

# Consumenten en financieel advies

Consumentenonderzoek in het kader van de evaluatie van het  
provisieverbod

datum 22-11-2017  
auteur(s) Dr. Millie Elsen  
Dr. Roxanne van Giesen  
Dr. Maartje Elshout  
Dr. Jorna Leenheer



## Inhoudsopgave

1	Inleiding.....	2
1.1	Achtergrond en doel van het onderzoek.....	2
1.2	Onderzoeksvragen en methodologie.....	3
1.3	Productselectie.....	7
1.4	Opbouw rapport .....	8
2	Deelonderzoek I: Advieskeuzeproces en rol dvd .....	9
2.1	Focusgroep .....	9
2.2	Online survey.....	10
2.2.1	Opzet .....	10
2.2.2	Steekproef .....	10
2.2.3	Resultaten.....	12
3	Deelonderzoek II: Advieskosten en advieskeuze .....	23
3.1	Onderzoeksvragen en methodologie.....	23
3.1.1	Dienstverleningsvormen .....	24
3.1.2	Gespreid betalen van advieskosten .....	27
3.2	Opzet.....	28
3.2.1	Deelnemers en selectievragenlijst .....	28
3.2.2	Advieskeuze-experiment .....	29
3.2.3	Vragenlijst achtergrondkenmerken.....	30
3.3	Resultaten .....	31
3.3.1	Consumentenpercepties m.b.t. financieel advies .....	32
3.3.2	Advieskeuze-experiment .....	33
3.3.3	Trekken de dienstverleningsvormen de "juiste" consumenten aan? .....	43
4	Conclusie en discussie .....	48
4.1	Het advieskeuzeproces.....	48
4.2	Rol van advieskosten .....	51
4.3	Rol van het dienstverleningsdocument .....	54
A	Vragenlijst I: Advieskeuzeproces en rol dvd.....	57
B	Vragenlijst II: Advieskosten en advieskeuze .....	70
4.4	Selectievragenlijst .....	70
4.5	Advieskeuze-experiment .....	73
4.6	Vragenlijst achtergrondkenmerken .....	83
C	Advieskeuze-experiment: tabellen.....	91



# 1 Inleiding

## 1.1 Achtergrond en doel van het onderzoek

Het vanaf 1 januari 2013 geldende provisieverbod heeft de financiële advieswereld behoorlijk in beweging gebracht. Voor complexe financiële producten – zoals hypotheek, overlijdensrisicoverzekeringen, arbeidsongeschiktheidsverzekeringen en uitvaartverzekeringen – mogen adviseurs en bemiddelaars de kosten van advies en bemiddeling niet meer vergoed krijgen via een provisie op het afgesloten product, maar dienen ze de kosten direct bij de consument in rekening te brengen. De financiële dienstverlener stuurt zijn klant voortaan een rekening voor zijn werkzaamheden bij advies en bemiddeling. Dit kan een vooraf afgesproken vast bedrag zijn, maar ook een tarief per uur. Hierover moeten adviseurs en bemiddelaars zelf afspraken met hun klanten maken. Hoewel er voor de invoering van het provisieverbod al regelgeving bestond om beloningstransparantie te bevorderen<sup>1</sup>, blijkt uit onderzoek dat veel consumenten zich er niet van bewust waren dat zij indirect betaalden voor het gekregen advies. Onderzoek van Wijzer in Geldzaken uit 2012 laat bijvoorbeeld zien dat de helft van de consumenten die in de twee jaren daarvoor een adviseur hadden geraadpleegd dacht dat het advies gratis was.<sup>2</sup>

Het beoogde doel van het provisieverbod is het meer centraal stellen van het klantbelang. Door verhoogde transparantie met betrekking tot product- versus advieskosten worden prikkels bij adviseurs en bemiddelaars die kunnen leiden tot ongewenste vormen van sturing richting een bepaald product of bepaalde aanbieder weggenomen. Het idee is dus dat consumenten beter geïnformeerd zijn en bewustere vergelijkingen tussen financiële dienstverleners kunnen maken en er beter passende producten geadviseerd worden. Er zijn echter ook zorgen geuit over de mate waarin advies toegankelijk blijft voor consumenten als gevolg van het provisieverbod. Nu meer expliciet is geworden dat advies geld kost, vragen consumenten zich misschien sneller af of zij het advies van een adviseur wel nodig hebben of dat zij zich het geld kunnen besparen. De vraag is of consumenten daarin altijd de juiste afweging maken en zich bijvoorbeeld voldoende bewust zijn van hun gebrek aan financiële kennis en of zij zich niet te sterk richten op lage prijzen.

### **Advieskeuzeproces**

Het huidige onderzoek geeft inzicht in de *advieskeuze* van consumenten. De advieskeuze omvat beslissingen met betrekking tot de vorm van dienstverlening (bv. execution-only of volledig advies) en het type dienstverlener (tussenpersoon of aanbieder) en kan dus ook een keuze zijn om géén advies in te winnen. Zowel de keuze als het keuzeproces zijn mogelijk veranderd door de invoering van het provisieverbod. Een belangrijk doel van het

---

<sup>1</sup> Sinds 2009 zijn financieel adviseurs en bemiddelaars wettelijk verplicht inzicht te geven in de wijze waarop zij beloond worden en de hoogte van de beloning bij advisering over en/of bemiddeling in complexe producten en hypotheek. Als belangrijk bijbehorend instrument werd het dienstverleningsdocument (dvd) geïntroduceerd. Zie De Jong, F. (2010). *Marktfalen bij tussenpersonen: Onderzoek naar marktfalen in de intermediaire bedrijfstak voor financiële dienstverlening* (Dissertatie Universiteit van Amsterdam), Zutphen: Uitgeverij Paris, p.68; SEO (2010). *Evaluatie provisieregels complexe producten*. In opdracht van het Ministerie van Financiën.

<sup>2</sup> Wijzer in Geldzaken (2012). *Het provisieverbod & gebruik financieel adviseurs. Publieksmonitor: module provisieverbod*.



onderzoek is om inzicht te verschaffen in het keuzegedrag van consumenten met betrekking tot financieel advies, en of dit veranderd is door het provisieverbod.

*Hoofdvraag 1: Hoe kiezen consumenten een financieel dienstverlener en vorm van dienstverlening en is dit veranderd door het provisieverbod?*

### **Rol van advieskosten**

Een centrale vraag daarbij is welke invloed de prijs van advies heeft op het keuzegedrag van consumenten. In hoeverre zijn de advieskosten bepalend voor de keuze om al dan niet advies in te winnen, de keuze om advies in te winnen bij een tussenpersoon of aanbieder, of de keuze voor een bepaalde vorm van advies? En specifiek, in hoeverre vormen de advieskosten een drempel voor consumenten om advies af te nemen of om het product überhaupt af te sluiten?

*Hoofdvraag 2: In hoeverre is de prijs van advies van invloed op de toegankelijkheid van advies? Wordt door direct beprijzen minder advies afgenomen?*

### **Rol van het dienstverleningsdocument**

Met het provisieverbod zijn enkele flankerende maatregelen ingevoerd. Zo is een (nieuw) standaard dienstverleningsdocument (dvd) geïntroduceerd. Zelfstandige adviseurs en bemiddelaars en adviseurs van banken en verzekeraars zijn verplicht dit document voorafgaand aan de dienstverlening aan de consument te verstrekken. Ook moet het dvd op de website van de dienstverlener aangeboden worden. Het dvd bevat informatie over de aard en reikwijdte van de dienstverlening (bv. welke werkzaamheden de dienstverlener wel en niet verricht en hoeveel aanbieders in de vergelijking ten behoeve van het advies worden meegenomen), eventuele belangen van de financiële dienstverlener en de (gemiddelde) kosten van de dienstverlening. Het dvd zou een vast format moeten hebben, wat consumenten in staat stelt om dienstverleningsdocumenten van verschillende financiële dienstverleners met elkaar te vergelijken en zo een geïnformeerde keuze te maken voor een specifieke dienstverlener en vorm van dienstverlening. In het huidige onderzoek wordt onderzocht in hoeverre het dienstverleningsdocument dit doel bereikt.

*Hoofdvraag 3: Helpt het dienstverleningsdocument consumenten om een goed geïnformeerde keuze te maken voor een bepaalde dienstverlener en vorm van dienstverlening?*

## **1.2 Onderzoeksvragen en methodologie**

Tabel 1.1 geeft een overzicht van de hoofd- en onderzoeksvragen. Om deze vragen te beantwoorden zijn twee deelonderzoeken uitgevoerd. Het eerste deelonderzoek richt zich op het advieskeuzep proces en de rol van het dienstverleningsdocument hierin en beantwoordt hoofdvragen 1 en 3. Het onderzoek is beschrijvend van aard en bevat een mix van kwalitatief en kwantitatief onderzoek: een *focusgroeponderzoek* en een *online survey*. Het onderzoek is uitgevoerd onder consumenten die recentelijk een complex financieel product hadden afgesloten, om inzicht te krijgen in echte ervaringen van consumenten met betrekking tot de advieskeuze, welke factoren een belangrijke rol spelen in het keuzep proces, en de rol en de begrijpelijkheid van het dienstverleningsdocument.



**Tabel 1.1. Onderzoeksvragen en -methoden**

	Deelonderzoek I: Advieskeuze- proces en rol dvd		Deelonderzoek II: Advieskosten en advieskeuze
Type onderzoek	Beschrijvend onderzoek		Experimenteel onderzoek
Doelgroep	Recente sluiters		Potentiële afnemers
Methodologie	Focus- groep	Online survey	Online experiment
<p><b>Hoofdvraag 1:</b> Hoe kiezen consumenten een financieel dienstverlener en vorm van dienstverlener en is dit veranderd door het provisieverbod?</p> <p><i>Kiezen consumenten bewust voor een bepaalde vorm van financiële dienstverlening?</i></p> <p><i>Waar letten consumenten op bij het kiezen van dienstverlening?</i></p> <p><i>Hoe kiezen consumenten een specifieke financiële dienstverlener?</i></p> <p><i>Vergelijken consumenten financiële dienstverleners?</i></p> <p><i>Waar letten consumenten op bij het vergelijken van financiële dienstverleners?</i></p> <p><i>Welke factoren zijn van invloed op de keuze van een dienstverlener (prijs, aard en reikwijdte, kwaliteit, etc.)?</i></p>			
<p><b>Hoofdvraag 2:</b> In hoeverre is de prijs van advies van invloed op de toegankelijkheid van advies?</p> <p><i>In hoeverre vormen de advieskosten een drempel voor consumenten om advies af te nemen?</i></p> <p><i>In hoeverre vormen de advieskosten een drempel voor consumenten om het financiële product aan te schaffen?</i></p> <p><i>Neemt de mogelijkheid tot gespreid betalen een eventuele drempel om advies af te nemen weg?</i></p>			
<p><b>Hoofdvraag 3:</b> Helpt het dienstverleningsdocument consumenten om een goed geïnformeerde keuze te maken voor een bepaalde dienstverlener en vorm van dienstverlening?</p> <p><i>Wordt het dvd gebruikt om verschillende vormen van dienstverlening te vergelijken?</i></p> <p><i>Wordt het dvd gebruikt om specifieke dienstverleners te vergelijken?</i></p> <p><i>Is informatie over de aard en reikwijdte van dienstverlening en belangen en kosten van dienstverlening naast het dvd (website, brochures) beschikbaar?</i></p> <p><i>Sluit het dvd aan op de customer journey? Op welk moment krijgen consumenten een dvd? Op welk moment hebben zij behoefte aan de informatie in het dvd?</i></p> <p><i>In hoeverre is de beschrijving van aard en reikwijdte dienstverlening/kosten/belangen in het dvd begrijpelijk voor consumenten?</i></p>			



Het tweede deelonderzoek richt zich op de invloed van de prijs van advies op het keuzegedrag van consumenten en beantwoordt hoofdvraag 2. Het onderzoek bestaat uit een *online experiment* onder potentiële afnemers van complexe financiële producten, dat antwoord geeft op de vraag in hoeverre informatie over de hoogte van de kosten van advies het keuzegedrag van potentiële afnemers beïnvloedt. Onder potentiële afnemers verstaan we consumenten die aangeven (misschien) van plan te zijn het financiële product binnen nu en vijf jaar af te sluiten.

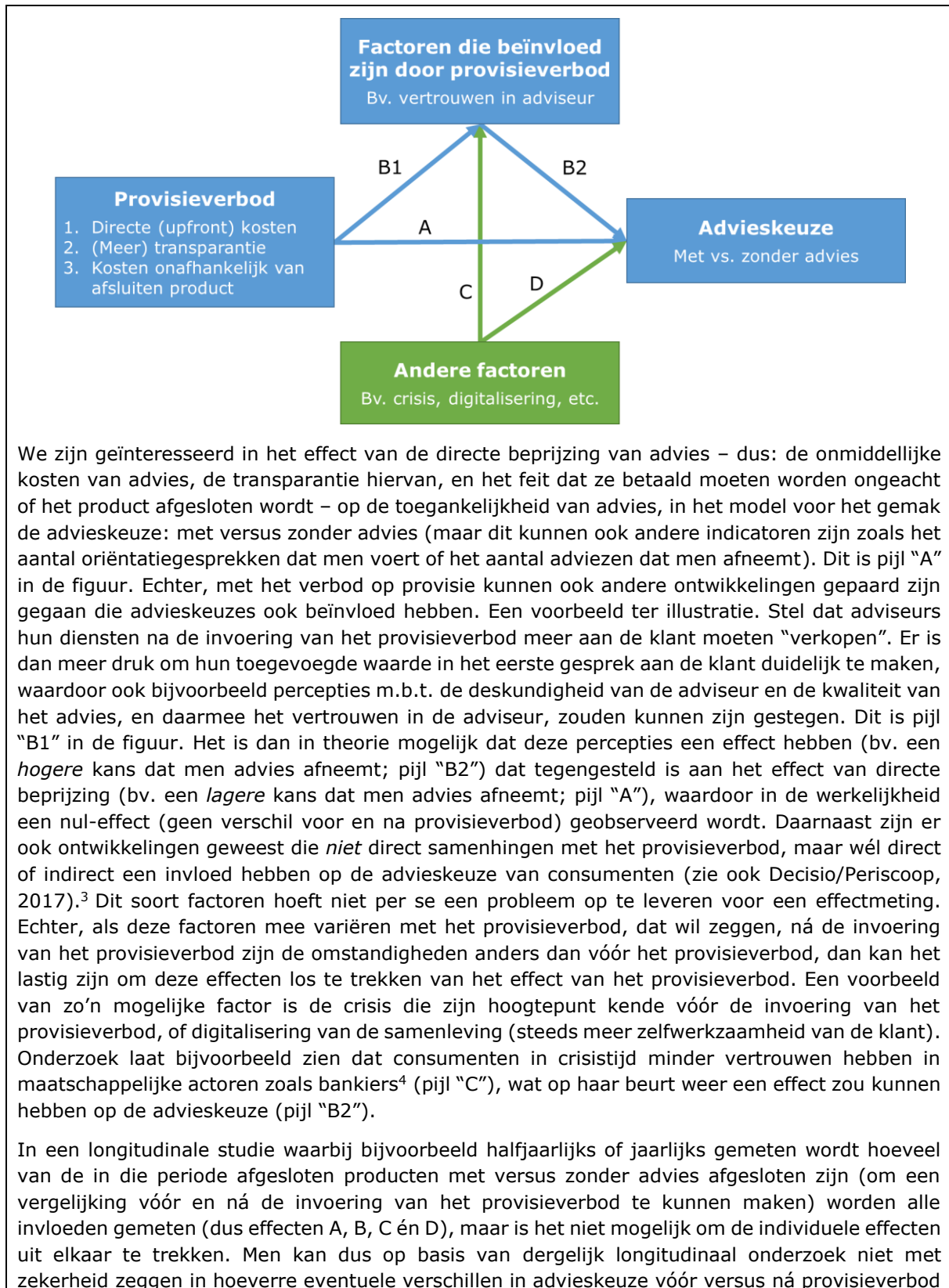
Enerzijds is het doel van het onderzoek om de *huidige situatie* (na het provisieverbod) te schetsen: hoe verloopt het advieskeuzep proces van consumenten en welke rol spelen de advieskosten en het dienstverleningsdocument daarin? Anderzijds is het belangrijk om inzicht te krijgen in hoe de situatie veranderd is ten opzichte van vóór het verbod, dus in het effect van het provisieverbod op het keuzegedrag van consumenten ten aanzien van advies. Om dit effect te meten lijkt het noodzakelijk om het gedrag van consumenten met betrekking tot financieel advies, zoals het aantal oriëntatiegesprekken dat men voert of de beslissing om het product met dan wel zonder advies af te sluiten, vóór en na de invoering van het verbod met elkaar te vergelijken. Echter, verschillen in consumentengedrag vóór versus ná het verbod (of juist het gebrek daaraan) kunnen ook te wijten zijn aan andere ontwikkelingen die met het verbod gepaard gingen, waardoor een "zuivere" effectmeting onmogelijk lijkt (zie Box 1 voor een uitgebreidere toelichting).

In het huidige onderzoek is daarom voor een andere benadering gekozen. Voor de invoering van het provisieverbod betaalden consumenten niet direct voor advies en ontbrak dus de financiële prikkel om complexe en impactvolle financiële producten zonder advies af te sluiten. Na het provisieverbod bestaat deze prikkel wél. Het huidige onderzoek focust daarom op de situatie zoals die nu is, na het provisieverbod, en onderzoekt in hoeverre het krijgen van informatie over de kosten van advies keuzegedrag beïnvloedt. We kunnen dit keuzegedrag niet vergelijken met de situatie vóór het provisieverbod, maar dat lijkt ook niet zinvol, omdat in de oude situatie deze *mogelijke* drempel niet bestond. Onze methode maakt dus geen vergelijking tussen de situatie vóór en ná het provisieverbod, maar meet "direct" de effecten van de veranderde situatie.

### **Box 1. Complexiteiten bij het vaststellen van het effect van het provisieverbod**

Na het provisieverbod betalen consumenten direct aan de adviseur voor het gekregen advies. Vóór het provisieverbod zaten deze kosten nog verrekend in de productprijs. Het uitgangspunt is om het effect van het direct beprijzen van advies zo "zuiver" mogelijk te meten. De figuur op de volgende pagina geeft een beeld van de complexiteit van deze effectmeting. De factoren in het model zijn factoren die veranderd (kunnen) zijn na de invoering van het provisieverbod. Allereerst is dat natuurlijk de manier waarop consumenten voor advies betalen. Specifiek zijn er drie prijsaspecten die veranderd zijn voor de consument:

1. De consument heeft te maken met directe (upfront) kosten (in plaats van uitgesmeerd over de looptijd van het product);
2. De advieskosten zijn transparanter (advieskosten zijn meer zichtbaar geworden voor de consument);
3. De advieskosten zijn onafhankelijk van het afsluiten van het product.



We zijn geïnteresseerd in het effect van de directe beprijzing van advies – dus: de onmiddellijke kosten van advies, de transparantie hiervan, en het feit dat ze betaald moeten worden ongeacht of het product afgesloten wordt – op de toegankelijkheid van advies, in het model voor het gemak de advieskeuze: met versus zonder advies (maar dit kunnen ook andere indicatoren zijn zoals het aantal oriëntatiegesprekken dat men voert of het aantal adviezen dat men afneemt). Dit is pijl “A” in de figuur. Echter, met het verbod op provisie kunnen ook andere ontwikkelingen gepaard zijn gegaan die advieskeuzes ook beïnvloed hebben. Een voorbeeld ter illustratie. Stel dat adviseurs hun diensten na de invoering van het provisieverbod meer aan de klant moeten “verkopen”. Er is dan meer druk om hun toegevoegde waarde in het eerste gesprek aan de klant duidelijk te maken, waardoor ook bijvoorbeeld percepties m.b.t. de deskundigheid van de adviseur en de kwaliteit van het advies, en daarmee het vertrouwen in de adviseur, zouden kunnen zijn gestegen. Dit is pijl “B1” in de figuur. Het is dan in theorie mogelijk dat deze percepties een effect hebben (bv. een hogere kans dat men advies afneemt; pijl “B2”) dat tegengesteld is aan het effect van directe beprijzing (bv. een lagere kans dat men advies afneemt; pijl “A”), waardoor in de werkelijkheid een nul-effect (geen verschil voor en na provisieverbod) geobserveerd wordt. Daarnaast zijn er ook ontwikkelingen geweest die *niet* direct samenhangen met het provisieverbod, maar wél direct of indirect een invloed hebben op de advieskeuze van consumenten (zie ook Decisio/Periscoop, 2017).<sup>3</sup> Dit soort factoren hoeft niet per se een probleem op te leveren voor een effectmeting. Echter, als deze factoren mee variëren met het provisieverbod, dat wil zeggen, ná de invoering van het provisieverbod zijn de omstandigheden anders dan vóór het provisieverbod, dan kan het lastig zijn om deze effecten los te trekken van het effect van het provisieverbod. Een voorbeeld van zo’n mogelijke factor is de crisis die zijn hoogtepunt kende vóór de invoering van het provisieverbod, of digitalisering van de samenleving (steeds meer zelfwerkzaamheid van de klant). Onderzoek laat bijvoorbeeld zien dat consumenten in crisistijd minder vertrouwen hebben in maatschappelijke actoren zoals bankiers<sup>4</sup> (pijl “C”), wat op haar beurt weer een effect zou kunnen hebben op de advieskeuze (pijl “B2”).

In een longitudinale studie waarbij bijvoorbeeld halfjaarlijks of jaarlijks gemeten wordt hoeveel van de in die periode afgesloten producten met versus zonder advies afgesloten zijn (om een vergelijking vóór en ná de invoering van het provisieverbod te kunnen maken) worden alle invloeden gemeten (dus effecten A, B, C én D), maar is het niet mogelijk om de individuele effecten uit elkaar te trekken. Men kan dus op basis van dergelijk longitudinaal onderzoek niet met zekerheid zeggen in hoeverre eventuele verschillen in advieskeuze vóór versus ná provisieverbod

<sup>3</sup> Decisio/Periscoop (2017). *De klant meer centraal: De markteffecten van het provisieverbod*. In opdracht van het Ministerie van Financiën.

<sup>4</sup> Leenheer, J. & Hulsen, M. (2013). Overheidsbestuurders hebben meer vertrouwen in politici dan in burgers. *Me Judice*, 24 april 2013.





te wijten zijn aan het provisieverbod versus aan ontwikkelingen die gepaard gingen met het provisieverbod (crisis, digitalisering, etc.).

### 1.3 Productselectie

Het keuzegedrag van consumenten met betrekking tot financieel advies is mogelijk afhankelijk van het type product dat men overweegt af te sluiten. Om de rol van advieskosten goed te kunnen begrijpen is het daarom belangrijk consumentengedrag binnen de specifieke productcontext te onderzoeken. Het huidige onderzoek richt zich op drie producttypen: hypotheek, overlijdensrisicoverzekeringen en arbeidsongeschiktheidsverzekeringen. Er is voor deze specifieke producten gekozen omdat ze (1) relatief vaak afgesloten worden, en (2) van elkaar verschillen op relevante kenmerken.

Om een beeld te krijgen van hoe vaak verschillende complexe en impactvolle financiële producten worden afgesloten is een vragenlijst uitgezet in het CentERpanel, een online huishoudpanel dat beheerd wordt door CentERdata.<sup>5</sup> Aan panelleden van 18 jaar en ouder is voor een aantal financiële producten gevraagd of zij het betreffende product ooit hebben afgesloten, en zo ja wanneer. Tabel 1.2 laat zien dat hypotheekproducten het vaakst afgesloten zijn en ook recent door veel consumenten afgesloten zijn in vergelijking met de andere producten. Driekwart van de panelleden heeft ooit een hypotheek afgesloten, en ongeveer 1 op 10 heeft dat minder dan twee jaar geleden gedaan. Van de verzekeringen zijn overlijdensrisicoverzekeringen in de afgelopen jaren het vaakst afgesloten<sup>6</sup>, gevolgd door arbeidsongeschiktheidsverzekeringen.

**Tabel 1.2. Hebt u ooit een of meer van onderstaande producten afgesloten?**

	Nooit	Ja, minder dan 1 jaar geleden	Ja, 1 tot 2 jaar geleden	Ja, 2 tot 5 jaar geleden	Ja, 5 tot 10 jaar geleden	Ja, meer dan 10 jaar geleden	N
Hypotheek	25,0%	5,6%	5,3%	8,6%	13,9%	41,6%	2129
Bankspaarproduct	54,1%	3,2%	3,1%	5,7%	9,7%	24,2%	2129
Overlijdensrisicoverzekering	55,2%	1,8%	2,3%	4,8%	7,0%	28,8%	2129
Uitvaartverzekering	40,4%	0,7%	0,8%	1,8%	6,8%	49,6%	2129
Levensverzekering	63,6%	0,6%	0,7%	2,1%	5,2%	27,8%	2129
Arbidsongeschiktheidsverzekering	76,7%	0,8%	0,7%	2,3%	3,9%	15,7%	2129
Betalingsbeschermer	95,1%	0,3%	0,5%	0,7%	0,8%	2,6%	2129

De gekozen producttypen verschillen van elkaar op relevante kenmerken, die mogelijk invloed hebben op de rol van de advieskosten in het keuzeprocess. Een hypotheek is een "haalproduct". Bij haalproducten neemt de consument zelf het initiatief om zich op het betreffende product te oriënteren. Vaak is er een externe druk om de hypotheek binnen een bepaalde termijn rond te krijgen. In een koopovereenkomst wordt bijvoorbeeld meestal vastgelegd wanneer de financiering rond moet zijn. In dat geval lijkt het onwaarschijnlijk dat de advieskosten ertoe leiden dat men van het afsluiten van een

<sup>5</sup> <https://www.centerdata.nl/nl/projecten-van-centerdata/het-centerpanel>.

<sup>6</sup> Verzekeringstussenpersonen schatten dat ongeveer driekwart van de overlijdensrisicoverzekeringen in combinatie met een hypotheek wordt afgesloten; CentERdata (2014). *Verzekering Overlijdensrisico*. In opdracht van het Ministerie van SZW.





hypotheek afziet, maar ze hebben mogelijk wel invloed op de keuze om al dan geen advies in te winnen of voor een specifieke vorm van advies (bv. zelfstandig adviseur versus bank/verzekeraar). Arbeidsongeschiktheidsverzekeringen worden over het algemeen gekwalificeerd als "brengproducten". Bij brengproducten moet de gemiddelde consument worden gewezen op de mogelijkheid en wenselijkheid om het betreffende product af te sluiten. De consument realiseert zich niet altijd zelf dat bepaalde risico's niet afgedekt zijn. Ook verwachten we dat consumenten de aanschaf van dit type producten vaker uitstellen (en afstellen), omdat er doorgaans geen externe prikkel is om het product binnen een bepaalde tijd af te sluiten.<sup>7</sup> Dit geldt in principe ook voor overlijdensrisicoverzekeringen, tenzij deze verplicht worden gesteld door de hypotheekverstrekker bij het afsluiten van een hypotheek.<sup>8</sup> Ten slotte liggen de gemiddelde kosten van een hypotheekadvies hoger dan de gemiddelde kosten van advies over verzekeringen (zie hoofdstuk 3), waardoor de kosten mogelijk eerder een drempel vormen voor het inwinnen van hypotheekadvies.

## 1.4 Opbouw rapport

Dit rapport is als volgt opgebouwd. Hoofdstuk 2 bespreekt de methodologie en resultaten van het eerste deelonderzoek. De methodologie en resultaten van het tweede deelonderzoek worden in hoofdstuk 3 besproken. Hoofdstuk 4 vat de resultaten van de twee deelonderzoeken samen en geeft antwoord op de hoofdvragen. Lezers die geïnteresseerd zijn in een samenvatting van de onderzoeksresultaten worden doorverwezen naar hoofdstuk 4.

---

<sup>7</sup> Brouwer, S., Landsman, J., Engbers, C., Boele, M. & De Louwere, O. (2014). *Werk maken van een nieuwe arbeidsongeschiktheidsverzekering voor zelfstandigen*. Groningen: Universitair Medisch Centrum Groningen, Rijksuniversiteit Groningen.

<sup>8</sup> CentERdata (2014). *Verzekering Overlijdensrisico*. In opdracht van het Ministerie van SZW.



## 2 Deelonderzoek I: Advieskeuzeproces en rol dvd

Het doel van het eerste deelonderzoek is het in kaart brengen van het advieskeuzeproces: hoe kiezen consumenten voor een financieel dienstverlener en vorm van advies? En specifiek, welke rol spelen de advieskosten en het dienstverleningsdocument binnen dit keuzeproces? Het onderzoek omvat een focusgroep en online survey onder consumenten die in de afgelopen twee jaar een financieel product waarop het provisieverbod van toepassing is hebben afgesloten.

### 2.1 Focusgroep

Om een eerste inzicht te krijgen in hoe consumenten advieskeuzes maken en in de rol van het dienstverleningsdocument, is allereerst een focusgroeponderzoek (gestructureerd groepsgesprek) gedaan. Tien leden van het CentERpanel die aangaven in de afgelopen twee jaar een hypotheek, overlijdensrisicoverzekering of arbeidsongeschiktheidsverzekering te hebben afgesloten (zie paragraaf 1.3) zijn uitgenodigd voor deelname aan het groepsgesprek. In het eerste deel van het gesprek werd het advieskeuzeproces in detail besproken, het tweede deel richtte zich op de rol van het dienstverleningsdocument. Box 2 geeft een kort overzicht van de bevindingen.

#### Box 2. Eerste inzichten op basis van de focusgroep

##### Advieskeuzeproces

- De meeste deelnemers zijn hun zoektocht gestart op het internet. Men bezocht websites van verschillende financiële dienstverleners en selecteerde op basis van die informatie specifieke dienstverleners voor een oriëntatiegesprek. Ook werden familie en vrienden geraadpleegd.
- De deelnemers hadden minimaal twee en maximaal vijf (gratis) oriëntatiegesprekken.
- Het vertrouwen dat men in de adviseur kreeg op basis van het oriëntatiegesprek speelde een doorslaggevende rol in de keuze voor een specifieke dienstverlener. Vertrouwen komt voort uit transparantie, inzet, deskundigheid, de mate waarin de adviseur liet merken dat hij of zij de persoonlijke situatie van de deelnemer begreep, en eerdere ervaringen met de dienstverlener. Een andere belangrijk factor is gemak (bv. gemakkelijke procedures, flexibiliteit, weinig "huiswerk").
- Alle deelnemers namen financieel advies af, meestal bij een zelfstandig adviseur. Het belang van onafhankelijk advies werd over het algemeen onderkend.
- Alle deelnemers betaalden voor advies, met uitzondering van één deelnemer die financieel advies als vriendendienst kreeg.
- Over het algemeen waren alle deelnemers erg tevreden over de dienstverlening en zouden zij hun financieel adviseur aanbevelen aan anderen. Wel gaven sommige deelnemers aan dat zij het advies duur vonden.

##### Rol van het dienstverleningsdocument

- Eén deelnemer gaf aan het dvd niet te hebben gekregen. De andere deelnemers kregen het dvd op verschillende momenten in het traject. Eén deelnemer kreeg het dvd pas nadat de dienstverleningsovereenkomst was gesloten.
- Geen enkele deelnemer gebruikte het dvd om verschillende dienstverleners met elkaar te vergelijken. Het dvd speelde geen rol in de keuze voor een bepaalde dienstverlener.
- De deelnemers gebruikten het dvd voornamelijk als naslagwerk om na te kunnen lezen wat de adviseur voor hen deed, en wat niet. Daarbij gaven ze aan de informatie in het dvd te algemeen te vinden (te weinig toegespitst op hun persoonlijke situatie).



## 2.2 Online survey

Om de inzichten uit de focusgroep te verifiëren en kwantificeren onder een bredere groep consumenten is vervolgens een online survey uitgevoerd.

### 2.2.1 Opzet

De survey bestond uit vier delen. Het eerste deel van de vragenlijst bevatte *selectievragen* om vast te kunnen stellen of de respondent tot de doelgroep behoorde. Respondenten die aangaven na 2014 een hypotheek, arbeidsongeschiktheidsverzekering en/of overlijdensrisicoverzekering te hebben afgesloten konden deelnemen aan het onderzoek. In het tweede deel werden respondenten bevraagd over hun *advieskeuzeprocess*. Hadden zij het product met of zonder advies afgesloten, en waarom? Met hoeveel en welke financiële dienstverleners had men een oriëntatiegesprek gehad, hoe had men die gevonden en waar had men het meest op gelet? Bij hoeveel en welk type dienstverleners had men advies afgenomen, en hoe was men tot die keuze gekomen? Als men het product met advies had afgesloten, werd in het derde deel gevraagd naar wat de respondent vond van de *advieskosten*, of men de mogelijkheid had gekregen om de advieskosten gespreid te betalen, en of men had overwogen om geen advies af te nemen om goedkoper uit te zijn. Het vierde en laatste deel van de survey ging over het *dienstverleningsdocument*. Om er zeker van te zijn dat deelnemers het juiste document voor ogen hadden, werd eerst een voorbeelddocument getoond. Vervolgens werd gevraagd of (en wanneer) respondenten het document hadden gekregen of opgezocht, (zo ja) of zij het hadden gelezen, (zo ja) of zij het hadden begrepen, en of het document hen geholpen had als informatie- en/of vergelijkingstool.

### 2.2.2 Steekproef

4362 leden van CentERdata's online panel vulden de selectievragenlijst in. 594 panelleden (13,6%) gaven aan in 2015, 2016 of 2017 (minimaal) een van de financiële producten – hypotheek, overlijdensrisicoverzekering en/of arbeidsongeschiktheidsverzekering – te hebben afgesloten, en vulden de vragenlijst (volledig) in. De antwoorden van 44 personen die niet tot de steekproef behoorden zijn verwijderd.<sup>9</sup> De antwoorden van 550 personen zijn geanalyseerd. Tabel 2.1 geeft een overzicht van de steekproefkenmerken voor de gehele steekproef, voor de steekproef van respondenten die in 2015, 2016 of 2017 een van de drie producten hebben afgesloten, in totaal en per product. De tabel laat zien dat hypotheek en overlijdensrisicoverzekeringen relatief vaak door personen in de leeftijdscategorie 25-44 jaar, hoger opgeleiden, en personen met een relatief hoog (huishoud)inkomen zijn afgesloten. Bij arbeidsongeschiktheidsverzekeringen zijn de groepen jonger dan 35 jaar, mannen, en hoogopgeleiden (hbo en wo) oververtegenwoordigd.

---

<sup>9</sup> Het gaat hier om (a) personen die aangaven niet zelf betrokken te zijn geweest bij de aanschaf van het product, (b) arbeidsongeschiktheidsverzekeringen die via de werkgever (dus niet individueel) zijn afgesloten, (c) personen die de vragenlijst voor een ander product hebben ingevuld (bv. uit de antwoorden op de open vragen bleek dat een persoon de overlijdensrisicoverzekering had verward met een uitvaartverzekering), (d) personen die het product op het moment van deelname (nog) niet afgesloten hadden, (e) (zeer) kleine wijzigingen van eerder afgesloten producten, en (f) personen die aangaven 10 of meer betaalde adviezen te hebben afgenomen (we gaan ervan uit dat dit niet-serieuze responsen zijn).



**Tabel 2.1. Steekproefkenmerken**

Kenmerk	Alle respondenten (N = 4362)	Respondenten die product in 2015, 2016 of 2017 hebben afgesloten			
		Totaal (N = 550)	Hypotheek (N = 446)	ORV (N = 70)	AOV (N = 34) <sup>10</sup>
<i>Leeftijd</i>					
16-24 jaar	14%	6%	3%	13%	24%
25-34 jaar	21%	40%	40%	43%	35%
35-44 jaar	14%	22%	22%	29%	15%
45-54 jaar	15%	13%	14%	9%	15%
55-64 jaar	18%	11%	12%	7%	12%
65+	19%	8%	9%	0%	0%
<i>Geslacht</i>					
Man	48%	48%	48%	39%	62%
Vrouw	52%	52%	52%	61%	38%
<i>Opleidingsniveau</i>					
Basisonderwijs	8%	3%	3%	1%	3%
Vmbo	19%	10%	10%	10%	6%
Havo/vwo	13%	8%	7%	9%	15%
Mbo	22%	26%	25%	37%	15%
Hbo	25%	33%	34%	27%	35%
Wo	14%	20%	20%	16%	27%
Niet bekend	<1%	<1%	<1%	0%	0%
<i>Netto maandinkomen huishouden</i>					
< €1000	6%	2%	1%	6%	9%
€1001-2000	19%	13%	13%	11%	21%
€2001-3000	25%	25%	26%	26%	12%
€3001-4000	21%	24%	26%	17%	24%
> €4000	21%	28%	28%	30%	21%
Niet bekend	8%	8%	7%	10%	15%
<i>Regio</i>					
Drie grote steden	16%	14%	15%	7%	15%
Rest west	27%	32%	33%	26%	29%
Noord	12%	9%	8%	14%	12%
Oost	22%	25%	24%	27%	24%
Zuid	23%	20%	19%	26%	21%

**Tabel 2.2. Verdeling over producttypen**

	Ja, in 2017	Ja, in 2016	Ja, in 2015	Totaal sinds 2015
Hypotheek	100	198	148	446
Overlijdensrisicoverzekering	21	27	22	70
Arbeidsongeschiktheidsverzekering	9	13	12	34
<i>Totaal</i>				550

<sup>10</sup> Vanwege het kleine aantal observaties moeten de resultaten die specifiek betrekking hebben op de verzekeringen, en arbeidsongeschiktheidsverzekeringen in het bijzonder, met voorzichtigheid worden geïnterpreteerd.



**Tabel 2.3. Was dit de eerste keer dat u een ... afsloot?**

	Hypotheek (N = 446)	ORV (N = 70)	AOV (N = 34)	Totaal (N = 550)
Ja	39%	49%	68%	42%
Nee	60%	49%	27%	57%
Ik weet het (echt) niet	1%	3%	6%	1%
<i>Totaal</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>

Van de voor dit onderzoek gekozen producten zijn hypotheek het vaakst afgesloten (81%), gevolgd door overlijdensrisicoverzekeringen (13%) en arbeidsongeschiktheidsverzekeringen (6%).<sup>11</sup> Van de 70 respondenten die een overlijdensrisicoverzekering afsloten deden 15 dat (waarschijnlijk) bij het afsluiten van een hypotheek (21%).<sup>12</sup> Bij de overige 55 (79%) gaat het om losse verzekeringen. Voor 39% van de respondenten die tussen 2015 en 2017 een hypotheek hadden afgesloten ging het om een eerste hypotheek (Tabel 2.3).

## 2.2.3 Resultaten

### Advieskeuzeproces

Allereerst is gevraagd aan respondenten of zij het financiële product met of zonder advies van een financieel adviseur hadden afgesloten. 85% van de respondenten gaf aan het product met advies te hebben afgesloten en 15% zonder advies (Tabel 2.4). Van de respondenten die een hypotheek hadden afgesloten, had 92% advies ingewonnen. 8% gaf aan de hypotheek zonder advies te hebben afgesloten. Bij de verzekeringen won 59% financieel advies in en 41% niet. De orde van grootte van deze percentages komt overeen met bevindingen uit onderzoek van AFM/GfK (2016)<sup>13</sup>, Verbond van Verzekeraars/GfK (2017)<sup>14</sup> en Legal & General/GfK (2016)<sup>15</sup>. Uit de antwoorden op de open vragen blijkt echter ook dat consumenten niet altijd goed weten wat precies onder "advies" valt, of ze het al dan niet hebben gekregen, of waarvoor ze precies betaald hebben (bv. voor advies of afsluiten), wat het nauwkeurig vaststellen van dit soort percentages compliceert. Het onderzoek van AFM/GfK onder hypotheeksluiters laat bijvoorbeeld ook zien dat op de vraag of de respondent een kennis- en ervaringstoets (die wettelijk verplicht is wanneer met dit soort producten zonder advies wil afsluiten) heeft ingevuld een aanzienlijk kleiner percentage bevestigend antwoordt (<2%).

Om de resultaten beter te begrijpen, is voor respondenten die aangaven het product zonder advies af te hebben gesloten gekeken naar de manier waarop zij dat deden: online versus offline (Tabel 2.4). Bij execution-only via het online kanaal is wellicht met meer zekerheid te zeggen dat het product daadwerkelijk zonder advies is afgesloten dan wanneer men aangeeft dat het product is afgesloten door een zelfstandig adviseur of medewerker van een bank of verzekeraar.<sup>16</sup> Tabel 2.4 laat zien dat iets minder dan de helft van de

<sup>11</sup> Vanwege het kleine aantal observaties moeten de resultaten die specifiek betrekking hebben op de verzekeringen met voorzichtigheid worden geïnterpreteerd.

<sup>12</sup> Hypotheek en overlijdensrisicoverzekering werden in hetzelfde jaar afgesloten.

<sup>13</sup> AFM/GfK (2016). *AFM Consumentenmonitor hypotheek* (voorjaar 2016).

<sup>14</sup> Verbond van Verzekeraars/GfK (2017). *Consumentenonderzoek Provisieverbod complexe en impactvolle producten*.

<sup>15</sup> Legal & General/GfK (2016). *Online hybride klantbediening: Een onderzoek voor Legal & General naar het gedrag van consumenten bij de aanschaf van financiële producten en het belang van online dienstverlening daarin*. Deel 2: afsluitfase.

<sup>16</sup> Decisio/Periscoop (2017). *De klant meer centraal: De markteffecten van het provisieverbod*. In opdracht van het Ministerie van Financiën.



respondenten die aangaven hun hypotheek of arbeidsongeschiktheidsverzekering zonder advies te hebben afgesloten dat via de website van een aanbieder of vergelijkingssite deed. Van de respondenten die zonder advies een overlijdensrisicoverzekering afsloten deed bijna driekwart dit online. Execution-only via het online kanaal wordt daarmee geschat op 4% voor hypotheek, 30% voor overlijdensrisicoverzekeringen en 18% voor arbeidsongeschiktheidsverzekeringen.<sup>17</sup>

**Tabel 2.4. Afsluiten met versus zonder advies**

	Hypotheek (N = 446)	ORV (N = 70)	AOV (N = 34)	Totaal (N = 550)
Met advies	92%	59%	59%	85%
Zonder advies:	9%	41%	41%	15%
Via de website van de bank of verzekeraar	3%	17%	18%	5%
Via een website waarop ik producten van verschillende banken en/of verzekeraars kon vergelijken	1%	13%	0%	2%
Een medewerker van een bank of verzekeraar heeft het voor mij afgesloten	4%	6%	9%	4%
Een zelfstandig financieel adviseur heeft het voor mij afgesloten	2%	6%	15%	3%
<i>Totaal</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>

In een vervolganalyse is gekeken naar de sociaal-demografische profielen van de consumentengroepen die het product respectievelijk met en zonder advies afsloten (zie Tabel 2.5). Vanwege het kleine aantal waarnemingen bij de verzekeringsproducten zijn de twee typen verzekeringen samengenomen in deze analyse. Respondenten die hun hypotheek zonder advies afsloten zijn over het algemeen wat ouder dan de respondenten die een adviseur raadpleegden<sup>18</sup>, en vaker man<sup>19</sup>. De consumentengroepen die hun hypotheek of verzekering met versus zonder advies afsloten verschillen niet significant van elkaar in termen van inkomen<sup>20</sup> of opleidingsniveau<sup>21</sup>.

<sup>17</sup> Daarbij moet worden opgemerkt dat het aantal waarnemingen bij de verzekeringen, en met name de arbeidsongeschiktheidsverzekeringen, laag was.

<sup>18</sup> Verschillen in leeftijdsverdeling tussen de hypotheeksluiters die hun hypotheek met versus zonder advies afsloten:  $\chi^2(5) = 9,31$ ;  $p < 0,10$  (voor verzekeringen:  $\chi^2(4) = 2,37$ ;  $p = 0,67$ ). Verschil in gemiddelde leeftijd tussen de hypotheeksluiters die met versus zonder advies afsloten:  $F(1, 443) = 10,30$ ;  $p = 0,001$  (voor verzekeringen:  $F(1, 102) = 0,003$ ;  $p = 0,96$ ).

<sup>19</sup> Verschillen in verdeling man-vrouw tussen de groepen die met versus zonder advies afsloten:  $\chi^2(1) = 6,65$ ;  $p = 0,01$  (voor verzekeringen:  $\chi^2(1) = 1,59$ ;  $p = 0,21$ ).

<sup>20</sup> Voor hypotheek:  $\chi^2(5) = 6,75$ ;  $p = 0,24$ . Voor verzekeringen:  $\chi^2(5) = 3,49$ ;  $p = 0,63$ .

<sup>21</sup> Voor hypotheek:  $\chi^2(6) = 9,04$ ;  $p = 0,17$ . Voor verzekeringen:  $\chi^2(5) = 2,42$ ;  $p = 0,79$ .



**Tabel 2.5. Sociaal-demografische profielen: met versus zonder advies**

	Hypotheek			Verzekeringen (ORV en AOV)		
	Totaal (N = 446)	Met advies (N = 408)	Zonder advies (N = 38)	Totaal (N = 104)	Met advies (N = 61)	Zonder advies (N = 43)
<i>Leeftijd</i>						
16-24 jaar	3%	4%	0%	16%	13%	21%
25-34 jaar	40%	41%	30%	40%	44%	35%
35-44 jaar	22%	23%	16%	24%	25%	23%
45-54 jaar	13%	13%	22%	11%	11%	9%
55-64 jaar	12%	12%	14%	9%	7%	12%
65+	9%	8%	19%	0%	0%	0%
Gemiddelde leeftijd	41	41	49	35	35	35
<i>Geslacht</i>						
Man	48%	47%	68%	46%	41%	53%
Vrouw	52%	53%	32%	54%	59%	47%
<i>Opleidingsniveau</i>						
Basisonderwijs	3%	2%	8%	2%	2%	2%
Vmbo	10%	9%	16%	9%	11%	5%
Havo/vwo	7%	7%	8%	11%	11%	9%
Mbo	25%	26%	16%	30%	31%	28%
Hbo	34%	34%	32%	30%	28%	33%
Wo	20%	21%	18%	19%	16%	23%
Niet bekend	<1%	<1%	3%	0%	0%	0%
<i>Netto maandinkomen huishouden</i>						
< €1000	1%	1%	0%	7%	3%	12%
€1001-2000	13%	13%	8%	14%	13%	16%
€2001-3000	26%	25%	37%	21%	21%	21%
€3001-4000	26%	26%	24%	19%	21%	16%
> €4000	28%	29%	18%	27%	30%	23%
Niet bekend	7%	7%	13%	12%	11%	12%

De recente sluiters die geen adviseur hadden geraadpleegd, noemden het zelf verstand hebben van financiële zaken het vaakst als reden om het product zonder advies af te sluiten (65%, Tabel 2.6). Binnen deze groep is 1 op 5 werkzaam in de financiële sector (4% als adviseur). Binnen de groep die advies inwon is dat 1 op 16 (0,2% als adviseur). 16% noemde de hoogte van de advieskosten als een reden om geen advies in te winnen; dit is 2% van de totale steekproef. 0,7% van de respondenten (4 van de 550) noemde de hoogte van de advieskosten als enige reden om het product zonder advies af te sluiten.

**Tabel 2.6. Belangrijkste reden(en) om zonder advies af te sluiten**

	% van respondenten die zonder advies afsloten (N = 81)	% van alle respondenten die product afsloten (N = 550)
Ik heb zelf voldoende verstand van financiële zaken	65%	10%
Ik ben geholpen door iemand in mijn omgeving met verstand van financiële zaken	27%	4%
Ik vond de advieskosten te hoog	16%	2%
Anders	9%	1%





Aan recente sluiters die advies hadden ingewonnen is gevraagd of zij er wel over gedacht hadden om het product zonder advies af te sluiten en aan recente sluiters die géén adviseur hadden geraadpleegd is gevraagd of zij er wel overwogen hadden om financieel advies te vragen. Van alle recente sluiters koos 67% zonder twijfel voor afsluiten met advies en koos 12% zonder twijfel voor afsluiten zonder advies. 21% van de recente sluiters overwoog beide opties: 18% koos uiteindelijk voor advies en 3% niet.<sup>22</sup> Van deze laatste groep die beide opties had overwogen maar het product uiteindelijk toch zonder advies had afgesloten, had ongeveer twee derde ook daadwerkelijk oriëntatiegesprekken gevoerd (dit is 2% van alle recente sluiters).

**Tabel 2.7. Redenen om *niet* zonder advies af te sluiten (open vraag)**

	% van respondenten die overwogen hadden om zonder advies af te sluiten maar dat uiteindelijk niet deden (N = 101)
Gebrek aan kennis	39%
Onzekerheid/vertrouwen in adviseur en/of waarde van advies	21%
Verplicht advies afnemen bij dienstverlener	17%
Niet voldoende tijd om het zelf uit te zoeken/gemak	9%
Reden onduidelijk	9%
Problemen/toch hulp nodig	2%
Niet betaald voor advies	2%
Kennis- en ervaringstoets niet gehaald	1%
<i>Totaal</i>	<i>100%</i>

Ook is aan respondenten die advies hadden ingewonnen maar execution-only wel hadden overwogen (18% van alle recente sluiters) gevraagd waarom zij er niet voor hadden gekozen om het product zonder advies af te sluiten. Een gebrek aan kennis werd het meest genoemd als reden om toch een adviseur in de arm te nemen (zie Tabel 2.7). Ook speelt onzekerheid een belangrijke rol: men is bang om een verkeerde keuze te maken en zoekt naar meer zekerheid. Daarbij werd vaak genoemd dat men vertrouwen had in de adviseur en in de waarde van advies (een beter passend product of juist de bevestiging dat men een verstandige keuze maakt). Een deel van de consumenten lijkt dus het oriëntatieproces in te gaan met het idee om het product wellicht zonder hulp van een adviseur af te sluiten, maar ziet hier toch van af wanneer duidelijk wordt wat zelf afsluiten daadwerkelijk behelst.

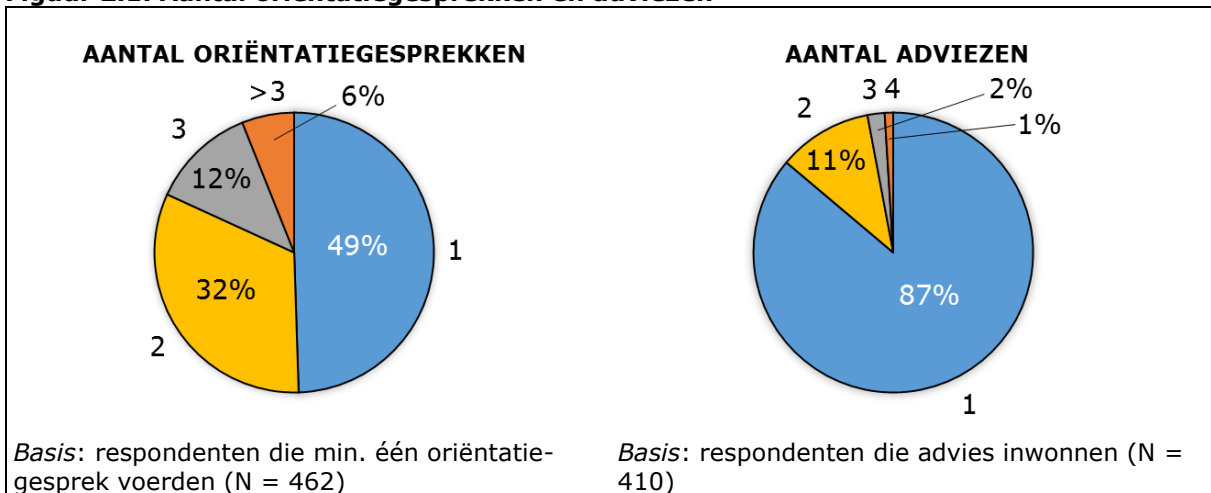
### *Oriëntatie*

Figuur 2.1 laat zien dat ongeveer de helft van de respondenten die oriënterende gesprekken met financieel adviseurs voerden (49%) met één dienstverlener sprak. Ongeveer een derde had twee oriënterende gesprekken (32%), 12% had drie gesprekken en 6% vier of meer. 61% van alle gevoerde oriëntatiegesprekken was met een zelfstandig adviseur, 39% met een adviseur van een bank of verzekeraar (Figuur 2.2). Verder oriënteerde 15% van de respondenten zich enkel bij een of meerdere banken en/of verzekeraars (dus niet bij zelfstandig adviseurs), 46% enkel bij een of meerdere zelfstandig adviseurs (dus niet bij banken en/of verzekeraars), en 39% bij een combinatie van de twee.

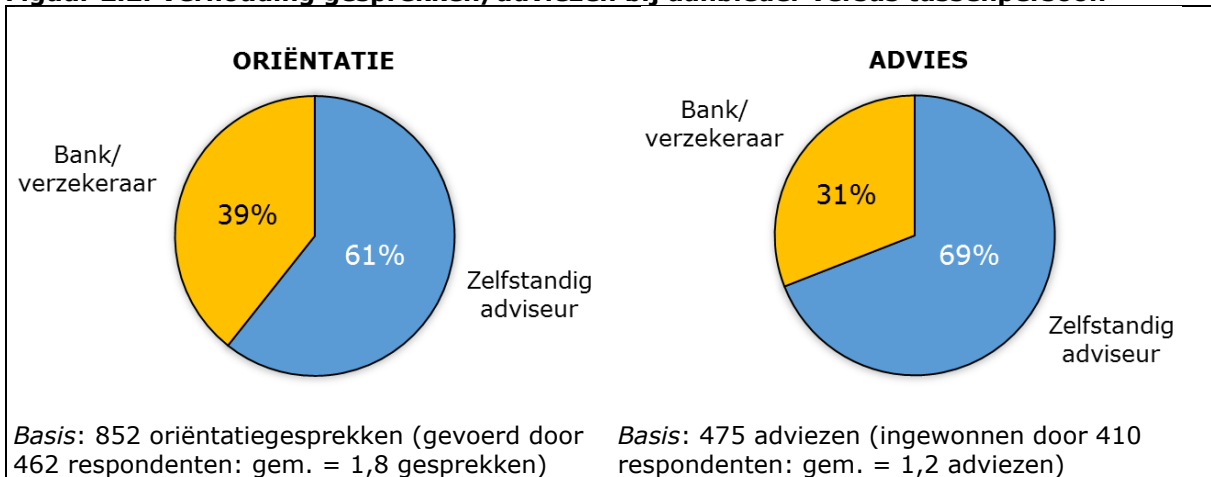
<sup>22</sup> Van de recente *hypotheeksluiters* koos 72% zonder twijfel voor afsluiten met advies en koos 5% zonder twijfel voor afsluiten zonder advies. 23% overwoog beide opties: 20% koos uiteindelijk voor hypotheekadvies en 3% niet.



**Figuur 2.1. Aantal oriëntatiegesprekken en adviezen**



**Figuur 2.2. Verhouding gesprekken/adviezen bij aanbieder versus tussenpersoon**



Aan respondenten die een of meerdere oriëntatiegesprekken voerden is gevraagd hoe zij die financiële dienstverlener(s) gevonden hadden (Tabel 2.8). Respondenten kiezen vooral voor adviseurs bij wie ze al klant zijn. Dit geldt heel sterk voor aanbieders (59%), maar het "klant zijn" is ook de meest genoemde factor bij het vinden van een zelfstandig adviseur (29%). Daarnaast worden zelfstandig adviseurs relatief vaak via bekenden gevonden (29%).

**Tabel 2.8. Via welke bron wordt de adviseur gevonden?**

	Zelfstandig adviseurs	Banken/verzekeraars	Totaal
Al (eerder) klant	29%	59%	41%
Via bekenden	29%	14%	23%
Kantoor in de buurt	16%	11%	14%
Via internet: zoekmachine	12%	7%	11%
Bekend met adviseur/dienstverlener (maar nog geen klant)	9%	6%	8%
Via een andere professionele partij	10%	4%	7%
Via internet: andere website(s)	5%	2%	4%
Telefoonboek/Gouden Gids	0%	0%	0%
Anders	8%	5%	7%
Weet ik niet	2%	3%	2%
<i>N</i>	394	250	462



Vervolgens is gevraagd door welke factoren respondenten zich het meest hebben laten leiden bij het kiezen van financiële dienstverlener(s) voor een oriëntatiegesprek (respondenten konden maximaal drie factoren aankruisen; Tabel 2.9). Recente sluiters letten het meest op de reputatie van de dienstverlener (32%), gevolgd door de eerdere ervaringen die men met de dienstverlener had als klant (30%), de reikwijdte van het advies (27%) en eerdere ervaringen van andere mensen in hun omgeving (25%). De advieskosten worden door 14% van de respondenten bij de drie meest belangrijke factoren genoemd.

**Tabel 2.9. Factoren die van invloed zijn op keuze dienstverlener voor oriëntatiegesprek**

	% van respondenten die een of meerdere oriëntatiegesprekken hebben gehad (N = 462)
Reputatie	32%
Eerdere ervaringen als klant	30%
Reikwijdte van advies	27%
Eerdere ervaringen van anderen	25%
Locatie	16%
Beschikbaarheid van duidelijke informatie	15%
Advieskosten	14%
Persoonlijke bekendheid met adviseur	13%
Flexibiliteit	12%
Onafhankelijkheid van advies	11%
Anders	8%

Deze bevindingen zijn in lijn met onderzoek dat (net) voor de invoering van het provisieverbod is uitgevoerd. Zo blijkt bijvoorbeeld uit de AFM *Consumentenmonitor hypotheek*<sup>23</sup> dat begin 2012 de helft van de consumenten met één adviseur gesproken had, een derde met twee verschillende adviseurs, en 17% met drie of meer. De percentages verschuiven enigszins per jaar, maar er is geen grote verandering waar te nemen voor versus na invoering van het provisieverbod. De meest recente, gepubliceerde cijfers van de monitor (voorjaar 2016) komen zeer goed overeen met de bevindingen van het huidige onderzoek. Verder worden in onderzoek van Wijzer in Geldzaken (2012)<sup>24</sup>, uitgevoerd vóór de invoering van het provisieverbod, dezelfde factoren genoemd als meest bepalend in de keuze voor een financiële dienstverlener als in het huidige onderzoek: het klant zijn, goede ervaringen met de adviseur in het verleden en vertrouwen. Echter, zoals in hoofdstuk 1 (Box 1) uitgelegd, kan door dit soort vergelijkingen niet het *causale* verband aangetoond worden tussen het provisieverbod en consumentengedrag.

Ongeveer driekwart van de respondenten (76%) die bij meerdere financiële dienstverleners een oriëntatiegesprek hadden gehad, had het adviesaanbod van verschillende dienstverleners vergeleken (Tabel 2.10). De meerderheid van die groep (64%) vond het vergelijken (heel) makkelijk, 8% (heel) moeilijk.

<sup>23</sup> AFM/GfK (2016). *AFM Consumentenmonitor hypotheek* (voorjaar 2016).

<sup>24</sup> Wijzer in geldzaken (2012). *Het provisieverbod & gebruik financieel adviseurs (Publieksmonitor)*.



**Tabel 2.10. Vergelijken van adviesaanbod van verschillende dienstverleners**

	% van respondenten die meerdere oriëntatiegesprekken hebben gehad (N = 234)	% van respondenten die hebben vergeleken (N = 179)
Adviesaanbod van verschillende dienstverleners vergeleken	76%	
(Heel) makkelijk		64%
Niet makkelijk, maar ook niet moeilijk		28%
(Heel) moeilijk		8%
<i>Totaal</i>		<i>100%</i>
Geen adviesaanbod gekregen	3%	
Niet vergeleken	16%	
Weet niet	5%	
<i>Totaal</i>	<i>100%</i>	

Het verkrijgen van informatie over en vergelijken van het aanbod van verschillende dienstverleners is waarschijnlijk meer de moeite waard in de ogen van consumenten als zij het idee hebben dat er grote verschillen zijn in kosten en kwaliteit van advies tussen verschillende dienstverleners (Tabel 2.11). Echter, slechts ongeveer een derde van de respondenten denkt dat er (zeer) grote prijsverschillen tussen dienstverleners zijn. Ongeveer twee derde verwacht geen grote verschillen (63%). Wel denkt ongeveer de helft van de respondenten dat er grote of zeer grote verschillen bestaan tussen dienstverleners in de kwaliteit van advies (51%).

**Tabel 2.11. Gepercipieerde verschillen in kosten en kwaliteit tussen dienstverleners**

	Gepercipieerde verschillen tussen dienstverleners in...	
	kosten van advies	kwaliteit van advies
(Zeer) klein	21%	12%
Niet groot, niet klein	42%	37%
(Zeer) groot	37%	51%
<i>Totaal</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>
<i>N</i>	<i>469</i>	<i>469</i>

#### Advies

De overgrote meerderheid van de recente sluiters nam bij één dienstverlener betaald advies af (87%, Figuur 2.1). 11% gaf aan bij twee dienstverleners te hebben betaald voor advies. Wanneer men bij meer dan één dienstverlener advies gevraagd had, was dit meestal omdat men een "second opinion" wilde (38%, Tabel 2.12). Ruim twee derde van alle adviezen werd afgenomen bij een zelfstandig adviseur (69%), ongeveer een derde bij een bank of verzekeraar (31%, Figuur 2.2). Van de respondenten die bij één dienstverlener betaald advies afnamen, had 75% een zelfstandig adviseur geraadpleegd en 25% een adviseur van een bank of verzekeraar.

Tabel 2.13 laat zien dat er niet één factor is die voor een grote groep consumenten het meest doorslaggevend is in de keuze voor een bepaalde dienstverlener. Voor verschillende consumenten zijn verschillende factoren belangrijk en de percentages van respondenten die de factor als meest doorslaggevend aanmerken liggen dan ook relatief dicht bij elkaar (zie Tabel 2.13, laatste kolom). Een goed gevoel bij de adviseur (42%), een begrijpelijke uitleg (42%) en de reikwijdte van het advies ("De adviseur keek naar producten van verschillende banken en/of verzekeraars"; 42%) worden het vaakst genoemd als belangrijke redenen om bij een bepaalde dienstverlener advies af te nemen. Een goed



gevoel bij de adviseur (12%), positieve eerdere ervaringen met de adviseur/dienstverlener (12%) en maatwerk ("De adviseur hield goed rekening met mijn persoonlijke situatie"; 12%) worden het vaakst genoemd als *meest* belangrijke reden, gevolgd door de reikwijdte en onafhankelijkheid van het advies (beide 11%). Opvallend is dat de onafhankelijkheid van advies voor relatief weinig respondenten belangrijk was bij het kiezen van dienstverlener(s) voor een oriëntatiegesprek, maar wel door relatief veel respondenten aangestipt wordt als meest doorslaggevende factor in de beslissing om bij een bepaalde financiële dienstverlener advies te vragen. Het feit dat men zelf voorbereidend werk kon doen wordt door de minste respondenten als belangrijk (8%) of meest doorslaggevend (2%) gezien.

**Tabel 2.12. Reden voor meerdere betaalde adviezen**

	% van respondenten die meerdere betaalde adviezen hebben afgenomen (N = 53)	% van alle respondenten die product afsloten (N = 550)
Ik ben verder gaan zoeken omdat ik ontevreden was over het advies van een (van de) dienstverlener(s).	19%	2%
Ik wilde een "second opinion": ik wilde weten of een andere financiële dienstverlener hetzelfde advies zou geven.	38%	4%
Ik kon het product niet zonder (betaald) advies afsluiten bij de financiële dienstverlener van mijn keuze, maar had ook al betaald voor advies bij een andere financieel adviseur.	17%	2%
Anders	26%	3%
<i>Totaal</i>	<i>100%</i>	<i>10%</i>

**Tabel 2.13. Factoren die van invloed zijn op keuze van dienstverlener voor advies**

	Belangrijk	In de top-3	Meest doorslaggevend
Goed gevoel bij adviseur	42%	28%	12%
Positieve eerdere ervaringen	24%	20%	12%
Maatwerk	39%	27%	12%
Reikwijdte van advies	42%	30%	11%
Onafhankelijkheid van advies	33%	22%	11%
Begrijpelijke uitleg adviseur	42%	27%	6%
Deskundigheid adviseur	41%	24%	6%
Adviseur nam werk uit handen	31%	6%	6%
Lage advieskosten	16%	12%	5%
Advies van anderen in omgeving	14%	7%	4%
Aandacht van adviseur	37%	13%	3%
Goede prijs-kwaliteitverhouding	20%	6%	3%
Kon zelf voorbereidend werk doen	8%	5%	2%
Anders	6%	6%	6%
<i>Totaal</i>			<i>100%</i>
<i>N</i>	<i>410</i>	<i>410</i>	<i>410</i>

14% van de totale steekproef had wel oriëntatiegesprekken gevoerd, maar geen betaald advies afgenomen. Daarvan gaf een klein deel aan het financiële product ook zonder advies te hebben afgesloten (2% van alle respondenten). Ongeveer 1 op 10 respondenten gaf aan het product met advies te hebben afgesloten, maar niet betaald te hebben voor het advies (11% van alle respondenten). Als toelichting werd het vaakst genoemd dat het



advies gratis was of dat er geen kosten in rekening waren gebracht (24%; Tabel 2.14). Bij 16% van de respondenten die niet betaald hadden voor het gekregen advies ging het om een vriendendienst en/of was de adviseur een bekende van de respondent.

**Tabel 2.14. Toelichting wanneer men niet betaald had voor het advies (open vraag)**

	% van respondenten die wel advies hebben gehad maar niet betaald hebben (N = 63)
Advies was gratis/geen kosten in rekening gebracht	24%
Vriendendienst/bekende adviseur	16%
Alleen betaald voor afsluiten	10%
Service/gratis advies van eigen bank/verzekeraar	10%
Na eerste (gratis) gesprek(ken) besluit genomen	8%
Weinig werk voor adviseur	3%
Geen toelichting	11%
Onduidelijke toelichting	19%
<i>Totaal</i>	<i>100%</i>

### Advieskosten

In het tweede deel van de vragenlijst is aan respondenten die advies hadden afgenomen (N = 410) gevraagd wat zij van het gekregen advies en de kosten daarvan vonden (Tabel 2.15). Over het algemeen zijn respondenten tevreden over het gekregen advies: 84% is tevreden of zeer tevreden (5% is ontevreden of zeer ontevreden). Er is geen verschil in tevredenheid tussen respondenten die advies inwonen bij zelfstandig adviseurs versus aanbieders. De meeste respondenten vonden de advieskosten niet hoog maar ook niet laag (44%), of hoog (35%). De grootste groep respondenten (41%) vond de hoogte van de advieskosten acceptabel gegeven het door de adviseur verrichte werk. Ongeveer 1 op 5 vond de hoogte van de advieskosten onacceptabel (22%). Verder gaf 13% van de respondenten aan de mogelijkheid te hebben gekregen om de advieskosten gespreid te betalen, 48% niet, en 39% weet het niet.

**Tabel 2.15. Evaluatie advies en -kosten**

Hoe tevreden of ontevreden bent u met het advies dat u gekregen hebt? (N = 410)		Wat vindt u van de kosten die u moest betalen voor het advies? (N = 410)		Vindt u de advieskosten acceptabel als u denkt aan de werkzaamheden die de adviseur voor u heeft verricht? (N = 410)	
(Zeer) ontevreden	5%	(Zeer) laag	8%	(Zeer) zeker niet	22%
Neutraal	11%	Niet hoog, niet laag	44%	Neutraal	32%
(Zeer) tevreden	84%	(Zeer) hoog	41%	(Zeer) zeker wel	41%
		Weet niet meer	7%	Weet niet meer	5%
<i>Totaal</i>	<i>100%</i>	<i>Totaal</i>	<i>100%</i>	<i>Totaal</i>	<i>100%</i>

Ook is gevraagd of respondenten hebben overwogen om het product zonder advies af te sluiten om kosten te besparen (zij hebben dit uiteindelijk dus niet gedaan). 75% gaf aan dit (zeer) zeker *niet* overwogen te hebben, 16% (zeer) zeker wel (9% gaf een neutraal antwoord).

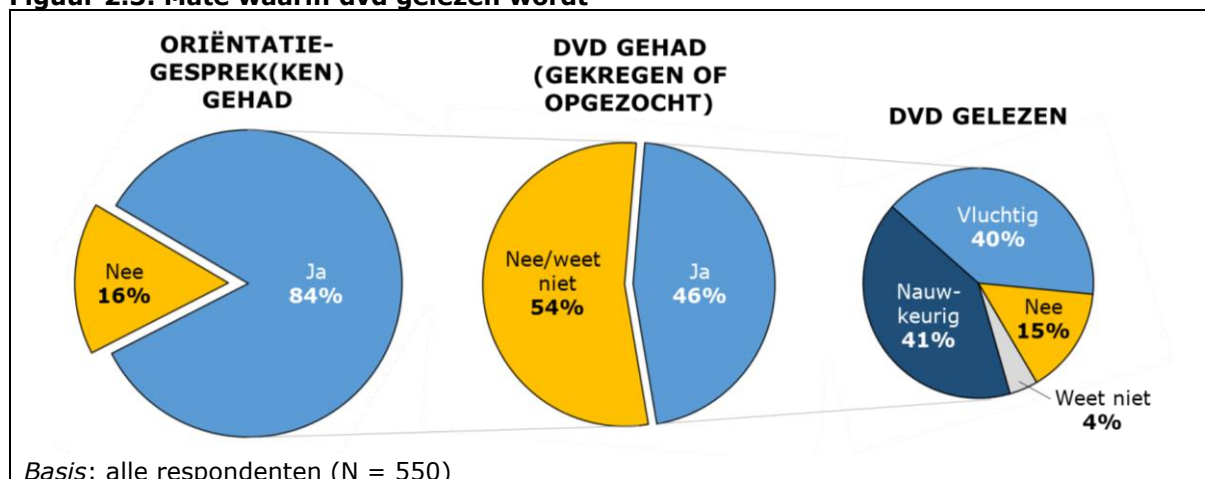
### Rol van het dienstverleningsdocument

In het derde en laatste deel van de vragenlijst werden vragen gesteld over de rol van het dienstverleningsdocument in het keuzeprocess. 84% van de respondenten had een of meerdere oriëntatiegesprekken gehad (Figuur 2.3). Daarvan had ongeveer de helft



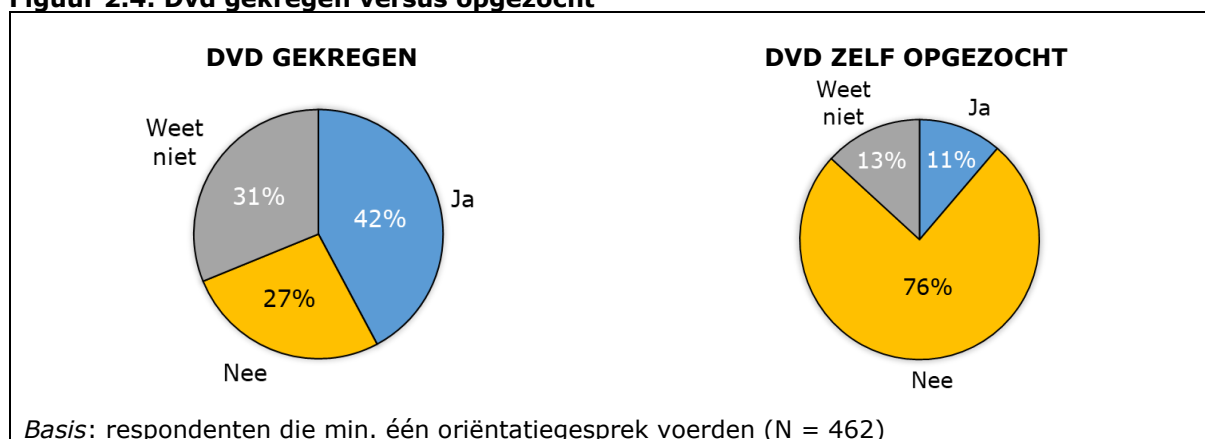
(minstens) een dienstverleningsdocument gekregen of opgezocht (46%, Figuur 2.3). Van die 46% zegt 81% een of meerdere dvd's te hebben gelezen (dat is 38% van de respondenten die minstens één oriëntatiegesprek voerden). 41% van de respondenten die minstens een dienstverleningsdocument hadden gekregen of opgezocht, geeft aan een of meerdere dienstverleningsdocumenten nauwkeurig te hebben gelezen en 40% vluchtig (Figuur 2.3). 15% had wel een of meerdere dienstverleningsdocumenten gekregen, maar heeft deze niet gelezen.

**Figuur 2.3. Mate waarin dvd gelezen wordt**



Aan respondenten is gevraagd of zij dienstverleningsdocumenten van financiële dienstverleners hadden gekregen, maar ook of zij het document zelf actief hadden opgezocht (Figuur 2.4). Van de respondenten die een of meerdere oriëntatiegesprekken voerden, heeft 42% (minstens) een dienstverleningsdocument van de dienstverlener gekregen, 27% heeft er géén gekregen en 31% weet het niet (meer). 11% van de respondenten die oriënteerden bij adviseurs gaf aan zelf (minstens) een dienstverleningsdocument opgezocht te hebben, 76% niet, en 13% weet het niet (meer).

**Figuur 2.4. Dvd gekregen versus opgezocht**



Van de recente sluiters die ook daadwerkelijk betaald advies hadden afgenomen gaf ongeveer de helft (54%) aan een dvd van de adviserende dienstverlener te hebben gekregen. Van die consumenten kreeg het overgrote deel het document wettelijk gezien op het juiste moment, namelijk vóór het tekenen van een dienstverleningsovereenkomst (80%), meestal tijdens (35%) of na (40%) het eerste kennismakingsgesprek, en soms al





daarvoor (5%). 10% gaf aan het document te hebben ontvangen bij het tekenen van de overeenkomst (10% kon het zich niet meer herinneren). Slechts een kleine groep recente sluiters (4%) had het dvd liever op een eerder moment gekregen.

**Tabel 2.16. Rol van het dienstverleningsdocument in het advieskeuzeproces**

<i>Het dienstverleningsdocument...</i>	% van respondenten die (minstens) een dienstverleningsdocument gelezen hebben (N = 174)	
	(Zeer) mee oneens	(Zeer) mee eens
heeft mij geholpen een goed beeld te krijgen van wat de financiële dienstverlener voor mij doet als ik advies van die dienstverlener vraag	9%	64%
heeft mij geholpen een goed beeld te krijgen van de kosten van advies bij die financiële dienstverlener	9%	74%
heeft mij geholpen om de juiste vragen te stellen aan de financiële dienstverlener	20%	41%
heeft mij geholpen om verschillende financiële dienstverleners met elkaar te vergelijken	29%	33%
heeft een belangrijke rol gespeeld bij het kiezen van een financieel adviseur	51%	21%

Consistent met onderzoek van SEO (2010)<sup>25</sup> zien we dat consumenten die het dienstverleningsdocument hebben gelezen over het algemeen positief zijn over het document. Respondenten die een of meerdere dienstverleningsdocumenten hebben gelezen (vluchtig of grondig), vonden de informatie over het algemeen duidelijk (gemiddelde score = 5,11 op 7-puntsschaal), makkelijk te begrijpen (gemiddelde score = 4,58), nuttig (gemiddelde score = 4,74) en van toegevoegde waarde (gemiddelde score = 4,76). Het dienstverleningsdocument lijkt mensen die het lezen vooral te helpen om een goed beeld te krijgen van wat het advies kost (74%) en wat het inhoudt (64%) en in veel mindere mate om dienstverleners met elkaar te vergelijken (33%; Tabel 2.16). Slechts 1 op de 5 respondenten (21%) die een of meerdere dienstverleningsdocumenten hebben gelezen, geeft aan dat het dvd een belangrijke rol heeft gespeeld bij het kiezen van een financieel adviseur. Dit is 8% van de mensen die minimaal één oriëntatiegesprek hebben gehad.

<sup>25</sup> SEO (2010). *Evaluatie provisieregels complexe producten*. In opdracht van het Ministerie van Financiën.

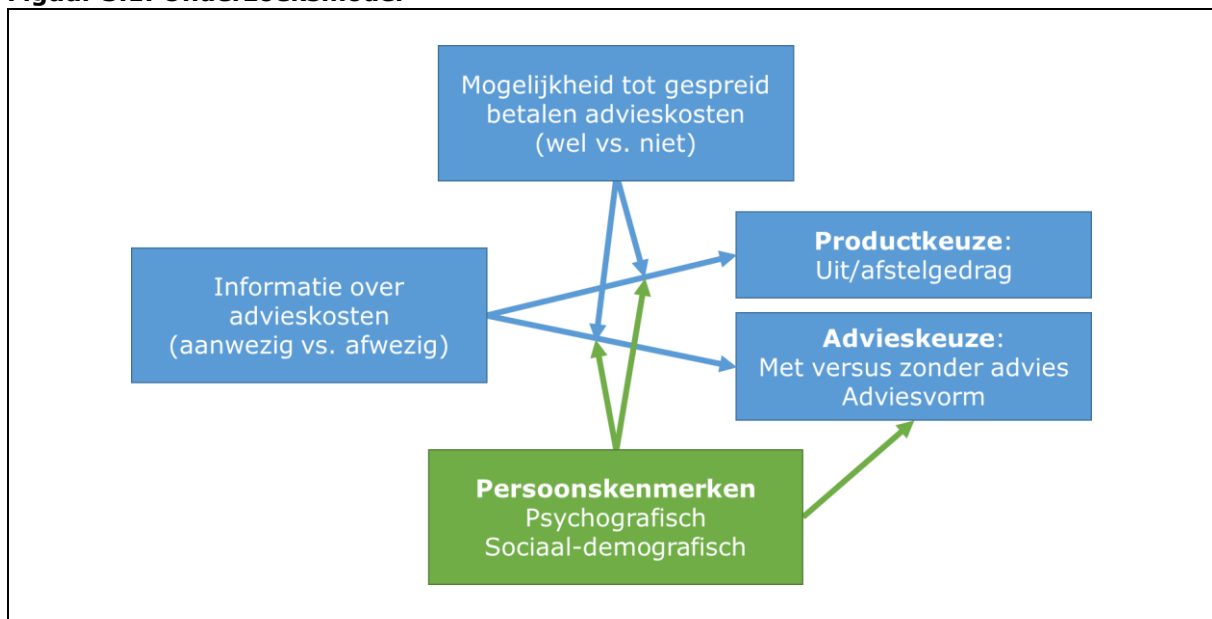


### 3 Deelonderzoek II: Advieskosten en advieskeuze

#### 3.1 Onderzoeksvragen en methodologie

Deelonderzoek 2 geeft antwoord op de tweede hoofdvraag: In hoeverre is de prijs van advies van invloed op de toegankelijkheid van advies? Sinds de invoering van het provisieverbod is het voor consumenten meteen duidelijk wat advies over een complex of impactvol financieel product zoals een hypotheek of arbeidsongeschiktheidsverzekering kost. Het is echter de vraag in hoeverre informatie over de hoogte van de advieskosten het keuzegedrag van consumenten beïnvloedt. In dit deelonderzoek kijken we zowel naar de advieskeuze – zou men het product met of zonder advies afsluiten, en als men met advies afsluit, welke adviesvorm heeft de voorkeur? – als mogelijk uitstelgedrag – zou men het product überhaupt afsluiten? Met andere woorden, vormen de advieskosten een drempel om advies af te nemen of überhaupt het product af te sluiten? Daarnaast onderzoeken we het effect van de mogelijkheid tot gespreid betalen: kan door het bieden van deze mogelijkheid een eventuele drempel om advies in te winnen worden weggenomen? Figuur 3.1 geeft het onderzoeksmodel grafisch weer (blauwe blokken).

**Figuur 3.1. Onderzoeksmodel**



Vanuit een maatschappelijk perspectief is de gewenste uitkomst een advieskeuze die aansluit bij de “normatieve” adviesbehoefte van de consument (*normative need*<sup>26</sup>), ofwel de advieskeuze die voor die consument door experts als “verstandig” gezien zal worden. Deze normatieve adviesbehoefte is afhankelijk van de complexiteit van de klantsituatie (bv. is men starter, doorstromer, ondernemer, etc.), maar ook van specifieke persoonskenmerken, zoals de mate van financiële geletterdheid (*financial literacy*<sup>27</sup>), hoe

<sup>26</sup> Bradshaw, J.R. (1972) ‘The taxonomy of social need’, in McLachlan, G. (ed), *Problems and Progress in Medical Care*. Oxford: Oxford University Press.

<sup>27</sup> Calcagno, R., & Monticone, C. (2015). Financial literacy and the demand for financial advice. *Journal of Banking & Finance*, 50, 363-380.



goed iemand met geld kan omgaan (financiële bekwaamheid of *financial capability*<sup>28</sup>), of hoe zeker (of onzeker) de consument is als het gaat om het nemen van financiële beslissingen<sup>29</sup>. Het is echter de vraag of de verschillende dienstverleningsvormen (bv. advies versus execution-only) de gewenste consumentengroepen aantrekken, en zo ja, of zij dit blijven doen wanneer de advieskosten expliciet gemaakt worden.

Om antwoord te geven op de onderzoeksvragen is een online experiment uitgevoerd onder *potentiële afnemers* van twee soorten financiële producten: hypotheek (haalproduct) en arbeidsongeschiktheidsverzekeringen (brenghproduct). Onder potentiële afnemers verstaan we consumenten die aangeven (misschien) van plan te zijn het financiële product binnen nu en vijf jaar af te sluiten. De algemene opzet van het experiment is geïnspireerd op onderzoek van Stichting Erkend Hypotheekadviseurs/GfK (2012) onder consumenten die een hypotheek hadden of van plan waren in de komende vijf jaar een hypotheek af te sluiten.<sup>30</sup> In het SEH/GfK onderzoek werden vier keuzeopties met betrekking tot hypotheekadvies aan deelnemers voorgelegd (persoonlijke advisering en bemiddeling, execution-only, en twee tussenvormen), eerst zonder tarieven en vervolgens met (indicatieve) tarieven. Wanneer er géén kosten getoond werden, werd de keuze van de deelnemers waarschijnlijk bepaald door hun adviesbehoefte, maar ook door hun *verwachtingen* met betrekking tot de kosten verbonden aan de verschillende keuzealternatieven. Door vervolgens de keuzemogelijkheden nogmaals voor te leggen, maar dan met een indicatie van de bijbehorende kosten, kon onderzocht worden of de adviesvoorkeuren van consumenten verschoven door de kosteninformatie (door een verschil tussen de gegeven kosteninformatie en de verwachte kosten). Dit is een “zuivere” manier om te onderzoeken of informatie over de hoogte van advieskosten het keuzegedrag van potentiële afnemers beïnvloedt: het enige aspect dat verschilt tussen de twee keuzesets is de informatie over de advieskosten, en daarmee is dit ook de enige factor die een waargenomen verschuiving kan verklaren.

In het online experiment is aan potentiële afnemers van hypotheek en arbeidsongeschiktheidsverzekeringen gevraagd een keuze te maken tussen mogelijke dienstverleningsvormen, met de bijbehorende kostenverschillen. Om de keuzeopties in het experiment een goede weerspiegeling te laten zijn van de (belangrijkste) keuzeopties die consumenten in de werkelijkheid hebben en de (typische) bijbehorende kosten, is eerst een marktverkenning gedaan: welke dienstverleningsvormen zien we in de huidige markt? Welke factoren zijn het meest bepalend voor de advies- en afsluitkosten?

### 3.1.1 Dienstverleningsvormen

De totale kosten voor advies en/of bemiddeling zijn sterk afhankelijk van de volgende factoren:

1. Of men advies afneemt: advies en bemiddeling versus execution-only
2. Mate van digitalisering van het klantcontact: dienstverlening op afstand (online/telefonisch) versus face-to-face (versus cross-channel modellen)

---

<sup>28</sup> Atkinson, A., McKay, S., Kempson, E., & Collard, S. (2006). *Levels of Financial Capability in the UK: results of a baseline survey*. UK: Financial Services Authority.

<sup>29</sup> Calcagno, R., & Monticone, C. (2015). Financial literacy and the demand for financial advice. *Journal of Banking & Finance*, 50, 363-380.

<sup>30</sup> SEH/GfK (2012). *Een onderzoek naar bedieningsconcepten voor hypotheekadvies*.



3. Zelfwerkzaamheid van de klant: de mate waarin de klant taken of activiteiten van de adviseur of bemiddelaar overneemt
4. Reikwijdte van de dienstverlening: alleen eigen producten of beperkte of uitgebreide vergelijking van producten van verschillende aanbieders
5. Complexiteit klantsituatie/type klant (bv. starter, doorstromer, ondernemer)

Sommige van deze factoren hangen met elkaar samen. In de praktijk ziet men execution-only en volledig, persoonlijk advies vaak als uiteinden op een spectrum, waarbij execution-only gekenmerkt wordt door een hoge mate van digitalisering en zelfwerkzaamheid van de klant en relatief lage kosten, en volledig, persoonlijk advies door een lage mate van digitalisering en zelfwerkzaamheid van de klant en relatief hoge kosten.<sup>31</sup> Daartussen zijn verschillende tussenvormen denkbaar, die variëren in de mate en manier van digitalisering en zelfwerkzaamheid, zoals een model waarbij klanten zelf voorbereidende taken uitvoeren (zoals het online invullen van gegevens) waardoor een verkort adviestraject doorlopen kan worden, een model waarbij advies en bemiddeling volledig online plaatsvindt (online advies), of een model waarbij klanten enkel advies krijgen op bepaalde onderdelen, zoals de fiscale aspecten of specifieke risicocomponenten (modulair advies).

### **Dienstverleningsvormen in het experiment**

Op basis van de marktverkenning is ervoor gekozen om drie dienstverleningsvormen mee te nemen in het onderzoek: execution-only, online advies, en persoonlijk advies. Bij persoonlijk advies maken we bovendien onderscheid tussen advies van een adviseur van een bank of verzekeraar en advies van een zelfstandig financieel adviseur. In totaal zijn er daarmee vier keuzemogelijkheden in het experiment:

- Persoonlijk advies van zelfstandig adviseur (tussenpersoon)
- Persoonlijk advies van bank/verzekeraar (aanbieder)
- Online advies
- Geen advies (execution-only)





In het online adviesmodel voert de klant zelf online voorbereidende taken uit en ontvangt men advies op afstand (telefonisch of via de webcam), waardoor de kosten van deze adviesvorm lager liggen dan bij persoonlijk advies. Er is bewust voor gekozen om bij online advies en execution-only geen onderscheid te maken tussen aanbieders en tussenpersonen, omdat het verschil in kosten (veel) kleiner is dan bij traditioneel, persoonlijk advies. Daarnaast wordt volledig online advies nauwelijks (actief) aangeboden door banken en verzekeraars, met name bij de arbeidsongeschiktheidsverzekeringen komt deze adviesvorm nauwelijks voor. Advies op afstand (telefonisch of online) wordt wel aangeboden, maar veel meer als service om het proces voor drukbezette mensen flexibeler te maken dan als manier om kosten te besparen. Ten slotte is het belangrijk dat de keuzeset voor deelnemers aan het experiment overzichtelijk en behapbaar blijft (vermijden van *information overload*).

---

<sup>31</sup> Zie ook SEH/GfK (2012). *Een onderzoek naar bedieningsconcepten voor hypotheekadvies*.



**Figuur 3.2. Voorbeeld keuzealternatieven met kostenindicatie (doorstromers hypotheek) in experiment**

		<b>Kostenindicatie</b> (advies* en afsluiten)
	<b>Persoonlijk advies van zelfstandig adviseur</b> <p>Hierbij krijgt u advies van een <u>zelfstandig financieel adviseur</u> (tussenpersoon). In een <u>persoonlijk adviesgesprek</u> bespreekt u uw wensen en voorkeuren en uw financiële situatie met de adviseur. De adviseur bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af bij de gekozen bank of verzekeraar.</p>	<b>€2500</b>
	<b>Persoonlijk advies van bank of verzekeraar</b> <p>Hierbij krijgt u advies van een <u>adviseur van een bank of verzekeraar</u>. In een <u>persoonlijk adviesgesprek</u> bespreekt u uw wensen en voorkeuren en uw financiële situatie met de adviseur. De adviseur bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af.</p>	<b>€2100</b>
	<b>Online advies</b> <p>Hierbij krijgt u "advies op afstand" van een financieel adviseur. U <u>vult zelf alle belangrijke gegevens in</u> op een internetsite. Vervolgens hebt u een <u>online (via de webcam) of telefonisch adviesgesprek</u> met een adviseur. De adviseur loopt met u door de ingevulde gegevens, bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af.</p>	<b>€1400</b>
	<b>Geen advies ("execution-only")</b> <p>Hierbij zoekt u zelf alle zaken rondom uw hypotheek uit. U vergelijkt verschillende producten en <u>kiest zelf een product uit</u>, inclusief alle productopties, <u>zonder advies</u> van een financieel adviseur. U draagt zelf het risico dat u misschien niet het beste product kiest. Als u zonder advies een hypotheek wilt afsluiten, moet u eerst een (wettelijk verplichte) <u>kennis- en ervaringstoets</u> doen.</p>	<b>€600</b>

\* Indien van toepassing

### Globale kostenindicatie in het experiment

Vervolgens is op basis van de marktverkenning voor elk van de dienstverleningsvormen een "typisch" tarief vastgesteld. Hiertoe is voor elk van de dienstverleningsvormen en elk van de producttypen (willekeurig) een aantal dienstverleners geselecteerd en is gekeken naar de prijzen in de betreffende dienstverleningsdocumenten. Bij de hypotheek is er bovendien onderscheid gemaakt tussen advieskosten voor starters versus doorstromers.<sup>32</sup> In totaal zijn de adviesprijzen van ruim 80 dienstverleners in hypotheek en van ruim 60 dienstverleners op het gebied van arbeidsongeschiktheidsverzekeringen meegenomen in de analyse. Om de "typische" kosten per dienstverleningsvorm te bepalen is niet enkel gekeken naar de gemiddelde kosten (die vertekend kunnen zijn door uitschieters), maar ook naar het "middelste" tarief (mediaan) en het meest voorkomende tarief (modus) per dienstverleningsvorm. Tabel 3.1 toont de in het experiment genoemde tarieven die op

<sup>32</sup> Tarieven liggen over het algemeen hoger voor doorstromers dan voor starters (zie ook Decisio/Periscoop, 2017). Ook voor ondernemers zijn de advieskosten over het algemeen hoger vanwege de complexere klantsituatie (Decisio/Periscoop, 2017). Omdat slechts een klein deel van de potentiële hypotheeksluiters ondernemer is, is geen tarievenoverzicht specifiek voor ondernemers in het experiment opgenomen. Wel lazen (alle) respondenten in de instructie: "Ook kunnen de kosten voor advies in specifieke situaties hoger zijn. Ondernemers betalen bijvoorbeeld soms hogere advieskosten (gemiddeld ongeveer €500 méér) omdat hun situatie vaak ingewikkelder is" (zie bijlage B voor de volledige instructies).



basis van deze marktanalyse zijn vastgesteld.<sup>33</sup> Figuur 3.2 geeft een overzicht van de keuzealternatieven met de bijbehorende kostenindicatie voor hypotheek, zoals respondenten (in dit geval doorstromers) deze te zien kregen in het experiment.

**Tabel 3.1. Globale kostenindicatie in experiment**

Dienstverleningsvormen	Kostenindicatie advies en afsluiten		
	Hypotheek		AOV
	Starter	Doorstromer	
Persoonlijk advies van zelfstandig adviseur	€ 2350	€ 2500	€ 800
Persoonlijk advies van bank/verzekeraar	€ 1750	€ 2100	€ 650
Online advies	€ 1250	€ 1400	€ 450
Geen advies ("execution-only")	€ 600	€ 600	€ 275

### 3.1.2 Gespreid betalen van advieskosten

Ook onderzoeken we of het bieden van de mogelijkheid tot gespreid betalen een eventuele drempel om advies in te winnen kan wegnemen. De gedragswetenschappelijke literatuur laat zien dat mensen korte termijn voor- en nadelen over het algemeen zwaarder wegen dan lange termijn voor- en nadelen (*present bias*).<sup>34</sup> Wanneer de advieskosten vooraf en ineens betaald moeten worden, kunnen deze zwaarder wegen in de beslissing om al dan geen advies af te nemen dan het voordeel dat een passend product op langere termijn voor de consument kan opleveren. In het geval van gespreide betaling van de advieskosten worden deze kosten uitgesmeerd over een langere periode, waardoor de betaling meer overeenkomt met de situatie vóór het provisieverbod. Wel blijven de advieskosten transparant voor de consument.

Wanneer kosten uitgesmeerd worden over meer dan drie termijnen wordt dit volgens de Wet financieel toezicht (Wft) als consumptief krediet gezien, waarvoor een nieuwe overeenkomst gesloten zou moeten worden. Er is echter een uitzondering gemaakt voor financiële dienstverleners die hun klanten gespreide betaling van advies- en bemiddelingskosten aanbieden. Gespreide betaling is wettelijk gezien mogelijk zonder dat het gezien wordt als een consumptief krediet als aan een aantal voorwaarden wordt voldaan, waaronder de voorwaarde dat de gespreide betaling niet langer loopt dan 24 maanden. Om te onderzoeken of het aanbieden van gespreide betaling van advies een eventuele drempel om advies af te nemen (door de hoge initiële kostenpost) kan wegnemen, gebruiken we in het experiment het wettelijk maximaal toegestane, dus gespreide betaling over 24 maandelijkse termijnen.

<sup>33</sup> Peildatum: 14-08-2017.

<sup>34</sup> Frederick, S., Loewenstein, G., & O'Donoghue, T. (2002). Time discounting and time preference: A critical review. *Journal of Economic Literature*, 40, 351-401. Laibson, D. (1997). Golden eggs and hyperbolic discounting. *Quarterly Journal of Economics*, 112, 443-477; O'Donoghue, T., & Rabin, M. (1999). Doing it now or later. *American Economic Review*, 103-124; Soman, D., Ainslie, G., Frederick, S., Li, X., Lynch, J., Moreau, P. & Wertenbroch, K. (2005). The psychology of intertemporal discounting: Why are distant events valued differently from proximal ones? *Marketing Letters*, 16(3), 347-360.



## 3.2 Opzet

Het onderzoek bestond uit drie delen: (1) een selectievragenlijst om vast te stellen of de consument een potentiële afnemer van een hypotheek of arbeidsongeschiktheidsverzekering is, (2) het advieskeuze-experiment, en (3) een vragenlijst om relevante achtergrondinformatie van deelnemers te meten (financiële geletterdheid, bekwaamheid, onzekerheid, etc.). Het invullen van de vragenlijst duurde ongeveer 15 minuten. In deze paragraaf beschrijven we achtereenvolgens de deelnemers en selectie, het experimentele design en de manipulaties, de experimentele procedure en vragen, en de gemeten achtergrondkenmerken.

### 3.2.1 Deelnemers en selectievragenlijst

Het onderzoek startte met een selectievragenlijst om de juiste doelgroep te kunnen selecteren, namelijk respondenten die verwachtten binnen nu en vijf jaar (misschien) een hypotheek of arbeidsongeschiktheidsverzekering af te sluiten. Dit zijn dus niet noodzakelijk mensen die zich al op het product en/of advies geïntereerd hebben (waarschijnlijk veel vaker niet dan wel). Het gaat bij de hypotheeken zowel om potentiële starters als potentiële doorstromers. Juist de laatste groep is (ook) interessant omdat deze consumentengroep mogelijk ook hypotheekadvies heeft gehad vóór het provisieverbod en dus mogelijk bekend is met de oude situatie. Bij de arbeidsongeschiktheidsverzekeringen gaat het om consumenten die van plan zijn (voor het eerst) een individuele arbeidsongeschiktheidsverzekering af te sluiten. Naast selectievragen bevatte de selectievragenlijst ook vragen om relevante sociaal-demografische kenmerken te meten; leeftijd, geslacht, opleiding, en belangrijkste inkomstenbron.

Het is in dit onderzoek belangrijk dat de steekproef representatief is voor de groep potentiële afnemers van de betreffende financiële producten en niet nationaal representatief<sup>35</sup>, omdat de consumenten die deze producten afsluiten geen goede weerspiegeling zijn van de Nederlandse bevolking als geheel (zie Tabel 2.1)<sup>36</sup>. Wanneer gekozen zou worden voor een nationaal representatieve steekproef, zou het kunnen dat consumenten die in de werkelijkheid nooit een hypotheek of arbeidsongeschiktheidsverzekering nodig zullen hebben en dus nooit voor deze advieskeuze komen te staan andere antwoorden geven in het onderzoek dan consumenten die wel tot de doelgroep behoren, waardoor het onderzoek een vertekend beeld geeft van de invloed van (informatie over) de advieskosten op keuzegedrag.

De werving van de deelnemers en de feitelijke dataverzameling zijn verzorgd door SSI (Survey Sampling International). 1243 respondenten hebben deelgenomen aan het onderzoek en de vragenlijst compleet ingevuld. Dit waren 827 potentiële afnemers van hypotheeken (471 starters en 356 doorstromers) en 416 potentiële afnemers van arbeidsongeschiktheidsverzekeringen). Tabel 3.2 geeft een overzicht van de steekproefkenmerken. Voor hun deelname aan onderzoeken kregen SSI panelleden een standaardvergoeding in de vorm van punten die zij in kunnen wisselen voor winkelvouchers en spaarprogramma's.

<sup>35</sup> Zoals bv. in het onderzoek van Nibud (2017). *Keuzeprocess bij financieel advies*.

<sup>36</sup> Zie ook Decisio/Periscoop (2017). *De klant meer centraal: De markteffecten van het provisieverbod*, hoofdstuk 10.





**Tabel 3.2. Steekproefkenmerken**

Kenmerk	Nationaal representatieve steekproef (N = 1005)	Steekproef potentiële afnemers		
		Totaal (N = 1243)	Hypotheek (N = 827)	AOV (N = 416)
<i>Leeftijd</i>				
16-24 jaar	13%	18%	19%	17%
25-34 jaar	17%	28%	30%	25%
35-44 jaar	23%	20%	19%	22%
45-54 jaar	24%	19%	18%	22%
55-64 jaar	21%	14%	14%	15%
65+	2%	<1%	<1%	<1%
<i>Geslacht</i>				
Man	49%	41%	39%	45%
Vrouw	51%	59%	61%	55%
<i>Opleidingsniveau</i>				
Basisonderwijs	2%	<1%	<1%	<1%
Vmbo	17%	9%	10%	9%
Havo/vwo	12%	12%	13%	11%
Mbo	32%	31%	30%	33%
Hbo	26%	32%	31%	33%
Wo	11%	15%	16%	14%
<i>Netto maandelijks huishoudinkomen</i>				
Geen inkomen	<1%	<1%	<1%	<1%
≤ 1000 euro	10%	8%	7%	10%
1001 - 2000 euro	28%	22%	23%	21%
2001 - 3000 euro	21%	24%	24%	24%
3001 - 4000 euro	13%	14%	14%	14%
4001 - 5000 euro	7%	8%	8%	8%
> 5000 euro	4%	4%	4%	4%
Weet niet/wil niet zeggen	17%	20%	20%	19%
<i>Belangrijkste inkomstenbron<sup>37</sup></i>				
Loondienst	57%	66%	70%	59%
Zelfstandige	7%	12%	8%	21%
Directeur-groootaandeelhouder (dga)	1%	1%	1%	2%
Meewerkend gezinslid	1%	<1%	<1%	1%
Uitkering	18%	8%	7%	7%
Anders	16%	12%	11%	11%

### 3.2.2 Advieskeuze-experiment

Het experiment heeft een 2 (informatie over advieskosten) × 2 (mogelijkheid tot gespreid betalen) × 2 (producttype) gemengd design, waarbij de aanwezigheid van informatie over de advieskosten (aanwezig versus afwezig) "binnen" deelnemers is gevarieerd en de

<sup>37</sup> Van de 416 potentiële afnemers van arbeidsongeschiktheidsverzekeringen gaf 44% aan zelfstandige, dga of vrije beroepsbeoefenaar te zijn of worden en gaf 5% aan mee te (gaan) werken in het bedrijf van een gezinslid. 42% werkt in loondienst, maar denkt een aanvullende verzekering nodig te hebben.



mogelijkheid tot gespreid betalen (wel versus niet) en het producttype (hypotheek versus arbeidsongeschiktheidsverzekering) “tussen” deelnemers.

Deelnemers moesten zich voor te stellen dat ze op dat moment van plan waren om een hypotheek of arbeidsongeschiktheidsverzekering – het product dat ze daadwerkelijk (misschien) van plan zijn aan te schaffen in de nabije toekomst – af te sluiten. Er werd eerst gevraagd naar hun verwachtingen ten aanzien van advies en de kosten daarvan. Vervolgens kregen deelnemers de vier keuzealternatieven voorgelegd, eerst zonder informatie over de advieskosten, en gaven zij aan (1) welke alternatieven zij zouden overwegen, en (2) welk alternatief hun voorkeur zou hebben. We meten hier dus voorkeuren op basis van *verwachte* kostenverschillen tussen de verschillende alternatieven. Daarna lazen deelnemers dat er kosten verbonden zijn aan financieel advies en werd het verschil tussen advies- en afsluitkosten uitgelegd. Vervolgens werd aan deelnemers gevraagd om voor elk van de alternatieven aan te geven wat volgens hen de bijbehorende advies- en afsluitkosten gemiddeld ongeveer bedroegen.

In de tweede stap kregen deelnemers de keuzealternatieven nogmaals te zien, maar nu mét informatie over de advieskosten. De helft van de deelnemers kreeg steeds de (indicatieve) advies- en afsluitkosten te zien (alleen afsluitkosten bij execution-only). De andere helft zag ook wat de kosten zouden zijn bij gespreid betalen, in 24 maandelijkse termijnen. Het werd altijd duidelijk gemaakt aan deelnemers dat het om een kostenindicatie ging en dat de kosten bij sommige dienstverleners hoger konden zijn en bij andere lager. Opnieuw gaven deelnemers aan welke alternatieven zij (nu) zouden overwegen, en welk alternatief hun voorkeur zou hebben. Als de gekozen optie verschilde van de eerder gemaakte keuze, werd gevraagd naar de reden van de switch: had deze verandering te maken met de (on)bereidheid om te betalen of het (on)vermogen om te betalen (of iets anders)? Ten slotte werd aan deelnemers gevraagd in hoeverre de genoemde kosten een reden zouden zijn voor hen om helemaal af te zien van de aanschaf van het product.

### 3.2.3 Vragenlijst achtergrondkenmerken

In het laatste deel van het onderzoek zijn relevante achtergrondkenmerken gemeten. Om consumentengroepen te kunnen identificeren die verschillen in hun “normatieve” adviesbehoefte zijn financiële bekwaamheid (*financial capability*)<sup>38</sup>, (productspecifieke)

---

<sup>38</sup> 3 vragen, o.a. “Hoe vaak gebeurde het in de afgelopen 12 maanden dat uw huishouden te weinig geld had aan het eind van de maand waardoor u gedwongen was rood te staan, een credit card te gebruiken of geld van anderen te lenen?” 1 = (bijna) altijd, 2 = meestal, 3 = soms, 4 = bijna nooit, 5 = moeilijk te zeggen/varieert sterk, 6 = ik weet het (echt) niet. Selectie van vragen uit Atkinson, A., McKay, S., Kempson, E., & Collard, S. (2006). *Levels of Financial Capability in the UK: results of a baseline survey*. UK: Financial Services Authority.



financiële geletterdheid (*financial literacy*)<sup>39</sup>, onzekerheid<sup>40</sup> en attitude t.a.v. financiële zaken<sup>41</sup> gemeten. Daarnaast zijn percepties van de consumenten met betrekking tot de reikwijdte van het advies van tussenpersonen versus aanbieders<sup>42</sup>, de manier waarop adviseurs vergoed worden<sup>43</sup>, en de bekendheid van de consument met het provisieverbod en met de situatie vóór het provisieverbod gemeten<sup>44</sup>. Vervolgens is aan deelnemers gevraagd in hoeverre men vertrouwen heeft in financieel adviseurs, zowel in het algemeen als in de eigen adviseur (als men die heeft). Ten slotte zijn enkele vragen gesteld over werk ("Werkt u in de financiële sector?") en opleiding ("In welke mate waren financiële vakken onderdeel van uw opleiding?"), de gezinssituatie en het (huidhoud)inkomen van de respondent. De volledige vragenlijst is te vinden in bijlage B.

### 3.3 Resultaten

Paragraaf 3.3.1 geeft allereerst inzicht in wat potentiële afnemers van complexe en impactvolle financiële producten denken en weten als het gaat om financieel advies en (onder andere) de manier waarop de consument daarvoor betaalt (paragraaf 3.3.1). Vervolgens worden in paragraaf 3.3.2 de resultaten van het advieskeuze-experiment besproken. In paragraaf 3.3.3 wordt ten slotte onderzocht of de verschillende dienstverleningsvormen de gewenste consumentengroepen aantrekken, en of zij dit blijven doen wanneer de advieskosten expliciet gemaakt worden.

---

<sup>39</sup> Om *basiskennis* met betrekking tot hypotheek of arbeidsongeschiktheidsverzekeringen (afhankelijk van het producttype waarin de respondent geïnteresseerd is) te meten zijn vier meerkeuzevragen gesteld, geselecteerd uit bestaande kennis- en ervaringstoetsen. O.a. "Wat wordt bij hypotheek bedoeld met het probleem van woningen die onder water staan?" 1 = hypotheek op woonschepen en woonarken, 2 = hypotheek met betalingsachterstanden, 3 = woningen waar de marktwaarde lager is dan de hoogte van de hypotheek, 4 = ik weet het (echt niet), of "U hebt een arbeidsongeschiktheidsverzekering met een ondergrens van 25%. Wat krijgt u als u 20% arbeidsongeschikt wordt?" 1 = géén maandelijkse uitkering, 2 = een maandelijkse uitkering van 20% van het verzekerde inkomen, 3 = een maandelijkse uitkering van 25% van het verzekerde inkomen, 4 = een maandelijkse uitkering van 75% van het verzekerde inkomen, 5 = ik weet het (echt) niet.

<sup>40</sup> 4 items, o.a. "Als het gaat om financiële zaken, ben ik bang om verkeerde keuzes te maken" en "Na het nemen van een belangrijke beslissing, blijf ik me afvragen of ik de juiste keuze gemaakt heb" 1 = helemaal mee oneens, 2 = mee oneens, 3 = niet mee eens, niet mee oneens, 4 = mee eens, 5 = helemaal mee eens.

<sup>41</sup> 4 items, o.a. "Ik zoek financiële zaken graag zo veel mogelijk zelf uit" en "Ik vind financiële zaken interessant" 1 = helemaal mee oneens, 2 = mee oneens, 3 = niet mee eens, niet mee oneens, 4 = mee eens, 5 = helemaal mee eens.

<sup>42</sup> Twee meerkeuzevragen, o.a. "Stel dat u naar een bank of verzekeraar gaat voor advies. Welke producten zal de adviseur van de bank of verzekeraar doorgaans vergelijken om tot een advies te komen?" 1 = alleen de eigen producten van die bank of verzekeraar (of bedrijven die daar onderdeel van zijn), 2 = de eigen producten en de producten van een beperkt aantal andere aanbieders, 3 = de eigen producten en de producten van (nagenoeg) alle andere aanbieders, 4 = ik weet het (echt) niet.

<sup>43</sup> Twee meerkeuzevragen, o.a. "Stel dat u naar een financieel adviseur zou gaan voor advies over een hypotheek [arbeidsongeschiktheidsverzekering]. Is het volgens u gebruikelijk dat u voor dit advies betaalt?" 1 = nee, advies is gratis, 2 = ja, maar alleen wanneer de financieel adviseur het geadviseerde product ook voor je afsluit, 3 = ja, je betaalt advieskosten aan de adviseur ongeacht of de adviseur een product voor je afsluit, 4 = ik weet het (echt) niet. Deze percepties werden niet in de vragenlijst achteraf, maar *voorafgaand* aan het experiment gemeten, omdat in het experiment werd onthuld dat er kosten verbonden zijn aan advies- en afsluiten.

<sup>44</sup> O.a. "Weet u wat dit provisieverbod inhoudt?" 1 = ik weet goed wat het provisieverbod inhoudt, 2 = ik heb wel eens van het provisieverbod gehoord, maar weet niet goed wat het inhoudt, 3 = ik heb nog nooit van het provisieverbod gehoord.



### 3.3.1 Consumentenpercepties m.b.t. financieel advies

Tabel 3.3 laat zien dat slechts 21% van de potentiële afnemers weet dat de kosten van advies over een hypotheek of arbeidsongeschiktheidsverzekering in principe niet afhankelijk zijn van of er een daadwerkelijk een product afgesloten wordt en dat slechts 28% van de respondenten weet dat het gebruikelijk is dat je een rekening ontvangt van de adviseur voor het gekregen advies. Maar liefst 37% van de respondenten denkt dat advies gratis is. Deze percepties zijn afhankelijk van het type product.<sup>45</sup> Bij arbeidsongeschiktheidsverzekeringen denkt men iets vaker dat advies gratis is (40%) dan bij hypotheek (36%). Het “no cure no pay” denken is juist sterker onder potentiële hypotheekklanten (31%) dan onder potentiële klanten van arbeidsongeschiktheidsverzekeringen (22%). Ongeveer de helft van de respondenten denkt dat de vergoeding voor het advies zit verrekend in de productprijs (24%) of dat adviseurs een vergoeding krijgen van aanbieders waarvan ze producten verkopen (28%).

**Tabel 3.3. Percepties m.b.t. vergoeding adviseur**

	% van de respondenten (N = 1243)
<b>Is het volgens u gebruikelijk dat u voor advies betaalt?</b>	
Nee, advies is gratis	37%
Ja, maar alleen wanneer de financieel adviseur het geadviseerde product ook voor je afsluit	28%
Ja, je betaalt advieskosten aan de adviseur ongeacht of de adviseur een product voor je afsluit	21%
Ik weet het (echt) niet	14%
<i>Totaal</i>	<i>100%</i>
<b>Hoe wordt een zelfstandig financieel adviseur volgens u betaald voor het gegeven advies?</b>	
Je ontvangt een rekening van de adviseur voor het advies	28%
De vergoeding voor het advies zit verrekend in de prijs van het product	24%
Financieel adviseurs krijgen een vergoeding van banken en verzekeraars waarvan ze producten verkopen	28%
De financieel adviseur krijgt niet betaald voor advies	4%
Ik weet het (echt) niet	16%
<i>Totaal</i>	<i>100%</i>

Dit lage bewustzijn van hoe advies betaald wordt lijkt géén gevolg van gewinning van consumenten aan de situatie vóór het provisieverbod, waarin, doordat de vergoeding zat verrekend in de productprijs, advies wellicht gratis leek: 45% van de respondenten heeft nog nooit van het provisieverbod gehoord en 34% heeft er wel van gehoord maar weet niet goed wat het inhoudt (Tabel 3.4). Consumenten zijn (dus) over het algemeen ook niet goed op de hoogte van de manier waarop adviseurs “vroeger” betaald werden. Zo geeft bijvoorbeeld 40% van de respondenten aan echt niet te weten of het vóór 2013 gebruikelijk was om voor advies te betalen. Ongeveer een kwart van de potentiële afnemers (23%) dacht dat advies voorheen gratis was.

<sup>45</sup>  $p < 0,01$ .



**Tabel 3.4. Bekendheid met provisieverbod**

	% van de respondenten (N = 1243)
Weet u wat het provisieverbod inhoudt?	
Ik weet goed wat het provisieverbod inhoudt	22%
Ik heb wel eens van het provisieverbod gehoord, maar weet niet goed wat het inhoudt	34%
Ik heb nog nooit van het provisieverbod gehoord	45%
<i>Totaal</i>	<i>100%</i>

Consumenten hebben ook niet altijd goed door welke producten zelfstandig adviseurs en aanbieders doorgaans vergelijken (Tabel 3.5). Slechts een minderheid van de respondenten weet dat banken en verzekeraars doorgaans alleen de eigen producten in de vergelijking meenemen (45%) en dat zelfstandig adviseurs niet altijd producten van alle aanbieders vergelijken (41%). Een derde van de respondenten denkt dat zelfstandig adviseurs altijd onafhankelijk advies geven (32%), en ongeveer 1 op 10 denkt zelfs dat banken en verzekeraars producten van (nagenoeg) alle andere aanbieders in hun vergelijking meenemen (9%).

**Tabel 3.5. Percepties m.b.t. reikwijdte advies**

	% van de respondenten (N = 1243)
Welke producten zal de adviseur van de bank of verzekeraar doorgaans vergelijken om tot een advies te komen?	
Alleen de eigen producten van die bank of verzekeraar (of bedrijven die daar onderdeel van zijn)	45%
De eigen producten en de producten van een beperkt aantal andere aanbieders	28%
De eigen producten en de producten van (nagenoeg) alle andere aanbieders	9%
Ik weet het (echt) niet	18%
<i>Totaal</i>	<i>100%</i>
Welke producten zal een zelfstandig adviseur doorgaans vergelijken om tot een advies te komen?	
Alleen de producten van de bank of verzekeraar waar de adviseur voor werkt	13%
De producten van alle aanbieders (onafhankelijk advies)	32%
Dat verschilt per adviseur; soms worden producten van alle aanbieders vergeleken, soms de producten van een beperkt aantal aanbieders	41%
Ik weet het (echt) niet	15%
<i>Totaal</i>	<i>100%</i>

### 3.3.2 Advieskeuze-experiment

Deze paragraaf geeft de resultaten van het advieskeuze-experiment. Eerst bespreken we de *verwachtingen* van potentiële afsluiters van hypotheek en arbeidsongeschiktheidsverzekeringen, vervolgens kijken we naar hun voorkeuren en hoe die beïnvloed worden door informatie over de hoogte van de kosten.

#### Verwachtingen t.a.v. de kosten

Tabel 3.6 toont de verwachtingen van consumenten ten aanzien van de kosten van advies (indien inbegrepen) en afsluiten per dienstverleningsvorm. In lijn met de resultaten uit de vorige paragraaf, blijkt dat een substantiële groep consumenten denkt dat er geen kosten



verbonden zijn aan advies. Circa 5% van de respondenten denkt dat persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur gratis is (Tabel 3.6, links). Dit percentage loopt op naar ongeveer 15% voor persoonlijk advies van een bank of verzekeraar en naar ongeveer 25% voor online advies. Ruim 60% van de respondenten verwacht dat er geen kosten verbonden zijn aan execution-only. De respondenten die wel verwachten dat ze advies- en/of afsluitkosten moeten betalen, onderschatten het bedrag flink (Tabel 3.6, rechts). Zo denken starters dat een hypotheekadvies van een zelfstandig adviseur gemiddeld ongeveer €600 kost. Doorstromers schatten dit bedrag iets hoger in – gemiddeld circa €850 – maar nog steeds ruimschoots onder de werkelijke kosten. Deze onderschatting van de kosten zien we ook bij de andere dienstverleningsvormen. Men verwacht – terecht – dat persoonlijk advies bij een bank of verzekeraar gemiddeld goedkoper is dan persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur en dat de kosten bij online advies tussen persoonlijk advies en geen advies in liggen, maar ook hier liggen de geschatte kosten flink lager dan typische werkelijke kosten. Bij de arbeidsongeschiktheidsverzekeringen zien we eveneens een substantiële onderschatting van de kosten (Tabel 3.6).<sup>46</sup>

**Tabel 3.6. Gemiddelde verwachte kosten per dienstverleningsvorm: alle respondenten**

	% van de respondenten dat denkt dat advies en afsluiten gratis zijn			Gemiddelde verwachte kosten voor advies en afsluiten (als men niet denkt dat advies en afsluiten gratis zijn)		
	Hypotheek		AOV	Hypotheek		
	Starters	Doorstromers		Starters	Doorstromers	AOV
Persoonlijk advies zelfstandig adviseur	7%	5%	7%	€602	€853	€306
Persoonlijk advies bank of verzekeraar	16%	15%	17%	€568	€750	€334
Online advies	25%	25%	28%	€302	€373	€181
Geen advies (execution-only)	63%	64%	60%	€291	€300	€166

Deze bevinding dat consumenten de kosten van advies sterk onderschatten komt overeen met recent onderzoek van het Nibud (2017)<sup>47</sup>. Een exacte vergelijking is niet mogelijk omdat in het Nibud onderzoek geen uitsplitsing is gemaakt naar dienstverleningsvormen, maar de kosten lijken in het huidige onderzoek onder potentiële hypotheeksluiters nóg lager ingeschat te worden dan in het onderzoek van het Nibud onder een representatieve

<sup>46</sup> Merk op dat consumenten die echt al op het punt staan een hypotheek of arbeidsongeschiktheidsverzekering af te sluiten (die al precies weten wat ze willen en/of al een adviesrapport gehad hebben) *niet* tot de doelgroep van dit onderzoek behoren, omdat die consumenten de hoogte van de advieskosten kennen (en we dan dus geen verwachtingen maar ervaringen meten). In een vervolganalyse is wel gekeken of consumenten die aangaven in de komende vijf jaar (vrijwel) zeker een hypotheek of arbeidsongeschiktheidsverzekering af te zullen sluiten een beter beeld van de werkelijke kosten hadden dan consumenten die daar minder zeker van waren. Er waren echter geen significante verschillen in de verwachte advieskosten tussen deze groepen.

<sup>47</sup> Nibud (2017). *Keuzeproces bij financieel advies*.



steekproef van de Nederlandse bevolking tussen 18 en 67 jaar. Dit heeft waarschijnlijk te maken met de leeftijdsopbouw van de steekproef; potentiële afnemers zijn gemiddeld wat jonger dan de Nederlandse bevolking. Juist 50+-ers schatten de advieskosten hoger (en dus realistischer) in en representeren een flink deel van de steekproef in het Nibud onderzoek (ruim 35% van de bevolking tussen 18 en 67 jaar is ouder dan 50 jaar), maar de kans dat zij behoefte hebben aan het afsluiten van een hypotheek is veel lager dan onder jongere consumenten (zie Tabel 3.2).

### **Invloed van kosteninformatie op voorkeuren**

De kernvraag in dit deelonderzoek is in hoeverre informatie over de hoogte van de advieskosten advieskeuzes van consumenten beïnvloedt. Om deze vraag te beantwoorden is gekeken of er verschuivingen zijn in de keuzes van deelnemers voor de vier dienstverleningsvormen vóór versus na blootstelling aan de globale kostenindicatie. Specifiek is geanalyseerd<sup>48</sup> of consumentenkeuzes afhankelijk zijn van het producttype (hypotheek of arbeidsongeschiktheidsverzekering), klanttype (starter versus doorstromer), de betaalwijze (ineens versus gespreid) en het krijgen van kosteninformatie (zonder versus met kostenindicatie).

Figuur 3.3 geeft de resultaten weer. Gemiddeld over alle keuzesituaties (met versus zonder kosteninformatie, betaling ineens versus gespreid, etc.) kiest men het vaakst voor persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur (33%), gevolgd door persoonlijk advies bij een bank of verzekeraar (30%) en geen advies (21%), en het minst vaak voor online advies (16%). De analyse laat echter zien dat voorkeuren afhankelijk zijn van het producttype en het type klant.<sup>49</sup> Potentiële hypotheeksluiters kiezen gemiddeld vaker voor persoonlijk advies dan potentiële afnemers van arbeidsongeschiktheidsverzekeringen, terwijl potentiële afnemers van arbeidsongeschiktheidsverzekeringen in vergelijking met potentiële hypotheeksluiters juist vaker kiezen voor online advies of execution-only. Vergeleken met potentiële starters kiezen potentiële doorstromers vaker voor persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur en minder vaak voor persoonlijk advies van een bank of verzekeraar, maar ook vaker voor execution-only.

De blootstelling aan informatie over de hoogte van de advieskosten zorgde voor een significante verschuiving in de voorkeuren van consumenten.<sup>50</sup> In totaal koos 45% van de deelnemers voor een andere dienstverleningsvorm na het zien van de globale kostenindicatie: dit was 43% bij de hypotheek en 48% bij de arbeidsongeschiktheidsverzekeringen. 55% van de deelnemers bleef bij zijn eerste keuze (57% bij de hypotheek en 52% bij de arbeidsongeschiktheidsverzekeringen). Figuur 3.3 laat zien dat wanneer er geen kostenindicatie gegeven wordt, bijna de helft van de respondenten voor persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur kiest (46%), 31% voor persoonlijk advies bij een bank of verzekeraar, 12% voor online advies, en 11% voor execution-only. Na blootstelling aan kosteninformatie is het percentage dat kiest voor persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur sterk gedaald van 46% naar 21%, het percentage dat kiest voor persoonlijk advies bij een bank of verzekeraar iets gedaald van 31% naar 29%. Het percentage dat kiest voor online advies stijgt van 12% naar 20% en het percentage dat kiest voor execution-only van 11% naar 30%.

<sup>48</sup> D.m.v. een *multinomial logit (MNL)* analyse.

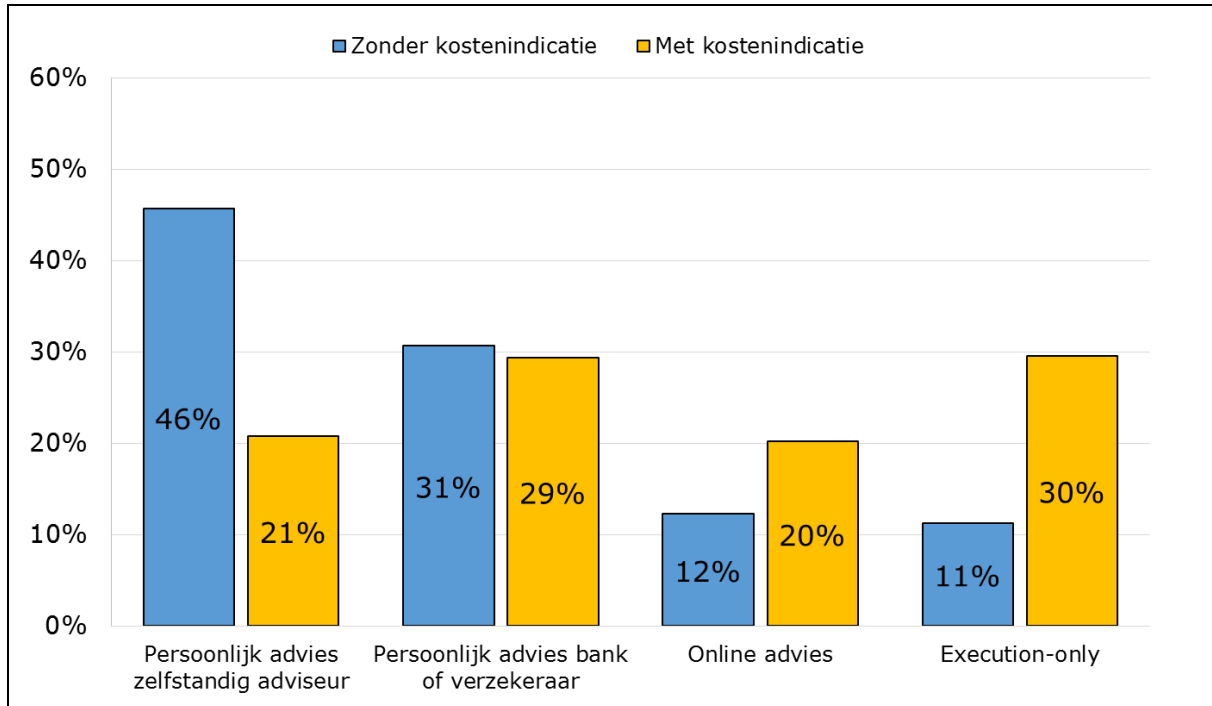
<sup>49</sup> Effect van producttype:  $\chi^2(3) = 88,27$ ;  $p < 0,001$ . Effect van type klant:  $\chi^2(3) = 24,49$ ;  $p < 0,001$ .

<sup>50</sup> Effect van kosteninformatie:  $\chi^2(3) = 246,72$ ;  $p < 0,001$ .





**Figuur 3.3. Keuze vóór versus na informatie over de advieskosten: alle respondenten**



**Tabel 3.7. Verschuivingsmatrix: alle respondenten**

			Met kostenindicatie			
			Persoonlijk advies zelfstandig adviseur	Persoonlijk advies bank of verzekeraar	Online advies	Execution-only
			21%	29%	20%	30%
Zonder kostenindicatie	Persoonlijk advies zelfstandig adviseur	46%	<b>42%</b>	22%	18%	18%
	Persoonlijk advies bank of verzekeraar	31%	3%	<b>62%</b>	17%	19%
	Online advies	12%	3%	3%	<b>53%</b>	42%
	Geen advies (execution-only)	11%	1%	4%	4%	<b>92%</b>

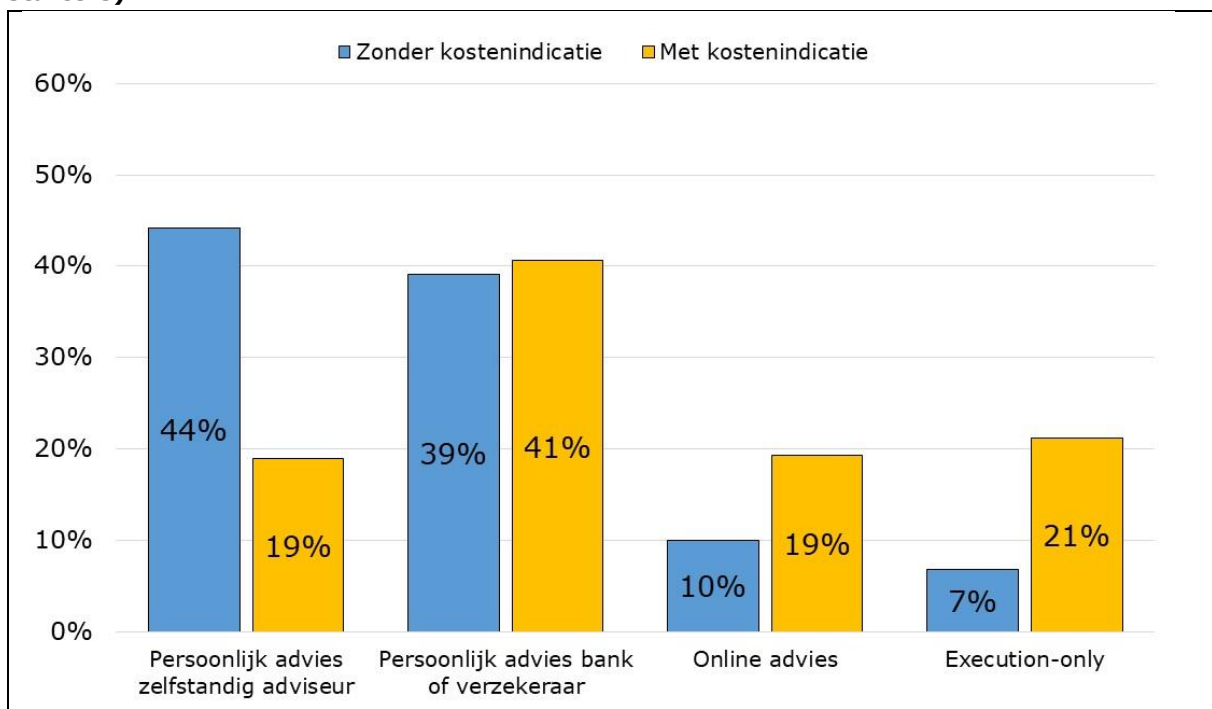
*Leeswijzer:* Zonder kostenindicatie (links) koos 46% van de respondenten voor persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur, 31% voor persoonlijk advies bij een bank of verzekeraar, etc. Na het zien van de kostenindicatie (boven) koos 21% voor persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur, 29% voor persoonlijk advies bij een bank of verzekeraar, etc. Van de respondenten die zonder kostenindicatie voor persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur kozen (46% van de totale steekproef), koos 42% na het zien van de kosteninformatie nog steeds voor persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur, 22% voor persoonlijk advies bij een bank of verzekeraar, 18% voor online advies, en 18% voor execution-only (midden, eerste regel). Van de respondenten die voor persoonlijk advies bij een bank of verzekeraar kozen (31% van de totale steekproef), koos 3% na



het zien van de kosteninformatie voor persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur, 62% bleef bij zijn of haar eerste keuze, 17% koos voor online advies, en 19% voor execution-only (midden, tweede regel). Enzovoorts.

Tabel 3.7 laat zien dat de verschuivingen steeds in de richting van de goedkopere alternatieven gaan. De percentages respondenten die bij hun eerste keuze blijven zijn dikgedrukt in de tabel, de overige percentages geven het switchgedrag weer. Van de 46% van de respondenten die oorspronkelijk voor persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur kozen, kiest na het zien van kosteninformatie 22% voor persoonlijk advies van een bank of verzekeraar, 18% voor online advies en 18% voor execution-only. Banken en verzekeraars winnen dus van de zelfstandig adviseur, maar verliezen op hun beurt weer aan online advies (17% van de respondenten die eerst voor persoonlijk advies bij een bank/verzekeraar kozen kiest nu voor het online alternatief) en execution-only (19%). Online advies wordt gekozen door groepen consumenten die in eerste instantie een voorkeur hadden voor persoonlijk advies, maar tegelijkertijd verandert ook de voorkeur van een substantiële groep deelnemers van online advies naar execution-only na het zien van de kosteninformatie (42% van de respondenten die eerst voor online advies kozen).

**Figuur 3.4. Keuze vóór versus na informatie over de advieskosten: hypotheek (potentiële starters)**



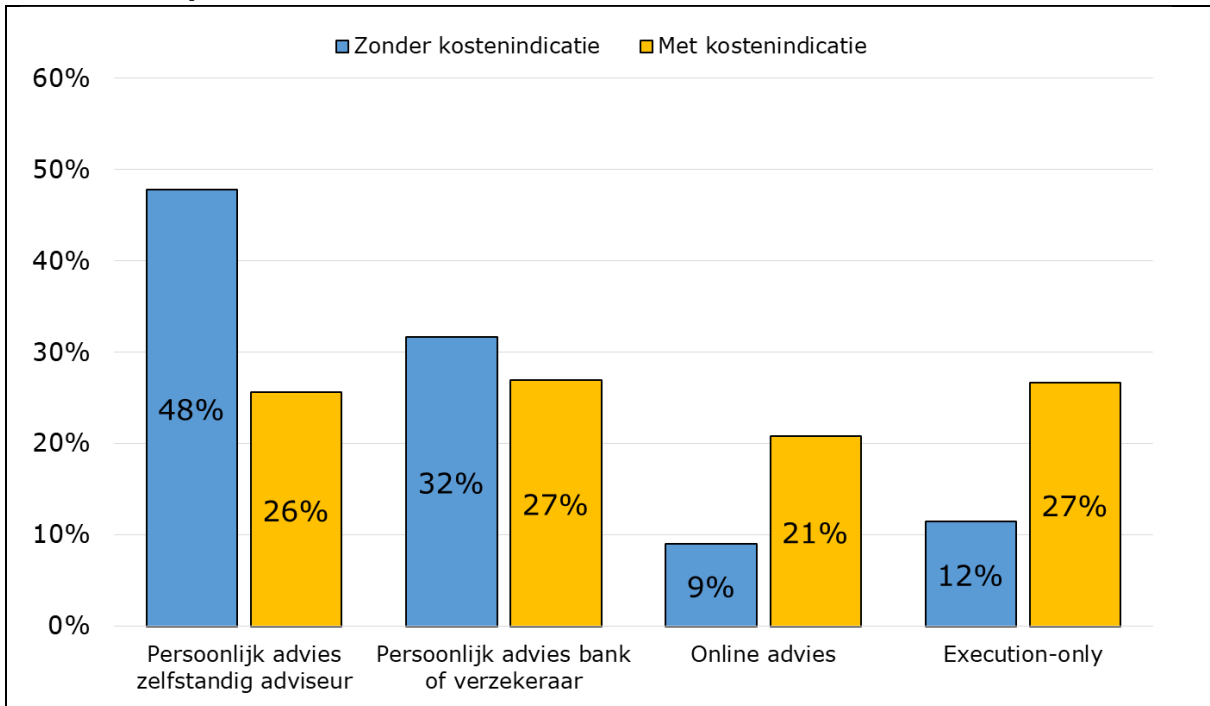
Voor elk van de producttypen, klanttypen en betaalwijzen zien we een soortgelijk patroon van verschuivingen.<sup>51</sup> De resultaten per product- en klanttype zijn weergegeven in Figuur 3.4-3.6 en de verschuivingsmatrices in bijlage C. In alle gevallen zien we een relatief sterke daling in het aandeel dat voor persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur kiest. Bij de hypotheek zien we tegelijkertijd een toename in voorkeuren voor zowel online advies als execution-only (zie Figuur 3.4 en Figuur 3.5 voor respectievelijk potentiële starters en

<sup>51</sup> De twee- en drieweginteracties van de aanwezigheid van kosteninformatie met deze variabelen zijn geen van allen significant ( $p$ -waarden  $> 0,14$ ), wat betekent dat verschuivingen veroorzaakt door kosteninformatie niet significant afhangen van deze factoren.

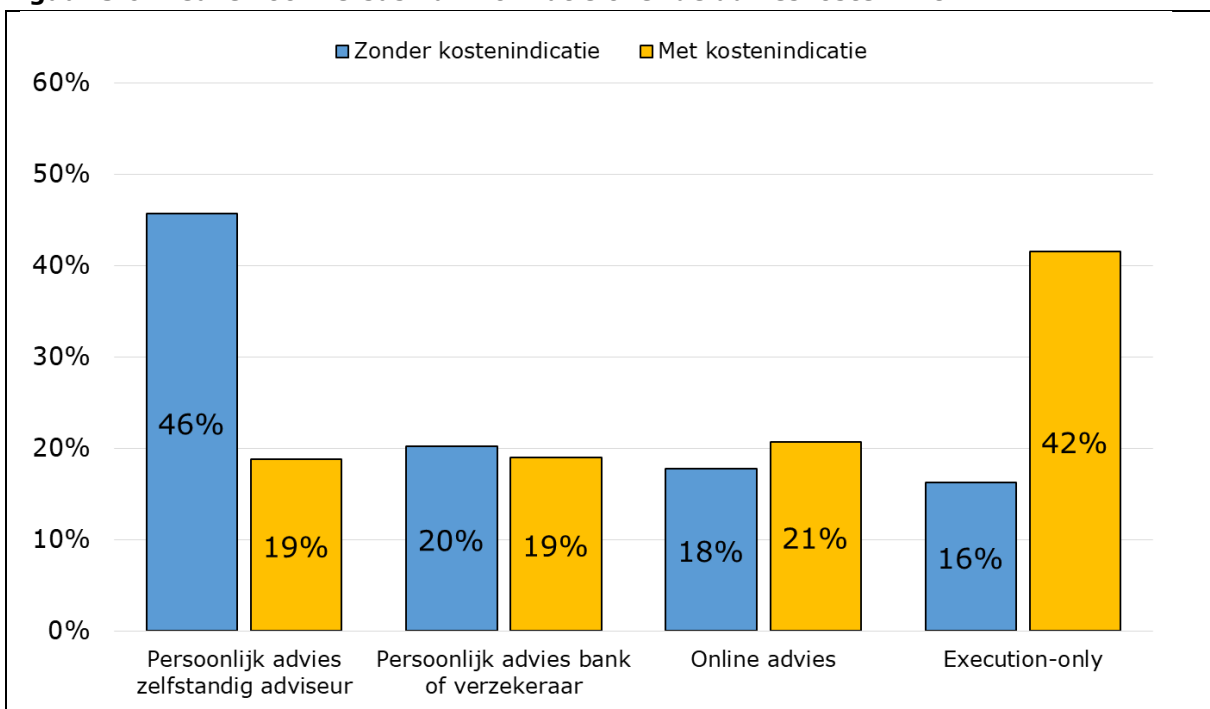


potentiële doorstromers). Bij de arbeidsongeschiktheidsverzekeringen komt de daling in het percentage dat voor persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur kiest nagenoeg volledig ten gunste van execution-only (Figuur 3.6). De antwoorden op de vraag in hoeverre consumenten elk van de alternatieven overwegen, vóór versus na het zien van de kosteninformatie, laten hetzelfde patroon van resultaten zien (zie bijlage C).

**Figuur 3.5. Keuze vóór versus na informatie over de advieskosten: hypotheek (potentiële doorstromers)**



**Figuur 3.6. Keuze vóór versus na informatie over de advieskosten: AOV**





Wanneer deelnemers van gedachten veranderden na het zien van kosteninformatie is gevraagd naar de reden voor de switch. In bijna alle gevallen ging het om een verschuiving van een duurder naar een goedkoper alternatief, en de overgrote meerderheid van de switchers gaf dan ook aan dat de kosten hoger waren dan verwacht (Tabel 3.8). De resultaten laten zien dat het vaker een kwestie is van niet *bereid* zijn om de advieskosten te betalen dan de kosten niet *kunnen* betalen, met name bij de hypotheek.

**Tabel 3.8. Reden dat men van gedachten veranderd is: alle switchers**

	Hypotheek		AOV	
	% van de switchers (N = 357)	% van alle potentiële sluiters (N = 827)	% van de switchers (N = 200)	% van alle potentiële sluiters (N = 416)
De kosten zijn hoger dan verwacht, ik kan dit bedrag (echt) niet betalen	27%	<b>12%</b>	41%	<b>19%</b>
De kosten zijn hoger dan verwacht, ik ben niet bereid dit bedrag te betalen	63%	<b>27%</b>	53%	<b>25%</b>
De kosten zijn lager dan verwacht, ik dacht dat ik (meer) advies niet zou kunnen betalen	3%	1%	2%	1%
De kosten zijn lager dan verwacht, ik ben dan toch bereid om (meer) advies te vragen	3%	1%	2%	1%
Anders	3%	1%	4%	2%
<b>Totaal</b>	<b>100%</b>	<b>43%</b>	<b>100%</b>	<b>48%</b>

**Tabel 3.9. Reden dat men van gedachten veranderd is: switchers naar execution-only**

	Hypotheek		AOV	
	% van de switchers naar execution-only (N = 128)	% van alle potentiële sluiters (N = 827)	% van de switchers naar execution-only (N = 111)	% van alle potentiële sluiters (N = 416)
De kosten zijn hoger dan verwacht, ik kan dit bedrag (echt) niet betalen	37%	<b>6%</b>	48%	<b>13%</b>
De kosten zijn hoger dan verwacht, ik ben niet bereid dit bedrag te betalen	55%	<b>8%</b>	51%	<b>13%</b>
De kosten zijn lager dan verwacht, ik dacht dat ik (meer) advies niet zou kunnen betalen	2%	<1%	1%	<1%
De kosten zijn lager dan verwacht, ik ben dan toch bereid om (meer) advies te vragen	2%	<1%	1%	<1%
Anders	4%	1%	0%	0%
<b>Totaal</b>	<b>100%</b>	<b>15%</b>	<b>100%</b>	<b>27%</b>

Waar Tabel 3.8 *alle* switchers omvat, dus ook deelnemers die naar een andere *vorm* van advies switchen, zoomt Tabel 3.9 in op de deelnemers die in eerste instantie voor advies kozen (ongeacht welke vorm), maar na blootstelling aan de kosteninformatie voor execution-only gaan (het gaat hier om 15% van de potentiële hypotheeksluiters en 27% van de potentiële afnemers van arbeidsongeschiktheidsverzekeringen). Het aandeel van de deelnemers dat aangaf de kosten behorende bij de gekozen adviesvorm niet te *kunnen*



betalen ligt iets hoger binnen deze groep dan binnen de totale groep switchers, met name bij de hypotheek. 6% van alle potentiële hypotheeksluiters switchte na het zien van kosteninformatie naar execution-only en noemde als reden dat men de gewenste vorm van advies niet zou *kunnen* betalen, 8% gaf aan hier niet toe *bereid* te zijn. Binnen de groep potentiële afnemers van arbeidsongeschiktheidsverzekeringen switchte 13% na het zien van kosteninformatie naar execution-only omdat men de kosten behorende bij de gewenste adviesvorm niet zou kunnen betalen, en 13% omdat men niet bereid zou zijn deze kosten te betalen.

**Tabel 3.10. switchers naar execution-only: inkomensverdeling**

Netto maandinkomen huishouden	Hypotheek			
	Alle potentiële sluiters (N = 827)	Switchers naar execution-only		
		Totaal <sup>52</sup> (N = 128)	Kan niet betalen (N = 47)	Niet bereid te betalen (N = 70)
≤ 1000 euro	8%	10%	17%	4%
1001 – 2000 euro	23%	23%	32%	17%
2001 – 3000 euro	24%	25%	15%	33%
3001 – 4000 euro	14%	12%	11%	13%
> 4000 euro	12%	11%	4%	13%
Weet niet/wil niet zeggen	20%	20%	21%	20%
<i>Totaal</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>
Netto maandinkomen huishouden	AOV			
	Alle potentiële sluiters (N = 416)	Switchers naar execution-only		
		Totaal (N = 111)	Kan niet betalen (N = 53)	Niet bereid te betalen (N = 56)
≤ 1000 euro	10%	6%	9%	4%
1001 – 2000 euro	21%	27%	43%	11%
2001 – 3000 euro	24%	28%	25%	30%
3001 – 4000 euro	14%	12%	6%	18%
> 4000 euro	12%	9%	4%	14%
Weet niet/wil niet zeggen	19%	18%	13%	23%
<i>Totaal</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>

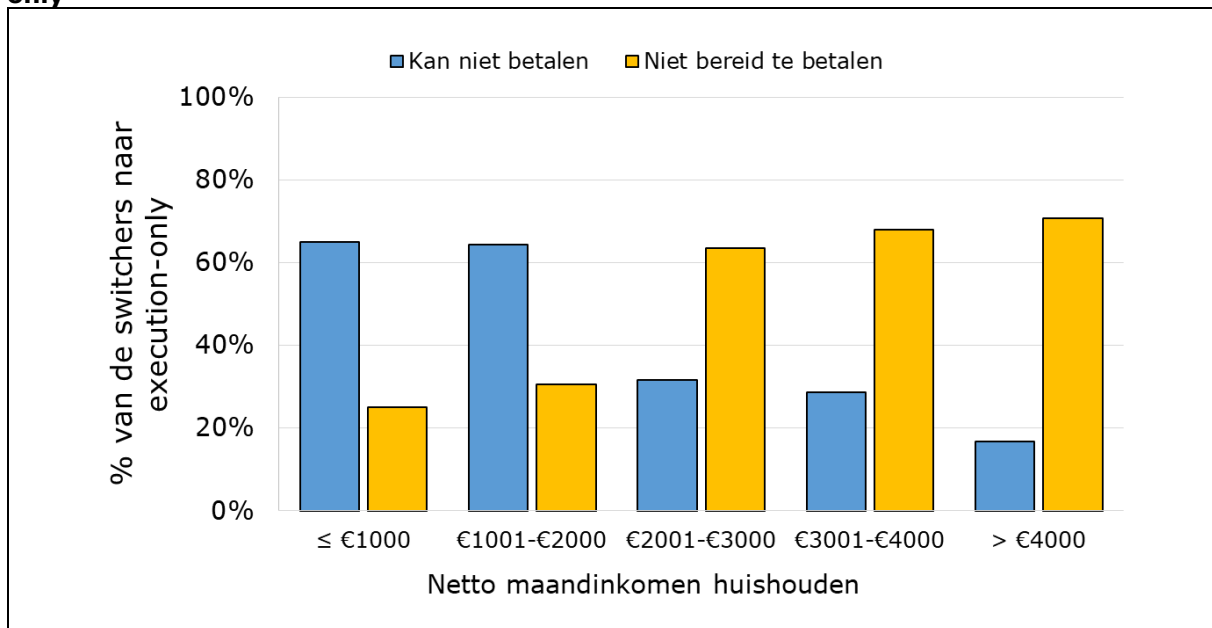
Tabel 3.10 vergelijkt de inkomensverdeling van de deelnemers die naar execution-only switchten na het zien van de kosteninformatie (tweede kolom) met de inkomensverdeling van de totale groep potentiële sluiters (eerste kolom), voor hypotheek en arbeidsongeschiktheidsverzekeringen. De tabel laat zien dat de inkomensverdeling van de groep potentiële hypotheeksluiters die naar execution-only switchten na blootstelling aan kosteninformatie nauwelijks verschilt van die van de totale groep potentiële hypotheeksluiters (Tabel 3.10, bovenste deel). Binnen de groep potentiële afnemers van arbeidsongeschiktheidsverzekeringen die naar execution-only switchten lijken de groepen met huishoudinkomens tussen €1001 en €3000 per maand iets oververtegenwoordigd en de laagste (≤ €1000) en hogere inkomens (> €3000) iets ondervertegenwoordigd, maar de analyse laat zien dat de inkomensverdeling van de switchers naar execution-only niet

<sup>52</sup> Totaal = *alle* respondenten die naar execution-only switchten. Merk op dat respondenten, naast het niet willen en niet kunnen betalen, ook andere redenen konden geven voor hun verandering van voorkeur: hierdoor tellen de aantallen waarnemingen in de derde en vierde kolom niet precies op tot het totale aantal switchers.



significantant verschilt van die van de overige potentiële afnemers<sup>53</sup>. Er zijn dus geen aanwijzingen dat vooral de potentiële sluiters met een laag (huishoud)inkomen van voorkeur veranderden en voor execution-only gingen na het zien van kosteninformatie. Wel zien we verschillen tussen de inkomensgroepen in de *reden* voor de verandering van voorkeur naar execution-only. Switchers met lagere huishoudinkomens gaven vaker aan de advieskosten niet te *kunnen* betalen, terwijl switchers met hogere huishoudinkomens juist vaker aangaven niet bereid te zijn om de advieskosten te betalen (zie ook Figuur 3.7).

**Figuur 3.7. (On)vermogen versus (on)bereidheid om te betalen: switchers naar execution-only**



*Leeswijzer:* De grafiek toont voor verschillende inkomensgroepen, het percentage van de potentiële sluiters *binnen die inkomensgroep* dat de betreffende reden (blauw = kan niet betalen, oranje = niet bereid te betalen) noemde als reden voor de switch. Dus, bijvoorbeeld, van de switchers naar execution-only met een netto huishoudinkomen van maximaal 1000 euro per maand gaf 65% aan de kosten niet te kunnen betalen en gaf 25% aan hier niet toe bereid te zijn (de overige 10% noemde een andere reden voor de switch).

**Tabel 3.11. Kosten als reden om geen hypotheek/AOV af te sluiten: alle respondenten**

Zouden deze kosten een reden voor u zijn om géén ... af te sluiten?	Hypotheek	AOV
	% van alle respondenten (N = 827)	% van alle respondenten (N = 416)
Ja	17%	50%
Nee	55%	20%
Ik weet het (echt) niet	28%	31%
<i>Totaal</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>

Ook is gevraagd of deze advieskosten een reden voor de deelnemer zouden zijn om helemaal geen hypotheek of arbeidsongeschiktheidsverzekering af te sluiten. Consistent met de verwachting dat uitstelgedrag vaker voorkomt bij breng- dan bij haalproducten, laten de resultaten in Tabel 3.11 zien dat de advieskosten vaker een reden zijn voor consumenten om geen arbeidsongeschiktheidsverzekering af te sluiten dan om geen hypotheek af te sluiten. Maar liefst de helft van de potentiële afnemers van arbeidsongeschiktheidsverzekeringen geeft aan dat de getoonde advieskosten een reden

<sup>53</sup> Voor hypotheek:  $\chi^2(5) = 1,54$ ;  $p = 0,91$ . Voor arbeidsongeschiktheidsverzekeringen:  $\chi^2(5) = 8,18$ ;  $p = 0,15$ .



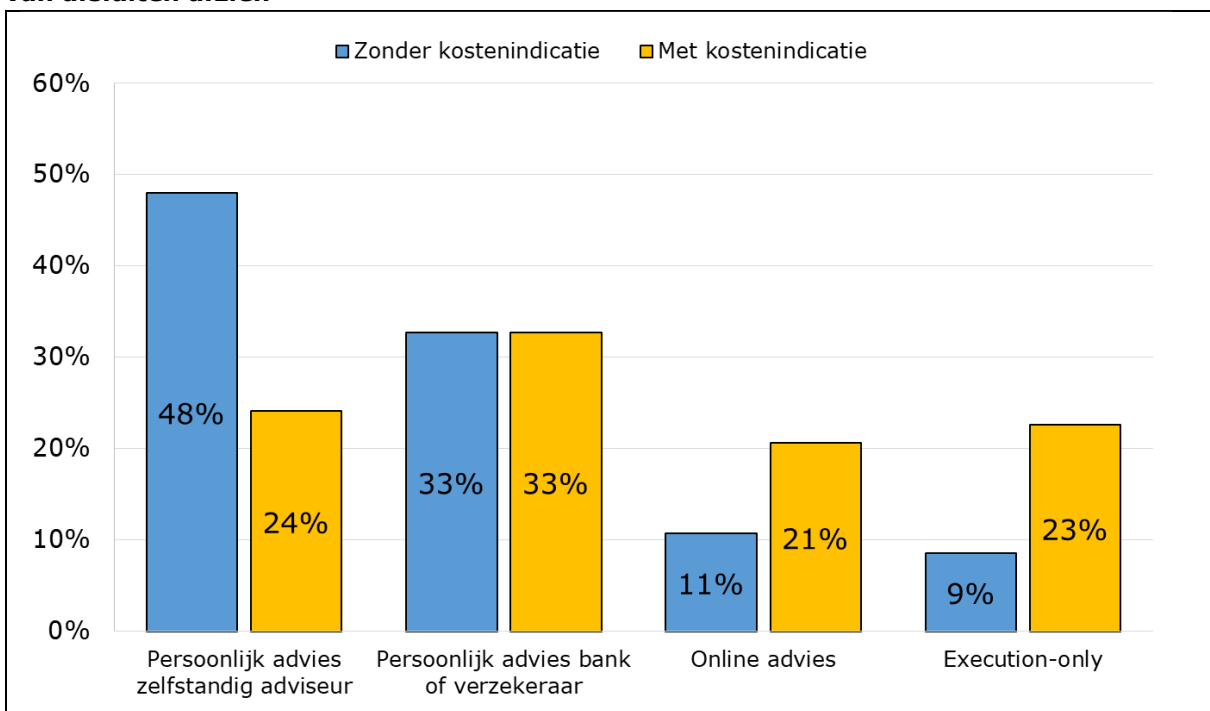
zouden zijn om géén verzekering af te sluiten. Bij de hypotheek is dat 17%. Als we enkel kijken naar de respondenten die aangaven het product in de komende vijf jaar zeker of vrijwel zeker af te sluiten, zien we iets lagere percentages: 11% bij de hypotheek versus 47% bij de verzekeringen (Tabel 3.12).

**Tabel 3.12. Kosten als reden om geen hypotheek/AOV af te sluiten: (vrijwel) zekere afsluiters**

Zouden deze kosten een reden voor u zijn om géén ... af te sluiten?	Hypotheek	AOV
	% van respondenten die aangaven (vrijwel) zeker te zijn in de komende 5 jaar een hypotheek te zullen afsluiten (N = 192)	% van respondenten die aangaven (vrijwel) zeker te zijn in de komende 5 jaar een AOV te zullen afsluiten (N = 144)
Ja	11%	47%
Nee	67%	26%
Ik weet het (echt) niet	22%	28%
<i>Totaal</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>

Ten slotte is nogmaals gekeken naar de invloed van kosteninformatie op keuzegedrag, maar nu enkel voor de respondenten die, na het zien van de kosteninformatie, aangaven het product nog steeds te willen afsluiten (72%). De resultaten zijn weergegeven in Figuur 3.8. Vergeleken met de resultaten in Figuur 3.3, zien we hier een iets minder sterke stijging in het aandeel dat voor execution-only gaat (van 9% naar 23% versus van 11% naar 30%). Het percentage respondenten voor wie de kosten een reden zijn om helemaal van de aanschaf van het product af te zien is hoog binnen de groep met een voorkeur voor execution-only (45%) vergeleken met de andere groepen (respectievelijk 16%, 20% en 26% voor groepen met een voorkeur voor persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur, bank/verzekeraar en online advies).

**Figuur 3.8. Keuze vóór versus na informatie over de advieskosten: respondenten die *niet* van afsluiten afzien**







### 3.3.3 Trekken de dienstverleningsvormen de “juiste” consumenten aan?

De resultaten in de vorige paragraaf laten zien dat het geven van kosteninformatie de voorkeuren van consumenten met betrekking tot het inwinnen van advies beïnvloedt. Een belangrijke vervolgvraag is wie de consumenten zijn die na het zien van kosteninformatie er de voorkeur aan geven om het product zelf, zonder advies, af te sluiten. En, specifiek, in hoeverre consumenten met een laag niveau van financiële geletterdheid – die juist erg gebaat zijn bij financieel advies – geneigd zijn de adviseur links te laten liggen wanneer de advieskosten expliciet gemaakt worden. In deze paragraaf bekijken we eerst welk type consument welke dienstverleningsvorm kiest wanneer er géén kosteninformatie gegeven wordt en onderzoeken we vervolgens of execution-only (en online advies) andere typen consumenten gaan aantrekken wanneer de advieskosten expliciet gemaakt worden. Vervolgens zoomen we in op het advieskeuze- en switchgedrag van de laagst en hoogst financieel geletterden in de steekproef.

**Tabel 3.13. Psychografische kenmerken van kiezers per dienstverleningsvorm**

	Zonder kostenindicatie					Met kostenindicatie				
	1	2	3	4	Sign. verschil?	1	2	3	4	Sign. verschil?
Financiële geletterdheid (objectief; 0-4)	2,4 <sup>a</sup>	2,4 <sup>a</sup>	2,0 <sup>b</sup>	2,3 <sup>ab</sup>	**	2,4 <sup>ab</sup>	2,4 <sup>a</sup>	2,4 <sup>ab</sup>	2,2 <sup>b</sup>	*
Financiële geletterdheid (zelfinschatting; 1-5)	2,4 <sup>b</sup>	2,4 <sup>b</sup>	2,5 <sup>ab</sup>	2,8 <sup>a</sup>	***	2,4 <sup>ab</sup>	2,3 <sup>b</sup>	2,4 <sup>ab</sup>	2,5 <sup>a</sup>	*
Financiële bekwaamheid (0-4)	3,2	3,2	3,1	3,2		3,3	3,3	3,2	3,1	
Onzekerheid m.b.t. financiële zaken (1-5)	3,2 <sup>a</sup>	3,1 <sup>ab</sup>	3,0 <sup>b</sup>	2,7 <sup>c</sup>	***	3,2 <sup>a</sup>	3,2 <sup>a</sup>	3,2 <sup>a</sup>	2,9 <sup>b</sup>	***
Attitude t.a.v. financiële zaken (1-5)	3,1 <sup>c</sup>	3,3 <sup>b</sup>	3,2 <sup>bc</sup>	3,5 <sup>a</sup>	***	3,2 <sup>ab</sup>	3,2 <sup>ab</sup>	3,1 <sup>b</sup>	3,3 <sup>a</sup>	**
Vertrouwen in financieel adviseurs (1-5)	2,8 <sup>a</sup>	2,8 <sup>a</sup>	2,6 <sup>b</sup>	2,5 <sup>b</sup>	***	2,9 <sup>a</sup>	2,8 <sup>a</sup>	2,8 <sup>a</sup>	2,6 <sup>b</sup>	***
<i>N</i>	568	381	153	141		258	366	251	368	

1 = Persoonlijk advies van zelfstandig adviseur, 2 = persoonlijk advies van bank of verzekeraar, 3 = online advies, 4 = execution-only. De kolom "Sign. verschil?" geeft aan of er significante verschillen zijn tussen de vier groepen: \*\*\*  $p < 0,001$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*  $p < 0,05$ . De superscripts laten zien welke specifieke groepen van elkaar verschillen, d.w.z. verschillende superscripts (per rij van de tabel) representeren significante verschillen in gemiddelden tussen de betreffende groepen ( $p < 0,05$ ).

#### Dienstverleningsvormen en consumentenprofielen: wie kiest wat?

Tabel 3.13 geeft inzicht in de profielen van consumenten per dienstverleningsvorm. Als we kijken naar de consumentenprofielen voor de drie adviesvormen – persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur, persoonlijk advies bij een bank of verzekeraar en online advies – zien we weinig verschillen: wanneer er géén kosteninformatie gegeven wordt, heeft de groep die voor online advies kiest een iets lager niveau van financiële geletterdheid<sup>54</sup> en minder vertrouwen in financieel adviseurs<sup>55</sup> vergeleken met de groepen die een voorkeur hebben voor persoonlijk advies. De verschillen met de groep die voor execution-only kiest zijn groter. Wanneer er geen informatie over de advies- en afsluitkosten gegeven wordt

<sup>54</sup>  $p$ -waarden  $< 0,05$ .

<sup>55</sup>  $p$ -waarden  $< 0,001$ .



(Tabel 3.13, links), zijn dit, in vergelijking met de andere groepen, consumenten die het leuk vinden om zich bezig te houden met financiële zaken, die zichzelf relatief kundig achten (waarbij moet worden opgemerkt dat de score in absolute zin nog steeds onder het middelpunt van de schaal ligt) en relatief zeker van zichzelf zijn. Het niveau van financiële geletterdheid van consumenten die voor execution-only kiezen ligt echter niet hoger (maar ook niet lager) dan het gemiddelde, en verschilt niet significant van de financiële geletterdheid van de consumentengroepen die voor persoonlijk advies kiezen.<sup>56</sup>

Tabel 3.14 vergelijkt de kenmerken van consumenten die na blootstelling aan kosteninformatie switchten naar execution-only of online advies met de oorspronkelijke kiezers (de consumenten die dit als eerste keuze aangaven vóór het zien van de kosteninformatie). Respondenten die naar execution-only switchten na blootstelling aan de kosteninformatie houden zich minder graag bezig met financiële zaken, achten zichzelf minder kundig, zijn onzekerder, en hebben meer vertrouwen in financieel adviseurs (Tabel 3.14, links). Ze zijn echter niet significant minder financieel geletterd of financieel bekwaam dan de oorspronkelijke kiezers. Respondenten die naar online advies switchten na het zien van globale kosteninformatie zijn relatief geletterd, maar ook relatief onzeker ten opzichte van de respondenten die oorspronkelijk (zonder kosteninformatie) voor online advies kozen (Tabel 3.14, rechts). Ook hebben ze iets meer vertrouwen in financieel adviseurs.

**Tabel 3.14. Psychografische kenmerken van oorspronkelijke kiezers versus switchers**

	Totaal	Execution-only			Online advies		
		Oorspronkelijke kiezers	Switchers	Sign. verschil?	Oorspronkelijke kiezers	Switchers	Sign. verschil?
Financiële geletterdheid (objectief; 0-4)	2,3	2,3	2,1		2,0	2,5	**
Financiële geletterdheid (zelfinschatting; 1-5)	2,4	2,8	2,4	**	2,5	2,3	
Financiële bekwaamheid (0-4)	3,2	3,2	3,1		3,1	3,2	
Onzekerheid m.b.t. financiële zaken (1-5)	3,1	2,7	3,1	***	3,0	3,3	***
Attitude t.a.v. financiële zaken (1-5)	3,2	3,5	3,2	**	3,2	3,1	
Vertrouwen in financieel adviseurs (1-5)	2,8	2,5	2,7	**	2,6	2,8	***
<i>N</i>	1243	141	239		153	170	

De kolom "Sign. verschil?" geeft aan of er significante verschillen zijn tussen de oorspronkelijke kiezers en de switchers: \*\*\*  $p < 0,001$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*  $p < 0,05$ .

Consistent met onderzoek van Calcagno en Monticone (2015)<sup>57</sup> zien we dat financiële geletterdheid en de behoefte van advies hand in hand gaan. Juist relatief financieel geletterden blijven vaker kiezen voor advies na het krijgen van informatie over de advieskosten, maar switchen naar de goedkopere, online variant. De consumenten voor

<sup>56</sup>  $p$ -waarden  $> 0,59$ .

<sup>57</sup> Calcagno, R., & Monticone, C. (2015). Financial literacy and the demand for financial advice. *Journal of Banking & Finance*, 50, 363-380.



wie de kosten een reden zijn om géén advies af te nemen zijn niet minder financieel geletterd of minder financieel bekwaam dan de oorspronkelijke kiezers, maar wel onzekerder over hun eigen kundigheid op het gebied van hypotheeken of verzekeringen (afhankelijk van het soort product waarin men geïnteresseerd was).

Vervolgens is gekeken naar de sociaal-demografische consumentenprofielen per dienstverleningsvorm (leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, werk in financiële sector, inkomen). Wanneer er geen kosten getoond werden, zien we enkel verschillen in de leeftijdsopbouw van de verschillende groepen (zie bijlage C, Tabel C.4). De groep die voor execution-only koos is gemiddeld significant ouder dan de overige groepen (die niet van elkaar verschillen in leeftijd).<sup>58</sup> De groepen verschillen niet van elkaar in opleidingsniveau of inkomen. Ook zijn de consumenten die een voorkeur hebben voor execution-only niet vaker werkzaam in de financiële sector en hebben zij niet vaker scholing gehad op het gebied van financiële zaken dan consumenten die een voorkeur hebben voor persoonlijk advies.<sup>59</sup>

De groep consumenten die naar execution-only switchte na het krijgen van de globale kostenindicatie was significant jonger dan de oorspronkelijke groep kiezers (zie bijlage C, Tabel C.5). Verder zien we geen verschillen in opleidingsniveau, inkomen, of de mate waarin men zich bezighoudt (of hield) met financiële zaken tijdens opleiding of werk tussen de consumenten voor wie de kosten een reden zijn om geen adviseur te raadplegen en consumenten die ook vóór het zien van de kosteninformatie al een voorkeur hadden voor execution-only.

### **Effect kostentransparantie voor laag (en hoog) financieel geletterden**

Afhankelijk van het soort product waarin de deelnemer geïnteresseerd was, hypotheek of arbeidsongeschiktheidsverzekering, is aan de hand van vier meerkeuzevragen gemeten in hoeverre basiskennis over het betreffende soort product aanwezig was bij potentiële sluiters (o.a. "Wat wordt bij hypotheeken bedoeld met het probleem van woningen die onder water staan?" of "U hebt een arbeidsongeschiktheidsverzekering met een ondergrens van 25%. Wat krijgt u als u 20% arbeidsongeschikt wordt?"). Gemiddeld had men 2,3 van de vier vragen goed. 10% van de potentiële sluiters (N = 128) had *geen enkele* basisvraag goed en 18% beantwoordde *alle* vragen goed (N = 218).

De psychografische en sociaal-demografische profielen van de laagst en hoogst geletterden (ten opzichte van de rest van de deelnemers, de "middengroep", N = 897) zijn weergegeven in Bijlage C, Tabel C.6 en C.7. In lijn met de verwachtingen zijn de laagst financieel geletterden – dus de respondenten die geen enkele kennisvraag goed hadden – gemiddeld het laagst opgeleid<sup>60</sup> en hebben zij het laagste inkomen (Tabel C.6). Vergeleken met de hoogst geletterden (gemiddelde leeftijd = 40) zijn de laagst geletterden jonger (gemiddelde leeftijd = 35) en minder vaak werkzaam in de financiële sector (4% versus 11%). De laag geletterde potentiële sluiters schatten zichzelf minder kundig in op het gebied van hypotheeken of verzekeringen (afhankelijk van het product waarin men geïnteresseerd was) dan de hoog geletterden, maar niet minder kundig dan de middengroep (Tabel C.7). Naast het meest geletterd, zijn de hoog geletterden ook het

<sup>58</sup> *p*-waarden < 0,01.

<sup>59</sup> *p*-waarden > 0,13.

<sup>60</sup> Merk op dat toch nog bijna een derde van de groep laagst geletterden een hbo (19%) of wo (12%) opleiding heeft genoten.



meest bekwaam en het minst onzeker als het gaat om financiële zaken, en hebben zij de meest positieve attitude ten aanzien van financiële zaken.

In een vervolganalyse is het keuzegedrag van deze specifieke groepen – de laagst en hoogst geletterden – vergeleken met het keuzegedrag van de middengroep. De resultaten zijn weergegeven in Figuur 3.9. Deze figuur laat zien dat de voorkeur voor persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur vooral binnen de groep *hoog* geletterden sterk is. Vóór het zien van kosteninformatie koos de helft van de hoog geletterden voor deze dienstverleningsvorm, tegenover slechts 1 op 3 laag geletterden.<sup>61</sup> Opvallend is dat de laagst geletterde potentiële sluiters al vóór blootstelling aan de kosteninformatie relatief vaak voor execution-only gaan (17% ten opzichte van 10% binnen de middengroep<sup>62</sup>). Na blootstelling aan kosteninformatie stijgt het aandeel execution-only naar maar liefst 43% onder de groep laag geletterden, tegenover respectievelijk 29% en 28% onder de hoog geletterden en de middengroep.<sup>63</sup> Wanneer de kosten expliciet gemaakt worden is de voorkeur voor execution-only dus het sterkst onder de groep consumenten die juist het meest gebaat lijkt bij financieel advies: de laag geletterden. Binnen deze groep komt de daling in het percentage dat voor persoonlijk advies kiest (zelfstandig adviseur: minus 18%-punt; aanbieder: minus 8%-punt) nagenoeg volledig ten gunste van execution-only (plus 26%-punt; Figuur 3.9). Hoewel we ook bij de midden- en hoog geletterde potentiële sluiters een substantiële toename zien in het aandeel dat voor execution-only kiest (plus 18%-punt en plus 15%-punt, respectievelijk), blijft een ruime meerderheid (72%) na blootstelling aan kosteninformatie voor advies kiezen (bij de laag geletterden is dit slechts 57%). Wel kiest men minder vaak voor persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur en vaker voor de goedkopere online adviesvorm (zie Figuur 3.9).

---

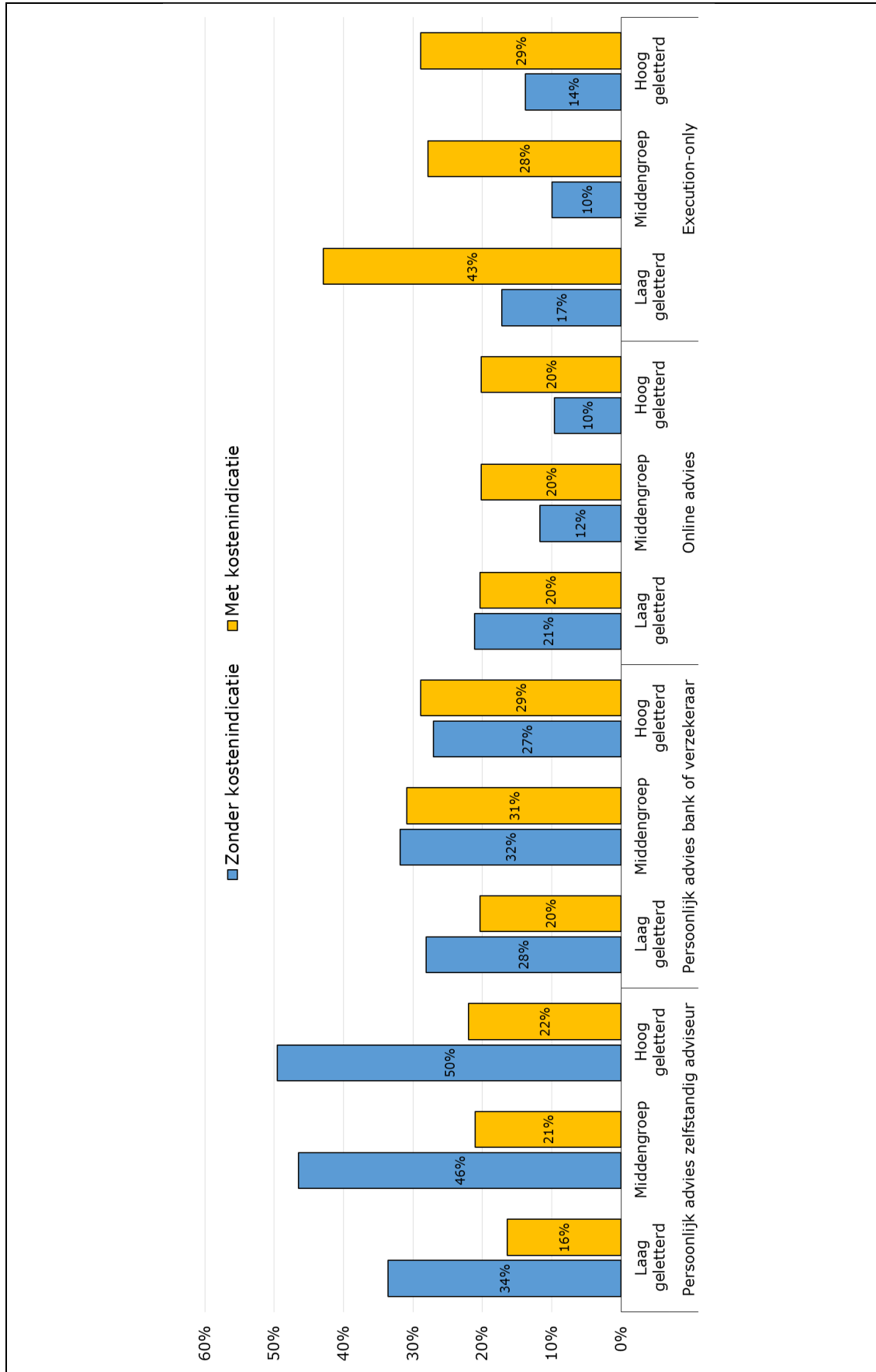
<sup>61</sup>  $p < 0,01$ .

<sup>62</sup>  $p < 0,05$ ; *nota bene*: het verschil met hoog geletterden (14%) is niet significant ( $p = 0,39$ ).

<sup>63</sup> Laag geletterden versus andere groepen;  $p$ -waarden  $< 0,01$ .



**Figuur 3.9. Keuze vóór versus na informatie over de advieskosten: laag vs. hoog financieel geletterden**





## 4 Conclusie en discussie

Dit hoofdstuk vat de resultaten van de twee deelonderzoeken samen en geeft antwoord op de drie hoofdvragen.

### 4.1 Het advieskeuzeprocess

*Hoofdvraag 1: Hoe kiezen consumenten een financieel dienstverlener en vorm van dienstverlening en is dit veranderd door het provisieverbod?*

Om te begrijpen hoe consumenten keuzes maken, is het van belang de *customer journey* in kaart te brengen. Die verloopt van initiële kennis bij de start van het keuzeprocess (gemeten in deelonderzoek 2) via de oriëntatiefase (gemeten in focusgroep en deelonderzoek 1) naar de daadwerkelijk gemaakte advieskeuzes (ook deelonderzoek 1).

#### **Wat weten consumenten?**

Uit het tweede deelonderzoek blijkt dat potentiële afnemers van hypotheek en arbeidsongeschiktheidsverzekeringen beperkt kennis hebben van de mogelijkheden voor financieel advies en de wijze waarop daarvoor betaald wordt. De meeste potentiële sluiters blijken niet te weten dat de adviseur direct advieskosten rekent; slechts 28% is hiervan op de hoogte. Bijna 4 op 10 potentiële sluiters denken dat advies gratis is (37%). Een substantiële groep denkt bovendien dat zelfstandig adviseurs per definitie onafhankelijk zijn (32%) en dat aanbieders doorgaans ook producten van andere aanbieders in de vergelijking meenemen (37%). Gemiddeld hadden respondenten slechts 1,3 van de vier gestelde (meerkeuze)vragen<sup>64</sup> goed. Slechts 5% van de ruim 1200 respondenten had alle vier de vragen goed. Maar liefst 1 op de 4 beantwoorde alle vragen fout (26%) en nog eens een derde gaf slechts één correct antwoord (35%). Potentiële sluiters van financiële producten in de komende vijf jaar hebben dus over het algemeen weinig kennis over het vergoedingssysteem en de verschillen in de reikwijdte van advies tussen zelfstandig adviseurs en aanbieders.

Ook het niveau van financiële geletterdheid van deze consumenten is over het algemeen niet hoog. Afhankelijk van het soort product dat de respondent aangaf mogelijk te gaan afsluiten, een hypotheek of een arbeidsongeschiktheidsverzekering, is aan de hand van vier meerkeuzevragen gemeten in hoeverre basiskennis over het betreffende soort product aanwezig was bij potentiële sluiters (o.a. "Wat wordt bij hypotheek bedoeld met het probleem van woningen die onder water staan?" of "U hebt een arbeidsongeschiktheidsverzekering met een ondergrens van 25%. Wat krijgt u als u 20% arbeidsongeschikt wordt?"). Gemiddeld hadden de potentiële afnemers 2,3 van de vier vragen goed. Ongeveer 1 op 6 beantwoorde alle vier de vragen goed (18%), daarentegen had 10% geen enkele vraag goed.

---

<sup>64</sup> Namelijk: Stel dat u naar een financieel adviseur zou gaan voor advies over een [hypotheek/ arbeidsongeschiktheidsverzekering]. (1) Is het volgens u gebruikelijk dat u voor dit advies betaalt? (2) Hoe wordt een zelfstandig financieel adviseur volgens u betaald voor het gegeven advies? (3) Welke producten zal de adviseur van de bank of verzekeraar doorgaans vergelijken om tot een advies te komen? (4) Welke producten zal een zelfstandig adviseur doorgaans vergelijken om tot een advies te komen?



### **Hoe oriënteren consumenten zich?**

In de oriëntatiefase verwerven consumenten meer kennis over zowel de financiële producten als over de mogelijkheden voor financieel advies, beide processen lopen door elkaar heen. Uit de focusgroep bleek dat de meeste consumenten eerst informatie zoeken via internet.

Uit het eerste deelonderzoek onder recente sluiters bleek dat ongeveer de helft van de respondenten die oriënterende gesprekken hadden gevoerd, slechts met één dienstverlener had gesproken (49%). Ongeveer een derde (32%) van de consumenten die oriëntatiegesprekken hadden gevoerd, had twee gesprekken gehad, 12% drie en 6% vier of meer. Consumenten vertonen dus maar in beperkte mate vergelijkingsgedrag: minder dan de helft van de consumenten gaf aan het adviesaanbod (d.w.z. welke werkzaamheden verricht de adviseur en wat zijn de kosten) van verschillende dienstverleners met elkaar te hebben vergeleken.

Bijna de helft van de respondenten die oriëntatiegesprekken voerden, sprak enkel met een of meerdere zelfstandig adviseurs (46%), een veel kleinere groep (15%) oriënteerde zich enkel bij een of meerdere aanbieders. De overige 39% oriënteerde zich bij beide typen adviseurs. Daarbij is het gangbaar om naar een dienstverlener te gaan waar men al klant is. Het "klant zijn" is de meest genoemde factor bij het vinden van zowel aanbieders als zelfstandig adviseurs. Daarnaast speelt vooral bij zelfstandig adviseurs mond-tot-mond reclame een belangrijke rol; consumenten vinden deze relatief vaak door aanbevelingen van mensen in hun omgeving.

### **Wat kiezen consumenten?**

De meeste consumenten raadplegen een adviseur bij het afsluiten van een complex financieel product, met grote verschillen tussen hypotheek en verzekeringsproducten. Waar ongeveer 9 op 10 recente sluiters in het huidige onderzoek aangaven hun hypotheek met advies te hebben afgesloten, was dit slechts ongeveer 6 op 10 voor zowel overlijdensrisico- als arbeidsongeschiktheidsverzekeringen. Op basis van de resultaten van het eerste deelonderzoek schatten we het aandeel execution-only via het online kanaal op 4% voor hypotheek, 30% voor overlijdensrisicoverzekeringen en 18% voor arbeidsongeschiktheidsverzekeringen.<sup>65</sup> De recente hypotheeksluiters die hun hypotheek zonder advies afsloten bleken gemiddeld ouder en vaker man te zijn dan de hypotheeksluiters die een adviseur in de arm namen, maar verschilden niet significant in termen van opleidings- en inkomensniveau. Er zijn dus geen aanwijzingen dat lagere inkomensgroepen er in verhouding tot andere inkomensgroepen vaker voor kozen om hun hypotheek zonder advies af te sluiten. Bij de verzekeringen zagen we geen duidelijke verschillen in de consumentenprofielen (leeftijd, geslacht, opleiding en huishoudinkomen) van advieskiezers versus execution-only kiezers (het aantal waarnemingen was echter klein). Dat men zelf voldoende verstand van zaken heeft is de meest genoemde reden om een complex of impactvol financieel product zonder advies af te sluiten.

---

<sup>65</sup> Daarbij moet worden opgemerkt dat het aantal waarnemingen bij de verzekeringen, en met name de arbeidsongeschiktheidsverzekeringen, in het eerste deelonderzoek erg laag was. De steekproef omvatte 446 recente hypotheeksluiters, 70 recente sluiters van overlijdensrisicoverzekeringen, maar slechts 34 recente sluiters van arbeidsongeschiktheidsverzekeringen. Bij het interpreteren van deze resultaten dient dus enige voorzichtigheid te worden geboden.





Ongeveer 1 op de 10 recente sluiters gaf aan wel advies te hebben gekregen maar daar niet voor betaald te hebben. Als toelichting werd bijvoorbeeld relatief vaak genoemd dat het advies gratis was (service van de dienstverlener) of dat men alleen had betaald voor het afsluiten van het product. Het is echter de vraag in hoeverre deze percepties overeenkomen met de werkelijkheid. De antwoorden op de open vragen lijken erop te wijzen dat consumenten niet altijd goed doorhebben wat advies precies is, of ze het hebben gekregen of niet, en waarvoor ze precies betaald hebben, wat een belangrijke bevinding op zich is.

Twee derde van alle recente sluiters die deelnamen aan het eerste deelonderzoek had zonder twijfel voor advies gekozen en 12% zonder twijfel voor afsluiten zonder advies (onder de specifiekere groep hypotheeksluiters was dit respectievelijk 72% en 5%). De overige 21% had beide opties overwogen. Daarvan koos het overgrote deel uiteindelijk toch voor advies. De meest genoemde redenen om toch een adviseur in de arm te nemen waren (1) een gebrek aan kennis en (2) onzekerheid (de angst om zelf een onverstandige keuze te maken). Bij de laatste werden goede ervaringen die men met de adviseur had en vertrouwen in de waarde van advies – een beter passend product of meer zekerheid dat men een verstandige keuze zou maken – vaak genoemd. Mogelijk treedt er dus een zogenaamd *adjustment* effect op wanneer consumenten, ofwel door er zelf aan te beginnen of juist door een gesprek met een financieel adviseur, inzien wat afsluiten zonder advies daadwerkelijk behelst.

De overgrote meerderheid van de consumenten die betaalden voor advies deed dat bij één dienstverlener. Toch gaf nog circa 1 op 10 aan bij twee dienstverleners (betaald) advies te hebben afgenomen<sup>66</sup>, meestal omdat men een “second opinion” wilde. Wat zowel uit de focusgroep als uit de survey duidelijk naar voren kwam is dat de keuze voor een specifieke dienstverlener vooral op basis van zachte factoren gemaakt wordt. Een goed gevoel bij de adviseur, positieve eerdere ervaringen met de adviseur of dienstverlener en de mate waarin de adviseur rekening houdt met de persoonlijke situatie van de consumenten worden het vaakst genoemd als meest doorslaggevende factoren in de keuze voor een bepaalde dienstverlener. Het feit dat men zelf meer voorbereidend werk kon doen wordt als minst belangrijke factor beschouwd. Dit is een interessante bevinding aangezien de nieuwere bedieningsmodellen inzetten op meer zelfwerkzaamheid van de klant om de advieskosten te verlagen (zie paragraaf 3.1.1). Over het algemeen zijn consumenten tevreden over het gekregen advies: 84% is (zeer) tevreden of zeer tevreden (5% is (zeer) ontevreden). Er is geen verschil in tevredenheid tussen consumenten die advies inwonnen bij zelfstandig adviseurs versus aanbieders.

### **Effect van het provisieverbod**

Uit bovenstaande blijkt heel duidelijk dat potentiële afnemers over het algemeen niet goed op de hoogte zijn, noch van huidige vergoedingssysteem noch van het voormalige provisie-systeem. Op basis hiervan kan geconcludeerd worden dat de meeste consumenten zelf niet het gevoel zullen hebben dat er iets veranderd is door het provisieverbod, wat betekent dat de verandering van het vergoedingssysteem *an sich* niet een verandering het keuzegedrag van consumenten kan verklaren. Dit betekent echter niet dat de advieskosten

---

<sup>66</sup> De AFM Consumentenmonitor hypotheek (voorjaar 2016) laat nagenoeg dezelfde cijfers zien: 89% van de hypotheeksluiters betaalde één keer voor advies, 10% twee keer, en 1% drie of meer keer. Zie AFM/GfK (2016). *AFM Consumentenmonitor hypotheek (voorjaar 2016)*.



zelf geen invloed hebben op de advieskeuzes van consumenten, zoals verder zal worden besproken in de volgende paragraaf.

## 4.2 Rol van advieskosten

*Hoofdvraag 2: In hoeverre is de prijs van advies van invloed op de toegankelijkheid van advies? Wordt door direct beprijzen minder advies afgenomen?*

### **De rol van advieskosten in het keuzeproces**

Uit het eerste deelonderzoek blijkt dat consumenten de advieskosten op dit moment niet zwaar meewegen in hun daadwerkelijke keuze voor een bepaalde dienstverlener en vorm van dienstverlening. Voor 2% van de consumenten die tussen 2015 en 2017 een hypotheek, overlijdensrisicoverzekering of arbeidsongeschiktheidsverzekering hadden afgesloten, vormden hoge advieskosten een reden om het financiële product zonder advies af te sluiten en 0,7% noemde de advieskosten als *enige* reden om geen advies in te winnen. Ook zijn de advieskosten minder belangrijk dan veel andere factoren bij het kiezen van dienstverleners voor een oriëntatiegesprek of het kiezen van de dienstverlener bij wie men uiteindelijk betaald advies afneemt (zie paragraaf 4.1).

Een mogelijke verklaring voor deze relatief kleine rol van de advieskosten in de keuze voor een bepaalde dienstverlener is het beperkte vergelijkingsgedrag van consumenten, waardoor het de vraag is in hoeverre consumenten de verschillende mogelijke kanalen en de prijsverschillen daadwerkelijk goed overzien. Aan de ene kant zien we dat de meeste consumenten zich slechts bij één of twee dienstverleners oriënteren en dat dienstverleningsdocumenten nauwelijks actief opgezocht worden door consumenten voorafgaand aan een oriëntatiegesprek. Men kan zich dus afvragen in hoeverre consumenten in de praktijk blootgesteld worden aan prijzen van verschillende dienstverleners en vormen van dienstverlening. Bovendien denkt bijna twee derde van de consumenten dat er geen grote prijsverschillen tussen dienstverleners zijn (63%), waardoor het in hun ogen wellicht ook niet de moeite waard is om bij verschillende dienstverleners te oriënteren. Aan de andere kant bleek uit de focusgroep dat de meeste consumenten hun zoektocht op het internet starten. Op het internet zijn met name de online dienstverleners makkelijk vindbaar, die juist de nadruk leggen op het verschil in prijs met traditionele adviesvormen. Dat de kennis van potentiële en oriënterende klanten door de jaren nog gaat toenemen is daardoor zeker niet onwaarschijnlijk.

### **Effect van kostentransparantie**

Beloningstransparantie was al voor de invoering van het provisieverbod verplicht, maar door de strikte scheiding tussen advies en product die de kern vormt van het provisieverbod zijn de advieskosten nog meer zichtbaar geworden voor de consument. Dit wil dus echter niet zeggen dat de consument de verschillende kanalen en prijsverschillen altijd goed overziet. Het advieskeuze-experiment in het tweede deelonderzoek laat zien wat er gebeurt als consumenten een duidelijk overzicht krijgen van de mogelijke dienstverleningsvormen en bijbehorende prijsverschillen. De resultaten laten zien dat dit overzicht een flinke verschuiving in voorkeuren voor de verschillende dienstverleningsvormen teweegbrengt. Waar vóór het zien van de kosteninformatie bijna de helft van de potentiële sluiters een voorkeur heeft voor persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur (46%) en ongeveer 1 op 10 voor execution-only (11%), heeft ná het zien van



kosteninformatie slechts circa 1 op 5 een voorkeur voor persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur (21%) en is het aandeel execution-only bijna verdrievoudigd (30%). De verschuivingen treden steeds op in de richting van de goedkopere alternatieven. We zien allereerst een sterke verschuiving in voorkeuren van persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur naar persoonlijk advies direct bij de aanbieder (bank of verzekeraar). De banken en verzekeraars verliezen op hun beurt weer potentiële klanten aan online advies en execution-only. Groepen potentiële sluiters die oorspronkelijk een voorkeur hadden voor persoonlijk advies switchen naar de online adviesvorm, maar tegelijkertijd verandert ook de voorkeur van een substantiële groep potentiële sluiters van online advies naar execution-only na het zien van kosteninformatie. Na blootstelling aan kosteninformatie is vooral bij arbeidsongeschiktheidsverzekeringen het aandeel dat een voorkeur heeft voor execution-only hoog, namelijk 42%, tegenover 24% bij hypotheek (21% onder starters en 27% onder doorstromers). Echter, ook vóór het zien van kosteninformatie hadden potentiële sluiters van arbeidsongeschiktheidsverzekeringen al een sterkere voorkeur voor execution-only (16%) dan potentiële hypotheeksluiters (7% onder starters en 12% onder doorstromers).

De meeste consumenten die een andere voorkeur kregen na blootstelling aan kosteninformatie gaven vaker aan dat ze niet *bereid* waren om het (hogere) bedrag te betalen (59% van de switchers, 27% van alle potentiële sluiters) dan dat ze het bedrag niet *konden* betalen (32% van de switchers, 14% van alle potentiële sluiters). Er zijn géén aanwijzingen dat potentiële sluiters met een laag huishoudinkomen naar verhouding vaker naar execution-only switchten na blootstelling aan kosteninformatie dan andere inkomensgroepen. Wel zien we binnen de groep switchers naar execution-only verschillen tussen de inkomensgroepen in de *reden* voor de verandering van voorkeur. Switchers met lagere huishoudinkomens gaven vaker aan de advieskosten niet te kunnen betalen, terwijl switchers met hogere huishoudinkomens juist vaker het niet willen betalen als reden noemden.

Voor bijna drie van de 10 potentiële sluiters zouden de advieskosten een reden kunnen zijn om het product helemaal niet afsluiten. Dit gold, zoals verwacht, meer voor arbeidsongeschiktheidsverzekeringen (49%) dan voor hypotheek (17%). Ten slotte zagen we geen significant verschil in de advieskeuzes van potentiële sluiters afhankelijk van de betaalwijze: ineens of gespreid. De mogelijkheid tot gespreid betalen neemt de drempel die ontstaat als gevolg van informatie over de hoogte van de advieskosten dus niet weg.

### **Effect kostentransparantie voor laag financieel geletterden**

Execution-only bleek vooral aantrekkelijk binnen de groep laag financieel geletterden (dit zijn potentiële sluiters die *geen enkele* basisvraag over hypotheek c.q. arbeidsongeschiktheidsverzekeringen goed beantwoordden). Juist de groep die erg gebaat is bij financieel advies is dus het meest geneigd de adviseur links te laten liggen wanneer de advieskosten expliciet gemaakt worden. Dit kan gemakkelijk leiden tot suboptimale beslissingen. Deze beslissingen zijn zelfs risicovol te noemen als consumenten producten sluiten die zij niet goed blijken te kunnen betalen of waarbij zij onacceptabel veel risico



nemen. Of dit ook daadwerkelijk gebeurt, is afhankelijk van onder meer de regelgeving.<sup>67</sup> Juist binnen de groep hoog financieel geletterden was de voorkeur voor persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur het sterkst, zowel vóór als na kosteninformatie.

### **Discrepancie tussen intenties (potentiële sluiters) en gedrag (recente sluiters)**

Het is wel belangrijk te realiseren dat in het experiment *intenties* van potentiële afnemers gemeten zijn en niet daadwerkelijk gedrag. Als we de gedragsintenties gemeten in het tweede deelonderzoek vergelijken met het daadwerkelijke keuzegedrag van recente sluiters in het eerste deelonderzoek, zien we dat het daadwerkelijke gedrag meer overeenkomt met de gedragsintenties vóór het zien van kosteninformatie (de oorspronkelijke voorkeuren van consumenten) dan met de gedragsintenties ná het zien van kosteninformatie. Dit geldt zowel voor de keuze om al dan niet een adviseur te raadplegen als voor de keuze voor advies van een zelfstandig adviseur versus aanbieder. Vóór blootstelling aan kosteninformatie had bijvoorbeeld 9% van de potentiële hypotheeksluiters een voorkeur voor execution-only, na blootstelling aan kosteninformatie was dit maar liefst 24%. Echter, van de recente hypotheeksluiters gaf 9% aan de hypotheek daadwerkelijk zonder advies te hebben afgesloten. Een soortgelijk patroon zien we bij de verhouding tussen zelfstandig adviseur en aanbieder. Potentiële sluiters kozen vóór het zien van kosteninformatie het vaakst voor persoonlijk advies van een zelfstandig adviseur, maar ná het zien van kosteninformatie verschoof de voorkeur naar persoonlijk advies bij een bank of verzekeraar. Als we echter kijken naar de daadwerkelijk door recente sluiters ingewonnen adviezen, zien we dat in ruim twee derde van de gevallen een zelfstandig adviseur geraadpleegd werd.

Een mogelijke verklaring voor dit patroon van resultaten is het relatief beperkte vergelijkingsgedrag van consumenten. Omdat consumenten zich over het algemeen niet uitgebreid oriënteren is het maar de vraag in hoeverre de kosten in de praktijk echt transparant zijn. Wanneer consumenten niet verder kijken dan de dienstverleningsvorm die hun eerste voorkeur heeft, hebben zij mogelijk ook geen goed overzicht van de andere mogelijke kanalen en de prijsverschillen. De sterke reactie van consumenten in de richting van goedkopere alternatieven wordt daardoor in de werkelijkheid wellicht (nog) niet zo sterk opgewekt als in het experiment, waar volledige kostentransparantie was. Op het internet, waar de meeste consumenten hun zoektocht starten, worden de verschillende keuzemogelijkheden en prijsverschillen echter steeds duidelijker voor de consument. Vooral voor de online dienstverleners is de kostenbesparing ten opzichte van de traditionele, persoonlijke dienstverlening een belangrijk verkoopargument.

Een andere mogelijke verklaring voor de discrepantie tussen gedragsintenties en de daadwerkelijke keuze om een adviseur te raadplegen kan zijn dat consumenten die de intentie hebben om het product zonder advies af te sluiten hier toch van afzien wanneer duidelijker wordt wat dit daadwerkelijk inhoudt. Er lijkt dus een mechanisme te bestaan dat intenties die gevormd worden op basis van kosteninformatie als het ware "terugdraait". We zagen in het oriëntatieproces (paragraaf 4.1) dat ongeveer 1 op 5 consumenten beide opties – advies inwinnen versus zelf regelen – overweegt. Deze twijfelende consumenten kiezen nu uiteindelijk toch vaak voor advies, en de adviseur lijkt een belangrijke rol te

---

<sup>67</sup> Een voorbeeld is de verscherpte regelgeving ten aanzien van hypotheekverstrekking in de afgelopen jaren, die ervoor heeft gezorgd dat aflossingsvrije hypotheeklen voor een belangrijk deel zijn verdrongen door annuïtaire hypotheeklen (Decisio/Periscoop, 2017).



spelen in die beslissing: naast een gebrek aan kennis, werden het vertrouwen dat men had in de adviseur en de waarde van advies vaak genoemd als reden om van het zelf afsluiten van het product af te zien. Het is dan echter wel zaak dat de adviseur de kans blijft krijgen om zijn toegevoegde waarde uit te leggen aan (twijfelende) consumenten, ook in de toekomst. Naarmate consumenten bijvoorbeeld door informatie op internet of reclames beter zicht krijgen op de verschillende dienstverleningsvormen en prijsverschillen, zou het kunnen dat men vaker direct voor execution-only gaat kiezen, zonder het adviesalternatief nog serieus te overwegen, waardoor het terugwerkend mechanisme (namelijk, de adviseur die de twijfelende consument overtuigt van de waarde van advies) minder goed gaat werken.

### **Mismatch tussen verwachte en werkelijke kosten**

De flinke verschuiving in voorkeuren als gevolg van het expliciet maken van de kosten lijkt veroorzaakt te worden door een enorme mismatch tussen verwachtingen ten aanzien van de kosten voor advies en afsluiten door potentiële afnemers en de werkelijke (typische) kosten. Een substantiële groep potentiële afsluiters verwacht dat er helemaal geen kosten verbonden zijn aan advies en afsluiten van de hypotheek of verzekering. De overige consumenten onderschatten de kosten flink.<sup>68</sup> Gemiddeld schatten potentiële starters de gemiddelde advies- en afsluitkosten bij persoonlijk advies van een zelfstandig rond de €600. Potentiële doorstromers schatten de kosten terecht gemiddeld hoger in – €850 bij advies van een zelfstandig adviseur – maar nog steeds flink lager dan werkelijke typische kosten (geschat op €2350 voor starters en €2500 voor doorstromers op basis van de marktinventarisatie). Potentiële klanten van arbeidsongeschiktheidsverzekeringen verwachtten gemiddeld dat de kosten bij persoonlijk advies rond de €300 zouden bedragen, dat is minder dan de helft van de werkelijke kosten (circa €800). Een dergelijke flinke onderschatting zien we ook bij de overige dienstverleningsvormen.

## **4.3 Rol van het dienstverleningsdocument**

*Hoofdvraag 3: Helpt het dienstverleningsdocument consumenten om een goed geïnformeerde keuze te maken voor een bepaalde dienstverlener en vorm van dienstverlening?*

Het dvd beoogt het voor consumenten makkelijker te maken om de dienstverlening en bijbehorende kosten van verschillende dienstverleners met elkaar te vergelijken en zo een geïnformeerde keuze te maken. In het eerste deelonderzoek is onderzocht in hoeverre het dvd dit doel bereikt. Hiertoe is onderzocht (1) of consumenten het document op het juiste moment ontvangen, en (2) of, en zo ja, op welke manier zij het document gebruiken.

### **Ontvangen consumenten het dienstverleningsdocument (en zo ja, wanneer)?**

42% van de recente sluiters die minimaal één kennismakingsgesprek met een financiële dienstverlener hadden gehad, herinnerde zich minstens één dienstverleningsdocument te hebben gekregen. Ruim een kwart gaf aan géén dienstverleningsdocument (dvd) te

<sup>68</sup> De doelgroep van het tweede deelonderzoek bestond uit mensen die verwachtten binnen vijf jaar (misschien) een hypotheek of arbeidsongeschiktheidsverzekering af te sluiten. Dit zijn dus niet noodzakelijk mensen die zich al op het product en/of advies georiënteerd hebben: waarschijnlijk veel vaker niet dan wel. Mensen die echt al op het punt staan het betreffende product af te sluiten behoorden *niet* tot de doelgroep, omdat de kans groot is dat die consumenten de hoogte van de advieskosten kennen en we dan dus geen verwachtingen maar ervaringen zouden meten.



hebben gekregen, en de rest kon het zich niet meer herinneren. Van de recente sluiters die ook daadwerkelijk betaald advies hadden afgenomen gaf ongeveer de helft (54%) aan een dvd van de adviserende dienstverlener te hebben gekregen. Van die consumenten kreeg het overgrote deel het document wettelijk gezien op het juiste moment, namelijk vóór het tekenen van een dienstverleningsovereenkomst (80%), meestal tijdens (35%) of na (40%) het eerste kennismakingsgesprek, en soms al daarvoor (5%). 10% gaf aan het document te hebben ontvangen bij het tekenen van de overeenkomst (10% kon het zich niet meer herinneren). Slechts een kleine groep recente sluiters (4%) had het dvd liever op een eerder moment gekregen.

### **De rol van het dvd in het advieskeuzeproces**

Wanneer recente sluiters aangaven (minstens) een dvd te hebben gekregen, was de kans ook relatief groot dat ze het op zijn minst vluchtig hadden gelezen. Consumenten die het dvd hadden gelezen waren over het algemeen positief over het document. Ze vonden de informatie in het document over het algemeen duidelijk, makkelijk te begrijpen en van toegevoegde waarde. Zowel uit de survey als het focusgroeponderzoek bleek echter dat het dvd veel meer wordt gezien als een "handig naslagwerk" dan als een hulpmiddel om verschillende dienstverleners met elkaar te vergelijken. Slechts 1 op de 5 recente sluiters die een of meer dvd's hadden gelezen (ofwel 8% van de mensen die minstens één oriëntatiegesprek hadden gehad), gaf aan dat het dvd een belangrijke rol had gespeeld bij het kiezen van een financieel adviseur.

Een mogelijke verklaring voor de beperkte rol van het dvd als hulpmiddel bij het vergelijken van dienstverleners en vormen van dienstverlening ligt in de mate van standaardisering van de informatie in het dvd. Hoewel het niet het doel was van de marktinventarisatie om het dvd te evalueren (maar om inzicht te krijgen in de werkelijke kosten van advies ten behoeve van het advieskeuze-experiment), viel het erg op dat er in de praktijk belangrijke verschillen bestaan tussen dvd's die de vergelijkbaarheid van de documenten aanzienlijk verminderen. In het document "Risico's afdekken", bijvoorbeeld, dienen de gemiddelde advieskosten te worden gegeven en heeft de dienstverlener bovendien de mogelijkheid om de kosten voor drie klantsegmenten weer te geven. Dit dvd omvat echter verschillende soorten risico's en dus verschillende typen producten met verschillende soorten klantengroepen en verschillende bijbehorende kosten. De kosten worden door verschillende dienstverleners op uiteenlopende manieren weergegeven. Sommige dienstverleners geven de gemiddelde kosten over de drie producttypen heen, andere de gemiddelde kosten per risico- of producttype (bv. arbeidsongeschiktheid, overlijdensrisico, uitvaart, betalingsbescherming<sup>69</sup>), weer andere per klantsegment (bv. particulier versus ondernemer), en weer andere per adviesvorm (bv. verkort advies versus uitgebreid advies). Om dvd's goed vergelijkbaar te maken lijkt dus een hogere mate van standaardisering noodzakelijk.

Logischerwijs is een goede vergelijkbaarheid van dvd's tussen dienstverleners een belangrijke vereiste voor het dvd om een effectieve vergelijkingstool te *kunnen* zijn, maar er lijkt meer nodig om dit doel te bereiken. Uit de resultaten blijkt namelijk ook dat consumenten op het moment dat zij de dvd's doorgaans ontvangen überhaupt weinig vergelijkingsgedrag vertonen. Circa 80% van de recente sluiters voerde slechts met één of twee dienstverleners een oriëntatiegesprek en de uiteindelijke keuze voor een bepaalde

---

<sup>69</sup> Merk op dat er meer risico-/producttypen zijn dan de voorgeschreven (max.) drie uitsplitsingen.



dienstverlener werd sterker gedreven door zachte factoren (zoals vertrouwen, een goed gevoel, eerdere positieve ervaringen) dan door harde factoren, zoals de dienstverleningsvorm en de advieskosten. Het is de vraag of het dvd een effectieve vergelijkingstool wordt wanneer consumenten het eerder in het advieskeuzeprocés onder ogen krijgen, namelijk voorafgaand aan oriëntatiegesprekken. Op dit moment wordt het document in ieder geval nog niet actief door consumenten zelf opgezocht (slechts ongeveer 1 op 10 deed dit). Bovendien lijken de resultaten te suggereren dat consumenten oriëntatie-gesprekken nodig te hebben om de inhoud van het dvd, zoals de informatie over de onafhankelijkheid van het advies, te begrijpen en op waarde te kunnen schatten. Zo bleek uit de survey onder recente sluiters bijvoorbeeld dat de onafhankelijkheid van advies geen belangrijke rol speelt in de eerste selectie van dienstverleners voor een oriëntatiegesprek, maar wél in de uiteindelijke keuze voor een bepaalde dienstverlener.

Concluderend zijn consumenten over het algemeen positief over het dvd vanwege de informerende functie van het document, maar wordt het slechts in zeer beperkte mate gebruikt om dienstverleners met elkaar te vergelijken en een geïnformeerde keuze te maken voor een bepaalde dienstverlener en vorm van dienstverlening.





## A Vragenlijst I: Advieskeuzeproces en rol dvd

### [Intro]

Deze vragenlijst gaat over financieel advies. We zijn benieuwd of en hoe mensen op zoek gaan naar financieel advies bij het afsluiten van ingewikkelde financiële producten, zoals een hypotheek of verzekering.

### SELECTIE

#### [Scherm 1]

Hebt u tussen 2014 en nu één of meerdere van de volgende financiële producten afgesloten?

- Hypotheek  
*Mouse-over: Een hypotheek is een lening die je afsluit om een huis (of ander pand) te kopen.*
- Overlijdensrisicoverzekering  
*Mouse-over: Een overlijdensrisicoverzekering is een verzekering waarbij een vooraf afgesproken geldbedrag wordt uitbetaald aan je partner (of andere nabestaande(n)) als je overlijdt. Of andersom, waarbij een geldbedrag wordt uitbetaald aan jou als je partner overlijdt. Wanneer je een overlijdensrisicoverzekering afsluit bij een hypotheek, gaat het geldbedrag dat wordt uitbetaald als je overlijdt meestal direct naar de bank of verzekeraar om je hypotheek af te lossen.*
- Arbeidsongeschiktheidsverzekering  
*Mouse-over: Een arbeidsongeschiktheidsverzekering is een verzekering die je afsluit om inkomsten te hebben tijdens ziekte, of als je invalide raakt bijvoorbeeld door een ongeval.*

Dan kunt u deelnemen aan dit onderzoek. We zijn (onder andere) benieuwd of u uw hypotheek, overlijdensrisicoverzekering of arbeidsongeschiktheidsverzekering met of zonder hulp van een financieel adviseur hebt afgesloten. En hoe u tot die keuze gekomen bent. De vragen gaan niet over de hypotheek of verzekering die u hebt afgesloten.

Als u geen van deze producten hebt afgesloten, of als u dat wel gedaan hebt maar vóór 2014, dan valt u buiten de doelgroep van dit onderzoek.

SEL1. Geef voor elk van de onderstaande financiële producten aan of u het product hebt afgesloten, en zo ja, wanneer. Als u het product meerdere malen hebt afgesloten, geef dan aan wanneer u dat voor het laatst gedaan hebt.

	Ja, in 2017	Ja, in 2016	Ja, in 2015	Ja, in 2014	Ja, vóór 2014	Nee, nooit
Hypotheek						
Overlijdensrisico-verzekering						
Arbeidsongeschiktheids-verzekering						

#### [Scherm 2]

Indien antwoord SE1 bij meer dan één product = "Ja, in 2017", "Ja, in 2016", "Ja, in 2015" of "Ja, in 2014":

SEL2. U hebt aangegeven tussen 2014 en 2017 meerdere van de genoemde producten te hebben afgesloten. Beantwoord de volgende vragen voor het product dat u het kortst geleden hebt afgesloten.



Als u twee producten tegelijkertijd hebt afgesloten (bv. een hypotheek en een overlijdensrisicoverzekering), kies dan één product en beantwoord de volgende vragen voor dat product.

Voor welk product gaat u de vragen beantwoorden?

- Hypotheek
- Overlijdensrisicoverzekering
- Arbeidsongeschiktheidsverzekering

*Anders: Outro.*

U hebt tussen 2014 en 2017 geen hypotheek, overlijdensrisicoverzekering of arbeidsongeschiktheidsverzekering afgesloten. U kunt daarom niet deelnemen aan dit onderzoek.

Hartelijk dank voor uw tijd.

### CUSTOMER JOURNEY

[Scherm 3]

U gaf aan dat u tussen 2014 en 2017 een [hypotheek, overlijdensrisicoverzekering, arbeidsongeschiktheidsverzekering] hebt afgesloten.

Q1. Was dit de eerste keer dat u een [hypotheek, overlijdensrisicoverzekering, arbeidsongeschiktheidsverzekering] afsloot?

- Ja
- Nee
- Ik weet het (echt) niet

[Scherm 4]

**Voor het slagen van dit onderzoek is het belangrijk dat u de instructies op de volgende schermen nauwkeurig leest.**

[Scherm 5]

Om een passende [hypotheek, overlijdensrisicoverzekering, arbeidsongeschiktheidsverzekering] te vinden hebt u misschien financieel advies gezocht. Het kan ook zijn dat u de [hypotheek, overlijdensrisicoverzekering, arbeidsongeschiktheidsverzekering] zonder advies hebt afgesloten. Wij zijn benieuwd naar de manier waarop u tot een keuze voor financieel advies bent gekomen, of juist tot het besluit bent gekomen om geen advies te vragen.

[Scherm 6]

In deze vragenlijst bedoelen we met *advies* het financieel advies van professionele adviseurs, dat wil zeggen, van mensen die beroepsmatig financieel advies geven. Advies dat u mogelijk hebt gekregen van anderen in uw omgeving, zoals van familieleden, vrienden, of kennissen, wordt hier niet bedoeld.

[Scherm 7]

Voor advies bij de keuze voor een hypotheek of verzekering kun je bij verschillende adviseurs terecht. Je kunt bijvoorbeeld naar een zelfstandig financieel adviseur gaan. Zelfstandige adviseurs vergelijken producten van meerdere banken en/of verzekeringsmaatschappijen. Je kunt ook direct naar een bank of verzekeraar gaan voor advies. Je krijgt dan advies over de eigen producten van die bank of verzekeraar.

Het is ook mogelijk om een hypotheek of verzekering zónder advies van een financieel adviseur af te sluiten. Je zoekt dan zelf uit welke hypotheek of verzekering je wilt afsluiten.



[Scherm 8]

Q2. Hebt u uw [hypotheek, overlijdensrisicoverzekering, arbeidsongeschiktheidsverzekering] afgesloten met of zonder advies?

- Met advies
- Zonder advies

[VERVOLG "MET ADVIES"]

[Scherm 9]

Indien Q2 = "Met advies":

Q3(a). U hebt uw [hypotheek, overlijdensrisicoverzekering, arbeidsongeschiktheidsverzekering] met advies afgesloten. Hebt u er wel over gedacht om uw [hypotheek, overlijdensrisicoverzekering, arbeidsongeschiktheidsverzekering] zonder advies af te sluiten?

- Ja
- Nee

[Scherm 10]

Indien Q3(a) = "Ja":

Q4(a). Waarom hebt u dat uiteindelijk niet gedaan?

[Scherm 11]

Indien Q2 = "Met advies":

U gaf aan dat u advies hebt gevraagd bij het afsluiten van uw [hypotheek, overlijdensrisicoverzekering, arbeidsongeschiktheidsverzekering].

We zijn benieuwd naar hoe u tot uw keuze voor een bepaalde financieel adviseur en vorm van advies bent gekomen. De volgende vragen gaan over uw zoektocht naar advies.

We maken verschil tussen advies dat mensen direct van een *bank of verzekeraar* krijgen en advies dat mensen van een *zelfstandig financieel adviseur* krijgen. Als we het in deze vragenlijst hebben over *financiële dienstverleners*, bedoelen we banken en verzekeraars, maar ook zelfstandige financieel adviseurs.

[VERVOLG "ZONDER ADVIES"]

[Scherm 9]

Indien Q2 = "Zonder advies":

Q3(b). U hebt uw [hypotheek, overlijdensrisicoverzekering, arbeidsongeschiktheidsverzekering] zonder advies afgesloten. Hoe hebt u uw [hypotheek, overlijdensrisicoverzekering, arbeidsongeschiktheidsverzekering] afgesloten?

- Ik heb het afgesloten via de website van de bank of verzekeraar
- Ik heb het afgesloten via een website waarop ik producten van verschillende banken en/of verzekeraars kon vergelijken
- Een medewerker van een bank of verzekeraar heeft het voor mij afgesloten
- Een zelfstandig financieel adviseur heeft het voor mij afgesloten
- Anders, namelijk...



[Scherm 10]

Indien Q2 = "Zonder advies":

Q4(b). Wat was/waren de belangrijkste reden(en) voor u om uw [hypotheek, overlijdensrisicoverzekering, arbeidsongeschiktheidsverzekering] zonder advies af te sluiten? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

- Ik heb zelf voldoende verstand van financiële zaken
- Ik ben geholpen door iemand in mijn omgeving met verstand van financiële zaken
- Ik vond de advieskosten te hoog
- Anders, namelijk...

[Scherm 11]

Indien Q2 = "Zonder advies":

Q5(b). Hebt u er wel over gedacht om financieel advies te vragen?

- Ja
- Nee

[Scherm 12]

Indien Q5(b) = "Ja":

U gaf aan dat u er wel over gedacht hebt om advies te vragen bij het afsluiten van uw [hypotheek, overlijdensrisicoverzekering, arbeidsongeschiktheidsverzekering]. De volgende vragen gaan over uw zoektocht naar advies.

We maken verschil tussen advies dat mensen direct krijgen van een *bank of verzekeraar* en advies dat mensen krijgen van een *zelfstandig financieel adviseur*. Als we het in deze vragenlijst hebben over *financiële dienstverleners*, bedoelen we banken en verzekeraars, maar ook zelfstandige financieel adviseurs.

[VERVOLG "MET ADVIES" OF ADVIES OVERWOGEN "JA"]

[Scherm 13]

Indien Q2 = "Met advies" OF Q5(b) = "Ja":

Vaak is het eerste (kennismakings)gesprek met een financieel adviseur gratis en zonder verplichtingen. Zo'n gesprek kan op verschillende manier plaatsvinden, bv. op het kantoor van de dienstverlener, bij u thuis, telefonisch of online.

Met hoeveel financiële dienstverleners hebt u een (gratis) eerste gesprek gehad? Als u géén (gratis) eerste gesprek hebt gehad, vul dan "0" in. Als u het niet meer precies weet, geef dan een schatting en vink ook "schatting" aan.

Q6. Met hoeveel *zelfstandige financieel adviseurs* hebt u een (gratis) eerste gesprek gehad?

Aantal: \_\_\_\_\_

- schatting

Q8. Van hoeveel *banken en/of verzekeraars* hebt u een (gratis) eerste gesprek met een adviseur gehad?

Aantal: \_\_\_\_\_

- schatting

[Scherm 14]

Indien Q6 = 1:

Q7(a). U hebt een (gratis) eerste gesprek gehad met een zelfstandig financieel adviseur. Hoe hebt u deze zelfstandige financieel adviseur gevonden? *Meerdere antwoorden mogelijk.*



- Via een zoekmachine op internet (bv. Google, Yahoo, Bing)
- Via (een) andere website(s)
- Via het telefoonboek of de Gouden Gids
- Via familie, vrienden, collega's, of kennissen
- Via een andere professionele partij, bv. makelaar of projectontwikkelaar
- Deze adviseur zat bij mij in de buurt
- Ik kende deze adviseur, maar was er (nog) geen klant
- Ik was al (eerder) klant bij deze adviseur
- Anders, namelijk...
- Ik weet het (echt) niet (meer)

*Indien Q6 > 1:*

U hebt een (gratis) eerste gesprek gehad met [aantal] zelfstandige financieel adviseurs. Geef voor elk van de zelfstandige financieel adviseurs aan hoe u die adviseur hebt gevonden.

*De volgorde maakt niet uit. U mag de vraag beantwoorden in de volgorde waarin u de gesprekken met de verschillende adviseurs hebt gehad, maar dit hoeft dus niet.*

Q7(b). Hoe hebt u de [**eerste, tweede, derde, etc.**] zelfstandige financieel adviseur gevonden? *Meerdere antwoorden mogelijk.*

- Via een zoekmachine op internet (bv. Google, Yahoo, Bing)
- Via (een) andere website(s)
- Via het telefoonboek of de Gouden Gids
- Via familie, vrienden, collega's, of kennissen
- Via een andere professionele partij, bv. makelaar of projectontwikkelaar
- Deze adviseur zat bij mij in de buurt
- Ik kende deze adviseur, maar was er (nog) geen klant
- Ik was al (eerder) klant bij deze adviseur
- Anders, namelijk...
- Ik weet het (echt) niet (meer)

*[Scherm 15]*

*Indien Q8 = 1:*

Q9(a). U hebt een (gratis) eerste gesprek gehad met een adviseur van een bank of verzekeraar. Hoe hebt u deze bank of verzekeraar gevonden? *Meerdere antwoorden mogelijk.*

- Via een zoekmachine op internet (bv. Google, Yahoo, Bing)
- Via (een) andere website(s)
- Via het telefoonboek of de Gouden Gids
- Via familie, vrienden, collega's, of kennissen
- Via een andere professionele partij, bv. makelaar of projectontwikkelaar
- Deze bank/verzekeraar zat bij mij in de buurt
- Ik kende deze (adviseur van de) bank/verzekeraar, maar was er (nog) geen klant
- Ik was al (eerder) klant bij deze bank/verzekeraar
- Anders, namelijk...
- Ik weet het (echt) niet (meer)

*Indien Q8 > 1:*

U hebt een (gratis) eerste gesprek gehad met adviseurs van [aantal] banken en/of verzekeraars. Geef voor elk van de banken/verzekeraars aan hoe u die bank of verzekeraar hebt gevonden.



*De volgorde maakt niet uit. U mag de vraag beantwoorden in de volgorde waarin u de gesprekken met de adviseurs van de verschillende banken/verzekeraars hebt gehad, maar dit hoeft dus niet.*

Q9(b). Hoe hebt u de [**eerste, tweede, derde, etc.**] bank of verzekeraar gevonden? *Meerdere antwoorden mogelijk.*

- Via een zoekmachine op internet (bv. Google, Yahoo, Bing)
- Via (een) andere website(s)
- Via het telefoonboek of de Gouden Gids
- Via familie, vrienden, collega's, of kennissen
- Via een andere professionele partij, bv. makelaar of projectontwikkelaar
- Deze bank/verzekeraar zat bij mij in de buurt
- Ik kende deze (adviseur van de) bank/verzekeraar, maar was er (nog) geen klant
- Ik was al (eerder) klant bij deze bank/verzekeraar
- Anders, namelijk...
- Ik weet het (echt) niet (meer)

*[Scherm 16]*

*Indien  $Q6 + Q8 > 0$ :*

Q10. U hebt bij een of meerdere financiële dienstverleners een (gratis) eerste gesprek gehad. Hoe kwam u tot uw keuze om juist bij deze financiële dienstverlener(s) een gesprek aan te vragen?

Bij het kiezen van financiële dienstverlener(s) voor een eerste gesprek heb ik me het meest laten leiden door... *Maximaal 3 antwoorden mogelijk.*

- de beschikbaarheid van duidelijke informatie over de dienstverlener (bv. een goede website of brochure)
- de reputatie (goede naam) van de dienstverlener
- de kosten van advies
- of de dienstverlener naar producten van verschillende banken en/of verzekeraars keek
- of de dienstverlener gebonden was aan bepaalde banken en/of verzekeraars
- de locatie van de dienstverlener (bv. dichtbij huis of werk)
- de flexibiliteit van de dienstverlener (bv. mogelijkheid tot afspraak thuis of online, of 's avonds)
- eerdere ervaringen van mensen in mijn omgeving (bv. familie, vrienden, kennissen)
- eerdere ervaringen die ik zelf als klant had met de dienstverlener
- het feit dat de adviseur een bekende van mij is
- iets anders, namelijk...

*[Volgorde kenmerken gerandomiseerd, m.u.v. "iets anders, namelijk..."]*

*[Scherm 17]*

*Indien  $Q6 + Q8 = 1$ :*

Q11(a). Waarom hebt u maar met één financiële dienstverlener een (gratis) eerste gesprek gehad?



*Indien  $Q6 + Q8 > 1$ :*

U hebt met verschillende financiële dienstverleners een (gratis) eerste gesprek gehad. Waarschijnlijk hebben deze dienstverleners u tijdens of na dit gesprek een adviesaanbod gedaan, waarbij ze hebben aangegeven (1) welke werkzaamheden zij voor u zullen verrichten en (2) wat u daarvoor moet betalen.

Q11(b). Hoe makkelijk of moeilijk vond u het om het adviesaanbod (dat wil zeggen, wat de adviseur voor u zal doen en wat het kost) van de verschillende financiële dienstverleners met elkaar te vergelijken?

- 1 Heel makkelijk
- 2 Makkelijk
- 3 Niet makkelijk, maar ook niet moeilijk
- 4 Moeilijk
- 5 Heel moeilijk

97 Ik heb geen adviesaanbod gekregen

98 Ik heb niet vergeleken

99 Ik weet het (echt) niet (meer)

*[Scherm 18]*

Na het eerste (kennismakings)gesprek kun je besluiten om advies te vragen aan de financiële dienstverlener. Voor dat advies moet je advieskosten betalen. De volgende vragen gaan over dit (betaalde) advies.

*[Scherm 19]*

*Indien  $Q2 = \text{"Met advies"} \text{ OF } Q5(b) = \text{"Ja"}:$*

Bij hoeveel financiële dienstverleners hebt u daadwerkelijk betaald voor advies? Als u geen (betaald) advies hebt gehad, vul dan "0" in. Als u het niet meer precies weet, geef dan een schatting en vink ook "schatting" aan.

Q12. Van hoeveel *zelfstandige financieel adviseurs* hebt u (betaald) advies gehad?

Aantal: \_\_\_\_\_

- schatting

Q13. Van hoeveel *banken en/of verzekeraars* hebt u (betaald) advies gehad?

Aantal: \_\_\_\_\_

- schatting

*[Scherm 20]*

*Indien  $Q12 + Q13 = 0$ :*

Q14(a). U gaf aan dat u uw [hypotheek, overlijdensrisicoverzekering, arbeidsongeschiktheidsverzekering] met advies hebt afgesloten. U gaf ook aan dat u géén (betaald) advies hebt gehad van een zelfstandig financieel adviseur of adviseur van een bank of verzekeraar. Kunt u dit kort toelichten?





*Indien Q12 + Q13 > 0:*

Q14(b). Wat waren belangrijke redenen voor u om bij deze financiële dienstverlener advies te vragen? Als u bij meerdere financiële dienstverleners advies hebt gehad, beantwoordt u deze vraag dan voor de dienstverlener die de [hypotheek, arbeidsongeschiktheidsverzekering, overlijdensrisicoverzekering] voor u heeft afgesloten. *Meerdere antwoorden mogelijk.*

- De adviseur gaf een begrijpelijke uitleg
- De adviseur kwam deskundig over
- De adviseur nam de tijd voor mij
- De adviseur keek naar producten van verschillende banken en/of verzekeraars
- De adviseur was niet gebonden aan bepaalde banken en/of verzekeraars
- De advieskosten waren (relatief) laag
- Ik had het gevoel dat ik bij deze adviseur waar voor mijn geld kreeg
- De adviseur hield goed rekening met mijn persoonlijke situatie
- De adviseur zou mij al het werk uit handen nemen, ik hoefde zelf niet veel te doen
- Ik kon zelf veel voorbereidend werk doen
- Ik had een goed gevoel bij deze adviseur
- Ik had eerder positieve ervaringen met deze adviseur/dienstverlener
- Andere mensen in mijn omgeving adviseerden mij om deze adviseur/dienstverlener te kiezen
- Anders, namelijk...

*[Volgorde kenmerken gerandomiseerd, m.u.v. "iets anders, namelijk..."]*

*Indien Q14(b) > 1 antwoord aangekruist:*

Q15. Welke redenen waren het meest doorslaggevend bij uw beslissing om (betaald) advies te vragen bij deze dienstverlener?

Als u drie of meer redenen hebt aangevinkt, geef dan uw **top 3**. Zet een "1" achter de reden die het meest belangrijk voor u was, een "2" achter de reden die daarna het meest belangrijk voor u was, en een "3" achter de reden die daarna het meest belangrijk voor u was. (Als u meer dan drie redenen hebt aangevinkt, laat de andere vakjes dan leeg.)

Als u twee redenen hebt aangevinkt, zet dan een "1" achter de reden die het meest belangrijk voor u was, en een "2" achter de reden die daarna het meest belangrijk voor u was.

*[Scherm 21]*

*Indien Q12 + Q13 = 1:*

Q16(a). Waarom hebt u maar bij één financiële dienstverlener (betaald) advies gevraagd?

*Indien Q12 + Q13 > 1:*



Q16(b). Waarom hebt u bij meer dan één financiële dienstverlener (betaald) advies gevraagd?

- Ik ben verder gaan zoeken omdat ik ontevreden was over het advies van een (van de) dienstverlener(s)
- Ik wilde een "second opinion"; ik wilde weten of een andere financiële dienstverlener hetzelfde advies zou geven
- Ik kon het product niet zonder (betaald) advies afsluiten bij de financiële dienstverlener van mijn keuze, maar ik had ook al betaald voor advies bij een andere financieel adviseur
- Anders, namelijk...

[Scherm 22]

Alle respondenten:

Q17. Hoe groot of klein zijn volgens u over het algemeen de verschillen tussen financiële dienstverleners (bv. banken, verzekeraars, zelfstandige adviseurs) als het gaat om

- de kosten van advies
- de kwaliteit van advies

- 1 Zeer groot
- 2 Groot
- 3 Niet groot, niet klein
- 4 Klein
- 5 Zeer klein

#### TEVREDENHEID/ROL VAN ADVIESKOSTEN IN HET ADVIESKEUZEPROCES

[Scherm 23]

Indien  $Q12 + Q13 > 0$ :

De volgende vragen gaan over de financiële dienstverlener van wie u (betaald) advies hebt gehad. Als u van meerdere financiële dienstverleners (betaald) advies hebt gehad, beantwoordt u deze vraag dan voor de dienstverlener die de [hypotheek, overlijdensrisicoverzekering, arbeidsongeschiktheidsverzekering] ook voor u heeft afgesloten.

[Scherm 24]

Indien  $Q12 + Q13 > 0$ :

Q18. Hoe tevreden of ontevreden bent u met het advies dat u gekregen hebt?

- 1 Zeer tevreden
- 2 Tevreden
- 3 Neutraal
- 4 Ontevreden
- 5 Zeer ontevreden

[Scherm 25]

Indien  $Q12 + Q13 > 0$ :

Q19. Wat vindt u van de kosten die u moest betalen voor het advies?

- 1 Zeer laag
- 2 Laag
- 3 Niet hoog, niet laag
- 4 Hoog
- 5 Zeer hoog

99 Weet ik (echt) niet (meer)

[Scherm 26]

Indien  $Q12 + Q13 > 0$ :



Q20. Vindt u de advieskosten acceptabel als u denkt aan de werkzaamheden die de adviseur voor u heeft verricht?

1 Zeer zeker niet

2

3

4

5 Zeer zeker wel

99 Weet ik (echt) niet (meer)

[Scherm 27]

Indien  $Q12 + Q13 > 0$ :

Q21. Kreeg u de mogelijkheid om de advieskosten in meerdere keren (dus gespreid) te betalen?

- Ja
- Nee
- Weet ik (echt) niet (meer)

[Scherm 28]

Indien  $Q12 + Q13 > 0$ :

Q22. Hebt u er serieus over nagedacht om uw [hypotheek, overlijdensrisicoverzekering, arbeidsongeschiktheidsverzekering] zonder advies af te sluiten om goedkoper uit te zijn?

1 Zeer zeker niet

2

3

4

5 Zeer zeker wel

#### EVALUATIE DVD/ROL VAN DVD IN HET ADVIESKEUZEPROCES

[Scherm 29]

Indien  $Q6 + Q8 > 0$ :

U ziet hieronder een voorbeeld van een zogenaamd "dienstverleningsdocument". Het dienstverleningsdocument geeft informatie over de dienstverlening, de onafhankelijkheid en de kosten van advies van de financiële dienstverlener. Alle financiële dienstverleners werken met hetzelfde standaarddocument.

Klik op de onderstaande afbeelding voor een grotere versie. Bekijk het document even en beantwoord dan de vragen. Er zijn geen goede of foute antwoorden; het is belangrijk dat u steeds een eerlijk antwoord geeft.

Indien product = hypotheek, dan dvd "Hypotheekvraag" (4 pagina's):

Hypotheekvraag-p01.jpg

Hypotheekvraag-p02.jpg

Hypotheekvraag-p03.jpg

Hypotheekvraag-p04.jpg

Indien product = arbeidsongeschiktheidsverzekering/overlijdensrisicoverzekering, dan dvd "Risico's afdekken" (4 pagina's):

Risico-p01.jpg

Risico-p02.jpg

Risico-p03.jpg

Risico-p04.jpg

[Scherm 30]

Indien  $Q6 + Q8 = 1$ :

Q25(a). U gaf aan dat u met één financiële dienstverlener een eerste (kennismakings)gesprek hebt gehad. Kreeg u van deze dienstverlener een dienstverleningsdocument?



- Ja
- Nee
- Ik weet het (echt) niet (meer)

*Indien  $Q6 + Q8 > 1$ :*

Q25(b). U gaf aan dat u met meerdere financiële dienstverleners een eerste (kennismakings)gesprek hebt gehad. Kreeg u van deze dienstverleners een dienstverleningsdocument?

- Ja, altijd
- Soms wel, soms niet
- Nee, nooit
- Ik weet het (echt) niet (meer)

*[Scherm 31]*

*Indien  $Q6 + Q8 > 0$ :*

Q26. Hebt u zelf dienstverleningsdocumenten van een of meerdere financiële dienstverleners opgezocht (bv. op de website van de dienstverlener)?

- Ja
- Nee
- Ik weet het (echt) niet (meer)

*[Scherm 32]*

*Indien  $Q25(a) = \text{"Ja"}$  OF  $Q25(b) = \text{"Ja, altijd"}$  of  $\text{"Soms wel, soms niet"}$  OF  $Q26 = \text{"Ja"}$ :*

Q27. Hebt u het dienstverleningsdocument van een of meerdere financiële dienstverleners **gelezen**?

- Ja, nauwkeurig
- Ja, vluchtig
- Nee, niet
- Ik weet het (echt) niet (meer)

*[Scherm 33]*

*Indien  $Q27 = \text{"Ja, nauwkeurig"}$  of  $\text{"Ja, vluchtig"}$ :*

Q28. De informatie die in het dienstverleningsdocument staat vond ik over het algemeen...

zeer onduidelijk	1	2	3	4	5	6	7	zeer duidelijk
zeer moeilijk te begrijpen	1	2	3	4	5	6	7	zeer makkelijk te begrijpen
zeer nutteloos	1	2	3	4	5	6	7	zeer nuttig

*[Scherm 34]*

*Indien  $Q27 = \text{"Ja, nauwkeurig"}$  of  $\text{"Ja, vluchtig"}$ :*

Q29(a). De informatie die in het dienstverleningsdocument staat vond ik over het algemeen...

geen toegevoegde waarde hebben	1	2	3	4	5	6	7	veel toegevoegde waarde hebben
--------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	--------------------------------

Q29(b). Kunt u uw antwoord kort toelichten?



[Scherm 35]

Indien Q27 = "Ja, nauwkeurig" of "Ja, vluchtig":

Q30. Geef aan of u het eens of oneens bent met elk van onderstaande stellingen.

Het dienstverleningsdocument...

- heeft mij geholpen een goed beeld te krijgen van wat de financiële dienstverlener voor mij doet als ik advies van die dienstverlener vraag
- heeft mij geholpen een goed beeld te krijgen van de kosten van advies bij die financiële dienstverlener
- heeft mij geholpen om de juiste vragen te stellen aan de financiële dienstverlener
- heeft mij geholpen om verschillende financiële dienstverleners met elkaar te vergelijken
- heeft een belangrijke rol gespeeld bij het kiezen van een financieel adviseur

1 Zeer mee oneens

2 Mee oneens

3 Niet mee oneens, niet mee eens

4 Mee eens

5 Zeer mee eens

[Scherm 36]

Indien  $Q12 + Q13 > 0$ :

Let op: De volgende vragen gaan over de financiële dienstverlener die u advies heeft gegeven en de [hypotheek, overlijdensrisicoverzekering, arbeidsongeschiktheidsverzekering] voor u heeft afgesloten.

Q31. Hebt u het dienstverleningsdocument van deze financiële dienstverlener **gekregen**?

1 Ja

2 Nee

3 Ik weet het (echt) niet (meer)

[Scherm 37]

Indien Q31 = "Ja":

Q32. Wanneer hebt u het dienstverleningsdocument van deze financiële dienstverlener gekregen?

- Vóór het eerste (kennismakings)gesprek
- Tijdens het eerste (kennismakings)gesprek
- Na het eerste (kennismakings)gesprek, maar voordat ik het contract met daarin afspraken over het advies en de kosten daarvan ondertekende
- Bij ondertekening van het contract met daarin afspraken over het advies en de kosten daarvan
- Na ondertekening van het contract met daarin afspraken over het advies en de kosten daarvan
- Ik weet het (echt) niet (meer)

[Scherm 38]

Indien Q31 = "Ja":

Q33(a). Had u meer gehad aan de informatie in het dienstverleningsdocument als u het dienstverleningsdocument op een ander tijdstip had gekregen?

- Nee
- Ja



Indien Q33(a) = "Ja":

Q33(b). Op welk tijdstip had u dan het dienstverleningsdocument liever gekregen en waarom?

[Scherm 39]

Alle respondenten:

Ten slotte volgen er nog twee algemene vragen.

[Scherm 40]

Alle respondenten:

Q34. Werkt u in de financiële sector?

- 1 Nee
- 2 Ja, als financieel adviseur
- 3 Ja, maar niet als financieel adviseur

Alle respondenten:

Q35. Ziet u uzelf als een expert op het gebied van financiële zaken?

- 1 Zeer zeker niet
- 2
- 3
- 4
- 5 Zeer zeker wel

[Scherm 41: Outro]

Alle respondenten:

Dat was de laatste vraag. Hartelijk dank voor uw deelname aan dit onderzoek.



## B Vragenlijst II: Advieskosten en advieskeuze

### 4.4 Selectievragenlijst

*Naam vragenlijst: Financiële beslissingen.*

*Scherf 1 [sociaal-demografische kenmerken]*

*[Alle respondenten:]*

Q1. Wat is uw geslacht?

- 1 Man
- 2 Vrouw

Q2. Wat is uw leeftijd?

*Tekstvak*

*Scherf 2*

*[Alle respondenten:]*

Q3. Wat is de hoogste opleiding die u hebt afgerond?

- 1 Kleuter-, lager- of basisonderwijs
- 2 Voorbereidend middelbaar beroepsonderwijs (vmbo, mavo, vbo, lbo, mulo, ulo, lavo en vgl)
- 3 Havo/vwo (ook hbs en mms)
- 4 Middelbaar beroepsonderwijs (mbo en het leerlingwezen)
- 5 Hoger beroepsonderwijs (1e en 2e fase)
- 6 Wetenschappelijk onderwijs
- 7 (Nog) geen onderwijs (afgerond)
- 8 Anders

*Scherf 3*

*[Alle respondenten:]*

Q4. Wat is uw belangrijkste inkomstenbron?

- 1 Ik werk in loondienst
- 2 Ik ben zelfstandige, freelancer, of vrije beroepsbeoefenaar
- 3 Ik ben directeur-groootaandeelhouder
- 4 Ik werk mee in het bedrijf of de praktijk van een gezinslid
- 5 Ik krijg een uitkering
- 6 Anders

*Scherf 4*

*[Alle respondenten:]*

Deze vragenlijst gaat over hypotheek en arbeidsongeschiktheidsverzekeringen. We zijn benieuwd of u een hypotheek of een arbeidsongeschiktheidsverzekering afgesloten hebt of dat misschien van plan bent te doen.

*Scherf 5 [selectievragen: hypotheek]*

*[Alle respondenten:]*

De volgende vragen gaan over hypotheek. Een hypotheek is een lening die je afsluit om een woning (of ander pand) te kopen.





Q5. Hebt u op dit moment een hypotheek?

- 1 Ja, afgesloten voor 1 januari 2013
- 2 Ja, afgesloten na 1 januari 2013
- 3 Nee
- 4 Weet ik (echt) niet

#### Scherf 6

[Alle respondenten:]

Q6. Verwacht u binnen nu en vijf jaar een hypotheek af te *sluiten* of een *wijziging* aan te brengen in uw huidige hypotheek?

Met *afsluiten van een hypotheek* bedoelen we een eerste hypotheek afsluiten, een nieuwe hypotheek afsluiten vanwege een verhuizing of een hypotheek afsluiten op een tweede huis.

Met *wijzigen van een hypotheek* bedoelen we een verhoging van de huidige hypotheek voor een verbouwing of het vervangen/wijzigen van de huidige hypotheek voor een hypotheek met nieuwe voorwaarden ("oversluiten").

- 1 Zeer zeker niet
- 2 Vrijwel zeker niet
- 3 Waarschijnlijk niet
- 4 Misschien wel, misschien niet
- 5 Waarschijnlijk wel
- 6 Vrijwel zeker wel
- 7 Zeer zeker wel

#### Scherf 7

[Als Q6 > 3:]

Q7. Om wat voor hypotheek of wijziging van de hypotheek zal het dan het meest waarschijnlijk gaan?

- 1 Het afsluiten van een eerste hypotheek
- 2 Een nieuwe hypotheek vanwege een verhuizing naar een andere koopwoning
- 3 Een nieuwe hypotheek vanwege het kopen van een tweede woning
- 4 Een verhoging of extra hypotheek (verhoging), bijvoorbeeld voor een verbouwing
- 5 Het vervangen (wijzigen) van de huidige hypotheek ("oversluiten"), zonder te verhuizen
- 6 Anders

#### Scherf 8

[Als Q6 > 3 & Q7 < 3:]

Q8. Hebt u al advies gehad van een financieel adviseur of weet u al precies welke hypotheek u wilt afsluiten? *Meerdere antwoorden mogelijk.*

- 1 Ja, ik heb al een adviesrapport gehad
- 2 Ja, ik weet al precies wat ik wil, ik moet het alleen nog afsluiten
- 3 Nee

#### Scherf 9 [selectievragen: arbeidsongeschiktheidsverzekering]



[Alle respondenten:]

De volgende vragen gaan over arbeidsongeschiktheidsverzekeringen. Een arbeidsongeschiktheidsverzekering is een verzekering die je afsluit om inkomsten te hebben tijdens ziekte, of als je invalide raakt bijvoorbeeld door een ongeval.

Als je als zelfstandige (dus bv. zzp'er, freelancer of directeur-groootaandeelhouder) arbeidsongeschikt raakt, dan ben je niet automatisch verzekerd. Dit kan dus betekenen dat je geen inkomen hebt als je niet kunt werken. Je kunt je tegen dit risico verzekeren door een arbeidsongeschiktheidsverzekering af te sluiten.

Als je als werknemer in loondienst bent, ben je doorgaans via je werkgever verzekerd tegen arbeidsongeschiktheid. Als je arbeidsongeschikt raakt betaalt eerst je werkgever je salaris (gedeeltelijk) door, daarna de overheid. In sommige situaties kan het handig zijn om je extra te verzekeren, bijvoorbeeld wanneer je via je werkgever niet of niet voldoende verzekerd bent of wanneer je jaarlijkse inkomen meer dan €52.000 bedraagt (dit geldt als maximum inkomen voor de overheid).

Q9. Hebt u op dit moment een arbeidsongeschiktheidsverzekering? *Het gaat hier om arbeidsongeschiktheidsverzekeringen die u zelf hebt afgesloten.*

*Arbeidsongeschiktheidsverzekeringen die u via uw werkgever hebt worden hier niet bedoeld.*

- 1 Ja, ik ben zelfstandige en heb me verzekerd
- 2 Ja, ik werk in loondienst en heb me (extra) verzekerd
- 3 Nee
- 4 Weet ik (echt) niet

*Scherf 10*

[Als Q9 > 2:]

Q10. Verwacht u binnen nu en vijf jaar een arbeidsongeschiktheidsverzekering af te sluiten? We bedoelen hier het *voor het eerst afsluiten* van een arbeidsongeschiktheidsverzekering en dus *niet* het oversluiten of wijzigen van een bestaande verzekering.

- 1 Zeer zeker niet
- 2 Vrijwel zeker niet
- 3 Waarschijnlijk niet
- 4 Misschien wel, misschien niet
- 5 Waarschijnlijk wel
- 6 Vrijwel zeker wel
- 7 Zeer zeker wel

*Scherf 11*

[Als Q9 > 2 & Q10 > 3:]

Q11. Om wat voor arbeidsongeschiktheidsverzekering zal het dan het meest waarschijnlijk gaan?

- 1 Het afsluiten van een eigen arbeidsongeschiktheidsverzekering
- 2 Aansluiten bij een collectieve arbeidsongeschiktheidsverzekering via een beroeps- of brancheorganisatie
- 3 Aansluiten bij een collectieve arbeidsongeschiktheidsverzekering via mijn werkgever



- 4 Anders
- 5 Ik weet het (echt) nog niet

#### Scherf 12

[Als  $Q9 > 2$  &  $Q10 > 3$ :]

Q12. Waarom verwacht u (misschien) een arbeidsongeschiktheidsverzekering nodig te hebben?

- 1 Ik ben of word zelfstandige
- 2 Ik ben of word directeur-grotaandeehouder
- 3 Ik ben of word vrije beroepsbeoefenaar (bijv. medicus, advocaat)
- 4 Ik werk mee of ga meewerken in het bedrijf of de praktijk van een gezinslid
- 5 Ik werk in loondienst, maar ben niet (voldoende) verzekerd voor arbeidsongeschiktheid via mijn werkgever
- 6 Anders, namelijk ...
- 7 Ik verwacht (toch) geen arbeidsongeschiktheidsverzekering nodig te hebben

#### Scherf 13

[Als  $Q9 > 2$  &  $Q10 > 3$  & ( $Q11 = 1$  OF  $Q11 = 5$ ) &  $Q12 < 7$ :]

Q13. Hebt u al advies gehad van een financieel adviseur of weet u al precies welke arbeidsongeschiktheidsverzekering u wilt afsluiten? *Meerdere antwoorden mogelijk.*

- 1 Ja, ik heb al een adviesrapport gehad
- 2 Ja, ik weet al precies wat ik wil, ik moet het alleen nog afsluiten
- 3 Nee

#### Hidden variables:

Als  $Q6 > 3$  &  $Q7 = 1$  &  $Q8 = 3$ , dan *Hypotheek* = 1 & *Klanttype* = 1 (starter)  
Als  $Q6 > 3$  &  $Q7 = 2$  &  $Q8 = 3$ , dan *Hypotheek* = 1 & *Klanttype* = 2 (doorstromer)  
Anders, *Hypotheek* = 0

Als  $Q9 > 2$  &  $Q10 > 3$  &  $Q11 = 1$  &  $Q12 < 7$  &  $Q13 = 3$ , dan *AOV* = 1  
Als  $Q9 > 2$  &  $Q10 > 3$  &  $Q11 = 5$  &  $Q12 < 7$  &  $Q13 = 3$ , dan *AOV* = 1  
Anders, *AOV* = 0

Als *Hypotheek* = 1 & *AOV* = 0, dan *Producttype* = 1 (hypotheek)  
Als *Hypotheek* = 0 & *AOV* = 1, dan *Producttype* = 2 (aov)  
Als *Hypotheek* = 1 & *AOV* = 1, dan *Producttype* = 2 (aov)  
Anders, *Producttype* = 0 (geen product)

Als *Producttype* = 0, dan Screen-out.

#### Screen-out:

U behoort helaas niet tot de doelgroep van dit onderzoek. Hartelijk dank voor uw tijd.

[Als *Producttype* > 0 (vanaf nu "alle respondenten"), ga door met vragenlijst.]

## 4.5 Advieskeuze-experiment



#### Scherf 14

[Alle respondentent:.]

U hebt aangegeven dat u binnen nu en vijf jaar misschien een [als Producttype = 1, dan hypotheek; als Producttype = 2, dan arbeidsongeschiktheidsverzekering] zal afsluiten.

De rest van deze vragenlijst bestaat uit twee delen. In het eerste deel beeldt u zich in dat u *op dit moment* op zoek bent naar een [als Producttype = 1, dan hypotheek; als Producttype = 2, dan arbeidsongeschiktheidsverzekering] en vragen wij u een aantal keuzes te maken. Probeert u zich daarbij zo goed mogelijk voor te stellen dat u daadwerkelijk van plan bent een [als Producttype = 1, dan hypotheek; als Producttype = 2, dan arbeidsongeschiktheidsverzekering] af te sluiten, en bedenk wat u in die situatie zou doen. In het tweede deel krijgt u een aantal vragen over geldzaken, bijvoorbeeld over hoe u belangrijke financiële beslissingen neemt.

#### Scherf 15 [verwachtingen t.a.v. advies en -kosten]

[Alle respondentent:.]

Om een goede keuze te maken kunt u advies krijgen van een financieel adviseur. Dit kan een adviseur van een bank of verzekeraar zijn, of een zelfstandig adviseur (tussenpersoon). Meestal hebt u eerst een kennismakingsgesprek met de adviseur. Na dat eerste gesprek kunt u besluiten om advies te vragen aan die adviseur, of niet.

#### Scherf 16

[Alle respondentent:.]

Stel dat u naar een financieel adviseur zou gaan voor advies over een [als Producttype = 1, dan hypotheek; als Producttype = 2, dan arbeidsongeschiktheidsverzekering].

Q14. Is het volgens u gebruikelijk dat u voor dit advies betaalt?

- 1 Nee, advies is gratis
- 2 Ja, maar alleen wanneer de financieel adviseur het geadviseerde product ook voor je afsluit
- 3 Ja, je betaalt advieskosten aan de adviseur ongeacht of de adviseur een product voor je afsluit
- 4 Ik weet het (echt) niet

#### Scherf 17

[Alle respondentent:.]

Q15. Hoe wordt een zelfstandig financieel adviseur volgens u betaald voor het gegeven advies?

- 1 Je ontvangt een rekening van de adviseur voor het advies
- 2 De vergoeding voor het advies zit verrekend in de prijs van het product
- 3 Financieel adviseurs krijgen een vergoeding van de banken en verzekeraars van wie ze producten verkopen
- 4 De financieel adviseur krijgt niet betaald voor advies
- 5 Ik weet het (echt) niet

#### **[Advieskeuze-experiment]**





#### Scherf 18

[Alle respondentent:.]



Als u een [als Producttype = 1, dan hypotheek; als Producttype = 2, dan arbeidsongeschiktheidsverzekering] wilt afsluiten, kan een financieel adviseur u hierbij adviseren en een product voor u afsluiten, maar u kunt deze zaken ook helemaal of gedeeltelijk zelf regelen.

Stelt u zich voor dat u *op dit moment* op zoek bent naar een [als Producttype = 1, dan hypotheek; als Producttype = 2, dan arbeidsongeschiktheidsverzekering] en dat u kunt kiezen uit de volgende vier opties:

	<b>Persoonlijk advies van zelfstandig adviseur:</b> Hierbij krijgt u advies van een <u>zelfstandig financieel adviseur</u> (tussenpersoon). In een <u>persoonlijk adviesgesprek</u> bespreekt u uw wensen en voorkeuren en uw financiële situatie met de adviseur. De adviseur bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af bij de gekozen bank of verzekeraar.
	<b>Persoonlijk advies van bank of verzekeraar:</b> Hierbij krijgt u advies van een <u>adviseur van een bank of verzekeraar</u> . In een <u>persoonlijk adviesgesprek</u> bespreekt u uw wensen en voorkeuren en uw financiële situatie met de adviseur. De adviseur bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af.
	<b>Online advies:</b> Hierbij krijgt u "advies op afstand" van een financieel adviseur. U <u>vult zelf alle belangrijke gegevens in</u> op een internetsite. Vervolgens hebt u een <u>online (via de webcam) of telefonisch adviesgesprek</u> met een adviseur. De adviseur loopt met u door de ingevulde gegevens, bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af.
	<b>Geen advies ("execution-only"):</b> Hierbij zoekt u zelf alle zaken rondom uw [als Producttype = 1, dan "hypotheek"; als Producttype = 2, dan "arbeidsongeschiktheidsverzekering"] uit. U vergelijkt verschillende producten en <u>kiest zelf een product uit</u> , inclusief alle productopties, <u>zonder advies</u> van een financieel adviseur. U draagt zelf het risico dat u misschien niet het beste product kiest. Als u zonder advies een [als Producttype = 1, dan "hypotheek"; als Producttype = 2, dan "arbeidsongeschiktheidsverzekering"] wilt afsluiten, moet u eerst een (wettelijk verplichte) <u>kennis- en ervaringstoets</u> doen.

Scherf 19

[Alle respondenten:]

Q16. Geef voor elk van de keuzeopties aan in hoeverre u die optie zou overwegen.


	<b>Persoonlijk advies van zelfstandig adviseur:</b> Hierbij krijgt u advies van een <u>zelfstandig financieel adviseur</u> (tussenpersoon). In een <u>persoonlijk adviesgesprek</u> bespreekt u uw wensen en voorkeuren en uw financiële situatie met de adviseur. De adviseur bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af bij de gekozen bank of verzekeraar.
---	---




Zou ik zeker niet overwegen	1	2	3	4	5	6	7	Zou ik zeker wel overwegen
-----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------------

	<p><b>Persoonlijk advies van bank of verzekeraar:</b> Hierbij krijgt u advies van een <u>adviseur van een bank of verzekeraar</u>. In een <u>persoonlijk adviesgesprek</u> bespreekt u uw wensen en voorkeuren en uw financiële situatie met de adviseur. De adviseur bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af.</p>
---	---

Zou ik zeker niet overwegen	1	2	3	4	5	6	7	Zou ik zeker wel overwegen
-----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------------

	<p><b>Online advies:</b> Hierbij krijgt u "advies op afstand" van een financieel adviseur. U <u>vult zelf alle belangrijke gegevens in</u> op een internetsite. Vervolgens hebt u een <u>online (via de webcam) of telefonisch adviesgesprek</u> met een adviseur. De adviseur loopt met u door de ingevulde gegevens, bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af.</p>
---	--

Zou ik zeker niet overwegen	1	2	3	4	5	6	7	Zou ik zeker wel overwegen
-----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------------

	<p><b>Geen advies ("execution-only"):</b> Hierbij zoekt u zelf alle zaken rondom uw [als Producttype = 1, dan "hypotheek"; als Producttype = 2, dan "arbeidsongeschiktheidsverzekering"] uit. U vergelijkt verschillende producten en <u>kiest zelf een product uit</u>, inclusief alle productopties, <u>zonder advies</u> van een financieel adviseur. U draagt zelf het risico dat u misschien niet het beste product kiest. Als u zonder advies een [als Producttype = 1, dan "hypotheek"; als Producttype = 2, dan "arbeidsongeschiktheidsverzekering"] wilt afsluiten, moet u eerst een (wettelijk verplichte) <u>kennis- en ervaringstoets</u> doen.</p>
---	---

Zou ik zeker niet overwegen	1	2	3	4	5	6	7	Zou ik zeker wel overwegen
-----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------------

### Scherm 20

[Alle respondenten:]

Q17. Naar welke optie zou uw voorkeur uitgaan?

*Als u het niet zeker weet, kies dan wat u op dit moment het beste lijkt.*

- 1 Persoonlijk advies van zelfstandig adviseur
- 2 Persoonlijk advies van bank of verzekeraar
- 3 Online advies
- 4 Geen advies ("execution-only")

### Scherm 21

[Alle respondenten:]





Als u een [als Producttype = 1, dan hypotheek; als Producttype = 2, dan arbeidsongeschiktheidsverzekering] wilt afsluiten met advies betaalt u advies- en afsluitkosten. Voor advies over uw [als Producttype = 1, dan hypotheek; als Producttype = 2, dan arbeidsongeschiktheidsverzekering] betaalt u advieskosten. Daarnaast betaalt u



afsluitkosten voor het afsluiten van een [als Producttype = 1, dan hypotheek; als Producttype = 2, dan arbeidsongeschiktheidsverzekering].

Als u een [als Producttype = 1, dan hypotheek; als Producttype = 2, dan arbeidsongeschiktheidsverzekering] zonder advies afsluit ("execution-only"), dan betaalt u geen advieskosten, maar moet u wel rekening houden met kosten gericht op het afsluiten van het product.

Q18. Geef voor elk van de keuzeopties aan wat u volgens u gemiddeld ongeveer betaalt aan advies- en afsluitkosten voor die optie. Rond het bedrag af op hele euro's. Als u geen idee hebt, geef dan toch het antwoord dat in u opkomt.

		Verwachte kosten (advies* en afsluiten)
	<b>Persoonlijk advies van zelfstandig adviseur:</b> Hierbij krijgt u advies van een <u>zelfstandig financieel adviseur</u> (tussenpersoon). In een <u>persoonlijk adviesgesprek</u> bespreekt u uw wensen en voorkeuren en uw financiële situatie met de adviseur. De adviseur bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af bij de gekozen bank of verzekeraar.	€.....
	<b>Persoonlijk advies van bank of verzekeraar:</b> Hierbij krijgt u advies van een <u>adviseur van een bank of verzekeraar</u> . In een <u>persoonlijk adviesgesprek</u> bespreekt u uw wensen en voorkeuren en uw financiële situatie met de adviseur. De adviseur bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af.	€.....
	<b>Online advies:</b> Hierbij krijgt u "advies op afstand" van een financieel adviseur. U <u>vult zelf alle belangrijke gegevens in</u> op een internetsite. Vervolgens hebt u een <u>online (via de webcam) of telefonisch adviesgesprek</u> met een adviseur. De adviseur loopt met u door de ingevulde gegevens, bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af.	€.....
	<b>Geen advies ("execution-only"):</b> Hierbij zoekt u zelf alle zaken rondom uw [als Producttype = 1, dan "hypotheek"; als Producttype = 2, dan "arbeidsongeschiktheidsverzekering"] uit. U vergelijkt verschillende producten en <u>kiest zelf een product uit</u> , inclusief alle productopties, <u>zonder advies</u> van een financieel adviseur. U draagt zelf het risico dat u misschien niet het beste product kiest. Als u zonder advies een [als Producttype = 1, dan "hypotheek"; als Producttype = 2, dan "arbeidsongeschiktheidsverzekering"] wilt afsluiten, moet u eerst een (wettelijk verplichte) <u>kennis- en ervaringstoets</u> doen.	€.....

\* indien van toepassing.





## Scherm 22

[Alle respondenten:]



Om u een indruk te geven van de kosten die verbonden zijn aan de verschillende keuzeopties, is hieronder bij elk van de keuzeopties aangegeven wat de bijbehorende kosten gemiddeld ongeveer zijn. Bij sommige financiële dienstverleners zullen de kosten wat hoger zijn en bij andere wat lager.

*Als Producttype = 1, dan:* Ook kunnen de kosten voor advies in specifieke situaties hoger zijn. Ondernemers betalen bijvoorbeeld soms hogere advieskosten (gemiddeld ongeveer €500 méér) omdat hun situatie vaak ingewikkelder is.

[Willekeurige toewijzing aan Betaalwijze = 1 of Betaalwijze = 2]

U betaalt de kosten rechtstreeks aan de financiële dienstverlener die u advies geeft en/of het gewenste product voor u afsluit. *Als Betaalwijze = 1 (bedrag ineens), dan:* U ontvangt daarvoor een aparte rekening. *Als Betaalwijze = 2 (gespreid betalen), dan:* U mag het bedrag gespreid betalen over 24 maanden, zonder bijkomende kosten.

[Als Producttype = 1 (hypotheek) & Betaalwijze = 1 (bedrag ineens), dan:]





		Kostenindicatie (advies* en afsluiten)
	<b>Persoonlijk advies van zelfstandig adviseur:</b> Hierbij krijgt u advies van een <u>zelfstandig financieel adviseur</u> (tussenpersoon). In een <u>persoonlijk adviesgesprek</u> bespreekt u uw wensen en voorkeuren en uw financiële situatie met de adviseur. De adviseur bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af bij de gekozen bank of verzekeraar.	<i>Als Klanttype = 1 (starter), dan:</i> <b>€2350</b>  <i>Als Klanttype = 2 (doorstroomer), dan:</i> <b>€2500</b>
	<b>Persoonlijk advies van bank of verzekeraar:</b> Hierbij krijgt u advies van een <u>adviseur van een bank of verzekeraar</u> . In een <u>persoonlijk adviesgesprek</u> bespreekt u uw wensen en voorkeuren en uw financiële situatie met de adviseur. De adviseur bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af.	<i>Als Klanttype = 1 (starter), dan:</i> <b>€1750</b>  <i>Als Klanttype = 2 (doorstroomer), dan:</i> <b>€2100</b>
	<b>Online advies:</b> Hierbij krijgt u "advies op afstand" van een financieel adviseur. U <u>vult zelf alle belangrijke gegevens in</u> op een internetsite. Vervolgens hebt u een <u>online (via de webcam) of telefonisch adviesgesprek</u> met een adviseur. De adviseur loopt met u door de ingevulde gegevens, bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af.	<i>Als Klanttype = 1 (starter), dan:</i> <b>€1250</b>  <i>Als Klanttype = 2 (doorstroomer), dan:</i> <b>€1400</b>
	<b>Geen advies ("execution-only"):</b> Hierbij zoekt u zelf alle zaken rondom uw [als Producttype = 1, dan "hypotheek"; als Producttype = 2, dan "arbeidsongeschiktheidsverzekering"] uit. U vergelijkt verschillende producten en <u>kiest zelf een product uit</u> , inclusief alle productopties, <u>zonder advies</u> van een	<i>Als Klanttype = 1 (starter), dan:</i> <b>€600</b>  <i>Als Klanttype = 2 (doorstroomer), dan:</i>



	financieel adviseur. U draagt zelf het risico dat u misschien niet het beste product kiest. Als u zonder advies een [als Producttype = 1, dan "hypotheek"; als Producttype = 2, dan "arbeidsongeschiktheidsverzekering"] wilt afsluiten, moet u eerst een (wettelijk verplichte) <u>kennis- en ervaringstoets</u> doen.	<b>€600</b>
--	---	-------------

\* indien van toepassing.





[Als Producttype = 1 (hypotheek) & Betaalwijze = 2 (gespreid betalen), dan:]

		Kostenindicatie (advies* en afsluiten)
	<b>Persoonlijk advies van zelfstandig adviseur:</b> Hierbij krijgt u advies van een <u>zelfstandig financieel adviseur</u> (tussenpersoon). In een <u>persoonlijk adviesgesprek</u> bespreekt u uw wensen en voorkeuren en uw financiële situatie met de adviseur. De adviseur bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af bij de gekozen bank of verzekeraar.	Als Klanttype = 1 (starter), dan: <b>€97,90 per maand</b> (€2350 totaal)  Als Klanttype = 2 (doorstroomer), dan: <b>€104,15 per maand</b> (€2500 totaal)
	<b>Persoonlijk advies van bank of verzekeraar:</b> Hierbij krijgt u advies van een <u>adviseur van een bank of verzekeraar</u> . In een <u>persoonlijk adviesgesprek</u> bespreekt u uw wensen en voorkeuren en uw financiële situatie met de adviseur. De adviseur bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af.	Als Klanttype = 1 (starter), dan: <b>€72,90 per maand</b> (€1750 totaal)  Als Klanttype = 2 (doorstroomer), dan: <b>€87,50 per maand</b> (€2100 totaal)
	<b>Online advies:</b> Hierbij krijgt u "advies op afstand" van een financieel adviseur. U <u>vult zelf alle belangrijke gegevens in</u> op een internetsite. Vervolgens hebt u een <u>online (via de webcam) of telefonisch adviesgesprek</u> met een adviseur. De adviseur loopt met u door de ingevulde gegevens, bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af.	Als Klanttype = 1 (starter), dan: <b>€52,10 per maand</b> (€1250 totaal)  Als Klanttype = 2 (doorstroomer), dan: <b>€58,33 per maand</b> (€1400 totaal)
	<b>Geen advies ("execution-only"):</b> Hierbij zoekt u zelf alle zaken rondom uw [als Producttype = 1, dan "hypotheek"; als Producttype = 2, dan "arbeidsongeschiktheidsverzekering"] uit. U vergelijkt verschillende producten en <u>kiest zelf een product uit</u> , inclusief alle productopties, <u>zonder advies</u> van een financieel adviseur. U draagt zelf het risico dat u misschien niet het beste product kiest. Als u zonder advies een [als Producttype = 1, dan "hypotheek"; als Producttype = 2, dan "arbeidsongeschiktheidsverzekering"] wilt afsluiten, moet u eerst een (wettelijk verplichte) <u>kennis- en ervaringstoets</u> doen.	Als Klanttype = 1 (starter), dan: <b>€25,00 per maand</b> (€600 totaal)  Als Klanttype = 2 (doorstroomer), dan: <b>€25,00 per maand</b> (€600 totaal)

\* indien van toepassing.







[Als Producttype = 2 (aov) & Betaalwijze = 2 (bedrag ineens), dan:]

		Kostenindicatie (advies* en afsluiten)
	<b>Persoonlijk advies van zelfstandig adviseur:</b> Hierbij krijgt u advies van een <u>zelfstandig financieel adviseur</u> (tussenpersoon). In een <u>persoonlijk adviesgesprek</u> bespreekt u uw wensen en voorkeuren en uw financiële situatie met de adviseur. De adviseur bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af bij de gekozen bank of verzekeraar.	<b>€800</b>
	<b>Persoonlijk advies van bank of verzekeraar:</b> Hierbij krijgt u advies van een <u>adviseur van een bank of verzekeraar</u> . In een <u>persoonlijk adviesgesprek</u> bespreekt u uw wensen en voorkeuren en uw financiële situatie met de adviseur. De adviseur bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af.	<b>€650</b>
	<b>Online advies:</b> Hierbij krijgt u "advies op afstand" van een financieel adviseur. U <u>vult zelf alle belangrijke gegevens in</u> op een internetsite. Vervolgens hebt u een <u>online (via de webcam) of telefonisch adviesgesprek</u> met een adviseur. De adviseur loopt met u door de ingevulde gegevens, bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af.	<b>€450</b>
	<b>Geen advies ("execution-only"):</b> Hierbij zoekt u zelf alle zaken rondom uw [als Producttype = 1, dan "hypotheek"; als Producttype = 2, dan "arbeidsongeschiktheidsverzekering"] uit. U vergelijkt verschillende producten en <u>kiest zelf een product uit</u> , inclusief alle productopties, <u>zonder advies</u> van een financieel adviseur. U draagt zelf het risico dat u misschien niet het beste product kiest. Als u zonder advies een [als Producttype = 1, dan "hypotheek"; als Producttype = 2, dan "arbeidsongeschiktheidsverzekering"] wilt afsluiten, moet u eerst een (wettelijk verplichte) <u>kennis- en ervaringstoets</u> doen.	<b>€275</b>

\* indien van toepassing.



[Als Producttype = 2 (aov) & Betaalwijze = 2 (gespreid betalen), dan:]

		Kostenindicatie (advies* en afsluiten)
	<b>Persoonlijk advies van zelfstandig adviseur:</b> Hierbij krijgt u advies van een <u>zelfstandig financieel adviseur</u> (tussenpersoon). In een <u>persoonlijk adviesgesprek</u> bespreekt u uw wensen en voorkeuren en uw financiële situatie met de adviseur. De adviseur bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af bij de gekozen bank of verzekeraar.	<b>€33,35 per maand</b> (€800 totaal)
	<b>Persoonlijk advies van bank of verzekeraar:</b> Hierbij krijgt u advies van een <u>adviseur van een bank of verzekeraar</u> . In een <u>persoonlijk adviesgesprek</u> bespreekt u uw wensen en voorkeuren en uw financiële situatie met de adviseur. De adviseur bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af.	<b>€27,10 per maand</b> (€650 totaal)
	<b>Online advies:</b> Hierbij krijgt u "advies op afstand" van een financieel adviseur. U <u>vult zelf alle belangrijke gegevens in</u> op een internetsite. <u>Vervolgens hebt u een online (via de webcam) of telefonisch adviesgesprek</u> met een adviseur. De adviseur loopt met u door de ingevulde gegevens, bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af.	<b>€18,75 per maand</b> (€450 totaal)
	<b>Geen advies ("execution-only"):</b> Hierbij zoekt u zelf alle zaken rondom uw [als Producttype = 1, dan "hypotheek"; als Producttype = 2, dan "arbeidsongeschiktheidsverzekering"] uit. U vergelijkt verschillende producten en <u>kiest zelf een product uit</u> , inclusief alle productopties, <u>zonder advies</u> van een financieel adviseur. U draagt zelf het risico dat u misschien niet het beste product kiest. Als u zonder advies een [als Producttype = 1, dan "hypotheek"; als Producttype = 2, dan "arbeidsongeschiktheidsverzekering"] wilt afsluiten, moet u eerst een (wettelijk verplichte) <u>kennis- en ervaringstoets</u> doen.	<b>€11,45 per maand</b> (€275 totaal)

\* indien van toepassing.

### Scherm 23


[Alle respondenten:]

Q20. Geef nu voor elk van de keuzeopties nogmaals aan in hoeverre u die optie zou overwegen.




	<p><b>Persoonlijk advies van zelfstandig adviseur:</b> Hierbij krijgt u advies van een <u>zelfstandig financieel adviseur</u> (tussenpersoon). In een <u>persoonlijk adviesgesprek</u> bespreekt u uw wensen en voorkeuren en uw financiële situatie met de adviseur. De adviseur bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af bij de gekozen bank of verzekeraar.</p>	<p>[toon kosten afhankelijk van Producttype, Klanttype en Betaalwijze, als op scherm 22]</p>
---	--	--


Zou ik zeker niet overwegen	1	2	3	4	5	6	7	Zou ik zeker wel overwegen
-----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------------

	<p><b>Persoonlijk advies van bank of verzekeraar:</b> Hierbij krijgt u advies van een <u>adviseur van een bank of verzekeraar</u>. In een <u>persoonlijk adviesgesprek</u> bespreekt u uw wensen en voorkeuren en uw financiële situatie met de adviseur. De adviseur bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af.</p>	<p>[toon kosten afhankelijk van Producttype, Klanttype en Betaalwijze, als op scherm 22]</p>
---	---	--

Zou ik zeker niet overwegen	1	2	3	4	5	6	7	Zou ik zeker wel overwegen
-----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------------

	<p><b>Online advies:</b> Hierbij krijgt u "advies op afstand" van een financieel adviseur. U <u>vult zelf alle belangrijke gegevens</u> in op een internetsite. Vervolgens hebt u een <u>online (via de webcam) of telefonisch adviesgesprek</u> met een adviseur. De adviseur loopt met u door de ingevulde gegevens, bekijkt welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, en gaat op zoek naar een passend product. Als u dat wilt, sluit de adviseur het product voor u af.</p>	<p>[toon kosten afhankelijk van Producttype, Klanttype en Betaalwijze, als op scherm 22]</p>
---	--	--

Zou ik zeker niet overwegen	1	2	3	4	5	6	7	Zou ik zeker wel overwegen
-----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------------

	<p><b>Geen advies ("execution-only"):</b> Hierbij zoekt u zelf alle zaken rondom uw [als Producttype = 1, dan "hypotheek"; als Producttype = 2, dan "arbeidsongeschiktheidsverzekering"] uit. U vergelijkt verschillende producten en <u>kiest zelf een product uit</u>, inclusief alle productopties, <u>zonder advies</u> van een financieel adviseur. U draagt zelf het risico dat u misschien niet het beste product kiest. Als u zonder advies een [als Producttype = 1, dan "hypotheek"; als Producttype = 2, dan "arbeidsongeschiktheidsverzekering"] wilt afsluiten, moet u eerst een (wettelijk verplichte) <u>kennis- en ervaringstoets</u> doen.</p>	<p>[toon kosten afhankelijk van Producttype, Klanttype en Betaalwijze, als op scherm 22]</p>
---	---	--

Zou ik zeker niet overwegen	1	2	3	4	5	6	7	Zou ik zeker wel overwegen
-----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------------------

Scherf 24  
[Alle respondenten:]



Q20. Naar welke optie zou uw voorkeur uitgaan?

*Als u het niet zeker weet, kies dan wat u op dit moment het beste lijkt.*

- 1 Persoonlijk advies van zelfstandig adviseur
- 2 Persoonlijk advies van bank of verzekeraar
- 3 Online advies
- 4 Geen advies ("execution-only")

*Scherf 25*

*[Alle respondenten:]*

*Als Q20 ≠ Q17:*

Q21. U maakt nu een andere keuze dan u eerder in deze vragenlijst deed. Wat is de reden dat u van gedachten veranderd bent?

- 1 De kosten zijn hoger dan verwacht; ik kan dit bedrag (echt) niet betalen
- 2 De kosten zijn hoger dan verwacht; ik ben niet bereid dit bedrag te betalen
- 3 De kosten zijn lager dan verwacht; ik dacht dat ik (meer) advies niet zou kunnen betalen
- 4 De kosten zijn lager dan verwacht; ik ben dan toch bereid om (meer) advies te vragen
- 5 Anders, namelijk...

*Scherf 26*

*[Alle respondenten:]*

Stelt u zich nog steeds voor dat u *op dit moment* van plan bent om een [als Producttype = 1, dan hypotheek; als Producttype = 2, dan arbeidsongeschiktheidsverzekering] af te sluiten, ook al is dat in de werkelijkheid misschien (nog) niet aan de orde.

U hebt zojuist informatie gekregen over de keuzemogelijkheden die u hebt met betrekking tot advies en afsluiten, en een globale indicatie van de bijbehorende kosten. U hebt aangegeven welke optie uw voorkeur zou hebben, maar in de werkelijkheid hebt u nog een andere keuzemogelijkheid, namelijk de [als Producttype = 1, dan hypotheek; als Producttype = 2, dan arbeidsongeschiktheidsverzekering] *niet afsluiten*.

Q23. Zouden deze kosten een reden voor u zijn om géén [als Producttype = 1, dan hypotheek; als Producttype = 2, dan arbeidsongeschiktheidsverzekering] af te sluiten?

- 1 Ja
- 2 Nee
- 3 Ik weet het (echt) niet

## **4.6 Vragenlijst achtergrondkenmerken**

*Scherf 27*

*[Alle respondenten:]*

Het tweede deel van de vragenlijst gaat over geld en financiële zaken. We stellen u een aantal vragen over wat u van financiële zaken weet, hoe uw huishouden met geld omgaat, hoe u financiële beslissingen neemt, en hoe u over financiële zaken denkt.

*Als u oudere inwonende kinderen hebt die zelfstandig bepaalde inkomsten en uitgaven hebben, mag u hen buiten beschouwing laten.*

*Scherf 28*



*[Alle respondenten:]*

Q23. Stel dat u naar een bank of verzekeraar gaat voor advies. Welke producten zal de adviseur van de bank of verzekeraar doorgaans vergelijken om tot een advies te komen?

- 1 Alleen de eigen producten van die bank of verzekeraar (of bedrijven die daar onderdeel van zijn)
- 2 De eigen producten en de producten van een beperkt aantal andere aanbieders
- 3 De eigen producten en de producten van (nagenoeg) alle andere aanbieders
- 4 Ik weet het (echt) niet

*Scherf 29*

*[Alle respondenten:]*

Q24. Stel dat u naar een zelfstandig financieel adviseur (tussenpersoon) gaat voor advies. Welke producten zal de zelfstandig adviseur doorgaans vergelijken om tot een advies te komen?

- 1 Alleen de producten van de bank of verzekeraar waar de adviseur voor werkt
- 2 De producten van alle aanbieders (onafhankelijk advies)
- 3 Dat verschilt per adviseur; soms worden producten van alle aanbieders vergeleken, soms de producten van een beperkt aantal aanbieders
- 4 Ik weet het (echt) niet

*Scherf 30 [financial capability]*

*[Alle respondenten:]*

Q25. Welk van de volgende omschrijvingen geeft het beste de huidige financiële situatie van uw huishouden weer met betrekking tot het betalen van rekeningen en andere betalingsverplichtingen?

- 1 Mijn huishouden betaalt alle rekeningen en betalingsverplichtingen op tijd, zonder enig probleem
- 2 Mijn huishouden betaalt alle rekeningen en betalingsverplichtingen op tijd, maar het is af en toe wel lastig
- 3 Mijn huishouden betaalt alle rekeningen en betalingsverplichtingen op tijd, maar het is een voortdurende zorg
- 4 Mijn huishouden loopt achter met het betalen van sommige rekeningen en betalingsverplichtingen
- 5 Mijn huishouden heeft vrij grote problemen met het betalen van rekeningen en betalingsverplichtingen
- 6 Ik weet het (echt) niet

Q26. Hoe vaak gebeurde het in de afgelopen 12 maanden dat uw huishouden te weinig geld had aan het eind van de maand waardoor u gedwongen was rood te staan, een credit card te gebruiken of geld van anderen te lenen?

- 1 (Bijna) altijd
- 2 Meestal
- 3 Soms
- 4 Bijna nooit
- 5 Nooit
- 6 Moeilijk te zeggen/ varieert sterk
- 7 Ik weet het (echt) niet

Q27. In hoeverre bent u het eens met de volgende stelling?





“Ik zorg er altijd voor dat ik geld achter de hand heb voor het geval het financieel tegenzit”

- 1 Helemaal mee oneens
- 2 Mee oneens
- 3 Niet mee eens, niet mee oneens
- 4 Mee eens
- 5 Helemaal mee eens
- 6 Ik weet het niet
- 7 Ik wil het niet zeggen

*Scherm 31 [financiële geletterdheid: productspecifieke kennis]*  
*[Alle respondenten:]*

Er volgen nu vier vragen over [*als Producttype = 1, dan hypotheek; als Producttype = 2, dan arbeidsongeschiktheidsverzekeringen*]. Probeer de vragen vlot te beantwoorden. Het is helemaal niet erg als u een of meerdere vragen niet goed hebt. Als u een antwoord op een vraag echt niet weet kunt u dat ook aangeven.

*Als Producttype = 1 (hypotheek):*

Q28. Stel, u wilt een huis kopen. Daarom wilt u van de bank weten hoeveel u kunt lenen. Hoe beslist de bank hoeveel geld u kunt lenen?

- 1 De bank kijkt naar uw inkomsten.
- 2 De bank kijkt naar uw inkomsten en naar de waarde van het huis dat u wilt kopen
- 3 De bank kijkt naar uw inkomsten, de waarde van het huis dat u wilt kopen en naar uw overige financiële lasten.
- 4 Ik weet het (echt) niet

*Als Producttype = 1 (hypotheek):*

Q29. Ben heeft een huis gekocht. Hij sluit een hypotheek af. Ben kiest voor een lange rentevastperiode. Waarom doet Ben dat?

- 1 Ben wil het risico beperken dat de rente onverwacht omhoog gaat
- 2 Een lange rentevastperiode is over de hele looptijd naar verwachting goedkoper
- 3 Het rentepercentage is meestal lager bij een lange rentevastperiode
- 4 Ik weet het (echt) niet

*Als Producttype = 1 (hypotheek):*

Q30. Wat wordt bij hypotheek bedoeld met het probleem van woningen die onder water staan?

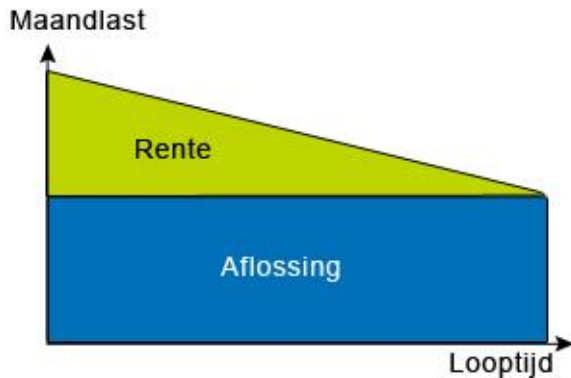
- 1 Hypotheken op woonschepen en woonarken
- 2 Hypotheken met betalingsachterstanden
- 3 Woningen waar de marktwaarde lager is dan de hoogte van de hypotheek
- 4 Ik weet het (echt) niet

*Als Producttype = 1 (hypotheek):*

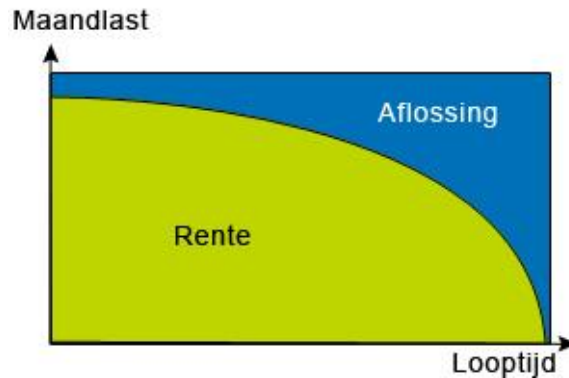
Q31. Welke van deze twee grafieken geeft een annuïtaire hypotheek weer?



Grafiek A:



Grafiek B:



- 1 Grafiek A.
- 2 Grafiek B.
- 4 Ik weet het (echt) niet

Als Producttype = 2 (aov):

Q28. U sluit een arbeidsongeschiktheidsverzekering af met een eigen risicoperiode van 3 maanden. U breekt uw arm en kunt daardoor 4 maanden niet werken. Voor hoeveel maanden ontvangt u een uitkering?

- 1 1 maand
- 2 3 maanden
- 3 4 maanden
- 4 Ik weet het (echt) niet

Als Producttype = 2 (aov):

Q29. U hebt een arbeidsongeschiktheidsverzekering met een ondergrens van 25%. Wat krijgt u als u 20% arbeidsongeschikt wordt?

- 1 Géén maandelijkse uitkering
- 2 Een maandelijkse uitkering van 20% van het verzekerde inkomen
- 3 Een maandelijkse uitkering van 25% van het verzekerde inkomen
- 4 Een maandelijkse uitkering van 75% van het verzekerde inkomen
- 5 Ik weet het (echt) niet

Als Producttype = 2 (aov):

Q30. Stelling: U kunt de periode of de hoogte van de uitkering tijdens de looptijd van de verzekering nog wijzigen.

- 1 Juist
- 2 Onjuist
- 3 Ik weet het (echt) niet

Als Producttype = 2 (aov):

Q31. Stelling: De premie die ik voor mijn arbeidsongeschiktheidsverzekering betaal is fiscaal aftrekbaar.

- 1 Ja, als ik zelf de verzekerde ben is de premie (vrijwel) altijd aftrekbaar
- 2 Nee, de premie is niet aftrekbaar
- 3 Ik weet het (echt) niet

Scherf 32



[Alle respondenten:]

Q32. Hoe kundig vindt u zichzelf op het gebied van [als Producttype = 1, dan "hypotheeken"; als Producttype = 2, dan "verzekeringen"]?

- 1 Niet kundig
- 2
- 3
- 4
- 5 Zeer kundig

Scherf 33 [onzekerheid]

[Alle respondenten:]

De volgende stellingen gaan over belangrijke beslissingen, zoals het aangaan van een hypotheek, een grote lening, een pensioenproduct of een grote belegging. Geef aan in hoeverre u het met onderstaande stellingen eens bent.

- Q33a. Als het gaat om financiële zaken, ben ik bang om verkeerde keuzes te maken  
Q33b. Ik zoek graag bevestiging van mijn keuzes bij anderen  
Q33c. Ik heb moeite met het nemen van grote financiële beslissingen  
Q33d. Na het nemen van een belangrijke beslissing, blijf ik me afvragen of ik de juiste keuze gemaakt hebt

- 1 Helemaal mee oneens
- 2 Mee oneens
- 3 Niet mee eens, niet mee oneens
- 4 Mee eens
- 5 Helemaal mee eens

Scherf 34 [attitude ten aanzien van financiële zaken]

[Alle respondenten:]

- Q34a. Ik zoek financiële zaken graag zo veel mogelijk zelf uit  
Q34b. Ik vind financiële onderwerpen interessant  
Q34c. Ik verdiep me graag in financiële zaken  
Q34d. Ik vind het niet leuk om me bezig te houden met financiële zaken

- 1 Helemaal mee oneens
- 2 Mee oneens
- 3 Niet mee eens, niet mee oneens
- 4 Mee eens
- 5 Helemaal mee eens

Scherf 35 [kritische versus naïeve consument]

[Alle respondenten:]

- Q35a. Als ik advies krijg van anderen, blijf ik zelf altijd kritisch nadenken  
Q35b. Als ik dingen niet goed begrijp, vertrouw ik liever op het advies van anderen dan dat ik me er zelf meer in verdiep  
Q35c. Als ik financieel advies krijg, wil ik goed begrijpen waarom de geadviseerde optie de beste is

- 1 Helemaal mee oneens



- 2 Mee oneens
- 3 Niet mee eens, niet mee oneens
- 4 Mee eens
- 5 Helemaal mee eens

*Scherf 36 [kennis over/bekendheid met het provisieverbod]*

*[Alle respondenten:]*

Sinds 1 januari 2013 geldt een provisieverbod bij ingewikkelde financiële producten, zoals hypotheke, overlijdensrisicoverzekeringen en arbeidsongeschiktheidsverzekeringen.

Q36. Weet u wat dit provisieverbod inhoudt?

- 1 Ik weet goed wat het provisieverbod inhoudt
- 2 Ik heb wel eens van het provisieverbod gehoord, maar weet niet goed wat het inhoudt
- 3 Ik heb nog nooit van het provisieverbod gehoord

*Scherf 37*

*[Alle respondenten:]*

Q37. Was het volgens u vóór 1 januari 2013 gebruikelijk dat u voor advies van een financieel adviseur moest betalen?

- 1 Nee, advies was gratis
- 2 Ja, maar alleen wanneer de financieel adviseur het geadviseerde product ook voor je afsloot
- 3 Ja, je betaalde advieskosten aan de adviseur ongeacht of de adviseur een product voor je afsloot
- 4 Ik weet het (echt) niet

*Scherf 38*

*[Alle respondenten:]*

Q38. Hoe werd de zelfstandig financieel adviseur volgens u vóór 1 januari 2013 betaald voor het gegeven advies?

- 1 Je ontving een rekening van de adviseur voor het advies
- 2 De vergoeding voor het advies was verrekend in de prijs van het product
- 3 Financieel adviseurs kregen een vergoeding van de banken en verzekeraars van wie ze producten verkochten
- 4 De financieel adviseur kreeg niet betaald voor advies
- 5 Ik weet het (echt) niet

*Scherf 39 [vertrouwen in financieel adviseurs]*

*[Alle respondenten:]*

Q39a. Financieel adviseurs hebben het beste met hun klanten voor

Q39b. Financieel adviseurs zijn onbetrouwbaar

Q39c. Je kunt blind vertrouwen op het advies van een financieel adviseur

- 1 Helemaal mee oneens
- 2 Mee oneens
- 3 Niet mee eens, niet mee oneens
- 4 Mee eens
- 5 Helemaal mee eens



*Scherf 40 [vertrouwen in eigen financieel adviseur]*

*[Alle respondenten:]*

Q40. Hebt u een vaste financieel adviseur die u adviseert over financiële zaken binnen uw huishouden? *Met financieel adviseur bedoelen we een persoon die beroepsmatig financieel advies geeft. Andere personen in uw omgeving die u mogelijk advies geven, zoals familieleden, vrienden of kennissen, worden hier niet bedoeld (tenzij zij financieel adviseur zijn van beroep).*

- 1 Ja
- 2 Nee

*Scherf 41*

*[Als Q39 = 1:]*

Q41a. Mijn adviseur heeft het beste met mij voor

Q41b. Mijn adviseur is onbetrouwbaar

Q41c. Ik kan blind vertrouwen op het advies van mijn financieel adviseur

- 1 Helemaal mee oneens
- 2 Mee oneens
- 3 Niet mee eens, niet mee oneens
- 4 Mee eens
- 5 Helemaal mee eens

*Scherf 42 [werk en opleiding]*

*[Alle respondenten:]*

Q42. Werkt u in de financiële sector?

- 1 Nee
- 2 Ja, als financieel adviseur
- 3 Ja, maar niet als financieel adviseur

Q43. In welke mate waren financiële vakken een onderdeel van uw opleiding?

- 1 (Vrijwel) niet
- 2 Een klein onderdeel
- 3 Een redelijk belangrijk onderdeel
- 4 Een belangrijk onderdeel
- 5 Een zeer belangrijk onderdeel

*Scherf 43*

*[Alle respondenten:]*

Ten slotte volgen er nog twee algemene vragen.

Q44. Wat is uw gezinssituatie?

- 1 Alleenstaand zonder kind(eren)
- 2 Alleenstaand met kind(eren)
- 3 Paar zonder kind(eren)
- 4 Paar met kind(eren)
- 5 Anders, namelijk

Q45. Als u alles bij elkaar optelt, wat is dan het netto inkomen per maand van uw totale huishouden (na aftrek van belastingen en sociale verzekeringspremies)?



- 1 Geen inkomen
- 2 Minder dan 1000 euro
- 3 1000 tot 2000 euro
- 4 2001 tot 3000 euro
- 5 3001 tot 4000 euro
- 6 4001 tot 5000 euro
- 7 meer dan 5000 euro
- 8 Weet ik niet/wil ik niet zeggen

*Scherf 44*

*[Alle respondenten:]*

Dit is het einde van deze vragenlijst.

Q46. Hebt u opmerkingen over deze vragenlijst?

*Tekstvak*

*Scherf 45*

*[Alle respondenten:]*

Hartelijk dank voor uw deelname aan dit onderzoek.



## C Advieskeuze-experiment: tabellen

**Tabel C.1. Verschuivingsmatrix hypotheek: potentiële starters**

			Met kostenindicatie			
			Persoonlijk advies zelfstandig adviseur	Persoonlijk advies bank of verzekeraar	Online advies	Execution-only
			19%	41%	19%	21%
Zonder kostenindicatie	Persoonlijk advies zelfstandig adviseur	44%	<b>36%</b>	30%	17%	13%
	Persoonlijk advies bank of verzekeraar	39%	3%	<b>68%</b>	15%	14%
	Online advies	10%	0%	4%	<b>55%</b>	40%
	Geen advies (execution-only)	7%	3%	3%	6%	<b>88%</b>

**Tabel C.2. Verschuivingsmatrix hypotheek: potentiële doorstromers**

			Met kostenindicatie			
			Persoonlijk advies zelfstandig adviseur	Persoonlijk advies bank of verzekeraar	Online advies	Execution-only
			26%	27%	21%	27%
Zonder kostenindicatie	Persoonlijk advies zelfstandig adviseur	48%	<b>51%</b>	15%	21%	14%
	Persoonlijk advies bank of verzekeraar	32%	3%	<b>60%</b>	20%	17%
	Online advies	9%	3%	3%	<b>50%</b>	44%
	Geen advies (execution-only)	12%	2%	2%	0%	<b>95%</b>



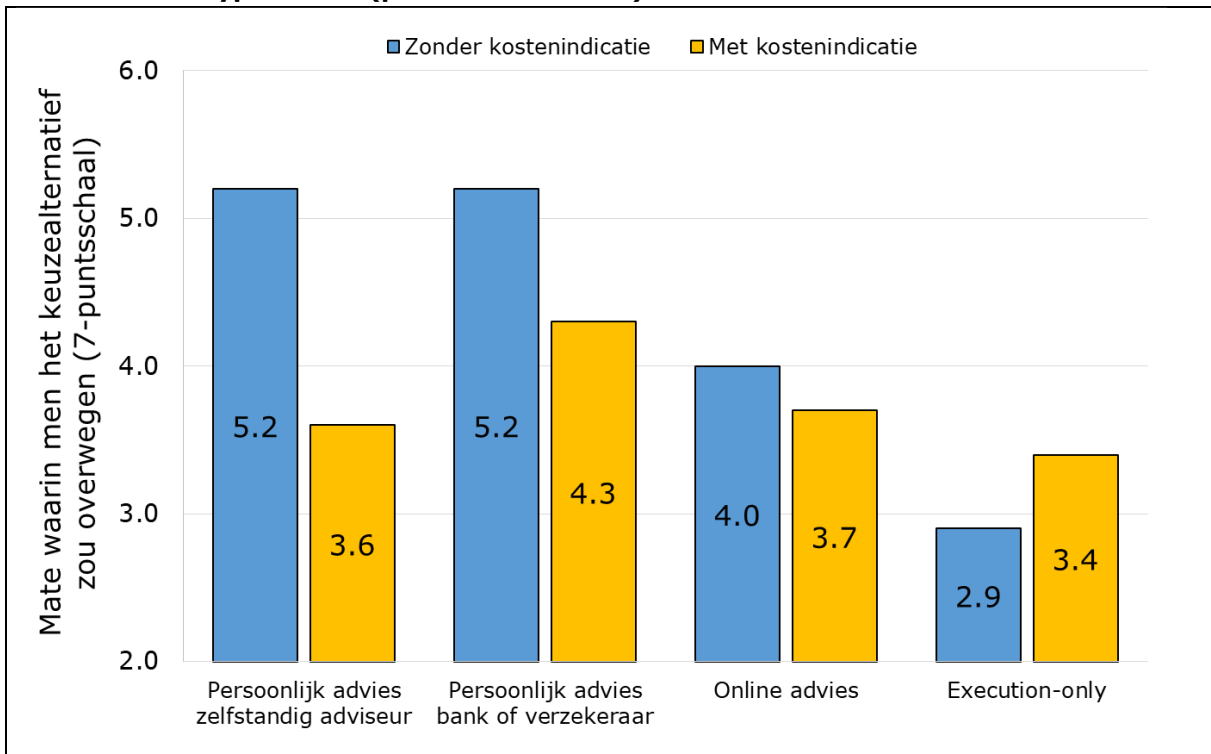


**Tabel C.3. Verschuivingsmatrix AOV**

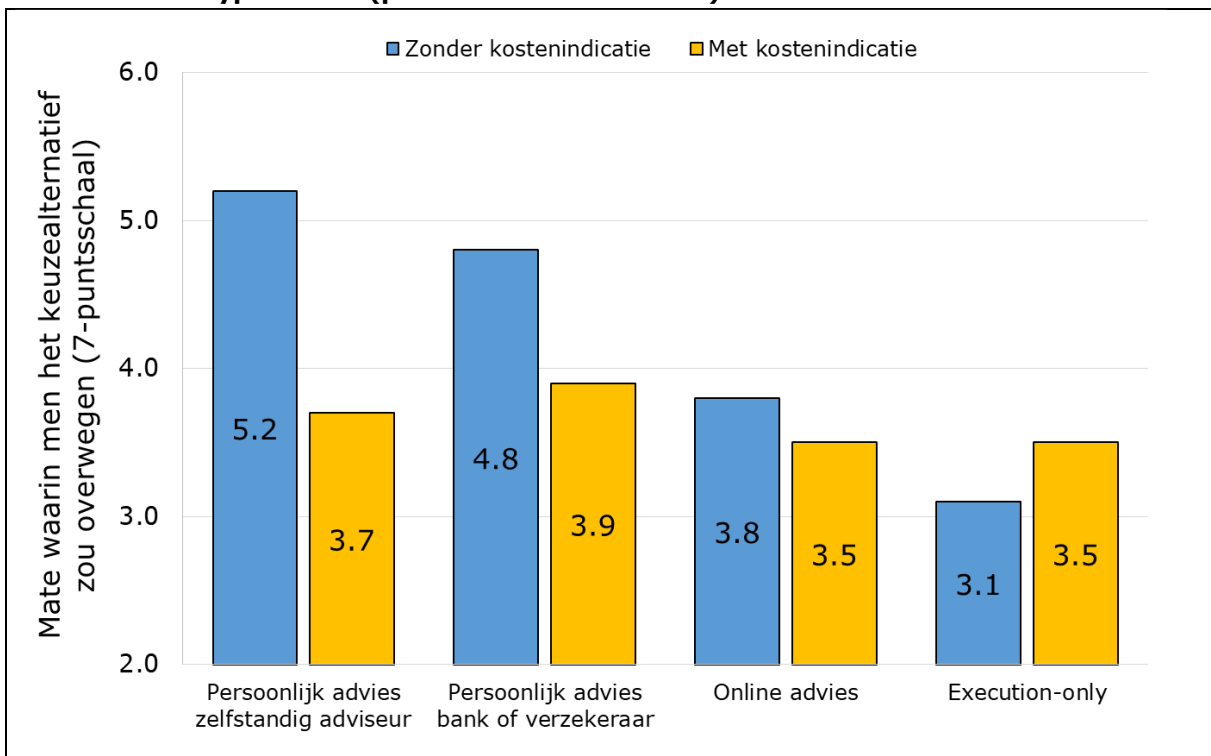
			Met kostenindicatie			
			Persoonlijk advies zelfstandig adviseur	Persoonlijk advies bank of verzekeraar	Online advies	Execution-only
			19%	19%	21%	42%
Zonder kostenindicatie	Persoonlijk advies zelfstandig adviseur	46%	<b>38%</b>	17%	16%	28%
	Persoonlijk advies bank of verzekeraar	20%	2%	<b>50%</b>	16%	32%
	Online advies	18%	4%	1%	<b>53%</b>	42%
	Geen advies (execution-only)	16%	0%	4%	4%	<b>91%</b>



**Figuur C.1. Overweging dienstverleningsvormen vóór versus na informatie over de advieskosten: hypotheek (potentiële starters)**

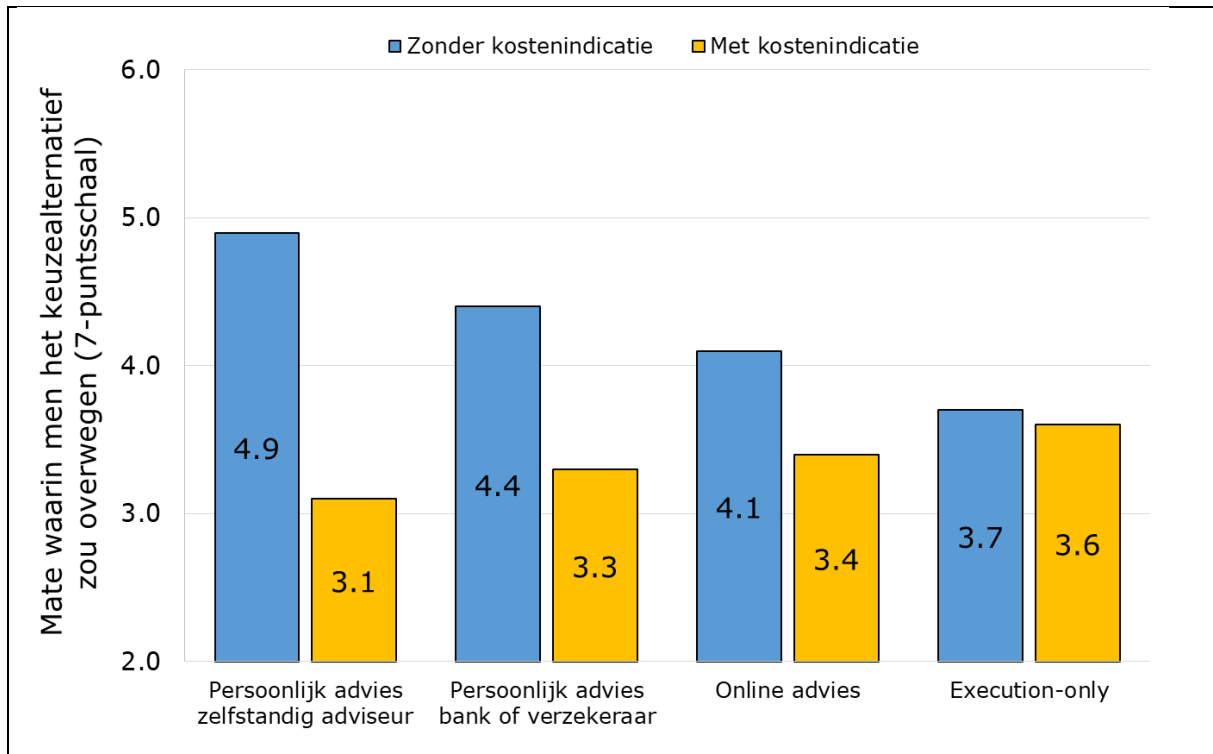


**Figuur C.2. Overweging dienstverleningsvormen vóór versus na informatie over de advieskosten: hypotheek (potentiële doorstromers)**





**Figuur C.3. Overweging dienstverleningsvormen vóór versus na informatie over de advieskosten: AOV**





**Tabel C.4. Sociaal-demografische kenmerken van kiezers per dienstverleningsvorm**

	Zonder kostenindicatie					Met kostenindicatie				
	1	2	3	4	Sign. verschil?	1	2	3	4	Sign. verschil?
<i>Leeftijd</i>					**					
16-24 jaar	18%	18%	20%	14%		18%	21%	17%	16%	
25-34 jaar	31%	30%	25%	16%		31%	30%	31%	23%	
35-44 jaar	20%	21%	21%	16%		18%	19%	20%	22%	
45-54 jaar	17%	18%	20%	33%		17%	18%	18%	24%	
55-64 jaar	13%	12%	14%	22%		15%	12%	14%	16%	
65+	<1%	<1%	0%	0%		<1%	<1%	<1%	0%	
Gemiddelde leeftijd	37 <sup>b</sup>	37 <sup>b</sup>	38 <sup>b</sup>	43 <sup>a</sup>	***	38 <sup>b</sup>	36 <sup>b</sup>	38 <sup>b</sup>	40 <sup>a</sup>	**
<i>Geslacht</i>										**
Man	41%	41%	36%	48%		47%	40%	32%	45%	
Vrouw	59%	59%	64%	52%		54%	60%	68%	55%	
<i>Opleidingsniveau</i>										
Basisonderwijs	<1%	<1%	0%	0%		<1%	0%	0%	<1%	
Vmbo	8%	12%	9%	11%		8%	11%	7%	11%	
Havo/vwo	11%	13%	14%	13%		12%	12%	14%	12%	
Mbo	31%	33%	26%	29%		34%	31%	27%	32%	
Hbo	34%	27%	37%	30%		33%	30%	34%	31%	
Wo	16%	14%	14%	17%		12%	16%	18%	14%	
Financiële vakken onderdeel opleiding (1-5)	1,9	1,9	1,8	2,0		1,9 <sup>ab</sup>	1,8 <sup>b</sup>	1,8 <sup>ab</sup>	2,1 <sup>a</sup>	*
<i>Werk</i>										
Werkzaam in financiële sector, niet als adviseur	5%	6%	3%	6%		5%	6%	5%	4%	
Werkzaam in financiële sector, als adviseur	<1%	<1%	2%	2%		<1%	0%	1%	2%	
<i>Netto huishoudinkomen per maand</i>										
Geen inkomen	<1%	0%	<1%	1%		1%	<1%	<1%	<1%	
≤ 1000 euro	9%	6%	11%	9%		8%	8%	8%	9%	
1001 - 2000 euro	20%	27%	22%	17%		19%	25%	21%	22%	
2001 - 3000 euro	23%	26%	24%	21%		25%	23%	23%	25%	
3001 - 4000 euro	14%	14%	11%	16%		12%	15%	16%	13%	
4001 - 5000 euro	9%	6%	7%	10%		9%	7%	9%	8%	
> 5000 euro	3%	3%	6%	7%		5%	3%	2%	5%	
<i>N</i>	568	381	153	141		258	366	251	368	

1 = Persoonlijk advies van zelfstandig adviseur, 2 = persoonlijk advies van bank of verzekeraar, 3 = online advies, 4 = execution-only. De kolom "Sign. verschil?" geeft aan of er significante verschillen zijn tussen de vier groepen: \*\*\*  $p < 0,001$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*  $p < 0,05$ . De superscripts laten zien welke specifieke groepen van elkaar verschillen, d.w.z. verschillende superscripts (per rij van de tabel) representeren significante verschillen in gemiddelden tussen de betreffende groepen ( $p < 0,05$ ).



**Tabel C.5. Sociaal-demografische kenmerken van oorspronkelijke kiezers versus switchers**

	Totaal	Execution-only			Online advies		
		Oorspronkelijke kiezers	Switchers	Sign. verschil?	Oorspronkelijke kiezers	Switchers	Sign. verschil?
<i>Leeftijd</i>				***			
16-24 jaar	18%	14%	17%		20%	15%	
25-34 jaar	28%	16%	28%		25%	34%	
35-44 jaar	20%	16%	25%		21%	19%	
45-54 jaar	19%	33%	18%		20%	18%	
55-64 jaar	14%	22%	12%		14%	14%	
65+	<1%	0%	0%		0%	<1%	
Gemiddelde leeftijd	38	43	38	***	38	38	
<i>Geslacht</i>							
Man	41%	48%	41%		36%	32%	
Vrouw	59%	52%	59%		64%	68%	
<i>Opleidingsniveau</i>							
Basisonderwijs	<1%	0%	<1%		0%	0%	
Vmbo	9%	11%	12%		9%	6%	
Havo/vwo	12%	13%	11%		14%	14%	
Mbo	31%	29%	33%		26%	25%	
Hbo	32%	30%	31%		37%	35%	
Wo	15%	17%	12%		14%	20%	
Financiële vakken onderdeel opleiding (1-5)	1,9	2,0	2,0		1,8	1,8	
<i>Werk</i>							
Werkzaam in financiële sector, niet als adviseur	5%	6%	4%		3%	6%	
Werkzaam in financiële sector, als adviseur	1%	2%	2%		2%	0%	
<i>Netto huishoudinkomen per maand</i>							
Geen inkomen	<1%	1%	0%		<1%	1%	
≤ 1000 euro	8%	9%	8%		11%	7%	
1001 – 2000 euro	22%	17%	25%		22%	19%	
2001 – 3000 euro	24%	21%	26%		24%	20%	
3001 – 4000 euro	14%	16%	12%		11%	18%	
4001 – 5000 euro	8%	10%	6%		7%	10%	
> 5000 euro	4%	7%	4%		6%	2%	
<i>N</i>	1243	141	239		153	170	

De kolom "Sign. verschil?" geeft aan of er significante verschillen zijn tussen de oorspronkelijke kiezers en de switchers: \*\*\*  $p < 0,001$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*  $p < 0,05$ .



**Tabel C.6. Sociaal-demografische kenmerken laag, midden en hoog geletterden**

	Laag geletterden	Midden-groep	Hoog geletterden	Sign. verschil?
<i>Groepsgrootte</i>	10%	72%	18%	
<i>Leeftijd</i>				
16-24 jaar	21%	19%	13%	
25-34 jaar	37%	28%	26%	
35-44 jaar	20%	20%	20%	
45-54 jaar	13%	19%	23%	
55-64 jaar	9%	14%	17%	
65+	0%	<1%	<1%	
Gemiddelde leeftijd	35 <sup>b</sup>	38 <sup>ab</sup>	40 <sup>a</sup>	***
<i>Geslacht</i>				
Man	36%	41%	46%	
Vrouw	64%	59%	54%	
<i>Opleidingsniveau en werk</i>				***
Basisonderwijs	0%	<1%	0%	
Vmbo	18%	9%	6%	
Havo/vwo	10%	12%	13%	
Mbo	40%	32%	20%	
Hbo	19%	31%	41%	
Wo	12%	14%	21%	
Financiële vakken onderdeel opleiding (1-5)	1,8 <sup>b</sup>	1,8 <sup>b</sup>	2,3 <sup>a</sup>	***
Werkzaam in financiële sector	4% <sup>b</sup>	5% <sup>b</sup>	11% <sup>a</sup>	***
<i>Netto huishoudinkomen per maand</i>				***
Geen inkomen	<1%	<1%	<1%	
≤ 1000 euro	16%	8%	2%	
1001 – 2000 euro	33%	23%	13%	
2001 – 3000 euro	14%	24%	28%	
3001 – 4000 euro	9%	14%	15%	
4001 – 5000 euro	8%	7%	11%	
> 5000 euro	<1%	3%	9%	
<i>N</i>	128	897	218	

Groepen zijn onderscheiden op basis van (objectieve) financiële geletterdheid (laag geletterd = 0/4 vragen correct beantwoord; hoog geletterd = 4/4 vragen correct beantwoord). De laatste kolom geeft aan of er significante verschillen zijn tussen de drie groepen (laag geletterden, middengroep, hoog geletterden): \*\*\*  $p < 0,001$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*  $p < 0,05$ . De superscripts laten zien welke specifieke groepen van elkaar verschillen, d.w.z. verschillende superscripts (per rij van de tabel) representeren significante verschillen in gemiddelden tussen de betreffende groepen ( $p < 0,05$ ).



**Tabel C.7. Psychografische kenmerken laag, midden en hoog geletterden**

	Laag geletterden	Midden-groep	Hoog geletterden	Sign. verschil?
Groepsgrootte	10%	72%	18%	
Financiële geletterdheid ( <u>clustervariabele</u> ) (objectief; 0-4)	0 <sup>c</sup>	2,3 <sup>b</sup>	4,0 <sup>a</sup>	***
Financiële geletterdheid (zelfinschatting; 1-5)	2,2 <sup>b</sup>	2,3 <sup>b</sup>	3,0 <sup>a</sup>	***
Financiële bekwaamheid (0-4)	2,7 <sup>c</sup>	3,2 <sup>b</sup>	3,4 <sup>a</sup>	***
Onzekerheid m.b.t. financiële zaken (1-5)	3,2 <sup>a</sup>	3,2 <sup>a</sup>	2,8 <sup>b</sup>	***
Attitude t.a.v. financiële zaken (1-5)	3,0 <sup>b</sup>	3,2 <sup>b</sup>	3,5 <sup>a</sup>	***
Vertrouwen in financieel adviseurs (1-5)	2,8 <sup>a</sup>	2,8 <sup>a</sup>	2,7 <sup>a</sup>	*
<i>N</i>	128	897	218	

Groepen zijn onderscheiden op basis van (objectieve) financiële geletterdheid (laag geletterd = 0/4 vragen correct beantwoord; hoog geletterd = 4/4 vragen correct beantwoord). De laatste kolom geeft aan of er significante verschillen zijn tussen de drie groepen (laag geletterden, middengroep, hoog geletterden): \*\*\*  $p < 0,001$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*  $p < 0,05$ . De superscripts laten zien welke specifieke groepen van elkaar verschillen, d.w.z. verschillende superscripts (per rij van de tabel) representeren significante verschillen in gemiddelden tussen de betreffende groepen ( $p < 0,05$ ).