



Bijlage Reputatieonderzoek

Deelnemers en onderzoeksvragen

De 185 stakeholders van de ACM die aan het onderzoek hebben meegewerkt, komen uit de sectoren die de ACM reguleert, de zorg, de advocatuur, branche- en belangenorganisaties, de pers en opinieleiders. Daarnaast hebben 1022 managers uit het gehele Nederlandse bedrijfsleven meegedaan aan het onderzoek. Deze samenvatting bevat voornamelijk de resultaten van de stakeholders van ACM.

In het onderzoek is gekeken hoe de ACM is beoordeeld, maar vooral ook hoe de respondenten tegen de ACM aankijken en wat de meeste bepalende factoren zijn voor de reputatie van de ACM.

Belangrijke factoren

Uit de analyse van de resultaten bleken de volgende factoren belangrijk te zijn voor de reputatie van de ACM:

- Of men vindt dat de ACM eerlijk het algemeen belang dient
- De ervaren legitimiteit van het ACM toezicht
- De ervaren deskundigheid van de ACM
- Of de ACM goede guidance biedt
- De bereikbaarheid van de ACM

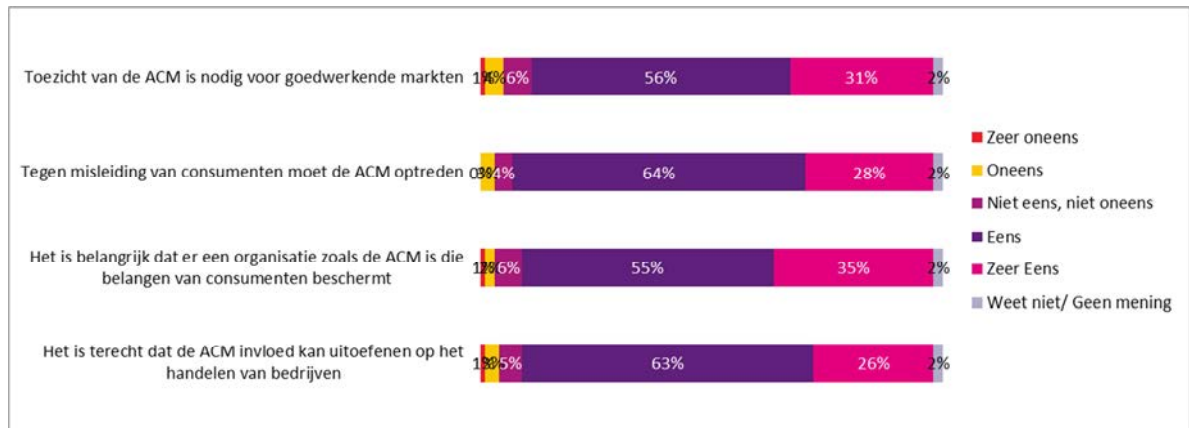
Eerlijk het algemeen belang dienen

De meeste contactpersonen vinden dat de ACM onafhankelijk is, haar werk op een eerlijke manier doet en handelt in het algemeen belang. Een kleine groep is het hier niet mee eens. De contactpersonen verschillen van mening over de vraag of de ACM alle bedrijven gelijk behandelt in gelijke omstandigheden. Dit zijn voor de ACM belangrijke en per saldo positieve uitkomsten. Het is voor de ACM belangrijk om erkend te worden als een organisatie die op een integere wijze werkt en daarbij handelt in het algemeen belang.



Legitimiteit

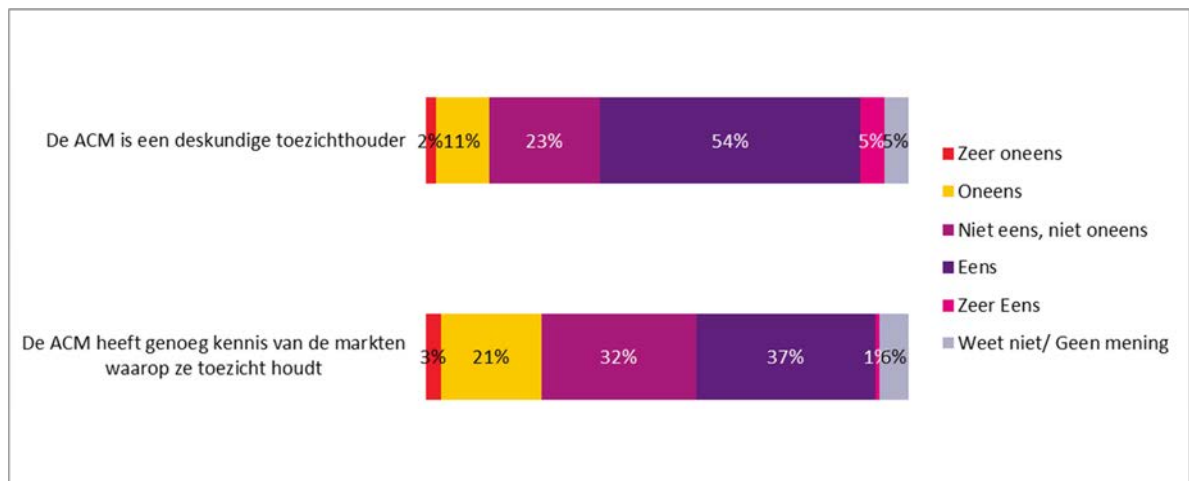
De overgrote meerderheid van de respondenten vindt de ACM en haar toezicht legitiem.



Deskundigheid en marktkennis

De meeste respondenten vinden de ACM een deskundige toezichthouder. Over de vraag of de ACM genoeg kennis heeft over de markten waar zij toezicht op houdt, zijn de respondenten meer verdeeld.

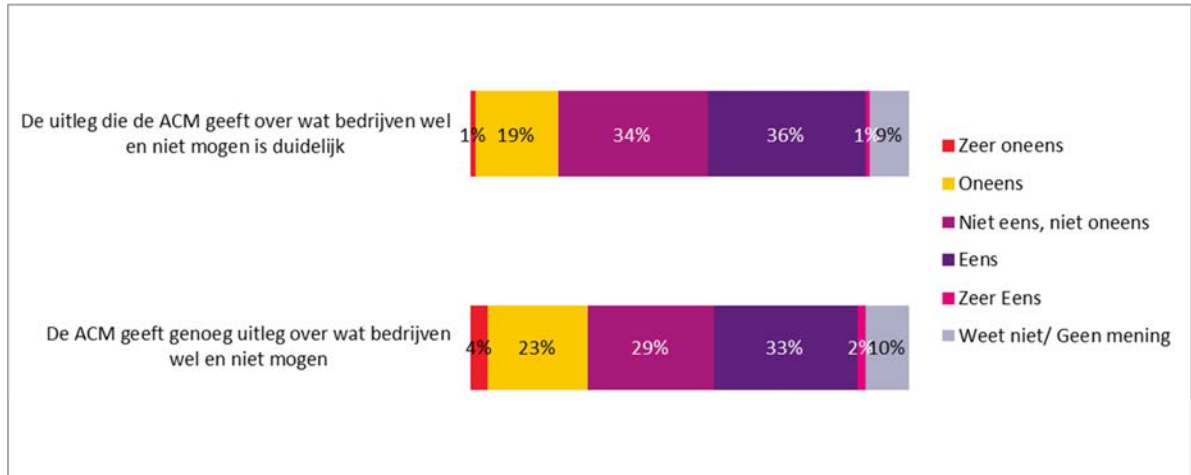
De ACM ziet dit als een belangrijk punt. Daarom is de ACM altijd nadrukkelijk bezig met het investeren in kennis. De ACM is zich bewust van het belang van het werven én behouden van de juiste mensen.



Goede guidance

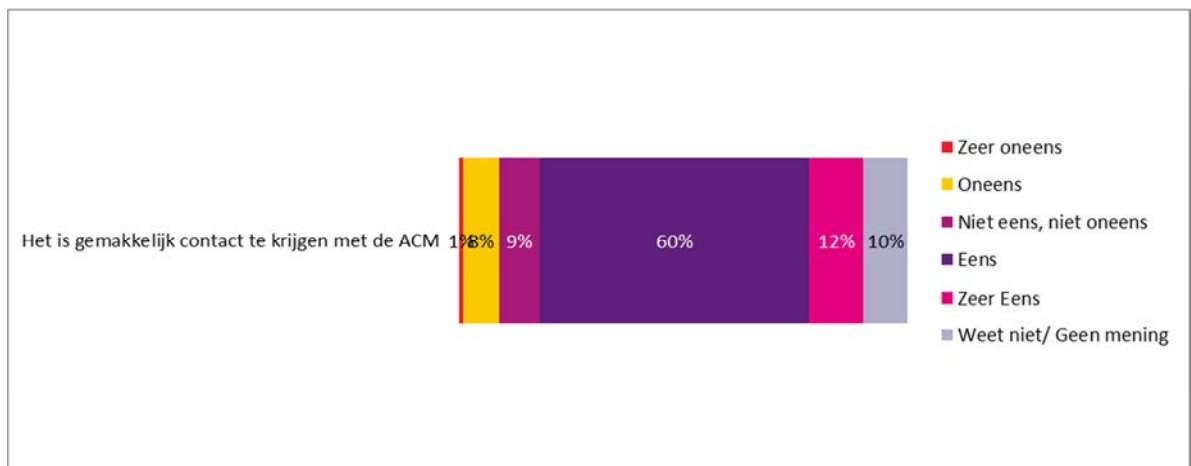
Respondenten verschillen van mening over de vraag of de ACM voldoende guidance geeft aan bedrijven. Iets meer dan een derde vindt dat de ACM genoeg uitleg geeft over wat bedrijven wel en niet mogen doen en dat die uitleg duidelijk is. Een kwart tot een vijfde is het hiermee oneens.

De ACM verkent op dit moment de mogelijkheden voor een duidelijker intern beleid over welke uitleg zij als toezichthouder kan en wil geven. Hierbij wordt expliciet aandacht besteed aan de vraag of de ACM méér guidance kan bieden.



Bereikbaarheid

Over het algemeen geven de respondenten aan dat het gemakkelijk is contact te krijgen met de ACM. De meerderheid is het eens met deze stelling, slechts een klein deel is het hiermee oneens.



Resultaten onderzoek onder bedrijven

71% van de bevroegde managers uit het bedrijfsleven herkende de naam ACM. Ongeveer 6% van hen noemde de ACM ook spontaan als een organisatie die erop toeziet dat bedrijven volgens de wet ondernemen. Bij managers zijn vooral de consumentenbescherming en het toezicht op prijsafspraken bekend.

Tot Slot

Het reputatieonderzoek biedt de ACM waardevolle informatie. De ACM is tevreden over een groot gedeelte van de resultaten en gaat werken aan de punten waar verbetering nodig is, met name op het gebied van marktkennis, guidance en voorlichting. Daarbij staat de effectiviteit van het werk steeds voorop.