

## Ministerie van Financiën

> Retouradres Postbus 20201 2500 EE Den Haag

Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal  
Postbus 20018  
2500 EA Den Haag

Korte Voorhout 7  
2511 CW Den Haag  
Postbus 20201  
2500 EE Den Haag  
[www.rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl)

### Inlichtingen

mw. dr. J. Toussaint  
T 070-342 8624  
F 070-3427928  
[j.toussaint@minfin.nl](mailto:j.toussaint@minfin.nl)  
[www.minfin.nl](http://www.minfin.nl)

### Ons kenmerk

2019-0000166877

### Uw brief (kenmerk)

Datum 28 oktober 2019  
Betreft Actieplan Consumentenkeuzes

Geachte voorzitter,

Verstandige financiële keuzes zorgen voor weerbare huishoudens. Dat is een van de speerpunten uit mijn agenda financiële sector. Consumenten hebben echter niet altijd evenveel tijd, motivatie en parate kennis om financiële keuzes te maken, waardoor intuïtie en het onbewuste denken kunnen leiden tot suboptimale uitkomsten. Aanbieders van financiële producten, dienstverleners, belangenorganisaties, toezichthouders en beleidsmakers op de financiële markten zijn zich hiervan steeds meer bewust. We kunnen de inzichten in consumentengedrag gebruiken om dienstverlening en keuzeomgevingen zo in te richten dat we consumenten helpen bij financieel gezond gedrag.

Eind 2018 heb ik de financiële sector, consumentenorganisaties, en kennisinstituten uitgenodigd om vernieuwende manieren te ontwikkelen om consumentenkeuzes te faciliteren.<sup>1</sup> Dit met als doel gezamenlijk te komen tot een Actieplan om nieuwe initiatieven te stimuleren die financiële consumentenkeuzes simpeler maken. Uitvoering en uitbreiding van het plan wil ik de komende periode ondersteunen door partijen met elkaar te verbinden, het delen van kennis onderling te stimuleren en goede initiatieven aan te jagen.

In deze brief licht ik toe waarom ik de toepassing van gedragsinzichten belangrijk vind, welke partijen op de uitnodiging zijn ingegaan en wat de vervolgstappen zijn voor de komende tijd. Daarnaast herhaal ik mijn oproep aan partijen om gezamenlijk met consumentenkeuzes aan de slag te gaan.<sup>2</sup>

### Weerbaarheid huishoudens vergroten met kennis van gedrag

De gemiddelde Nederlander heeft een veelheid aan financiële producten en maakt regelmatig keuzes die van invloed zijn op zijn of haar financiële situatie. Zal ik een spaarrekening openen? Moet ik meer aflossen op mijn hypotheek? Zal ik iets wel of niet op krediet kopen?<sup>3</sup> Wanneer veel of ingewikkelde stappen nodig zijn om een spaarrekening te openen of de hypotheek af te lossen, dan stellen we dit

<sup>1</sup> Kamerstukken II 2018-2019, 32013, nr. 199

<sup>2</sup> Eerder heeft ook mijn ambtsvoorganger toegezegd om verder te onderzoeken hoe consumentenkeuzes op de financiële markten beter kunnen worden gefaciliteerd.

Zie Kamerstukken II 2016-2017, 32013, nr. 138

<sup>3</sup> <https://www.rijksoverheid.nl/ministeries/ministerie-van-financien/documenten>

liever uit. Is krediet de standaardoptie om een telefoon te kopen, dan volgen we deze optie vaak nagenoeg ondoordacht.

Ons kenmerk  
2019-0000166877

Lange tijd is de heersende opvatting geweest dat wanneer je consumenten van de juiste informatie voorziet, zij vanzelf passende – rationale – beslissingen nemen. Deze theoretische opvatting van een rationeel denkende en handelende mens, gaat echter in veel situaties in de praktijk niet op. Veel vaker zijn consumenten beperkt in tijd, motivatie en parate kennis, en worden keuzes sneller en meer intuïtief gemaakt. Juist omdat een beslissing deels intuïtief wordt genomen, heeft de manier waaróp de keuzes gepresenteerd worden een sterk sturende werking.

De uitdaging ligt allereerst in sterke en brede bewustwording van deze sturende werking bij partijen in het veld, en daarnaast in het dusdanig vormgeven van de zogenoemde keuzeomgeving dat dit een consument in het maken van een minder intuïtief en meer weloverwogen keuze goed ondersteunt. Denk aan het makkelijk en aantrekkelijk maken om een spaarrekening te openen of de hypotheek af te lossen. En kredieten die niet als standaardoptie worden aangeboden. Advies en passende voorlichting met handelingsperspectief dat zichtbaar en beschikbaar is, op het moment dat consumenten bepaalde keuzes moeten maken. Financiële ondernemingen, consumentenorganisaties, financieel adviseurs en vergelijkingssites spelen hierbij een cruciale rol.

### **Actieplan Consumentenkeuzes: deelnemende partijen en hun initiatieven**

Kennis op het gebied van keuzegedrag ontwikkelt zich snel. Zowel private ondernemingen als de kennisinstututen zoeken naar manieren om de keuzeomgeving voor consumenten beter te maken. Met het Actieplan wil ik bijdragen aan snelle kennisdeling en vernieuwing verder aanjagen. Ik ben dan ook zeer verheugd dat veel verschillende partijen op mijn oproep in 2018 hebben gereageerd en dat deze partijen inmiddels de moeite hebben genomen elkaar mee te nemen in de door hen gezette en nog te zetten stappen om verstandige consumentenkeuzes te ondersteunen. De initiatieven zijn belangrijk voor de weerbaarheid van consumenten, en ook van belang voor het vertrouwen in de financiële sector op de lange termijn.

De volgende partijen nemen op dit moment al deel aan het Actieplan Consumentenkeuzes:

<b>Partij(en)</b>	<b>Initiatief</b>	<b>Consumentenkeuze</b>
Rabobank; Universiteit Utrecht; Stichting Behavioural Insights	Ontwikkelen van een <i>lifetime consumption model</i> en bijbehorende <i>digital savings planner</i> ; veldexperiment waarin verschillende interventies worden getest om mensen dichterbij hun optimale spaargedrag te krijgen.	Sparen faciliteren door inzicht in het verschil tussen optimaal en werkelijk spaargedrag
Verbond van verzekeraars; De Gedragsstudio; Universiteit van Amsterdam; Nibud	Kwetsbare klanten met problematische schulden vroeg signaleren, en middels veldexperimenten onderzoeken hoe het communicatieproces beter kan zodat klanten eerder de gewenste actie ondernemen	Consumenten helpen om te gaan met betaalachterstanden en andere schulden

<b>Partij(en)</b>	<b>Initiatief</b>	<b>Consumentenkeuze</b>
Gezamenlijke banken in opdracht van NVB	Campagne aflossingsblij; een onderzoek naar waarom klanten die intenties uitspreken om maatregelen te treffen om mogelijke problemen met de aflossingsvrije hypotheek te voorkomen niet tot actie overgaan	Consumenten helpen om op tijd maatregelen te nemen, om mogelijke problemen met de aflossingsvrije hypotheek in de toekomst te voorkomen
Vereniging Eigen Huis; Nibud; Universiteit van Leiden	Experimenteren met verschillende communicatieboodschappen in e-mails om klanten met aflossingsvrije hypotheek te benaderen en te activeren	Consumenten helpen om gewenste aanpassingen aan de aflossingsvrije hypotheek te laten doorvoeren
Vereniging van Financierings-ondernemingen in Nederland; De Gedragstudio; Universiteit van Amsterdam	Onderzoek naar betere bescherming van klanten van doorlopende consumptieve kredieten om indien nodig passende betaalregelingen te kunnen treffen; veldexperimenten met verschillende communicatiemiddelen en –boodschappen	Consumenten activeren om persoonlijke informatie te verstrekken ten behoeve van het voorkomen van toekomstige betaalproblemen
Prospectlabs MoneyCoach (Think Forward Initiative)	Ontwikkelen van de app <i>MoneyCoach</i> met een veldexperiment waarin verschillende type berichten worden getest	Consumenten helpen om spaardoelen te bereiken en te budgetteren
Universiteit Leiden; Hogeschool van Amsterdam (Think Forward Initiative)	Verkennd onderzoek om te bepalen hoe we mensen met (toekomstige) financiële problemen in beweging krijgen en hulp kunnen laten zoeken.	Consumenten eerder oplossingen aanreiken als er een risico op problematische schulden is
Vereniging van Effectenbezitters; Radboud Universiteit	Verkennd experimenteel onderzoek naar gebruik van informatie over duurzame beleggingen	Consumenten kunnen beter bepalen wat duurzame beleggingen zijn
Rabobank; Universiteit Maastricht	Onderzoek, waaronder experimenten, om de invloed van eerdere ervaringen op beleggingsbeslissingen beter te begrijpen en systematisch suboptimale beslissingen te beperken.	Consumenten helpen om betere beleggingsbeslissingen te nemen
Volksbank; Behavior Change Group; Natuur en Milieu	Onderzoeken welke psychologische factoren een rol spelen bij het treffen van duurzame maatregelen en met gedragsexperimenten communicatie testen op effectiviteit	Consumenten helpen om energiebesparende maatregelen aan de woning te treffen
Centerdata; Nibud; Universiteit van Amsterdam; Ministerie van Financiën	Bepalen van de invloed van <i>tools</i> op basis van de maximale leennorm op consumentenkeuzes middels experimenten	Consumenten kunnen zonder sturing de gewenste hoogte van de hypotheek bepalen

**Ons kenmerk**  
2019-0000166877

Een aantal partijen ontwikkelden onafhankelijk van deze uitnodiging al mooie initiatieven ten behoeve van consumenten en hun financiële welzijn. Bijzonder in dit kader zijn bijvoorbeeld de Schuldeiserscoalitie – waarin 22 primaire schuldeisers (waaronder verschillende financiële ondernemingen<sup>4</sup>) zich ervoor inzetten om probleemschulden te voorkomen en mensen met betalingsachterstanden zo goed mogelijk te helpen – en het Think Forward Initiative<sup>5</sup>, een Europees open netwerk dat onderzoek en toepassing van gedragsinzichten aanjaagt om financieel kwetsbare mensen sterker te maken. Verder is Wijzer in geldzaken vanuit haar nieuwe koers nauw betrokken bij de activiteiten in het kader van het Actieplan en vervolgstappen.<sup>6</sup>

**Ons kenmerk**  
2019-0000166877

**Volgende stappen: stimuleren kennisdeling en vernieuwing**

Deelnemers aan het Actieplan Consumentenkeuzes hebben hun plannen nader uitgewerkt, doelstellingen geformuleerd en toegezegd er het komende jaar mee aan de slag te gaan. Ik zal mijn uiterste best doen om het werk zoveel mogelijk te faciliteren door partijen te verbinden waar en wanneer dat nuttig is en kennis te laten uitwisselen waar en wanneer dat zinvol is. Ook zal ik ervoor zorgdragen dat resultaten in het netwerk worden gedeeld, zodat er van elkaar kan worden geleerd.

Naast deelnemers aan het Actieplan zijn er meer marktpartijen die klantinteracties willen verbeteren, meer gedragsexperts met ideeën voor interventies, en meer partijen die al aan de slag zijn met vernieuwende projecten op het gebied van consumentengedrag. Zij zijn ook van harte welkom om zich aan te sluiten bij het Actieplan en zo kennis op te doen, samenwerkingen aan te gaan, en nieuwe initiatieven te ontwikkelen.

Hoogachtend,  
de minister van Financiën,

W.B. Hoekstra

---

<sup>4</sup> Aangesloten financiële ondernemingen zijn a.s.r. Achmea, Aegon, CZ, Nationale-Nederlanden, Menzis, Obvion, BNP Paribas, Rabobank (per einde van het jaar).

<sup>5</sup> Het Think Forward Initiative is een initiatief van ING, Deloitte, Dell Technologies, Amazon Web Services, het Center for Economic Policy Research (CEPR) en IBM.

<sup>6</sup> Zie <https://www.wijzeringeldzaken.nl/platform-wijzeringeldzaken/publicaties/koers-wijzer-in-geldzaken-2019.pdf>