

FINNIUS



CONSUMPTIEF KREDIET UPDATE

Introductie

De AFM heeft haar [toezicht agenda](#) voor 2018 gepubliceerd, waarin onder meer door de AFM gesignaleerde risico's en haar toezichtaanpak ter bestrijding van die risico's aan bod komen. Een van die risico's is het risico dat leningen niet in het belang van de klant zijn. De AFM wil zorgen dat consumptief kredietaanbieders en -bemiddelaars het klantbelang centraal stellen bij kredietverlening. Consumenten moeten erop kunnen vertrouwen dat verantwoorde kredieten worden verstrekt die aansluiten bij hun behoeften. Activiteiten van de AFM in 2018 zijn onder meer:

- Inzet van het Klantbelang Dashboard om inzichtelijk te krijgen in hoeverre de consumptieve kredieten aansluiten op het klantbelang.
- Toetsen van de bedrijfsvoering en het beleid van kredietaanbieders en -bemiddelaars, om te zorgen dat deze zo zijn ingericht dat problemen bij 'locked-up'-klanten worden voorkomen en opgelost.
- Onderzoek naar bedrijfsvoering incassobureaus.

Daarnaast gaat de AFM in 2018 verder met het vergroten van haar kennis over het beslisgedrag van consumenten door het opzetten en uitvoeren van veldexperimenten. Door de inzet van gedragswetenschap wil de AFM meer inzicht krijgen in waarom consumenten bepaalde keuzes maken en hoe zij daarbij worden beïnvloed, zodat zij beter kan beoordelen of financiële dienstverleners in hun beslisomgeving het belang van de klant voldoende centraal stellen.

Het AFM rapport '[Leengedrag onder de loep](#)' (gepubliceerd op 25 januari jl.) is een voorbeeld van de inzet van gedragswetenschap door de AFM. Het rapport bevat een analyse van de AFM van keuzegedrag en denkrichtingen voor zogenoemde 'interventies' op de consumptiefkredietmarkt. De AFM doet in het rapport, vooruitlopend op te ontwikkelen beleid, suggesties voor mogelijke interventies in de consumptiefkredietmarkt die rekening houden met menselijke eigenschappen die bepalend zijn voor beslissingen. De mogelijke interventies kunnen daarmee beter passende kredietbeslissingen door consumenten stimuleren. De AFM ondersteunt met haar rapport het ministerie van Financiën bij het ontwikkelen van interventies bij de door hen vastgestelde beleidsdoelstellingen voor de consumptiefkredietmarkt. De inzichten uit het rapport vormen het startpunt om na te denken over welke interventies getoetst kunnen worden in de praktijk.

Status van het rapport

Het rapport van de AFM lijkt op 'soft law' en heeft daarom in ieder geval geen formele bindende kracht. De AFM neemt de inzichten uit het rapport echter wel mee in haar toezicht en geeft aan dat deze inzichten kunnen worden gebruikt door financiële instellingen om hun productontwikkelings- en reviewproces (PARP) te verbeteren.

AFM denkrichtingen voor interventies

De denkrichtingen van de AFM voor de eerdergenoemde interventies hebben betrekking op de 4 fasen van de klantreis consumptief krediet:

1. De overweegfase:

- Bied krediet niet aan als standaardoptie. Zo sluiten consumenten alleen krediet af als ze er actief voor kiezen.
- Vereenvoudig de keuze voor het juiste soort krediet. Bijvoorbeeld door het productaanbod aan te passen. Uit het rapport volgt dat de AFM het in het belang van de klant acht om het krediet goed aan te laten sluiten op het bestedingsdoel van de klant.
- Vergroot de opvallendheid (saillantie) van het aangaan van een schuld. Bijvoorbeeld door de termen lening, krediet of schuld te verplichten.

2. De aankoopfase:

- Breng de totale kosten van krediet opvallend in kaart. Bijvoorbeeld door een vergelijking te maken met een alternatieve vorm van krediet of geen krediet of door consumenten een vraag te stellen over de kosten van het krediet.
- Vermijd negatief sturende standaardopties en ankers, zoals een schuifje dat al op een bepaald bedrag staat op een schaal waarbij de klant met het schuifje kan aangeven hoeveel hij wil lenen en hoeveel hij per maand wil terugbetalen.
- Waarschuw met handelingsperspectief. Maak bijvoorbeeld duidelijk welk alternatief gedrag mogelijk is.

3. De betaalphase:

- Tref haalbare betalingsregelingen.
- Bevorder de snelheid van schuldaflossing. Bijvoorbeeld door informatie te geven over hoeveel rentekosten consumenten kunnen besparen met alternatieve terugbetalingsregelingen.
- Combineer aflossen met automatisch sparen. Bijvoorbeeld door consumenten met een lening een gedeelte van hun maandelijkse aflossing automatisch op een spaarrekening te laten storten.

4. De terugvalfase:

- Maak sparen makkelijker. Bijvoorbeeld door een deel van het salaris automatisch aan te merken als spaargeld of door bindende afspraken te maken over in de toekomst te ontvangen geld.
- Doe gedegen onderzoek naar innovatieve onderwijsmethodes, zoals het aanleren van vuistregels voor effectief geldbeheer of just-in-time educatie.

Aanbeveling aan kredietaanbieders

Kredietverstrekkers doen er goed aan om hun (online) keuzeomgeving in het licht van de analyse te bezien en te overwegen of aanpassingen opportuun zijn. Ga bijvoorbeeld de standaardopties en ankers na. Bekijk daarbij onder meer of het krediet als standaardoptie wordt aangeboden, of consumenten ook transparant worden geïnformeerd over de *totale* kosten van een lening en of de keuze voor het juiste soort krediet voor de consument kan worden vereenvoudigd.

Hoe kunt u contact met ons opnemen?



CONTACT ROSEMARIJN

Partner

T +31 (0)20 767 01 80

T +31 (0)20 767 01 86 (direct)

M +31 (0)6 31 67 03 94

F +31 (0)20 767 01 81

rosemarijn.labeur@finnius.com



CONTACT NIENKE

Juriste

T +31 (0)20 767 01 80

F +31 (0)20 767 01 81

nienke.van.opbergen@finnius.com



Finnius

Huys Azië

Jollemanhof 20A

1019 GW Amsterdam

t. +31 (0)20 767 01 80

www.finnius.com

Recommended in Chambers Europe 2017

Recommended in Legal 500 Europe 2017