

Vergaderjaar 2021–2022

32 013

Toekomst financiële sector

Nr. 253

BRIEF VAN DE MINISTER VAN FINANCIËN

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 22 juni 2022

Met deze brief informeer ik uw Kamer over de voortgang van het Actieplan Consumentenkeuzes, dat in 2019 van start is gegaan. In 2022 sluiten er dertien nieuwe initiatieven aan bij het Actieplan Consumentenkeuzes. In deze brief beschrijf ik de vijf thema's van het Actieplan, ga ik in op enkele van de nieuwe initiatieven en beschrijf ik de uitkomsten en resultaten van een aantal initiatieven die in eerdere jaren binnen het Actieplan zijn gestart. Een volledig overzicht van de nieuw ingediende initiatieven vindt u in de bijlage.

Waarom dit actieplan?

In het Actieplan Consumentenkeuzes werken partijen uit de financiële sector, de gedragswetenschap en de overheid samen vanuit de gedachte dat consumenten niet altijd rationeel handelen. Met dit actieplan willen deze partijen de consumenten helpen bij het maken van gezonde financiële keuzes.

Van consumenten wordt steeds meer verwacht dat ze financiële zaken zelf online regelen en op zoek gaan naar informatie om de beste keuzes te maken. Na de lockdown-periodes als gevolg van de Covid-pandemie hebben we gezien dat deze digitalisering in een versnelling is geraakt. Daarnaast zijn er ook mensen die stress hebben door geldzorgen, bijvoorbeeld door de stijgende energieprijzen, inflatie of doordat ze hun baan zijn kwijtgeraakt. Deze combinatie van geldzorgen en digitale versnelling kan negatief uitpakken voor de financiële weerbaarheid van sommige Nederlandse huishoudens. Financieel gedrag vraagt om weloverwogen keuzes, een kritische houding en reflectie. Dit kan weleens ontbreken bij mensen met geldzorgen in een snelle digitale omgeving. Het actieplan is er op gericht te kijken hoe consumenten geholpen kunnen worden bij het maken van gezonde financiële keuzes.

We weten uit de gedragswetenschap dat consumenten vaak denken dat ze rationeel handelen, maar dat dat lang niet altijd het geval is. Zeker niet als

het om geldzaken gaat. Vanuit de gedragswetenschap is bekend dat consumenten vaak ongeacht de prijs en kenmerken de middelste optie kiezen, dat ze pas het belang van een spaarbuffer inzien als de koelkast en wasmachine tegelijk kapotgaan en dat consumenten pas bij het aflopen van een aflossingsvrije hypotheek naar relevante informatie zoeken.

Dit komt doordat mensen beslissingen grotendeels intuïtief en snel nemen, in plaats van grondig en beredeneerd. Dit is geen nieuw inzicht. Onder meer in het rapport van de WRR uit 2017 kwam al duidelijk naar voren dat «weten nog geen doen is»¹. Die boodschap wordt ook door steeds meer partijen in de financiële sector omarmd. Deze gedragsinzichten worden daardoor steeds vaker toegepast in de praktijk, waardoor beter rekening wordt gehouden met dit realistischer mensbeeld.

Na een oproep van de Minister van Financiën in 2019 om gedragsinzichten meer centraal te stellen, committeerden zich tientallen financiële organisaties, consumentenorganisaties en kennisinstellingen aan die gezamenlijke opdracht. Samen vormen zij het Actieplan Consumentenkeuzes, waarmee de brug wordt geslagen tussen wetenschap en praktijk.

Gezamenlijk bekijken deze partijen hoe consumenten geholpen kunnen worden om vaker en makkelijker financieel gezonde keuzes te maken. Bijvoorbeeld door een verandering aan te brengen in communicatie, dienstverlening en de keuze-omgeving voor de klant. Het actieplan is een samenwerkingsverband waarin kennis en ervaringen met elkaar worden gedeeld aan de hand van de tientallen gedragsinitiatieven. Sinds de start in 2019 zijn circa 50 partijen aangesloten bij het Actieplan Consumentenkeuzes.

Thema's binnen het Actieplan Consumentenkeuzes

Binnen het Actieplan Consumentenkeuzes is in samenspraak met de deelnemers gekozen om op vijf financiële thema's te focussen. Onder deze thema's zijn sinds 2019 gedragsinitiatieven opgezet. Samen met de nieuwe initiatieven zijn er inmiddels 27 (nieuwe of afgeronde) initiatieven gestart binnen het Actieplan Consumentenkeuzes. Hieronder staan de vijf thema's beschreven met enkele voorbeelden van resultaten en inzichten die tot dusver zijn opgedaan. Ook enkele nieuwe initiatieven uit 2022 worden uitgelicht.

Op de website van het Actieplan Consumentenkeuzes is meer informatie te vinden over deze en andere initiatieven binnen het actieplan.²

1) Beleggen

Door verdere digitalisering en het verlagen van de drempels bij beleggen is het gemakkelijker geworden voor consumenten om te beleggen. In Nederland zijn de afgelopen jaren meer en jongere consumenten gaan beleggen. Naast kansen om vermogen op te bouwen zijn er ook risico's. Waar 30 jaar geleden een consument vaak bij een financieel dienstverlener in gesprek ging met een beleggingsadviseur, worden steeds meer beleggingen online gedaan zonder enige tussenkomst van een adviseur. De consument moet daardoor zelfstandiger keuzes maken. Daardoor komt een consument voor keuzes te staan als: wat is een verstandige belegging? Hoeveel risico wil ik lopen? En hoe kan ik duurzaam beleggen? Daarbij heeft de digitale keuzeomgeving van de consument een grote invloed op de keuzes die de consument maakt. Het is belangrijk om vanuit

¹ WRR-rapport nr.97: Weten is nog geen doen. Een realistisch perspectief op zelfredzaamheid.

² www.wijzeringeldzaken.nl/actieplanconsumentenkeuzes

een gedragswetenschappelijke invalshoek te bekijken wat dat effect is, bijvoorbeeld bij de inrichting van beleggingsapps.

Binnen het actieplan hebben in dat kader de Vereniging van de Effectenbezitters en de Radboud Universiteit een gedragsonderzoek gedaan naar de keuzeomgeving van beleggers rondom duurzaam beleggen. Daarbij hebben ze gekeken naar de gevoeligheid van consumenten op duurzaamheidsaspecten. Uit dit onderzoek kwam naar voren dat er nauwelijks verschil is in de aangegeven betalingsbereidheid van consumenten tussen de verschillende duurzaamheidsimpactniveaus. De onderzoekers van dit onderzoek waarschuwen voor het potentiële risico voor *greenwashing*. De vervolgstap van dit initiatief is om te onderzoeken welke labels en informatie het meest effectief werken om het risico op *greenwashing* te voorkomen.

Als een van de nieuwe initiatieven, zal het Ministerie van Financiën in samenwerking met de koepelorganisaties DUFAS en de NVB een onderzoek opzetten naar de waarschuwingen bij laagrisico beleggingsproducten zoals *exchange traded funds* (ETFs). Waarschuwingen zijn belangrijk om risicovol gedrag te voorkomen, maar potentiële beleggers kunnen ook afgeschrikt worden om producten met een relatief beperkt risico aan te schaffen. In het initiatief zal onderzocht worden hoe deze waarschuwingen effectiever kunnen zijn voor consumenten.

2) Lenen en leasen

Lenen en leasen zijn vaak langdurige verbindende contracten die een grote impact kunnen hebben op het (financiële) leven van een consument, zoals het geval is bij het afsluiten van een hypotheek. Het is daarom van belang dat de consument een weloverwogen keuze maakt. De consument heeft echter niet altijd de tijd, de motivatie of de kennis paraat om de beste keuzes te maken.

De projectgroep private lease zal in 2022 binnen het Actieplan in samenwerking met het gedragsveranderingsbureau De Gedragsstudio onderzoek doen naar de keuzes van consumenten bij het afsluiten van een private lease product. De projectgroep private lease bestaat uit aanbieders uit de privateleasemarkt, zoals bijvoorbeeld Elbuco en BlueMovement. Zij hebben een gedragscode opgericht om de klanten op de privateleasemarkt beter te beschermen. Dit initiatief is een goed voorbeeld van het slaan van een brug tussen de gedragswetenschap en de (private lease) praktijk. Doel van dit onderzoek is om inzicht te krijgen in de onderbouwing van klanten bij het afsluiten van een leaseovereenkomst. Op basis daarvan zullen gedragsinterventies ontworpen en getest worden die bijdragen aan het bewust aangaan van een leaseovereenkomst.

3) (Be)sparen

Een belangrijk speerpunt van het Ministerie van Financiën is dat Nederlandse huishoudens voldoende financieel weerbaar zijn. Een onderdeel daarvan is dat consumenten voldoende spaarbuffer hebben voor tegenslagen en toekomstplannen. Voor consumenten zorgt dit voor een afname in stress en geeft het financiële rust. In 2021 had een op vijf Nederlanders minder dan 1.000 euro spaargeld; een op drie had minder dan 5.000 euro aan spaargeld³.

Binnen het Actieplan Consumentenkeuzes is De Volksbank hierop een initiatief gestart. Aan de hand van een gedragsanalyse is onderzocht

³ Nibud (2021): Rapport de coronacrisis en ons geld

welke drempels consumenten met minder dan 5.000 euro spaargeld ervaren om geld opzij te leggen. Daaruit kwam naar voren dat uitstelgedrag en behoefte aan flexibiliteit belangrijke motieven zijn voor consumenten om niet te sparen. Uit dit onderzoek komt tevens naar voren dat automatisch restsparen (geld dat overblijft aan het einde van de maand) voor deze doelgroep een nuttig alternatief is voor elke maand een vast bedrag sparen.

Bij de nieuw aangemelde initiatieven zal ING kijken hoe financieel kwetsbare consumenten gestimuleerd kunnen worden om te sparen door middel van op gedragsinzichten gebaseerde communicatie in de digitale keuzeomgeving.

4) Financiële redzaamheid

Het vierde thema binnen het Actieplan Consumentenkeuzes is financiële redzaamheid. Voor financieel weerbare huishoudens is het belangrijk dat consumenten gestimuleerd worden om op de juiste momenten actie te ondernemen met betrekking tot hun financiën.

Zo is er binnen het Verbond van Verzekeraars door enkele verzekeraars geëxperimenteerd met het doorverwijzen van klanten met geldproblemen naar Geldfit.nl óf organisaties die kunnen helpen bij geldzorgen. Daarbij zijn mensen op verschillende manieren aangemoedigd om hulp te zoeken bij geldzorgen. Van de ongeveer 23.000 verzekerden die in dit experiment zijn aangeschreven, heeft een derde een online test ingevuld om te achterhalen hoe groot hun geldzorgen zijn en waar ze terecht kunnen voor hulp. Daarvan heeft ongeveer een op de tien een vervolgstap gezet naar passende hulp.

In 2022 zal het Kenniscentrum Psychologie en Economisch Gedrag, in samenwerking met Wijzer in geldzaken, aan de hand van gedragsexperimenten onderzoeken hoe op de website van Geldfit beter rekening kan worden gehouden met de psychologie van hulp vragen.

5) Financiële verduurzaming

Het vijfde thema binnen het Actieplan Consumentenkeuzes is financiële verduurzaming. Hoe kan de financiële sector gedragsinzichten gebruiken om consumenten te helpen om gezonde duurzame financiële keuzes te maken?

Zo heeft De Volksbank, de Behavior Change Group (gedragsveranderingsbureau) en de Stichting Natuur en Milieu onderzocht welke psychologische factoren een rol spelen bij het treffen van duurzaamheidsmaatregelen. Uit dit onderzoek komt naar voren dat de besluitvorming omtrent het verduurzamen van woningen door consumenten een lange looptijd heeft. Consumenten zullen vaak een paar keer terugkomen naar het aangeboden platform en stappenplan voordat ze daadwerkelijk overgaan tot actie. Daarnaast blijkt dat consumenten comfort en focus op rendement belangrijke aspecten vinden bij de verduurzaming van hun woning.

De Volksbank zal in samenwerking met de Radboud Universiteit in 2022 onderzoeken hoe ze met behulp van gedragsinzichten mkb'ers en zelfstandigen kan stimuleren om een stap te zetten richting verduurzamen.

Vervolg Actieplan Consumentenkeuzes in 2022

In het Actieplan Consumentenkeuzes zijn met de inmiddels tientallen initiatieven vele inzichten opgedaan. In veel gevallen kunnen die direct worden gebruikt om consumenten financieel gezondere keuzes te laten maken. Dat is belangrijk omdat het maken van financiële keuzes voor consumenten vaak complex is, en die keuzes tegelijkertijd een grote impact op het (financiële) leven van consumenten kunnen hebben. Met innovatieve gedragsinitiatieven kunnen we eraan bijdragen om dit voor consumenten makkelijker te maken. Ik doe daarom een oproep aan partijen om gedragsinzichten in te zetten en zich aan te sluiten bij het Actieplan Consumentenkeuzes.

De Minister van Financiën,
S.A.M. Kaag