

Vergaderjaar 2016–2017

24 515

Preventie en bestrijding van stille armoede en sociale uitsluiting

Nr. 383

BRIEF VAN DE MINISTER VAN FINANCIËN

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 6 december 2016

Hierbij licht ik uw Kamer in over de onderzoeksresultaten van het onderzoek van de AFM naar de effectiviteit van de kredietwaarschuwing «Let op! Geld lenen kost geld»¹. Deze waarschuwing moet sinds 1 april 2009 verplicht worden opgenomen in reclames voor consumptief krediet. Doel van het onderzoek was om meer inzicht te krijgen in hoe de waarschuwing het gedrag van consumenten en hun percepties van lenen en leenreclames beïnvloedt en wat belanghebbenden vinden van de waarschuwing.

Uit de toelichting op de kredietwaarschuwing, opgenomen in het Besluit Gedragstoezicht financiële ondernemingen Wft (Bgfo), leidde de AFM de volgende doelen van de kredietwaarschuwing af:

- 1) de consument stimuleren zijn keuze beter te overdenken;
- 2) bewustwording bij de consumenten creëren door te attenderen op de gevolgen die verbonden zijn aan krediet; en
- 3) tegenwicht bieden aan het neergezette beeld in sommige kredietreclames dat lenen voor consumptieve uitgaven iets vanzelfsprekends is.

De AFM heeft een breed onderzoek opgezet, dat bestaat uit literatuurstudie en een experimenteel onderzoek naar enerzijds de invloed van de kredietwaarschuwing op het keuzegedrag van consumenten, en anderzijds op de percepties van consumenten. Tenslotte heeft de AFM consumenten, deskundigen en brancheorganisaties gevraagd hoe ze denken over de kredietwaarschuwing.

Uit het experiment, dat werd uitgevoerd in de online verkoopomgeving van een bancaire kredietaanbieder, blijkt dat de kredietwaarschuwing geen onmiddellijk effect heeft op het gedrag van consumenten bij het

¹ Raadpleegbaar via www.tweedekamer.nl

aanschaffen van consumptief krediet. De AFM heeft gekeken naar klikgedrag van consumenten op banners, de wijze waarop een consument zich online oriënteert en de keuzes die consumenten uiteindelijk maken. Dit gedrag wordt niet beïnvloed door de aanwezigheid van de kredietwaarschuwing. Uit het tweede experiment bleek dat het tonen van de kredietwaarschuwing nauwelijks impact heeft op de opvattingen van mensen over geld lenen en hoe ze de kredietreclame ervaren.

Communicatie-, gedrags-, schulddeskundigen en brancheorganisaties die de AFM in het kader van het onderzoek sprak verwachten weinig direct effect van de kredietwaarschuwing op keuzegedrag van consumenten. Mogelijk zijn mensen ook gewend geraakt aan de aanwezigheid van de waarschuwing en lezen ze deze niet meer. Tegelijkertijd heeft de kredietwaarschuwing mogelijk wel de sociale norm in Nederland over lenen beïnvloed. Daarnaast kan de kredietwaarschuwing tegenwicht bieden tegen reclames. Marketeers zijn namelijk geneigd woorden als «lenen» en «krediet» te vermijden omdat deze woorden de emotie van de consument negatief kunnen beïnvloeden. Een brancheorganisatie heeft aangegeven dat de kredietwaarschuwing aanbieders in hun communicatie beperkt bij de sfeer die ze willen uitstralen en het gevoel dat ze willen oproepen in de reclame.

De conclusie van het onderzoek is dat de kredietwaarschuwing in de context van een bancaire aanbieder van krediet geen onmiddellijke impact heeft op keuzes van consumenten. De kredietwaarschuwing heeft echter mogelijk wel andere positieve effecten. Zo kan deze invloed hebben op de sociale norm in Nederland omtrent lenen. De waarschuwing draagt verder mogelijk bij aan de herkenbaarheid van krediet. Dit kan belangrijk zijn in een omgeving waar het niet direct duidelijk is dat het gaat om een lening. Verder is er veel draagvlak onder consumenten voor de kredietwaarschuwing. De werking van de kredietwaarschuwing zou tenslotte mogelijk anders kunnen zijn bij bijvoorbeeld goederenkrediet (zoals voor de aankoop van een auto). Het is mijns inziens daarom te vroeg en ongewenst om in dit stadium al wijzigingen door te voeren in de kredietwaarschuwing.

Ik zie dit rapport als een waardevolle stap. De schuldenproblematiek baart mij zorgen en daarom wil ik ervoor zorgen dat de bescherming van consumenten bij consumptief krediet beter wordt. Als vervolgstap zal ik het advies van de AFM opvolgen en de komende tijd opnieuw kritisch kijken naar de beleidsdoelstellingen van de kredietwaarschuwing. Indien nodig zal worden gekeken of, naast de bestaande maatregelen, alternatieve maatregelen nodig zijn om de doelstellingen te behalen. Ik zal de AFM vragen om de risico's voor consumenten op de consumptiefkredietmarkt verder in kaart te brengen en daarbij ook te kijken naar verschillende soorten krediet. Over de vervolgstappen zal ik uw Kamer dit voorjaar informeren.

De Minister van Financiën,
J.R.V.A. Dijsselbloem