



Paul de Beer (FD 27 oktober 2014, "Transparantie ondergraaft vertrouwen") slaat de spijker op de kop door te stellen dat "het benadrukken van transparantie een uitdrukking van wantrouwen" is. Een roep om transparantie komt inderdaad voort uit een gebrek aan vertrouwen, ongeacht of deze roep nu van een individu of een maatschappij komt.

Echter, anders dan de Beer concludeert, kan transparantie juist wel bijdragen aan het – opnieuw- vormgeven van vertrouwen. Het is daarbij essentieel dat informatie niet los word rondgestrooid. Werkelijke transparantie wordt bereikt door informatie te verstrekken die is toegesneden op de specifieke doelgroep. De "afzender" dient de "ontvanger" te kennen en daarmee de context van de informatieverstrekking te bepalen.

Anders dan de Beer beweert, zou het doel niet moeten zijn om een vanzelfsprekende intrinsiek gemotiveerde betrouwbaarheid na te streven, maar te streven naar een transparantie die die intrinsieke motivatie tot uiting brengt.

Nicky Touw LLM BPhil
Associate bij Financial Markets Conduct