

Hoe herwinnen pensioenfondsen, banken en verzekeraars het vertrouwen?

[Harry van Dalen](#), [Kène Henkens](#) - 30 jun 2011 - [Financiële markten](#), [Pensioen](#) - 977 keer bekeken



Hoe komt het vertrouwen terug bij banken en verzekeraars? Volgens de Code Banken moet de integriteit en het belang van de klant uitdrukkelijk centraal gesteld worden. In deze bijdrage laten Van Dalen en Henkens zien dat de spelers in de verschillende sectoren van de financiële wereld nog een lange weg te gaan hebben. De perceptie dat banken en verzekeraars de belangen van de klant centraal stelt is ver te zoeken. Als gekeken wordt naar wat het zwaarst weegt in de opinie van consumenten dan is het vooral het gebrek aan eerlijkheid en stabiliteit.

Het belang van vertrouwen

Het gebrek aan vertrouwen lag ten grondslag aan het ontstaan van de kredietcrisis onder banken waardoor vele banken in liquiditeitsproblemen geraakte. De crisis die daarop volgde heeft het vertrouwen in banken onder consumenten een gevoelige klap toegebracht en de economie in een toestand gebracht waarin 'self fulfilling prophecies' zoals Robert Merton (1948) die beschreef werkelijkheid konden worden. Het terugwinnen van vertrouwen is sinds het uitbreken van de crisis een centraal thema onder menig bestuurder in de financiële sector. Banken, verzekeraars, de overheid als toezichthouder en 'lender of last resort', pensioenfondsen, financiële tussenpersonen, allemaal zijn ze besmet geraakt door de kredietcrisis, hoewel aangetekend moet worden dat banken en verzekeraars al voor de crisis op weinig respect van burgers konden rekenen. De woekerpolisaffaire is sinds Legio Lease en Dexia in het geheugen gegrift, en later konden ook vele banken en hypotheekverstrekkers bij dat rijtje worden gevoegd. De commissie Maas kwam met een advies voor het herstel van het vertrouwen in de banken. Afgezien van allerlei pleidooien voor een betere governance werd de Code Banken wellicht nog het meest opgefleurd met het bepleiten dat bankiers een beroepseed moest afleggen. De tekst van die moreel-ethische verklaring laat duidelijk zien langs welke lijnen het vertrouwen moet worden herwonnen:

"Ik verklaar dat ik mijn functie als bankier integer en zorgvuldig zal uitoefenen. Ik zal een zorgvuldige afweging maken tussen alle belangen die bij de bank betrokken zijn, te weten die van de klanten, de aandeelhouders, de werknemers en de samenleving waarin de bank opereert. Ik stel in die afweging het belang van de klant centraal en zal de klant zo goed mogelijk inlichten. Ik zal mij gedragen naar de wetten, de reglementen en de gedragscodes

die op mij als bankier van toepassing zijn. Ik zal geheim houden wat mij is toevertrouwd. Ik maak geen misbruik van mijn bancaire kennis. Ik zal mij open en toetsbaar opstellen en ik ken mijn verantwoordelijkheid voor de samenleving. Ik zal mij inspannen om het vertrouwen in het bankwezen te behouden en te bevorderen. Ik zal zo het beroep van bankier in ere houden."

De code wordt naar vermelding door banken door de overgrote meerderheid onderschreven of men zegt het te gaan onderschrijven (zie [Monitoring Commissie Code Banken](#), 2010). Maar zoals de Amerikanen zeggen 'Talk is cheap'. Men moet zo'n code ook naleven en omzetten in daden die aantonen dat men meent wat men zegt (Van Raaij, 2009).

Vertrouwen

Om te zien of de hoofdrolspelers het vertrouwen van de Nederlandse burger genieten is in april 2011 een enquête gehouden onder ruim 2100 respondenten door Centerdata. Tabel 1 presenteert de uitkomsten voor het onderzoek waarbij we het vertrouwen vooral gepeild hebben in relatie tot het beheren van pensioenbesparingen of een pensioen. De tabel vertoont een tweetal opmerkelijke uitkomsten.

Tabel 1: Vertrouwen van consumenten in financieel systeem, gerangschikt naar vertrouwen/wantrouwen, 2011

	Vertrouwen		
	Geen/weinig	Neutraal	Enig/veel
Toezichthouder DNB	17	40	43
Pensioenfondsen	23	35	42
Overheid	25	34	41
Banken	30	36	34
Verzekeraars	44	36	20
Financiële tussenpersonen	59	30	10

De vraag waarop het gemeten vertrouwen is gebaseerd luidt: "In Nederland is de zorg voor het pensioen in handen van verschillende instanties. In hoeverre vertrouwt u de onderstaande instanties in het garanderen van een goed pensioen?"

Ten eerste zijn het de private marktpartijen met een winstmotief - banken, verzekeraars, tussenpersonen – die op weinig vertrouwen kunnen rekenen, waarbij de financiële tussenpersonen het imago van het financiële systeem nog het meest besmeuren: bijna 60 procent heeft geen of weinig vertrouwen in hen.

De tweede bevinding is dat de partijen die een publiek belang verdedigen nog op relatief veel vertrouwen kunnen rekenen: bij ruim 40 procent van de respondenten genieten zij enig tot veel vertrouwen, waarbij de pensioentoezichthouder DNB nog het meest wordt vertrouwd.

Het feit dat organisaties met een publiek belang meer vertrouwen genieten dan de private organisaties is toch opmerkelijk te noemen omdat al deze partijen te maken hebben gehad met affaires die met veel ophef in krant en Kamer werden besproken. De pensioenfondsen zijn in het nieuws gekomen door hun sterk gedaalde dekkingsgraad en affaires en onduidelijkheid over de werkelijke kosten die pensioenfondsen maken. De overheid is namens de minister van financiën als bieder van noodleningen aan banken en later aan noodfonds voor landen uit de eurozone in wisselend daglicht gekomen en de betrouwbaarheid van de overheid als hoeder en aanbieder van de AOW is ook ter sprake gekomen. Tot slot, is de reputatie van DNB als prudent toezichthouder van banken, verzekeraars en

pensioenfondsen besmeurt door zaken als de verkoop van ABN AMRO, en het faillissement van Icesave en DSB. Kortom, zaken die voor de oplettende burger niet onopgemerkt zijn gebleven en die voor de bewuste instanties ook niet zonder consequenties zijn gebleven. Blijkbaar rekent de burger het de publieke organisaties niet zo zwaar aan en weegt het gedrag van banken, verzekeraars en tussenpersonen veel zwaarder in het toekennen van hun vertrouwen.

Vertrouwen in de tijd

Om enig zicht te krijgen op de ontwikkeling in de tijd hebben we voor de belangrijkste spelers het vertrouwen vergeleken met eerdere metingen (zie tabel 2). En die ontwikkeling leert dat pensioenfondsen en overheid wellicht in relatieve termen nog het meeste vertrouwen genieten, maar dat zij vergeleken met de voorgaande peilingen het meest met een daling van vertrouwen te maken hebben. De banken en verzekeraars hebben, daarentegen sinds het hoogtepunt van de crisis alleen maar gewonnen, waarbij vooral de winst van banken groot te noemen is. De banken hebben niet alleen in absolute termen gewonnen, de afstand ten opzichte van verzekeraars is fors toegenomen.

Tabel 2: Ontwikkeling van vertrouwen over de tijd (% enig tot veel vertrouwen)

	2004	2006	2009	2011
Pensioenfondsen	53	64	44	42
Overheid	37	42	45	41
Banken	32*	37*	25	34
Verzekeraars	32*	37*	18	20

* In de jaren 2004 en 2006 zijn banken en verzekeraars als één categorie gepresenteerd. Zie verder Van Dalen en Henkens (2005, 2007, 2009)

Vertrouwen ontrafeld

Toch blijft de vraag open waar het vertrouwen vandaan komt of beter gesteld waar het gebrek aan vertrouwen aan te danken is. Banken, verzekeraars en pensioenfondsen leggen veel nadruk op het bieden van transparantie en het etaleren van deskundigheid. En in de vele bespiegelingen van topmensen komt herhaaldelijk terug dat het belang van de klant centraal moet worden gesteld. Maar is dat wel zo belangrijk? We hebben de consumenten gevraagd om pensioenfondsen, banken en verzekeraars te beoordelen op een aantal kenmerken die volgens economisch psychologen (Van Raaij, 2009) en bedrijfskundigen (Pirson en Malhotra, 2008) de kern vormen van het vertrouwen dat klanten hebben in organisaties. Van Raaij bestempelt vier determinanten van vertrouwen als noodzakelijk: competentie, stabiliteit, integriteit en goede bedoelingen. Bij het niet voldoen aan deze vier factoren is geen basisvertrouwen mogelijk. Reclamecampagnes kunnen onder dergelijke omstandigheden niet rechtzetten wanneer het bijvoorbeeld schort aan integriteit. Daarnaast zijn er onderscheidende factoren zoals transparantie, de overeenstemming van waarden en normen en de reputatie van een dienstverlener die een zeker basisvertrouwen kunnen vergroten. De centrale vraag is hoe het gesteld is met het basisvertrouwen en het resultaat is terug te vinden in tabel 3.

Tabel 3: Karaktertrekken van pensioenfondsen, banken, verzekeraars, 2011

Kenmerken	Oordelen		
	Instabiel	Neutraal	Stabiel
Stabiliteit			
<i>Pensioenfondsen</i>	28	39	33
<i>Banken</i>	20	41	39
<i>Verzekeraars</i>	24	45	31
Eerlijkheid	Oneerlijk	Neutraal	Eerlijk
<i>Pensioenfondsen</i>	22	44	35
<i>Banken</i>	31	43	26
<i>Verzekeraars</i>	43	42	15
Deskundigheid	Ondeskundig	Neutraal	Deskundig
<i>Pensioenfondsen</i>	17	41	42
<i>Banken</i>	12	37	51
<i>Verzekeraars</i>	14	44	43
Klantgericht	Gericht op eigen belang	Neutraal	Gericht op belang klant
<i>Pensioenfondsen</i>	37	39	24
<i>Banken</i>	62	25	13
<i>Verzekeraars</i>	68	21	11

(a) Beoordeling heeft plaatsgevonden op basis van een 5-punts schaal, waarbij in de tabel de twee onderste en twee bovenste punten van de schalen zijn samengevoegd.

De tabel geeft aan dat consumenten over het algemeen een positieve indruk hebben van de deskundigheid van de financiële instellingen. Het wordt echter een ander verhaal wanneer men het oordeel over eerlijkheid en de klantgerichtheid beziet. Als we proberen het profiel van de drie financiële instellingen onderling in perspectief te plaatsen zou men pensioenfondsen kunnen typeren als relatief het minst stabiel, maar het meest eerlijk en gericht op de klant. Banken worden gezien als deskundig en relatief stabiel, maar de gerichtheid op de klant en eerlijkheid worden laag beoordeeld. Voor verzekeraars is dit beeld nog sterker. Niet minder dan 68 procent van de consumenten karakteriseert het handelen van verzekeraars als gericht op eigen belang en maar 11 procent van de consumenten krijgt het over zijn lippen om te stellen dat verzekeraars gericht zijn op het belang van de klant. Niet minder dan 40 procent van de consumenten beoordeelt hun handelen als oneerlijk.

Maar wat weegt zwaarder?

Een argeloze bankbestuurder zal stellen dat het centraal stellen van de klant het belangrijkste agendapunt voor banken is om het vertrouwen te herwinnen. Maar deze conclusie gaat voorbij aan het inzicht dat consumenten alle kenmerken niet even belangrijk of zorgelijk vinden. Er is slechts gevraagd wat voor beeld men heeft van een instelling. Welbegrepen eigenbelang is immers de hoeksteen van een markteconomie en men kan de bakker of de slager niet kwalijk nemen dat hij of zij uitkijkt voor zijn eigen belang. Het wordt een ander verhaal wanneer een producent zijn klant bedondert of wanneer men aan de deskundigheid van de slager twijfelt. Om achter het belang van de verschillende karakteristieken te komen is een statistische analyse uitgevoerd op vertrouwen waarbij de vier karakteristieken uit tabel 3 als verklarende variabelen zijn gebruikt. Alle vier dimensies zijn tot zekere hoogte van belang voor het bepalen van vertrouwen (zie tabel 4). Opmerkelijk is dat de gerichtheid op de klant niet zo'n groot gewicht krijgen in de bepaling van vertrouwen, terwijl dit zo veel aandacht krijgen in de Code Banken. Consumenten blijken het vooral banken en verzekeraars (en in mindere mate) pensioenfondsen aan te rekenen dat zij oneerlijk zijn geweest, en op een goede tweede plek

komt de stabiliteit naar voren. Het gebrek aan stabiliteit blijkt bij pensioenfondsen de hoofdrol te spelen in de bepaling van vertrouwen.

Tabel 4: verklaring vertrouwen in financiële instellingen^a

	Vertrouwen van consumenten in:					
	Pensioenfondsen		Banken		Verzekeraars	
	Coëfficiënt	t-waarde	Coëfficiënt	t-waarde	Coëfficiënt	t-waarde
Stabiliteit	0.30	11.40	0.23	8.32	0.24	8.73
Eerlijkheid	0.21	6.53	0.31	10.06	0.36	12.43
Deskundigheid	0.19	6.94	0.10	3.68	0.06	2.24
Klantgericht	0.12	5.63	0.14	6.54	0.12	5.16
R²	0.52		0.42		0.40	

(a) De OLS regressies bevatten tevens controlevariabelen leeftijd, geslacht, opleiding en de vraag of men de financiële zaken in het huishouden regelt of niet.

Komt het vertrouwen terug?

Het herstel van vertrouwen begint met het luisteren naar de consument. Wie zijn oor te luister legt bij de klant zal snel tot de conclusie komen dat wat hem of haar het meeste steekt neerkomt op één karaktertrek: het gebrek aan integriteit van banken en verzekeraars. Zorgen over de stabiliteit komt op een goede tweede plek. Stabiliteit staat echter bovenaan de prioriteitenlijst van burgers zodra het over hun vertrouwen in pensioenfondsen gaat. En dat is op zich niet zo vreemd. De logica van de dekkingsgraden is voor een gemiddelde burger moeilijk te doorgronden. Niettemin zal het besef wel doorgebroken zijn dat de demografische en economische krachten het pensioenfonds verzwakt hebben. De crisis is een wake-up call voor pensioendeelnemers dat niets zeker is dat een stabiel pensioenfonds een groot goed is.

Voor het herwinnen van vertrouwen zijn twee overkoepelende dimensies van belang voor bestuurders:

- Financieel-technische kwaliteiten. Men gaat met een instelling in zee als men niet twijfelt aan de deskundigheid en de financiële stabiliteit. Op dit vlak moeten bestuurders en werknemer in de financiële dienstverlening de weg terug kunnen vinden.
- Moreel-ethische kwaliteiten, zoals integriteit en het centraal stellen van het belang van de klant. Op dit vlak zal de weg terug moeilijker zijn. Hierboven wordt de eerlijkheid van banken en verzekeraars in twijfel getrokken en een recent onderzoek van [Rondom 10](#) (zie *NRC Handelsblad*, 28 mei 2011) liet zien dat zelfs de meerderheid van bankmedewerkers vinden dat de financiële sector misbruik heeft gemaakt van het gebrek aan kennis bij consumenten.

Vakmensen zijn snel geneigd om alles in termen van techniek te beschouwen. De discussie gaat dan snel over het verhogen van reserves of het versterken van de corporate governance en een gelikte 'branding' strategie. Die weg zal een heilloze zijn omdat het stempel van oneerlijkheid kleeft aan bankiers en verzekeraars. Voor de toekomst zullen discussies over het terugwinnen over vertrouwen daarom vooral moeten gaan over hoe krijgen financiële instellingen weer de reputatie van integere dienstverleners in plaats van het beeld van fragiele woekeraars. Die weg zal moeizaam en lang zijn omdat het verwerven van een reputatie van een eerlijk bedrijf of bestuurder jaren kost. De kunst voor banken en verzekeraars is om een

derde partij te vinden die hun integriteit kan bewijzen. De banken en verzekeraars zullen hun waakhonden DNB en AFM nog hard nodig hebben.

Referenties:

Dalen, H.P. van, en K. Henkens, 2005, [Wie vertrouwt de werknemer zijn pensioengeld toe?](#) *Economisch-Statistische Berichten* 90 (4453): 58-60.

Dalen, H.P. van, en K. Henkens, 2006, [Vertrouwen in pensioenfondsen: wie kennis vermeerdert....](#), *Economisch-Statistische Berichten* 91: 616-618.

Dalen, H.P. van, en K. Henkens, 2007, Wie geniet het vertrouwen in pensioenbeheer?, *Tijdschrift voor Pensioenvraagstukken*, augustus 2007, no. 4, blz. 111-114.

Dalen, H.P. van, en K. Henkens, 2009, [Overheid winnaar in vertrouwenscrisis pensioenbeheer](#), *Me Judice*, jrg. 2, 2 maart 2009.

Merton, R.K, 1948, The Self-Fulfilling Prophecy, *The Antioch Review*, 8: 183-210.

Pirson, M., en D. Malhotra, 2008, Unconventional insights for managing stakeholder trust, *MIT Sloan Management Review*, 49: 43-50.

Raaij, F.van, 2009, [“Hoe krijgt de financiële sector het vertrouwen weer terug?”](#), *Me Judice*, jaargang 2, 14 mei 2009.

Te citeren als:

Harry van Dalen en Kène Henkens, 2011, “Hoe herwinnen pensioenfondsen, banken en verzekeraars het vertrouwen?”, 4e jaargang, *Me Judice*, 30 juni 2011.