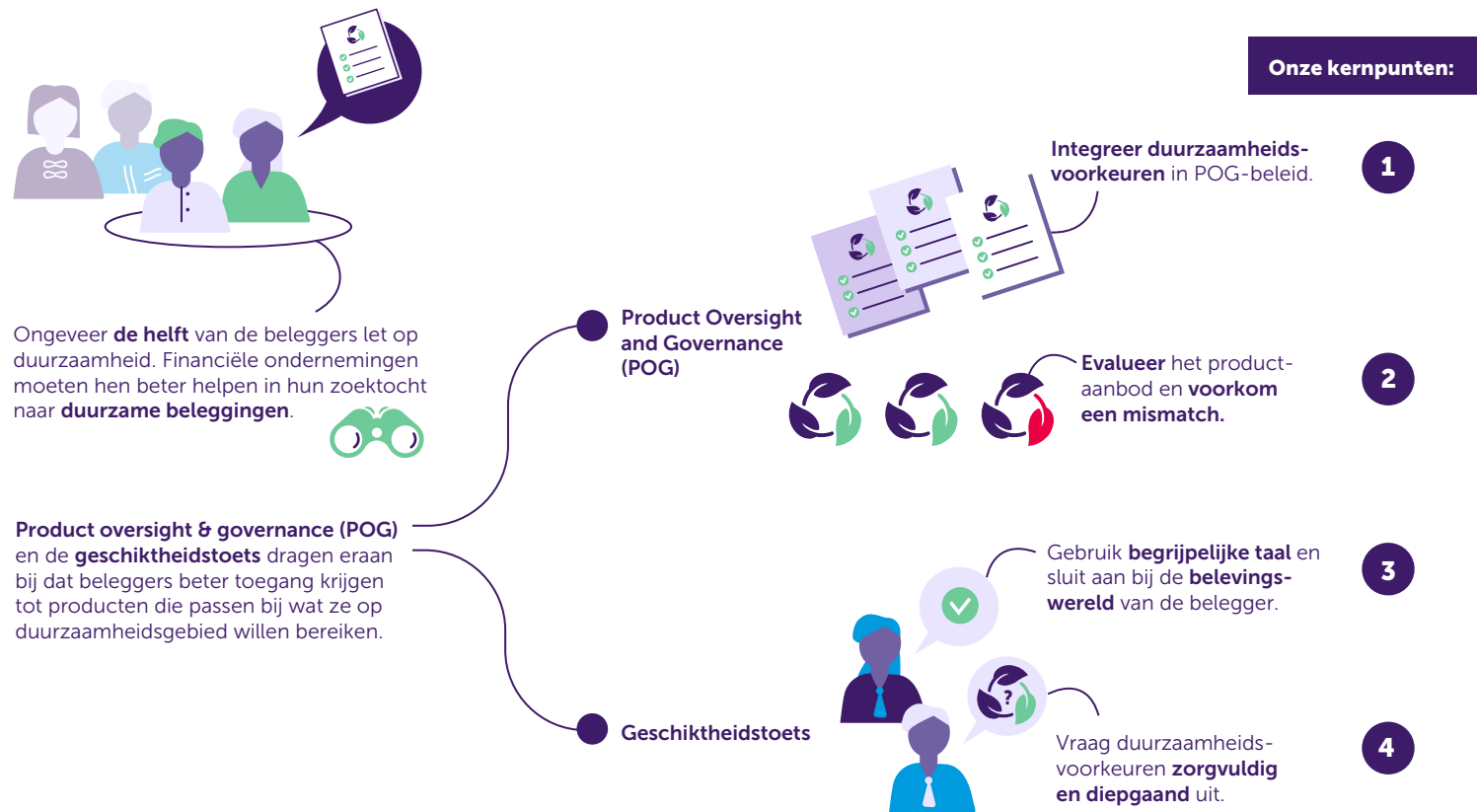


Help de belegger in zoektocht naar duurzame beleggingen

In het kort Financiële ondernemingen moeten de belegger beter helpen in hun zoektocht naar duurzame beleggingen. Dat is van belang, want ongeveer de helft van de beleggers let op duurzaamheid. Product oversight & governance (POG) en de geschiktheidstoets zijn de basis voor een passend productaanbod, voor het goed in beeld brengen van duurzaamheidsvoorkeuren van beleggers én voor het matchen van vraag en aanbod. Voor ondernemingen is het complex, maar het draagt eraan bij dat beleggers met hun beleggingen kunnen bijdragen aan de transitie naar een duurzamere economie.



Inhoudsopgave

Samenvatting	3
1. Algemeen	5
1.1 Uitbreiding POG- en geschiktheidsnormen om duurzaamheidstransitie te stimuleren	5
1.2 Scope van het onderzoek	5
1.3 Vervolg	5
1.4 Leeswijzer	6
2. Beleggingsondernemingen	7
2.1 Marktbeeld	7
2.2 In hoeverre nemen beleggingsondernemingen duurzaamheid mee in hun productdistributie?	8
2.3 In welke mate nemen beleggingsondernemingen duurzaamheid mee in de geschiktheidstoets?	11
3. Levensverzekeraars	18
3.1 Marktbeeld	18
3.2 In hoeverre nemen levensverzekeraars duurzaamheid mee in POG?	18
4. Onderzoeksmethodiek	21
4.1 Self-assessment met vragen over duurzaamheidsbepalingen	21
4.2 Verdiepende gesprekken over concrete stappen	21
4.3 Beperking van dit onderzoek	21

Samenvatting

De AFM heeft door middel van een self-assessment een eerste beeld verkregen van de mate waarin beleggingsondernemingen en levensverzekeraars duurzaamheidsbepalingen in hun product oversight & governance (POG)¹ en geschiktheidstoets² hebben geïntegreerd. Daaruit blijkt dat veel partijen al stappen zetten om duurzaamheid in beleid en producten mee te nemen. Tegelijkertijd is er nog een wereld te winnen.

Ongeveer de helft van de beleggers let op de duurzaamheid van hun beleggingen, dat blijkt uit de [AFM Consumentenmonitor](#). POG en de geschiktheidstoets zijn de basis voor een passend productaanbod, voor het goed in beeld brengen van duurzaamheidsvoorkeuren van beleggers én voor het matchen van vraag en aanbod. Hierdoor kunnen beleggers, die dat willen, met hun beleggingen bijdragen aan de transitie naar een duurzamere economie. Hieronder staat beschreven welke stappen de sector al zet en welke beweging de AFM verwacht. De AFM kiest daarbij voor de in haar ogen belangrijkste en meest prangende onderwerpen.

Gebruik begrijpelijke taal en sluit aan bij belevingswereld belegger

Bijna alle beleggingsondernemingen zeggen dat ze uitleg geven aan klanten over duurzaamheid bij het uitvoeren van de geschiktheidstoets. Dat is een positieve uitkomst. Toch kunnen deze ondernemingen meer doen om de uitleg begrijpelijker te maken en aan te laten sluiten bij de belevingswereld van de belegger. Hierdoor kunnen zij beter de duurzaamheidsvoorkeuren van de belegger inwinnen. Dat geldt helemaal voor de kleine groep beleggingsondernemingen die zegt geen (extra) uitleg te geven over duurzaamheid.

Twee derde van de beleggingsondernemingen schat namelijk in dat nu nog maar maximaal 10% van de beleggers duurzaamheidsvoorkeuren opgeeft. Dat is een groot verschil ten opzichte van de AFM Consumentenmonitor, waarin ongeveer de helft van de beleggers zegt te letten op duurzaamheid. Een belangrijke oorzaak kan zijn dat de uitleg over duurzaamheid in de geschiktheidstoets nu zo ingewikkeld is dat klanten ervoor kiezen geen duurzaamheidsvoorkeuren op te geven.

De AFM verwacht daarom dat beleggingsondernemingen hun uitleg over duurzaamheid verbeteren. Dit kan bijvoorbeeld door het vooraf toesturen van een toelichting en door te testen of die informatie begrijpelijk is.

Vraag duurzaamheidsvoorkeuren zorgvuldig en diepgaand uit

Naast het taalgebruik is het belangrijk dat beleggingsondernemingen meer stilstaan bij de specifieke duurzaamheidsvoorkeuren van de belegger. Zij moeten goed doorvragen naar de invulling van de specifieke duurzaamheidsvoorkeuren, zoals het minimumpercentage dat duurzaam moet worden belegd of de belangrijkste ongunstige effecten die moeten worden overwogen. Dat gebeurt nu te weinig, ondanks dat het een wettelijk vereiste is.

Zo vraagt 15% van de beleggingsondernemingen hun beleggers niet om duurzaamheidsvoorkeuren te specificeren. Ongeveer de helft van de beleggingsondernemingen die wel vraagt naar de specifieke duurzaamheidsvoorkeuren, biedt hun beleggers niet de mogelijkheid om een minimumpercentage of de voor hen belangrijkste ongunstige effecten op te geven. Deze beleggingsondernemingen hebben daardoor onvolgende inzicht in de duurzaamheidsvoorkeuren van de belegger.

1 Voor beleggingsondernemingen: artikel 32b Besluit Gedragstoezicht financiële ondernemingen. Voor levensverzekeraars: Gedelegeerde Verordening (EU) 2017/2358.

2 Gedelegeerde Verordening (EU) 2017/565.

Een zorgvuldige uitvraag is belangrijk, omdat dit de basis is voor het bepalen van de geschiktheid van de belegging en het voorkomen van een mismatch. De AFM verwacht dan ook van deze beleggingsondernemingen dat zij hun uitvraag in lijn brengen met de wetgeving en meer aandacht besteden aan de specifieke duurzaamheidsvoorkeuren van klanten.

Integreer duurzaamheidsfactoren in POG-beleid

Uit het self-assessment blijkt dat de meeste beleggingsondernemingen en levensverzekeraars hun POG-beleid hebben uitgebreid met duurzaamheidsfactoren. Zij omschrijven de duurzaamheidsdoelstellingen van de doelgroep. Bijvoorbeeld door het gebruik van ESG-criteria of andere duurzame kenmerken van beleggingen, zodat de duurzaamheidskenmerken van het product aansluiten bij de doelgroep. De AFM verwacht van ondernemingen die hun POG-beleid nog niet hebben aangepast aan de duurzaamheidsfactoren, dat zij alsnog actie ondernemen.

Evalueer het productaanbod op duurzaamheid en voorkom mismatch

De AFM verwacht van ondernemingen dat zij hun productaanbod evalueren op duurzaamheidskenmerken en de nodige wijzigingen doorvoeren. Twee derde van de beleggingsondernemingen doet dit al. Het meenemen van duurzaamheidskenmerken kan onder meer leiden tot aanpassing van de doelgroep. Dit geldt ook voor de negatieve doelgroep. Producten zonder duurzaamheidskenmerken mogen namelijk niet worden verkocht aan beleggers die duurzaam willen beleggen. Echter, minder dan de helft van de beleggingsondernemingen geeft aan beleid te hebben dat een dergelijke mismatch voorkomt. De AFM vraagt hier nadrukkelijk aandacht voor.

Vervolg

De AFM roept de sector op om duurzaamheidsbepalingen in hun POG-beleid te verankeren en de duurzaamheid in de geschiktheids-toets begrijpelijker en zorgvuldiger te maken. Hiermee ondersteunen ondernemingen beleggers in hun bijdrage aan de transitie naar een duurzame economie. En maakt de sector (nog) meer gebruik van zijn slagkracht binnen de duurzaamheidstransitie. Ondernemingen kunnen dit doen aan de hand van hun self-assessment en de handvatten die worden geboden in dit rapport.

De AFM heeft nu geen zelfstandig onderzoek gedaan naar de juistheid van de gegeven antwoorden, noch heeft zij de kwaliteit of uitvoering onderzocht. Dat gaat later dit jaar alsnog gebeuren. Dan zal de AFM bij een aantal beleggingsondernemingen diepgaander onderzoek doen naar de naleving van de duurzaamheidsbepalingen in POG en de geschiktheidstoets. Dit onderzoek is onderdeel van een Common Supervisory Action (CSA) die wordt gecoördineerd door ESMA.

1. Algemeen

Om de duurzaamheidstransitie te stimuleren, zijn sinds 2022 de bestaande POG- en geschiktheidsnormen voor beleggingsondernemingen en verzekeraars uitgebreid. Duurzaamheidsfactoren zijn voortaan onderdeel van POG en de geschiktheidstoets. Dit moet ertoe leiden dat beleggers beter toegang krijgen tot een productaanbod dat past bij hun duurzaamheidsdoelstellingen. Op die manier kunnen beleggers met hun investeringen bijdragen aan een duurzame samenleving.

1.1 Uitbreiding POG- en geschiktheidsnormen om duurzaamheidstransitie te stimuleren

Beleggingsondernemingen en verzekeraars (met inbegrip van verzekeringstussenpersonen) moeten rekening houden met duurzaamheid bij de ontwikkeling en distributie van financiële producten. Ook moeten beleggingsondernemingen en adviseurs van een verzekering met beleggingscomponent³ bij het afnemen van de geschiktheidstoets rekening houden met de duurzaamheidsvoorkeuren van de belegger. Hierdoor krijgen beleggers beter toegang tot producten die passen bij hun duurzaamheidsdoelstellingen. De Richtsnoeren van de Europese Autoriteit voor effecten en markten (ESMA) voor [POG](#) en de [geschiktheidstoets](#) zijn aangepast per 3 oktober 2023.

1.2 Scope van het onderzoek

De AFM voerde onder 114 beleggingsondernemingen en negen levensverzekeraars een self-assessment uit naar de naleving van de duurzaamheidsbepalingen in POG. Daarnaast is onder 97 beleggingsondernemingen een self-assessment uitgezet over de naleving van de duurzaamheidsbepalingen in de geschiktheidstoets. Dit is het eerste onderzoek van de AFM naar de naleving van deze duurzaamheidsbepalingen.

³ Artikel 2, zeventiende lid, Richtlijn (EU) 2016/97.

Het onderzoek laat zien waar ondernemingen al goed op weg zijn en waar verbeterd moet worden. Het self-assessment biedt ondernemingen ook op individueel niveau inzicht in waar zij staan in de naleving en welke stappen zij zelf nog moeten zetten om beleggers beter toegang te geven tot een passend duurzaam productaanbod.

De uitkomsten in dit rapport zijn gebaseerd op zelfrapportage van ondernemingen. Dit betekent dat de AFM geen zelfstandig onderzoek heeft gedaan naar de juistheid van de gegeven antwoorden. Verder is in het self-assessment vooral gevraagd naar de aanwezigheid van beleid of processen. De uitkomst geeft geen inzicht in de kwaliteit of uitvoering hiervan.

In hoofdstuk 4 staat meer informatie over de onderzoeksmethodiek.

1.3 Vervolg

Dit onderzoek wijst uit dat de meeste beleggingsondernemingen en levensverzekeraars al stappen gezet hebben om de duurzaamheidsbepalingen in hun POG en geschiktheidstoets door te voeren. De AFM verwacht van beleggingsondernemingen en levensverzekeraars dat zij de bevindingen in dit rapport gebruiken om daar waar relevant hun POG en/of geschiktheidstoets verder te verbeteren.

ESMA heeft aangekondigd in 2024 een [Common Supervisory Action \(CSA\)](#) uit te voeren naar de integratie van de duurzaamheidsbepalingen ten aanzien van POG en de geschiktheidstoets voor beleggingsondernemingen. Een CSA betekent dat Europese nationale toezichthouders tegelijkertijd op hetzelfde onderwerp een onderzoek uitvoeren. De AFM is een van de deelnemende nationale toezichthouders aan deze CSA.

De AFM zal later dit jaar een aantal beleggingsondernemingen selecteren voor dit onderzoek. Bij de CSA zal de AFM diepgaander kijken naar de naleving van de duurzaamheidsbepalingen dan in het onderhavige onderzoek.

1.4 Leeswijzer

Hoofdstuk 2.1 toont het marktbeeld van beleggingsondernemingen. Hoofdstuk 2.2 beschrijft in hoeverre zij duurzaamheid meenemen in POG en hoofdstuk 2.3 in de geschiktheidstoets. Hoofdstuk 3.1 geeft een marktbeeld van levensverzekeraars en in hoofdstuk 3.2 staat in hoeverre zijn duurzaamheid hebben meegenomen in POG. Tot slot beschrijft hoofdstuk 4 de onderzoeksmethodiek.

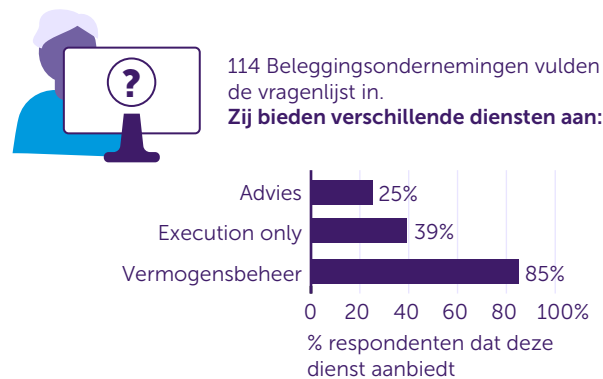
2. Beleggingsondernemingen

De meeste beleggingsondernemingen hebben stappen gezet om duurzaamheid te integreren in hun POG-beleid en in de uitvoering van de geschiktheidstoets. Wel is er nog veel ruimte voor verbetering. Zo moeten meer beleggingsondernemingen hun productaanbod evalueren en waar nodig aanpassen. Ook gebeurt het vaststellen van de negatieve doelgroep, waaraan niet mag worden verkocht, nog onvolgende. Producten zonder duurzaamheidskenmerken mogen namelijk niet worden verkocht aan beleggers die duurzaam willen beleggen.

Daarnaast moet er meer aandacht komen voor het begrijpelijker maken van duurzaamheid in de geschiktheidstoets. Dit kan zorgen voor toenemende interesse – en toenemend handelen - onder beleggers in duurzame beleggingen.

2.1 Marktbeeld

Figuur 1. Dienstverlening door de 114 beleggingsondernemingen⁴



⁴ Beleggingsondernemingen kunnen meerdere diensten aanbieden, daarom tellen de percentages op tot meer dan 100%.

Duurzaamheidsvoorkeuren

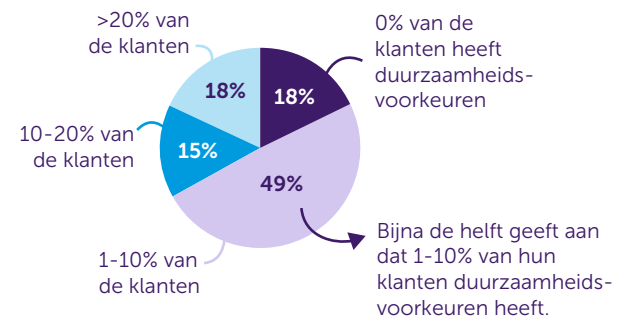
In het self-assessment hebben beleggingsondernemingen geschat hoeveel procent van hun klantenbestand duurzaamheidsvoorkeuren opgeeft in het kader van de geschiktheidstoets.

Figuur 2. Duurzaamheidsvoorkeuren bij klanten



De meeste beleggingsondernemingen geven aan dat maar **weinig klanten** duurzaamheidsvoorkeuren hebben. Dit is een **groot verschil** met de AFM Consumentenmonitor: hierin geeft de helft van de beleggers aan wél op duurzaamheid te letten. Een mogelijke oorzaak is dat de uitleg bij duurzaamheid in de geschiktheidstoets nu zo **ingewikkeld** is dat klanten ervoor kiezen geen duurzaamheidsvoorkeuren op te geven.

Zoveel klanten hebben duurzaamheidsvoorkeuren, **volgens beleggingsondernemingen**:

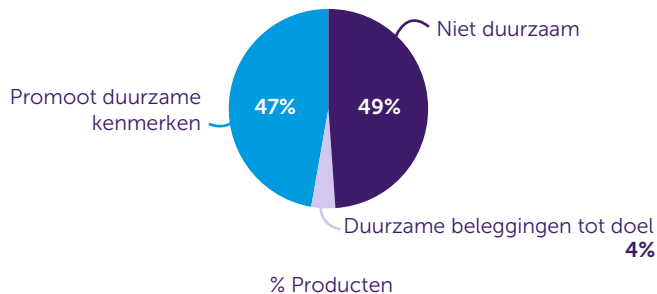


Beleggingsondernemingen geven zelf veelal de volgende verklaringen: klanten hebben geen diepgaande interesse in het onderdeel duurzaamheid, klanten snappen niet wat er van hen wordt verwacht, het taalgebruik is te technisch of sluit niet aan bij de belevingswereld van de klant.

Productaanbod

De AFM heeft in haar SFDR-onderzoek aan beleggingsondernemingen die vermogensbeheer verstrekken (vermogensbeheerders) gevraagd naar de duurzaamheid van vermogensbeheerportefeuilles. Deze vermogensbeheerders bieden gezamenlijk 233 vermogensbeheerportefeuilles (producten) aan. Iets meer dan de helft van deze producten rapporteert over duurzaamheid.

Figuur 3. Productverdeling vermogensbeheerders



2.2 In hoeverre nemen beleggingsondernemingen duurzaamheid mee in hun productdistributie?

Het self-assessment over het meenemen van duurzaamheid in de productdistributie is ingevuld door 114 beleggingsondernemingen. Uit het self-assessment blijkt dat de meeste beleggingsondernemingen POG-beleid hebben voor het meenemen van de duurzaamheidsdoelstellingen. De wijze waarop beleggingsondernemingen hier invulling

aan geven verschilt. Meer dan twee derde van de ondernemingen heeft het productaanbod (deels) geëvalueerd op de integratie van duurzaamheid. Meer dan de helft van de beleggingsondernemingen heeft beleid om duurzaamheid in de negatieve doelgroep van producten zonder duurzaamheidskenmerken mee te nemen.

2.2.1 Meer dan de helft heeft beleid voor vaststelling duurzaamheidsdoelstellingen doelgroep

Beleggingsondernemingen zijn verplicht om in hun beleid op te nemen hoe zij de duurzaamheidsdoelstellingen van de doelgroep meenemen in de productdistributie. De duurzame kenmerken van het product moeten aansluiten op duurzaamheidsdoelstellingen van de doelgroep. Hierbij kan gebruik worden gemaakt van de geactualiseerde MiFID II POG Richtsnoeren. Deze Richtsnoeren lichten onder meer toe op welke manieren de duurzaamheidsdoelstellingen van de doelgroep bepaald kunnen worden.

Meer dan de helft (59%) van de beleggingsondernemingen heeft beleid voor het vaststellen van de duurzaamheidsdoelstellingen van de doelgroep. Voor het vaststellen van de duurzaamheidsdoelstellingen van de doelgroep wordt vooral gekeken naar doelstellingen op het gebied Environmental, Social en/of Governance (ESG). De EU-Taxonomie wordt het minst gebruikt om de duurzaamheidsdoelstellingen te bepalen. Andere methoden die worden genoemd zijn onder meer het gebruik van Principal Adverse Indicators (PAI's).

Het is belangrijk dat de duurzaamheidsdoelstellingen van de doelgroep voldoende gedetailleerd (granulair) zijn omschreven (zie praktijkvoorbeeld hieronder). Een doelgroepbeschrijving als 'beleggers met een duurzaamheidsprofiel' is bijvoorbeeld weinig concreet en draagt daardoor in beperkte mate bij aan de doelgroepafbakening.⁵

⁵ Het blijft overigens belangrijk voor het vaststellen van de doelgroep om alle vijf doelgroepcategorieën (type belegger, benodigde kennis en ervaring, risicoprofiel, financiële situatie en financiële- of duurzaamheidsdoelstellingen), zoals verder uitgewerkt in de POG Richtsnoeren, in samenhang te bezien.

**Praktijkvoorbeeld:**

Een distributeur toont de doelgroep van een beleggingsfonds in de execution-only-omgeving. Het fonds belegt in bedrijven die actief zijn in de grondstoffenwinning. De ontwikkelaar heeft het beleggingsfonds niet geclassificeerd als een product met duurzaamheidskenmerken, en verstrekt geen informatie als bedoeld in artikel 8 of 9 SFDR. De distributeur heeft de doelgroep van het beleggingsfonds op het gebied van duurzaamheid geformuleerd als 'ik wil niet volledig duurzaam beleggen'. Deze formulering is onduidelijk en weinig concreet. De formulering kan de indruk wekken dat het beleggingsfonds deels duurzaam belegt. Hierdoor kan het product terecht komen bij klanten die uitsluitend willen beleggen in producten met duurzaamheidskenmerken.

Duurzame beleggingsproducten kunnen passend zijn voor zowel beleggers die duurzaam willen beleggen als voor beleggers die deze wens niet hebben. Andersom passen beleggingsproducten zonder duurzame kenmerken niet bij een doelgroep die het belangrijk vindt om duurzaam te beleggen. Deze producten mogen dan ook niet verkocht worden aan beleggers met duurzaamheidsdoelstellingen.

Minder dan de helft (43%) van de beleggingsondernemingen heeft beleid voor het vaststellen van de negatieve doelgroep voor producten zonder duurzame kenmerken. Verkoop van producten aan de negatieve doelgroep mag niet plaatsvinden. De AFM verwacht van de andere beleggingsondernemingen dat ook hun POG-beleid hierin voorziet. Hierdoor wordt geborgd dat klanten geen producten krijgen die niet aansluiten bij hun duurzaamheidsdoelstellingen.



Omschrijf in het beleid hoe duurzaamheidsdoelstellingen in de doelgroep meegenomen moeten worden. Zorg ervoor dat de duurzaamheidsdoelstellingen van de doelgroep voldoende gedetailleerd zijn omschreven. Omschrijf ook in het beleid hoe de negatieve doelgroep voor producten zonder duurzame kenmerken vastgesteld moet worden.

2.2.2 Merendeel heeft in het beleid vastgelegd hoe beleggers in het execution-only-kanaal producten krijgen die passen bij hun duurzaamheidsdoelstellingen

De distributiestrategie van een onderneming moet ervoor zorgen dat producten terechtkomen bij de vastgestelde doelgroep en dat niet (structureel) buiten de doelgroep wordt verkocht. Zo krijgen beleggers producten die passen bij hun doelstellingen. Bij beheer en advies is de geschiktheidstoets het primaire middel om hiervoor te zorgen. Bij execution only (EO) heeft de distributeur niet de mogelijkheid om de duurzaamheidsvoorkeuren te bevragen. Dit maakt het extra belangrijk dat de informatieverstrekking en de inrichting van de online-keuze-omgeving begrijpelijk en op orde zijn.

In het EO-kanaal heeft bijna driekwart (73%) van de beleggingsondernemingen in hun beleid vastgelegd hoe de distributiestrategie ervoor moeten zorgen dat beleggers de producten krijgen die passen bij hun duurzaamheidsdoelstellingen. Dit gebeurt meestal door middel van het tonen van productinformatie, en in mindere mate door middel van zoekfilters of het tonen van de (negatieve) doelgroepbepaling. Ook zetten sommige beleggingsondernemingen hiervoor de kennis- en ervaringstoets in.

De AFM moedigt het gebruik van dergelijke methoden aan en merkt op dat het belangrijk is om de effectiviteit ervan te evalueren. Sommige partijen die producten via het EO-kanaal distribueren geven wel aan een uitgeschreven distributiestrategie te hebben om te zorgen dat beleggers producten krijgen die passen bij hun duurzaamheidsdoelstellingen, maar zeggen geen methoden toe te passen in hun distributiestrategie. De AFM roept deze partijen op extra kritisch naar de effectiviteit van hun distributiestrategie te kijken.



Pas methoden toe in de distributiestrategie die ervoor zorgen dat klanten producten krijgen die passen bij hun duurzaamheidsdoelstellingen. En toets dit op effectiviteit.

2.2.3 Driekwart van de partijen ontvangt duurzaamheidsinformatie van productontwikkelaar

Ondernemingen zijn voor de informatie over de duurzaamheidskenmerken van een product voor een groot deel afhankelijk van de ontwikkelaar van het betreffende product. Goede informatie stelt een onderneming in staat om te kijken of het product daadwerkelijk aansluit bij de duurzaamheidsdoelstellingen van de doelgroep.

Driekwart (74%) van de ondernemingen geeft aan soms of altijd informatie van de ontwikkelaar te ontvangen over de duurzame kenmerken van het product en de duurzaamheidsdoelstellingen van de doelgroep. De AFM roept partijen op die geen of onvoldoende informatie van de ontwikkelaar ontvangen stappen te ondernemen om dit alsnog te verkrijgen of, als dit niet kan, gebruik te maken van andere bronnen, zoals gespecialiseerde dataleveranciers.

Het is belangrijk om de duurzame kenmerken van de producten scherp te analyseren, zodat ook de match tussen product en belegger beter kan worden gemaakt. SFDR-informatie kan ondernemingen helpen sommige producten beter te begrijpen. Deze informatie staat op de website van de ontwikkelaar.

Uit gesprekken met de ondernemingen blijkt dat zij vaak door middel van het European ESG Template (EET) informatie van ontwikkelaars verkrijgen over (onder meer) de duurzame kenmerken van producten. De AFM vindt het positief om te horen dat partijen daarbij aangeven kritisch te kijken naar de inhoud (zoals de SFDR-classificatie) en, indien nodig, in gesprek gaan met de ontwikkelaar om twijfels te adresseren.



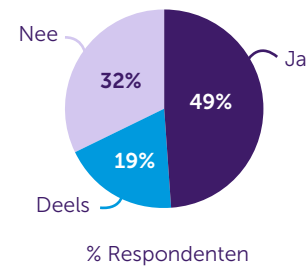
Zorg voor voldoende en begrijpelijke duurzaamheidsinformatie van de productontwikkelaar. Of zoek andere bronnen.

2.2.4 Meerderheid evalueert (een deel van) productaanbod op duurzaamheid

Een wijziging van de wettelijke norm geeft doorgaans aanleiding het POG-beleid, de doelgroep en de distributiestrategie van de producten te evalueren en, waar nodig, aan te passen. Dit geldt voor nieuwe én bestaande producten.

Figuur 4. Evaluatie productaanbod

Heeft producten geëvalueerd naar aanleiding van gewijzigde POG-norm:

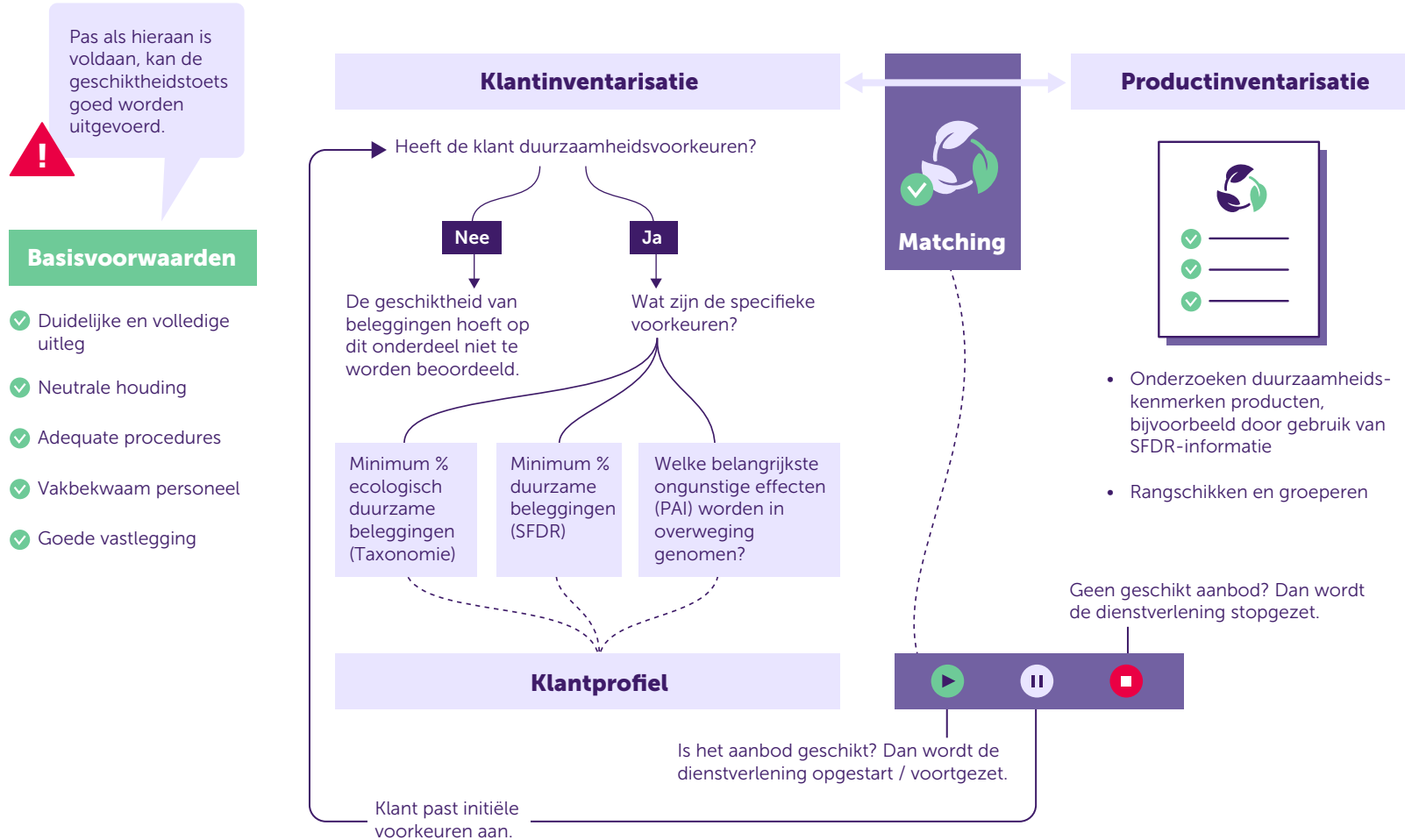


Twee derde van de ondernemingen geeft aan (een deel van) de door haar gedistribueerde producten naar aanleiding van de gewijzigde POG-norm geëvalueerd te hebben. Bij ongeveer de helft hiervan heeft de evaluatie geleid tot aanpassingen aan de doelgroepbepaling of distributie van het product. De AFM verwacht van alle ondernemingen dat de producten worden geëvalueerd en waar nodig veranderingen in doelgroep en/of distributie worden doorgevoerd.



Evalueer nieuwe én bestaande producten op duurzaamheid naar aanleiding van de gewijzigde POG-norm en bepaal welke wijzigingen nodig zijn in de (negatieve) doelgroep en/of distributiestrategie.

2.3 In welke mate nemen beleggingsondernemingen duurzaamheid mee in de geschiktheidstoets?



Figuur 5. De geschiktheidstoets is een doorlopende verplichting. Beleggingsondernemingen moeten deze toets uitvoeren bij de start van een klantrelatie, en bij doorlopende relaties moet deze toets periodiek worden herhaald. De geschiktheidstoets kent meerdere onderdelen: de financiële positie, doelstelling(en), risicotolerantie, kennis en ervaring, en duurzaamheid. Deze weergave beperkt zich tot het onderdeel duurzaamheid, en bevat een samenvatting van de handelingen die beleggingsondernemingen hierin moeten verrichten om de geschiktheidstoets onder hun klanten uit te kunnen voeren.

Beleggingsondernemingen die de dienst vermogensbeheer en/of advies aanbieden moeten informatie inwinnen over de duurzaamheidsvoorkeuren van klanten en mede aan de hand daarvan een geschikte portefeuille samenstellen of adviseren. De duurzaamheidsbepalingen gelden voor zowel nieuwe als bestaande klanten.

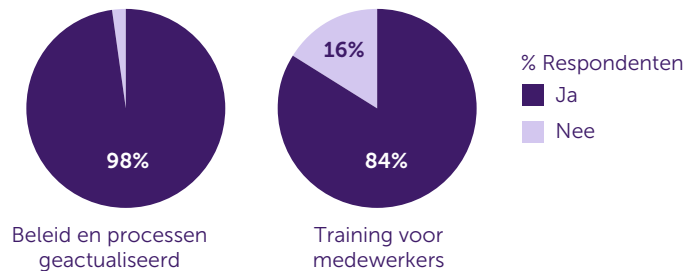
Uit het onderzoek blijkt dat de meeste beleggingsondernemingen klanten vragen naar hun duurzaamheidsvoorkeuren en deze voorkeuren betrekken bij de selectie van producten. Wel moet de uitvraag zorgvuldiger. Daarnaast moeten beleggingsondernemingen hun uitleg over duurzaamheid begrijpelijker maken en meer laten aansluiten bij de belevingswereld van klanten, omdat zij anders afhaken.

Het self-assessment over de geschiktheidstoets is ingevuld door 97 beleggingsondernemingen. Het self-assessment bevat afzonderlijke vragen over individueel vermogensbeheer en over advies. De gegeven antwoorden over beide soorten dienstverlening zijn nagenoeg identiek. De hierna gepresenteerde uitkomsten zien op de geschiktheidstoets bij individueel vermogensbeheer, maar kunnen ook worden opgevat als uitkomsten die zien op de geschiktheidstoets bij advies.

2.3.1 Meeste beleggingsondernemingen actualiseren beleid en processen

Noodzakelijke voorwaarden voor een adequate geschiktheidstoets zijn een geactualiseerd beleid en proces voor de geschiktheidstoets en medewerkers die over de benodigde kennis en vakbekwaamheid beschikken. Hierdoor kunnen zij duurzaamheidsvoorkeuren goed uitvragen en de verschillende duurzaamheidsaspecten duidelijk uitleggen aan klanten.

Figuur 6. Actualisatie door beleggingsondernemingen



De AFM vindt het positief dat de meeste beleggingsondernemingen aan de slag zijn gegaan met hun beleid en processen, en het opleiden van hun medewerkers. Geactualiseerd beleid en processen zijn noodzakelijke voorwaarden voor een adequate geschiktheidstoets, ook op het gebied van duurzaamheid. Hetzelfde geldt voor kennis en vakbekwaamheid van medewerkers. Hierdoor kunnen zij duurzaamheidsvoorkeuren goed uitvragen en de verschillende duurzaamheidsaspecten duidelijk uitleggen aan klanten. Beleggingsondernemingen maken daarbij gebruik van interne opleidingsdagen, e-learningen en/of externe opleidingen.

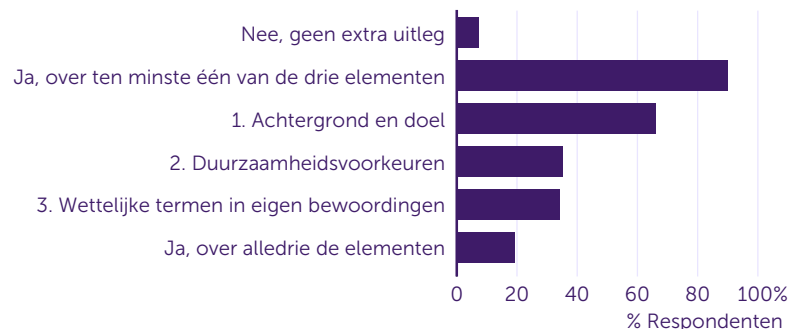


Zorg voor een actueel beleid en processen met betrekking tot de geschiktheidstoets. Zorg ervoor dat medewerkers beschikken over de benodigde kennis en vakbekwaamheid om de geschiktheidstoets op het onderdeel duurzaamheid goed te kunnen uitvoeren.

2.3.2 Veel partijen geven uitleg over duurzaamheid, moet wel beter en begrijpelijker

Een duidelijke en volledige uitleg door beleggingsondernemingen over het belang en de inhoud van de geschiktheidstoets, inclusief het onderdeel duurzaamheid, is belangrijk voor klanten. Het stelt hen in staat om een goed geïnformeerde keuze te maken en correcte informatie te verstrekken over hun duurzaamheidsvoorkeuren. Een onduidelijke uitleg kan ervoor zorgen dat klanten, die duurzaam zouden willen beleggen, afhaken en ervoor kiezen geen duurzaamheidsvoorkeuren op te geven. Daardoor kan een mismatch ontstaan tussen de dienstverlening van de beleggingsonderneming en de daadwerkelijke duurzaamheidsvoorkeuren van klanten. Beleggingsondernemingen moeten daarom uitleg geven over de achtergrond en het doel van de geschiktheidstoets. Zij moeten ook het onderscheid duidelijk maken tussen de wettelijk voorgeschreven categorieën duurzaamheidsvoorkeuren en daarnaast op een heldere manier uitleg geven over de diverse termen en duurzaamheidsconcepten. Technisch taalgebruik moet worden vermeden.

Figuur 7. Uitleg over onderdeel duurzaamheid



Het blijkt dat de meeste ondernemingen enige uitleg geven over het onderdeel duurzaamheid in de geschiktheidstoets. Weinig beleggingsondernemingen geven echter uitleg over alle drie de verplichte elementen (doel/reikwijdte, de duurzaamheidsvoorkeuren en terminologie). Dit zou een verklaring kunnen zijn voor het relatief lage percentage klanten dat volgens beleggingsondernemingen duurzaamheidsvoorkeuren opgeeft (0-10%). Beleggingsondernemingen erkennen ook dat klanten vaak niet begrijpen wat er bij de uitvraag van duurzaamheidsvoorkeuren van hen verwacht wordt en dat het taalgebruik te technisch is.

De AFM begrijpt dat de regelgeving en de complexiteit van de materie beleggingsondernemingen voor een uitdaging stellen. Dit neemt niet weg dat beleggingsondernemingen zich maximaal moeten inspannen om de uitleg begrijpelijker te maken en aan te laten sluiten bij de beleggingswereld van de beleggers. Klanten kunnen uiteraard ook aangeven dat zij geen duurzaamheidsvoorkeuren hebben, maar dat moet wel een bewuste keuze zijn op basis van een duidelijke uitleg. Het is belangrijk om de begrijpelijkheid ook te toetsen onder klanten.

De AFM ziet dat beleggingsondernemingen stappen zetten, en dat is positief. Een persoonlijk gesprek met de klant kan bijvoorbeeld zorgen voor de benodigde interactie en de gewenste inzichten ten aanzien van de duurzaamheidsvoorkeuren. Ook geven partijen soms extra uitleg op de website of wordt vooraf aanvullende uitleg per e-mail verstuurd (zie praktijkvoorbeeld hieronder). Deze maatregelen dragen eraan bij dat klanten zich zorgvuldig kunnen voorbereiden op de uitvraag van duurzaamheidsvoorkeuren.



Praktijkvoorbeeld:

Een beleggingsonderneming stuurt een klant een brochure met aanvullende uitleg over duurzaamheidsvoorkeuren. Deze uitleg is compact en versimpeld, met een verwijzing naar de website voor meer informatie. De SFDR, Taxonomie en PAI worden in duidelijke termen toegelicht. Ook geeft de onderneming daarbij voorbeelden, zoals wanneer een (investering in een) bedrijf wel of niet ecologisch duurzaam is de zin van de Taxonomie. De beleggingsonderneming verstuurt de brochure voorafgaand aan een persoonlijk gesprek met de adviseur.

De klant krijgt op deze manier de tijd om zich rustig in te lezen en na te denken over zijn duurzaamheidsvoorkeuren. Ook kan de klant tijdens het persoonlijke gesprek nog vragen stellen.

Een beleggingsonderneming kan de duurzaamheidsvoorkeuren ook inventariseren via een online vragenlijst, zonder dat er een persoonlijk gesprek plaatsvindt. Voor een begrijpelijke uitleg over de duurzaamheidsvoorkeuren, is het in dat geval extra belangrijk om informatie vooraf te sturen en ook op de website aanvullende uitleg te plaatsen. Al dan niet gecombineerd met interactieve tekst in de vragenlijst zelf.



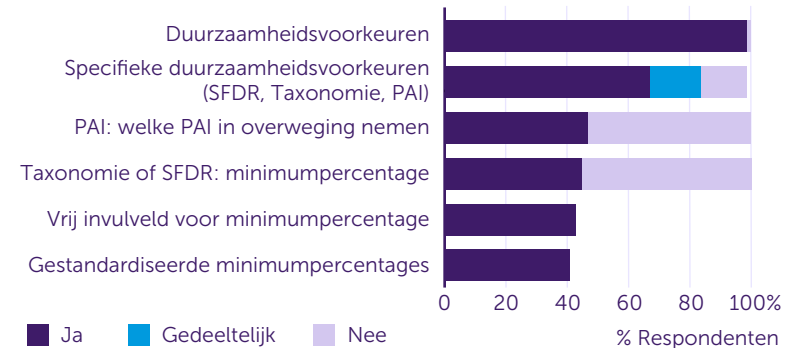
Leg het belang en de inhoud van het onderdeel duurzaamheid in de geschiktheidstoets goed uit aan klanten. Maak duidelijk (i) wat het achtergrond en doel is van de toets, (ii) wat het onderscheid is tussen de verschillende duurzaamheidsvoorkeuren en (iii) wat wordt verstaan onder de diverse termen en concepten. Zorg ervoor dat klanten begrijpen wat er van hen wordt verwacht en sluit aan bij de belevingswereld van klanten. En toets de begrijpelijkheid onder de klanten.

2.3.3 Meerderheid vraagt naar duurzaamheidsvoorkeuren, moet wel zorgvuldiger

Beleggingsondernemingen moeten bij hun bestaande⁶ en nieuwe klanten informatie inwinnen over hun duurzaamheidsvoorkeuren. Deze informatie moet voldoende gedetailleerd zijn. Het inwinnen van deze informatie moet op neutrale en onbevooroordeelde wijze gebeuren. De beleggingsondernemingen moeten de specifieke duurzaamheidsvoorkeuren van klanten inventariseren aan de hand van de drie wettelijke categorieën uit de Gedelegeerde Verordening MiFID II, te weten (a) ecologisch duurzame beleggingen in de zin van de Taxonomie, (b) duurzame beleggingen in de zin van de SFDR en/of (c) rekening houden met belangrijkste ongunstige effecten (PAI). Als de voorkeuren uitgaan naar SFDR-beleggingen en/of Taxonomie-beleggingen moeten beleggingsondernemingen ook vragen welk minimumpercentage de klant hierin belegd wil zien. Beleggingsondernemingen mogen klanten een eigen minimumpercentage laten invullen. Beleggingsondernemingen mogen ook gebruik maken van gestandaardiseerde minimumpercentages waaruit een klant kan kiezen.

⁶ Voor bestaande klanten dienen beleggingsondernemingen de duurzaamheidsvoorkeuren uiterlijk te hebben ingewonnen bij de eerstvolgende regelmatige update van het klantprofiel, na inwerkingtreding van de Gedelegeerde Verordening MiFID II (augustus 2022).

Figuur 8. Uitvraag duurzaamheidsvoorkeuren klanten



De AFM vindt het positief dat nagenoeg alle beleggingsondernemingen aan hun nieuwe en bestaande klanten vragen of ze duurzaamheidsvoorkeuren hebben. Daarentegen is de AFM minder positief over de zorgvuldigheid en nauwkeurigheid van de wijze van informatieverzameling door beleggingsondernemingen. Er is een grote groep beleggingsondernemingen die in het geheel niet vraagt naar de specifieke duurzaamheidsvoorkeuren (15%), dan wel geen minimumpercentages Taxonomie/ SFDR uitvraagt (55%), of niet doorvraagt welke PAI in overweging moeten worden genomen (53%). Daarnaast komt uit het onderzoek naar voren dat er beleggingsondernemingen zijn die klanten laten kiezen tussen een zeer beperkt aantal minimumpercentages.

Extra uitleg – Gebruik van gestandaardiseerde minimumpercentages

De aangeboden keuzemogelijkheden lopen sterk uiteen. Zo zijn er beleggingsondernemingen die klanten de mogelijkheid geven het minimumpercentage in stappen van 10% te selecteren en dus te kiezen uit tien of elf mogelijkheden. Andere ondernemingen bieden klanten minder keuzemogelijkheden, bijvoorbeeld alleen 0%, 30% en 100%.

Voor gestandaardiseerde minimumpercentages geldt: hoe meer keuzeopties, hoe beter de keuzeopties zullen aansluiten bij de daadwerkelijke duurzaamheidsvoorkeuren van de klant. Dit komt ook de neutraliteit van de informatievergaring ten goede. Wanneer slechts een paar opties worden geboden, kan snel sprake zijn van onvoldoende gedetailleerde informatievergaring, omdat deze opties de precieze duurzaamheidsvoorkeuren van klanten onvoldoende benaderen. Bovendien kunnen klanten door de beperkte keuzemogelijkheden te veel gestuurd worden in hun duurzaamheidsvoorkeuren. Een klant moet zonder druk of beïnvloeding de duurzaamheidsvoorkeuren zelf kunnen aangeven.

Beleggingsondernemingen wijzen vooral naar data als reden dat ze specifieke PAI of minimumpercentages niet uitvragen, of een beperkt aantal keuzemogelijkheden presenteren. Er zou een gebrek aan data zijn over de duurzaamheid van beleggingen en de wel beschikbare data zijn volgens hen onpraktisch, duur en tijdrovend. Beleggingsondernemingen kiezen ervoor om alleen uit te vragen wat ze met data kunnen beoordelen en garanderen.

De AFM kan zich voorstellen dat de beschikbaarheid en betrouwbaarheid van data over de duurzaamheid van beleggingen nog beter kan. Dit neemt niet weg dat het op gedetailleerde en neutrale wijze uitvragen van de duurzaamheidsvoorkeuren van klanten belangrijk is in een gedegen beheer- of adviesproces. Ook staat een gebrek aan data niet in de weg om een gedetailleerde uitvraag te doen over bijvoor-

beeld minimumpercentages aan duurzame beleggingen die de klant verlangt. Wel kan het ertoe leiden dat het productaanbod niet aansluit bij de specifieke duurzaamheidsvoorkeuren van de klant. In dat geval moet de klant haar duurzaamheidsvoorkeuren willen aanpassen of de dienstverlening moet worden stopgezet.

De AFM roept beleggingsondernemingen op om de uitvraag in lijn te brengen met de wetgeving en meer aandacht te besteden aan de eventuele duurzaamheidsvoorkeuren van klanten. Het zorgvuldig uitvragen van de duurzaamheidsvoorkeuren van klanten is noodzakelijk om de geschiktheid van beleggingen te beoordelen en een mismatch te voorkomen. Het stelt beleggingsondernemingen in staat hun beleggingsaanbod waar mogelijk te verbreden en beter aan te laten sluiten op de duurzaamheidsvoorkeuren van klanten.



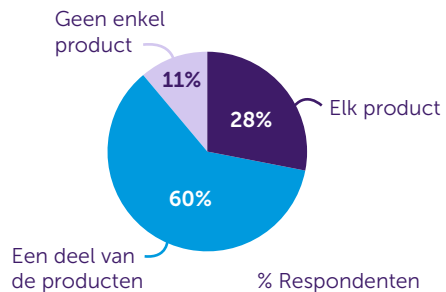
Vraag naar specifieke duurzaamheidsvoorkeuren en geef klanten de mogelijkheid om te kiezen tussen een voldoende aantal minimumpercentages of belangrijkste ongunstige effecten. Onvoldoende data is geen reden om geen gedetailleerde uitvraag te doen.

2.3.4 Bijna alle partijen identificeren duurzaamheidskenmerken voor (deel van) producten

Beleggingsondernemingen moeten de keuze voor de geselecteerde producten op basis van de duurzaamheidsvoorkeuren van de klant kunnen onderbouwen. Het is daarom belangrijk dat beleggingsondernemingen de duurzaamheidskenmerken (duurzaamheidsfactoren⁷) van elk product achterhalen.

⁷ Onder duurzaamheidsfactoren wordt hier verstaan: ecologische, sociale en werkgelegenheidszaken, eerbiediging van de mensenrechten, en bestrijding van corruptie en van omkoping. (Duurzaamheidsfactoren in de zin van artikel 2, punt 24, van Verordening (EU) 2019/2088).

Figuur 9. Identificatie duurzaamheidskenmerken



Bijna 90% van de beleggingsondernemingen geeft aan voor in ieder geval een deel van de producten de duurzaamheidskenmerken te kunnen achterhalen. Echter 11% van de beleggingsondernemingen geeft aan voor geen enkel product de duurzaamheidskenmerken te kunnen achterhalen.

Gebrek aan (betrouwbare) data is voor veel beleggingsondernemingen een belemmering om de duurzaamheidskenmerken te achterhalen, met name van individuele aandelen en (staats)obligaties. Hier speelt mee dat beleggingsondernemingen afhankelijk zijn van derden voor de aanlevering van data. Er is weinig tot geen standaardisatie tussen de data van verschillende externe dataleveranciers. Data van verschillende dataleveranciers is daardoor onderling beperkt vergelijkbaar. Sommige beleggingsondernemingen geven aan daarom ook zelf data over duurzaamheidskenmerken te verzamelen, bijvoorbeeld door factsheets, prospectussen, jaarverslagen, en ESG-rapporten te bestuderen. De AFM vindt dit een good practice. Ook kan gebruik gemaakt worden van SFDR-informatie of informatie die wordt verstrekt door middel van het European ESG Template (EET).

De AFM roept de beleggingsondernemingen – en zeker de 11% die dat voor geen enkel product zou doen – op om zich maximaal in te spannen om de duurzaamheidskenmerken van de producten te achterhalen. Dat is ook noodzakelijk voor de beoordeling van de geschiktheid van beleggingen.

⁸ Beleggingsondernemingen moeten ook de beslissing tot aanpassing vastleggen, inclusief de redenen voor die beslissing.



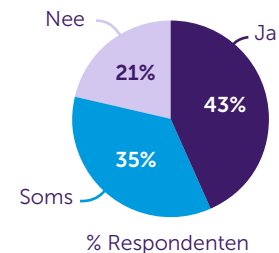
Identificeer de duurzaamheidskenmerken van producten. Beperk je niet alleen tot het verkrijgen van data via externe dataleveranciers, maar maak waar nodig ook gebruik van andere bronnen, zoals SFDR-informatie, prospectussen en jaarverslagen.

2.3.5 Bijna een kwart kan klanten niet voorzien van geschikte beleggingen

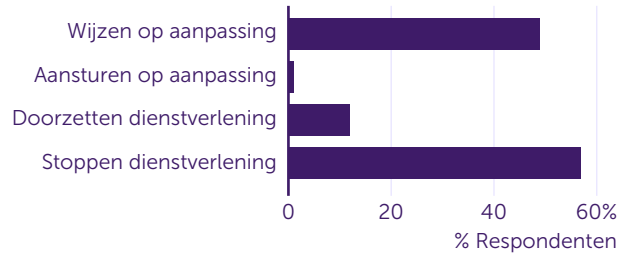
Beleggingsondernemingen moeten – in hun advies of wijze van vermogensbeheer – klanten voorzien van geschikte beleggingen. Het aanbevelen van een belegging of het uitvoeren van een beleggingsstrategie die niet voldoet aan de oorspronkelijke (initiële) duurzaamheidsvoorkeuren van de klant, is niet toegestaan. Wel kan de klant besluiten de duurzaamheidsvoorkeuren aan te passen, zodat de mismatch wordt opgeheven. Beleggingsondernemingen mogen daar niet in sturen. Zij mogen de klant wel wijzen op de mogelijkheid tot aanpassen.⁸ Op het moment dat een klant besluit om de duurzaamheidsvoorkeuren niet aan te passen, moet de beleggingsonderneming de dienstverlening stopzetten.

Figuur 10. Geschiktheid van beleggingen

Kunt u klanten voorzien van geschikte beleggingen gelet op duurzaamheidsvoorkeuren?



Figuur 11. Werkwijze bij ongeschiktheid



Er is een behoorlijke groep beleggingsondernemingen die aangeeft dat ze hun klanten niet kunnen voorzien van geschikte beleggingen gelet op de duurzaamheidsvoorkeuren van die klanten. Deze groep zou in werkelijkheid nog hoger kunnen zijn. Uit het self-assessment is namelijk ook gebleken dat klanten duurzaamheidsvoorkeuren niet specificeren, omdat ze niet begrijpen wat er van hen wordt verwacht. Dit kan verschillende oorzaken hebben, waaronder te technisch taalgebruik. Daarnaast vragen veel beleggingsondernemingen de duurzaamheidsvoorkeuren onvoldoende gedetailleerd uit. Hierdoor is de kans aanwezig dat de beleggingsondernemingen beleggingen aanbevelen of een beleggingsstrategie uitvoeren die weliswaar overeenkomt met de resultaten van de uitvraagde duurzaamheidsvoorkeuren, maar niet overeenkomt met de daadwerkelijke duurzaamheidsvoorkeuren van klanten.

De AFM roept beleggingsondernemingen op te investeren in het uitbreiden van hun beleggingsaanbod, zodat dit aanbod beter aansluit op de duurzaamheidsvoorkeuren van klanten.

Een grote groep beleggingsondernemingen wijst klanten in geval van ongeschiktheid op de mogelijkheid tot aanpassing van duurzaamheidsvoorkeuren en/of stoppen met de dienstverlening. Maar er zijn ook beleggingsondernemingen die zeggen aan te sturen op de aanpassingen (1%) of toch de dienstverlening voortzetten (12%), ondanks de mismatch op het gebied van duurzaamheidsvoorkeuren. Dat is uitdrukkelijk niet de bedoeling. De AFM verwacht van deze beleggingsondernemingen dat zij alsnog hun werkwijze in lijn brengen met de wettelijke vereisten.



Zijn er geen geschikt(e) beleggingen bij de aangegeven duurzaamheidsvoorkeuren? Wijs de klant dan op de mogelijkheid tot aanpassing van duurzaamheidsvoorkeuren en/of stoppen met de dienstverlening. Het is niet toegestaan om te sturen richting het aanpassen van duurzaamheidsvoorkeuren of om bij ongeschiktheid de dienstverlening voort te zetten.

3. Levensverzekeraars

Alle levensverzekeraars geven aan stappen gezet te hebben om duurzaamheidsfactoren te integreren in hun POG-beleid. Bijna alle verzekeraars hebben beleid voor het bepalen van de duurzaamheidsdoelstellingen van de doelgroep. Ook hebben bijna alle verzekeraars beleid voor het meenemen van duurzaamheid in de distributiestrategie.

De meeste verzekeraars verstrekken duurzaamheidsinformatie aan de verzekeringsdistributeur. Alle verzekeraars hebben hun productaanbod geëvalueerd op duurzaamheid. Bij de helft heeft dit geleid tot aanpassing van de doelgroep en/of distributiestrategie.

3.1 Marktbeeld

Figuur 12. Onderzoekspopulatie



Negen verzekeraars vulden de vragenlijsten in. Zij bieden verzekeringsgebaseerde beleggingsproducten⁹ aan nieuwe cliënten aan.

Fiscaal regime van het productaanbod:

Tweede pijler ●●●●●●●● (8 van de 9)
 Derde pijler ●●●●●●●● (3 van de 9)

Zij rapporteren over hun grootste tweedepijlerproduct en alle derdepijlerproducten. Op één verzekeraar na zeggen alle partijen tweedepijlerpensioenverzekeringen aan te bieden. Het merendeel van de verzekeraars geeft aan niet actief te zijn in de markt voor verzekeringsgebaseerde beleggingsproducten in de derde pijler. Geen enkele verzekeraar geeft aan actief te zijn in de markt voor niet-fiscaal gefaciliteerde (Box 3) verzekeringsgebaseerde beleggingsproducten. Alle verzekeraars geven aan dat hun producten duurzame kenmerken promoten, en dus moeten voldoen aan de vereisten uit artikel 8 SFDR.

⁹ Het gaat hierbij zowel om fiscaal gefaciliteerde tweede- en derdepijlerverzekeringen als om niet-fiscaal gefaciliteerde verzekeringen.

Figuur 13. Distributiekanaal

Intermediair ●●●●●●●● (5 van de 9)
 Direct ●●●●●●●● (1 van de 9)
 Beide ●●●●●●●● (3 van de 9)

Zowel directe verzekeraars als intermediaire verzekeraars zijn betrokken bij het onderzoek. De directe verzekeraar heeft meer invloed op de distributie, omdat hij zelf distribueert.

Figuur 14. Advisering van de producten

Met advies ●●●●●●●● (5 van de 9)
 Zonder advies ●●●●●●●● (2 van de 9)
 Beide ●●●●●●●● (2 van de 9)

De producten worden zowel met als zonder advies gedistribueerd. Een meerderheid van de verzekeraars kiest voor distributie uitsluitend met advies.

3.2 In hoeverre nemen levensverzekeraars duurzaamheid mee in POG?

Ontwikkelaars van verzekeringsproducten moeten duurzaamheidsfactoren en -doelstellingen standaard meenemen in hun POG. Hierdoor krijgen klanten betere toegang tot producten die passen bij hun duurzaamheidsdoelstellingen.

3.2.1 Bijna alle verzekeraars hebben beleid voor vaststellen duurzaamheidsdoelstellingen doelgroep

Verzekeraars moeten in hun beleid omschrijven op welke wijze zij de duurzaamheidsdoelstellingen van de doelgroep bepalen. De duurzame kenmerken van het product moeten aansluiten op deze duurzaamheidsdoelstellingen.

Bijna alle verzekeraars (89%) hebben beleid voor het bepalen van de duurzaamheidsdoelstellingen van de doelgroep. De meeste doen dit aan de hand van doelstellingen op het gebied van Environmental, Social en/of Governance (ESG). De EU-Taxonomie wordt het minst gebruikt om de duurzaamheidsdoelstellingen te bepalen. Ook de Principal Adverse Indicators (PAI) worden genoemd als criteria die worden toegepast. De duurzaamheidsdoelstellingen van de doelgroep moeten voldoende gedetailleerd (granulair) zijn omschreven.

Duurzame producten kunnen passen bij zowel beleggers die duurzaam willen beleggen als bij beleggers die geen duurzaamheidsdoelstellingen hebben. Uit de gevoerde verdiepende gesprekken blijkt dat sommige verzekeraars ervan uitgaan dat een pensioenproduct per definitie een duurzaam kenmerk heeft, omdat het voorziet in een aanvullend inkomen voor de oude dag en daarmee een sociaal kenmerk heeft. Dit is volgens de AFM ontoereikend om een pensioenproduct aan te merken als zijnde duurzaam, omdat het sociale kenmerk geen onderscheidende betekenis heeft.

Producten zonder duurzame kenmerken passen niet bij beleggers die het belangrijk vinden om duurzaam te beleggen. Dit moet daarom meegenomen worden in de (negatieve) doelgroepbepaling en distributiestrategie van het product. Uit het self-assessment blijkt dat de meeste verzekeraars in hun POG-beleid beschrijven hoe zij duurzaamheid meenemen in de negatieve doelgroep van producten zonder duurzame kenmerken. De AFM verwacht ditzelfde van de verzekeraars die dit (nog) niet doen.



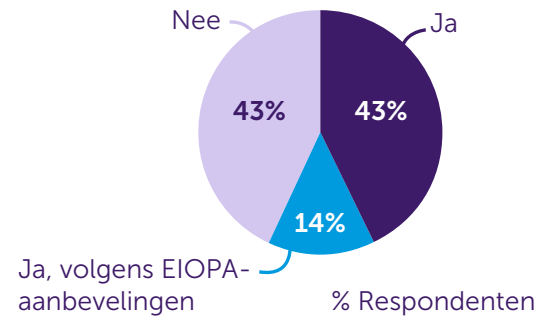
Omschrijf in het beleid hoe duurzaamheidsdoelstellingen in de doelgroep meegenomen moeten worden. Zorg ervoor dat de duurzaamheidsdoelstellingen van de doelgroep voldoende gedetailleerd zijn omschreven. Omschrijf ook in het beleid hoe de negatieve doelgroep voor producten zonder duurzame kenmerken vastgesteld moet worden.

3.2.2 Bijna alle verzekeraars hebben in beleid vastgelegd hoe de distributiestrategie ervoor moet zorgen dat producten aansluiten bij duurzaamheidsdoelstelling klant

De distributiestrategie moet ervoor zorgen dat producten terechtkomen bij de afgebakende doelgroep en dat de producten niet buiten de doelgroep wordt verkocht. Het meenemen van de duurzaamheidsdoelstellingen bij de vaststelling van de doelgroep kan gevolgen hebben voor de distributiestrategie.

Bijna alle verzekeraars (89%) geven aan dat in het beleid is vastgelegd hoe de distributiestrategie ervoor moet zorgen dat de duurzame kenmerken van het product aansluit bij de duurzaamheidsdoelstellingen van de doelgroep.

Figuur 15. Geschiktheidstoets houdt rekening met duurzaamheidsfactoren



Bij advies is de geschiktheidstoets het primaire middel om te borgen dat het product aansluit bij persoonlijke situatie van de belegger. Meer dan de helft van de adviserende verzekeraars geeft aan rekening te houden met duurzaamheidsfactoren bij het afnemen van de geschiktheidstoets. Daarvan geeft een deel aan de [aanbevelingen van EIOPA](#) te volgen.

Bij distributie zonder advies heeft de verzekeraar niet de mogelijkheid om de duurzaamheidsvoorkeuren in te winnen. In dit distributiekanaal is het daarom nog belangrijker dat de distributiestrategie met inbegrip van de (online) informatieverstrekking op orde is.

De helft van de verzekeraars die (ook) zonder advies distribueert, geeft aan een beschrijving van de doelgroep te tonen aan de belegger om daarmee te borgen dat producten bij de juiste doelgroep terecht komen. Andere maatregelen, zoals het tonen van productinformatie, worden niet genoemd. Ook heeft de AFM voorbeelden gezien dat een verzekeraar zich op de website als duurzaam presenteert, waardoor bij de bezoeker de indruk wordt gewekt dat het productaanbod duurzaam is. Als de duurzaamheid van het productaanbod aansluit bij de gewekte indruk, kan deze aanpak bijdragen aan de juiste distributie aan de doelgroep. Wanneer duurzame kenmerken van het productaanbod niet aansluiten bij de verwachting van de belegger, kan greenwashing optreden.



Pas methodes toe om ervoor te zorgen dat klanten de producten krijgen die passen bij hun doelstellingen. Zorg ervoor dat zowel de inhoud als de presentatie van de informatie aansluit bij de duurzame kenmerken van het product.

3.2.3 Verzekeraars verstrekken duurzaamheidsinformatie aan verzekeringsdistributeur

Verzekeraars moeten aan hun distributeurs de relevante informatie verstrekken over de duurzame kenmerken van hun producten en over de duurzaamheidsdoelstellingen van de afgebakende doelgroep. Alle verzekeraars zeggen duurzaamheidsinformatie te verstrekken. Dit is positief. De AFM merkt hierbij op dat het niet toereikend is om enkel te verwijzen naar de uit hoofde van de SFDR gepubliceerde informatie. Deze informatie bevat namelijk geen informatie over de afgebakende doelgroep.

Voor producten zonder duurzame kenmerken moet de verzekeraar bovendien de informatie over de negatieve doelgroep verstrekken. Dit stelt distributeurs beter in staat om hun distributiestrategie aan te passen, zodat deze in overeenstemming is met de uitgezette distributiestrategie en afgebakende doelgroep van de ontwikkelaar. De directe verzekeraar hoeft uiteraard geen informatie aan de verzekeringsdistributeur te verstrekken.



Verstrek distributeurs de verplichte informatie over de duurzame kenmerken van het product en over de duurzaamheidsdoelstellingen van de afgebakende doelgroep.

3.2.4 Verzekeraars evalueren productaanbod op duurzaamheid

Een wijziging van de wettelijke norm geeft doorgaans aanleiding het POG-beleid en het productaanbod te evalueren en, waar nodig, aan te passen. De wijzigingen moeten daarnaast in de praktijk toegepast worden in de evaluatie van nieuwe én bestaande producten.

Alle verzekeraars geven aan al hun producten of een deel van de aangeboden producten naar aanleiding hiervan geëvalueerd te hebben. Bij ongeveer de helft van de verzekeraars heeft dit geleid tot het wijzigen van de (negatieve) doelgroepbepaling en/of distributiestrategie.



Evalueer nieuwe én bestaande producten en bepaal welke wijzigingen in de doelgroep en distributiestrategie doorgevoerd moeten worden bij aanpassingen van de wettelijke norm.

4. Onderzoeksmethodiek

Dit onderzoek is uitgevoerd door middel van een self-assessment en verdiepende gesprekken. Beleggingsondernemingen en levensverzekeraars waren onderdeel van dit onderzoek. De uitkomsten van het self-assessment zijn gebaseerd op zelf-rapportage van ondernemingen.

4.1 Self-assessment met vragen over duurzaamheidsbepalingen

Het self-assessment bestaat uit vragenlijsten over de naleving van de duurzaamheidsbepalingen in de POG- en geschiktheidsnormen. Hieronder staat welke type ondernemingen¹⁰ onderdeel waren van het self-assessment, welke vragenlijsten zij beantwoord hebben en in welke hoedanigheid dit is gebeurd.

POG

- Beleggingsondernemingen als distributeur van financiële instrumenten
- Verzekeraars als ontwikkelaar van beleggingsverzekeringen¹¹

Geschiktheidstoets

- Beleggingsondernemingen die individueel vermogen beheren
- Beleggingsondernemingen die financieel advies verstrekken voor zover zij daarnaast ook individueel vermogen beheren

4.2 Verdiepende gesprekken over concrete stappen

Er zijn ook verdiepende gesprekken gevoerd met negen ondernemingen. Het doel hiervan is een beeld krijgen van de concrete stappen die marktpartijen in de praktijk hebben gezet om de duurzaamheidsnormen te integreren in hun POG en/of de geschiktheidstoets. Eventuele goede of slechte voorbeelden zijn verwerkt in dit rapport.

4.3 Beperking van dit onderzoek

De uitkomsten van het self-assessment zijn gebaseerd op zelf-rapportage van ondernemingen. Dit betekent dat de AFM geen zelfstandig onderzoek heeft gedaan naar de juistheid van de gegeven antwoorden. Verder is in het self-assessment vooral gevraagd of bepaalde informatie (documenten) aanwezig is (zijn) en of bepaalde processtappen uitgevoerd zijn. De uitkomst geeft geen inzicht in de kwaliteit van informatie of uitvoering.

¹⁰ Die zetel of bijkantoor in Nederland hebben en diensten verlenen aan niet-professionele beleggers.

¹¹ Hieronder worden verstaan zowel verzekeringen met beleggingscomponent als verzekeringen die pensioenproducten zijn.