



Maak verantwoorde leenbeslissing makkelijker

Invloed van de online keuzeomgeving op leengedrag

Publicatiedatum: 26-nov-2019

Autoriteit Financiële Markten

De AFM maakt zich sterk voor eerlijke en transparante financiële markten.

Als onafhankelijke gedragstoezichthouder dragen wij bij aan duurzaam financieel welzijn in Nederland.

Inleiding

Keuzeomgevingen kunnen sturen

De manier waarop keuzes worden voorgelegd aan mensen heeft invloed op de beslissingen die zij nemen. Elke keuzeomgeving stuurt, zo ook de online omgeving waarin mensen een lening aanvragen. In online aanvraagformulieren voor leningen staan bijvoorbeeld vaak een leenbedrag en een maandelijks aflosbedrag standaard ingevuld. Uit wetenschappelijke literatuur is bekend dat mensen zowel bewust als onbewust worden beïnvloed door dit soort referentiepunten: ze beschouwen een vooringevuld bedrag als een advies, of gebruiken het als uitgangspunt voor hun keuze.

Hoewel het aanvragen van een lening nuttig kan zijn, kan sturing die uitgaat van de keuzeomgeving ervoor zorgen dat mensen mogelijk een product kiezen dat niet past bij hun behoeften en belangen. De AFM ziet erop toe dat kredietverlening aan consumenten op een verantwoorde manier gebeurt. Het ministerie van Financiën hanteert daarnaast als een van de beleidsdoelstellingen voor consumptief krediet dat kredietaanbieders consumenten niet mogen sturen in de richting van een hoger leenbedrag en/of een langere looptijd.¹

Waarom doen we onderzoek?

Een zorgvuldig ingerichte keuzeomgeving bevordert verantwoorde kredietverlening aan consumenten. De invloed van elementen in de keuzeomgeving is echter afhankelijk van de context. Om erachter te komen in hoeverre elementen in keuzeomgevingen sturend werken, is het belangrijk om in de praktijk onderzoek te doen. Experimenteren – ook wel bekend als A/B-testen – is daarbij een effectieve en betrouwbare methode. De AFM schrijft op basis van dit specifieke onderzoek niet voor hoe consumptief-kredietaanbieders hun keuzeomgeving moeten inrichten. Wel verwacht de AFM dat kredietaanbieders onderzoek doen in hun eigen context en dat zij zorgvuldige afwegingen maken over de inrichting van de keuzeomgeving.

Doel van het onderzoek

De AFM heeft in samenwerking met kredietaanbieder Freo onderzoek gedaan naar aanpassingen in Freo's online leenomgeving. Dit onderzoek laat zien wat de invloed van deze aanpassingen is op beslissingen van mensen over de bedragen die zij lenen en de aflossingsduur van de lening. Aan de hand van dit concrete voorbeeld laat de AFM zien hoe kredietaanbieders op een zorgvuldige manier zelf de verantwoordelijkheid kunnen nemen voor hun keuzeomgeving. Ook draagt dit onderzoek bij aan bovengenoemde beleidsdoelstelling van het ministerie van Financiën voor consumptief krediet. Tot slot past dit onderzoek binnen het streven van de AFM om kritisch te kijken naar de effecten van interventies in de praktijk, om zo aan te kunnen sluiten bij daadwerkelijk gedrag van mensen.

¹ Zie kamerbrief *Uitkomsten onderzoek consumptief-kredietmarkt* van het ministerie van Financiën (11 september 2018). <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2018/09/11/kamerbrief-uitkomsten-onderzoek-consumptiefkredietmarkt>

Samenwerking AFM en Freo

De AFM doet onderzoek naar de invloed van keuzeomgevingen om daar lessen uit te trekken voor haar toezicht. Hiervoor is gedegen onderzoek nodig dat in de praktijk – en niet in een laboratorium – wordt uitgevoerd. Daarom werkt de AFM samen met financiële ondernemingen. In het verleden heeft de AFM bijvoorbeeld onderzoek gedaan met hypotheekverstrekkers en telecomaanbieders.^{2, 3} De AFM bepaalt onafhankelijk van de partijen waar zij mee samenwerkt welke conclusies en aanbevelingen er uit een onderzoek volgen.

Oproep aan de sector

Het onderzoek van de AFM en Freo laat zien dat aanpassingen in de keuzeomgeving kunnen leiden tot gedragsveranderingen, die soms onverwacht zijn. Ook onderstreept dit onderzoek hoe belangrijk het is dat het belang van klanten voldoende wordt meegewogen in de verschillende fases van het aangaan van een lening.

Oproep aan kredietaanbieders

De AFM roept kredietaanbieders op om aan de slag te gaan met hun online keuzeomgeving. Allereerst stimuleert de AFM dat er zorgvuldige afwegingen worden gemaakt over de inrichting van de keuzeomgeving, waarbij rekening wordt gehouden met hoe mensen zich in de praktijk gedragen. Het is daarbij belangrijk te focussen op die elementen die een belangrijke plek innemen in de keuzeomgeving (bijvoorbeeld in het online aanvraagformulier in plaats van in de informatie over productvoorwaarden). Dat gebeurt bij voorkeur op basis van gedegen onderzoek, zoals een veldexperiment.⁴ Daarnaast vertrouwt de AFM erop dat kredietaanbieders het klantbelang voldoende meewegen in de verschillende fases van het aangaan van een lening: in het online aanvraagformulier, de kredietwaardigheidstoets en in de acceptatie- en verwerkingsprocessen. Zo moeten aanbieders er bijvoorbeeld voor zorgen dat de betaalbaarheid van een lening wordt getoetst aan de hand van daadwerkelijk aangevraagde aflospercentages als deze de toetslast van 2% uit de gedragscode van de Vereniging van Financieringsondernemingen in Nederland (VFN) overstijgen. Zij kunnen er dan veilig vanuit gaan dat mensen in staat zijn hun maandelijkse aflossing te blijven betalen.

Aanknopingspunten voor onderzoek in de eigen keuzeomgeving

De AFM schrijft op basis van haar onderzoek met Freo niet voor hoe kredietaanbieders hun keuzeomgeving moeten inrichten. Een goede inrichting van de keuzeomgeving hangt immers af van de context en valt daarmee onder de verantwoordelijkheid van de kredietaanbieder. Wel

² Zie het rapport *Experimenteren: samen leren activeren. Experimenten ING en Florius* van de AFM (Februari 2018).
<https://www.afm.nl/~profmedia/files/rapporten/2018/experimenteren-samen-leren-activeren.pdf>

³ Zie het rapport *Vooraf ingevulde waarden in de inkomens- en lastentoets in de telecombranche. Een experiment in de online keuzeomgeving* (Maart 2018).

<https://www.afm.nl/~profmedia/files/rapporten/2018/telecom-vooraf-ingevulde-waarden.pdf>

⁴ Zie het rapport *Hoe voer ik een betrouwbaar gedragsexperiment uit?* van de AFM (Mei 2017).
<https://www.afm.nl/~profmedia/files/brochures/2017/betrouwbaar-gedragsexperiment.pdf>

doet de AFM suggesties voor ontwerpkeuzes binnen de keuzeomgeving, die kredietaanbieders in hun eigen context verder kunnen onderzoeken en ontwikkelen:

- Zet het vooringevulde leenbedrag op het minimum, om te voorkomen dat consumenten meer lenen dan zij nodig hebben;
- Bied consumenten de mogelijkheid om actief een maandtermijn te kiezen (die wel altijd een substantiële afloscomponent bevat), zodat ze gestimuleerd worden de looptijd van hun lening zo kort mogelijk te houden. Pas de kredietwaardigheidstoets hierop aan, zodat klanten getoetst worden op de werkelijke maandlasten die zij aanvragen;
- Zorg dat consumenten in het online aanvraagproces actief bezig zijn met de totale kosten van de lening.

Naast de suggesties voor ontwerpkeuzes die volgen uit het onderzoek met Freo, stimuleert de AFM kredietaanbieders om nader onderzoek te doen naar een koppeling tussen leendoel en leenbedrag, om te bevorderen dat mensen lenen wat ze daadwerkelijk nodig hebben in plaats van een veelvoud van €5.000. Bijvoorbeeld door bij de klant te informeren naar het leendoel en op basis daarvan (dwingende) aanbevelingen te doen voor de maximale looptijd.

Deze suggesties worden toegelicht in de resultaten en conclusies van de experimenten.

Oproep aan beleidsmakers

Dit onderzoek levert een belangrijke bijdrage aan het streven van de AFM om kritisch te kijken naar de effecten van interventies in de praktijk. Zo onderzocht de AFM eerder de effectiviteit van de kredietwaarschuwing.^{5,6} De AFM moedigt beleidsmakers en andere toezichthouders aan om ook stil te staan bij de effectiviteit en inzet van de keuzeomgeving als beleids- en toezichtsinstrument en het belang van grondig onderzoek naar aanpassingen in deze keuzeomgeving.

Experimenteren in de praktijk

Om te kunnen beoordelen hoe de inrichting van de online keuzeomgeving in de praktijk invloed heeft op de keuzes die mensen maken, heeft Freo haar aanvraagformulier voor leningen in drie verschillende experimenten aangepast.

Experiment 1: Leenbedrag

Gedurende het eerste experiment kreeg een deel van de websitebezoekers een formulier voorgelegd waarin vooraf het leenbedrag €5.000 stond ingevuld, een ander deel zag €9.000 als vooringevuld bedrag en een laatste deel kreeg een leeg invulveld te zien (de 'actieve keuze'). In de

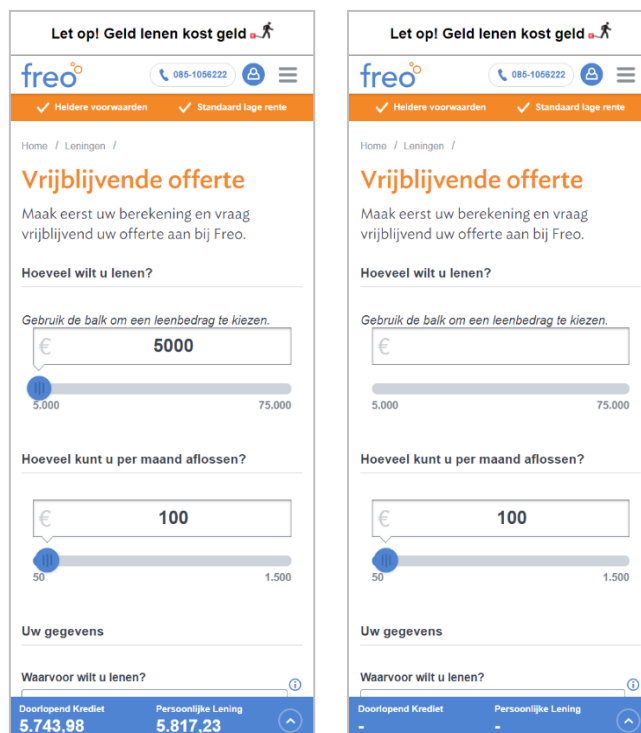
⁵ Zie het rapport *Let op! Geld lenen kost geld. Een onderzoek naar de effectiviteit van een waarschuwing in kredietreclames* van de AFM (December 2016). <https://www.afm.nl/nl-nl/professionals/nieuws/2016/dec/geld-lenen-geen-effect>

⁶ Zie het rapport *Disclosure: Why it shouldn't be the default* van de Australian Securities and Investments Commission van ASIC en de AFM (Oktober 2019). <https://www.afm.nl/nl-nl/professionals/nieuws/2019/okt/onderzoek-verplichte-informatie-afm-asic>

periode dat dit experiment liep, dienden 3.675 mensen een leenaanvraag in (zie afbeelding 1 voor voorbeelden van het aanvraagformulier in dit experiment⁷).

Resultaten

De resultaten laten zien dat er een klein verschil is in het aangevraagde leenbedrag tussen of mensen een vooringevuld bedrag te zien krijgen of niet. Hoewel het gemiddelde leenbedrag dat mensen aanvragen in alle situaties ongeveer gelijk blijft, verandert de verdeling van de bedragen. Bij een vooringevuld bedrag van €9.000 vragen méér mensen een leenbedrag van €9.000 aan (4,5%) dan als zij een vooringevuld bedrag van €5.000 te zien krijgen (0,4%) of een actieve keuze moeten maken (0,7%). Bij een vooringevuld bedrag van €5.000 blijft dit effect uit. Ook kiezen minder mensen bij een vooringevuld bedrag van €9.000 voor een bedrag van €10.000 (6,8%) dan in de andere groepen (10,0% en 9,9%). De uitkomsten laten dus zien dat bij het tonen van een vooringevuld bedrag van €9.000, mensen de neiging hebben om hun leenbedrag aan te passen in de richting van dit bedrag, mits het vooringevulde bedrag in de buurt is van het gewenste leenbedrag. In deze context is het ook opvallend dat veel mensen kiezen voor een rond leenbedrag (70% van de leenaanvragen is een veelvoud van €5.000).



Afbeelding 1: De keuzeomgevingen met en zonder vooringevuld leenbedrag, in mobiele weergave.



⁷ In dit rapport worden de aanvraagformulieren in de mobiele weergave getoond. Ongeveer 64% van de aanvragen vond plaats via mobiel.

Illustratie: welk effect hebben aanpassingen in de keuzeomgeving?

Stel dat iemand €10.000 wil lenen tegen een maandelijks aflosbedrag van 2%, terwijl de rente 6,5% bedraagt. Aan de gehele lening, inclusief rente en aflossing, is hij of zij in totaal €11.694 kwijt. Dit komt neer op aanvullende kosten van €1.694. Als deze persoon tegen dezelfde rente echter het voorgevulde bedrag van €9.000 leent – en eveneens maandelijks 2% aflost - is hij of zij aan de gehele lening in totaal €10.524 kwijt. De kosten bovenop het leenbedrag komen daarmee op €1.524. De inrichting van de keuzeomgeving kan mensen helpen om niet meer te lenen dan zij nodig hebben, zonder hun keuzevrijheid in te perken. In de praktijk blijkt dat een hoger leenbedrag bij sommige kredietaanbieders samengaat met een lager rentepercentage, waardoor het verschil in kosten tussen een lening van €9.000 en €10.000 niet bij elke kredietaanbieder gelijk is. Dit pleit ervoor dat kredietaanbieders ervoor zorgen dat de keuzeomgeving goed aansluit op het renteschema.

Experiment 2: Aflosbedrag⁸

In het tweede experiment bleef het voorgevulde leenbedrag steeds gelijk (€5.000), maar verschilde het maandelijks aflosbedrag. Het (absolute) bedrag dat werd getoond was 2%, 3% of 4% van het leenbedrag, óf het veld werd leeggelaten (de actieve keuze). In dit experiment dienden 6.162 mensen een aanvraag in (zie afbeelding 2 voor voorbeelden van het aanvraagformulier in dit experiment).

Resultaten

Voor de hoogte van het maandelijks aflosbedrag blijkt dat er grotere verschillen bestaan tussen het wel en niet tonen van een voorgevuld bedrag dan bij het leenbedrag. Mensen die een voorgevuld aflosbedrag van 4% te zien krijgen vragen gemiddeld een hoger aflosbedrag aan (2,6%) dan mensen die een voorgevuld bedrag van 2% te zien krijgen (2,5%). Ook mensen die een actieve keuze maken vragen gemiddeld een hoger aflosbedrag aan (2,7%) dan mensen die een voorgevuld bedrag van 2% te zien krijgen.

Afbeelding 2: De keuzeomgevingen met en zonder voorgevuld aflosbedrag, in mobiele weergave.

⁸ Onder de term aflosbedrag valt in dit rapport zowel de maandelijks aflossing als de rente.

Daarnaast blijkt dat er een gevolg is voor de verdeling van aangevraagde aflosbedragen: als er een vooringevuld bedrag wordt getoond, vragen méér mensen dat specifieke aflosbedrag aan dan als zij geen vooringevuld bedrag te zien krijgen. Een grote groep mensen (gemiddeld 19,2%) kiest ervoor om de vooringevulde bedragen van 2% (27,6%), 3% (17,7%) of 4% (12,4%) van het leenbedrag te laten staan. Naarmate het vooringevulde bedrag hoger wordt, kiezen minder mensen ervoor dit bedrag te laten staan. Ten slotte laten de resultaten van dit experiment zien dat vooringevulde aflosbedragen meer effect hebben op mensen met een lager inkomen, mensen met een uitkering en alleenstaanden.

Kies uw maandelijkse aflosbedrag

€ 100

€ 200

Als vooraf geen maandelijks aflosbedrag is ingevuld, kiezen mensen voor een **8,5% hoger aflosbedrag**. Vooraf ingevulde aflosbedragen worden vaker gekozen door mensen met een laag inkomen of uitkering en alleenstaanden.

Illustratie: welk effect hebben aanpassingen in de keuzeomgeving?

Iemand die – tegen een rente van 6,5% – bijvoorbeeld €8.000 wil lenen, en daarbij kiest voor een maandelijks aflosbedrag van 2%, betaalt €160 per maand gedurende een periode van 59 maanden. De lening, inclusief rente en aflossing, kost hem of haar in totaal €1.355 (bovenop het leenbedrag). Als deze persoon echter kiest voor een aflossing van 3%, betaalt hij of zij maandelijks €240 gedurende 37 maanden. De totaalkosten zijn dan €847. Dit is een verschil van €508 en 22 maanden. De inrichting van de keuzeomgeving kan mensen helpen om niet langer te lenen dan nodig, zonder hun keuzevrijheid in te perken.

Experiment 3: Actieve keuze over looptijd en totale kosten

In het derde experiment lag de nadruk op het onderste schuifbalkje in het aanvraagformulier. Een eerste groep bezoekers maakte een keuze, zoals bij veel consumptief-kredietaanbieders gebruikelijk is, over het maandelijks aflosbedrag (€50 - €1.500 bij een leenbedrag van €5.000). Een tweede groep koos het aantal maanden waarin zij hun lening wilden aflossen (6 maanden - 120 maanden bij een leenbedrag van €5.000), en een laatste groep koos de totale kosten van de lening (€5.093 - €6.757 bij een leenbedrag van €5.000). Met deze aanpassingen konden wij toetsen of het verleggen van de focus naar een ander element van de leenaanvraag tot ander gedrag leidt. In de periode dat dit experiment liep, dienden 4.077

Hoeveel kunt u per maand aflossen?

Gebruik de balk om een aflosbedrag te kiezen

50 1500 €

In hoeveel maanden wilt u uw lening aflossen?

Gebruik de balk om een aflostermijn te kiezen

6 120

Hoeveel wilt u maximaal uitgeven aan uw lening?

Gebruik de balk om de totale prijs van de lening te kiezen

5093 6757 €

Afbeelding 3: De keuzeomgeving waarin mensen maandbedrag, looptijd, of totale kosten konden kiezen, in mobiele weergave.

mensen een leenaanvraag in (zie afbeelding 3 voor voorbeelden van het aanvraagformulier in dit experiment).

Resultaten

Als mensen de looptijd van de lening kiezen – in plaats van een maandbedrag – zorgt dit ervoor dat 10% minder mensen een lening aanvragen. De mensen die wel een lening aanvragen willen gemiddeld zeven maanden langer doen over afbetalen. Daarmee stijgen de kosten voor een lening.

Als mensen een keuze maken over het totale bedrag (leenbedrag plus rente) – in plaats van over het maandbedrag - zorgt dat ervoor dat 32% minder mensen een lening aanvragen. De mensen die wel een lening aanvragen willen gemiddeld twaalf maanden korter doen over afbetalen. Daarmee dalen de kosten voor een lening aanzienlijk.



Illustratie: welk effect hebben aanpassingen in de keuzeomgeving?

Bij een leenbedrag van €8.000 is de gemiddeld aangevraagde looptijd 57 maanden (keuze voor maandbedrag), met een maandelijks aflosbedrag van €164 en een totaalbedrag van €9.315. Aflossen in 64 maanden (keuze voor looptijd), met een maandelijks aflosbedrag van €149, leidt tot een totaalbedrag van €9.479 (rentepercentage van 6,5%). Dit is een verschil van €164 ten opzichte van 57 maanden. Aflossen in 45 maanden (keuze voor totale kosten), met een maandelijks aflosbedrag van €201, leidt tot een totaalbedrag van €9.035. Dit is een besparing van €280 ten opzichte van 57 maanden. De inrichting van de keuzeomgeving kan mensen helpen om niet langer te lenen dan nodig, zonder hun keuzevrijheid in te perken.

Conclusies

Voorafgevoerde bedragen beïnvloeden keuzes van consumenten

Uit ons onderzoek blijkt dat voorafgevoerde bedragen keuzes van consumenten kunnen beïnvloeden. Dit geldt vooral voor de maandelijks aflosbedragen, en in mindere mate voor het leenbedrag. Dit verschil is te verklaren doordat mensen van tevoren waarschijnlijk wel nadenken over het bedrag dat ze willen lenen, maar nog niet over de bedragen die ze maandelijks willen en

kunnen aflossen. Mensen die een actieve keuze moeten maken over de aflossing of een vooringevuld aflosbedrag van 4% te zien krijgen, kiezen gemiddeld een hoger aflosbedrag dan mensen die een vooringevuld aflosbedrag van 2% te zien krijgen. Het is dan wel van belang om bij de kredietwaardigheidstoets rekening te houden met de werkelijke maandlasten, als deze de toetslast van 2% uit de gedragscode van de VFN (Vereniging van Financieringsondernemingen in Nederland) overstijgt. Tot slot wordt in de praktijk vaak gekozen voor ronde leenbedragen, terwijl het niet waarschijnlijk is dat mensen altijd een rond bedrag nodig hebben.

Vooringevulde bedragen beïnvloeden sommige mensen meer dan anderen

Een tweede belangrijke conclusie is dat vooringevulde bedragen in het experiment rondom de aflosbedragen een sterker effect hebben op mensen met een lager inkomen, mensen met een uitkering en alleenstaanden dan op anderen. Door een zorgvuldige inrichting van de keuzeomgeving kunnen kredietaanbieders juist deze mensen helpen bij het nemen van een beslissing die voor hen passend is.

Actief een looptijd kiezen leidt tot langere looptijd van aangevraagde leningen

Dit onderzoek laat ook zien dat als mensen een keuze maken over de looptijd van de lening – in plaats van over het maandelijkse aflosbedrag – de looptijd van aangevraagde leningen gemiddeld zeven maanden langer is. Deze uitkomst gaat tegen onze verwachtingen in. Uit vragenlijstonderzoek van de AFM bleek namelijk dat mensen kozen voor een kortere looptijd – en daarmee een hoger maandelijks aflosbedrag – wanneer gevraagd werd naar de gewenste looptijd van de lening in plaats van naar het maandbedrag.⁹ Deze uitkomst onderstreept het belang van onderzoek doen in de praktijk, omdat hieruit blijkt dat de intentie van mensen niet altijd goed weergeeft wat zij daadwerkelijk doen.

Actief een totaalbedrag kiezen leidt tot minder leenaanvragen en kortere looptijd

Als mensen daarentegen een keuze maken over de totale kosten van een lening – in plaats van over het maandelijkse aflosbedrag – is de looptijd van aangevraagde leningen gemiddeld twaalf maanden korter. Hier zijn twee mogelijke verklaringen voor. Enerzijds kan de focus op totale kosten mensen doen besluiten om korter te lenen en dus minder te betalen. Anderzijds is het mogelijk dat mensen die van plan waren een lening met een langere looptijd aan te vragen, nu geen lening meer aanvragen. Als mensen gevraagd wordt een keuze te maken over de totale kosten van de lening, zorgt dat namelijk voor een afname van het aantal leenaanvragen. Een verklaring voor die afname is dat het vragen naar totale kosten mensen aan het denken zet en hen doet besluiten om (bij deze kredietaanbieder) geen geld te lenen. Een andere mogelijke verklaring is dat mensen de keuze voor totaalbedrag niet (voldoende) begrijpen en daarom besluiten om het aanvraagproces te staken. Uit dit onderzoek kan niet met zekerheid worden vastgesteld welke verklaring het aannemelijkst is.

⁹ Zie het rapport *Consumentengedrag op de markt voor consumptief krediet* (2016). <https://www.afm.nl/nl-nieuws/2016/okt/kbc-keuzeomgeving-consumptief-krediet>

Tot slot: onderzoek in de aanvraagfase

De onderzoeksresultaten uit dit rapport beschrijven het gedrag van mensen in het online aanvraagproces. Ze kunnen daarom niet een op een worden doorgetrokken naar de acceptatiefase. Of de kredietaanbieder de aanvraag goedkeurt, en mensen daadwerkelijk de lening aangaan tegen de aangevraagde voorwaarden, hangt af van de kredietwaardigheid van de klant en de acceptatiecriteria die de kredietaanbieder hanteert. Wanneer er bijvoorbeeld een persoonlijk gesprek plaatsvindt tussen het moment van aanvragen en het uitbrengen van de offerte, kunnen kenmerken van de lening worden aangepast. In dit onderzoek zien we dat bij deze kredietaanbieder sommige onderzoekseffecten verdwijnen bij de groep mensen die daadwerkelijk een lening afsluit. Toch doet dit geen afbreuk aan de inzichten die dit onderzoek heeft opgeleverd op het gebied van financiële keuzes in online keuzeomgevingen.

Autoriteit Financiële Markten
T 020 797 2000 | F 020 797 3800
Postbus 11723 | 1001 GS Amsterdam
www.afm.nl

De tekst van deze publicatie is met zorg samengesteld en is informatief van aard. U kunt er geen rechten aan ontleen. Door veranderende wet- en regelgeving op nationaal en internationaal niveau is het mogelijk dat de tekst niet actueel is op het moment dat u deze leest. De Autoriteit Financiële Markten (AFM) is niet aansprakelijk voor de eventuele gevolgen – bijvoorbeeld geleden verlies of gederfde winst – ontstaan door of in verband met acties ondernomen naar aanleiding van deze tekst.