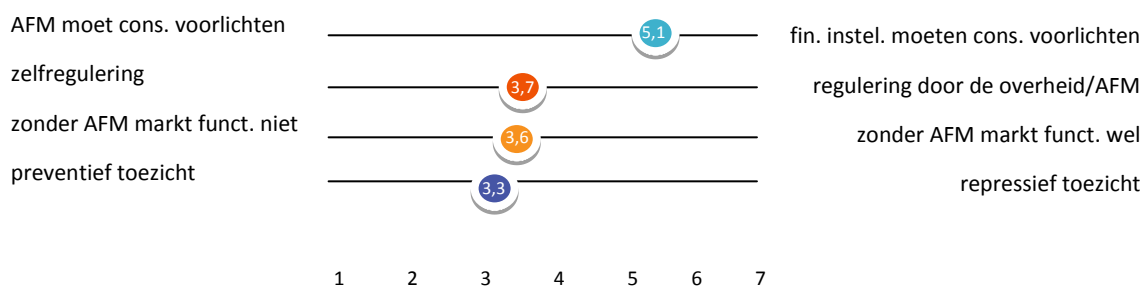
Net als in 2011 zien we substantiële verschillen tussen typen stakeholders. Banken en adviseurs/bemiddelaars zijn het meest van mening dat de balans in hun nadeel uitslaat. Handelsplatformen (die nu eenmaal weinig direct contact hebben met consumenten) en pensioenuitvoerders zijn daarentegen juist vaak van mening dat de balans in orde is (55% resp. 43% van hen is deze mening toegedaan).

Oordeel over balans verantwoordelijkheid consumenten vs. financiële instellingen



Bron: TNS NIPO, 2013

De houding tegenover de AFM kan ook worden bepaald door de opvattingen die men heeft over het toezicht in algemene zin. De volgende figuur laat ons zien hoe men over een aantal aspecten denkt (zoals gemeten op een zevenpuntsschaal: de gemiddelde scores zijn erbij vermeld). De opvattingen zijn sinds 2011 niet veranderd.



Het overzicht leert ons het volgende:

- Het is in de ogen van stakeholders meer de taak van financiële instellingen dan van de AFM om consumenten voor te lichten. Op dit punt zijn zij zeer eenstemmig, waarbij pensioenfondsen/-uitvoerders nog wat sterker deze mening zijn toegedaan.
- Er is een onveranderd lichte voorkeur voor zelfregulering boven opgelegde regulering van overheid of AFM, wat impliceert dat men verre van afwijzend staat tegenover opgelegde regulering. Deze houding geldt voor iedere categorie stakeholders, met uitzondering van handelsplatformen die per saldo opgelegde regulering verkiezen. Onder effectenuitgevende instellingen en beleggingsondernemingen zijn de voorkeuren overigens vrijwel in evenwicht. Bemiddelaars zijn ongewijzigd de grootste voorstanders van zelfregulering.
- Alle financiële organisaties verkiezen per saldo preventief toezicht boven repressief toezicht. Deze opvatting is evenmin veranderd sinds 2011. Het verkiezen van repressief toezicht boven preventief toezicht is wel terug te zien bij de niet-OOB-accountants die hier per saldo vaker voor kiezen dan OOB-accountants.
- Net als in 2011 vindt de financiële markt per saldo dat de markt zonder de AFM niet goed zou kunnen functioneren: 50% stelt zich op dit standpunt, terwijl 26% wat meer van oordeel is dat de markt zonder de toezichthouder wél goed zou functioneren. Men ziet dus overwegend het belang van toezicht in. Het is niet verbazend dat deze opvatting sterk samenhangt met het algemene oordeel over de AFM: naarmate men positiever is, vindt men ook vaker dat de markt zonder de AFM niet goed kan functioneren. Het zijn alleen de adviseurs/bemiddelaars die zeer kritisch zijn en overwegend liever een markt zonder de AFM zouden zien. Net als de adviseurs/bemiddelaars zijn ook de niet-OOB-accountants eerder van mening dat zonder de AFM de markt prima zou functioneren, terwijl de OOB-accountants wat meer van oordeel zijn dat de markt zonder de toezichthouder niet goed zou functioneren. Effectenuitgevende instellingen en handelsplatformen zijn er daarentegen juist het meest van overtuigd dat de markt zonder de AFM niet goed zou werken.

3.4 Imago AFM

Van alle stakeholders zegt 94% (vrij) goed te weten wat de AFM doet, 6% weet dat globaal. In deze situatie is sinds 2011 geen verandering gekomen. Professionals bij pensioenuitvoerders zijn de enigen bij wie het kennisniveau wat achterblijft (15% zegt slechts globaal bekend te zijn met de AFM).

Het beeld van de AFM verandert enigszins. Professionals menen nog wat meer dan in 2011 dat de toezichthouder integer handelt. Eigenlijk is integriteit nauwelijks een punt van discussie en we zien dat zelfs de doorgaans kritische groep van bemiddelaars er nog positiever over is geworden. Het neemt niet weg dat zij, evenals accountantsorganisaties, vaker afwijzend staan tegenover de opvatting dat de AFM integer is: 13% is het daar mee oneens. We zien een vergelijkbare gang van zaken als het om het stellen van prioriteiten gaat: stakeholders zijn nog wat meer dan voorheen van mening dat de AFM dat op de juiste wijze doet (28% is het hier niet mee eens), maar adviseurs (35%) en accountants (37%) wijzen dat significant vaker van de hand. Over de praktijkkennis van de AFM en het passend handelen is men relatief wat minder lovend; deze opvattingen zijn evenwel niet veranderd. Adviseurs en beleggingsondernemingen zijn het meest negatief over de praktijkkennis van de AFM (de helft is van mening dat die kennis onvoldoende is). Van de accountants zijn het vooral de niet-OOB-accountants die het meest negatief zijn over de praktijkkennis van de AFM. OOB accountants zijn hier per saldo wat positiever over. Bovendien vinden accountants dat de AFM niet passend en consistent handelt (39%).

De gemiddelde professional is van oordeel dat de AFM zijn speelveld niet helemaal begrijpt. Het zijn wederom adviseurs/bemiddelaars (55%) en accountantsorganisaties (52%) die hier kritisch over zijn. En het zijn vooral accountants die de AFM verwijten weinig ruimte te bieden voor discussie (49%). Met name voor de niet-OOB-accountants is dit in nog wat sterkere mate het geval. De OOB-accountants hebben per saldo vaker het idee dat de AFM zijn speelveld begrijpt en wat ruimte biedt voor discussie.

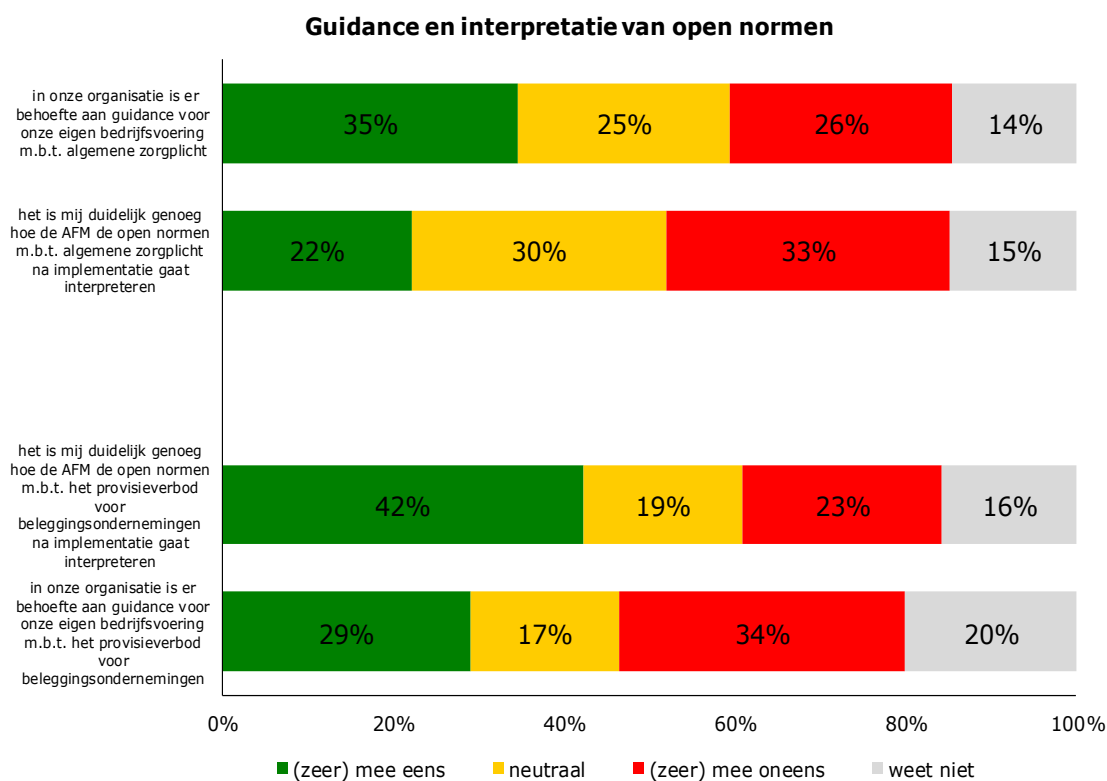
Aan de andere kant van het spectrum menen handelsplatformen juist wél dat de AFM hun speelveld snapt en discussieruimte biedt. Mogelijk hangt dit enigszins samen met de gepercipieerde praktijkkennis: handelsplatformen slaan die zeer hoog aan. Zij wijken daarin af van de andere stakeholders die er per saldo vaker negatief dan positief over oordelen. Onder hen treffen we vooral adviseurs/bemiddelaars (48% negatief over praktijkkennis) en beleggingsondernemingen (47%) aan.

3.5 Open normen

We hebben de opvattingen over open normen in kaart gebracht voor wat betreft twee thema's:

- provisieverbod voor beleggingsondernemingen die per 1 januari 2014 is ingevoerd (voorgelegd aan banken, beleggingsinstellingen en beleggingsondernemingen);
- de algemene zorgplicht voor financiële ondernemingen (dezelfde doelgroep, aangevuld met verzekeraars en adviseurs).

De volgende illustratie biedt inzicht in de opvattingen van de respectievelijke doelgroepen.



Bron: TNS NIPO, 2014

Open normen – provisieverbod beleggen

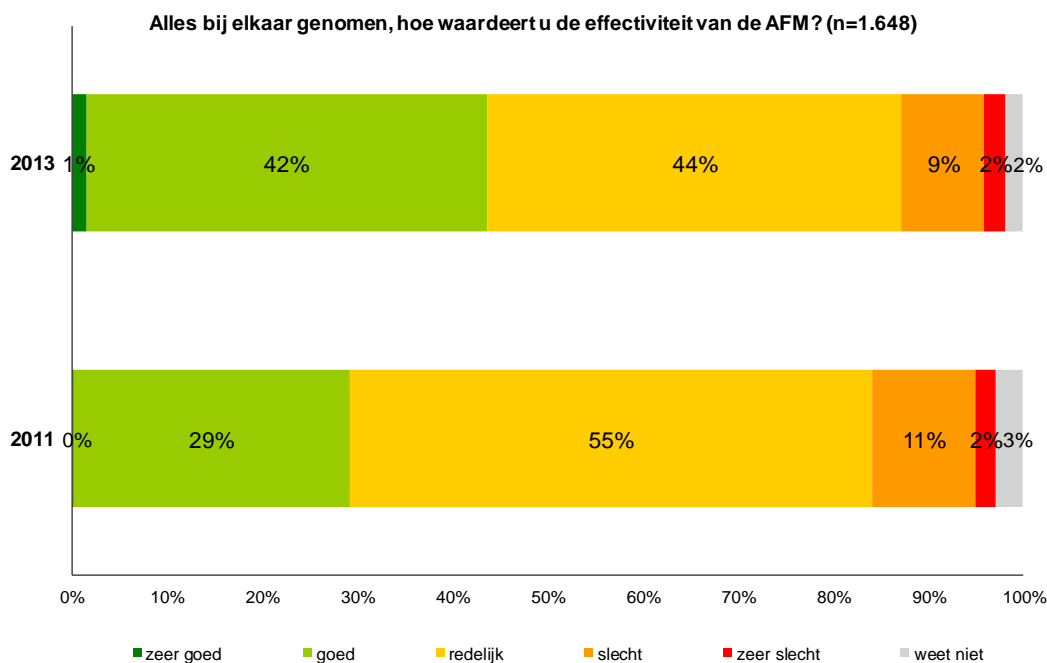
Het lijkt erop dat men per saldo redelijk goed weet hoe de AFM de normen m.b.t. het provisieverbod zal gaan hanteren. Gemiddeld zegt 42% dat dit het geval is, terwijl 'slechts' 23% zegt dat niet goed te weten. Beleggingsondernemingen (59%) en beleggingsinstellingen (48%) steken hier in positieve zin bovenuit. Banken blijven er bij achter (28%), al moet worden opgemerkt dat een op de drie bankprofessionals op dit punt geen mening heeft. De behoefte aan guidance op dit vlak is overal gelijk; circa drie op de tien stakeholders beaamt die behoefte te hebben.

Open normen – algemene zorgplicht

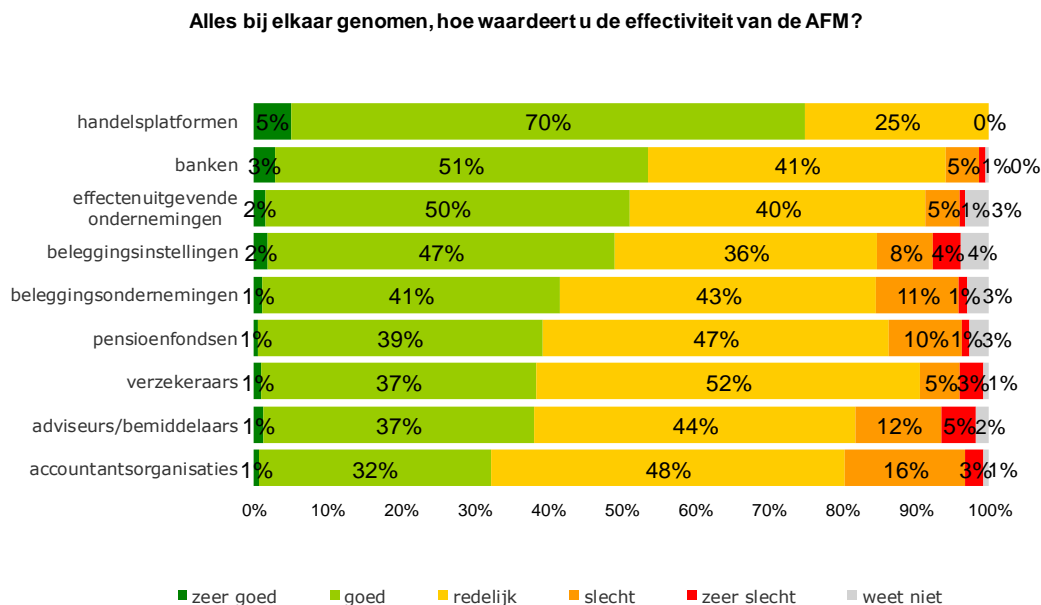
In vergelijking met het provisieverbod is er beduidend meer onduidelijkheid over de wijze waarop de AFM de open normen aangaande de algemene zorgplicht gaat interpreteren. Voor slechts 22% is dit helder en dat is dus de helft van de bekendheid rond het provisieverbod. Verzekeraars (14%) tasten er nog wat meer over in het duister. Ondanks dit alles is er opvallend genoeg geen substantieel grotere behoefte aan guidance voor de eigen bedrijfsvoering met betrekking tot algemene zorgplicht: slechts bij een op de drie (34%) is dat het geval. Er zijn op dit punt geen grote verschillen tussen organisaties, al lijken beleggingsondernemingen er wat minder behoefte aan te hebben.

3.6 Effectiviteit AFM

De gepercipieerde effectiviteit is in twee jaar fors gegroeid. Was in 2011 nog 29% van mening dat die effectiviteit (zeer) goed was, inmiddels is dat toegenomen tot 44% zoals onderstaande figuur illustreert.



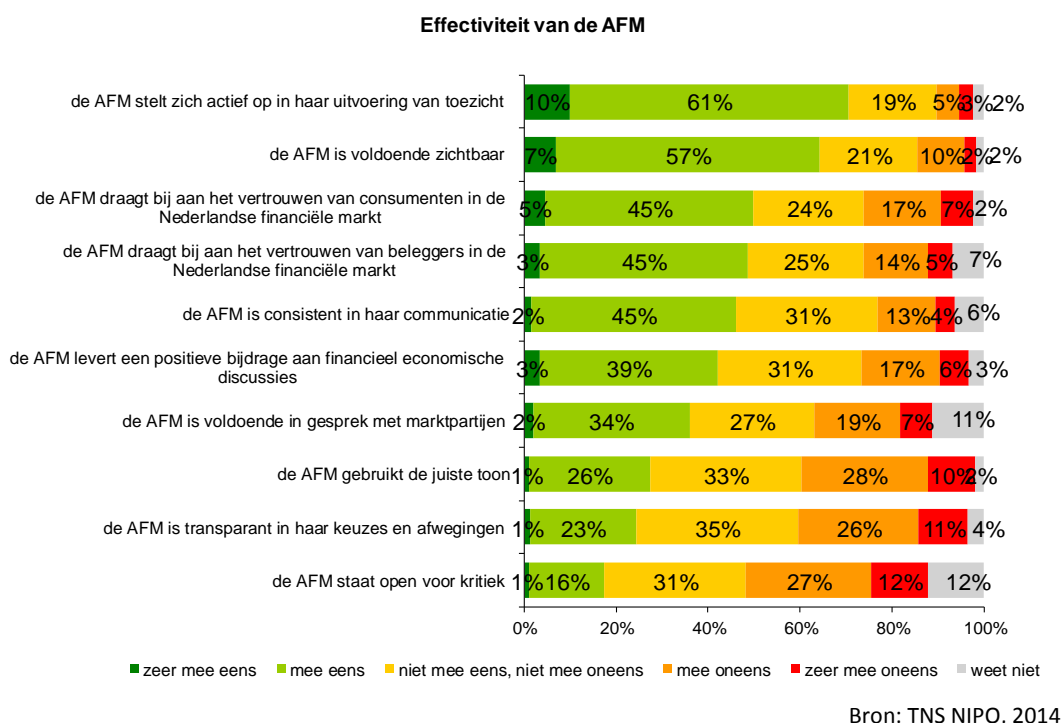
Bron: TNS NIPO, 2014



Bron: TNS NIPO, 2014

De groeiende perceptie van effectiviteit wordt breed gedragen: vrijwel iedereen is die mening toegedaan. De enige uitzondering zijn accountantsorganisaties die juist van een verslechtering spreken (van 9% naar 19% die het slechter ziet worden). Zij zijn samen met adviseurs (van wie 16% de effectiviteit slecht vindt) het meest kritisch. Het lijkt een Horn-effect: omdat accountantsorganisaties sowieso veel kritischer zijn over de AFM, zijn ze ook minder te spreken over de effectiviteit van de toezichthouder. Voorts zijn verzekeraars de enigen die hun oordeel niet veranderd hebben in de afgelopen jaren. Aan de andere kant van het spectrum zijn banken en uitgevende instellingen het beste te spreken over de effectiviteit (slechts 5% vindt die slecht).

Waar is de groeiende perceptie van effectiviteit op gebaseerd? De volgende figuur biedt enig inzicht.

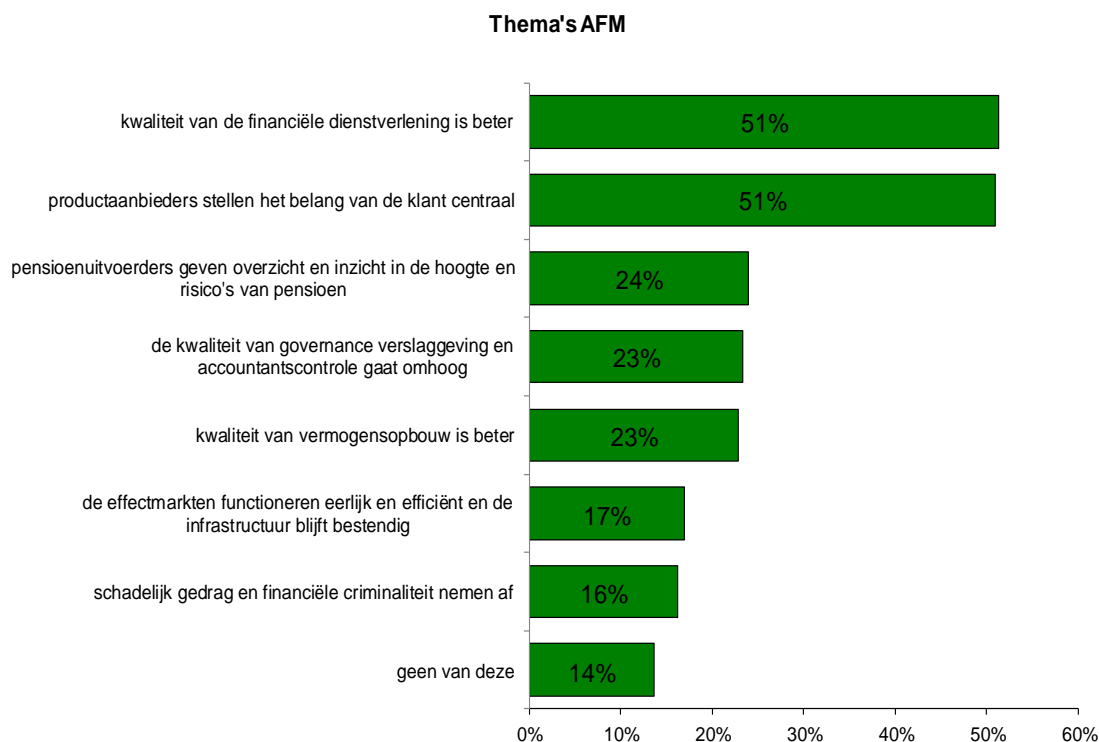


De actieve opstelling van de AFM in haar uitvoering van toezicht, de zichtbaarheid en bijdrage aan het vertrouwen in de financiële markt, het zijn allemaal dragers onder de perceptie van effectiviteit. Toch zijn dit allemaal factoren die nu niet wezenlijk anders worden beoordeeld. We zien overigens weinig verschillen tussen de onderlinge doelgroepen en als die er al zijn dan vertonen die het bekende patroon. Adviseurs zijn bijvoorbeeld kritischer over zichtbaarheid (17% negatief oordeel) evenals het bijdragen aan het vertrouwen in de financiële markt (26% van de adviseurs en 29% van de accountantsorganisaties).

Slechts één kenmerk geniet een hoger oordeel dan twee jaar geleden: meer dan toen is men nu van mening dat de AFM een positieve bijdrage levert aan financieel-economische discussies (van 33% naar 42%). Voor het overige is er in de hierboven geschetste aspecten geen verandering opgetreden.

3.7 Thema's AFM

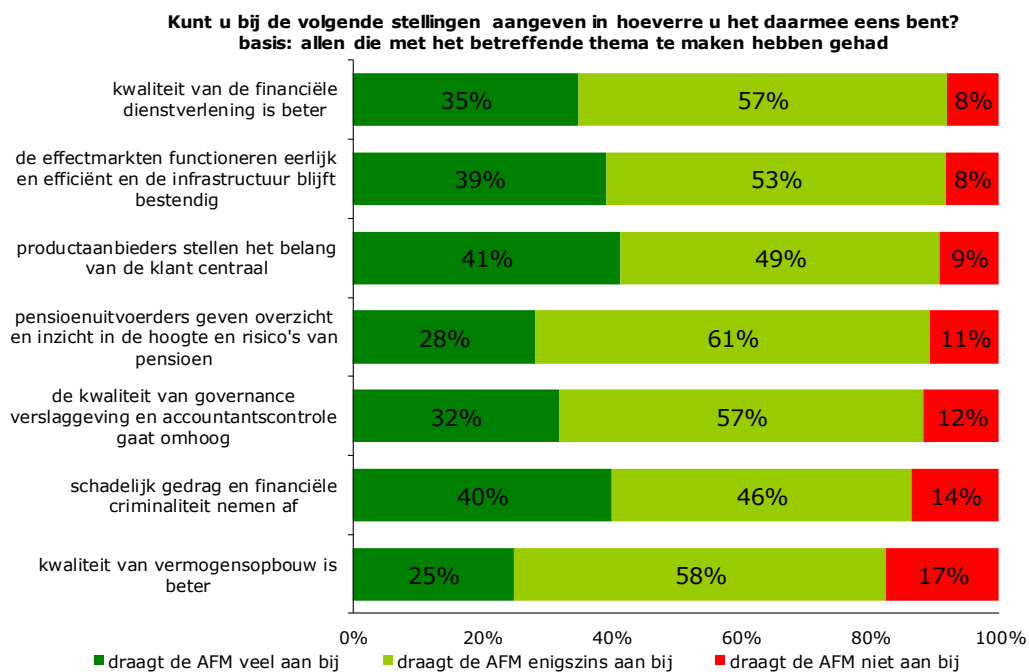
Van een zevental thema's die bij de AFM op de agenda stonden is vastgesteld of de doelgroep er in hun werk mee te maken hebben gehad. Gemiddeld blijkt dit met twee van de zeven het geval te zijn geweest, zoals de volgende figuur illustreert.



Bron: TNS NIPO, 2014

Het klantbelang centraal stellen en verbetering van de financiële dienstverlening zijn de meest herkende thema's: de helft heeft met deze thema's van doen gehad. Dat betreft overigens bovenal banken, verzekeraars en adviseurs/bemiddelaars: van hen heeft driekwart er mee te maken gehad. Accountantsorganisaties wijzen bovenal op de kwaliteit van de verslaggeving (80% van hen) en handelsplatformen op het beter functioneren van effectenmarkten (85%). Dergelijk hoge cijfers zien we niet onder beleggingsinstellingen (30%) of beleggingsondernemingen (39%) als het gaat om betere kwaliteit van vermogensopbouw. Afnemend schadelijk gedrag en criminaliteit is een thema dat slechts een op de zes professionals mee bezig is geweest en dat zijn wat vaker banken, adviseurs en effectenuitgevende instellingen (ca. 20-25%).

In hoeverre draagt de AFM bij aan deze thema's? In de perceptie is daar beslist sprake van zoals de volgende illustratie toont.



Bron: TNS NIPO, 2014

Doorgaans zijn negen van de tien professionals die met een thema te maken hebben van mening dat de AFM er een bijdrage aan levert. Alleen de kwaliteit van de vermogensopbouw blijft hier licht bij achter (83% vindt dat de AFM een bijdrage levert). De AFM heeft welbeschouwd op al deze zeven fronten een positieve pers, waarbij 'klantbelang centraal stellen' er nog het meest bovenuit steekt. Een bloemlezing van positieve ontwikkelingen die stakeholders zien in de financiële sector door het optreden van de AFM:

“Vertrouwen van klanten in de financiële/verzekeringsmarkt neemt toe door het klantbelang centraal te stellen, dit is een onderwerp wat de AFM goed onder de aandacht brengt.”

“Verbeterd normkader voor aanbieders financiële producten waardoor een level playing field ontstaat.”

“Minder provisie of omzet gedreven werkzaamheden. Men is voorzichtig geworden om voor het snelle geld te gaan. maar dit betekent nog niet dat de 'aard van het beestje' al echt is veranderd.”

“Kwaliteit van de accountantscontrole is over het geheel genomen wel verbeterd. Er gaat een preventieve werking uit vanuit het toezicht.”

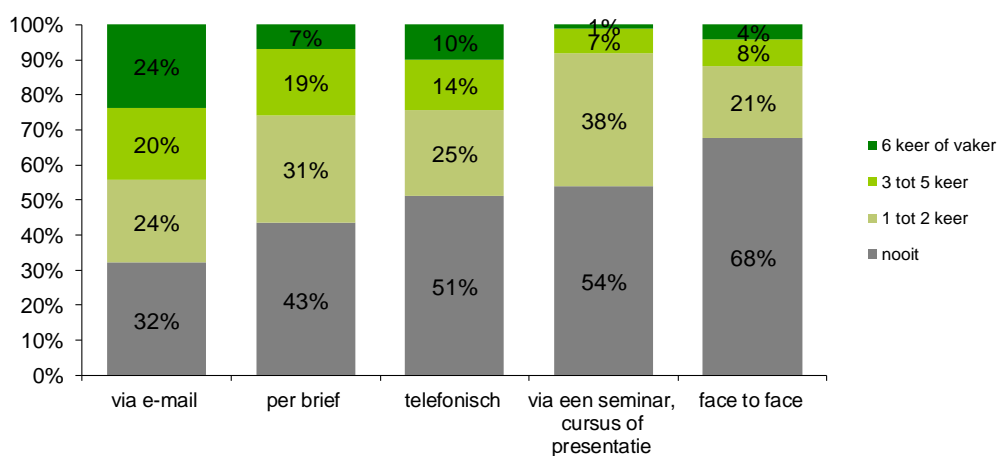
“Investerings in kwaliteit van controles (externe okb's, compliance versterking, cursussen). aandacht van beleidsbepalers voor de controlepraktijk en kwaliteit van externe accountants.”

4 Contact met de AFM

4.1 Wijze van contact

Het meeste contact met de AFM hebben de financiële professionals per brief (57%) of per e-mail (68%). Handelsplatformen steken hier ver bovenuit: zij hebben vaker telefonisch, per mail of face-to-face contact dan de overige groepen.

Hoe vaak heeft u in de afgelopen 12 maanden contact gehad met de AFM?



Bron: TNS NIPO, 2014

Brief

In de afgelopen twaalf maanden hebben vooral beleggingsondernemingen (75%), beleggingsinstellingen (58%) en effectenuitgevende en beursgenoteerde ondernemingen (64%) contact gehad per brief. Banken (41%) en verzekeraars (41%) wat minder.

E-mail

Per e-mail hebben vooral de handelsplatformen (90%), effectenuitgevende instellingen (80%) en beleggingsondernemingen (81%) contact. Banken, pensioenfondsen en verzekeraars hebben dat vaker op andere manieren.

Telefonisch

Naast handelsplatformen (81%) hebben ook beleggingsondernemingen (71%) en effectenuitgevende/beursgenoteerde ondernemingen (59%) wel eens telefonisch contact met de AFM. Met accountantsorganisaties (44%), pensioenfondsen en -uitvoerders (25%) en banken/kredietverstrekkers (32%) gebeurt dit beduidend minder.

Face-to-face

Het meeste face-to-face contact heeft de AFM met handelsplatformen (86%) en beleggingsondernemingen (52%). Bij pensioenfondsen (13%) en adviseurs/bemiddelaars (15%) komt dit weinig voor, mede samenhangend met het grote aantal professionals dat er werkzaam is.

Seminar, cursus of presentatie

Minder dan de helft heeft in de afgelopen twaalf maanden face-to-face contact gehad met iemand van de AFM via een seminar, cursus of presentatie, wat zich veelal beperkt tot een enkele keer. Beleggingsinstellingen hebben dit het meest gehad (60%), bemiddelaars het minst (36%).

In vergelijking met 2011 is er weinig veranderd voor wat betreft contact met de AFM via een seminar, cursus of presentatie. Opvallend is dat bij de andere vormen het contact afneemt sinds 2011.

- In 2011 had 66% wel eens telefonisch contact met de AFM, nu geeft nog maar de helft aan dit te hebben gehad met de AFM in de afgelopen twaalf maanden.
- Ook per brief hadden in 2011 drie op de vier financiële professionals wel eens contact met de AFM, wat is gedaald naar 57%.
- Contact via e-mail laat een daling zien van 77% naar 68%.
- Face-to-face contact heeft 68% nog nooit gehad met de AFM, in 2011 was dit 62%.

4.2 Contact met AFM-medewerkers

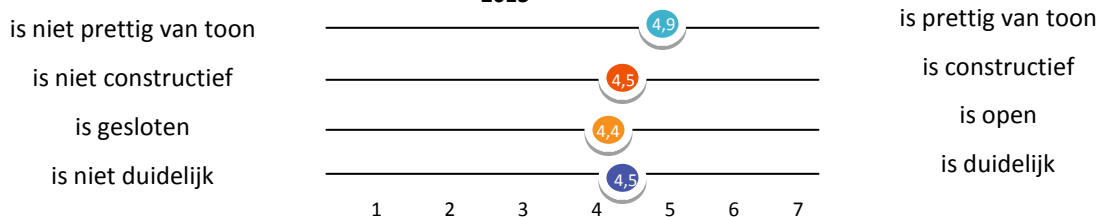
Het persoonlijke contact met medewerkers van de AFM wordt over het algemeen redelijk goed beoordeeld. Het merendeel vindt dit prettig van toon (4,9 op een zevenpuntsschaal waarbij 4 dus de neutrale score is), constructief (4,5), duidelijk (4,5) en open (4,4). We zien de inmiddels bekende verschillen tussen categorieën stakeholders. Zo zijn handelsplatformen het meest positief over het persoonlijk contact: zij waarderen dit zelfs met scores van 5,7 tot 5,9 op een zevenpuntsschaal. Accountantsorganisaties daarentegen zijn er duidelijk minder over te spreken, al is ook onder hen het oordeel per saldo niet echt negatief.

Het persoonlijke contact met AFM-medewerkers

2011

is niet prettig van toon	5,0	is prettig van toon
is niet constructief	4,7	is constructief

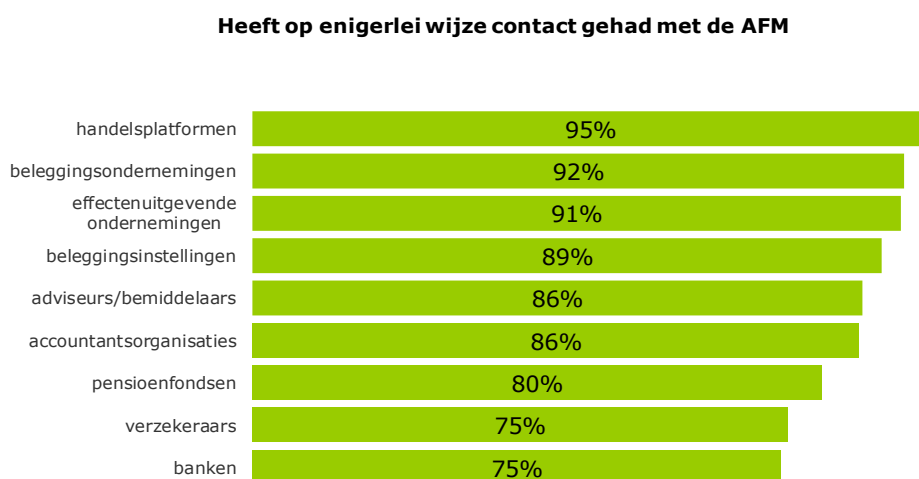
2013



In vergelijking met 2011 is er echter wel sprake van een wat lagere waardering van het persoonlijk contact met medewerkers van de AFM. Deze contacten worden nog steeds als prettig van toon ervaren, maar lijken als minder duidelijk te worden ervaren en significant minder constructief dan toen.

Handelsplatformen zijn net als in 2011 beduidend positiever over deze contacten. Waar pensioenfondsen en adviseurs/bemiddelaars de vorige keer nog het minst te spreken waren over het persoonlijk contact, zijn het nu de accountantsorganisaties die minder te spreken zijn over de toon, constructiviteit en openheid van de medewerkers van de AFM.

4.3 Algemeen oordeel contact

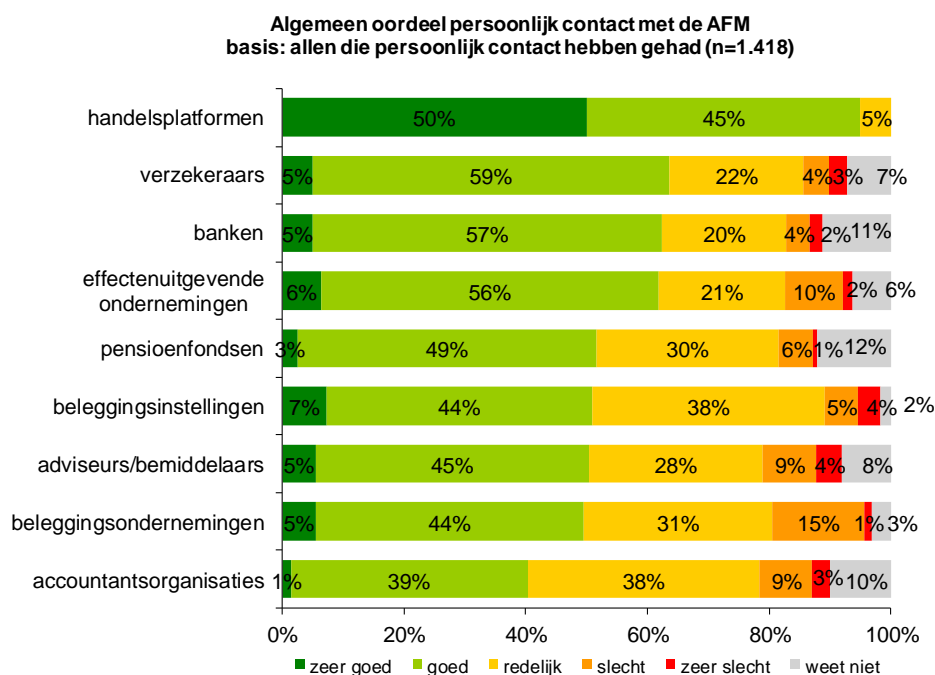


Bron: TNS NIPO, 2014

Het leeuwendeel van de stakeholders heeft in 2013 persoonlijk contact gehad met de AFM (dat wil zeggen: telefonisch, email, face-to-face, brief of bij een presentatie of cursus). Er zijn wel enige verschillen per doelgroep: zo heeft 95% van de stakeholders bij handelsplatformen dergelijk contact gehad, terwijl het bij banken om 75% handelt.

Van de professionals die persoonlijk contact hadden met de AFM, beoordeelt 27% dit als redelijk en 55% zelfs als (zeer) goed. Slechts 10% ervaart het als (zeer) slecht. We zien het bekende patroon dat handelsplatformen het positiefst zijn over het persoonlijke contact met de AFM. Banken en verzekeraars zijn een stuk positiever geworden ten opzichte van 2011. Maar liefst 64% van de verzekeraars waardeert het persoonlijk

contact (zeer) goed, in 2011 was dat nog 50%. Het minst positief over het persoonlijk contact zijn beleggingsondernemingen waar 16% het contact als (zeer) slecht waardeert, accountantsorganisaties (12%) en adviseurs/bemiddelaars (13%). Desondanks is laatstgenoemde categorie wat minder negatief dan in 2011. Accountantsorganisaties daarentegen zijn er juist veel slechter over te spreken dan toen (3% ontevreden in 2011).



Bron: TNS NIPO, 2014

Voor 21% van degenen die persoonlijk contact hadden met de AFM is het beeld door dit contact in positieve zin bijgesteld, terwijl het voor 12% juist tot een negatieve bijstelling leidde. Accountantsorganisaties hebben na het persoonlijk contact minder vaak een (zeer) positief veranderd beeld van de AFM.

De groep die minder tevreden is over het contact met de AFM geeft als suggestie mee dat de AFM zich minder autoritair en minder afstandelijk moet opstellen. Meer persoonlijk contact, meer terugkoppeling van wat er gedaan wordt met geleverde informatie en medewerkers met meer (gepercipieerde) feitenkennis en praktijkervaring dan nu het geval is, worden als suggesties gegeven om het contact te verbeteren.

Hier volgen enkele letterlijke suggesties (willekeurig gekozen) van stakeholders die minder te spreken zijn over het contact:

“Praten met de AFM staat gelijk aan praten met een wetboek. Begrijp dat ze de wet moeten hanteren, maar communiceren vraagt een zender en een ontvanger; heb niet altijd het idee dat de boodschap overkomt bij de AFM. Reageren met het oplezen van een artikel uit de WFT helpt niet.”

“AFM heeft te weinig praktijkkennis en inlevingsvermogen over hetgeen in financiële markten plaatsvindt. Het is te academisch waardoor het neergezette beleid te weinig met de concurrentiepositie van de participanten op de markt rekening houdt. Dit pakt in merendeel van de gevallen voordelig voor grote spelers uit.”

“Niet hakken in het zand en achter regeltjes verschuilen, maar theorie en praktijk meer met elkaar verbinden.”

“De AFM zou ruimte moeten laten voor discussie en individuele beoordelingen i.p.v. vanuit haar ivoren toren en met een wetboek op schoot allen over één kam scheren. Daarnaast zou de samenwerking met de markt veel meer gezocht moeten worden, i.p.v. de regels maar klakkeloos op te leggen.”

5 Communicatiemiddelen

5.1 Algemeen oordeel contact

De bekendheid van de **website** van de AFM is net als in 2011 erg hoog: slechts 5% van de financiële professionals is hier niet bekend mee en dat betreft vaker medewerkers van pensioenfondsen (14% onbekend). Ook wordt de website net als in 2011 door ruim de helft (54%) van allen die het communicatiemiddel kennen als (zeer) goed beoordeeld. Slechts 12% van deze groep is minder positief en beoordeelt de website als (zeer) slecht. Binnen de doelgroepen is weinig verschil in de beoordeling. Effectenuitgevende/beursgenoteerde ondernemingen zijn wat kritischer. Pensioenfondsen en verzekeraars zijn daarentegen juist wat minder kritisch.

Enkele suggesties ten aanzien van de website:

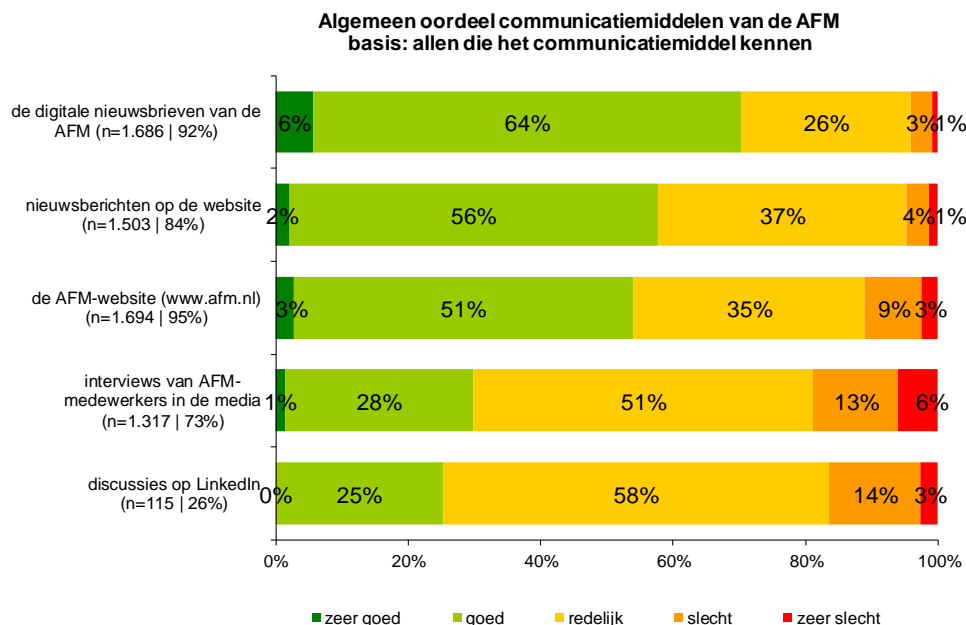
“Structuur van website kan beter. Veel ‘verborgen’ gedeeltes die pas na paar keer klikken gevonden kunnen worden en niet via een hoofdmenu of iets dergelijks.”

“De website is vrij complex, met name bij doorzoeken naar concrete informatie raak ik vaak het spoor bijster.”

In 2011 was 22% niet bekend met de **digitale nieuwsbrieven** van de AFM, nu geeft slechts 8% aan deze niet te kennen. Vooral bemiddelaars maken er gebruik van (99%). Ook de waardering voor digitale nieuwsbrieven van de AFM is sinds 2011 toegenomen: 70% van de financiële professionals die het communicatiemiddel kennen, beoordeelt de digitale nieuwsbrieven als (zeer) goed. Voornamelijk beleggingsinstellingen en verzekeraars zijn hier positief over. Accountantsorganisaties zijn wat minder positief. We gaan in de volgende paragraaf wat dieper in op dit digitale medium.

84% van de financiële professionals kent de **nieuwsberichten op de website** en dit is ongeacht het type stakeholder. 58% van allen die het communicatiemiddel kennen, beoordeelt deze als (zeer) goed. Vooral banken en verzekeraars zijn hierover te spreken. Accountantsorganisaties zijn wat minder positief, maar geven per saldo een voldoende beoordeling.

Drie op de vier (73%) zien wel eens een **interview** met een AFM’er in de media. Handelsplatformen blijven hier flink bij achter (48%), terwijl beleggingsondernemingen hier juist wel bekend mee zijn (83%).



5.2 Digitale nieuwsbrieven

Van degenen die bekend zijn met de digitale nieuwsbrieven (gemiddeld 92% van de stakeholders) wordt de **nieuwsbrief AFM** (aantal abonnees: 15.000) het meest gewaardeerd: 70% van de lezers vindt deze (zeer) nuttig.

De **nieuwsbrief kapitaalmarkten** (aantal abonnees: 6.000) bereikt 55% van de doelgroep op de kapitaalmarkt (en 48% van alle financiële professionals). Met name effectenuitgevende instellingen lezen hem (67%). De KM-lezers zijn overigens zeer te spreken over deze nieuwsbrief, want 60% vindt hem (zeer) nuttig wat vergelijkbaar is met de situatie in 2011 (57%), en het zijn vooral de effectenuitgevende instellingen die deze mening zijn toegedaan (65% van de lezers onder hen).

De **nieuwsbrief financieel dienstverleners** (aantal abonnees: 17.000) wordt ten opzichte van 2011 vaker gelezen en nuttiger gevonden. Twee op de drie (73%) financiële professionals lezen hem en dat betreft bovenal bemiddelaars (95%), banken en verzekeraars (82%). Voor twee van de drie lezers is deze nieuwsbrief (zeer) nuttig en dat betreft in het bijzonder deze drie doelgroepen.

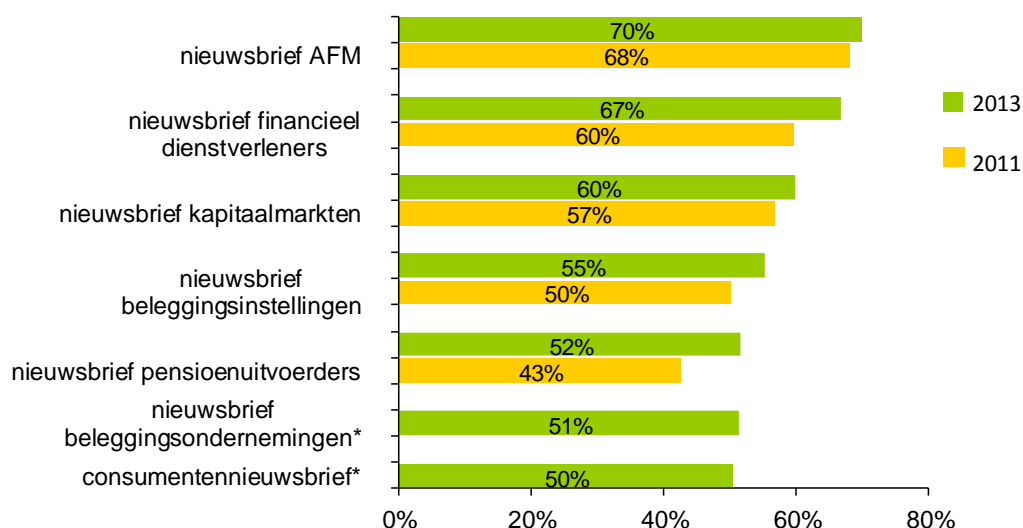
Het bereik van de **nieuwsbrief beleggingsinstellingen** (aantal abonnees: 3.000) is gedaald ten opzichte van 2011 bij de kerndoelgroepen beleggingsinstellingen (van 95% naar 87%) en beleggingsondernemingen (van 80% naar 70%). Het neemt niet weg dat zij samen met de effectenuitgevende en beursgenoteerde ondernemingen deze nieuwsbrief (zeer) nuttig vinden.

Vrijwel alle pensioenfondsen en -uitvoerders (96%) lezen de **nieuwsbrief pensioenuitvoerders** (aantal abonnees: 5.000). In 2011 werd de nieuwsbrief als (zeer) nuttig ervaren door 43% van allen die de nieuwsbrief lezen, wat nu gestegen is naar 52%.

De **nieuwsbrief beleggingsondernemingen** (aantal abonnees: 400) wordt door 89% van de beleggingsondernemingen en door 72% van de beleggingsinstellingen gelezen en daarmee ook door het overgrote deel van hen als (zeer) nuttig beschouwd. Ook effectenuitgevende en beursgenoteerde ondernemingen geven vaak aan de nieuwsbrief (zeer) nuttig te vinden en te lezen.

De **Consumentennieuwsbrief** (aantal abonnees: 6.500) wordt door de helft van de lezers als (zeer) nuttig beoordeeld en wordt met name gelezen door banken en kredietverstrekkers, verzekeraars en adviseurs/bemiddelaars.

De mate waarin men de nieuwsbrieven (zeer) nuttig vindt basis: allen die het communicatiemiddel kennen



*Bestond nog niet in 2011/niet gemeten in 2011

Bron: TNS NIPO, 2014

5.3 Leidraden

Leidraden genieten een hoog bereik: vier op de vijf financiële professionals lezen wel eens een leidraad, interpretatie of beleidsregel van de AFM. Het bereik is nog wat groter onder pensioenfondsen, adviseurs/bemiddelaars en beleggingsondernemingen. Accountantsorganisaties blijven hierbij wat achter: 70% leest ze wel eens.

Leidraden ontvangen een betere beoordeling dan in 2011. Alles bij elkaar genomen beoordeelt ongeveer de helft van de financiële professionals de bijdrage van de AFM

met haar Leidraden als (zeer) goed (48%). Financiële professionals zijn er sinds 2011 nog positiever over geworden, want toen vond 32% ze (zeer) goed. Ook hier zijn handelsplatformen het positiefst (85%). Adviseurs en/of bemiddelaars zijn wat minder positief (42%).

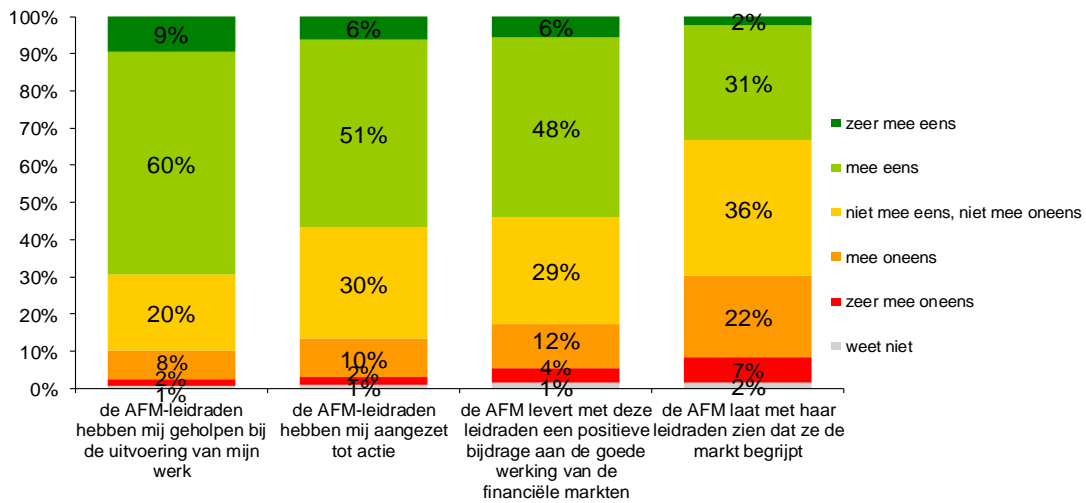
- 69% van de lezers geeft aan dat de leidraden hebben geholpen bij de uitvoering van hun werk, in 2011 was dit nog 50% van de lezers. Effectenuitgevende/beursgenoteerde ondernemingen zijn nog wat positiever (77%). Adviseurs en/of bemiddelaars zijn wat minder positief (63%).
- Voor maar liefst 57% van de lezers hebben de AFM-leidraden wel eens aangezet tot actie, in 2011 was dit nog 41%. De leidraden spelen dan ook een grotere rol ten opzichte van 2011. Vooral bij de lezers van banken/kredietverstrekkers en de beleggingsondernemingen hebben de leidraden aangezet tot actie, terwijl de handelsplatformen en accountantsorganisaties hierbij achterblijven.
- In 2011 gaf 43% van de lezers aan dat AFM met de leidraden een positieve bijdrage aan de goede werking van de financiële markten levert, wat inmiddels is gestegen naar 54%. Handelsplatformen, banken en effectenuitgevende/beursgenoteerde ondernemingen zijn nog wat positiever. Van de handelsplatformen is maar liefst 92% positief over de bijdrage van de leidraden. Adviseurs/bemiddelaars zijn in vergelijking met de andere doelgroepen hier wat minder over te spreken (45%).
- Onderstaand figuur maakt verder duidelijk dat de financiële professionals net als in 2011 wat minder van mening zijn dat de AFM met de leidraden laat zien dat ze de markt begrijpt. Dit is echter ten opzichte van 2011 wel licht gestegen (van 29% naar 33%).

Impact Leidraden

De leidraden worden door lezers in vrijwel gelijke mate letterlijk genomen als naar de geest geïnterpreteerd door de financiële professionals. Er is in dit opzicht geen wezenlijk verschil tussen de onderlinge doelgroepen. Alleen beleggingsondernemingen wijken iets van dit beeld af: zij zijn (nipt) vaker van mening dat leidraden naar de geest geïnterpreteerd kunnen worden.

Niettegenstaande dit alles beschouwt men leidraden wat vaker als verplichtend dan als een advies. Op dit punt is er geen enkel verschil tussen de verschillende typen stakeholders.

In hoeverre bent u het eens met de volgende uitspraken over de leidraden?



Bron: TNS NIPO, 2014

De groep die niet (helemaal) tevreden is over de leidraden van de AFM geeft als suggestie mee dat de AFM alleen toezicht moet houden op bestaande regelgeving en geen regels moet maken. Ook zouden ze concreter moeten zijn omdat de leidraden onvoldoende houvast bieden.

Enkele opmerkingen van ontevreden lezers over de leidraden:

“Enkel concrete zaken die werkelijk wat toevoegen aan al bestaande wetten en regels to the point (!) publiceren i.p.v. lange stukken met nauwelijks inhoud – kennelijk uit profileringszucht – te publiceren.”

“Duidelijker taalgebruik, te juridisch ingekleed om maar vooral alles in te dekken.”

“Ze zijn te lang, te uitgebreid en missen nog wel eens het doel. Betrek meer mensen vanuit de praktijk bij het opstellen van deze leidraden, zodat degene die met de leidraden moet werken ook zaken herkent. Hierdoor wordt het dagelijkse gebruik van de leidraden ook makkelijker en plezieriger.”

“De leidraad is in mijn ogen meer een regelgevend document geworden. Het afwijken van de voorgeschreven standaard is lastig en onnodig complex.”

“Leidraden worden gepositioneerd als advies, echter in de praktijk blijkt het een nieuwe vorm van niet-ministeriële wetgeving te zijn. Waarbij er veel onduidelijkheid is tot op welke hoogte het advies is of het verplicht gevolgd moet worden. Hier zou oprecht duidelijkheid over moeten komen.”

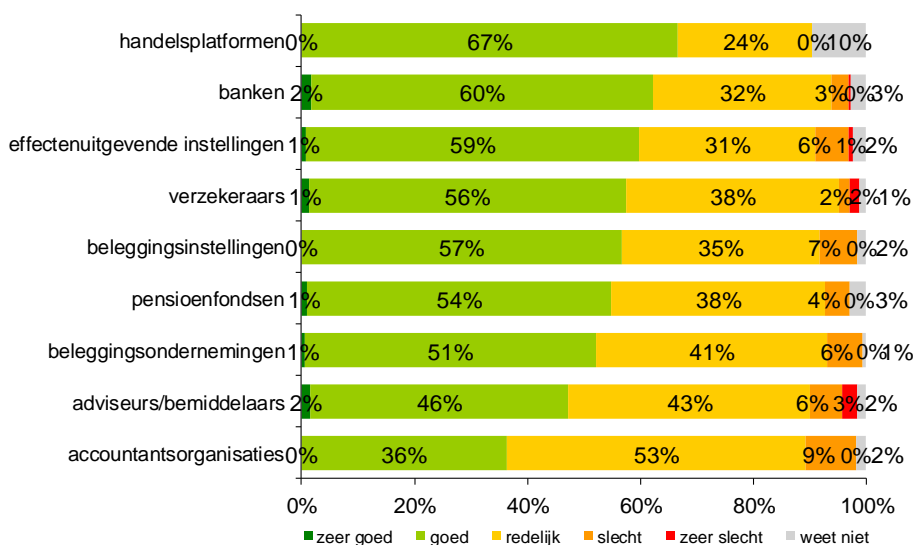
5.4 Oordeel algemene communicatiemiddelen

De helft (53%) van de financiële professionals beoordeelt de communicatiemiddelen van de AFM in z'n totaal (website, digitale nieuwsbrieven, nieuwsberichten op de website en interviews met AFM-medewerkers in de media) als goed. Deze waardering is wat gestegen ten opzichte van 2011 toen 46% dit als goed beoordeelde. Banken en handelsplatformen zijn positiever dan andere doelgroepen. Accountantsorganisaties en adviseurs/bemiddelaars zijn wat minder positief.

Verder is opvallend dat in vergelijking met 2011 de houding van de financiële professionals tegenover de leidraden van de AFM positiever is geworden.

De eerdergenoemde communicatiemiddelen worden per stuk verschillend gewaardeerd en hebben dan ook een verschillende invloed op het algemene oordeel over de AFM. De digitale nieuwsbrieven van de AFM hebben de grootste invloed en worden gevolgd door de nieuwsberichten op de website, de AFM-website en de interviews met AFM-medewerkers in de media.

Waardering algemene communicatiemiddelen van de AFM (n=1.776)



Bron: TNS NIPO, 2014

Motieven ontevredenheid communicatiemiddelen

Er is net als in 2011 nauwelijks ontevredenheid over de communicatiemiddelen van de AFM. Slechts een zeer kleine groep van 6% beoordeelt de communicatiemiddelen in z'n totaliteit negatief. Deze groep geeft als verbeterpunten mee dat de AFM concretere en meer gerichte informatie moet communiceren, de informatie korter en bondiger kan en minder juridisch van toon.

Een greep uit de opmerkingen van financiële professionals die kritisch zijn over de communicatiemiddelen:

“1. Betere vindbaarheid onderwerpen. 2. Kortere teksten. 3. Duidelijker maken wat relevantie van bericht is.”

“Berichten zijn soms lastig door te worstelen doordat ze vrij lang en technisch zijn. Probeer informatie kernachtig en duidelijk te formuleren.”

“Concreet en helder, geen vrije norm als blijkt dat dit in de praktijk moeilijk is te vertalen. Ga dichter bij de klant staan wat zij nu werkelijk wensen.”

“Soms wat duidelijker zeggen wat ze willen of hoe ze het willen i.p.v. copy/paste van de wetteksten.”

“De website is onoverzichtelijk en het is erg lastig zoeken naar informatie – er wordt vaak veel gecommuniceerd waardoor de zin om bepaalde uitingen te lezen snel wegebt. Probeer wat beknopter te zijn en meer to the point te communiceren (geen ellenlange leidraden bijv.)”

“De stijl van communiceren is niet goed. Teveel uit macht en ivoren toren. Intransparant en wantrouwig. Op die wijze wordt een relatie snel gejuridificeerd.”

6 Toezichtsgebieden

In dit hoofdstuk gaan we dieper in op specifieke gebieden van het gedragstoezicht, te weten:

- kapitaalmarkt
- financiële ondernemingen

6.1 Toezicht kapitaalmarkt

Twee van de vijf professionals uit de totale doelgroep heeft op enigerlei wijze te maken met het toezicht van de AFM op de kapitaalmarkt (38%). Zij zijn als zodanig geoormerkt wanneer zij in 2013 te maken hebben gehad met een of meer van de volgende onderwerpen:

- goedkeuring prospectus
- accountantstoezicht
- marktmanipulatie/koersgevoelige informatie/voorwetenschap
- toetsing (half)jaarverslag

Kortweg duiden we hen in deze paragraaf aan als KM-professionals.

KM-professionals zijn nog wat positiever over de AFM dan anderen: 48% heeft een (zeer) positief algemeen oordeel tegenover 37% van de professionals die niet te maken hebben gehad met het toezicht op de kapitaalmarkt. Ze zijn ook beduidend vaker van oordeel dat de markt zonder de AFM niet goed zou functioneren (72% vs. 45%).

Het positievere oordeel kan mede samenhangen met het feit dat KM-professionals meer contact hebben met de AFM. Of het nu telefonisch, per brief, e-mail of via seminars gaat, de AFM heeft een groter bereik binnen deze doelgroep dan onder niet-KM-professionals. Het valt wel op dat – onder de doelgroepen die persoonlijk contact hebben gehad – medewerkers van de AFM wat meer als gesloten worden gezien door KM-professionals (31% vindt dit) dan anderen (19%). Hoewel het om kleine aantallen waarnemingen gaat, wijzen we er voorts op dat degenen die kritisch zijn over de zichtbaarheid van de AFM de toezichthouder juist aanraden om meer de open discussie aan te gaan en zich niet te gesloten op te stellen.

Je zou verwachten dat het bereik van de Nieuwsbrief Kapitaalmarkten wezenlijk groter is onder KM-professionals. Dat blijkt mee te vallen: 57% leest deze nieuwsbrief, evenals 49% van de professionals die *niet* met dit toezicht te maken hebben gehad. De KM-lezers zijn overigens zeer te spreken over deze nieuwsbrief, want 60% vindt hem (zeer) nuttig wat vergelijkbaar is met de situatie in 2011 (57%).

We zagen al eerder dat vier op de vijf professionals leidraden lezen van de AFM; KM-professionals wijken niet van dat beeld af. Zij zijn wel meer dan anderen van mening dat deze leidraden bijdragen aan een goede werking van de financiële markt. Dit spoort met hun algemene opvatting dat de markt zonder de AFM niet goed zou functioneren.

De positievere houding van KM-professionals zien we ook terug in hun opvatting dat de AFM actief het toezicht uitoefent (78% vs. 65%), al zien we verder geen verschil in het oordeel over het bijdragen aan het vertrouwen van beleggers in de Nederlandse financiële markt.

Ondanks de overwegend licht positievere kijk van KM-professionals op de AFM, is het oordeel over de effectiviteit van de toezichthouder niet afwijkend van dat van anderen: 47% vindt de effectiviteit goed en 42% vindt deze redelijk.

6.2 Toezicht financiële ondernemingen

Drie op de vier professionals zijn werkzaam bij een financiële onderneming:

- banken of kredietverstrekkers
- beleggingsinstellingen
- beleggingsondernemingen
- verzekeraars
- adviseurs of bemiddelaars

Zij hebben te maken met het FO-toezicht van de AFM; wij noemen ze in deze paragraaf gemakshalve FO-professionals. We beschrijven de wijze waarop zij zich onderscheiden van anderen.

Het hoeft geen betoog dat FO-professionals met meer toezichtsonderwerpen te maken hebben dan niet-FO-professionals. Wellicht is dit mede de reden waarom zij vaker van mening zijn dat de balans te ver is doorgeslagen naar zorgplicht van financiële instellingen. Maar liefst 71% is deze mening toegedaan tegen 'slechts' 45% van de niet-FO-professionals.

Er lijkt geen noemenswaardig verschil in contact te zijn met de AFM en FO'ers verschillen ook niet wezenlijk in hun oordeel over dit contact. Mede door dit alles verschilt het algemene oordeel over de AFM van professionals van financiële ondernemingen niet wezenlijk van dat van anderen.

De nieuwsbrieven van de AFM bereiken relatief meer FO-professionals dan stakeholders die werkzaam zijn bij andere organisaties. De enige uitzonderingen zijn de Nieuwsbrief Kapitaalmarkten respectievelijk Pensioenuitvoerders. Het hogere bereik hangt samen met de hogere waardering die FO'ers voor deze communicatiemiddelen hebben.

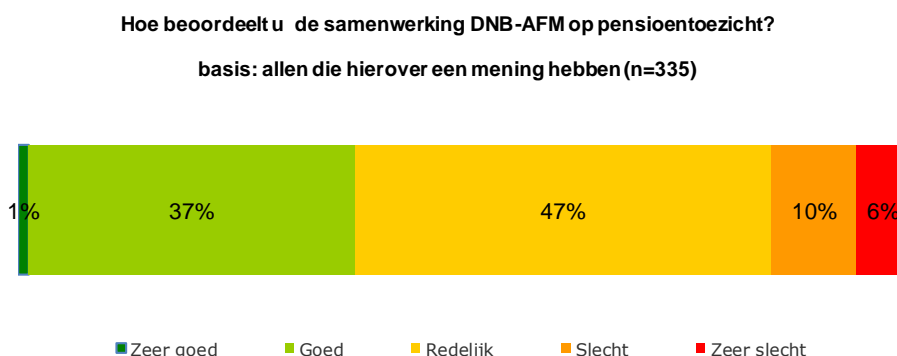
Ook de leidraden bereiken een grotere groep binnen FO: 83% van de professionals leest deze wel eens in vergelijking met 74% van professionals van andere organisaties. FO-lezers van leidraden zeggen wat meer dan anderen dat deze aanzetten tot actie (60% vs. 47%). Opmerkelijk genoeg wijst men vaker het idee af dat de AFM met de leidraden laat zien dat ze de markt begrijpt (32% van de FO'ers is het daar niet mee eens, tegen 18% van de anderen). Hiermee samenhangend is men ook wat kritischer over de opvatting dat de leidraden bijdragen aan een beter functionerende markt. Het neemt niet weg dat 85% de leidraden redelijk tot (zeer) goed waardeert en dat is niet veel minder dan de niet-FO'ers (91%).

Binnen financiële ondernemingen is maar liefst 42% van de professionals van mening dat het de AFM aan praktijkkennis ontbreekt en dat is meer dan elders (28%). Het kan deels verklaren waarom men ook vaker van oordeel is dat de AFM het speelveld minder goed begrijpt (40% vs. 32%). Financiële ondernemingen zouden ten opzichte van anderen wat meer dialoog en seminars willen zien over het provisieverbod en het klantbelang centraal stellen.

Pensioentoezicht

We hebben de visie op het pensioentoezicht voorgelegd aan professionals die werkzaam zijn bij pensioenuitvoerders en aan andere professionals die in het kader van hun functie betrokken zijn bij werknemerspensioenen (in het laatste geval betrof het veelal verzekeraars, banken en adviseurs die werkgevers adviseren over het pensioen voor hun werknemers).

Over de samenwerking van de AFM met De Nederlandsche Bank is men overwegend tevreden zoals de volgende figuur illustreert.



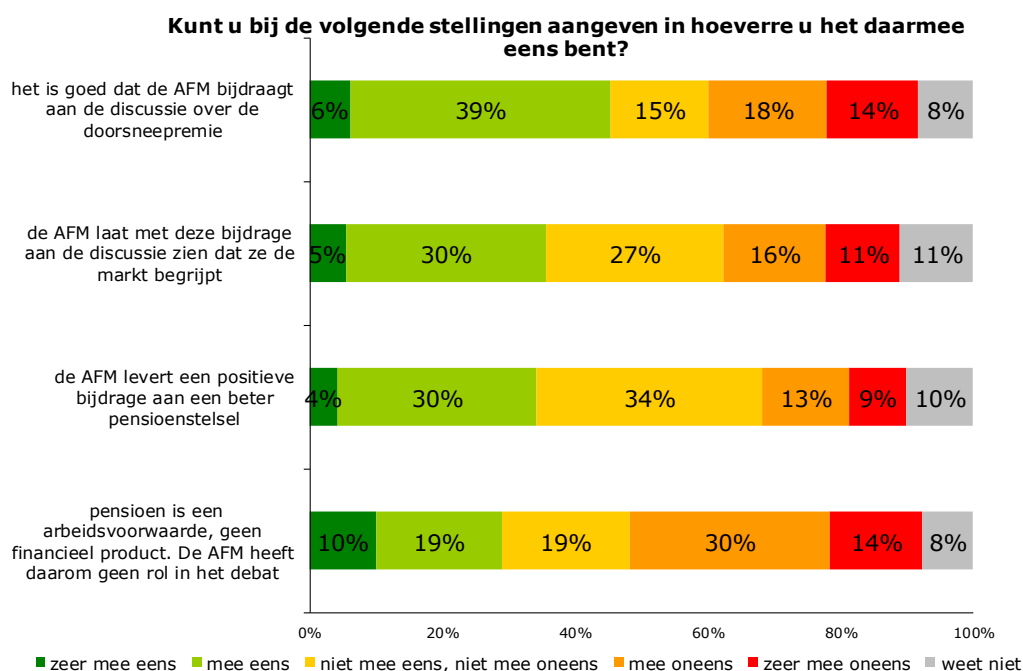
Bron: TNS NIPO, 2014

Volgens drie op de vijf professionals verloopt de samenwerking redelijk tot goed. Verzekeraars en adviseurs kunnen veel vaker dan uitvoerders hierover geen oordeel vellen (37% vs. 20%). Pensioenuitvoerders zijn mede hierdoor het meest positief in hun oordeel: 71% vindt het redelijk tot goed lopen.

Het is dus een kleine groep die over de samenwerking niet tevreden is. Afgezien van de voor de hand liggende suggestie om de samenwerking te verbeteren, stelt een aantal van hen als oplossing voor dat één toezichthouder beter is dan twee. Sommigen wijzen op het verhogen van de materiekkennis bij de AFM. Een paar quotes:

- *“Beide organisaties bekijken verschillende deelgebieden van het pensioentoezicht en hebben soms tegenstrijdige belangen, die over het hoofd van pensioenfondsen en verzekeraars worden uitgevochten.”*
- *“Door wetgeving berust het toezicht op pensioenfondsen bij zowel DNB als AFM. Scheiding van prudentieel en gedragstoezicht blijkt in de praktijk minder goed te werken. Sommige zaken zijn niet als typisch prudentieel of typisch gedragstoezicht aan te merken, maar raken beide aspecten. Vooral bij een ‘lastig’ onderwerp als toezicht op pensioenfondsen is het van groot belang dat de samenwerking tussen beide toezichthouders dan uitstekend is.”*
- *“Gelijktrekken aanpak en kennisniveau waar DNB veel beter op scoort dan AFM.”*
- *“Ik heb niet het beeld dat er voldoende coördinatie is in het toezicht door beide toezichthouders. Ze hebben beiden hun rol, maar overlappen ook. Op dat vlak kunnen ze beter afstemmen.”*

De AFM heeft zich in 2013 gemengd in het debat over het pensioenstelsel. Onder meer heeft bestuurslid Harman Korte de discussie aangezwengeld over de doorsneepremie. De volgende figuur illustreert het oordeel van de ‘pensioenmarkt’ over de rol van de AFM in deze discussie.



Bron: TNS NIPO, 2013

Per saldo is men enigszins te spreken over de bijdrage van de AFM aan de pensioendiscussie. Verzekeraars, pensioenuitvoerders en adviseurs verschillen op dit punt niet wezenlijk van mening. Dat pensioen een arbeidsvoorwaarde is en daarmee

buiten het domein van de AFM valt, is nog geen reden om de toezichthouder buiten de discussie te houden. Alleen pensioenuitvoerders beschouwen dit per saldo als een extra reden om de AFM buiten het debat te houden. Verzekeraars en adviseurs nemen op dit punt een minder scherp standpunt in.

7 Doelgroepen

In dit hoofdstuk beschrijven we beknopt voor iedere doelgroep de onderscheidende kenmerken wat betreft hun visie op (het toezicht van) de AFM. In de beschrijving gaan we dus voorbij aan aspecten die identiek zijn aan die van de gemiddelde stakeholder.

7.1 Banken en kredietverstrekkers (n=476)

- Algemeen oordeel over de AFM hoger dan gemiddeld.
- Goede waardering voor effectiviteit van de AFM, hoger dan gemiddeld.
- Vindt persoonlijk contact met AFM-medewerkers iets vaker constructief.
- Gemiddeld minder vaak contact via telefoon, per brief en e-mail in vergelijking met andere stakeholders.
- Goede waardering voor persoonlijk contact met AFM, hoger dan gemiddeld.
- Positiever dan gemiddeld over de communicatiemiddelen van de AFM.
- Zijn positief over de effecten van de leidraden.
- Vinden dat balans te veel doorslaat naar zorgplicht door financiële instellingen.
- Ervan overtuigd dat de markt zonder de AFM minder goed zou functioneren.

7.2 Pensioenuitvoerders (n=239)

- Algemeen oordeel over de AFM wijkt niet af van het gemiddelde.
- Algemeen oordeel over het persoonlijk contact en de algemene communicatiemiddelen is gemiddeld.
- Hebben weinig telefonisch of via e-mail contact maar ontvangen wel regelmatig brieven.
- Zelden face-to-face contact.
- Zijn het meest positief over de AFM-website.
- Bijna iedereen heeft wel eens de leidraden gelezen, meest van alle stakeholders.
- Vindt dat de AFM consistent is in haar communicatie, over voldoende praktijkkennis beschikt en het speelveld begrijpt.

7.3 Beleggingsinstellingen (n=72)

- Algemeen oordeel over de AFM wijkt niet af van het gemiddelde.
- Ook de waardering voor effectiviteit van de AFM is iets hoger dan gemiddeld.
- Relatief vaak persoonlijk contact per telefoon, brief of e-mail met de AFM.
- Meest contact van alle stakeholders via seminar, cursus of presentatie.
- Waardering voor het persoonlijk contact met de AFM iets lager dan gemiddeld.
- Hoogste waardering voor de digitale nieuwsbrieven van de AFM.
- Gemiddeld vaker (zeer) mee eens dat AFM integer handelt.

7.4 Beleggingsondernemingen (n=159)

- Algemeen oordeel over de AFM wijkt niet af van het gemiddelde.
- Waardering voor effectiviteit van de AFM redelijk gelijk aan het gemiddelde.
- Relatief veel persoonlijk contact met de AFM.
- Per saldo is beeld vaker negatief veranderd na persoonlijk contact met AFM-medewerkers.
- Waardering voor het persoonlijk contact met de AFM is dan ook lager dan gemiddeld.
- Leidraden worden door veel beleggingsondernemingen gelezen en hebben relatief vaak aangezet tot actie.
- Nemen de leidraden het minst letterlijk en interpreteert ze vaker naar de geest.
- Zijn relatief minder vaak van mening dat de balans tussen zorgplicht van instellingen en eigen verantwoordelijkheid van de consument in orde is.
- Veel minder sterk voorstander van zelfregulering dan anderen.
- Beleggingsondernemingen hebben per saldo minder behoefte aan guidance.
- Per saldo minder positief over praktijkkennis van medewerkers van de AFM.
- Ervan overtuigd dat de markt zonder de AFM minder goed zou functioneren.

7.5 Verzekeraars (n=299)

- Algemeen oordeel over de AFM gelijk aan gemiddelde.
- Waardering voor effectiviteit van de AFM iets lager dan gemiddeld.
- Ontvangen relatief weinig brieven en e-mails van de AFM.
- Hebben wat vaker dan gemiddeld face-to-face contact.
- Waarderen het persoonlijk contact relatief vaak als (zeer) goed en daarmee iets hoger dan gemiddeld.
- Vinden het relatief minder duidelijk hoe de AFM de open normen m.b.t. algemene zorgplicht na implementatie gaat interpreteren.

7.6 Adviseurs/bemiddelaars (n=503)

- Algemeen oordeel over het persoonlijk contact met de AFM lager dan gemiddeld.
- Hebben het minst positieve oordeel over de AFM, al zijn er per saldo iets meer adviseurs/bemiddelaars die positief zijn dan negatief.
- Ook de algemene communicatiemiddelen heeft gemiddeld een wat lagere waardering.
- Waardering voor effectiviteit van de AFM lager dan gemiddeld, en daarmee na de accountantsorganisaties het meest kritisch.
- Zijn meer dan wie ook van mening dat de balans te ver is doorgeslagen naar de zorgplicht door financiële instellingen.
- Erg groot deel heeft wel eens leidraden gelezen van de AFM.
- Echter minst positief over de bijdrage van de AFM met haar leidraden.
- Grootste voorstanders van zelfregulering.

- Per saldo minst positief over praktijkkennis van AFM-medewerkers.
- Meer dan wie dan ook van mening dat de markt zonder de AFM goed zou functioneren.

7.7 Accountantsorganisaties (n=193)

- Algemeen oordeel over de AFM lager dan gemiddeld.
- Waardering voor effectiviteit en waardering algemene communicatiemiddelen van de AFM het laagst van alle stakeholders.
- Minst positief oordeel over persoonlijk contact.
- En geven bovendien ook vaker aan dat het beeld van de AFM minder vaak positief veranderd is na persoonlijk contact.
- Vinden het persoonlijk contact wat meer gesloten, minder prettig van toon en minder constructief.
- Weinig telefonisch contact, wel regelmatig een brief.
- Hebben het minst vaak de leidraden van de AFM gelezen.
- Zijn relatief minder vaak van mening dat de balans in het AFM toezicht teveel doorslaat naar zorgplicht door financiële instellingen dan gemiddeld.
- Daarnaast wat minder vaak van mening dat de AFM de juiste toon gebruikt en openstaat voor kritiek.
- Van mening dat de markt zonder de AFM goed zou functioneren.

7.8 Effectenuitgevende instellingen (n=141)

- Algemeen oordeel over de AFM hoger dan gemiddeld. Na handelsplatformen en clearing & settlement is deze groep stakeholders het positiefst over de AFM.
- Waardering voor effectiviteit van de AFM hoger dan gemiddeld.
- Heeft veel persoonlijk contact met de AFM en beoordeelt dit contact gemiddeld.
- De leidraden hebben bij deze doelgroep relatief vaker geholpen bij de uitvoering van het werk, aangezet tot actie en geven bovendien een positieve bijdrage aan de goede werking van de financiële markten.
- Heeft het meest behoefte aan guidance voor de eigen bedrijfsvoering m.b.t. het provisieverbod voor beleggingsondernemingen.
- Goed te spreken over het integer handelen van de AFM.
- Positief over de rol van de AFM in de discussie over het pensioenstelsel.
- Ervan overtuigd dat de markt zonder de AFM niet goed zou functioneren.
- Veel minder sterk voorstander van zelfregulering dan anderen.

7.9 Handelsplatformen en clearing & settlement (n=22)

- Algemeen oordeel over de AFM hoger dan gemiddeld.
- Waardering voor effectiviteit van de AFM veel hoger dan gemiddeld.
- Positiefst oordeel over het persoonlijk contact met AFM: niemand is negatief.
- Het meest van alle stakeholders contact via telefoon, e-mail en face-to-face.

- Vinden het persoonlijk contact het meest prettig van toon, constructief, duidelijk en open van alle stakeholders.
- Ook waardering voor algemene communicatiemiddelen is het hoogst.
- Veel minder sterk voorstander van zelfregulering dan anderen.
- Erg positief over de bijdrage van de AFM met haar leidraden.
- Sterk van mening dat de AFM met haar leidraden laat zien dat ze de markt begrijpt en een positieve bijdrage leveren aan de goede werking van de financiële markten, terwijl het minder aanzet tot actie.
- Sterk overtuigd dat de markt zonder de AFM niet goed zou functioneren.
- Ook meer dan wie ook van mening dat de AFM passend en consistent handelt.
- Daarnaast ook meer dan wie dan ook positief met betrekking tot de AFM en haar transparantie in keuzes en afwegingen, het openstaan voor kritiek, het gebruik van de juiste toon, het begrip van speelveld en de ruimte om in discussie te gaan.
- Meest positief over praktijkkennis van AFM-medewerkers.

Bijlage 1 Technische verantwoording

Veldwerkmethode

- Unieke link (via e-mail) naar online vragenlijst.
- Link op websites.

Selectie respondenten

- E-mailadresbestanden aangeleverd door de AFM.
- Middels sneeuwbal methode (e-mailadressen door respondenten in te voeren in vragenlijst of door respondenten door te geven aan de AFM).
- Een gedeelte van de respondenten heeft tussentijds de vragenlijst afgebroken en heeft deze niet meer afgemaakt. De antwoorden van deze respondenten zijn wel meegenomen in de analyse, waardoor de basis van tabellen kan verschillen.

Veldwerkperiode

30 oktober 2013 t/m 18 november 2013.

Gehanteerd weegframe

De weegcijfers zijn aangeleverd door de AFM. Deze zijn gebaseerd op zogenoemde 'toezichts aandelen', oftewel de toezichtinspanning van de AFM. Per doelgroep (type instelling) is berekend hoeveel uur de AFM daar in 2013 aan heeft besteed. Deze toezichtsuren zijn omgerekend tot de weegfactoren. Bij het berekenen van de weegcijfers is gebruik gemaakt van de prognose voor 2013. Uren die niet toe te rekenen zijn aan een type instelling (zoals de wet handhaving consumentenbescherming) zijn hierin niet meegenomen. Verder wijzen wij erop dat professionals die werkzaam zijn voor een bank, verzekeraar of beleggingsonderneming én die in hun werkzaamheden te maken hebben met effectenuitgifte in dit onderzoek ook geormerkt zijn als werkzaam bij een effectenuitgevende instelling. Zij tellen evenwel niet dubbel mee in de gewogen steekproef. In 2011 is deze constructie niet doorgevoerd, waardoor welbeschouwd een directe vergelijking voor uitgevende instellingen enigszins voorzichtigheid behoeft. Het zou te ver voeren om de resultaten van 2011 met terugwerkende kracht aan te passen voor uitgevende instellingen. Daar zijn wij dus ook aan voorbijgegaan. We hebben dit alleen gedaan voor wat betreft het algemene oordeel (paragraaf 3.2) teneinde op dit vlak een transparante like-for-like comparison mogelijk te maken.

Doelgroep	Weegcijfer
banken & kredietverstrekkers	12,2%
beleggingsinstellingen	8,0%
beleggingsondernemingen (vermogensbeheerders)	9,5%
handels- en ontwikkelingsplatformen, clearing & settlement	2,3%
pensioenfondsen	7,6%
verzekeraars	8,9%
accountantsorganisaties	11,0%
effectenuitgevende instellingen	19,9%
bemiddelaars en adviseurs	20,4%
	100%

Bijlage 2 Onderwerpen waarmee men in 2013 te maken heeft gehad

Tabel 4

	Vr.10: Type organisatie																						
	Totaal ondervraagden	Bank/kredietverstrekker	Beleggingsinstelling	Beleggingsonderneming	Handels- en afwikkelplatform/leerling&selektie-instituut	Pensioenfonds/pensioenuitvoerder	Verzekeraar	Accountantorganisatie	Efficiëntiegevend/begevoerde onderneming	Adviseur en/of bemiddelaar	Zakelijke dienstverlener												
	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%											
Vr.870/80: Met welke van de volgende onderwerpen heeft u het afgelopen jaar in uw werkzaamheden te maken gehad?																							
--- Informatieverzoeken vanuit de AFM	950	49	197	54	71	48	158	55	25	55	70	48	137	60+	83	39	232	58+	160	42	31	43	
--- Provisieverbod financiële dienstverleners/beleggingsondernemingen	927	48	240	66+	62	42	165	57+	4	9	10	7	139	61+	19	9	184	46	281	73+	37	51	
--- Klientbelang centraal	873	45	293	80+	33	22	117	41	4	9	34	23	164	72+	21	10	178	45	207	54+	36	50	
--- Vergoedingsverkenning door de AFM	784	41	104	29	107	72+	126	44	29	64+	20	14	84	37	87	41	167	42	207	54+	43	60	
--- Provisie en distributievergoeding	780	40	205	56+	67	45	153	53+	2	5	4	3	132	58+	14	6	161	40	198	51+	24	33	
--- Registers	727	38	108	30	76	51+	124	43	8	18	11	8	76	33	85	40	229	57+	151	39	33	46	
--- Toezicht op producten en productieontwikkelingsprocessen	664	34	197	54+	53	36	93	32	27	59+	27	18	144	63+	30	14	184	46+	78	20	29	40	
--- Toetsing van bestuurders of beleidsbepalers	658	34	102	28	76	51+	121	42+	25	55	53	36	79	35	78	36	164	41+	102	26	40	56	
--- Reclameuitingen of informatieverschaffing van de financiële instelling	552	29	181	49+	60	40+	93	33	4	9	35	24	85	37+	9	4	156	39+	70	18	20	28	
--- Beleggingsverzekeringen	368	19	104	29+	4	3	13	5	2	5	7	5	81	36+	8	4	76	19	147	38+	11	15	
--- Werknemerspensioenen	366	19	40	11	4	3	18	6	2	5	109	75+	73	33+	9	4	59	13	100	26+	23	32	
--- Kredietverlening (incl. hypotheken)	356	18	209	57+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	62	16	147	38+	-	-	
--- Beleggingsadvies	328	17	141	38+	20	13	117	41+	4	9	-	-	35	15	2	1	130	33+	3	1	18	25	
--- Accountanttoezicht	312	16	47	13	16	10	26	9	-	-	10	7	23	10	179	84+	76	19	8	2	10	14	
--- Goedkeuring prospectus	270	14	62	17	47	31+	68	24+	6	14	3	2	31	14	11	5	198	50+	5	1	16	22	
--- Toetsing (half)jaarsverslag	221	11	68	19+	27	18	42	15	-	-	11	8	34	15	16	7	158	40+	8	2	5	7	
--- Melding zeggenschap (Publicatie van koersgevoelige informatie)	193	10	26	7	16	10	54	19+	8	18	4	3	12	5	3	2	133	33+	7	2	5	7	
--- Marktmanipulatie	187	10	50	14+	11	7	30	11	8	18	1	0	15	6	5	2	141	35+	2	0	9	13	
--- Handel met voorwetenschap	132	7	42	12+	2	1	42	15+	15	32+	2	1	8	4	2	1	62	16+	7	2	8	11	
--- Handel met afwikkelplatformen	128	7	35	9	4	3	44	15+	10	23	1	0	7	3	2	1	76	19+	2	0	5	7	
--- Beroepe of bezwaarprocedures	105	5	19	5	11	7	40	14+	29	64+	-	-	3	1	-	-	40	10+	-	-	10	14	
--- Openbare biedingen	96	5	29	8+	7	4	20	7	-	-	3	2	15	7	6	3	59	15+	7	2	14	19	
--- Melding gedaan van misstanden	53	3	11	3	-	-	11	4	8	18	-	-	-	-	1	1	42	11+	1	0	7	10	
--- Nieuwe (Europese) Wet en Regelgeving	15	1	2	0	4	3	2	1	-	-	-	-	5	2	-	-	6	1	-	-	1	1	
--- Nog anders/geen van deze	14	1	4	1	4	3	3	1	-	-	1	0	2	1	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Totaal antwoorden	10169	527	2534	693	789	528	1696	591	226	491	431	295	1396	612	675	316	2994	750	1930	501	445	618	
Totaal ondervraagden	1929	100	366	100	149	100	287	100	46	100	146	100	228	100	214	100	399	100	385	100	72	100	
Ongewogen basis	1922		465		67		152		22		229		288		187		141		474		100		

Bron: TNS NIPO, 2013