

Toegankelijkheidsonderzoek Duurzaam Beleggen 2010



Toegankelijkheidsonderzoek Duurzaam Beleggen 2010

Kees Gootjes, MSc
Projectmanager Duurzaam Beleggen

Culemborg, februari 2010

In samenwerking met



measure minds



Inhoudsopgave

Samenvatting	4
1 Inleiding	6
2 Banken en duurzaamheid	7
2.1 Vraag en aanbod/toenemende aandacht voor duurzaamheid onder particulieren	7
2.2 De activiteiten van banken	8
3 Onderzoeksmethodologie	9
4 Algemene onderzoeksresultaten	11
4.1 Resultaten bezoeken onder € 80.000	11
4.2 Resultaten bezoeken boven € 80.000	15
4.3 Website beoordeling	15
5 Resultaten per bank	19
6 Conclusies en aanbevelingen	23
6.1 Conclusies	23
6.2 Aanbevelingen	25
Bijlage:	
Enkele verslagen van bezoeken (onder € 80.000)	26
ABN AMRO	
Fortis	
ING	
Rabobank	
SNS	

Samenvatting

De VBDO (Vereniging van Beleggers voor Duurzame Ontwikkeling) heeft, in samenwerking met mysteryshopperconsultancy Measure Minds, voor het tweede achtereenvolgende jaar onderzoek gedaan naar de toegankelijkheid van duurzame beleggingsproducten voor (potentiële) klanten van de grote Nederlandse banken. In totaal werden 65 mysteryshopperbezoeken uitgevoerd, en werden de websites van de 5 onderzochte banken 26 keer bezocht en beoordeeld.

De essentie van een gezonde marktwerking is dat de vraag- en aanbodkant van de markt goed zijn afgestemd op elkaar. Aan de groeiende vraag naar duurzame beleggingsproducten moet worden voldaan door het aanbieden van voldoende duurzame alternatieven, maar ook door het bewust maken van klanten dat deze een keuze hebben, en het geven van adequate informatie over deze producten. Wat gebeurt er in de praktijk als een potentiële duurzame belegger informatie gaat zoeken bij een bank? De VBDO en haar vrijwilligers hebben onderzoek gedaan onder de 5 grootste retailbanken in Nederland: ABN AMRO, Fortis, ING, Rabobank, en SNS. Enerzijds werden mysteryshopperbezoeken aan beleggingsadviseurs uitgevoerd, en anderzijds werd de website beoordeeld.

De mysteryshopperbezoeken werden gesplitst in een groep onder en boven een potentieel belegd vermogen van € 80.000. Hierbij werd gelet op de volgende aspecten:

- de mogelijkheid om duurzaam te beleggen;
- De mate waarin duurzame beleggingsproducten (spontaan) worden aangeboden;
- De kennis van de adviseur op het gebied van duurzaam beleggen;
 - o Samenstelling van fondsen, selectiemethode
 - o Rendement
- De informatieverstrekking over duurzaam beleggen in het algemeen.

De belangrijkste elementen van de beoordeling van de websites waren:

- Het aantal muisclicks om op juiste webpagina te komen;
- De eenvoud om deze informatie te vinden;
- De informatievoorziening op het gebied van duurzaam beleggen;
 - o Samenstelling van fondsen, selectiemethode
 - o Rendement
- De begrijpelijkheid van de aangeboden informatie.

Conclusies

Uit de resultaten blijkt dat de optie duurzaam beleggen nauwelijks proactief aangeboden wordt door beleggingsadviseurs. Een opvallende conclusie, gezien de sterk toenemende vraag naar duurzame beleggingsproducten. Als de adviseur eenmaal op het onderwerp 'duurzaam beleggen' komt, dan noemt hij de mogelijke fiscale vrijstelling het meest. Dit terwijl slechts een beperkt aantal fondsen deze vrijstelling hebben. Verder zegt een mogelijke fiscale vrijstelling weinig over de inhoud van een duurzaam beleggingsproduct. Hoewel adviseurs ook wel andere kenmerken noemen, is het duidelijk dat de inhoudelijke kennis nog steeds onder de maat is. Het ontorechte beeld dat duurzaam beleggen ten koste gaat van rendement wordt in een groot aantal gesprekken helaas versterkt.

De helft van de bezoekers van de websites heeft moeite om op de juiste pagina te komen, waar informatie over duurzaam beleggen raadplegende vinden is. Dit is een gemiste kans omdat een grote meerderheid van de beleggingsadviseurs de mysteryshoppers adviseren om de website te raadplegen voor meer informatie. Eenmaal op de juiste pagina aanbeland kan de bezoeker wel verschillende kenmerken van duurzame beleg-

gingsproducten vinden, en in het algemeen wordt deze informatie op een begrijpelijke manier gepresenteerd.

Als het gaat om de resultaten van de individuele banken hebben twee van de banken zich positief geprofileerd. Ten aanzien van de mysteryshopperbezoeken is SNS verreweg de beste. De adviseurs van SNS bieden de duurzame opties het meest proactief aan, meer dan de helft van hen hebben uitstekende kennis van duurzaam beleggen, en vertellen enthousiast over de verschillende mogelijkheden. De website van ING krijgt uitsluitend positieve beoordelingen. Bezoekers kunnen zeer snel de juiste informatie vinden en deze is goed te begrijpen.

De VBDO roept de Nederlandse banken op op potentiële klanten te attenderen op de mogelijkheden om duurzaam te beleggen, om hun beleggingsadviseurs beter te trainen in kennis over duurzame beleggingsproducten en om hun websites beter toegankelijk te maken en de informatie begrijpelijker weer te geven.

Volgend jaar zal de VBDO dit onderzoek herhalen met een nog groter aantal mysteryshoppers. Door de Nederlandse retailbanken inzicht te geven in de wijze waarop de potentiële belegger hun inspanningen om duurzaam beleggen mogelijk te maken ervaart, hoopt de VBDO een bijdrage te leveren aan het verduurzamen van de financiële markten.

1./ Inleiding

De VBDO (Vereniging van Beleggers voor Duurzame Ontwikkeling) heeft, in samenwerking met mysteryshopper consultancy Measure Minds, voor het tweede achtereenvolgende jaar onderzoek gedaan naar de toegankelijkheid van duurzame beleggingsproducten. De resultaten van dit onderzoek worden in dit rapport weergegeven. Het onderzoek werd gedaan onder de 5 grootste retailbanken in Nederland: ABN AMRO, Fortis, ING, Rabobank, en SNS. In totaal werden er 65 mysteryshopper bezoeken uitgevoerd, en werden de websites van de 5 banken 26 keer bezocht en beoordeeld.

De essentie van een gezonde marktwerking is dat de vraag- en aanbodkant van de markt afgestemd zijn op elkaar. Voor de duurzame financiële markten is dat niet anders. Er moet voldoende interesse aan beide kanten van de markt zijn. Uit ons jaarlijkse onderzoek naar de Nederlandse retailmarkt voor duurzame spaar- en beleggingsproducten blijkt dat er de vraag naar duurzame spaar- en beleggingsproducten door alle crises heen blijft groeien.

In de praktijk kan een belegger op twee manieren informatie vinden over de gecompliceerde wereld van beleggen. Zij kan een afspraak maken met een beleggingsadviseur of kan de website van haar bank bezoeken. Wat gebeurt er eigenlijk als een potentiële belegger die graag zijn geld op een duurzame manier wil investeren, informatie zoekt? Hoe zullen bankmedewerkers en/of beleggingsadviseurs reageren? Zullen zij duurzame beleggingsproducten op eigen initiatief aanbieden of moet de belegger daar actief naar vragen? Hoeveel informatie over duurzaam beleggen is te vinden op de website? Hoe gemakkelijk is het om deze informatie te vinden?

De resultaten van het eerste VBDO onderzoek waren niet erg hoopgevend. Van de 27 mysteryshopper bezoeken die de VBDO en haar vrijwilligers uitgevoerd hadden waren 19 als onvoldoende beoordeeld. Dit terwijl een doorverwijzing als gold als voldoende . Uit het onderzoek bleek dat de kennis onder bankmedewerkers en beleggingsadviseurs onder de maat was. Slechts 5 van de 27 bezoeken gaven een goed beeld van het te verwachten rendement van duurzame producten. Er werd zelfs beweerd dat 'rendement en duurzaamheid elkaar bijten'.

Verder waren er grote verschillen in de kwaliteit van informatie die beschikbaar was op de websites van de verschillende onderzochte banken. Een aantal banken hadden veel informatie te bieden terwijl andere banken helemaal geen informatie verschaften. In 2008 heeft de VBDO de resultaten van individuele banken niet bekendgemaakt, en maakte slechts de algemene conclusies bekend. Wel gaf de VBDO aan dat zij het onderzoek in 2009 zou herhalen met meer vrijwilligers en dus meer bezoeken. Op deze manier konden de resultaten ook per bank bekend gemaakt worden.

Dit rapport is in een aantal hoofdstukken verdeeld. In hoofdstuk 2 wordt kort ingegaan op banken en duurzaamheid, hoe de vraag- en aanbodkant zich ontwikkelt, en welke activiteiten banken ontplooiën ten opzichte van duurzaamheid. Hoofdstuk 3 gaat in op de methodologie van dit onderzoek. Daarna worden de resultaten van het onderzoek bekend gemaakt in de volgende 2 hoofdstukken, met de algemene resultaten in hoofdstuk 4 en de scores van de individuele banken in hoofdstuk 5. Het rapport sluit af met conclusies en een aantal aanbevelingen. Als bijlage zijn een aantal geanonimiseerde verslagen van mysteryshopper bezoeken toegevoegd, zodat de lezer meer inzicht krijgt in de ervaringen van verschillende vrijwilligers.

2./ Banken en duurzaamheid

2.1. Vraag en aanbod/toenemende aandacht voor duurzaamheid onder particulieren

De groei van de duurzame spaar- en beleggingsmarkt is onvermijdelijk. Dit is duidelijk aangetoond in het VBDO rapport 'Duurzaam Sparen en Beleggen 2008'. Ondanks de financiële crisis, of mede dankzij deze crisis is de absolute en relatieve omvang van de Nederlandse duurzame spaar- en beleggingsmarkt gestegen. De markt groeide stevig door ondanks de financiële crisis. De duurzame markt groeide met 8,4% tot € 14,25 miljard, wat betekende dat het marktaandeel van 3,8% naar 4,3% steeg. Verder heeft ABN AMRO in het najaar van 2009 ook onderzoek gedaan onder bijna 900 beleggers die zowel kleine als grote bedragen beleggen. Uit dit onderzoek blijkt dat 30% van deze beleggers interesse toont in duurzaam beleggen.¹ Deze onderzoeken geven aan dat er vraag is naar duurzame beleggingsproducten.

Nederlandse particulieren hebben voldoende keuze uit duurzame spaar- en beleggingsproducten. Zij kunnen als steun de Duurzaam Geld Gids raadplegen die om de twee jaar uitgegeven wordt door de VBDO in samenwerking met DHV en de Consumentenbond. Hierin staan tal van aanbieders van duurzame belegging- en spaarproducten op de Nederlandse markt. In 2008 werden er nog eens drie producten op de markt gezet en hebben de banken die meegenomen zijn in dit onderzoek zelf ook verschillende duurzame spaar- en beleggingsproducten gelanceerd. Daarnaast heeft de VBDO ook de Goed-Geldwijzer ontwikkeld (zie: www.goed-geld.nl). Deze wijzer is een hulpmiddel voor particuliere beleggers bij de keuze voor een duurzaam beleggingsfonds. Doel is dat de particuliere belegger duurzame beleggingsproducten aangeboden krijgt die aansluiten bij zijn persoonlijke duurzaamheidsprofiel.

2.1 Beleggingsadviseurs en duurzaamheid in Canada

De Canadese Social Investment Organization (SIO), een landelijke organisatie van beleggers en andere geïnteresseerden op het gebied van duurzaam beleggen, organiseert presentaties voor beleggingsadviseurs in heel het land rond het thema duurzaamheid. In deze presentaties wordt het concept 'duurzaam beleggen' uitgelegd en wordt ingegaan op de noodzaak om aandacht te besteden aan dit onderwerp. Zo wordt uitgelegd dat duurzaam beleggen niet ten koste gaat van rendement en in sommige gevallen in 'outperformance' resulteert. Verder wordt ook aangegeven dat het belangrijk is aandacht te besteden aan duurzaamheid tijdens het KYC (Know Your Client) proces.

Op deze manier kan de optie 'duurzaam beleggen' actief aangeboden worden aan klanten. Volgens opinieonderzoeken onder Canadese consumenten en beleggers zijn 70% van de potentiële beleggers gecategoriseerd als 'progressives'. Deze groep wil gerustgesteld worden dat hun beleggingsportefeuille duurzaamheidsaspecten meeneemt. Verder is slechts 10% echt tegen duurzaam beleggen. Door middel van deze presentaties hoopt de SIO bewustwording te vergroten onder beleggingsadviseurs, en op deze manier het aanbod van duurzame beleggingsproducten te vergroten.

Meer informatie over de SIO en haar activiteiten is te vinden op de website: www.socialinvestment.ca

¹ Brand Tracking Beleggen najaar 2009, ABN AMRO, tns finance.

2.2. De activiteiten van banken

Banken bieden verschillende diensten aan particulieren. Particulieren kunnen op verschillende manieren (een deel van) hun vermogen aan banken toevertrouwen door middel van sparen en beleggen. Er is een belangrijk verschil tussen deze twee opties.

Spaargeld van consumenten wordt door de bank bewaard en in ruil daarvoor ontvangt de consument een vergoeding in de vorm van rente. De winsten en verliezen van de geïnvesteerde spaargelden worden opgevangen door de banken zelf. Banken beleggen het spaargeld van particulieren voor haar eigen rekening en risico. Volgens een onderzoek van SOMO (Stichting Onderzoek Multinationale Ondernemingen) hebben alle vijf onderzochte banken wel intern beleid op verschillende duurzaamheidsaspecten zoals mensenrechten, klimaatverandering, wapens, olie en gas en landbouw, maar voeren ze voor hun eigen beleggingen alleen beleid op het gebied van wapens.² Verder geeft de Eerlijke Bankwijzer (www.eerlijkebankwijzer.nl) ook inzicht in het daadwerkelijke duurzaamheidsbeleid van banken en in de wijze van beleggen van spaargelden.

Spaargelden kunnen op een expliciet duurzame manier weggezet worden. Door middel van fiscale vrijstellingen (belastingsvoordelen) krijgen Nederlandse particulieren de kans om hun spaargeld in projecten te investeren die naast financieel rendement ook een meerwaarde levert voor mens en/of milieu. Vier van de vijf onderzochte banken hebben bieden deze zogeheten ‘groene’ spaarproducten: ABN AMRO Groenbank, Fortis Groenbankbrieven, ING Groen Bank, en Rabo Groen Bank. In Nederland zijn er twee banken die spaargelden structureel op een duurzame manier wegzetten en waar geen fiscale vrijstelling geldt: ASN (zelfstandig onderdeel van SNS REAAL) en Triodos.³

Als onderdeel van vermogensbeheer beleggen banken ook voor particulieren. Dit is voor rekening en risico van de particulieren en niet van de bank zelf. Dit kan op twee manieren gebeuren: een particuliere belegger kan een vermogen aan een bank toevertrouwen om dit voor hem te beleggen. De klant kan zelf kiezen waar het geld in belegd wordt of stelt een beleggingsportefeuille samen met een professionele vermogensbeheerder. De tweede optie is het vermogen in beleggingsfondsen die banken zelf of andere instellingen aanbieden onder te brengen. Het bovengenoemde SOMO onderzoek geeft aan dat 4 van de 5 banken geen beleid hebben op hun beleggingen voor derden, slechts SNS REAAL neemt verschillende duurzaamheidsaspecten mee in haar investeringsbeleid. Dit betekent dat de particulier geen garantie heeft dat zijn geld niet in ‘foute’ investeringen zit. Wel heeft SNS zeer recent aangekondigd om een duurzame filter over al haar fondsen te leggen.⁴

Net zoals bij spaargelden kunnen particulieren ook actief kiezen om hun geld op een expliciete manier duurzaam te beleggen. Alle vijf banken meegenomen in dit onderzoek hebben, bijvoorbeeld, duurzame beleggingsfondsen. Daarnaast zijn er een groot aantal aanbieders van duurzame beleggingsproducten en worden er regelmatig nieuwe producten aangeboden. Deze beleggingsmogelijkheden zijn te vinden in de Duurzaam Geld Gids van de VBDO en haar jaarlijkse ‘Duurzaam Sparen en Beleggen’ rapport.

² Zie het SOMO Paper ‘De Beperkte Reikwijdte van Maatschappelijk Verantwoord Beleggen’ voor meer informatie over het duurzaamheidsbeleid van verschillende banken in Nederland (beschikbaar op www.somo.nl), verschenen in januari 2009.

³ Zie het VBDO rapport ‘Duurzaam Sparen en Beleggen in Nederland in 2008’ voor meer informatie over de verschillende vormen van duurzaam sparen en beleggen (beschikbaar op www.vbdo.nl), verschenen in juli 2009.

⁴ FD, ‘SNS legt duurzaam filter over alle fondsen’, 15 februari, 2010.

3./ Onderzoeksmethodologie

Anders dan vorig jaar heeft dit onderzoek zich gericht op duurzaam beleggen. Dit is gedaan om het onderzoek te simplificeren. Het onderzoek zelf bestaat uit twee onderdelen, dit omdat de particuliere belegger op twee manieren informatie kan vinden over het beschikbare aanbod. In de eerste plaats kan een potentiële belegger een afspraak maken met een beleggingsadviseur bij een bankfiliaal in de buurt. Op deze manier kan hij informatie verzamelen over de duurzame financiële producten die beschikbaar zijn, of kan hij ongevraagd geattendeerd worden op het bestaan van duurzame alternatieven. De tweede manier om informatie te krijgen is door de website van de bank te bezoeken. Een website biedt de mogelijkheid om rustig en in eigen tijd de verschillende producten te bekijken om te zien welk het meest geschikt is. Bovendien wordt internet steeds meer het eerste contactpunt voor potentiële (duurzame) beleggers.

Voor het uitvoeren van de twee delen van het onderzoek heeft de VBDO zowel haar eigen vrijwilligers als die van Oikocredit ingezet. Verder hebben vierdejaars studenten van de minor Sparen en Beleggen van de Hogeschool Rotterdam een grote bijdrage geleverd door zowel mysteryshopperbezoeken als websitebeoordelingen uit te voeren.

De VBDO heeft ook samengewerkt met Measure Minds, een mysteryshopper consultancy bureau dat betrokken was bij het ontwikkelen van de vragenlijst, het trainen van de studenten als mysteryshoppers, en het uitvoeren van een aantal bezoeken. Verder hebben de vrijwilligers ook gebruik gemaakt van een online evaluatie systeem voor de bezoeken en website beoordelingen.

Mysteryshopper bezoeken

Voor het eerste onderdeel heeft de VBDO een mysteryshopper onderzoek uitgevoerd onder de vijf grootste Nederlandse banken om de toegankelijkheid van duurzame spaar- en beleggingsproducten bij verschillende vestigingen (als de websites) te toetsen. Een mysteryshopperonderzoek houdt in dat de onderzoeker zich als potentiële klant bij de bank meldt. De beleggingsadviseur bij de bankfiliaal is er niet van op de hoogte dat de klant eigenlijk een onderzoeker is. Voorafgaand aan het bezoek werd via internet of telefonisch een afspraak gemaakt over 'beleggen'.

Voor dit deel van het onderzoek is er verdeling gemaakt tussen particulieren die een bedrag onder en boven de € 80.000 wilden beleggen. Dit is gedaan om te ontdekken of er een verschil is in informatievoorziening tussen particulieren die bij een retail of private banking beleggingsadviseur terechtkomt. Omdat de grens tussen retail en private banking anders is bij verschillende banken werden de vrijwilligers geadviseerd om ver onder of boven de € 80.000 te zitten bij de beleggingsadviseur.

De punten van beoordeling van dit onderzoek waren als volgt:

- Of het mogelijk is om duurzaam te beleggen
- Welke duurzame beleggingsproducten (spontaan) worden aangeboden
- De kennis van de adviseur op het gebied van duurzaam beleggen
 - o Samenstelling van fondsen, selectiemethode
 - o Rendement
- Informatieverstrekking

Website beoordeling

Als tweede onderdeel van dit onderzoek werden de websites van de banken beoordeeld. De vrijwilligers hebben aan de hand van een aantal beoordelingscriteria de websites van de verschillende banken beoordeeld om erachter te komen hoe beschikbaar en begrijpelijk de aangeboden informatie over 'duurzaam beleggen' is. Een belangrijk onderdeel is toegankelijkheid, uitgedrukt in de hoeveelheid muisclicks die de vrijwilliger nodig had de informatie over 'duurzaam beleggen' te vinden.

De belangrijkste punten van de beoordeling van de websites:

- Aantal muisclicks om op juiste webpagina te komen
- Hoe gemakkelijk het is om deze informatie te vinden
- Informatievoorziening op het gebied van duurzaam beleggen
 - o Samenstelling van fondsen, selectiemethode
 - o Rendement
- Begrijpelijkheid van de aangeboden informatie



4./ Algemene onderzoeksresultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de mysteryshopper bezoeken en website beoordelingen gepresenteerd. In het eerste deel worden de algemene onderzoeksresultaten gegeven voor beide onderdelen van het onderzoek.

Tabel 4.1 Aantal bankbezoeken en website beoordelingen per bank

Bank	Bezoek < € 80.000	Bezoek > € 80.000	Website beoordeling
ABN AMRO	11	3	5
Fortis	10	3	5
ING	9	4	5
Rabobank	14	3	5
SNS	7	1	6
Totaal	51	14	26

Bijna alle banken hebben minimaal 10 bezoeken gekregen, verdeeld over de twee beleggingscategorieën. De verschillen in bezoekersaantallen zijn te verklaren doordat een aantal vrijwilligers om uiteenlopende redenen hun bezoeken niet uit konden voeren. Dat SNS Bank het laagste bezoekersaantal heeft is omdat deze bank relatief weinig bankfilialen heeft, wat het moeilijker maakte om bank bezoeken uit te voeren.

De aantal bezoeken zijn duidelijk gestegen in vergelijking met de eerste editie van dit onderzoek, uitgevoerd in eind 2008 en begin 2009. Toen ging het om 27 bezoeken, verdeeld over 6 banken (de Postbank had toen nog haar eigen filialen). Dit betekent ook dat de resultaten meer betrouwbaar zijn, en dat de resultaten per bank gepresenteerd kunnen worden.

4.1. Resultaten bezoeken onder € 80.000

In dit onderdeel van hoofdstuk 4 worden de resultaten van de mysteryshopper bezoeken van onder de € 80.000 gepresenteerd.

4.1.1. Proactiviteit

Alle bezoekers kregen de opdracht om een afspraak te maken over 'beleggen'. Eenmaal in gesprek met de beleggingsadviseur werd gekeken of de beleggingsadviseur zelf met de mogelijkheid om duurzaam te beleggen kwam. Indien dit niet zo was, moest de bezoeker zelf dat onderwerp aansnijden.

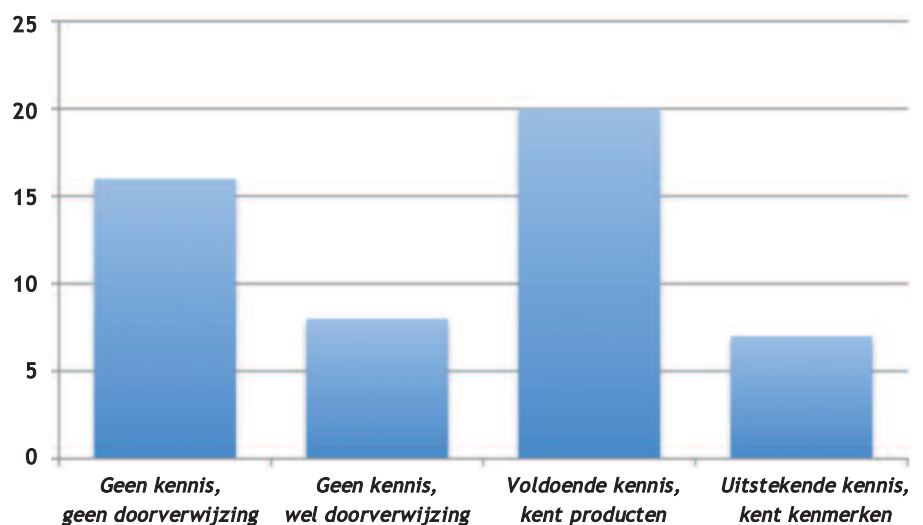
In slechts 3 van de 51 bezoeken werd de optie om duurzaam te beleggen zelf aangekaart. Dit is iets meer dan 5%. Een keer werd dat gedaan bij de ABN AMRO, en twee keer bij SNS.

4.1.2. Kennis en houding

Het is belangrijk dat beleggingsadviseurs ook weten wat een duurzaam beleggingsproduct is, en hoe het samengesteld wordt. Als de adviseur zelf geen kennis heeft op dit gebied zou het gewenst zijn dat hij de potentiële duurzame beleggers de goede kant op stuurt door hem te verwijzen naar de website of naar een collega met meer kennis op dit gebied. In Grafiek 4.1 komt duidelijk naar voren dat het grootste gedeelte (39%) van de beleggingsadviseurs aan kan geven welke duurzame beleggingsproducten hun bank aanbiedt.

Dit is in contrast met vorig jaar, waar 19 van de 27 bezoeken als onvoldoende werd beoordeeld. Toch had de adviseur bij ongeveer de helft van de bezoeken geen kennis van duurzame beleggingsproducten, en in 31% van de gevallen werden de beleggers ook niet verwezen naar een collega die wel kennis van zaken had.

Grafiek 4.1 Kennis van duurzame beleggingsproducten

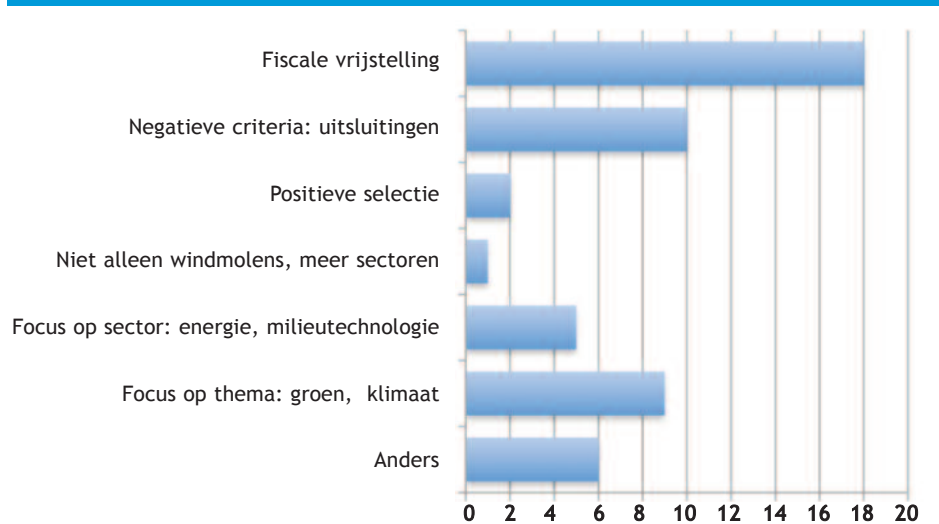


Van de 7 bezoeken die beoordeeld werd als 'uitstekend' vonden 4 van de bezoeken plaats bij SNS, 2 bij ABN AMRO, en 1 keer bij de Rabobank.

Als het gaat over de kenmerken van duurzame beleggingsproducten, werden een groot aantal kenmerken genoemd zoals aangegeven in Grafiek 4.2. Het is opmerkelijk dat het meest genoemde kenmerk 'fiscale vrijstelling' is, een kenmerk dat niet rechtstreeks gerelateerd is aan de samenstelling van een beleggingsproduct.

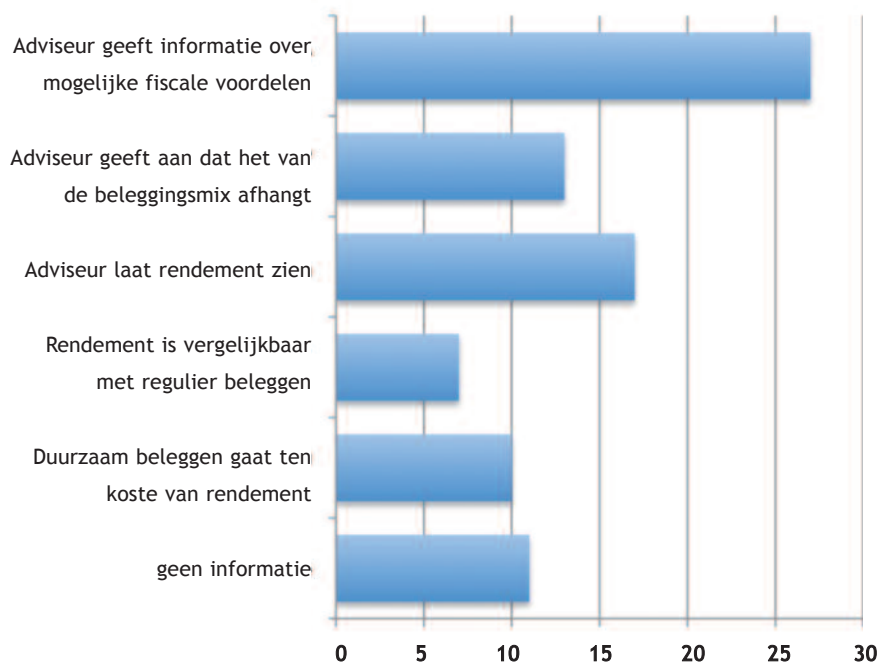
Op het gebied van samenstelling werden uitsluitingen en de focus op een bepaald thema het meeste genoemd. Het is jammer dat 'positieve selectie' zo weinig genoemd wordt, aangezien dit gaat om het investeren in bedrijven die zich profileren op het gebied van duurzaamheid.

Grafiek 4.2 Kenmerken van duurzame beleggingsproducten



De mysteryshoppers hadden ook de opdracht gekregen om naar de rendement van duurzame beleggingsproducten te vragen. Op het gebied van rendement hadden de beleggingsadviseurs veel verschillende meningen, samengesteld in Grafiek 4.3.

Grafiek 4.3 *Duurzaam beleggen en rendement*



Net zoals bij de kenmerken van duurzaam beleggingsproducten worden de mogelijke fiscale voordelen hier ook benadrukt. Verder is het geruststellend dat het rendement van de verschillende producten aangetoond wordt, en aangegeven wordt dat het rendement ook afhangt van de beleggingsmix van het product. Toch werd er 10 keer gezegd dat duurzaam beleggen ten koste gaat van rendement. Dit zou kunnen betekenen dat bijna 20% van de beleggingsadviseurs nog steeds het idee heeft dat duurzaamheid ten koste gaat van rendement. Een mysteryshopper merkte op:

‘...na zelf te vragen naar het rendement van duurzaam beleggen, geeft de adviseur aan dat het rendement ten koste gaat door de duurzaamheid. Hierna laat hij het rendement van een duurzaam fonds zien en zegt dat het op zich best meevalt, omdat het toch een hoog rendementspercentage is. Hij komt dus terug op zijn eerdere uitspraak’.

Als onderdeel van kennis werd gevraagd naar de verschillende duurzame beleggingsproducten die genoemd werden, zowel fiscaal vrijgesteld en niet. De aanbieders van producten die het meest genoemd waren zijn aangegeven in Tabel 4.2.

Tabel 4.2 *Genoemde aanbieders van duurzame beleggingsproducten*

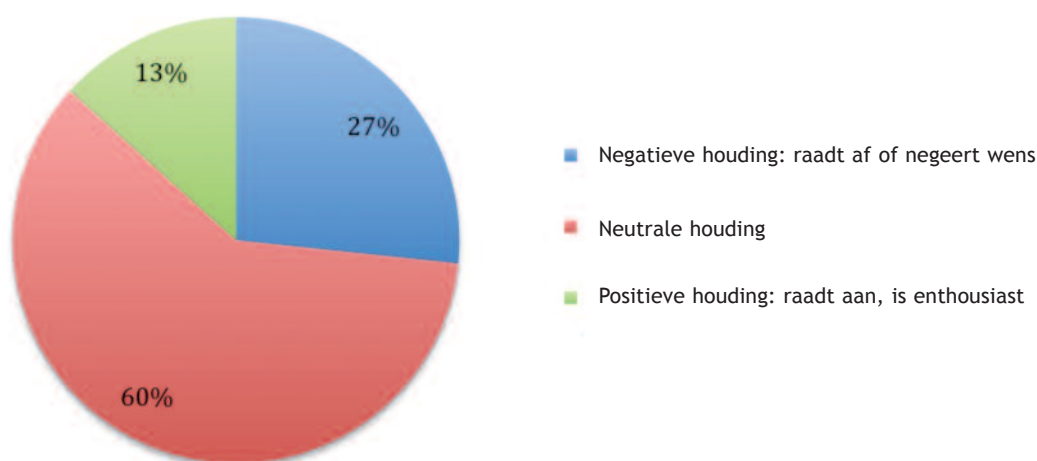
Aanbieder	Niet-fiscaal vrijgesteld	Fiscaal vrijgesteld	Totaal
Fortis	7	8	15
ING	4	-	4
Rabobank/Robeco	13	9	22
SNS	3	-	3
ASN	20	12	32
Triodos	9	7	16

Van de vijf onderzochte banken is de Rabobank/Robeco duidelijk koploper. Duurzame beleggingsproducten die zij zelf aanbieden zijn 22 keer genoemd. Dit kan deels te maken hebben met het feit dat de Rabobank de meeste mysteryshopperbezoeken kreeg, indien verondersteld wordt dat een adviseur bij voorkeur eigen producten noemt.

Het is ook interessant dat producten van de twee banken die niet meegenomen zijn in dit onderzoek samen 48 keer genoemd worden. Beleggingsproducten van ASN, zelfstandig onderdeel van SNS REAAL, werden 32 keer genoemd. Het zal niet verbazen dat de grote meerderheid van deze producten genoemd werden door de beleggingsadviseurs van SNS. De producten van Triodos werden 16 keer genoemd, een mooi aantal aangezien Triodos volledig zelfstandig is. Beleggingsadviseurs kunnen altijd fondsen van derden aanbieden, en blijkbaar zijn deze producten wel bekend. Met name zijn de adviseurs van SNS goed op de hoogte van de producten die ASN aanbiedt.

Als laatste onderdeel van de beoordeling werd gevraagd naar de mening van mysteryshoppers over de houding van beleggingsadviseurs ten opzichte van duurzaam beleggen. Grafiek 4.4 geeft de resultaten weer van de bezoekers die een oordeel konden geven over de houding. Het zal niet verbazen dat meer dan de helft een neutrale houding had. Duurzaam beleggen kan gezien worden als een van de vele keuzes op het gebied van beleggen. Toch is het jammer dat 27% van de mysteryshoppers het idee kreeg dat hun adviseur een negatieve houding had ten opzichte van duurzaam beleggen.

Grafiek 4.4 De houding van beleggingsadviseurs t.o.v. duurzaam beleggen

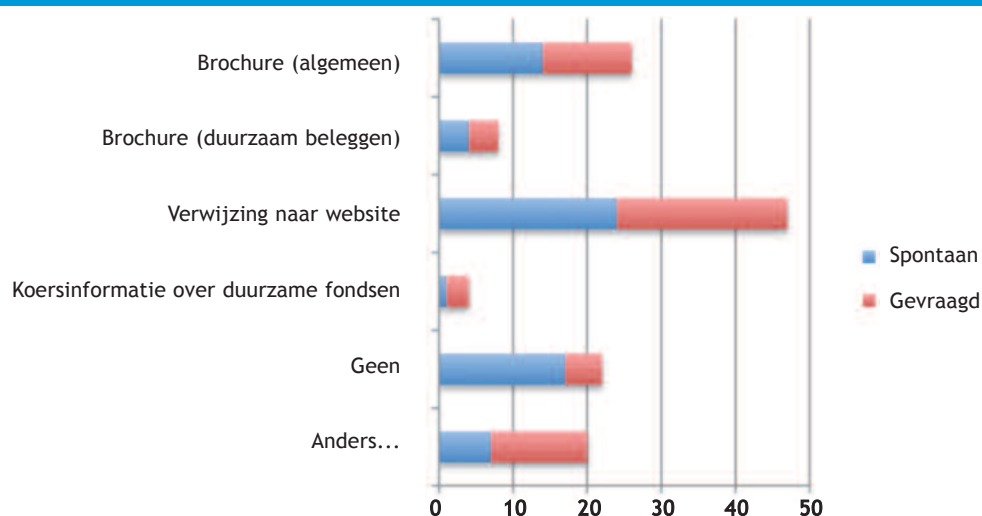


4.1.3. Informatieverstrekking

Tijdens of aan het einde van het gesprek over de opties op het gebied van duurzaam beleggen moesten de mysteryshoppers ook vragen of de adviseur meer informatie over beleggen of specifiek over duurzaam beleggen zou kunnen verstrekken. Op deze manier kunnen potentiële duurzame beleggers op eigen gelegenheid de keuzes overwegen en tot een geïnformeerd besluit komen.

Grafiek 4.5 geeft duidelijk aan dat de website van de bank de meest aangeraden bron van informatie is. Dit betekent dat beleggingsadviseurs zelf ook de website van hun eigen bank zien als een belangrijke bron. Tegelijkertijd is het ook duidelijk dat er weinig brochures aangeboden worden die specifiek over het onderwerp 'duurzaam beleggen' gaan. Relatief weinig bezoekers liepen met lege handen weg nadat ze specifiek om meer informatie vroegen.

Grafiek 4.5 Informatieverstrekking



4.2. Resultaten bezoeken boven € 80.000

Hoewel het leeuwendeel van de vrijwilligers mysteryshopperbezoeken had uitgevoerd met een vermogen onder de € 80.000, waren er nog 14 bezoeken boven deze grens. Desondanks dit relatief geringe aantal is het interessant om een aantal resultaten kort te presenteren.

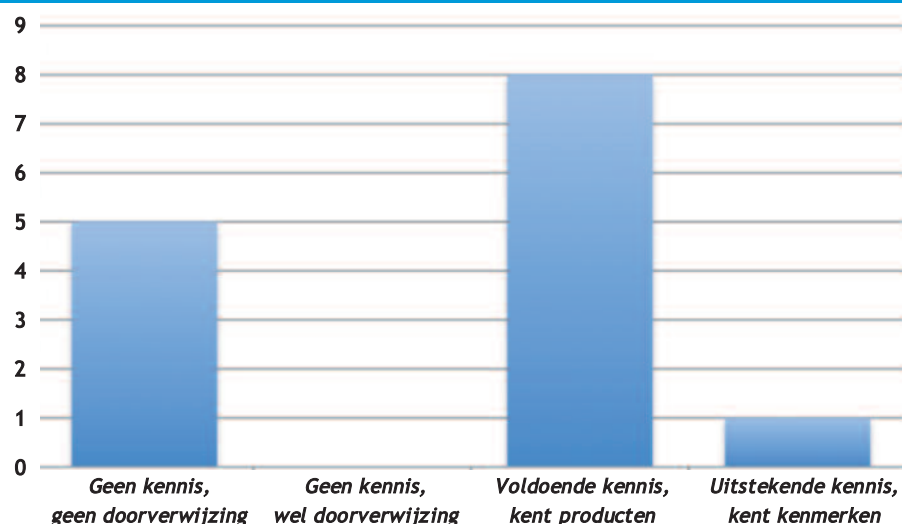
4.2.1. Proactiviteit

In 3 van de 14 bezoeken werd de optie duurzaam beleggen proactief aangeboden door de beleggingsadviseur, wat 21% van de gevallen is. Dit is opmerkelijk, aangezien deze optie veel vaker werd aangeboden als bij vermogens onder de € 80.000, redenaar in slechts 5% van de gevallen werd gewezen op de mogelijkheid van duurzaam beleggen. Dit kan betekenen dat private banking beleggingsadviseurs meer op de hoogte zijn van duurzame beleggingsopties en meer proactief zijn in het aanbieden van deze producten.

4.2.2. Kennis en houding

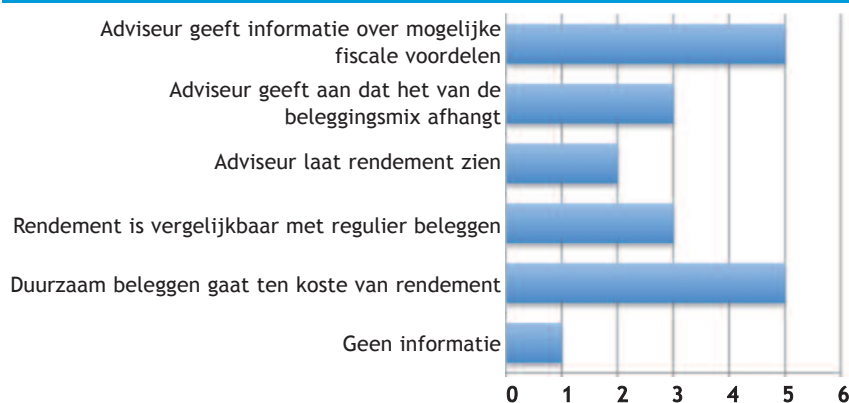
Op het gebied van kennis was meer dan de helft van de bezoekers tevreden. Bij 8 van de 14 bezoeken kregen de adviseurs een voldoende beoordeling. Toch geeft Grafiek 4.6 aan dat bijna een derde van de adviseurs geen kennis had en ook geen doorverwijzing regelde. Verder kreeg slechts 1 adviseur een beoordeling van 'uitstekend' op het gebied van kennis. Dit is in grote lijnen vergelijkbaar met de resultaten van onder € 80.000.

Grafiek 4.6 Kennis van duurzame beleggingsproducten



Als beleggingsadviseurs het over duurzaam beleggen en rendement hadden, waren de meningen uiteenlopend. Dit is te zien in Grafiek 4.7. Net zoals bij de adviseurs van onder € 80.000 worden vooral fiscale voordelen van duurzame beleggingsproducten genoemd als het gaat om rendement. Toch is het teleurstellend dat net zo vaak gesteld wordt dat duurzaam beleggen ten koste gaat van rendement.

Grafiek 4.7 *Duurzaam beleggen en rendement*

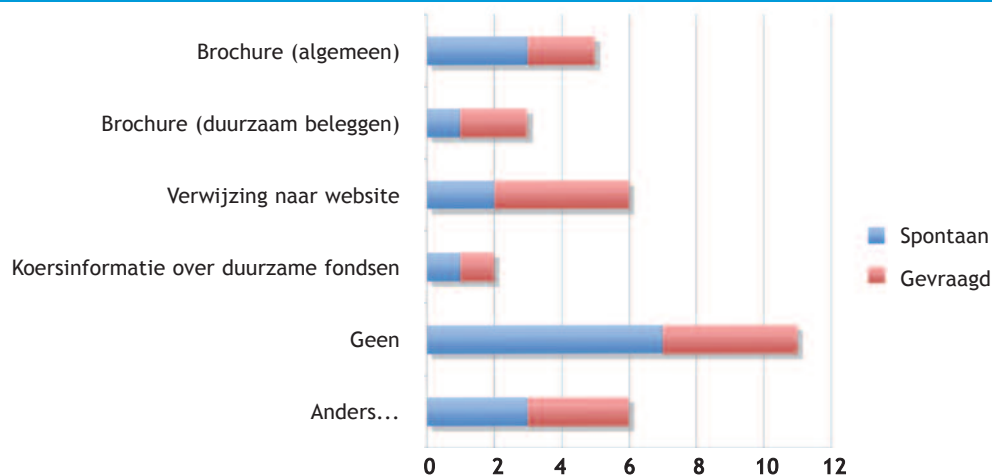


Als het gaat om houding, was de grootste gedeelte van de adviseurs negatief over duurzaam beleggen. Zes van de 13 adviseurs waren negatief, 3 neutraal, en 4 spraken zich positief uit.

4.2.3. Informatieverstrekking

Grafiek 4.8 laat zien dat de informatievoorziening van de bezoeken boven € 80.000 gering was. Verder blijkt de website nog een belangrijke bron van informatie te zijn: een aantal adviseurs verwezen de mysteryshopper door naar deze websites.

Grafiek 4.8 *Kenmerken van duurzaam beleggen op website*



4.3. Website beoordeling

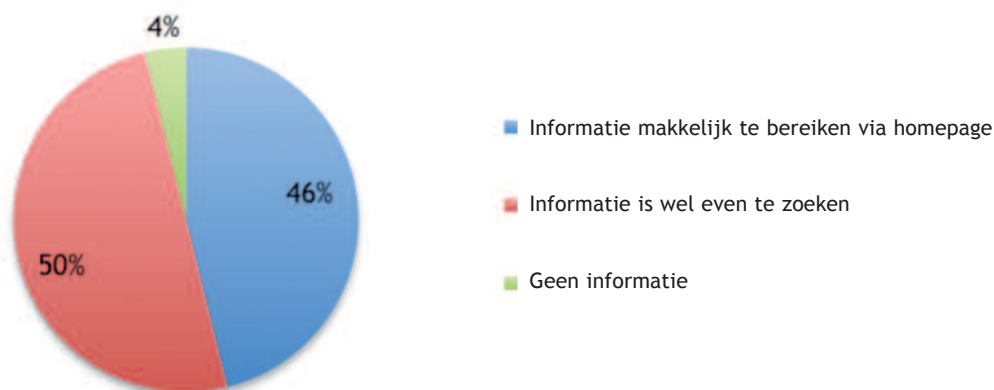
Zowel potentiële duurzame beleggers als, zoals gebleken is uit de mysteryshopper bezoeken, beleggingadviseurs zien de website van hun eigen bank als een belangrijke bron van informatie. Daarom waren de bezoekers ook gevraagd om de verschillende websites van de banken te onderzoeken naar toegankelijkheid, informatievoorziening, en begrijpelijkheid.

4.3.1. Toegankelijkheid

De toegankelijkheid werd op twee manieren beoordeeld. Ten eerste werd gekeken hoeveel muisclicks het

kostte om informatie over duurzaam beleggen te vinden en ten tweede hoe gemakkelijk de website bezoeker deze informatie kon vinden.

Grafiek 4.9 Toegankelijkheid van website informatie over duurzaam beleggen



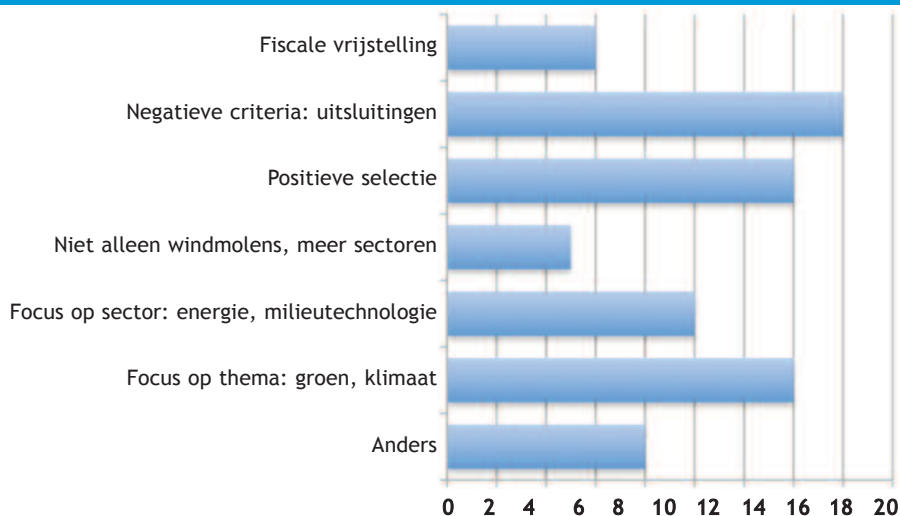
Aantal muisclicks	Aantal bezoekers	Cumulatieve percentage
1	1	4%
2	7	31%
3	9	65%
4	0	65%
5+	9	100%

Grafiek 4.9 laat zien dat vrijwel alle websitebezoekers informatie konden vinden op het gebied van duurzaam beleggen: de helft vond dit eenvoudig terwijl de andere helft wel (even) moest zoeken om op de juiste pagina te komen. Verder wordt ook duidelijk dat 65% van deze bezoekers binnen 3 muisclicks informatie gevonden had. Daarentegen moet gezegd worden dat 35% meer dan 5 muisclicks nodig had om bij de informatie te komen.

4.3.2. Informatievoorziening

Ook met de website werd gekeken naar het soort informatie dat beschikbaar was op het gebied van duurzaam beleggen. Websitebezoekers werden gevraagd om de kenmerken van duurzaam beleggen te benoemen die ze tegenkwamen. Deze kenmerken zijn samengevat in Grafiek 4.10.

Grafiek 4.10 Kenmerken van duurzaam beleggen op website

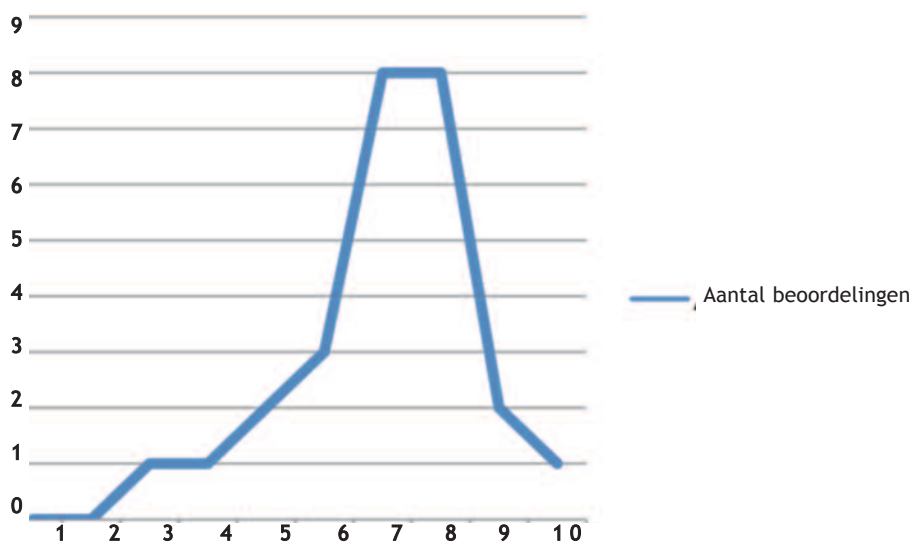


De drie meest voorkomende kenmerken zijn negatieve selectie, positieve selectie en de focus op een bepaalde thema. Interessant genoeg wordt de fiscale vrijstelling van sommige duurzame beleggingsproducten, in tegenstelling tot de nadruk die de beleggingsadviseurs hierop legden, relatief weinig genoemd. Eigenlijk is dit ook terecht, omdat een mogelijke fiscale vrijstelling weinig inhoudelijks zegt over een fonds.

4.3.3. Begrijpelijkheid

Als laatste element van de websitebeoordeling werd gekeken naar de begrijpelijkheid van de aangeboden informatie. Voor veel consumenten is de wereld van beleggen vol met moeilijk te begrijpen termen en begrippen. Voor potentiële beleggers die specifiek hun geld weg willen zetten in beleggingsproducten die aandacht besteden aan mens en milieu, moet de informatie die aangeboden is gemakkelijk te begrijpen zijn. Bezoekers werden daarom gevraagd om een beoordeling van 1 tot 10 te geven over de begrijpelijkheid van de gevonden informatie, met de score 1 als 'heel moeilijk' en 10 als 'heel gemakkelijk'. Grafiek 4.11 geeft de resultaten weer. Het is duidelijk dat de meeste bezoekers de informatie goed konden begrijpen: meer dan 60% gaf de website een beoordeling van 7 of 8. Het lijkt dus dat als de bezoeker eenmaal de informatie gevonden heeft, deze meestal goed te begrijpen is.

Grafiek 4.11 Begrijpelijkheidsscores van website bezoekers



5./ Resultaten per bank

Nadat de algemene resultaten in hoofdstuk 4 gepresenteerd werden, worden de resultaten nu per bank bekendgemaakt. Uit dit deel van het onderzoek zal moeten blijken welke banken het belang van en de kennis over duurzaam beleggen door heel haar organisatie hebben verspreid. Verder zal gekeken worden of er grote verschillen zijn tussen de resultaten voor mysteryshopperbezoeken onder en boven de € 80.000.

De mysteryshopper bezoeken worden op 3 criteria beoordeeld:

- Proactiviteit
- Kennis
- Houding

Verder worden de websites aan de hand van 2 criteria vergeleken:

- Toegankelijkheid
- Begrijpelijkheid

5.1. Mysteryshopperbezoeken

Tabel 5.1 laat zien dat beleggingsadviseurs bij slechts 2 van de 5 banken proactief de optie duurzaam beleggen aanboden. Slechts bij 3 van de 51 mysteryshopperbezoeken werd de duurzame beleggingsoptie voorgesteld. Dit was bij ABN AMRO (1 keer), en SNS (2 keer). Voor SNS is dit een relatief hoog percentage van het aantal bezoeken. Het lijkt alsof duurzaam beleggen meer bekendheid geniet onder de beleggers van SNS dan bij de andere 4 banken.

Tabel 5.1 *Proactiviteit op het gebied van duurzaam beleggen*

	ABN AMRO		Fortis		ING		Rabobank		SNS	
Ja	1	9%	0	0%	0	0%	0	0%	2	29%
Nee	10	91%	10	100%	10	100%	13	100%	5	71%

In de categorie voor boven € 80.000 werd deze optie 3 keer proactief aangeboden: twee keer door een adviseur van de Rabobank, en een keer door SNS.

5.1.1. Kennis

Op het gebied van kennis zijn er enige verschillen tussen de 5 banken. De bank die het beste scoort in dit opzicht is wederom SNS, waarbij 4 van de 7 bezoekers de kennis van de adviseur als uitstekend beoordeelden. De Rabobank en Fortis adviseurs hebben het ook goed gedaan, ze waren in ieder geval op de hoogte van de duurzame beleggingsproducten die zij aan konden bieden. Bij ABN AMRO is er een meer gemengd beeld. Terwijl 3 adviseurs geen kennis hadden en ook niet doorverwezen naar collega's die daar wel kennis over hadden, hadden 2 adviseurs juist uitstekende kennis in huis. De ING scoort het slechtste bij dit onderdeel, wat deels uitgelegd kan worden door het feit dat veel bezoekers geen afspraak konden maken met een beleggingsadviseur voor het vermogen dat ze wilden beleggen (< € 80.000).

Tabel 5.2 *Kennis van duurzame beleggingsproducten per bank*

ABN AMRO	Aantal	Percentage
Geen kennis, geen doorverwijzing	3	27%
Geen kennis, wel doorverwijzing	3	27%
Voldoende kennis, kent producten	3	27%
Uitstekende kennis, kent kenmerken	2	18%

Fortis	Aantal	Percentage
Geen kennis, geen doorverwijzing	1	10%
Geen kennis, wel doorverwijzing	3	30%
Voldoende kennis, kent producten	6	60%
Uitstekende kennis, kent kenmerken	0	0%

ING	Aantal	Percentage
Geen kennis, geen doorverwijzing	4	40%
Geen kennis, wel doorverwijzing	5	50%
Voldoende kennis, kent producten	1	10%
Uitstekende kennis, kent kenmerken	0	0%

Rabobank	Aantal	Percentage
Geen kennis, geen doorverwijzing	0	0%
Geen kennis, wel doorverwijzing	4	31%
Voldoende kennis, kent producten	8	62%
Uitstekende kennis, kent kenmerken	1	8%

SNS	Aantal	Percentage
Geen kennis, geen doorverwijzing	0	0%
Geen kennis, wel doorverwijzing	1	14%
Voldoende kennis, kent producten	2	29%
Uitstekende kennis, kent kenmerken	4	57%

Voor de bezoeken boven € 80.000 waren de resultaten per bank onderling vrijwel identiek. Adviseurs konden of vertellen over duurzaam beleggen of hadden geen kennis en verwezen ook niet naar een collega. Er was wel één uitzondering: 1 mysteryshopper bezoek bij de ING werd beoordeeld als uitstekend.

In totaal gaven 9 beleggingsadviseurs aan dat duurzaam beleggen ten koste gaat van rendement. Het is nog van belang om te kijken bij welke banken deze uitspraken gedaan werden. Tabel 5.3 geeft de resultaten weer voor beide categorieën. Deze uitspraak kwam het meeste voor bij Fortis, gevolgd door de ABN AMRO en Rabobank. Verder dit advies werd 2 keer gegeven bij de ING en 1 keer bij SNS.

Tabel 5.3 'Duurzaam beleggen ten koste van rendement' advies per bank

Bank	Onder € 80.000	Boven € 80.000	Totaal
ABN AMRO	3	0	3
Fortis	3	1	4
ING	1	1	2
Rabobank	1	2	3
SNS	1	0	1

5.1.2. Houding

Als laatste oordeel van de vergelijking per bank wordt gekeken naar houding. Hoe ervaart de mysteryshopper de houding van de beleggingsadviseur ten opzichte van duurzaam beleggen? De adviseur kan verbaal en niet-verbaal de keuze van de potentiële duurzame belegger beïnvloeden. Per bank zijn er grote verschillen, en de beoordelingen zijn aangegeven in Tabel 5.4.

Tabel 5.4 *Houding per bank van beleggingsadviseurs ten opzichte van duurzaamheid*

Bank	ABN AMRO		Fortis		ING		Rabobank		SNS	
Negatief	5	38%	5	50%	4	50%	1	12,5%	0	0%
Neutraal	8	62%	5	50%	3	38%	12	75%	2	25%
Positief	0	0%	0	0%	1	12%	2	12,5%	6	75%

Bij de ING en Fortis zijn de houdingen bijna gelijk verdeeld tussen negatief en neutraal. Bij de Rabobank en de ABN AMRO zijn de houdingen overwegend neutraal, blijkbaar zien deze adviseurs duurzaam beleggen als één van de vele beleggingsopties. SNS blinkt alweer uit in dat geen van de adviseurs negatief staan tegenover duurzaam beleggen, en zelfs zeer positief zijn. Dat 6 van de 8 adviseurs enthousiast kunnen vertellen over duurzaam beleggen is een duidelijk teken dat duurzaam beleggen als een van de aangeraden beleggingsopties zijn.

5.2. Website beoordelingen

5.2.1. Toegankelijkheid

De websites van de 5 banken werden ook bezocht en beoordeeld als onderdeel van dit onderzoek. Ook hier waren de verschillen tussen de banken duidelijk te zien. Het eerste aspect dat per bank vergeleken wordt is toegankelijkheid. In Tabel 5.5 wordt weergegeven hoeveel muisclicks de vrijwilligers nodig hadden om informatie over duurzaam beleggen te vinden. Op hun website is de informatie van ING en Fortis duidelijk sneller bereikbaar dan bij de ABN AMRO, Rabobank, of SNS.

Tabel 5.5 *Aantal muisclicks per bank*

Muisclicks	ABN AMRO	Fortis	ING	Rabobank	SNS
1	0	1	0	0	0
2	0	2	5	0	0
3	1	2	0	3	3
4	0	0	0	0	0
5+	4	0	0	2	3

Als het gaat om hoe makkelijk het was om de informatie te vinden, zijn de conclusies vergelijkbaar. Tabel 5.6 geeft aan dat het via de website van de ING makkelijk is om informatie over duurzaam beleggen te vinden, terwijl het bij de andere banken moeilijker is om informatie hierover te vinden.

Tabel 5.6 *Bezoekers beoordeling van toegankelijkheid van informatie over duurzaam beleggen per bank*

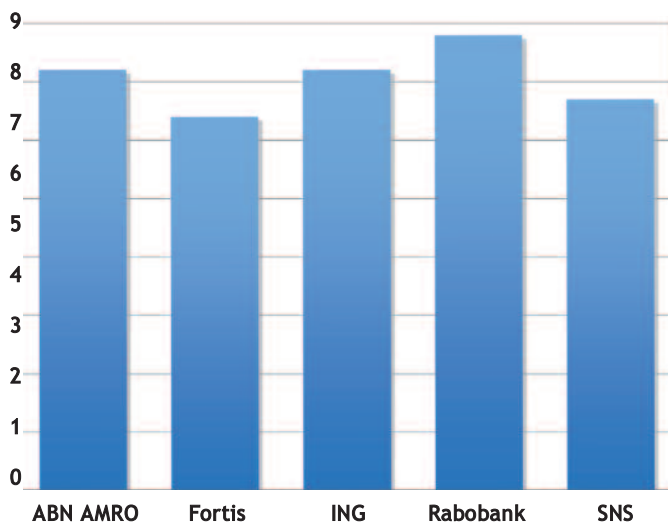
Beoordeling	ABN AMRO	Fortis	ING	Rabobank	SNS
Informatie makkelijk te vinden	0	3	5	2	2
Informatie is wel (even) zoeken	5	1	0	3	4
Geen informatie	0	1	0	0	0

Grafiek 5.1 *Begrijpelijkheid van aangeboden informatie (1 = heel moeilijk, 10 = heel makkelijk)*

5.2.2. Begrijpelijkheid

Als tweede en laatste onderdeel van de onderlinge vergelijking tussen banken wordt de begrijpelijkheid van de aangeboden informatie vergeleken. Alle bezoekers van de verschillende websites hebben een score gegeven van 1 tot 10, met 1 als heel moeilijk te begrijpen en 10 als heel gemakkelijk. De gemiddelde score per bank is te zien in Grafiek 5.1.

De Rabobank heeft de beste score met 7,8, op de voet gevolgd door ABN AMRO en ING. De onderzoeksgroep vond de informatie aangeboden door SNS en met name Fortis wat moeilijker te begrijpen.



6./ Conclusies en aanbevelingen

6.1. Conclusies

In dit rapport worden de resultaten besproken van een onderzoek van de VBDO naar de toegankelijkheid van duurzame beleggingsproducten onderzocht bij vijf grote Nederlandse banken. Dit werd gedaan door middel van mysteryshopper bezoeken aan beleggingsadviseurs en door de websites van de verschillende banken te beoordelen aan de hand van een aantal criteria. Het onderzoek, uitgevoerd tussen november 2009 en januari 2010, door een gevarieerde groep vrijwilligers, heeft geresulteerd in:

- 51 mysteryshopperbezoeken met een belegd vermogen van onder € 80.000;
- 14 mysteryshopperbezoeken met een belegd vermogen van boven € 80.000;
- 26 website beoordelingen.

6.1.1. Mysteryshopperbezoeken

Uit de resultaten die in de vorige twee hoofdstukken gepresenteerd zijn kunnen een aantal conclusies getrokken worden. De optie 'duurzaam beleggen' wordt op dit moment nauwelijks genoemd door beleggingsadviseurs. Bijna alle vrijwilligers moesten het zelf aankaarten bij hun gesprekken. Dit terwijl er duidelijk steeds meer aandacht voor duurzaamheid en duurzaam beleggen is onder Nederlandse consumenten, zoals blijkt uit zowel het VBDO Duurzaam Sparen en Beleggen 2008 rapport en het ABN AMRO Brand Tracking Beleggen 2009 onderzoek. Bij vermogens boven € 80.000 werd de optie van duurzaam beleggen wel vaker genoemd door beleggingsadviseurs.

Wat kennis betreft was er duidelijk verbetering ten opzichte van vorig jaar. Veel adviseurs wisten dat hun eigen bank duurzame beleggingsproducten aan kon bieden, en een enkele wist ook een aantal kenmerken van deze producten te noemen. Het is opvallend dat het meest genoemde kenmerk de mogelijke fiscale vrijstelling is, terwijl dit weinig zegt over de karakteristieken van het duurzame beleggingsproduct. De inhoudelijke kennis van beleggingsadviseurs ligt blijkbaar nog onder de maat. Met betrekking tot rendement is het beeld dat duurzaam beleggen ten koste gaat van rendement nog steeds aanwezig. Dit gebeurt met name veel onder de adviseurs voor boven € 80.000. Verder lijkt het alsof veel beleggingsadviseurs nog niet echt op de hoogte zijn van hun eigen duurzame beleggingsassortiment, terwijl zij wel kunnen vertellen over de producten van ASN en Triodos. De houding van de meeste beleggingsadviseurs ten aanzien van duurzaam beleggen was neutraal, terwijl een kwart van de adviseurs negatief was. Het is opvallend dat relatief veel adviseurs voor boven de € 80.000 een negatieve houding hadden.

Op het gebied van informatieverstrekking is het duidelijk dat de website een belangrijke bron van informatie is voor zowel de adviseurs zelf, als voor de potentiële beleggers. Een aantal bezoekers kreeg brochures mee over beleggen of specifiek over duurzaam beleggen, maar het overgrote gedeelte van de adviseurs raadde de mysteryshopper aan om de website te gebruiken om meer informatie op te doen over dit onderwerp.

6.1.2. Website beoordelingen

Het is duidelijk dat de website van verschillende banken heel belangrijk is. Maar welke conclusies kunnen getrokken worden aan de hand van de website beoordelingen? Ten eerste is het duidelijk dat vrijwel alle websitebezoekers informatie over duurzaam beleggen konden vinden op de verschillende websites van banken. Voor de helft van de bezoekers was het moeilijk om de juiste informatie te vinden. Verder worden een aantal kenmerken van duurzaam beleggen genoemd: de meest voorkomende waren positieve en negatieve selectie, en de focus op een bepaalde thema. Als het gaat om begrijpelijkheid is de aangeboden informatie over duurzaam beleggen goed te begrijpen. Een meerderheid van de bezoekers beoordeelde de begrijpelijkheid met een 7 of 8 (van een maximum van 10 punten).

6.1.3. Resultaten per bank

Als het gaat om de twee verschillende onderdelen, zijn er twee duidelijke koplopers. Bij het mysteryshopper onderzoek was SNS duidelijk de beste. De adviseurs van SNS boden de opties het meest proactief aan, meer dan de helft hadden een uitstekende kennis van duurzame producten en konden er enthousiast over vertellen.

Als het gaat om de websitebeoordeling komt ING er als de beste uit. Bezoekers konden de informatie allemaal gemakkelijk vinden (met 2 muisclicks), en konden de aangeboden informatie goed begrijpen.

ABN AMRO

Slechts 1 beleggingsadviseur van de ABN AMRO wist de optie duurzaam beleggen proactief aan te bieden. Verder was het kennisniveau van de adviseurs erg wisselend. Sommigen hadden geen kennis, terwijl anderen juist voldoende en zelfs uitstekende kennis hadden. De adviseurs hadden een neutrale of negatieve houding ten opzichte van duurzaam beleggen. Een aantal adviseurs gaf aan dat duurzaam beleggen ten koste ging van rendement. Alle websitebezoekers konden informatie over duurzaam beleggen op de website vinden, maar soms kostte dit wel wat moeite. Vier van de 5 bezoekers hadden meer dan 5 muisclicks nodig om op de juiste pagina te komen.

Fortis

Geen van de beleggingsadviseurs van Fortis heeft de optie 'duurzaam beleggen' proactief aangeboden. Eenmaal gevraagd naar deze optie konden de meeste adviseurs wel vertellen over de verschillende producten, maar geen kenmerken noemen. Verder had de helft van de adviseurs een negatieve houding ten aanzien van duurzaam beleggen en de andere helft een neutrale houding. Vier adviseurs gaven ook aan dat duurzaam beleggen ten koste ging van het rendement. Vier van de 5 websitebezoekers konden informatie vinden op de website, en voor 3 was deze gemakkelijk te vinden. Toch was de aangeboden informatie moeilijker te begrijpen dan bij de andere banken.

ING

Bij ING boden geen van de medewerkers de optie 'duurzaam beleggen' proactief aan. Vrijwel geen enkele medewerker kon informatie verschaffen, en slechts de helft wist de bezoeker door te verwijzen. De houding van de medewerkers ten aanzien van duurzaam beleggen was voor de helft negatief en de andere helft neutraal, terwijl 1 adviseur positief was. Verder werd 2 keer gesteld dat duurzaam beleggen ten koste ging van rendement. De website werd zeer positief beoordeeld, de aangeboden informatie was gemakkelijk te vinden en zeer begrijpelijk.

Rabobank

Bij de Rabobank werd de optie duurzaam beleggen niet proactief aangeboden. Wel hadden de adviseurs overwegend voldoende of uitstekende kennis van duurzaam beleggen, en degene die niet iets kon vertellen over duurzaam beleggen wist de bezoeker door te verwijzen. De houding van de adviseur ten aanzien van duurzaam beleggen was in bijna alle gevallen neutraal, terwijl een aantal adviseurs aangaven dat duurzaam beleggen ten koste ging van rendement. De informatie die werd aangeboden op de website was zeer begrijpelijk, hoewel een aantal bezoekers toch moeite had om de juiste informatie te vinden.

SNS

Bij SNS werd de optie 'duurzaam beleggen' in totaal 3 keer aangeboden. Verder beschikte de meerderheid van de adviseurs over uitstekende kennis op dit gebied en konden deze adviseurs ingaan op de kenmerken en samenstelling van de beleggingsproducten. Driekwart van de adviseurs hadden een positieve houding ten aanzien van duurzaam beleggen, en geen één was er negatief over. Verder gaf 1 adviseur aan dat deze vorm van beleggen ten koste ging van rendement. Websitebezoekers konden informatie over dit onderwerp vinden

op de website, maar voor meer dan de helft was het wel even zoeken. De informatie was ook minder begrijpelijk dan bij een aantal andere websites.

6.2. Aanbevelingen

De conclusies geven aan dat er duidelijke verschillen zijn in de wijze waarop banken het begrip ‘duurzaam beleggen’ via beleggingsadviseurs en website onder de aandacht brengen van (potentiële) klanten. De VBDO heeft de volgende aanbevelingen voor de onderzochte banken.

- De optie ‘duurzaam beleggen’ zou standaard aangeboden moeten worden als optie door beleggingsadviseurs. Bij alle gesprekken stellen beleggingsadviseurs vragen om een beeld te krijgen van de potentiële belegger. Dit moment kan ook gebruikt kunnen worden om te peilen of er interesse is voor duurzame financiële producten.
- De kennis van beleggingsadviseurs zou dieper moeten gaan dan het noemen van mogelijke fiscale voordelen. Slechts in een aantal van de gesprekken konden adviseurs aan de bezoeker uitleggen hoe een duurzaam beleggingsproduct samengesteld is. Deze kennis is zeer belangrijk: op deze manier kan de potentiële duurzame belegger weten welke extra niet-financiële criteria gehanteerd worden bij verschillende fondsen.
- Het idee dat duurzaam beleggen ten koste gaat van rendement moet nog steeds de wereld uit geholpen worden. Hoewel de academische communis opinio duidelijk uitwijst dat duurzaam beleggen minstens een even hoog rendement oplevert dan regulier beleggen blijft het idee dat duurzaam beleggen geld kost bij veel mensen leven. Dit heeft een negatieve invloed op de beeldvorming rond duurzaam beleggen en belemmert de groei van de duurzame beleggingsmarkt.
- Er zou meer aandacht aan duurzaam beleggen moeten gegeven worden bij het training van beleggingsadviseurs. Net zoals de SIO doet in Canada, zouden beleggingsadviseurs speciale trainingen moeten krijgen op het gebied van duurzaam beleggen.
- Informatie over duurzaam beleggen zou op de website gemakkelijk te vinden en beter te begrijpen moeten zijn. Bij verschillende websites is informatie over duurzaam beleggen moeilijk te vinden. Een potentiële duurzame belegger die zich aan het oriënteren is over de opties moet op de website van zijn bank snel en begrijpelijke informatie kunnen

Bijlage 1:

Enkele verslagen van bezoeken (onder € 80.000)



Mysterybezoek 1. Op woensdag 25 november 2009 had ik een afspraak bij de ABN AMRO. Tot mijn verbazing had ik een afspraak met een verkoopadviseur in plaats van met een beleggingsadviseur. Telefonisch had ik benadrukt dat ik graag een beleggingsadviseur wilde spreken, maar waarschijnlijk was het bedrag waarmee ik wilde beleggen (€ 25.000) niet interessant genoeg om een beleggingsadviseur in te schakelen. Tijdens het gesprek kwam al snel naar voren dat de verkoopadviseur geen kennis had over duurzaam beleggen. Gelukkig haalde zij er een preferred banker bij die vervolgens wel antwoord wist te geven op mijn vragen. De preferred banker wist wat duurzaam beleggen inhield maar vertelde daar niet enthousiaster over dan andere vormen van beleggen. Een minpuntje vond ik dat er geen brochures over duurzaam beleggen aanwezig waren in het filiaal. De algemene indruk van het gesprek was voldoende.

Mysterybezoek 2. Mijn algemene indruk over het bezoek is zeer goed. Aan de telefoon werd ik al snel en goed geholpen door de beleggingsadvieslijn, waar een adviseur mij al heel veel informatie gaf over beleggen en wat alle verschillende mogelijkheden voor mij zijn bij ABN AMRO. Nadat ik kenbaar had gemaakt dat ik voorkeur had om een afspraak te maken met een beleggingsadviseur, werd ik gelijk doorverbonden naar deze vestiging. Hier kon ik binnen een week terecht. Daar aangekomen hadden ze me alleen verkeerd begrepen aan de telefoon en had ik geen afspraak met de beleggingsadviseur, maar met iemand die een beleggingsrekening voor me wilde openen en me hier wegwijs in wilde maken over hoe je zelf kunt beleggen. Na aangegeven te hebben dat ik toch echt advies wilde, pakte hij gelijk de agenda van de adviseur erbij om te kijken wanneer hij kon. Dat zou op het eerste gezicht pas een week later kunnen, maar dan had ik nog een keer terug moeten komen en ik wilde liever meteen geholpen worden. Toen is hij even bij de beleggingsadviseur langsgelopen en kon ik gelijk bij hem terecht.

Een super goede service dus! Degene waar ik eigenlijk een afspraak mee had kwam er ook bijzitten, om er gelijk ook wat van te leren. De adviseur nam echt álle tijd voor me, om zelfs dingen uit te leggen met put en call-opties hoe die werken, etc. En kwam echt met héél veel mogelijkheden. Hij kwam niet uit zichzelf met de optie duurzaam beleggen, maar toen ik er naar vroeg beschikte hij wel veel kennis over duurzaam beleggen. Na zelf te vragen naar het rendement van duurzaam beleggen, gaf de adviseur in eerste instantie aan dat het rendement ten koste gaat door de duurzaamheid. Hierna liet hij het rendement van een duurzaam fonds zien en zag dat zijn indruk toch niet helemaal juist was, omdat het toch een hoog rendementspercentage gaf. Hij kwam dus terug op zijn eerdere uitspraak. Daarnaast wist hij te vertellen over de fiscale vrijstelling, maar hij adviseerde het mij niet, omdat ik nog jong ben met een klein vermogen. Dan zou het voor mij nog niet veel belastingvoordeel opleveren. Hij was zelf geen grote voorstander van duurzaam beleggen. En raden het nu nóg niet voor me aan, maar in de toekomst kon het wel interessant voor me worden qua belastingvoordeel. Ik vond het gesprek fijn verlopen.

Fortis Bank Nederland

Mysterybezoek 1. Op 21 januari jl. had ik een gesprek op het regionale kantoor van Fortis in een senior beleggingsadviseur, in aanwezigheid van een accountmanager. Deze laatste had geen wezenlijke inbreng, maar gezien haar functie was haar aanwezigheid wel verklaarbaar. Haar rol bestond in hoofdzaak uit gedurende het hele gesprek vriendelijk en geforceerd glimlachen; vermoedelijk had zij op een cursus geleerd dat dat zo hoort; maar het was wel irritant.

Wat ook irritant was, was zijn houding; hij wekte bij mij het gevoel dat ik er zat alsof mijn hele doopceel moest worden gelicht. In plaats van mij te informeren over het beleggen bij Fortis wilde het vooral veel van mij weten, hetgeen hij ook allemaal noteerde. Mij kwam het allemaal niet als erg relevant voor. Ik ben bij Fortis niet veel gewaar geworden over beleggen en over hoe dat bij die bank gaat. Erg veel techniek; dat wel.

Toen hij zo'n beetje klaar was met zijn college, was er nog geen woord gevallen over duurzaam beleggen. Daar heb ik toen zelf maar naar gevraagd. Het antwoord was wederom instrumenteel en technisch van aard en ik kreeg op geen moment de indruk dat duurzaamheid ook maar voor een millimeter leeft bij Fortis. Er werd mij een folder overhandigd, die werd toegelicht met enkele zijdelingse en obligate termen over afwezigheid van kinderarbeid, windenergie, gescheiden afvalverwerking, e.d. Ik heb geen ogenblik het gevoel gekregen dat duurzaamheid ook maar enigszins doorleefd is. Overigens moet ik wel vaststellen, dat de drukwerken die ik meekreeg, alle op FSC gecertificeerd papier staan.

Als ik werkelijk wat geld zou willen wegzetten, zou ik dat zeker niet bij Fortis doen.

Mysterybezoek 2. Op woensdag 25 november 2009 ben ik langs geweest bij de Fortis Bank. De adviseur stelt een aantal algemene vragen over mijn ervaring met beleggen en mijn beleggingshorizon. Als ik vervolgens aangeef dat mijn beleggingshorizon drie jaar is zegt de adviseur dat ik dan beter helemaal niet zou moeten beleggen, aangezien mijn beleggingshorizon te kort is. Op zich was dat een goed advies, maar dit bracht tegelijkertijd mijn onderzoek een beetje in gevaar omdat ik nog allemaal vragen moest stellen over duurzaam beleggen. Ik heb toen gezegd dat ik een wat kleiner deel van mijn vermogen wilde beleggen en dat ik de rest op zij zou zetten op een spaarrekening. Toen ik uiteindelijk over het onderwerp duurzaam beleggen begon wist de adviseur daar het nodige over te vertellen.

Wat mij echter tegenviel was dat de adviseur maar 1 duurzaam beleggingsfonds aanbood, een fonds van de Fortis zelf. Bij de vraag of ik ook in beleggingsfondsen kon beleggen van andere aanbieders gaf de adviseur aan dat dit alleen mogelijk was indien ik met een groter vermogen wilde beleggen. Algemene indruk van het gesprek was matig tot voldoende, dat komt voornamelijk doordat de adviseur maar 1 duurzaam beleggingsfonds aanbood.



Mysterybezoek 1. De ING Bank wil geen afspraak maken met een beleggingsadviseur onder een bedrag van 100.000 euro, dit werd mij verteld door de beleggingsservicelijn nadat ik overigens erg lang aan de telefoon heb moeten wachten voordat er werd opgenomen. De eerste keer heb ik 6 minuten gewacht en toen maar opgehangen. De tweede keer werd er wel na 7 minuten opgenomen. De telefoniste was niet erg vriendelijk en verwees me niet door naar de site of iemand anders, ze zei alleen: "Nee onder een ton kan je geen afspraak maken". Meer informatie over een andere manier van beleggen gaf zij niet, daar zat ik dus met mijn € 30.000.

Hierna ben ik nog spontaan binnengelopen bij een ING vestiging, zij hadden in deze laatste week van het jaar geen tijd meer beschikbaar en konden mij dan ook niet verder helpen. Ik heb dus geen afspraak kunnen maken en geen onderzoek kunnen doen.

Mysterybezoek 2. Vandaag gesproken met een beleggingsspecialist personal banking van ING. Hij is een kalme, ongecompliceerd en vertrouwen wekkend overkomende man van achter in de veertig. Hij is in staat een sfeer mee te brengen van: leuk, gezellig, fijn dat je er bent. Ik heb aangegeven dat ons beleggingsbereik ± € 60.000,- beloopt. Hij bracht in dat de interesse van ING bij € 80.000,- begint, maar een klant die binnenkomt met 60.000,- is ook welkom.

De beleggingsspecialist schept gemakkelijk een ontspannen sfeer en vertelt gemakkelijk over de aanpak van ING. Hij ondersteunt zijn verhaal met diverse documenten, die er goed uitzien en de indruk wekken uitgebreide informatie te bevatten. Van dit pakket valt de basisbrochure het meest op, in het bijzonder omdat daarin het duurzaam beleggen een prominente plaats heeft gekregen; het is namelijk een van de drie beleggingsstrategieën van de bank. Het was niet nodig om hem op het duurzame spoor te helpen; het bleek een geïntegreerd deel van zijn verhaal te vormen. In het duurzame kader worden beleggers door de bank frequent voorzien van actuele documentatie op grond waarvan men de ontwikkelingen in het gekozen beleggingsuniversum goed kan volgen. Persoonlijk contact is altijd mogelijk.

Het valt op, dat ING zelf weinig tot stand heeft gebracht op duurzaamheidsgebied, maar klanten attendeert op fondsen die door derden in het leven zijn geroepen, waaronder 2x ASN en 1x Triodos.

Ik vond het verhaal van hem helder, to the point en zakelijk. Hij verzuimde niet ook de kostenkant van beleggen bij ING mee te nemen. Mijn conclusie is dat met iemand als hij als adviseur mij bij de ING wel op mijn gemak zou kunnen voelen. Ik vond het uitstekend.



Mysterybezoek 1. Bij een Rabobank vestiging kon ik geen afspraak maken, omdat ik klant was in mijn eigen regio (ik zou dan eerst mijn rekeningen om moeten zetten). Hierna heb ik naar een kleinere bank gebeld en hier werd ik vriendelijk en goed geholpen aan de telefoon en kon ik wel een afspraak maken. Ik werd netjes ontvangen en het gesprek verliep soepel. De vrouwelijke beleggingsadviseur had het alleen niet erg veel over duurzaam beleggen, ik heb haar een paar keer proberen te sturen, door ernaar te vragen, maar er kwam niet veel over uit. Toch denk ik dat ze wel veel kennis over duurzaam beleggen beschikte, want als ik doorvroeg, kreeg ik wel de 'goeie' antwoorden. Zo vertelde ze bij het rendement dat het hetzelfde kan zijn als bij normale beleggingen en dat het zelfs fiscaal voordeel met zich mee kan brengen. Ze liet alleen geen fondsen zien en zei alleen dat direct beleggen het meest bij mij zou passen en dat ik hier dan zelf op zoek naar alle fondsen kon gaan. Ze vertelde mij meer over hoe ik mijn bankrekeningen om zou moeten zetten naar de vestiging en wat de beste manier van beleggen voor mij zou zijn, of ik het zelf wilde doen (via Direct Beleggen) of dat iemand anders het voor mij geheel zou doen (via een Rabo Rendemix). Duurzaam beleggen kwam ondanks vele pogingen niet uitgebreid ter sprake.

Mysterybezoek 2. Vandaag, 26 januari, bezocht ik de Rabobank en sprak ik een erkend adviseur hypotheek en vermogen. Net als bij de beide andere oriëntaties heb ik aangegeven € 60.000,- te willen beleggen. Ik kreeg een uitvoerige uiteenzetting hoe het bij de Rabobank werkt, nl langs twee lijnen. De eerste is dat je het aan en verkopen het helemaal zelf doet. De tweede lijn is, dat je het beschikbare bedrag aan de bank toevertrouwt en dat zij, door inschakeling van Robeco en uitgaande van het rendement dat je wilt behalen, aandelen in een of meer van de door Robeco beheerde fondsen voor je aankopen.

De voorlichting was helder en inhoudelijk voldoende. Maar er werd met geen woord gerept over duurzaam beleggen. Ik ben daar zelf over begonnen. Ik heb de indruk gekregen dat dit bij mijn gesprekspartner niet zo leeft. Er was geen blijk van enige betrokkenheid en het enige dat hij kon opbrengen was het overhandigen van een folders over zgn. Groenobligaties van de Rabobank met een technische uitleg wel materiëel voordeel daaruit kan worden verkregen. Van enige gedachtengang over of achter duurzaam beleggen is niets gebleken. Terwijl toch de Rabobank in haar publieke uitingen van tijd tot tijd wel het een en ander uitdraagt.

Verder was de koffie in orde en werd ik op een prettige manier te woord gestaan.



Mysterybezoek 1. Mijn derde en tevens laatste mysteryshopbezoek was de SNS Bank. Voorafgaand aan het gesprek vroeg de beleggingsadviseur of ik er bezwaar tegen had dat een trainee het gesprek zou bijwonen. Wat volgde was een vrij informeel en prettig gesprek. De adviseur vertelde enthousiast over duurzaam beleggen, hij gaf zelfs aan dat duurzaam beleggen de toekomst heeft. De adviseur wist goed te vertellen wat duurzaam beleggen nu precies is en gaf tot slot ook nog twee folders over een duurzaam beleggingsfonds van de ASN en nog een algemene folder over duurzaam beleggen. Van de drie mysteryshopbezoeken stak de adviseur van de SNS Bank met kop en schouders boven de andere adviseurs uit.

Mysterybezoek 2. Mijn laatste bezoek bracht ik bij de SNS op 14 december. Allereerst moet je als klant bij een callcenter meer als 20 minuten wachten dat is echt te lang. Daarnaast verzuimt de adviseur te bellen voor het maken van een afspraak. Daardoor moet je nogmaals bellen en weer 10 minuten wachten voordat je iemand aan de lijn krijgt bij het callcenter. Wat wel netjes was geregeld, dat er de volgende dag een brief was waarin men de afspraak bevestigde en met een scala van andere producten.

De adviseur vroeg waarom ik helemaal naar deze stad kwam terwijl hij ook naar mijn stad had kunnen komen, ik woon namelijk in een plaats in de buurt. Hij vertelde mij, dat hij samen met een collega op 11 verschillende kantoren werkt en dat de afspraak gemakkelijk in mijn stad had gekund. Nu had ik gelukkig een goede reden bedacht, maar dit had een moment kunnen zijn tijdens het gesprek dat ik door de mand had kunnen vallen.

Wat betreft zijn kennis over duurzaam beleggen, deze was uitstekend. Dit kwam vertelde hij, doordat de SNS eigenaar is van ASN bank, een van de twee duurzame banken van Nederland. Van mijn mystery bezoeken was de adviseur van SNS met meer als een straat lengte voorsprong de beste.



www.vbdo.nl / www.goed-geld.nl

Een duurzaam werkende kapitaalmarkt is het doel van de VBDO. Een kapitaalmarkt die, naast financiële criteria, ook op basis van sociale- en milieucriteria vraag en aanbod bij elkaar brengt. De focus ligt daarbij op Nederland in een internationale, voornamelijk Europese context.