

Vertrouwen, geloven of beloven?

Een onderzoek naar de vraag of de bankierseed het vertrouwen in de financiële sector helpt herstellen.

Inleiding

Voor de Nederlandse financiële sector wordt waarschijnlijk de bankierseed (of –belofte) voor een bredere groep medewerkers ingevoerd. Daarover is inmiddels veel geschreven, maar onderzoek naar de betekenis en verwachte effecten ervan ontbreekt. Dit artikel bespreekt de resultaten van een enquête onder de twee belangrijkste stakeholders: de consument wiens vertrouwen in de financiële sector in het geding is en de bankadviseur (vermogensbeheerder, financieel planner of adviseur) die men door middel van de bankierseed tot moreel en maatschappelijk verantwoord gedrag wil verplichten.²

Hoe denken de respondenten over de bankierseed? Voor het antwoord hierop is gekeken naar de opvattingen over de eed (aard, aanvaarbaarheid, zinvolheid), de verwachte effecten van de bankierseed en in het bijzonder in hoeverre deze kan bijdragen aan het vertrouwen in de financiële sector. Het artikel sluit af met enkele conclusies en aanbevelingen.

Achtergrond van de bankierseed³

Op 14 maart 2014 werd bekend dat de Ministerraad heeft ingestemd met het wetsvoorstel ‘Wijzigingswet financiële markten 2015’. Hierin wordt een bredere groep medewerkers in de financiële sector verplicht de moreel-ethische verklaring (ook wel ‘bankierseed’ genaamd) te tekenen per 1 januari 2015 en wordt tuchtrecht en een gedragscode van toepassing op de bankensector. Het afleggen en ondertekenen van een eed is voor beleidsbepalers en toezichthouders van financiële instellingen al langer verplicht. Voortaan zal deze verplichting gelden voor alle bankmedewerkers die ‘direct te maken hebben met het bankbedrijf’.

De Nederlandse Vereniging van Banken (NVB) heeft in april 2014 de inhoud van deze moreel-ethische verklaring, het maatschappelijk statuut en de gedragscode gepubliceerd. Tegelijkertijd is het voorgenomen tuchtrecht geïntroduceerd. Het centraal stellen van het klantbelang vormt een belangrijke onderdeel in de eed en bijhorende gedragsregels. Met het afleggen van de ‘bankierseed’ beloven bankiers, verzekeraars en andere financiële dienstverleners, dat zij in hun functie naar eer en geweten zullen handelen en belangen goed zullen afwegen. Ook belooft men zijn functie integer en

zorgvuldig uit te oefenen en zich te houden aan wet- en regelgeving.⁴

Wat is een eed eigenlijk?

Eden zijn prehistorisch en omgeven met mythische en religieuze betekenissen.⁵ Kort gezegd vormt een eed de verzekering bij een bewering. Die verzekering vormt de aangeroepen godheid of iets anders dat als ‘heilig’ wordt ervaren (het geweten, de eigen eer). De zweerder roept onheil over zichzelf af als de eed wordt gebroken. Het is de hoogste vorm van beloven en heeft als sociale functie vertrouwen te creëren tussen mensen. Met een eed wordt een beroep gedaan op iemand als morele persoon: iemand verplicht zich aan zaken die niet adequaat met formele regels en codes afdwingbaar zijn. Daarom zijn eedteksten dikwijls nogal vaag: men moet zich ‘behoorlijk’, ‘correct’, ‘integer’, ‘eerlijk’ gedragen.

De wettelijke basis voor formele eden is begin 20ste eeuw gelegd met de wet ‘Vorm van de Eed’ uit 1911.⁶ Daarin wordt beschreven hoe een eed moet worden afgelegd (‘onder het opsteken van de twee voorste vingers van de rechterhand’) en welke woorden (‘formules’) erbij horen. Vervolgens is de Eedwet uit 1916 aangenomen.⁷ Daarin staat dat een (religieuze) eed en een (plechtige) belofte juridisch gelijkwaardig zijn.

Een eed (religieus of burgerlijk) definiëren we als een sociaal-linguïstische handeling. Een handeling die de hoogst mogelijke verzekering biedt voor een bewering die een persoon in een sociale context kan geven. Het vormt een expliciete toezegging en erkenning van een wederzijdse, asymmetrische, vertrouwensrelatie tussen de eedontvanger en de eedaflegger. Traditioneel worden eden als zeer verplichtend en gewichtig opgevat. Zo sterk zelfs, dat gedwongen eden verbindend worden geacht. Dat geldt met name voor een vereiste door een wereldse autoriteit (zoals de rechter), maar zelfs voor door criminelen afgedwongen eden (zoals een ‘shot-gun marriage’). Een bijzonder aspect is dat eden op verschillende manieren ‘gebroken’ kunnen worden. Zo kan er sprake zijn van meened door een valse verklaring af te leggen. Er is dan sprake van een onoprechte eed. Iemand kan ook later besluiten een belofte niet te houden (‘eedbreuk’). Ook kan iemand claimen nooit te hebben

Auteurs
Tom Loonen
Mark Rutgers¹



Tom Loonen (l)
Mark Rutgers (r)



gezworen ('ongeldige eed') door verkeerde woorden te gebruiken ('mompelen') of rituelen onjuist uit te voeren, zoals het opsteken van de verkeerde hand. Er zijn zelfs tegenrituelen (Lévy-Bruhl, 1959), zoals gekruiste vingers achter de rug waardoor een eed ongeldig zou worden gemaakt volgens sommige opvattingen.

In de 21ste eeuw lijkt de eed een ander karakter te hebben gekregen. Allereerst lijken de mythische aspecten van de eed vrijwel verdwenen. Belangrijke aspecten als exacte formuleringen en rituelen worden niet meer als belangrijk herkend. Het betekent ook dat zogenaamde 'tegenrituelen' en 'bedrieglijke eedaflegging' niet meer worden geaccepteerd. Tegelijkertijd betekent dit dat de gewichtige betekenis van de eed verdwijnt. Het wordt als 'enkel' symboliek en ritueel gezien of een 'aanzet tot bezinning.' Dat mag blijken uit het gebruik van de eed als een integriteitsinstrument. Hier geldt wellicht de waarschuwing van Jeremy Bentham (1817) twee eeuwen geleden: wees voorzichtig met het gebruik van de eed, want anders onderstreept het eerder moreel verval dan dat het moreel bewustzijn vergroot!

De eed kan als sociale handeling ook reële sociale effecten hebben. Dat is het duidelijkst zichtbaar aan de getuigeneed en de ambtseed. Een bekende illustratie vormt Barack Obama die de eed opnieuw moest afleggen omdat hij haperde bij de aflegging en (mogelijk) niet had voldaan aan de vereisten om zijn publieke functie te mogen uitoefenen.

Maar heeft een eed effect? Een eed is onderdeel van het complexe netwerk van sociale verwachtingen en verplichtingen met betrekking tot intermenselijk gedrag (Rousseau, 2001). Het is een expliciete belofte en veroorzaakt sociale druk met een effect op gedrag en zelfbeeld. Schlesinger (2008) wijst erop dat met name de financiële sector aan elkaar hangt van de beloften en vertrouwensrelaties.

Onderzoek naar de invloed van het doen van belofte op het gedrag is oud. Kurt Lewin (1947/1953) toonde aan dat een publieke belofte een significant effect heeft op gedrag. Recenter onderzoek toont onder andere aan dat de (ervaren) vrijwilligheid daarbij van grote invloed is (Lokhorst, 2009). Een opgelegde belofte heeft minder kans dat de gedane uitspraken ook eigen worden gemaakt (zogenaamde 'internalisering') en tot het gewenste gedrag leiden. Dit doet echter geen afbreuk aan de gewekte sociale verwachtingen. Vooral een publieke belofte heeft invloed door het onherroepelijke karakter (Schlenker, 1980). Zelfs een onoprechte belofte blijkt door de sociale druk effect te kunnen hebben. Bij dit alles spelen de aloude rituelen en plechtigheden een versterkende rol: ze vergroten de sociale verwachtingen, maar ook de ervaring van vrijwilligheid en daarmee de kans op internalisatie.

Opzet van het onderzoek

Om te onderzoeken wat het mogelijke effect van de bankierseed is, is een digitale enquête gebruikt. Er zijn twee vragenlijsten opgesteld: een voor consumenten en één voor adviseurs. Naast vragen over de bankensector en de betekenis van een eed is ook gekeken naar demografische karakteristieken, werkervaring en lidmaatschap van beroepsverenigingen of ervaring als consument met adviseurs. Het onderzoek is in de periode van 17 februari tot 3 maart 2014 uitgezet onder de lezers van Fondsnieuws.nl, Het Financieel Dagblad en leden van de VBA en DSI. De respondenten moesten aangeven of ze adviseur of consument waren.

Onderzoekresultaten

Er hebben in totaal 809 personen deelgenomen aan dit onderzoek: 40,8% adviseurs en 59,2% consumenten. Verondersteld kan worden dat deze groep relatief gezien goed geïnformeerd is over het wel en wee in de financiële sector. Een vervolgonderzoek onder financieel minder geïnteresseerden zou een

interessante aanvulling kunnen zijn op dit onderzoek. Opvallend was dat er erg weinig vrouwelijke respondenten zijn geweest (15,7%); er zijn geen significante afwijkingen gevonden in de resultaten ten opzichte van de mannelijke deelnemers. De leeftijdsopbouw was redelijk gespreid met een lichte ondervertegenwoordiging onder de 40 jaar: 20-40 jaar (23,3%); 40-60 jaar (43,3%); boven de 60 jaar (33,5%). Ook hier zijn geen significante verschillen gevonden. Dat wil zeggen dat demografische kenmerken geen significante verbanden opleveren wat betreft opvattingen over de bankensector of bankierseed.

Vertrouwen in de financiële sector

Er blijkt een significant verschil te zijn in het gepercipieerde vertrouwen dat er volgens de adviseur⁸ is in de financiële sector en hetgeen de consument aangeeft. Ruim 58% van de consumenten heeft een neutraal tot hoog vertrouwen, terwijl slechts 38% van de adviseurs dit aangeeft. Een opmerkelijk verschil temeer de bankierseed en gedragscode wordt ingevoerd vanwege het vermeend lage vertrouwen van de consument in de financiële sector. Als gekeken wordt naar het vertrouwen van consument in de adviseurs, dan geeft daarentegen maar liefst 83% van de adviseurs aan dat dit vertrouwen in henzelf hoog tot zeer hoog wordt ingeschat. Anders gesteld: het vermoede gebrek aan vertrouwen van de consument in de financiële sector zou volgens de adviseur niet aan hem te wijten zijn. Het blijkt dat dit beeld deels door de consumenten wordt onderschreven, ruim 76% meent dat de deskundigheid van hun adviseur neutraal tot (zeer) hoog is. Als het gaat om de integriteit, dan beoordeelt bijna 76% dit als neutraal tot (zeer) hoog. Kortom, het beeld is redelijk positief. Het vertrouwen in de financiële sector is overwegend laag, terwijl het vertrouwen in de adviseur zelf relatief hoog is. Een verband tussen het lage vertrouwen in de sector en het hoge vertrouwen in de adviseur is niet gevonden.

Vertrouwen in de bankierseed

Met de stelling ‘de bankierseed vergroot het vertrouwen in de financiële sector’ blijkt een kleine meerderheid (57%) het oneens te zijn. Toch is er een aanzienlijk verschil tussen adviseurs en consumenten (zie figuur 1).

Er is op voorhand geen aanwijsbare reden waarom adviseurs een negatiever beeld van een eed zouden hebben. Het berust in elk geval niet op een lager oordeel over de collega’s, maar sluit wel aan op de gesignaleerde lagere inschatting van het vertrouwen in de sector. Een mogelijke verklaring voor de lagere waardering is dat het een uiting is van een weerstand tegen een verplichte belofte die de adviseurs zelf moeten afleggen.

Als ter controle wordt gekeken naar de verwachte invloed van de bankierseed op het gedrag, dan blijkt dit een positievere response op te leveren. Een kleine meerderheid van de consumenten (57,4%)

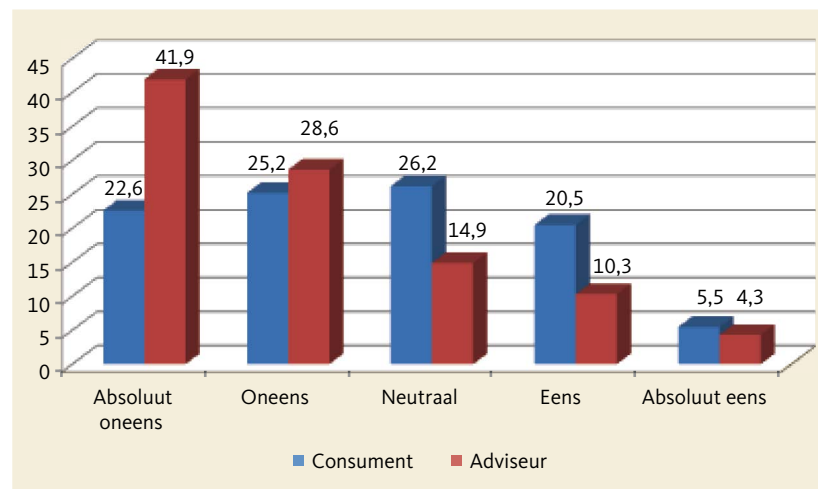
verwacht een positief effect, tegenover 35,8% juist niet. De adviseurs zijn aanmerkelijk negatiever: 61,1% verwacht geen effect tegen 18,9% die wel effect verwacht. Tussen het vertrouwen in de bankierseed en het verwachte effect blijkt ook een sterke significante positieve correlatie te bestaan. Oftewel, meer vertrouwen in het effect van de bankierseed leidt tot meer vertrouwen in de financiële sector en omgekeerd.

Kenmerken van de eed

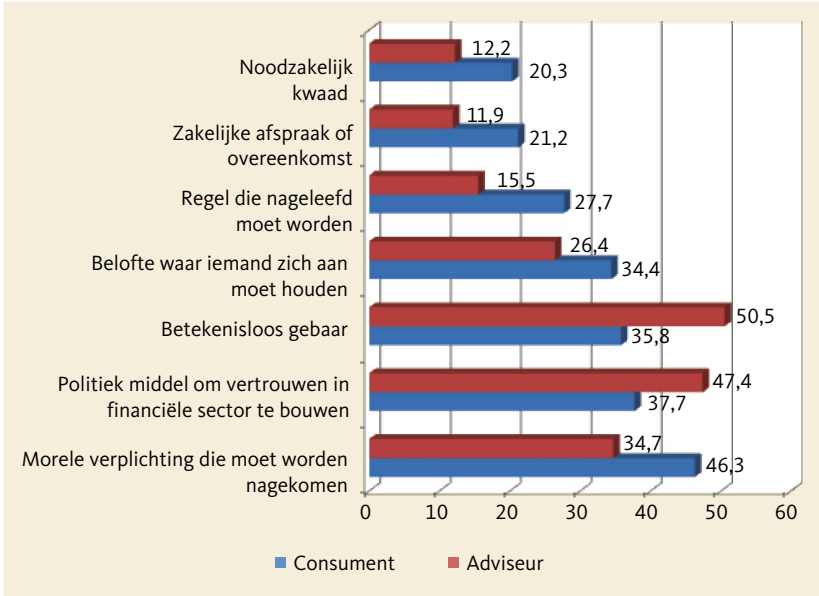
Het vertrouwen in de bankierseed is mede afhankelijk van de betekenis die een eed voor mensen heeft. Om dat te peilen is naar de waardering voor traditionele kenmerken van de eed gekeken. Allereerst is gevraagd naar het publieke karakter. De adviseurs achten met 56,5% een publiek karakter onbelangrijk; met de nadruk op zeer onbelangrijk (39,8%), terwijl 35% het juist belangrijk tot zeer belangrijk vindt. Bij de consumenten is dit omgekeerd: 55,5% vindt een publiek karakter belangrijk en 28,9% onbelangrijk. Eenzelfde patroon is te zien wat betreft de kenmerkende ceremonie en plechtigheid van een eedaflegging: adviseurs achten dit overwegend onbelangrijk (75,7%), evenals een kleinere meerderheid van de consumenten (56,9%). De notie van een mogelijk ongeldige eed blijkt maar beperkt aanwezig. Een krappe meerderheid van de consumenten (55,7%) vindt correcte eedaflegging belangrijk en maar 37,4% van de adviseurs. Tenslotte is gekeken naar de gebruikelijke schriftelijke vastlegging van een eedaflegging. Van de adviseurs vindt 52,3% dit belangrijk tot zeer belangrijk en van de consumenten maar liefst 76,1%.

De onderzochte kenmerken van de eed blijken positief te correleren. Dit duidt erop dat ofwel in de volle breedte de traditionele kenmerken van een eed worden herkend, of dat ze juist allemaal worden afgewezen. Er lijkt dus een redelijk coherent begrip te zijn. Echter, de lage herkenning van een mogelijke incorrecte eedaflegging en de lage steun voor het traditioneel belangrijke ceremoniële en plechtige karakter wijst er wel op dat dit begrip niet strookt met de traditionele kenmerken van de eed.

Figuur 1 ‘De bankierseed vergroot het vertrouwen in de financiële sector’ (n=806, in %)



Figuur 2 Associaties bij de bankierseed (meerdere antwoorden mogelijk)



De betekenis van de bankierseed

De bankierseed blijkt nogal verschillende en tegenstrijdige associaties op te roepen bij de respondenten. De respondenten konden zeven gangbare opties aankruisen en tegelijk ook zelf associaties invullen.

Bij de adviseurs blijkt de associatie ‘betekenisloos gebaar’ hoog te scoren, terwijl consumenten de eed het meest associëren met ‘een morele verplichting’. De top drie is bij beide hetzelfde: ‘morele verplichting’, ‘politiek middel’ en ‘betekenisloos gebaar’. Van de consumenten vult 9,9% en van de adviseur 15,2% zelf iets in. Grotendeels zijn het gelijksoortige associaties in andere woorden, waarbij negatieve kwalificaties domineren: “herhalend”, “loos”, “sanctie nodig”, “naïef en hypocriet”, “betutteling” maar ook “persoonlijke commitment”.

De eedafnemer

Wie moet de eed afnemen van de bankiers? De respondenten blijken slechts in minderheid te voelen voor collega’s (waaronder ook de compliance officer) of een groep klanten. Bij adviseurs, noch consumenten halen die 10%. De directie van de instelling scoort bij 17,4% en bij de consumenten 10,9%. De rechter scoort bij de consumenten 28,9%, tegen 13,4% bij de adviseurs. Bij beide groepen wordt de toezichthouder AFM of DNB het meest genoemd: adviseurs (30,4%) en bij consumenten (36,9%). Daarnaast werden er door 17% van de adviseurs en 10,3% van de consumenten nog andere opties aangedragen, zoals “de leidinggevende met klant erbij”, “de koning”, “de beroepsgroep” en “Youtube filmpje”.

Klantbelang

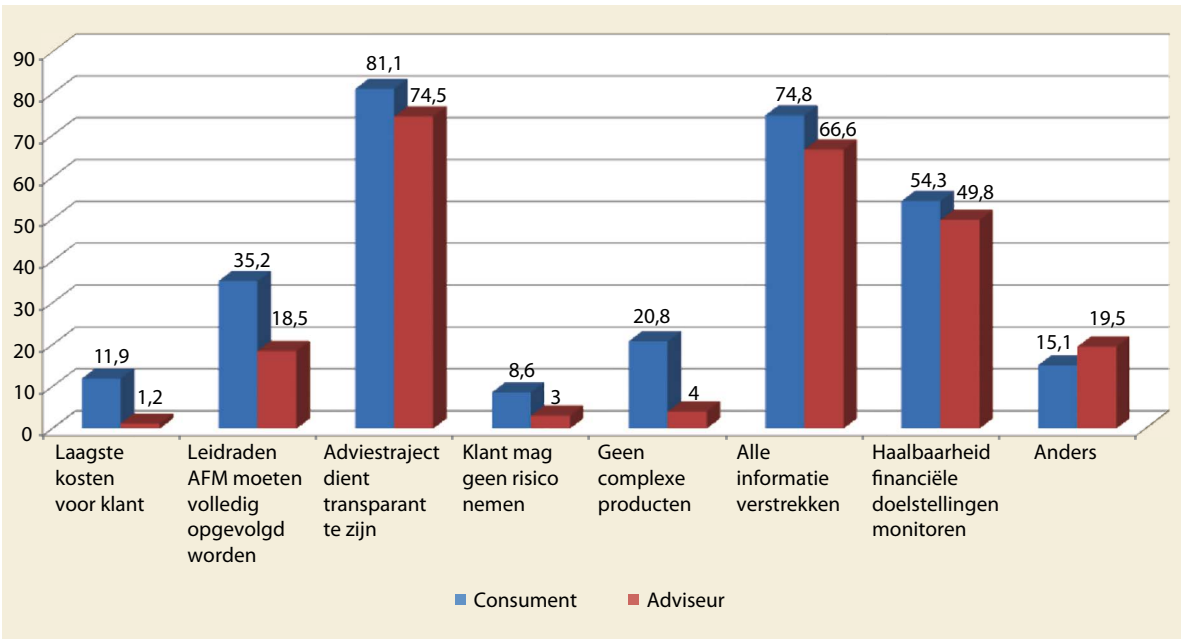
Een sleutelbegrip in de bankierseed vormt ‘klantenbelang’. Welke betekenis heeft dit voor de respondenten? Figuur 3 laat de uitkomsten zien, waarbij meerdere antwoorden konden worden aangekruist.

Het valt op dat die aspecten die de respondenten noemen als belangrijk in het kader van het centraal stellen van het klantbelang, voor een groot gedeelte overeenkomen met die aspecten die de NVB noemt in haar gedragscode. In de aangedragen alternatieven worden “goede informatievoorziening” en “transparantie” vaak genoemd, maar ook “aantoonbare suitability” en meer afwijzende reacties zoals: “bij geld niet uitgaan van goede trouw” en “niet toetsbaar”.

Sanctionering

Een eed is een morele verbintenis, hoe zit het dan met sancties? Welnu 28,9% van de adviseurs acht sancties onbelangrijk en 59,8% juist belangrijk. Bij de consumenten is het zelfs 82,6% die sancties belangrijk acht. Bij de adviseurs is er bovendien een positief verband gevonden tussen het waarderen

Figuur 3 ‘Hoe zou ‘klantbelang centraal’ getoetst moeten worden’ (in %, n=809, meerdere antwoorden mogelijk)



van sancties en het toekennen van een meerwaarde aan de eed (Pearson correlatie: .152).

Die sanctionering mag ver gaan voor de 61,8% van de consumenten die het eens zijn met de stelling: 'Iemand die de verplichte bankierseed weigert, mag zijn beroep in de banksector niet meer uitoefenen'. Bij de adviseurs is dat slechts 30,4%. Daar is een krappe meerderheid van 56,8% het oneens met een 'beroepsverbod'. Des te sterker men het eens is met sanctionering, des te meer waarde er ook aan de bankierseed blijkt te worden toegekend. Andersom zijn de resultaten ook significant: is men het oneens met bovenstaande stelling, dan ziet men ook minder of geen meerwaarde in de bankierseed. Er kan worden geconcludeerd dat adviseurs die de bankierseed positief waarderen dat doen in samenhang met een (zwaar) sanctioneringbeleid. Omgekeerd blijkt er bij de adviseurs een verband te zijn tussen het positieve beeld dat men heeft van de integriteit van collega's en een lagere waardering van sancties. Vergelijkbare correlaties zijn bij de consumenten niet gevonden; die blijken sanctionering hoe dan ook belangrijk te vinden ongeacht hun vertrouwen in de adviseur.

Eed of contract

De bankierseed staat niet op zichzelf. Hoe wordt deze gewaardeerd in verhouding tot codes en contracten? De adviseurs blijken aan een bankierseed overwegend geen meerwaarde toe te kennen ten opzichte van een beroepscode (64,4% niet, 21% wel) of een contract (57,8% niet; 24,7% wel). De consumenten laten wederom een omgekeerd beeld zien waarbij de grootste groep wel een meerwaarde ziet ten opzichte van een beroepscode (44,8% wel; 34,8% niet) en een contract (53,4% wel; 21,2% niet).

Samenhang van vertrouwen in personen en sociale omgeving

Uit dit onderzoek komt naar voren dat het toekennen van een meerwaarde aan de bankierseed samenhangt met het vertrouwen in de banksector als geheel en in de medewerkers. Dit blijkt bijvoorbeeld doordat de groep consumenten met een hogere inschatting van de deskundigheid van de adviseurs er ook meer vertrouwen in hebben dat de bankierseed het vertrouwen in de financiële sector zal verbeteren. Kortom, vertrouwen in de adviseurs en/of sector hangt samen met vertrouwen in de bankierseed. Tegelijkertijd laten de uitkomsten zien dat een hoger vertrouwen van de consumenten in de financiële sector samen gaat met een lagere waardering voor sancties. Bij de adviseurs is overigens geen significante relatie gevonden tussen vertrouwen en sancties; beide worden dus onafhankelijk van elkaar beoordeeld.

Conclusies en aanbevelingen

De onderzoekresultaten geven als algemeen beeld dat het vertrouwen in de bankierseed niet bijzonder hoog is. Onder de consumenten bestaat enig draagvlak, maar de adviseurs zijn overwegend afwijzend. Een positief effect van de bankierseed op

het vertrouwen in de sector of op het gedrag van de adviseur wordt niet hoog ingeschat. Echter, zeker bij gebrek aan empirisch vergelijkingsmateriaal uit andere sectoren, is er geen reden de bankierseed per definitie af te wijzen. Dat de adviseurs bijvoorbeeld afwijzend zijn hangt mogelijk samen met het gegeven dat zij diegenen zijn die een eed moeten afleggen en de morele verplichting bezwaarlijk vinden. Dat is niet al te verrassend, want ook herkenbaar bij bezwaren tegen bijvoorbeeld de ambtseed in het verleden.¹⁰ Bovendien is er relatief weinig toelichting gegeven op de eed waardoor deze mogelijk vooral als 'bestrafing' voor 'ontspoorde bankiers' wordt ervaren. Een meer positieve benadering in termen van bijvoorbeeld 'beroepstrots' (vergelijk Van Mierlo, 2010) lijkt node te missen.

Eén probleem lijkt in elk geval onbekendheid met de (traditionele) eed te zijn. Dit geldt voor zowel het publieke karakter, uitvoering, plechtigheid en ceremonie. Dit bevestigt dat de eed een andersoortige betekenis heeft gekregen in de hedendaagse samenleving. Tegelijkertijd kan wel worden geconstateerd dat consumenten de voorkeur geven aan een publieke eedaflegging. Ook blijkt dat de voorkeur van alle respondenten nadrukkelijk uitgaat naar een onafhankelijke (publieke) eedafnemer zoals de toezichhouder. Slechts een minderheid ziet de directie of leidinggevende als eedafnemer, in tegenstelling tot hetgeen momenteel ter consultatie voorligt.

Opvallend is de lage waardering voor plechtigheid en ceremonie. Een meerderheid (75% van de adviseurs) acht deze aspecten onbelangrijk. Uit psychologisch onderzoek weten we dat dit juist wel van belang is. Verder lijkt de bankierseed vooral in samenhang met andere maatregelen te moeten worden beschouwd en speelt sanctionering een grote

De consumenten zijn in grote meerderheid van mening dat het niet afleggen van de eed tot een 'beroepsverbod' moet leiden

rol. Ook adviseurs die hun waardering uitspreken voor de bankierseed, vinden sancties van belang.

Dit brengt ons bij een algemeen punt. Wat opvalt is de onderlinge samenhang tussen een positievere waardering voor de sector, de integriteit en deskundigheid van de adviseurs en voor de bankierseed en het mogelijke effect daarvan. Met andere woorden, de uitkomsten geven aan dat diegenen met een positiever beeld, ook positievere verwachtingen van de bankierseed hebben. Maar ook omgekeerd.

Dat lijkt erop te wijzen dat de bankierseed vooral het vertrouwen van diegenen die dat al hebben kan bevestigen en mogelijk versterken. Op zich belangrijk, maar het is wel de vraag of de bankierseed diegenen die een negatiever beeld hebben van de sector en die tegelijkertijd minder waarde hechten aan de bankierseed, ook worden bereikt. Hier is zeker meer inspanning nodig.

In weerwil van de niet al te positieve waardering lijkt de bankierseed niet kansloos. Het is wel een 'up hill battle' wil de eed bijdragen aan het verbeteren van vertrouwen in de financiële sector. De bankierseed is in de huidige vorm echter vlees noch vis: het is geen professionele eed ten overstaande van de vakgenoten en evenmin een politieke eed die door de overheid wordt afgenomen. Wat betreft de professionele eed moet worden geconstateerd dat de categorie 'bankmedewerker' niet verwijst naar een enigszins homogene beroepsgroep.¹¹ In weerwil van de percepties van de respondenten lijkt het belangrijk om traditionele inzichten over de eed gecombineerd met hedendaagse sociologische en psychologische inzichten te gebruiken: een publieke signatuur aan de eed geven, de eedaflegging met ceremonieel en rituelen omkleden en het blijven herhalen van het belang van de eed.¹² De eed zou, zoals ook blijkt uit eerdere wetenschappelijke onderzoeken (Lokhorst, 2009), beter vrijwillig afgelegd kunnen worden. Daarbij heeft het onze voorkeur om eerst de gedragscode en tuchtrecht

robuust in te voeren. Beide bieden, ten opzichte van de eed, expliciete richtlijnen en normen. Met tuchtrecht wordt bovendien aansluiting gevonden bij de door de respondenten geuite behoeften aan sanctionering. De bankierseed als moreel appèl past veeleer als een echt sluitstuk waarin 'beroepseer' en 'publieke belofte' tot uitdrukking komt: "Hiervoor staat mijn beroepsgroep en als professional ben ik trots om deze morele waarden uit te dragen."

Aanbevelingen

- Zet primair in op het invoeren van de gedragscode en bijpassend tuchtrecht met controle, handhaving en sanctionering.
- Het invoeren van een bankierseed zou op een later moment **én op vrijwillige basis** moeten gebeuren. Daarbij zou er tijdig en voldoende positieve aandacht geschonken moeten worden aan de betekening van de bankierseed.

Ten slotte, als morele verklaring biedt de eed geen houvast voor concrete beslissingen en dus ook niet als legitimatie. Dat is met name het geval waar de belangen van stakeholders nu eenmaal tegenstrijdig kunnen zijn. Dan biedt de eed wel een verplichting, maar geen houvast voor het handelen. Continue aandacht voor de morele verantwoordelijkheid als professional in de financiële sector is naar onze mening onontbeerlijk: 'afvinken' van een verklaring zal nooit afdoende zijn voor medewerker noch samenleving. ■

Literatuur

— Bentham, J. (1817/2005) *Swear not at all containing an exposure of the mischievousness as well as antichristianity of the ceremony of an oath*, London: Elibron Classics.

— Boatright, J.R. (2013) Swearing to be virtuous: the prospects of a banker's oath' *Review of Social Economy*. 71(2), 140-165

— Lévy-Bruhl, H. (1959) *Reflections sur le serment*. In *Etudes d'histoire offerts à P. Petot*, Paris: Dalloz.

— Lewin, K. (1947/1953). Studies in group decisions. In D. Cartwright & A. Zander (eds), *Group Dynamics: Research and Theory*, London: Tavistock publications.

— Lokhorst, A.M. (2009) *Using commitment to improve environmental quality*, Leiden: Kurt Lewin Instituut.

— Mazar, N., D. Ariely (2008), *The Dishonesty of Honest People: A Theory of Self-Concept Maintenance*, *Journal of Marketing Research* 633 Vol. XLV (December 2008), 633-644.

— Mierlo, H.L. van (2010). Bankiers zweren bij geld. Achtergronden, betekenis en toekomst van de bankierseed. Scriptum.

— Prodi (1993) Der Eid in der europäischen Verfassungsgeschichte. Zur Einführung. In P. Prodi (Ed.). *Glaube und Eid. Treueformeln, Glaubensbekenntnisse und Sozialdisziplinierung zwischen Mittelalter und Neuzeit*, München: Oldenbough.

— Rousseau, D.M. (2001) Schema, promise and mutuality: The building blocks of the psychological contract. *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 74, 511-541.

— Rutgers, M.R. (2013). Will the Phoenix Fly Again? *Review of Social Economy*, LXXI (2) 1-28

— Rutgers, M.R. (2014/in print). A History of the Oath of Office in the Netherlands. In: F. Sager & P. Overeem, *The European Public Servant*. Colchester: ECPR

— Schlenker, B.R. (1980) *Impression management. The self-concept, social identity, and interpersonal relations*, Monterey, Cal.: Brooks/Cole.

— Schlesinger, H.J. (2008) *Promises, oaths, and vows. On the psychology of promising*. New York/London: The analytic press.

Noten

- 1 Tom Loonen is werkzaam bij Bank Insinger de Beaufort en deeltijd associate professor aan de VU-VBA opleiding. Mark Rutgers is hoogleraar Filosofie van het openbaar bestuur aan de Universiteit van Amsterdam. De onderzoekers danken de (hoofd) redactie van Fondsnieuws voor de uitstekende samenwerking. Ook dank aan Het Financieel Dagblad, DSI en de VBA voor de mogelijkheid dit onderzoek onder de leden en

- lezers kenbaar te maken. Tevens worden Manon de Groot en Judith von Reeken bedankt voor hun onderzoeksondersteuning. Ook willen wij Philip Stork en Hans Ludo van Mierlo bedanken voor hun commentaar. Tot slot willen wij Stichting Capital Amsterdam bedanken voor de financiële bijdrage om de onderzoeksondersteuning mogelijk te maken.
- 2 Ten tijde van dit onderzoek was er door het Kabinet-Rutte II nog geen besluit genomen of de eed of belofte, tuchtrecht en gedragscode verplicht zou worden gesteld aan een grotere groep bankiers. Daarbij was de exacte inhoud van de eed nog niet bekend onder een breed publiek.
 - 3 Voor een uitvoerige bespreking van de bankierseed zie H-L van Mierlo (2010).
 - 4 Zie DNB Bulletin van 29 januari 2013.
 - 5 Voor een uitvoeriger bespreking zie bijvoorbeeld Prodi (1993) of Rutgers (2013 en 2014).
 - 6 TK 1910-1911 B. 138; *Staatsblad* 1911 no. 215.
 - 7 *Staatsblad* 1916 no. 174.
 - 8 Het lidmaatschap van of een registratie bij een vereniging of registratie-instituut (VBA, DSI, FFP of SEH) is niet van invloed op de mate van vertrouwen die de adviseur denkt dat de consument algemeen vertrouwen heeft in de financiële sector. Wel is er positieve significantie gevonden. Zo blijken

geregistreerden bij DSI significant vaker van mening dat hun collega DSI-geregistreerden meer integer zijn dan adviseurs die geen DSI-registratie bezitten.

- 9 Zie het consultatiedocument 'Toekomstgericht Bankieren' van de Nederlandse Vereniging van Banken (www.nvb.nl). Hier is in de concepttekst van de bankierseed te lezen (p.17): "Ik zweer/beloof binnen de grenzen van mijn functie die ik op enig moment in de bancaire sector vervul dat ik in die afweging het belang van de klant centraal zal stellen".
- 10 Zie Rutgers (2014).
- 11 J. Soeharno trekt in het magazine 'Bankwereld' van de NVB (april 2014) een vergelijkbare conclusie. Hij stelt: "Dé bankmedewerker bestaat niet. Voor de relatiebeheerder betekent 'de klant centraal stellen' waarschijnlijk iets anders dan voor de bankbestuurder". Een bankierseed zou wat ons betreft beter beperkt worden tot een duidelijk identificeerbare, homogene groep van medewerkers. Dit maakt ook dat waarden en normen binnen die groep beter herkend en erkend worden. Voorts zal er aandacht moeten zijn voor de geloofwaardigheid en vormgeving van de eedaflegging, aangezien de legitimiteit van de eed geen gegeven is.
- 12 Zie Mazar, Ariely (2008)