



Nationaal Instituut voor Budgetvoorzichting

# Een persoonlijke lening

Keuzes en ervaringen van consumenten |

*Minou van der Werf & Marcel Warnaar*

1 november 2018

# Een persoonlijke lening

## Keuzes en ervaringen van consumenten

*Auteurs*

*Minou van der Werf*

*Marcel Warnaar*

---

Nibud, Utrecht, 1 november 2018

Mede mogelijk gemaakt door financiering van de Vereniging Financieringsondernemingen Nederland (VFN).

## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

### Literatuurlijst

### Bijlage 1

### Bijlage 2

### Bijlage 3

### Bijlage 4

## Samenvatting & conclusie

### Lenen voor een duurzaam consumptiegoed

De meeste huishoudens die een persoonlijke lening hebben, hadden een duurzaam consumptiegoed als specifiek doel bij het afsluiten van die lening. Woningverbetering (22 procent) en de aanschaf van een auto/motor (18 procent) worden daarbij het meest genoemd. Voor slechts een klein gedeelte (2 procent) was het vergroten van de bestedingsruimte in verband met (tijdelijk) moeilijk rondkomen de reden om een lening af te sluiten. Daarnaast bestaat ongeveer een derde van de leningen uit oversluitingen. Bij oversluitingen is het oorspronkelijke doel dus al een tijd geleden aangeschaft.

De meest genoemde reden om een persoonlijke lening af te sluiten is dat men niet genoeg geld had om het product te kopen (36 procent). Voor degenen die lening(en) hebben overgesloten was de financiële prikkel belangrijk. 13 procent gaf aan dat het gespreid betalen een reden was om de lening af te sluiten.

### De lening: consumenten kiezen voor ronde getallen bij de looptijd

De doorsnee persoonlijke lening is een lening van 25.000 euro, met een looptijd van 8 jaar en een maandbedrag van 310 euro.

Bij de looptijd wordt vaak gekozen voor ronde getallen: 23 procent heeft een looptijd van 5 jaar (60 maanden) gekozen en 43 procent een looptijd van 10 jaar (120 maanden). Interessant is welke leningen gesloten worden voor welk doel.

De doorsnee (mediane) bedragen zijn voor de belangrijkste drie doelen:

- Auto: 15.000 euro met een looptijd van 5 jaar bij een maandlast van 250 euro.
- Verbouwing/woningverbetering: 25.000 euro in 10 jaar bij een maandlast van 300 euro.
- Oversluiting: 30.000 euro in 9 jaar bij een maandlast van 400 euro.

### 2 op de 5 consumenten weet niet (meer) wat het totaalbedrag van de lening is

De meeste consumenten weten nog wel welk bedrag ze hebben geleend (94 procent), maar 38 procent geeft aan niet (meer) te weten wat het totaalbedrag van de lening is. Daarnaast weet 13 procent niet (meer) wat de looptijd van de lening is. Oversluiters zijn zich hier nog minder van bewust: 16 procent van de oversluiters weet niet (meer) wat de looptijd van hun lening is.

### Het merendeel bereidt zich goed voor: 96 procent heeft vooraf gekeken of ze de aflossingen konden betalen

Het afsluiten van een persoonlijke lening wordt dus niet zomaar gedaan, consumenten bedenken vooraf hoeveel ze nodig hebben en denken na over de consequenties. Bijna iedereen geeft de volgende drie overwegingen aan voordat ze de persoonlijke lening aangingen:

- Ze wisten hoeveel ze wilden lenen (92 procent).
- Ze hebben gekeken of ze de aflossing konden betalen (96 procent).
- Ze hebben over de consequenties nagedacht (95 procent).

# Inhoud

## Samenvatting & conclusie

### Visie

1. Algemene inleiding

## Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

## Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

## Literatuurlijst

## Bijlage 1

## Bijlage 2

## Bijlage 3

## Bijlage 4

### Waar sluit je een lening af? Snelheid en rente spelen een grote rol

De huishoudens geven aan dat de belangrijkste twee factoren die bij deze beslissing een rol spelen zijn: de snelheid waarmee alles geregeld werd (59 procent) en de lage rente (58 procent). Blijkbaar spelen zowel het financieel-rationele als het gemak een rol. Emotionele overwegingen zijn ook van belang: 44 procent geeft aan dat ze voor een bepaalde intermediair hebben gekozen omdat die hun een goed gevoel gaf.

Opvallend is dat de groep die het kunnen krijgen van advies als voordeel noemt (20 procent) ongeveer net zo groot is als de groep die het zelfstandig kunnen afsluiten als voordeel noemt (21 procent). Blijkbaar is er voor beide typen consumenten een markt. Deze consumenten vinden andere dingen belangrijk bij het kiezen voor een bepaalde intermediair. Voor mensen die via execution only een lening hebben afgesloten zijn betrouwbaarheid en een goed gevoel belangrijker drijfveren dan voor mensen die voor een intermediair hebben gekozen die advies aanbiedt. Daarnaast letten de consumenten die via execution only hebben afgesloten meer op de rente dan consumenten die via advies een lening hebben afgesloten.

### Rentepercentage is het belangrijkste financiële aspect waar mensen op letten

Op welke financiële aspecten letten mensen bij het uitkiezen van een persoonlijke lening? Het blijkt dat het rentepercentage (95 procent), het te lenen bedrag (91 procent) en de hoogte van het maandbedrag (91 procent) veruit de belangrijkste criteria zijn. Het kostenaspect dat vooral tot uiting komt in de looptijd of totale krediet som wordt iets minder belangrijk gevonden, maar toch door ruim 80 procent belangrijk of zeer belangrijk geacht. Bij een persoonlijke lening lijken mensen het maximaal te lenen bedrag niet zo van belang te vinden (45 procent), terwijl dit bij een hypotheecair krediet vaak wel het startpunt van de consument is.

### Bijna iedereen is tevreden over de lening

Over het algemeen is men (zeer) tevreden over de lening: 92 procent geeft dit aan. Slechts sporadisch komen we een ontevreden klant tegen. Het meest ontevreden is men over het rentepercentage: 9 procent is hier (zeer) ontevreden over.

De achtergrond van het huishouden – zoals gezinssituatie, inkomen en leeftijd – heeft geen invloed op het tevredenheidsgevoel. Wat de kenmerken van de lening betreft, zien we dat de hoogte van de maandlasten de tevredenheid niet beïnvloedt. De hoogte van de lening hangt positief samen met de tevredenheid. En dat is misschien ook niet vreemd. Met het geleende bedrag is hopelijk iets prettigs gedaan. Wel zien we de keerzijde van lenen: het terugbetalen. Hoe langer dat duurt, des te lager de tevredenheid. We zien dat de tevredenheid minder is bij de volgende aspecten:

- een langere looptijd
- de lening werd langer geleden afgesloten
- de afgesloten lening is hoger dan vooraf gedacht
- meer financiële schaarste

Daarnaast zijn de volgende twee soorten leners tevredener:

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

- met een hogere lening
- de lening afgesloten via execution only

### Voor ruim de helft heeft de lening rust in de financiële situatie gebracht

56 procent geeft aan dat de lening rust in de financiële situatie heeft gebracht. 1 op de 10 is het oneens met deze stelling. Degenen die hebben ervaren dat de lening rust bracht, geven vaker aan dat ze voordat ze de lening afsloten over de consequenties hebben nagedacht. Daarnaast zien we dat consumenten die een lening hebben overgesloten vaker aangeven dat de lening rust heeft gebracht. Een oversluiting kan voor meer overzicht en rust in de financiële situatie zorgen.

Een kwart van de leners ervaart de lening als een last. De ervaring dat de lening rust in de situatie heeft gebracht en de lening als een last ervaren blijken elkaar niet uit te sluiten: 22 procent van degenen die aangeven de lening als een last te ervaren, zijn het er ook mee eens dat de lening rust in de financiële situatie heeft gebracht.

### Voor slechts 5 procent valt de terugbetaling tegen

Slechts een klein gedeelte (5 procent) van de leners vindt de terugbetaling tegenvallen. 60 procent vindt het zelfs meevallen en voor 35 procent is het zoals ze hadden gedacht. De terugbetaling valt tegen bij de volgende leners:

- met een langere looptijd
- met een lagere lening
- met een hoger maandbedrag
- met een lening die langer geleden is afgesloten

Daarnaast ervaart deze 5 procent meer financiële schaarste dan degenen die de lening mee vinden vallen.

### Eindoordeel: 8 op de 10 zou dezelfde keuze maken

We hebben de consumenten gevraagd of ze, alles meegenomen en wetend wat ze nu weten, dezelfde lening zouden kiezen als ze destijds hebben gedaan. 78 procent geeft aan dat ze precies dezelfde keuze zouden maken en 14 procent antwoordt dat ze slechts kleine aanpassingen zouden doen. Slechts 3 procent zegt af te zien van het afsluiten van een lening. De antwoorden op de vraag wat men dan anders zou hebben gedaan verschillen nogal van elkaar. Sommigen hadden liever minder geleend, anderen meer. Sommigen hadden liever een langere looptijd in combinatie met lagere maandlasten gehad, terwijl anderen juist een kortere looptijd hadden gewild, zodat de lening sneller was afgelost.

### De invloed van hoe de webpagina is opgezet

De manier waarop de webpagina van een kredietverstrekker is opgezet, heeft invloed op de lening die consumenten kiezen. Door het totaalbedrag bovenaan de samenvatting van de krediettabel te plaatsen, kozen consumenten een kortere looptijd: 75 maanden tegen 78 maanden. Niet alleen de overwegingen van de consument zelf, maar dus ook elementen die wellicht onbelangrijk lijken, kunnen invloed hebben op de keuze die de consument maakt.

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeprocess

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzekomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## Visie

Het Nibud streeft naar een Nederland zonder geldproblemen. Om geldproblemen te voorkomen, is het belangrijk om te weten welke aspecten van invloed zijn op het ontstaan van die problemen. Leningen kunnen een risico vormen voor een duurzaam financieel welzijn. Het aangaan van een lening gaat immers altijd om een langetermijnverplichting die niet alleen nu, maar ook in de toekomst nagekomen moeten (kunnen) worden. Om verantwoord te lenen moeten consumenten zich aan de volgende voorwaarden houden:

- Alleen geld lenen als ze binnen de afgesproken termijn het geleende bedrag en de rente kunnen terugbetalen.
- Rekening houden met de (financiële) consequenties van kopen op afbetaling, een lening, roodstand en een creditcardkrediet vóórdat ze van een van deze leenvormen gebruikmaken.

In dit onderzoek hebben we ons gericht op consumenten die in de afgelopen twee jaar een persoonlijke lening hebben afgesloten. In Nederland heeft circa 5 procent van de consumenten een persoonlijke lening (AFM, 2017). In hoeverre maken deze consumenten een verantwoorde keuze en nemen ze de consequenties voldoende mee bij hun beslissing? En komt dit dan ook tot uiting in hoe ze de lening ervaren? Meer dan 90 procent van de consumenten geeft aan vooraf over de consequenties te hebben nagedacht en te hebben gekeken in hoeverre ze de aflossing kunnen betalen. We zien onder deze groep weinig mensen die ontevreden zijn over hun lening en bijna niemand heeft moeite met het terugbetalen van de lening.

Daarnaast hebben we gekeken naar de invloed van de website van kredietverstrekkers op de lening die consumenten afsluiten. Uit de gedragswetenschappen blijkt namelijk dat leenbeslissingen niet per se voortkomen uit rationele overwegingen. De keuzekomgeving – de manier waarop keuzes en informatie worden gepresenteerd – heeft invloed op de beslissingen die mensen nemen (o.a. Thaler & Sunstein, 2009; Kahneman, 2011; Tversky & Kahneman, 1979). De manier waarop de website van een kredietverstrekker is vormgegeven kan hierdoor (gewild of ongewild) invloed hebben op de uiteindelijke leenbeslissing die de consument neemt. Minister Hoekstra van Financiën riep in een kamerbrief van september 2018 kredietaanbieders zelfs op om bij het inrichten van de leenomgeving het belang van de klant in het oog te houden. Er is vanuit het werkveld echter nog weinig bewijs beschikbaar dat aantoonde of en wat voor invloed de keuzekomgeving daadwerkelijk heeft op het leengedrag van consumenten. In het huidige onderzoek hebben we daarom de samenwerking met kredietverstrekkers gezocht, om écht te kunnen testen wat een (kleine) verandering op de website voor invloed heeft op de lening die consumenten kiezen. Hieruit blijkt dat het prominenter weergeven van het totaalbedrag invloed heeft op de looptijd van de lening.

### Verantwoord lenen

Nibud vindt het geen probleem als consumenten een lening afsluiten, zolang ze maar goed hebben gekeken of de aflossing binnen de financiële situatie past en er over de consequenties is nagedacht. Bij de consumenten die aan dit onderzoek hebben meegedaan, lijkt dit het geval te zijn. Meer dan 90 procent van de consumenten geeft aan vooraf over de consequenties te hebben nagedacht en te hebben gekeken in hoeverre ze de aflossing kunnen betalen. Bijna niemand geeft ook aan dat ze de terugbetaling van de lening vinden tegenvallen en slechts een klein gedeelte (3 procent) geeft aan dat ze achteraf gezien de lening niet zouden hebben afgesloten.

# Inhoud

## Samenvatting & conclusie

### Visie

1. Algemene inleiding

## Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

## Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

## Literatuurlijst

## Bijlage 1

## Bijlage 2

## Bijlage 3

## Bijlage 4

Ondanks deze positieve resultaten wil het Nibud toch benadrukken dat sparen de norm moet blijven. Sparen is altijd voordeliger en brengt minder risico's met zich mee, omdat de consument geen langetermijnverplichting hoeft aan te gaan. Door ontwikkelingen als private lease en de afschaffing van de basisbeurs, waardoor lenen onder studenten vaker voorkomt en normaler wordt, kan een verschuiving gaan plaatsvinden in de leencultuur, waarbij lenen als positiever en normaler wordt gezien. Uitgaand van de resultaten van het huidige onderzoek, zou dat geen probleem moeten opleveren. Het is echter onwaarschijnlijk dat wat we zien bij persoonlijke leningen, ook geldt voor andere leningen.

### Acceptatiecriteria werken voor persoonlijke leningen: neem dit als voorbeeld

De consumenten in dit onderzoek met een persoonlijke lening, vormen geen dwarsdoorsnede van de typische lener. De huishoudens met een persoonlijke lening zijn bij de acceptatie getoetst op de maandlasten van de lening pasten bij hun inkomen, gezinssamenstelling en overige verplichtingen. In het huidige onderzoek zien we dan ook dat de consumenten een hoger inkomen hebben dan de doorsnee Nederlander. Voor een persoonlijke lening lijkt het dus zo te zijn dat je geld moet hebben om meer geld te kunnen krijgen met behulp van een lening.

De problemen lijken dan ook te ontstaan bij andere soorten krediet. Uit onderzoek van de AFM (2018) blijkt dat achterstanden zich vooral voordoen bij leningen van bedragen tussen de 250 en 1.000 euro. Uit de BKR data blijkt daarnaast dat de meeste achterstanden ontstaan bij de verzendhuiskredieten (kredieten die verstrekt worden door thuiswinkelorganisaties zoals postorderbedrijven en webwinkels): 34 procent van die leners heeft een betalingsachterstand. Dit zijn kredieten waarvoor de controle van de financiële gegevens om geaccepteerd te worden minder uitgebreid is. Het is dan ook te verwachten dat juist dit de kredieten zijn die worden afgesloten door mensen die het toch al niet breed hebben.

Op basis van dit onderzoek concludeert het Nibud dat de acceptatieprocedure voor persoonlijke leningen goed lijkt te werken. Het Nibud adviseert dan ook om de acceptatieprocedure voor andere kredieten aan te scherpen en een voorbeeld te nemen aan het proces bij persoonlijke leningen.

### Let wel op langere looptijden

Dit betekent echter niet dat kredietverstrekkers die persoonlijke leningen aanbieden niets kunnen verbeteren. Het Nibud ziet in het onderzoek een discrepantie tussen in hoeverre consumenten aandacht besteden aan de looptijd en het totaalbedrag, en in welke mate deze aspecten de uiteindelijke ervaring van de lening beïnvloeden. Vooraf zien de consumenten de looptijd als minder belangrijk dan bijvoorbeeld de rente en het maandbedrag, terwijl de looptijd wel van invloed is op de manier waarop ze de aflofase ervaren. We zien dat de tevredenheid daalt bij een langere looptijd, als het langer geleden is dat de lening is afgesloten en bij oversluitingen. Dit patroon zien we ook terugkomen bij mensen die moeite hebben met het terugbetalen van de lening: een langere looptijd is ook bij deze ervaring een belangrijke factor. En dit terwijl de ondervraagden pas vrij recent een lening hebben afgesloten, want alleen consumenten die maximaal twee jaar geleden een lening hebben afgesloten zijn meegenomen in dit onderzoek. Aangezien het oorspronkelijke doel van de lening steeds verder wegzakt in het geheugen van de consument, is het te verwachten dat deze negatieve trend in tevredenheid zich voortzet naarmate de lening langer loopt.

# Inhoud

## Samenvatting & conclusie

### Visie

1. Algemene inleiding

## Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

## Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

## Literatuurlijst

## Bijlage 1

## Bijlage 2

## Bijlage 3

## Bijlage 4

Kortom: consumenten lijken goed na te denken over de hoogte van de lening en hoeveel ze maandelijks willen aflossen, maar onderschatten het effect van de looptijd. Dit is niet vreemd, aangezien de maandlasten een concreter beeld geven van het effect van de lening op de financiële situatie. Met de looptijd is dit anders. Het is voor consumenten lastig om zich voor te stellen hoe ze het over bijvoorbeeld vijf jaar vinden om nog maandelijks te betalen voor iets dat ze allang besteed hebben.

## Help de consumenten met het inzichtelijk maken van de looptijd

Hoe kan de kredietverstrekker de consumenten helpen met het meer inzichtelijk en tastbaar maken van de looptijd? Uit de gedragswetenschappen weten we dat de keuzeomgeving een belangrijke invloed kan hebben op de uiteindelijke keuzes van consumenten. De manier waarop de website van een kredietverstrekker is vormgegeven kan hierdoor (gewild of ongewild) invloed hebben op de uiteindelijke leenbeslissing die de consument neemt. (Kleine) aanpassingen doorvoeren op de website kan consumenten ondersteunen bij het maken van een keuze die het beste bij de financiële situatie past. In een eerste veldexperiment hebben we in samenwerking met een kredietverstrekker gekeken wat het benadrukken van het totaalbedrag voor invloed heeft op het leengedrag van de consument. Het totaalbedrag is informatie die alles combineert en tastbaar maakt: de hoogte van de lening, de rente en de looptijd. De resultaten van dit experiment tonen aan, dat het leggen van meer nadruk op de totale kosten ertoe leidt dat er leningen met een kortere looptijd worden afgesloten.

De resultaten van dit onderzoek geven aan dat de keuzeomgeving invloed kan hebben op de looptijd, een onderdeel waar door de consumenten zelf minder aandacht aan wordt besteed. De vraag die op de resultaten volgt is in hoeverre dit een positief resultaat is. Is een kortere looptijd wenselijker dan een langere looptijd? Puur vanuit het kostenaspect voor de consument geredeneerd is het antwoord hierop logischerwijs 'ja'. Ook andere indicatoren wijzen op dit antwoord: een langere looptijd blijkt de ervaring van de afloosfase namelijk negatief te beïnvloeden. We zien dat de tevredenheid daalt bij een langere looptijd, naarmate het langer geleden is dat de lening is afgesloten en als het gaat om een oversluiting. Dit patroon zien we ook terugkomen bij mensen die moeite hebben met het terugbetalen van de lening: een langere looptijd is ook bij deze ervaringen een belangrijke factor. In de kamerbrief van minister Hoekstra wordt *"In de leenomgeving worden consumenten door aanbieders niet gestuurd in de richting van een hoger leenbedrag en/of een langere looptijd"* zelfs als één van de beleidsdoelstellingen voor de consumptiefkredietmarkt genoemd.

In hoeverre degenen die een lening met een kortere looptijd hebben afgesloten echter ook een lening hebben gekozen die beter binnen hun situatie past, blijft op dit moment nog de vraag. We hebben in dit onderzoek namelijk geen informatie kunnen verkrijgen in hoeverre de lening binnen de financiële situatie past, anders dan dat deze consumenten door de acceptatiecriteria zijn gekomen. We weten niet of het nemen van een lening de beste optie was. De resultaten van het onderzoek geven echter wel aan dat de keuzeomgeving invloed kan hebben op de looptijd, een onderdeel waar door de consumenten zelf minder aandacht aan wordt besteed. Het Nibud adviseert daarom om vervolgonderzoek te doen naar de invloed van de keuzeomgeving, in combinatie met de effecten hiervan op de financiële situatie en de ervaring van de consument.



## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzekomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## 1. Algemene inleiding

### 1.1 Doel onderzoek

Het Nibud streeft naar een Nederland zonder geldproblemen. Om geldproblemen te voorkomen, is het belangrijk om te weten welke aspecten van invloed zijn op het ontstaan van problemen. Leningen kunnen een risico vormen voor een duurzaam financieel welzijn. Het aangaan van een lening gaat immers altijd om een langetermijnverplichting die niet alleen nu, maar ook in de toekomst nagekomen moet (kunnen) worden. Om verantwoord te lenen moeten de consumenten zich aan de volgende voorwaarden houden:

- Alleen geld lenen als ze binnen de afgesproken termijn het geleende bedrag en de rente kunnen terugbetalen.
- Rekening houden met de (financiële) consequenties van kopen op afbetaling, een lening, roodstand en een creditcardkrediet vóórdat ze van een van deze leenvormen gebruikmaken.

In dit onderzoek hebben we ons gericht op consumenten die in de afgelopen twee jaar een persoonlijke lening hebben afgesloten. In Nederland heeft 5 procent van de bevolking (circa 854.000 consumenten) een persoonlijke lening (AFM, 2017). In hoeverre maken deze consumenten een verantwoorde keuze en nemen ze de consequenties voldoende mee bij hun beslissing? En komt dit dan ook tot uiting in hoe ze de lening ervaren?

Daarnaast hebben we gekeken naar de invloed van de website van kredietverstrekkers op de lening die consumenten afsluiten. Uit de gedragswetenschappen blijkt namelijk dat leenbeslissingen niet per se voortkomen uit rationele overwegingen. De keuzekomgeving – de manier waarop keuzes en informatie worden gepresenteerd – heeft invloed op de beslissingen die mensen nemen (o.a. Thaler & Sunstein, 2009; Kahneman, 2011; Tversky & Kahneman, 1979). De manier waarop de website van een kredietverstrekker is vormgegeven kan hierdoor (gewild of ongewild) invloed hebben op de uiteindelijke leenbeslissing die de consument neemt. Minister Hoekstra van Financiën riep in een kamerbrief van september 2018 de kredietaanbieders op bij het inrichten van de leenomgeving het belang van de klant in het oog te houden. Er is echter nog weinig bewijs vanuit het werkveld beschikbaar dat aantoont of en wat voor een invloed de keuzekomgeving daadwerkelijk heeft op het leengedrag van consumenten. In het huidige onderzoek hebben we daarom de samenwerking met kredietverstrekkers gezocht, om daadwerkelijk te kunnen testen wat een (kleine) verandering op de website voor invloed heeft op de lening die consumenten kiezen.

Met deze informatie kunnen zowel het Nibud als de kredietverstrekkers en intermediairs hun voorlichting verbeteren om zodoende te bereiken dat minder mensen in geldproblemen komen.

*Dit onderzoek is mogelijk gemaakt door financiering van de Vereniging van Financieringsondernemingen in Nederland (VFN). Wij danken prof. dr. Wilco van Dijk, dr. Lotte van Dillen van de Nibud-leerstoel economisch keuzegedrag aan Universiteit Leiden en alle betrokken kredietverstrekkers en intermediairs voor hun advies en bijdragen tijdens dit onderzoekstraject.*

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

### 1.2 Voordelen van lenen

Door geld te lenen kunnen huishoudens op dat moment meer consumeren dan ze zich op grond van hun huidige vermogenspositie kunnen veroorloven. Door de betaling te spreiden over een langere termijn zijn artikelen die eenmalig een grote investering vragen toch bereikbaar.

De meeste huishoudens hebben gedurende hun leven in eerste instantie een stijgend en later een dalend inkomenspatroon. Volgens de *life-cycle hypothesis* van Modigliani en Brumberg (1954) willen mensen hun consumptie optimaal verdelen over hun leven. Zij gaan er in deze theorie vanuit dat het inkomen van een huishouden steeds hoger wordt, tot aan de pensionering. De belangrijkste consequentie van dit model is dat consumenten lenen als ze jong zijn, de lening terugbetalen en beginnen met sparen zodra ze ouder worden en kunnen leven van het spaargeld als ze met pensioen zijn, zodat ze maximaal gebruik kunnen maken van hun inkomen gedurende de levensloop. De keuze tussen lenen of sparen hangt in deze theorie dus niet af van de huidige omstandigheden en het huidige inkomen, maar van waar je je in de levensloop bevindt. Deze theorie gaat er echter vanuit dat mensen toekomstgericht zijn in hun keuzes om te sparen en te lenen en dat deze keuze rationeel en consistent wordt gemaakt.

### 1.3 Risico's van lenen

Het aangaan van een persoonlijke lening of consumptief krediet is niet zonder risico's voor de consumenten. Omdat het hier gaat om een langetermijnverplichting kan de financiële situatie van een huishouden verslechteren, waardoor het opbrengen van de rente- en terugbetalingen veel moeilijker wordt. Dit kan zó ver gaan dat het de noodzakelijke uitgaven van een huishouden in gevaar brengt. Het afbetalen van een lening is een vaste last die weinig flexibiliteit kent. In een samenleving waar de inkomens van huishoudens onregelmatiger en onzekerder worden, betekent dit een groeiend risico.

Huishoudens plaatsen zich in een afhankelijke positie ten opzichte van de uitlener. Een kredietverstrekker zou zijn machtspositie kunnen misbruiken door maatregelen op te leggen die ten koste gaan van de lener:

- Door voorwaarden op te leggen waar het huishouden vrijwel zeker niet aan kan voldoen.
- Door tussentijds de rente te verhogen.
- Door tussentijds de voorwaarden voor de consumenten te verslechteren.
- Door het uitstaande bedrag direct op te eisen

Bovendien kan bij langlopende kredieten de motivatie om aan de terugbetalingsverplichtingen te voldoen verdwijnen.

### 1.4 Hoe kunnen de risico's van lenen verkleind worden?

Het niet (kunnen) terugbetalen van de lening is niet alleen een probleem voor de kredietverstrekker (die zijn geld niet terugkrijgt of daar kosten voor moet maken) of het huishouden (dat moeite krijgt om noodzakelijke uitgaven te kunnen doen), maar ook voor de samenleving als geheel. Die moet immers de kosten dragen voor hulp aan en/of maatregelen tegen het betreffende huishouden. Huishoudens die gebukt gaan onder schuldproblemen hebben daarbij last van veel stress, wat ten koste gaat van hun productiviteit en hun gezondheid. Daarnaast ondermijnt niet-terugbetalen het vertrouwen in de samenleving als geheel.

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

Het verlagen van de risico's vraagt daarom inspanningen van de volgende partijen:

- De kredietverstrekkers, die geen geld moeten uitlenen als ze verwachten dat niet terug te krijgen.
- De overheid, die er toezicht op houdt dat de uitleners hun machtspositie niet misbruiken.
- De consumenten, die erop moeten letten dat ze geen financiële verplichtingen aangaan die ze misschien niet terug kunnen betalen.

Hier gaan we in de volgende paragrafen dieper op in.

### 1.4.1 De rol van de overheid

Vanwege de maatschappelijke problemen die excessieve kredietverlening met zich mee kan brengen, heeft de overheid ingegrepen op deze markt. Dit is onder andere gedaan met de Wet Financieel Toezicht (WFT). De overheid stelt ook eisen op ten aanzien van consumptieve kredietverlening.

In Nederland zijn de eisen daaraan en het toezicht daarop de afgelopen 20 jaar veranderd. Ook vanuit Europa worden inmiddels eisen gesteld aan consumptieve kredietverstrekking (CCD).

Zo kent Nederland een maximaal rentepercentage wat nu 14 procent is. Dit maximale rentepercentage beschermt financieel zwakkere klanten tegen woekerrentes. De keerzijde hiervan is dat het voor kredietverstrekkers qua kosten vaak niet rendabel is om kleine bedragen uit te lenen. De kosten zijn immers voor een deel vast en niet afhankelijk van de grootte van de lening (acceptatiebeleid, overhead). Veel kredietverstrekkers bieden dan ook pas krediet aan vanaf minimumbedragen van bijvoorbeeld 5.000 euro.

Huishoudens die een kleiner bedrag willen lenen, zijn vaak aangewezen op andere financieringsmogelijkheden die niet primair bedoeld zijn voor langlopende leningen zoals roodstand en creditcards. Daardoor betalen zij vaak hoge rentes. Een lening via een gemeentelijke kredietbank zou een optie kunnen zijn, maar ook daarvoor worden vaak hoge rentes gevraagd.

De strenge acceptatiecriteria van de consumptief kredietverstrekkers zorgen er voor dat zij geen krediet verstrekken aan huishoudens die willen lenen omdat zij problemen hebben met rondkomen.

De crisis heeft dan ook niet gezorgd voor een toename van consumptief krediet. We zien eerder een daling van het uitstaand krediet.

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

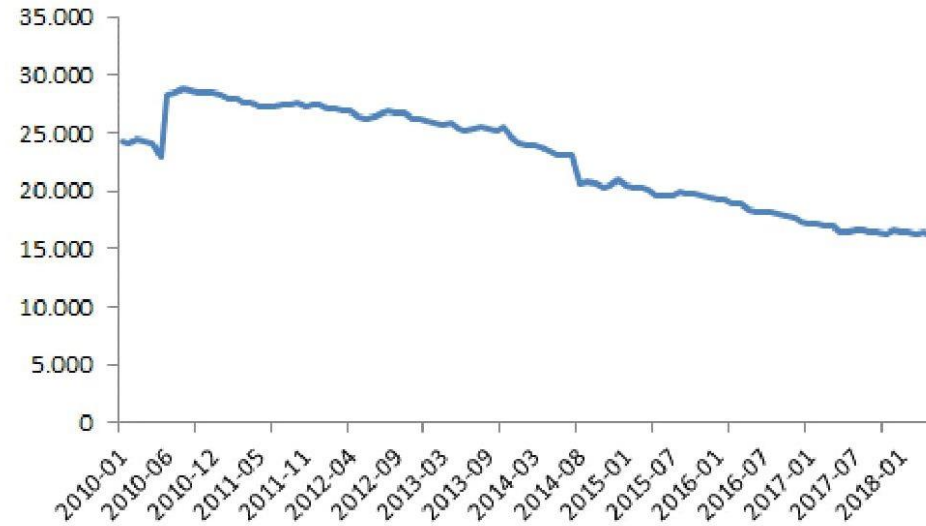
Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

Figuur 1: Uitstaand saldo consumptief krediet bij huishoudens, in miljoenen euro's (bron: DNB)

*Uitstaand saldo consumptief krediet bij huishoudens in € mio*



*bron: DNB tabel 5.2.1: Leningen van MFI's aan de private sector, naar sectoren, oorspronkelijke looptijd en instrument (niet gecorrigeerd voor securitisaties).*

Dit geldt ook voor categorieën als roodstand en creditcards.

### 1.4.2 De rol van kredietverstrekkers

De Nederlandse overheid heeft de verantwoordelijkheid voor het tegengaan van overkreditering neergelegd bij de verstrekkers van consumptieve kredieten. De verstrekkers van consumptief krediet hebben daartoe gedragscodes opgesteld. Zij beoordelen het huishouden van de aanvrager op de volgende criteria:

- het inkomen
- de samenstelling van het huishouden
- de woonlasten
- al bestaande kredietverplichtingen

Hiermee kunnen de kredietverstrekkers bepalen welke maandlast voor het betreffende huishouden maximaal draagbaar is. Zij bieden geen lening aan als het huishouden geen aflossingscapaciteit heeft.

Het aangeboden krediet moet een lagere maandlast hebben dan wat maximaal draagbaar is. Dit krediet kan op verschillende manieren worden ingevuld. Door andere rentepercentages, looptijden of aflosmogelijkheden te hanteren, kan een krediet-op-maat worden vastgesteld. Idealiter sluit dit krediet aan op de wensen van het huishouden en de kenmerken van het product waarvoor geleend wordt.

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## 1.5 Inzicht in het leengedrag van de consument

### 1.5.1 Rationeel-financiële keuzes

Rationeel gezien zouden huishoudens de volgende punten bij zichzelf moeten nagaan:

- Kan ik de verplichtingen nu aan?
- Kan ik de verplichtingen in de toekomst aan (te voorziene gebeurtenissen)?
- Kan ik de verplichtingen aan bij onvoorziene, maar voorstelbare gebeurtenissen?
- Kan ik gedurende de looptijd van de verplichting af? Zo ja, tegen welke kosten en voorwaarden?
- Is deze verplichting het beste voor mij? Zijn er goedkopere alternatieven?
- Wat gebeurt er als ik niet aan de verplichtingen voldoe? Is dat een reden om dit contract wel of niet aan te gaan?

Dit zijn allemaal rationele afwegingen, waarbij consumenten een realistische inschatting van hun toekomstige financiële situatie moeten maken. Leenbeslissingen zijn echter geen volledig rationele afweging.

### 1.5.2 (Ir)rationele keuzes

Bij het afsluiten van een lening moeten consumenten niet alleen nadenken over het bedrag dat ze nu nodig hebben, maar ook over in hoeverre ze de verplichtingen in de toekomst kunnen blijven nakomen. Deze afweging tussen huidige wensen en toekomstige verplichtingen zorgt ervoor dat de keuze voor een lening een ingewikkelde afweging wordt. Vanuit de psychologie weten we namelijk dat mensen niet altijd op een rationele manier keuzes maken, maar dat ze vaak simpele, efficiënte regels (*biases*) gebruiken om keuzes te maken (Kahneman & Tversky, 1979). Een van deze biases is bijvoorbeeld de *present bias*: mensen zijn van nature meer op het heden gericht dan op de toekomst. Hierdoor wordt meer aandacht geschonken aan datgene dat met de lening wordt gekocht, dan aan de toekomstige consequenties van de lening. En zelfs als de consument deze consequenties wel in overweging neemt, dan is het nog lastig om een realistische inschatting van de toekomst te maken. Mensen zijn namelijk (te) optimistisch over de toekomst (*optimism bias*). Vandaag beginnen met sparen wordt bijvoorbeeld vaak uitgesteld tot morgen, met het idee dat het dan wel zal lukken. Ze vergeten echter dat ze ook dan te maken zullen hebben met wensen en onverwachte uitgaven. Uit een studie blijkt bijvoorbeeld dat consumenten hun toekomstige uitgaven met gemiddeld 33 procent onderschatten (Peetz & Buehler, 2009). Op het moment van afsluiten is het dus lastig om een realistische inschatting te maken van toekomstige (on)verwachte uitgaven, waardoor de financiële druk van de maandelijkse aflossing onderschat kan worden.

### 1.5.3 Financiële schaarste

Dit soort biases kunnen er dus voor zorgen dat consumenten suboptimale beslissingen nemen, zeker als het gaat om complexere situaties waarbij ze onzekerheid in de toekomst moeten meewegen om een goede keuze te kunnen maken. Voor sommige mensen is dit echter nog moeilijker dan voor anderen. Mensen die te maken hebben met financiële schaarste zijn bijvoorbeeld meer op de korte termijn gericht (Shah, Zhao, Mullainathan & Shafir, 2018; Mani, Mullainathan, Shafir & Zhao, 2013; Shah, Mullainathan & Shafir, 2012). Zij zijn constant bezig met rondkomen van het geld dat ze op dit moment hebben, waardoor nadenken over de toekomst geen prioriteit heeft. Het gaat hier dan niet

## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

#### Bijlage 1

#### Bijlage 2

#### Bijlage 3

#### Bijlage 4

alleen om mensen met een laag inkomen: het gaat om de subjectieve ervaring van geld tekort. Iemand met een hoog inkomen, maar nog hogere uitgaven, kan ook geld tekort ervaren.

Als we het over lenen hebben is de kans groot dat in ieder geval een gedeelte van de mensen die een lening willen afsluiten, financiële schaarste ervaart. Iemand die een lening afsluit wil immers meer uitgeven dan hij/zij op dat moment heeft. De mate van schaarste zal echter verschillen afhankelijk van of iemand een lening afsluit om noodzakelijke uitgaven te kunnen doen of om de leefomstandigheden te verbeteren (Norton, 1993; Berthoud & Kempson, 1992). Het is niet wenselijk dat leningen worden aangeboden aan mensen die krediet nodig hebben om voor iedereen noodzakelijke uitgaven te kunnen bekostigen. Deze groep is immers kwetsbaar en de verplichting van de lening zal de schaarstegevoelens alleen maar doen toenemen. De kans dat de lening niet wordt terugbetaald is dan aanzienlijk. In dit onderzoek kijken we in hoeverre huishoudens met een persoonlijke lening schaarste ervaren. Dat kan iets zeggen over de adequaatheid van de acceptatieprocedure.

#### 1.5.4 De invloed van de keuzeomgeving

Daarnaast heeft ook de keuzeomgeving – de manier waarop keuzes en informatie worden gepresenteerd – invloed op de beslissingen die mensen nemen (o.a. Thaler & Sunstein, 2009; Kahneman, 2011; Tversky & Kahneman, 1979). Uit wetenschappelijk onderzoek (zie bijv. Kahneman, 2011) en onderzoek van de AFM blijkt bijvoorbeeld dat consumenten geneigd zijn om meer geld te lenen als er een hoge ‘ankerwaarde’ wordt gepresenteerd. Als consumenten op de website van de kredietverstrekker komen en bij het invulveld, waar ze aan kunnen geven welk bedrag ze willen lenen, staat meteen 5.000 euro ingevuld, dan zullen ze meer lenen dan wanneer daar nul euro is ingevuld. Consumenten gebruiken namelijk elementen uit de context als referentiepunt bij een beslissing, terwijl dat niet altijd relevante informatie is. De aanbeveling van de AFM om het anker op het minimum te zetten wordt dan ook al veelvuldig overgenomen op de websites van kredietverstrekkers. Er zijn echter nog veel meer manieren waarop het gedrag van consumenten door de website beïnvloed kan worden. Bij sommige kredietverstrekkers kies je bijvoorbeeld actief voor een leenbedrag en een looptijd, terwijl je bij andere actief kiest voor een leenbedrag en het maandbedrag. En als de consument actief een looptijd moet kiezen, dan gaat dit bijna altijd in stappen van 12 maanden en wordt de tijd gecommuniceerd in maanden in plaats van jaren. Al deze manieren waarop websites zijn vormgegeven kunnen (gewild of ongewild) invloed hebben op de uiteindelijke leenbeslissing die de consument neemt. Er is echter nog weinig bewijs vanuit het werkveld beschikbaar dat aantoont of en wat voor invloed de keuzeomgeving daadwerkelijk heeft op het leengedrag van consumenten. Het meeste onderzoek is namelijk niet uitgevoerd onder consumenten die daadwerkelijk een lening willen afsluiten. Ondanks het feit dat deze onderzoeken indicaties geven van gedrag, blijft het de vraag in hoeverre het overeenkomt met echte situaties.

In het huidige onderzoek hebben we daarom de samenwerking met kredietverstrekkers gezocht, om daadwerkelijk te kunnen testen wat een (kleine) verandering op de website voor invloed heeft op de lening die consumenten kiezen. We hebben onderzocht in hoeverre het saillanter maken van het totaalbedrag (lening inclusief rente) tot andere keuzes leidt. Veel kredietverstrekkers laten een samenvatting van de krediettabel zien op de webpagina waar consumenten de lening aanvragen. Het totaalbedrag staat hier normaliter onderaan, maar in ons onderzoek hebben we het totaalbedrag

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

bovenaan in de tabel neergezet, om het meer te laten opvallen. De resultaten hiervan staan in onderzoek 2 (vanaf pagina 40).

### 1.6 Afbakening onderzoek

We richten ons in dit onderzoek op consumptief krediet, en dan nog specifiek op persoonlijke leningen.

Dat betekent dat we het hier niet hebben over:

1. Het leveren van goederen op rekening. Hiervoor wordt normaliter geen rente in rekening gebracht.
2. Geld lenen met een onderpand. De uitlener kan het onderpand tot zijn beschikking krijgen als de leners zich niet aan de verplichtingen houdt. Een hypotheek is hier het belangrijkste voorbeeld van.
3. Geldleningen van niet-commerciële partijen zoals de overheid (DUO studieleningen, leningen in het kader van bijstandsverlening, saneringskredieten) of familie.
4. Leningen door ondernemers/zakelijke kredieten.
5. Leningen bedoeld voor korte overbruggingsperioden (roodstand, creditcards).
6. Huren. Hierbij sluit je een contract waarbij je betaalt voor het gebruik van het product, maar waarbij je geen eigenaar wordt. De huur van een woning of een fiets bijvoorbeeld. Ook private lease (van auto's) valt hier onder. Huur valt niet onder de wettelijke definitie van krediet.
7. Het verpanden van goederen. Hierbij stellen huishoudens het pand (bijvoorbeeld sieraden) ter beschikking en krijgen daar geld voor, met het recht op terugkoop.

### 1.7 Leeswijzer

In dit rapport worden de resultaten van twee separate onderzoeken beschreven. Hierna volgen de resultaten van *Onderzoek 1 | Leners ondervraagd*. In dit onderzoek zijn 850 consumenten ondervraagd die in de afgelopen twee jaar een persoonlijke lening via een intermediair hebben afgesloten. Vervolgens komt *Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving* aan bod. In dit onderzoek hebben we in samenwerking met kredietverstrekkers gekeken in hoeverre kleine aanpassingen op de website invloed hebben op de lening die consumenten kiezen.

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

### 1. Inleiding

In dit onderzoek zijn 850 consumenten ondervraagd die in de afgelopen twee jaar een persoonlijke lening via een intermediair hebben afgesloten.

Het Nibud streeft naar een Nederland zonder geldproblemen. Om geldproblemen te voorkomen is het belangrijk om te weten welke aspecten van invloed zijn op het ontstaan van problemen. Leningen kunnen een risico vormen voor een duurzaam financieel welzijn. Het aangaan van een lening gaat immers altijd om een langetermijnverplichting die niet alleen nu, maar ook in de toekomst nagekomen moet (kunnen) worden. Om verantwoord te lenen moet de consument zich aan de volgende voorwaarden houden:

- Alleen geld lenen als binnen de afgesproken termijn het geleende bedrag en de rente terugbetaald kan worden.
- Rekening houden met de (financiële) consequenties van kopen op afbetaling, een lening, roodstand en een creditcardkrediet vóórdat van een van deze leenvormen gebruik wordt gemaakt.

In hoeverre maakten consumenten met een persoonlijke lening een verantwoorde keuze en namen ze de consequenties voldoende mee bij hun beslissing? En komt dat dan ook tot uiting in hoe ze de lening ervaren?

#### 1.1 Doelgroep

Het onderzoek bevat de antwoorden van 850 mensen die minder dan twee jaar geleden een persoonlijke lening hebben afgesloten. De respondenten zijn geworven bij vier kredietintermediairs. Dit zijn bedrijven die gespecialiseerd zijn in het bemiddelen van en eventueel adviseren over consumptief krediet. Twee van deze intermediairs werken op execution only basis, en twee werken met advies.

Veel vragen in dit onderzoek gaan over de afsluitfase en de overwegingen die consumenten hierin hebben meegenomen. Het is daarbij van belang om te bedenken dat we deze vragen gesteld hebben terwijl de lening al een tijdje loopt en consumenten dus terugkijken op een proces dat ze eerder hebben doorlopen.

Tabel 1: Hoe lang geleden de lening is afgesloten (n=850)

Lening afgesloten	%
Maximaal 6 maanden geleden	24
6 maanden tot 1 jaar geleden	38
Langer dan 1 jaar geleden	35
Weet ik niet	4



## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

#### Bijlage 1

#### Bijlage 2

#### Bijlage 3

#### Bijlage 4

## Wie hebben er een persoonlijke lening?

Om in aanmerking te komen voor een persoonlijke lening moeten consumenten aan een aantal acceptatiecriteria voldoen. Het gaat hierbij dus om huishoudens die geaccepteerd zijn voor een relatief hoge lening op grond van hun inkomen en overige financiële situatie. Omdat de lening kort geleden is afgesloten, is het zeer waarschijnlijk dat verreweg de meesten geen levensloopbreuk hebben meegemaakt sinds het afsluiten van de lening. De consumenten in dit onderzoek vormen daarom geen dwarsdoorsnede van de typische lener.

In tabel 2 staan de achtergrondkenmerken van de huishoudens in het onderzoek weergegeven. Daarnaast zijn CBS gegevens van de gehele bevolking toegevoegd voor de vergelijking. In vergelijking met de gehele bevolking, zijn in ons onderzoek niet alle leeftijdscategorieën gelijkelijk verdeeld. Vooral huishoudens in de leeftijdscategorieën 36 tot en met 65 jaar hebben relatief vaker een persoonlijke lening afgesloten. Onder de 35 jaar en boven de 65 jaar komt het minder vaak voor. Deze leeftijdsverdeling zorgt er ook voor dat huishoudens met een partner en huishoudens met kinderen relatief vaker een lening hebben.

Als we naar de inkomensverdeling kijken, zien we dat het vooral huishoudens met een modaal of bovenmodaal inkomen zijn die een persoonlijke lening hebben afgesloten. Uit CBS data blijkt dat ongeveer een derde van de huishoudens een besteedbaar maandinkomen van minder dan 2.000 euro heeft, terwijl dit bij de huishoudens met een persoonlijke lening slechts voor 4 procent geldt. Ook bij de allerhoogste inkomens zien we minder persoonlijke leningen.

Tabel 2: Achtergrondkenmerken onderzoek in vergelijking met landelijke cijfers

	Onderzoek (n=850)	Landelijk		Onderzoek (n=850)	Landelijk
	%	%		%	%
<b>Inkomen (netto)</b>			<b>(CBS-bestedbaar Leefijd inkomen)</b>		
€ 1.500 of minder	<1	17	20 t/m 35 jaar	15	24
€ 1.500 tot € 2.000	3	14	36 t/m 45 jaar	20	15
€ 2.000 tot € 2.500	13	13	46 t/m 55 jaar	35	19
€ 2.500 tot € 3.000	14	11	56 t/m 65 jaar	25	17
€ 3.000 tot € 3.500	16	9	66 jaar en ouder	5	24
€ 3.500 tot € 4.000	15	8			
€ 4.000 tot € 4.500	16	7	<b>Huishoudens met partner</b>	79	62
€ 4.500 tot € 5.000	10	6			
€ 5.000 tot € 5.500	5	4	<b>Huishoudens met kinderen</b>	55	33
€ 5.500 tot € 6.000	3	3			
€ 6.000 of meer	4	10			

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## 1.2 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 starten we met de kenmerken van de gekozen lening: met welk doel heeft de consument de lening afgesloten, hoe hoog is de doorsnee lening en voor welke looptijd wordt het vaakst gekozen? In hoofdstuk 3 zoomen we in op hoe consumenten deze keuzes maken. Welke aspecten van de lening vonden ze belangrijk tijdens het maken van de keuze? En wisten ze vooraf hoeveel ze wilden lenen? Hoofdstuk 4 gaat over hoe de lening op dit moment ervaren wordt: zijn de consumenten tevreden met hun lening? En stel ze zouden de keuze opnieuw moeten maken – wetende wat ze nu weten – zouden ze dan dezelfde lening kiezen? In bijlage 1 en 2 wordt nog extra achtergrondinformatie gegeven: de onderzoeksverantwoording en de gedetailleerde regressies.

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## 2. Kenmerken van de afgesloten lening

In dit hoofdstuk richten we ons op de kenmerken van de leningen die consumenten hebben afgesloten. Met welk doel hebben ze de lening afgesloten, hoe hoog is de doorsnee lening en voor welke looptijd wordt het vaakst gekozen?

### 2.1 Doel van de lening

Bijna alle leners hebben een specifiek doel gehad bij het afsluiten van een lening. De meeste leners uit deze groep sluiten een lening af voor een duurzaam consumptiegoed. Een woningverbetering (22 procent) en de aanschaf van een auto/motor (18 procent) worden het meest genoemd. Voor slechts een klein gedeelte (2 procent) is het vergroten van de bestedingsruimte in verband met (tijdelijk) moeilijk rondkomen de reden geweest om een lening af te sluiten.

Tabel 3: Doel van de lening (n=850)

	%
Oversluiting	31
Verbouwing/woningverbetering	22
Auto/motor	18
Restschuldfinanciering	6
Om een openstaande schuld te kunnen betalen	5
Recreatiewoning/tweede woning	4
Caravan/camping	3
Verhuizing	2
Ik kom/kwam (tijdelijk) moeilijk rond	2
Boot	1
De lening had geen specifiek doel	1
Studie van mijn (klein)kind	<1
Anders, namelijk	6

### Oversluiting

Ongeveer een derde van de leningen bestaat uit oversluitingen. Bij een oversluiting is het oorspronkelijke doel al een tijd geleden aangeschaft. Een consument kan één of meer leningen laten oversluiten. In het laatste geval worden meerdere leningen gecombineerd tot één lening, waardoor de consument nog maar één aflossing heeft. Bij de oversluitingen, gaat het in 46 procent om het oversluiten van meerdere leningen.

### 2.2 Redenen om een lening af te sluiten

Voor de financiering van een dienst of product bestaan diverse mogelijkheden. Het kopen met behulp van spaargeld is financieel meestal het gunstigst, maar dat is niet altijd mogelijk of gewenst. Een lening kan dan een alternatief zijn.

## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

##### 1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

##### 1. Inleiding

##### 2. Kenmerken van de afgesloten lening

##### 3. Het keuzeproces

##### 4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

##### 1. Inleiding

##### 2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

#### Bijlage 1

#### Bijlage 2

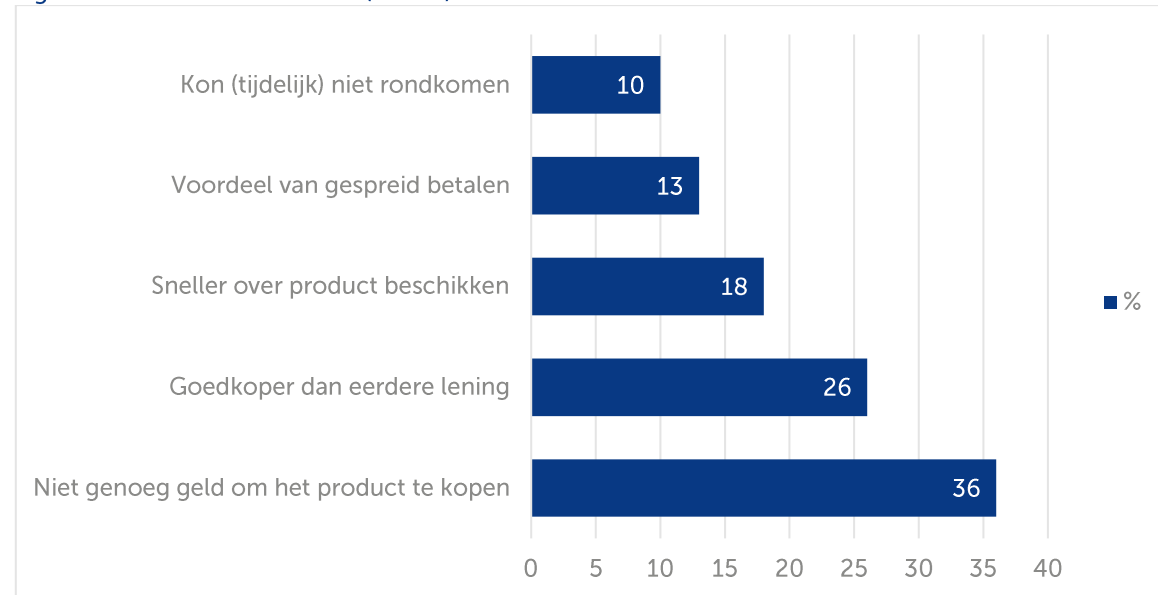
#### Bijlage 3

#### Bijlage 4

De meest genoemde reden om een persoonlijke lening af te sluiten is dat men niet genoeg geld had om het product te kopen. Natuurlijk is dat een subjectieve beleving van mensen, want wat is niet genoeg? En was de aankoop echt noodzakelijk op dat moment, of had men nog kunnen wachten? Sommigen gaven aan dat ze overvallen werden door extra kosten, bijvoorbeeld omdat een verbouwing qua kosten tegenviel of dat ze bij de aankoop van een huis toch tegen meer kosten aanliepen. Ook restschulden werden genoemd.

Voor de oversluiters was de financiële prikkel een belangrijke reden. Naast de lagere maandlasten werd ook genoemd dat men door een lagere rente en gelijke maandlasten de looptijd kon verkorten. Een andere reden die genoemd werd om over te sluiten is het betere overzicht door verschillende leningen over te sluiten naar één lening.

Figuur 2: Redenen om te lenen (n=850)



### 2.3 Het geleende bedrag

Veel kredietverstrekkers hanteren minimum bedragen voor leningen. Voor kleinere kredieten is de vergoeding die zij via de rente ontvangen zo laag, dat ze de kosten van de afhandeling van een dergelijke lening niet wensen te dragen. Dit betekent voor dit onderzoek dat het om vrij forse leningen gaat (zie figuur 3). Twee derde van de leningen is groter dan 15.000 euro. 6 procent van de leners weet niet (meer) hoe hoog het bedrag is dat ze hebben geleend.

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

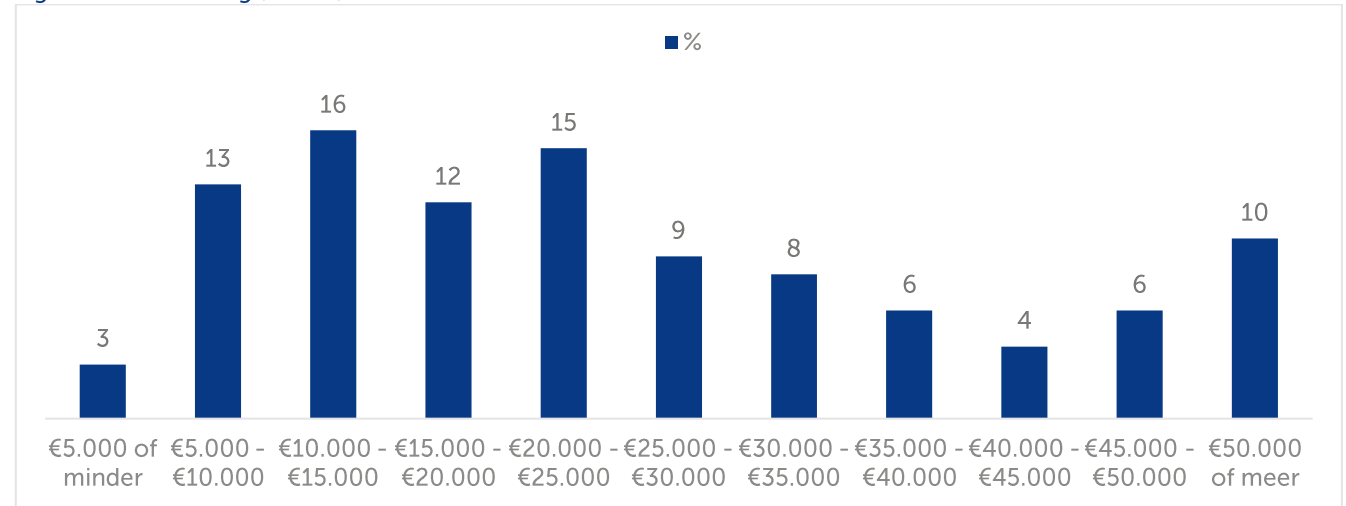
Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

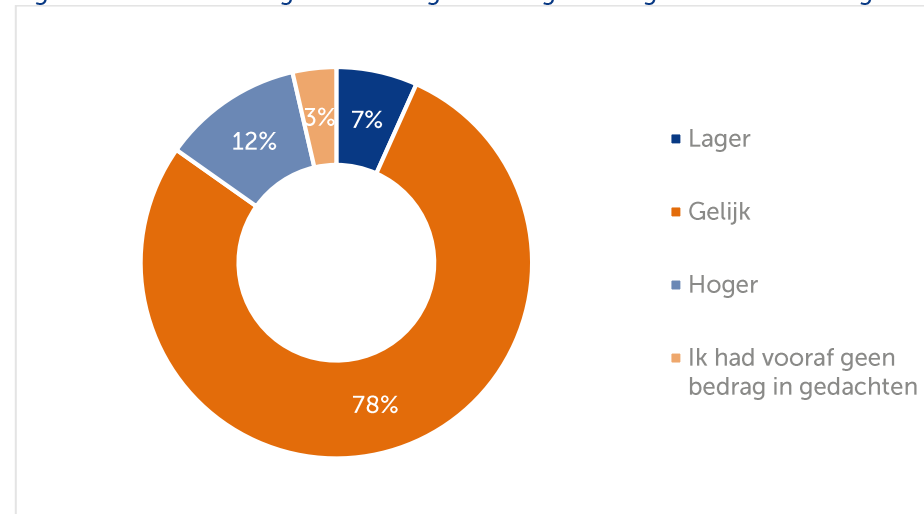
Figuur 3: Leenbedrag (n=799)



### Was de lening lager of hoger dan vooraf gedacht?

Aan de leners is ook gevraagd in hoeverre het uiteindelijke bedrag dat ze hebben geleend lager of hoger was dan ze vooraf in gedachten hadden. 78 procent geeft aan dat het gelijk was aan wat ze hadden verwacht (zie figuur 4).

Figuur 4: Was het bedrag dat u heeft geleend lager of hoger dan u vooraf in gedachten had? (n=850)



## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

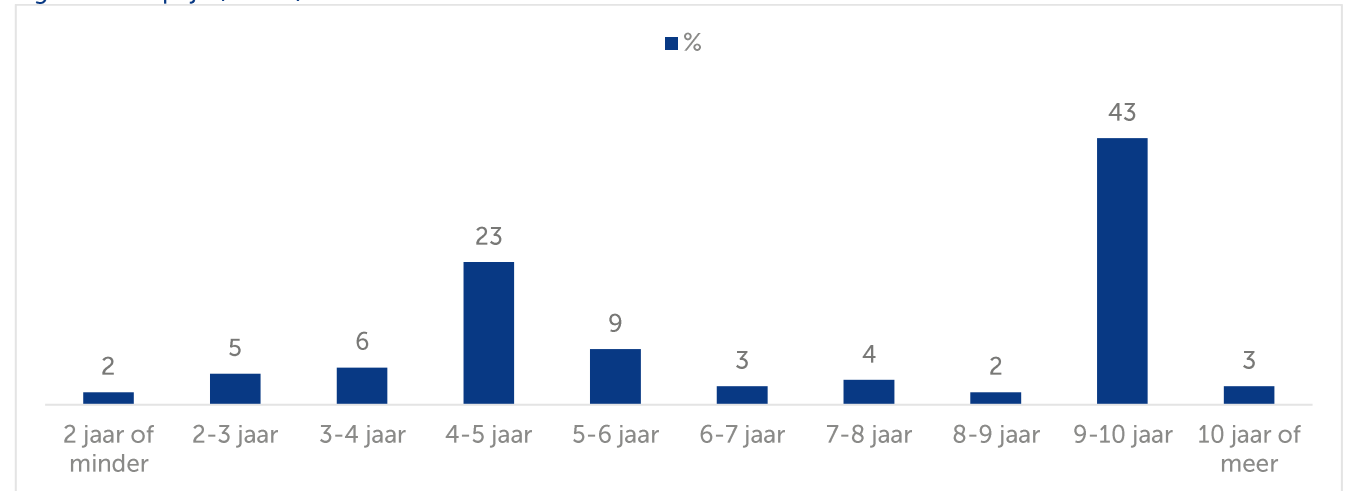
Bijlage 3

Bijlage 4

## 2.4 Looptijd

Als we kijken naar de looptijd, dan zien we dat vaak wordt gekozen voor ronde getallen: 23 procent heeft een looptijd van 5 jaar (60 maanden) en 43 procent een looptijd van 120 maanden (10 jaar). 13 procent weet niet (meer) wat de looptijd van de lening was.

Figuur 5: Looptijd (n=739)



## 2.5 De maandlasten

De meeste consumenten lossen 400 euro of minder per maand af aan hun lening. 9 procent heeft maandlasten van 700 euro of meer. 4 procent van de consumenten weet niet hoeveel ze maandelijks aflossen op hun lening.

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

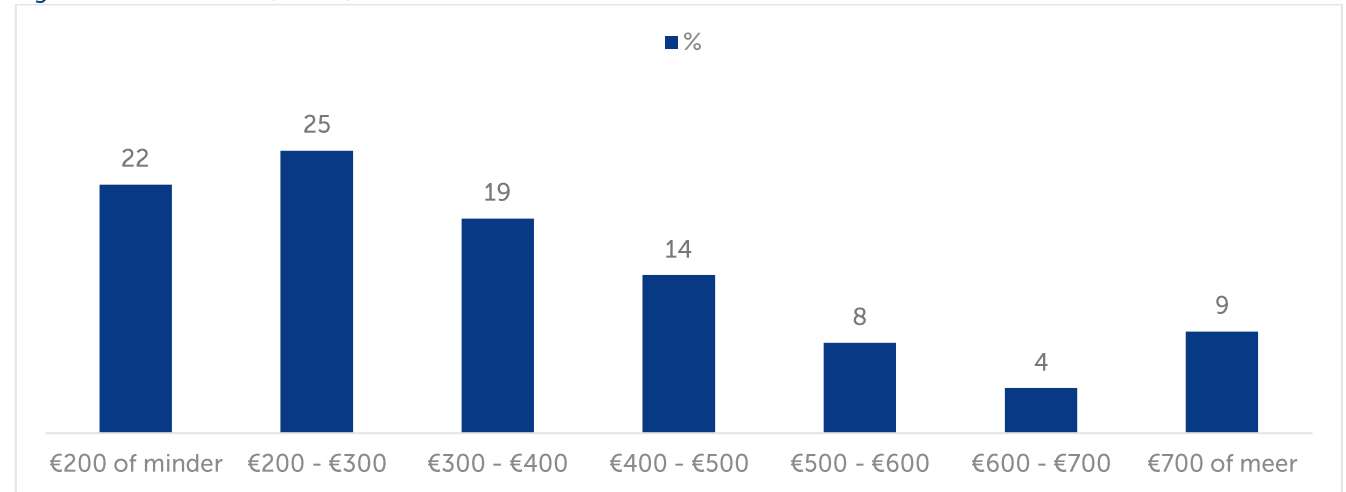
Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

Figuur 6: Maandlasten (n=816)



### Extra aflossen

15 procent van de leners heeft sinds de start van de lening extra afgelost. Consumenten die een lening via advies hebben afgesloten, hebben vaker extra afgelost dan degenen die een lening via execution only hebben afgesloten: respectievelijk 18 tegen 13 procent.

### 2.6 Leningen per doel

Bovenstaande kenmerken geven een goede indruk van de leningen die mensen hebben afgesloten. Het is echter ook interessant om te kijken in hoeverre de leningen die worden afgesloten verschillen per leendoel (zie tabel 4). De (mediane) bedragen zijn voor de belangrijkste drie doelen:

- Voor een auto: 15.000 euro met een looptijd van 5 jaar bijeen maandlast van 250 euro.
- Voor een verbouwing/woningverbetering: 25.000 euro in 10 jaar bij een maandlast van 300 euro.
- Voor oversluiten: 30.000 euro in 9 jaar, voor een maandlast van circa 400 euro.

## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

### Literatuurlijst

- Bijlage 1
- Bijlage 2
- Bijlage 3
- Bijlage 4

Tabel 4: Kenmerken van de lening, naar doel

	Auto (n=157)	Verbouwing (n=184)	Oversluiting (n=263)	Totaal (n=850)
<b>Hoogte lening (€)</b>				
Mediaan	€ 15.000	€ 25.000	€ 30.000	€ 25.000
Weet niet (%)	6%	5%	8%	6%
<b>Looptijd (maanden)</b>				
Mediaan	60 maanden	120 maanden	108 maanden	96 maanden
Weet niet	11%	9%	<u>16%</u>	13%
<b>Totaalbedrag (incl. rente)</b>				
Mediaan	€ 16.000	€ 25.740	€ 33.000	€ 27.000
Weet niet (%)	41%	37%	37%	38%
<b>Maandbedrag</b>				
Mediaan	€ 250	€ 300	€ 397	€ 310
Weet niet (%)	3%	4%	4%	4%
<b>Extra afgelost (%)</b>	16%	11%	12%	15%

Oversluiters zijn zich minder bewust van de looptijd van de lening dan andere leners: 17 procent van de oversluiters weet niet (meer) wat de looptijd is, tegen 11 procent van degenen die voor een auto hebben geleend en 9 procent van degenen die voor een verbouwing hebben geleend. Het minst bewust zijn de ondervraagden zich van het totaalbedrag (inclusief rente) van de lening: 38 procent van de leners weet niet (meer) wat het totaalbedrag van de lening was. De hoogte van het aspect van de lening waar de consument het meest mee in aanraking komt – het maandbedrag – weet het merendeel (96 procent) wel.



## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeprocess

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## 3. Het keuzeprocess

Voordat consumenten een lening afsluiten, moeten ze veel beslissingen nemen. Willen ze eigenlijk wel een lening? Wat is de hoogte van het leenbedrag? Wat is de looptijd? Wat is het maandbedrag? Maar ook bijvoorbeeld: bij welke partij sluit ik de lening af? En kiezen ze hierbij voor advies of voor execution only? In dit hoofdstuk zoomen we in op hoe consumenten deze keuzes maken. Welke aspecten van de lening vonden ze belangrijk tijdens het maken van de keuze? En wisten ze vooraf hoeveel ze wilden lenen?

### 3.1 Voorbereiding voor het afsluiten van een lening

Bijna iedereen geeft de volgende overwegingen aan voordat ze de lening aangingen:

- Ze wisten hoeveel ze wilden lenen.
- Ze hadden gekeken of ze de aflossing konden betalen.
- Ze hadden over de consequenties nagedacht.

Tabel 5: Stellingen over de voorbereiding voor het afsluiten van een lening (n=850)

	(Helemaal) oneens	Niet eens, niet oneens	(Helemaal) eens
	%	%	%
Voordat ik de lening ging afsluiten, wist ik hoeveel ik wilde lenen	3	5	92
Ik heb meerdere leningen en kredietverstrekkers vergeleken voordat ik een keuze maakte	10	8	82
De hoogte van de lening heb ik af laten hangen van hoeveel ik kon lenen	57	16	28
Ik wil de lening zo snel mogelijk afbetalen	6	25	69
Voordat ik de lening heb afgesloten, heb ik gekeken of ik de aflossing kon betalen	2	2	96
Voordat ik de lening aanging, heb ik over de consequenties nagedacht	1	4	95

Het is opvallend dat 28 procent zegt dat ze de hoogte van de lening hebben laten afhangen van hoeveel ze konden lenen, terwijl 92 procent zegt dat ze vooraf wisten hoeveel ze wilden lenen. Ondanks het feit dat bijna iedereen vooraf dus een beeld heeft van wat ze willen lenen, laat circa 3 op de 10 de uiteindelijke lening toch ook afhangen van hoeveel ze daadwerkelijk kunnen lenen. Dit zou erop kunnen wijzen dat deze respondenten minder konden lenen dan ze hadden gewild. Dat blijkt ook uit tabel 6. Degenen die de lening van het maximum bedrag hebben laten afhangen, geven vaker aan een lager bedrag te hebben geleend dan ze vooraf hadden gedacht: 13 procent tegen 4 procent van degenen die het leenbedrag niet hebben laten afhangen van het minimum.

## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

- Bijlage 1
- Bijlage 2
- Bijlage 3
- Bijlage 4

Tabel 6: Krusing tussen in hoeverre iemand de hoogte van de lening heeft laten afhangen van hoeveel ze konden lenen en of ze uiteindelijk een lager of hoger bedrag hebben geleend dan ze vooraf in gedachten hadden (n=850)

De hoogte van de lening heb ik af laten hangen van hoeveel ik kon lenen	(Helemaal) oneens	Niet eens, niet oneens	(Helemaal) eens	Totaal
	%	%	%	%
<b>Is het bedrag dat u uiteindelijk heeft geleend lager of hoger dan u vooraf in gedachten had?</b>				
Lager	4	6	13	7
Gelijk	84	78	66	78
Hoger	10	11	14	12
Ik had vooraf geen bedrag in gedachten	2	5	6	4

### 3.2 Keuze voor de intermediair

De huishoudens hebben hun lening afgesloten via een intermediair. Een aantal van deze intermediairs werkt op adviesbasis. Zij adviseren welke lening het beste is voor de klant. Andere intermediairs werken op basis van execution only. Hierbij neemt de klant zelfstandig een beslissing. Uiteraard geven deze intermediairs wel informatie over de kenmerken van de leningen, maar zij sturen de klant niet (expliciet) aan.

De eerste keus die mensen maken is met welke intermediair zij in zee gaan. De huishoudens geven aan dat de belangrijkste twee factoren die bij deze beslissing een rol spelen de snelheid waarmee alles geregeld werd en de lage rente zijn. Blijkbaar speelt zowel het financieel-rationele als het gemak een rol. Opvallend is dat de groep die het krijgen van advies als voordeel noemt ongeveer net zo groot is als de groep die het zelfstandig kunnen afsluiten als voordeel noemt. Blijkbaar is er voor beide typen consumenten een markt.

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

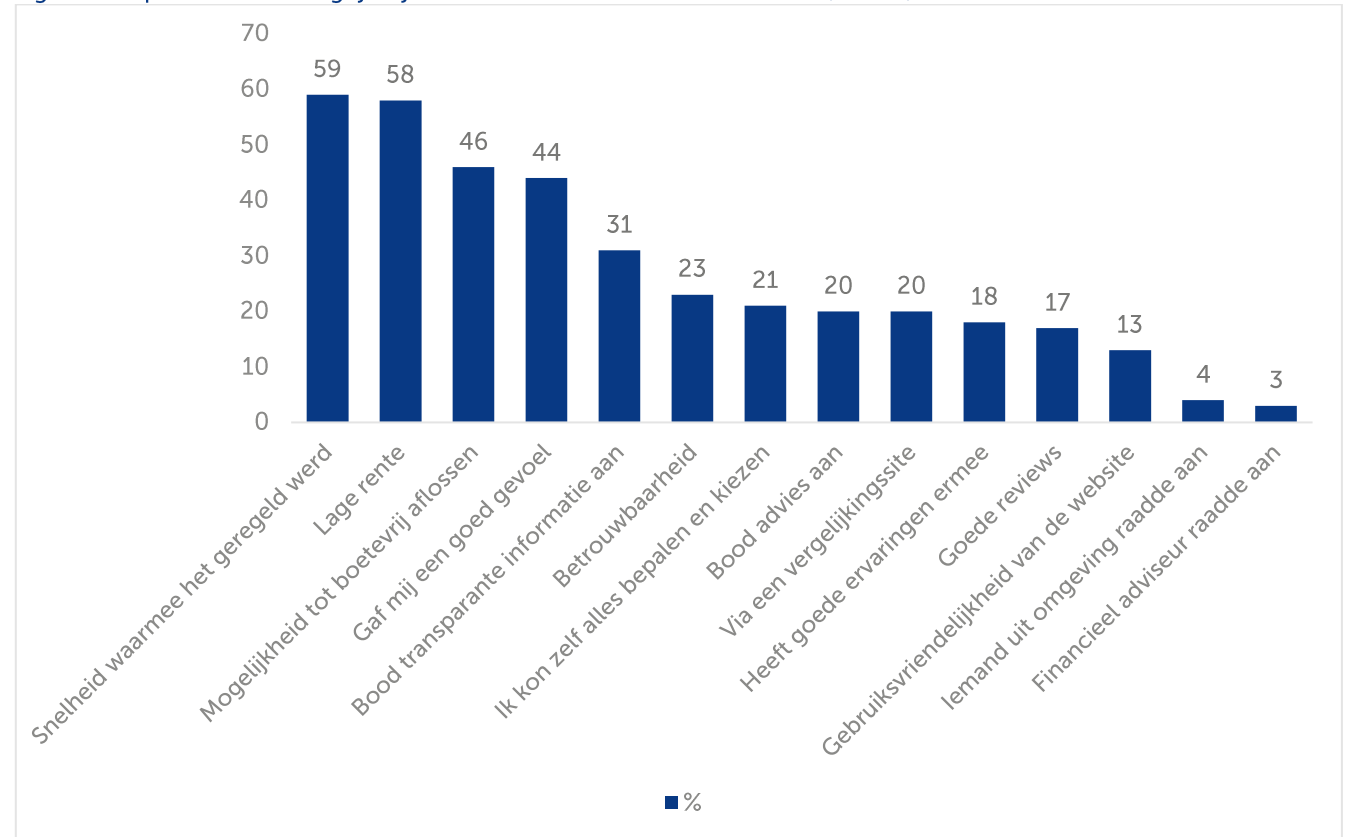
Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

Figuur 7: Aspecten die belangrijk zijn voor de keuze van een intermediair (n=850)



### Advies versus execution only

Van de vier intermediairs die hebben meegedaan aan het onderzoek, werken er twee op execution only-basis en twee op adviesbasis. Voor mensen die voor een partij hebben gekozen waarbij je via execution only een lening afsluit, lijken betrouwbaarheid en een goed gevoel belangrijkere drijfveren te zijn dan voor mensen die voor een intermediair hebben gekozen die advies aanbiedt (zie tabel 6). Een mogelijke verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat er bij advies meestal meer sprake is van menselijke interactie die, als het goed is, haast automatisch betrouwbaarheid en het goede gevoel met zich meebrengen. Wanneer er sprake is van execution only, moeten betrouwbaarheid en het goede gevoel langs andere kanalen worden overgebracht. Daarnaast vinden mensen die een partij hebben gekozen die op execution only-basis werkt, de lage rente een belangrijker aspect dan mensen die voor advies hebben gekozen.

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

Tabel 7: Aspecten die belangrijk zijn voor de keuze van een intermediair, naar manier van afsluiten

	Execution only (n=504)	Advies (n=346)
	%	%
Betrouwbaarheid	26	18
De intermediair gaf mij een goed gevoel	47	38
De intermediair bood advies aan	17	25
Lage rente	61	54
Goede reviews	19	14
Iemand uit mijn omgeving raadde de intermediair aan	4	3
Mijn financieel adviseur raadde de intermediair aan	2	4
Via een vergelijkings-site kwam ik bij de intermediair uit	13	29
Ik kon alles zelf bepalen en kiezen	23	19
De snelheid waarmee alles geregeld werd	58	60
Ik heb goede ervaringen met de intermediair	16	21
De intermediair bood transparante informatie aan	31	31
De gebruiksvriendelijkheid van de website	15	11
De mogelijkheid tot boetevrij aflossen	47	45

### 3.3 Het belang van de financiële aspecten

Aan een lening zitten veel financiële aspecten. Het gaat niet alleen om het te lenen bedrag, maar ook om het rentepercentage, de looptijd, het maandbedrag en de totale kosten van de lening. Deze aspecten hangen met elkaar samen. In het begrip "Totale kosten van de lening" komen ze allemaal samen. De totale kosten van de lening zijn hoger bij de volgende drie aspecten:

- een hoger te lenen bedrag
- een hoger rentepercentage
- een langere looptijd

Het maandbedrag is een wat versluiserend begrip: bij een gelijk te lenen bedrag en een langere looptijd is het maandbedrag weliswaar lager, maar zijn de totale kosten hoger, omdat er meer rente betaald wordt.

Op welke van deze financiële aspecten letten mensen bij het uitkiezen van het type lening? Het blijkt dat het rentepercentage, het te lenen bedrag en de hoogte van het maandbedrag veruit de belangrijkste zaken zijn (zie figuur 8). Het kostenaspect zoals dat naar voren komt in de looptijd of totale krediet som wordt belangrijk of zeer belangrijk geacht door iets minder mensen, maar toch door ruim 80 procent.

Bij een persoonlijke lening lijken mensen het maximaal te lenen bedrag niet zo van belang te vinden. Terwijl dit bij hypothecair krediet vaak wel het startpunt is.

## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

##### 1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

##### 1. Inleiding

##### 2. Kenmerken van de afgesloten lening

##### 3. Het keuzeproces

##### 4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de

#### keuzeomgeving

##### 1. Inleiding

##### 2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

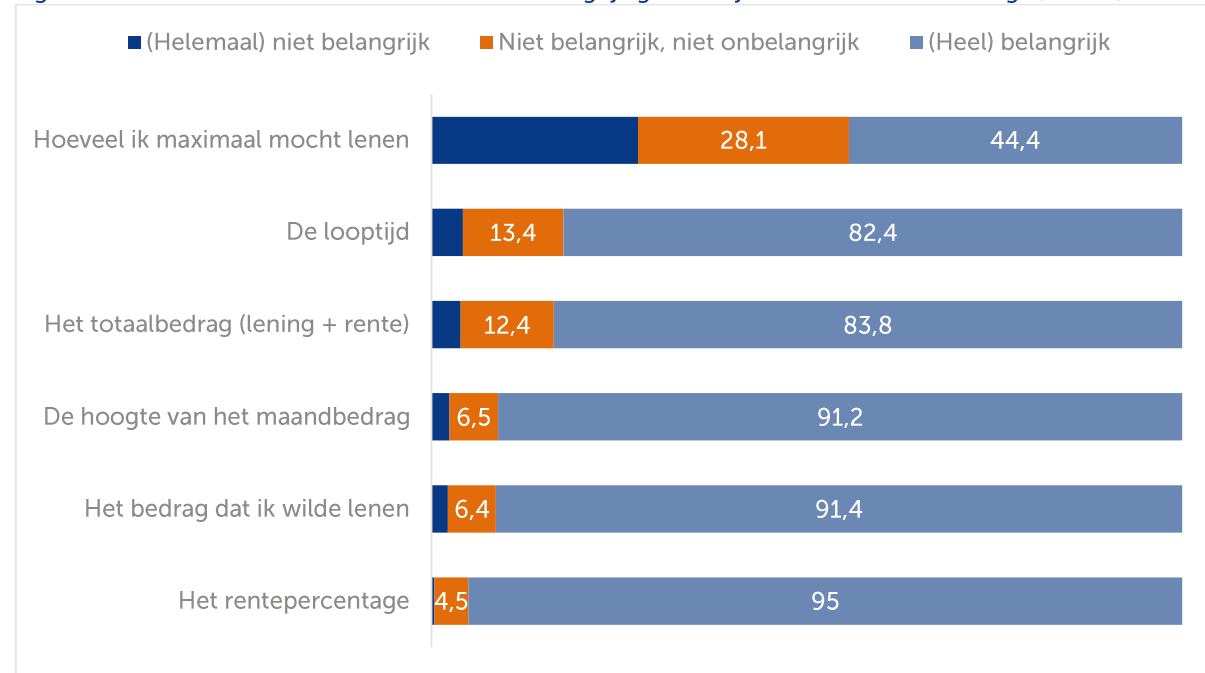
#### Bijlage 1

#### Bijlage 2

#### Bijlage 3

#### Bijlage 4

Figuur 8: Welke financiële criteria worden als belangrijk gezien bij het kiezen van de lening? (n=850)



## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## 4. Ervaring van de lening

In dit hoofdstuk gaan we in op hoe de lening op dit moment ervaren wordt: zijn de consumenten tevreden met hun lening? Bracht de lening rust in de financiële situatie of is de lening juist een last voor de consument? En stel, ze zouden de keuze opnieuw moeten maken – wetende wat ze nu weten – zouden ze dan dezelfde lening kiezen?

### 4.1 Tevredenheid

Van een aantal aspecten hebben we gevraagd hoe tevreden men daarmee is. Over het algemeen is men heel tevreden met de lening: 92 procent geeft dit aan. Slechts sporadisch komen we een ontevreden klant tegen. De meeste problemen heeft men met het rentepercentage. Hier is 9 procent (zeer) ontevreden over.

Tabel 8: Tevredenheid met lening (n=850)

	Looptijd	Maandlasten	Rente percentage	Hoogte van de lening	Dienstverlening intermediair	Algemene tevredenheid
	%	%	%	%	%	%
(Helemaal) niet tevreden	2	4	9	4	1	2
Niet tevreden, niet ontevreden	17	18	19	13	7	6
(Heel) tevreden	82	80	72	83	92	92

#### Algemene tevredenheid

Als we proberen te verklaren wat de algemene tevredenheid met de lening veroorzaakt, zien we een paar interessante redenen (zie tabel 8). Te zien is dat de achtergrond van het huishouden geen invloed heeft op het tevredenheidsgevoel. Gezinssituatie, inkomen en leeftijd spelen geen rol bij de mate van tevredenheid.

Wat de kenmerken van de lening betreft, zien we dat de hoogte van de maandlasten de tevredenheid niet beïnvloedt. De hoogte van de lening hangt positief samen met de tevredenheid. En dat is wellicht ook niet vreemd. Met het geleende bedrag is hopelijk iets prettigs gedaan. Wel zien we de keerzijde van lenen: de terugbetaling. Hoe langer de looptijd duurt, des te lager de tevredenheid is.

We zien dat de tevredenheid minder is bij de volgende aspecten:

- bij een langere looptijd
- naarmate het langer geleden is dat de lening is afgesloten
- als er een lening is afgesloten die hoger is dan vooraf werd gedacht
- bij het ervaren van meer financiële schaarste

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

Daarnaast, zijn de volgende twee leners tevredener:

- ze hebben een hogere lening
- hun lening werd via execution only afgesloten

Tabel 9: Samenhang tussen achtergrondkenmerken en de tevredenheid van de lening (n=577)

	Relatie met mate van tevredenheid
<b>Leeftijd</b>	
<b>Woonsituatie (ref = alleenstaand)</b>	
Alleenstaand met kinderen	
Partner	
Partner met kinderen	
<b>Huishoudinkomen</b>	
<b>Looptijd</b>	-
<b>Leenbedrag</b>	+
<b>Maandbedrag</b>	
<b>Oversluiting (ref = geen)</b>	
Eén lening overgesloten	
Meerdere leningen overgesloten	
<b>Hoe lang geleden de lening is afgesloten</b>	-
<b>In hoeverre de lening lager of hoger uitviel dan vooraf gedacht</b>	-
<b>Execution only vs. advies</b>	---
<b>Financiële schaarste</b>	---

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

Tabel 10: Uitsplitsing van belangrijke achtergrondkenmerken, naar mate van tevredenheid

Mate van tevredenheid	(Helemaal) niet tevreden	Niet tevreden, niet ontevreden	(Heel) Tevreden
<b>Leenbedrag (mediaan)</b>	€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000
<b>Looptijd lening (mediaan)</b>	120 maanden	108 maanden	96 maanden
<b>Aantal maanden sinds afsluiten lening</b>	13 maanden	12 maanden	10 maanden
<b>Manier van afsluiten</b>			
Execution only	2%	4%	94%
Advies	3%	8%	90%
<b>Hoogte lening</b>			
Lager dan vooraf gedacht	2%	9%	89%
Gelijk aan vooraf gedacht	2%	4%	94%
Hoger dan vooraf gedacht	5%	12%	83%
<b>Financiële schaarste</b>	2,3	2,9	2,2

### 4.2 Rust in de financiële situatie

Ruim de helft geeft aan dat de lening rust in de financiële situatie heeft gebracht (zie figuur 9). 1 op de 10 is het oneens met deze stelling.



## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

##### 1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

#### 1. Inleiding

#### 2. Kenmerken van de afgesloten lening

#### 3. Het keuzeproces

#### 4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

#### 1. Inleiding

#### 2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

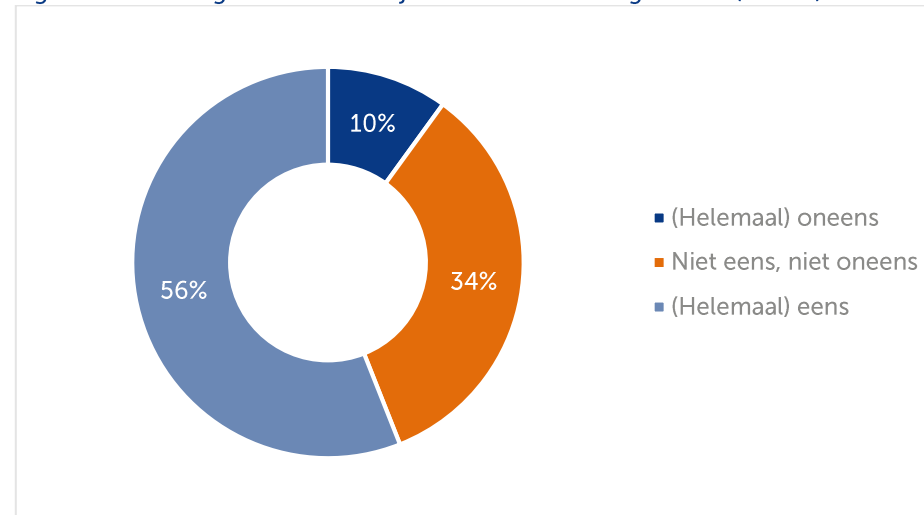
#### Bijlage 1

#### Bijlage 2

#### Bijlage 3

#### Bijlage 4

Figuur 9: De lening heeft rust in mijn financiële situatie gebracht (n=850)



Degenen die hebben ervaren dat de lening rust bracht, geven vaker aan dat ze over de consequenties hebben nagedacht voordat ze de lening afsloten (zie tabel 11). Ze geven ook aan dat ze de hoogte van hun lening vaker hebben laten afhangen van hoeveel ze konden lenen: 31 procent tegen 23 procent van degenen waarvoor de lening geen rust heeft gebracht.

Tabel 11: kruising tussen in hoeverre de lening rust heeft gebracht en hoe consumenten zich hebben voorbereid (n=850)

De lening heeft rust in mijn financiële situatie gebracht	(Helemaal) oneens %	Niet eens, niet oneens %	(Helemaal) eens %
Voordat ik de lening ging afsluiten, wist ik hoeveel ik wilde lenen	91	92	92
Ik heb meerdere leningen en kredietverstrekkers vergeleken voordat ik een keuze maakte	78	85	81
De hoogte van de lening heb ik af laten hangen van hoeveel ik kon lenen	<u>23</u>	<u>23</u>	<u>31</u>
Ik wil de lening zo snel mogelijk afbetalen	70	66	71
Voordat ik de lening heb afgesloten, heb ik gekeken of ik de aflossing kon betalen	94	96	96
Voordat ik de lening aanging, heb ik over de consequenties nagedacht	<u>91</u>	<u>94</u>	<u>96</u>

Een andere interessante samenhang is tussen of de lening is overgesloten en in hoeverre de consument heeft ervaren dat de lening rust bracht. Zeker als het om meerdere leningen gaat, kan een oversluiting voor meer overzicht en rust in

## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

##### 1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

##### 1. Inleiding

##### 2. Kenmerken van de afgesloten lening

##### 3. Het keuzeproces

##### 4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

##### 1. Inleiding

##### 2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

#### Bijlage 1

#### Bijlage 2

#### Bijlage 3

#### Bijlage 4

de financiële situatie zorgen. In tabel 12 zien we inderdaad dat consumenten met een oversluiting vaker ervaren dat de lening rust brengt. Er is echter geen verschil tussen consumenten die één of meer leningen oversluiten.

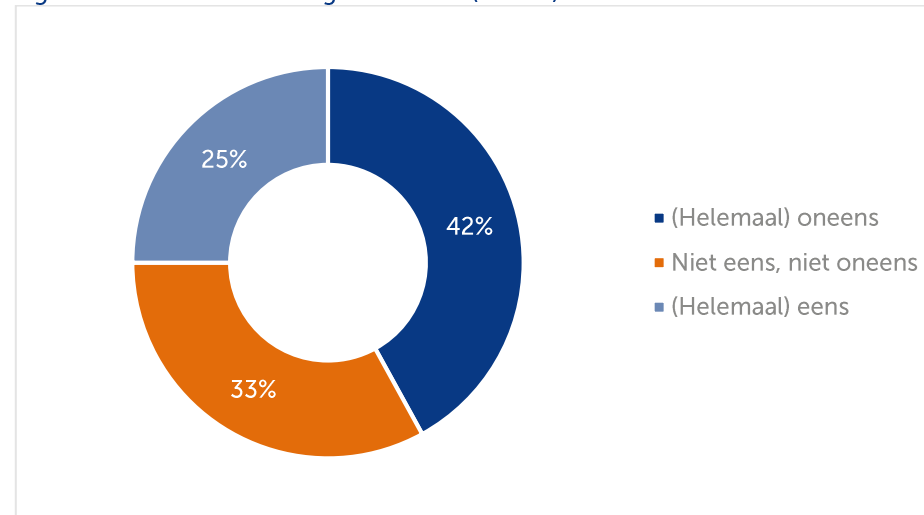
Tabel 12: Krusing tussen of de lening is overgesloten en in hoeverre de lening rust in de financiële situatie heeft gebracht (n=850)

De lening heeft rust in mijn financiële situatie gebracht	(Helemaal) oneens %	Niet eens, niet oneens %	(Helemaal) eens %
Geen lening overgesloten	12	38	50
Oversluiting van één lening	6	26	68
Oversluiting van meerdere leningen	8	23	69

### 4.3 De lening als last ervaren

Een kwart van de consumenten ervaart de lening als een last. 42 procent is het (helemaal) oneens met deze stelling (zie figuur 10).

Figuur 10: Ik ervaar de lening als een last (n=850)



Welke consumenten ervaren de lening vaker als een last? Het gaat om de volgende leningkenmerken::

- consumenten met een lagere lening
- consumenten met een hoger maandbedrag
- consumenten met een oversluiting

Daarnaast hangt het ervaren van last ook samen met:

## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

##### 1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

##### 1. Inleiding

##### 2. Kenmerken van de afgesloten lening

##### 3. Het keuzeproces

##### 4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de

#### keuzeomgeving

##### 1. Inleiding

##### 2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

#### Bijlage 1

#### Bijlage 2

#### Bijlage 3

#### Bijlage 4

- de jeugdige leeftijd
- het ervaren van meer financiële schaarste

Tabel 13: Samenhang tussen achtergrondkenmerken en de in het ervaren van de lening als een last (n=577)

	Relatie met ervaren van last
<b>Leeftijd</b>	--
<b>Woonsituatie (ref = alleenstaand)</b>	
Alleenstaand met kinderen	
Partner	
Partner met kinderen	
<b>Huishoudinkomen</b>	
<b>Looptijd</b>	
<b>Leenbedrag</b>	---
<b>Maandbedrag</b>	+++
<b>Oversluiting (ref = geen)</b>	
Eén lening overgesloten	++
Meerdere leningen overgesloten	+
<b>Hoe lang geleden de lening is afgesloten</b>	
<b>In hoeverre de lening lager of hoger uitviel dan vooraf gedacht</b>	
<b>Execution only vs. advies</b>	
<b>Financiële schaarste</b>	+++

Degenen die de lening als een last ervaren, geven vaker aan dat ze de lening zo snel mogelijk willen afbetalen (zie tabel 14): 83 procent tegen 66 procent van de consumenten die de lening niet als last ervaren.

## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

##### 1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

#### 1. Inleiding

#### 2. Kenmerken van de afgesloten lening

#### 3. Het keuzeproces

#### 4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

#### 1. Inleiding

#### 2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

#### Bijlage 1

#### Bijlage 2

#### Bijlage 3

#### Bijlage 4

Tabel 14: Kruising tussen in hoeverre de lening als last wordt ervaren en hoe consumenten zich hebben voorbereid (n=850)

Ik ervaar de lening als een last	(Helemaal) oneens	Niet eens, niet oneens	(Helemaal) eens
	%	%	%
Voordat ik de lening ging afsluiten, wist ik hoeveel ik wilde lenen	82	84	82
Ik heb meerdere leningen en kredietverstrekkers vergeleken voordat ik een keuze maakte	29	26	28
De hoogte van de lening heb ik af laten hangen van hoeveel ik kon lenen	29	26	28
Ik wil de lening zo snel mogelijk afbetalen	<u>66</u>	<u>64</u>	<u>83</u>
Voordat ik de lening heb afgesloten, heb ik gekeken of ik de aflossing kon betalen	97	95	94
Voordat ik de lening aanging, heb ik over de consequenties nagedacht	97	94	94

Een andere interessante bevinding is dat ervaren hebben dat de lening rust heeft gebracht en de lening als een last ervaren elkaar niet uitsluiten. Van degenen die de lening als een last ervaren, geeft 22 procent namelijk ook aan dat ze vonden dat de lening rust in de financiële situatie bracht.

Tabel 15: Kruising tussen in hoeverre de lening als last wordt ervaren en in hoeverre de lening rust heeft gebracht (n=850)

Ik ervaar de lening als een last	(Helemaal) oneens	Niet eens, niet oneens	(Helemaal) eens
	%	%	%
De lening heeft rust in mijn financiële situatie gebracht			
(Helemaal) oneens	<u>35</u>	<u>37</u>	<u>45</u>
Niet eens, niet oneens	<u>17</u>	<u>40</u>	<u>32</u>
(Helemaal) eens	<u>48</u>	<u>23</u>	<u>22</u>

#### 4.4 Terugbetalen van de lening: valt het mee of tegen?

Slechts 5 procent van de leners geeft aan dat de terugbetaling tegenvalt (zie figuur 11). 60 procent geeft zelfs aan dat ze het mee vinden vallen en voor 35 procent was het zoals ze hadden verwacht.

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

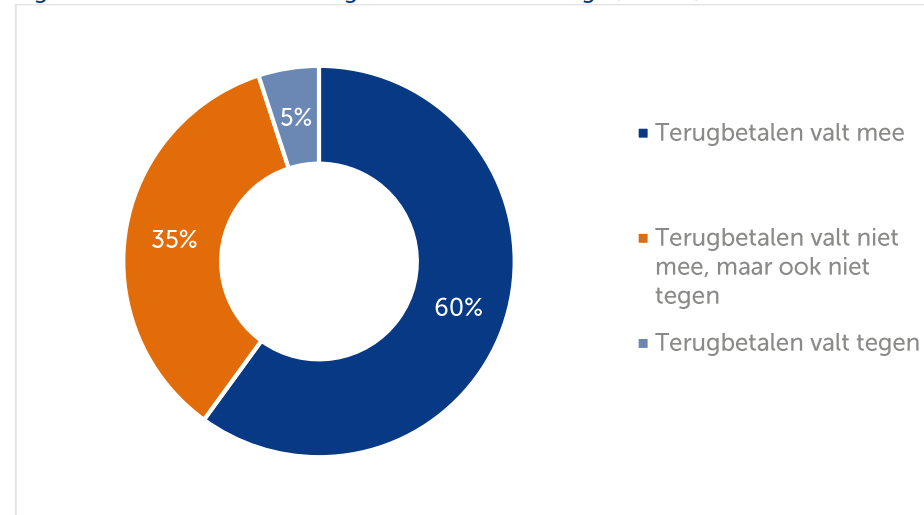
Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

Figuur 11: Hoe bevalt het terugbetalen van de lening? (n=850)



De volgende consumenten vinden de terugbetaling tegenvallen:

- met een langere looptijd
- met een lagere lening
- met een hoger maandbedrag
- met een lening die langer geleden is afgesloten

Daarnaast ervaren ze meer financiële schaarste dan degenen die de lening mee vinden vallen.

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

Tabel 16: Samenhang tussen achtergrondkenmerken en de in het in hoeverre de terugbetaling meevalt (n=577)

	Relatie met positieve ervaring van terugbetaling
<b>Leeftijd</b>	
<b>Woonsituatie (ref = alleenstaand)</b>	
Alleenstaand met kinderen	
Partner	
Partner met kinderen	
<b>Huishoudinkomen</b>	
<b>Looptijd</b>	-
<b>Leenbedrag</b>	++
<b>Maandbedrag</b>	--
<b>Oversluiting (ref = geen)</b>	
Eén lening overgesloten	
Meerdere leningen overgesloten	
<b>Hoe lang geleden de lening is afgesloten</b>	-
<b>In hoeverre de lening lager of hoger uitviel dan vooraf gedacht</b>	
<b>Execution only vs. advies</b>	
<b>Financiële schaarste</b>	---

### 4.5 Lening aanpassen

De meeste mensen zijn tevreden met hun huidige lening. Maar, zouden ze achteraf bekeken en alles wat ze nu weten meewegend, nog steeds dezelfde keuze maken? Bijna 8 op de 10 geeft aan dat dit het geval is: zij zouden precies dezelfde keuze maken als destijds. 14 procent zou over het algemeen dezelfde keuze maken, maar met kleine aanpassingen. 5 procent zou echt wel andere keuzes maken en 3 procent zou de lening helemaal niet meer afsluiten.

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

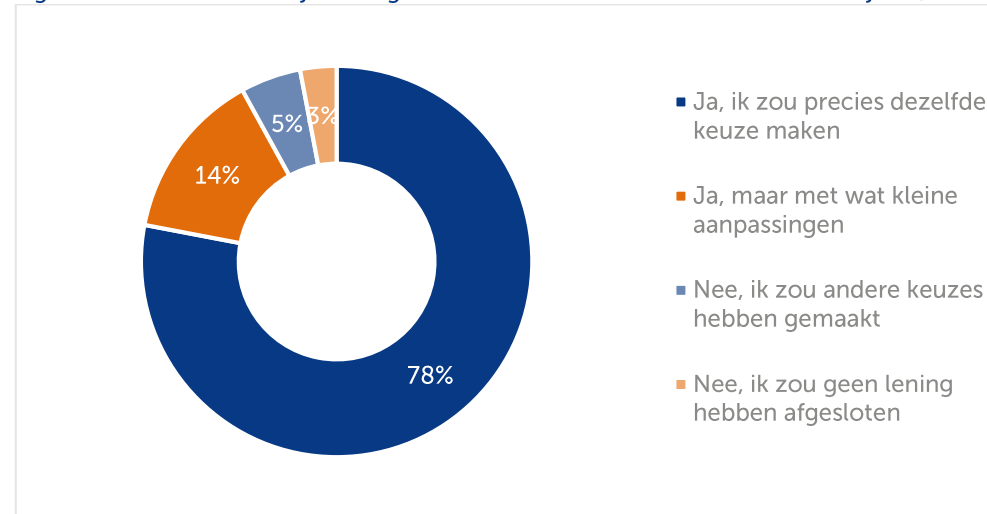
Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

Figuur 12: Zou u – alles bij elkaar genomen – dezelfde keuze maken als destijds? (n=850)



De antwoorden op de vraag wat men dan anders zou hebben gedaan verschillen nogal van elkaar. Sommigen hadden liever minder geleend, anderen meer. Sommigen hadden liever een langere looptijd in combinatie met lagere maandlasten gehad, terwijl anderen juist een kortere looptijd hadden gewild, zodat de lening sneller afgelost was.

Een andere keuze die genoemd worden, is de verdeling tussen persoonlijke lening en doorlopend krediet. Ook dit gaat twee kanten op: sommigen willen meer flexibiliteit (meer doorlopend krediet) en anderen minder. Een aantal mensen geeft aan dat men liever had doorgespaard of meer geduld had moeten hebben alvorens de lening af te sluiten.

*'Achteraf bleek dat de verbouwing tegenviel en hadden we van te voren beter kunnen informeren naar het bedrag wat we maximaal hadden kunnen lenen.'*

*'Ik zou voor een iets langere looptijd met lagere maandelijkse lasten kiezen.'*

*'Ik zou voor een iets lager bedrag met een kortere looptijd kiezen.'*

*'Ik zou de looptijd korter maken. Je sluit de lening af met het idee om extra af te lossen maar daar is tot nu nog niet veel van gekomen. Het zou wel kunnen, maar we doen het nog niet.'*

## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

#### Bijlage 1

#### Bijlage 2

#### Bijlage 3

#### Bijlage 4

### Tip

Wat een paar keer genoemd wordt is dat mensen meer inzicht in hun lening willen en meer flexibiliteit. Denk hierbij aan een digitaal overzicht waarin mensen makkelijk de stand van hun lening kunnen zien, zodat ze makkelijk zelf online hun lening kunnen aanpassen, bijvoorbeeld door extra af te lossen.

*'Ik zou het totaalbedrag inclusief rente overzichtelijker willen hebben.'*

*'Ik zou voor een geldgever kiezen die een online overzicht aanbiedt waar ik alle mutaties kan inzien. Momenteel los ik niet extra in omdat voor mijn rekening de online omgeving nog niet gereed is.'*

*'Ik zou willen dat de maandelijkse aflossing rond de 26ste van de maand wordt afgeschreven in plaats van op de 17de. Nadat mijn inkomen binnenkomt wil ik dat zo snel mogelijk alle vaste uitgaven zijn afgeschreven van mijn rekening.'*



## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

#### Bijlage 1

#### Bijlage 2

#### Bijlage 3

#### Bijlage 4

## Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

### 1. Inleiding

Vanuit wetenschappelijke onderzoek weten we dat de keuzeomgeving – de manier waarop keuzes en informatie worden gepresenteerd – invloed heeft op de beslissingen die mensen nemen (o.a. Thaler & Sunstein, 2009; Kahneman, 2011; Tversky & Kahneman, 1979). De manier waarop de website van een kredietverstrekker is vormgegeven kan (gewild of ongewild) invloed hebben op de uiteindelijke leenbeslissing die de consument neemt. Het werkveld heeft echter nog weinig bewijs beschikbaar dat aantoont of de keuzeomgeving daadwerkelijk invloed heeft op het leengedrag van consumenten en zo ja, welke dan. Het meeste onderzoek is namelijk niet uitgevoerd onder consumenten die daadwerkelijk een lening willen afsluiten. Ondanks het feit dat deze onderzoeken indicaties geven voor gedrag, blijft het de vraag in hoeverre de resultaten overeenkomen met echte situaties.

In het huidige onderzoek hebben we daarom de samenwerking met kredietverstrekkers gezocht, om écht te kunnen testen wat een (kleine) verandering op de website voor invloed heeft op de lening die consumenten kiezen.

#### 1.1 Het onderzoek

In dit onderzoek hebben we getest of een kleine aanpassing op de webpagina waar consumenten een lening aanvragen, invloed heeft op diverse kenmerken van de lening die consumenten uiteindelijk afsluiten. We zijn gestart met een pilot waarin een online leenomgeving is gesimuleerd en deelnemers een hypothetische keuze moesten maken voor een lening. Op basis van deze resultaten (zie bijlage 4) hebben we bij twee kredietverstrekkers getest of veranderingen op de website invloed hebben op de persoonlijke lening die consumenten (execution only) afsluiten.

In totaal zijn 6.436 consumenten die gedurende deze periode een persoonlijke lening hebben aangevraagd meegenomen in het onderzoek. Met behulp van univariate variatieanalyse (anova) hebben we gekeken of de veranderingen op de website invloed hebben op de volgende kenmerken van de lening:

- de hoogte van de aangevraagde lening
- de gekozen looptijd
- het maandbedrag
- het totaalbedrag (aangevraagde lening inclusief te betalen rente)

In verband met de grote spreiding in de resultaten, hebben we ervoor gekozen om in de rapportage in dit hoofdstuk gebruik te maken van de mediaan.

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## 1.2 Groepen

Op de webpagina werden consumenten willekeurig ingedeeld in drie verschillende groepen:

- De controlegroep
- De totaalbedraggroep
- De looptijdgroep

Hieronder is per groep en per kredietverstrekker weergegeven hoe de webpagina er uitzag waar de lening werd aangevraagd<sup>1</sup>.

### Controlegroep

Consumenten in de *controlegroep* kregen de standaard website te zien. In deze groep zijn geen aanpassingen doorgevoerd.

#### Kredietverstrekker 1

Hoeveel wilt u lenen?

Kies een looptijd

- Kies een looptijd
- 12 maanden
- 24 maanden
- 36 maanden
- 48 maanden
- 60 maanden
- 72 maanden

Samenvatting krediettabel

Persoonlijke lening	
Maandbedrag	€ <maandbedrag>
Looptijd	<looptijd> mnd
Rente	<rente> %
Totaalbedrag	€ <totaalbedrag>

#### Kredietverstrekker 2

Hoeveel wilt u lenen?

Hoeveel wilt u maximaal per maand betalen?

Samenvatting krediettabel

Persoonlijke lening	
Maandbedrag	€ <maandbedrag>
Looptijd	<looptijd> mnd
Rente	<rente> %
Totaalbedrag	€ <totaalbedrag>

<sup>1</sup> De belangrijkste onderdelen van de website die voor dit onderzoek het meest relevant zijn, zijn in dit rapport weergegeven. Het is geen exacte weergave van de webpagina.

## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

#### Bijlage 1

#### Bijlage 2

#### Bijlage 3

#### Bijlage 4

## Totaalbedraggroep

Consumenten in de *totaalbedraggroep* kregen een webpagina te zien waarin de volgorde van de informatie in de samenvatting van de krediettabel was aangepast. Deze samenvatting begint bij beide kredietverstrekkers met het maandbedrag en eindigt met het totaalbedrag. In de *totaalbedraggroep* testen we of het saillanter maken van het totaalbedrag – door het bovenaan in de krediettabel weer te geven – effect heeft op het leengedrag van de consument.

### Kredietverstrekker 1

Hoeveel wilt u lenen?

Kies een looptijd

- Kies een looptijd
- 12 maanden
- 24 maanden
- 36 maanden
- 48 maanden
- 60 maanden
- 72 maanden

Samenvatting krediettabel

Persoonlijke lening	
Totaalbedrag	€ <totaalbedrag>
Maandbedrag	€ <maandbedrag>
Looptijd	<looptijd> mnd
Rente	<rente> %

### Looptijdgroep

Bij kredietverstrekker 1 is het voor consumenten mogelijk om de looptijd aan te geven. De looptijd wordt standaard gecommuniceerd in maanden. In de *looptijdgroep* kregen consumenten een webpagina te zien waarin de looptijd in maanden én in jaren werd gecommuniceerd. Deze samenvatting begint bij beide kredietverstrekkers met het maandbedrag en eindigt met het totaalbedrag. De verwachting is dat het toevoegen van de jaren in de communicatie, het besef van de lengte van de looptijd vergroot en dat dit effect heeft op het leengedrag van de consument.

### Kredietverstrekker 2

Hoeveel wilt u lenen?

Hoeveel wilt u maximaal per maand betalen?

Samenvatting krediettabel

Persoonlijke lening	
Totaalbedrag	€ <totaalbedrag>
Maandbedrag	€ <maandbedrag>
Looptijd	<looptijd> mnd
Rente	<rente> %

## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

#### Bijlage 1

#### Bijlage 2

#### Bijlage 3

#### Bijlage 4

## Kredietverstrekker 1

Hoeveel wilt u lenen?



Kies een looptijd

Kies een looptijd

- 12 maanden (1 jaar)
- 24 maanden (2 jaar)
- 36 maanden (3 jaar)
- 48 maanden (4 jaar)
- 60 maanden (5 jaar)
- 72 maanden (6 jaar)

### Samenvatting krediettabel

	Persoonlijke lening
Totaalbedrag	€ <totaalbedrag>
Maandbedrag	€ <maandbedrag>
Looptijd	<looptijd> mnd
Rente	<rente> %

Het effect van de aanpassingen is getest met behulp van A/B-testen: consumenten die op de webpagina kwamen voor het aanvragen van een lening, werden willekeurig ingedeeld in de controlegroep, de totaalbedrag- of looptijdgroep. De drie groepen zijn niet naast elkaar getest, maar telkens apart in vergelijking met de controlegroep.

### 1.3 Beperkingen van het onderzoek

Er zijn een aantal zaken die bij het interpreteren van de resultaten goed zijn om in het achterhoofd te houden:

- **Generaliseerbaarheid van de resultaten.** De leners die aan dit onderzoek hebben meegedaan zijn niet representatief voor alle consumenten die een lening hebben afgesloten. We hebben met twee kredietverstrekkers samengewerkt voor de A/B-testen. Daarnaast hebben we ons specifiek gericht op consumenten die op basis van execution only een aflopend krediet (persoonlijke lening: PL) hebben afgesloten.
- **Beperkte power bij kredietverstrekker 1.** Bij kredietverstrekker 1 is het aantal consumenten dat uiteindelijk een lening afsloot dermate klein, dat er vragen over de betrouwbaarheid van de resultaten bestaan. Om (kleine) effecten te kunnen detecteren, zijn grote aantallen nodig. Hoe meer mensen deelnemen aan het onderzoek, des te betrouwbaarder kan gesteld worden dat de gevonden resultaten correct zijn (= power).

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

- **Sample ratio mismatch.** Bij geen enkele A/B-test was het aantal consumenten precies 50/50 verdeeld. Dit zou kunnen aangeven dat er een *sample ratio mismatch* heeft plaatsgevonden, wat zou betekenen dat de consumenten niet willekeurig zijn toegewezen aan de A- of B-versie van de website. Bij de A/B-test waarin een controle- en totaalbedraggroep worden vergeleken, nadert bij kredietverstrekker 1 significantie. In combinatie met de lage aantallen, moeten we hierbij dan ook concluderen dat de resultaten niet betrouwbaar genoeg zijn om te interpreteren. Deze resultaten zijn om deze reden dan ook niet meegenomen in de rapportage. In de overige onderzoeken lijken de verschillen in aantallen consumenten tussen de A- en B-versie niet op een *sample ratio mismatch* te wijzen. Ook op basis van de achtergrondkenmerken gaan we ervan uit dat het willekeurig toewijzen goed is gegaan.

### 1.4 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 gaan we in op de resultaten van de A/B-testen. In bijlage 3 worden de achtergrondkenmerken van de consumenten in de A/B-testen beschreven. Daarnaast hebben we voordat de A/B-testen in de praktijk getest werden een pilotonderzoek uitgevoerd om een eerste beeld te krijgen van de mogelijke effecten van de veranderingen. Het doel van de pilotonderzoeken was om de onderzoeksmethodologie te optimaliseren en de verschillende keuzeomgevingen een eerste keer te kunnen testen. De resultaten van deze pilot zijn te vinden in bijlage 4.

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## 2. A/B-testen

### 2.1 Controle- versus totaalbedraggroep

Uit onderzoek 1 weten we dat de rente, het bedrag dat mensen willen lenen en de maandlasten als het meest belangrijk worden gezien. Aan de looptijd en het totaalbedrag besteden consumenten minder aandacht. Het totaalbedrag is echter informatie die alles combineert en tastbaar maakt: de hoogte van de lening, de rente en de looptijd. Door dit duidelijker weer te geven op de website van de kredietverstrekker, verwachten we dat consumenten meer inzicht krijgen in wat ze daadwerkelijk afsluiten.

Bij beide kredietverstrekkers hebben we onderzocht of het plaatsen van het totaalbedrag bovenaan in de krediettabel invloed heeft op de aangevraagde lening. In verband met te kleine aantallen, worden de resultaten van kredietverstrekker 1 hier niet meegenomen. De resultaten bij kredietverstrekker 2 zijn echter wel betrouwbaar en laten een significant verschil in looptijd zien: consumenten die de webpagina hebben gezien waar het totaalbedrag bovenaan stond in de samenvatting van de krediettabel, vragen een lening met een kortere looptijd aan dan consumenten die de normale webpagina hebben gezien.

Tabel 17: Kenmerken van de aangevraagde lening, naar groep

	Hoogte lening (€)	Looptijd (mnd)	Maandbedrag (€)	Totaalbedrag (€)
<b>Kredietverstrekker 2</b>				
Controlegroep (n=2.041)	10.000	<u>78</u>	165	10.800
Totaalbedraggroep (n=2.127)	9.500	<u>75</u>	170	10.680
Totaal (n=4.168)	9.500	<u>77</u>	165	10.710

Het aantal aanvragen staat natuurlijk niet gelijk aan het aantal goedkeuringen of het aantal contracten dat uiteindelijk wordt afgesloten. Het merendeel van de aanvragen wordt afgewezen. Bij kredietverstrekker 2 wordt 43 procent van de aanvragen uiteindelijk geaccepteerd. Hiervan sluit 19 procent daadwerkelijk een contract af met kredietverstrekker 2. Er zitten geen verschillen in het aantal acceptaties of afgesloten contracten tussen de controle- en totaalbedraggroep.

Heeft de aanpassing op de website uiteindelijk ook invloed gehad op de leningen die uiteindelijk zijn goedgekeurd en afgesloten? Bij kredietverstrekker 2 zijn geen significante verschillen te zien tussen de groepen. De trend is echter wel hetzelfde als bij het totaal aantal aanvragen: in de totaalbedraggroep kiezen de consumenten voor een kortere looptijd dan in de controlegroep (zie tabel 18 en 19). Aangezien het om kleine effecten gaat, is de kans aanwezig dat we geen significante effecten zien door te kleine aantallen respondenten.

## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

#### 1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

#### 1. Inleiding

#### 2. Kenmerken van de afgesloten lening

#### 3. Het keuzeproces

#### 4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

#### 1. Inleiding

#### 2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

#### Bijlage 1

#### Bijlage 2

#### Bijlage 3

#### Bijlage 4

Tabel 18: Kenmerken van de goedgekeurde lening, naar groep

	Hoogte lening (€)	Looptijd (mnd)	Maandbedrag (€)	Totaalbedrag (€)
<b>Kredietverstrekker 2</b>				
Controlegroep (n=886)	10.000	77	198	12.250
Totaalbedraggroep (n=898)	10.000	76	198	11.956
Totaal (n=1.784)	10.000	77	198	12.000

Tabel 19: Kenmerken van de afgesloten lening, naar groep

	Hoogte lening (€)	Looptijd (mnd)	Maandbedrag (€)	Totaalbedrag (€)
<b>Kredietverstrekker 2</b>				
Controlegroep (n=170)	10.000	78	198	12.720
Totaalbedraggroep (n=173)	10.141	73	198	12.537
Totaal (n=343)	10.000	77	198	12.720

## 2.2 Controle- versus looptijdgroep

Bij kredietverstrekker 1 hebben we ook nog onderzocht of het communiceren van de looptijd in jaren invloed heeft op de aangevraagde lening. Bij het afsluiten van een consumptief krediet wordt de looptijd over het algemeen gecommuniceerd in maanden. Aangezien consumenten echter meer communiceren in jaren dan in maanden, verwachten we dat door het toevoegen van jaren het besef van de lengte van de looptijd wordt vergroot. Door jaren aan de looptijd toe te voegen, verwachten we dat consumenten een betere inschatting van de looptijd kunnen maken.

Er zijn geen significante verschillen te zien tussen de groepen wat betreft de hoogte van de lening en de looptijd die ze hebben gekozen. Aangezien het waarschijnlijk om kleine effecten gaat, is de kans aanwezig dat we geen significante effecten zien door te kleine aantallen respondenten.

Tabel 20: Kenmerken van de aangevraagde lening, naar groep

	Hoogte lening (€)	Looptijd (mnd)
<b>Kredietverstrekker 1</b>		
Controlegroep (n=368)	5.000	60
Looptijdgroep (n=332)	5.500	60
Totaal (n=700)	5.000	60

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## Literatuurlijst

AFM (2017). *Ontwikkelingen en risico's op de consumptiefkredietmarkt: Analyses op basis van het Centraal Krediet Informatiesysteem van Stichting BKR*. Amsterdam: AFM.

Kahneman D. (2011). *Ons feilbare denken*. Amsterdam: Business Contact.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47, 263-292.

Mani, A., Mullainathan, S., Shafir, E., & Zhao, J. (2013). Poverty impedes cognitive function. *Science*, 341(6149), 976-980.

Modigliani, F., & Brumberg, R. (1954). Utility analysis and the consumption function, In: K. K. Kurihara (Ed.), *Post Keynesian Economics* pp. 17-42). London: Allen & Unwin.

Peetz, J. & Buehler, R. (2009). Is There a Budget Fallacy? The Role of Savings Goals in the Prediction of Personal Spending. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35, 1579-1591.

Shah, A., Mullainathan, S., & Shafir, E. (2012). Some consequences of having too little. *Science*, 338, 682-685.

Shah, A., Zhao, J., Mullainathan, E., & Shafir, E. (2018). Money in the mental lives of the poor. *Social Cognition*, 36(1), 4-19.

Thaler, R., & Sunstein, C. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. New Haven & London: Yale University Press.

Zijlstra, W. (2017). Vooral jongeren bezitten telefoonkrediet. *Economisch Statistische Berichten*. Geraadpleegd via <https://esb.nu/kort/20026697/vooral-jongeren-bezitten-telefoonkrediet>



## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## Bijlage 1 | Onderzoeksverantwoording – onderzoek 1

### Steekproef

De doelgroep van dit onderzoek waren consumenten die minimaal 3 maanden en maximaal 2 jaar geleden een persoonlijke lening hebben afgesloten. Uiteindelijk hebben 850 respondenten meegedaan aan dit onderzoek.

Tabel 21: Hoe lang geleden de lening is afgesloten (n=850)

Lening afgesloten	%
Maximaal 6 maanden geleden	24
6 maanden tot 1 jaar geleden	38
Langer dan 1 jaar geleden	35
Weet ik niet	4

### Werving

De respondenten zijn geworven via vier verschillende intermediairs. Dit zijn bedrijven die gespecialiseerd zijn in het bemiddelen van en eventueel adviseren over consumptief krediet. Twee van deze intermediairs werken op execution only-basis en twee werken met advies.

### Veldwerkperiode

7 mei 2018 tot en met 3 juni 2018.

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## Achtergrondkenmerken

Tabel 22: Achtergrondkenmerken onderzoek in vergelijking met landelijke cijfers

	Onderzoek (n=850) %	Landelijk %		Onderzoek (n=850) %	Landelijk %
<b>Inkomen (netto)</b>			<b>(CBS-bestedbaar Leeftijd inkomen)</b>		
€ 1.500 of minder	<1	17	20 t/m 35 jaar	15	24
€ 1.500 tot € 2.000	3	14	36 t/m 45 jaar	20	15
€ 2.000 tot € 2.500	13	13	46 t/m 55 jaar	35	19
€ 2.500 tot € 3.000	14	11	56 t/m 65 jaar	25	17
€ 3.000 tot € 3.500	16	9	66 jaar en ouder	5	24
€ 3.500 tot € 4.000	15	8			
€ 4.000 tot € 4.500	16	7	<b>Huishoudens met partner</b>	79	62
€ 4.500 tot € 5.000	10	6			
€ 5.000 tot € 5.500	5	4	<b>Huishoudens met kinderen</b>	55	33
€ 5.500 tot € 6.000	3	3			
€ 6.000 of meer	4	10			

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## Bijlage 2 | Regressies – onderzoek 1

Hieronder is beschreven welke variabelen zijn meegenomen in de regressie-analyses. Daarnaast zijn de gedetailleerde uitkomsten van de regressie-analyses weergegeven.

Tabel 23: Beschrijving van de variabelen in de regressies

Variabele	Beschrijving	Antwoordcategorieën
Leeftijd	Hoe oud bent u?	Continue variabele
Woonsituatie (ref = alleenstaand)*		
Alleenstaand met kinderen	Met wie woont u in uw huis? Alleen, met kinderen	Nee (0); Ja (1)
Partner	Met wie woont u in uw huis? Met partner, zonder kinderen	Nee (0); Ja (1)
Partner met kinderen	Met wie woont u in uw huis? Met partner, met kinderen	Nee (0); Ja (1)
Huishoudinkomen	Hoe hoog is uw netto inkomen (en het inkomen van uw partner bij elkaar opgeteld)?	Minder dan € 1000 per maand € 1000 - € 1500 per maand € 1500 - € 2000 per maand € 2000 - € 2500 per maand € 2500 - € 3000 per maand € 3000 - € 3500 per maand € 3500 - € 4000 per maand € 4000 - € 4500 per maand € 4500 - € 5000 per maand € 5000 - € 5500 per maand € 5500 - € 6000 per maand € Meer dan € 6000 per maand
Looptijd	Wat was de looptijd van uw lening toen u hem afsloot?	
Leenbedrag	Welk bedrag heeft u geleend via [intermediair]?	
Maandbedrag	Hoeveel betaalt u maandelijks?	
Oversluiting (ref = geen)		
Eén lening overgesloten	U geeft aan dat u via [intermediair] één of meerdere lopende lening(en) heeft overgesloten. Heeft u één lening overgesloten of meerdere leningen tegelijkertijd? Eén	Nee (0); Ja (1)

## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

##### 1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

#### 1. Inleiding

#### 2. Kenmerken van de afgesloten lening

#### 3. Het keuzeproces

#### 4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

#### 1. Inleiding

#### 2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

#### Bijlage 1

#### Bijlage 2

#### Bijlage 3

#### Bijlage 4

Meerdere leningen overgesloten	U geeft aan dat u via [intermediair] één of meerdere lopende lening(en) heeft overgesloten. Heeft u één lening overgesloten of meerdere leningen tegelijkertijd? Meerdere	Nee (0); Ja (1)
Hoe lang geleden de lening is afgesloten	Wanneer heeft u de lening via [intermediair] afgesloten?	Respondenten hadden de keuze uit maart 2018 (1) t/m maart 2016 (25)
In hoeverre de lening lager of hoger uitviel dan vooraf gedacht	Is het bedrag dat u uiteindelijk heeft geleend lager of hoger dan u vooraf in gedachten had?	Lager (1); Gelijk (2); Hoger (3)
Execution only vs. advies	Indeling gemaakt op basis van de intermediair waarbij de consument de lening heeft afgesloten	Execution only (0); Advies (1)
Financiële schaarste ( $\alpha=0,84$ ; gemiddelde = 2,3)	- Ik kom vaak geld tekort - Ik vraag me de hele tijd af of ik nog wel genoeg geld heb - Ik maak me vaak zorgen over geld - Ik ben alleen bezig met wat ik nu moet betalen, de rest zie ik later wel - Ik heb het gevoel dat ik weinig controle heb over mijn financiële situatie	Helemaal oneens (1); Oneens (2); Niet eens, niet oneens (3); Eens (4); Helemaal eens (5)
Tevredenheid	Hoe tevreden bent u met uw lening?	Helemaal oneens (1); Oneens (2); Niet eens, niet oneens (3); Eens (4); Helemaal eens (5)
Last	Ik ervaar de lening als een last	Helemaal oneens (1); Oneens (2); Niet eens, niet oneens (3); Eens (4); Helemaal eens (5)
Terugbetalen	Valt het terugbetalen van de lening u mee of tegen	Heel erg tegen (1) Tegen (2) Niet mee, maar ook niet tegen (3)

## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

##### 1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

##### 1. Inleiding

##### 2. Kenmerken van de afgesloten lening

##### 3. Het keuzeproces

##### 4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

##### 1. Inleiding

##### 2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

#### Bijlage 1

#### Bijlage 2

#### Bijlage 3

#### Bijlage 4

Mee (4)

Heel erg mee (5)

\*Referentiecategorie alleenstaand: Met wie woont u in uw huis? Alleen, zonder kinderen.

## Resultaten

Hieronder zijn de resultaten van de regressies weergegeven. De sterretjes in de tabel geven de significantie weer:

\*  $p < 0,05$

\*\*  $p < 0,01$

\*\*\*  $p < 0,001$

## Tevredenheid

Tabel 24: Samenhang tussen achtergrondkenmerken en de tevredenheid van de lening (n=577)

	B		S.E.	Beta
<b>Constante</b>	5,034		,246	
<b>Leeftijd</b>	,003		,003	,036
<b>Woonsituatie (ref = alleenstaand)</b>				
Alleenstaand met kinderen	-,146		,129	-,053
Partner	-,020		,094	-,013
Partner met kinderen	-,001		,093	-,001
<b>Huishoudinkomen</b>	-,007		,016	-,024
<b>Looptijd</b>	-,002	*	,001	-,111
<b>Leenbedrag</b>	,000	*	,000	,180
<b>Maandbedrag</b>	,000		,000	-,115
<b>Oversluiting (ref = geen)</b>				
Eén lening overgesloten	-,097		,079	-,051
Meerdere leningen overgesloten	-,171		,088	-,082
<b>Hoe lang geleden de lening is afgesloten</b>	-,009	*	,005	-,082
<b>In hoeverre de lening lager of hoger uitviel dan vooraf gedacht</b>	-,125	*	,062	-,080
<b>Execution only vs. advies</b>	-,259	***	,058	-,186
<b>Financiële schaarste</b>	-,154	***	,040	-,164
<b>Adjusted R<sup>2</sup></b>	,123			
<b>F</b>	5,635			

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## Last

Tabel 25: Samenhang tussen achtergrondkenmerken en het ervaren van de lening als een last (n=577)

	B		S.E.	Beta
<b>Constante</b>	1,73		,366	
<b>Leeftijd</b>	-,014	**	,004	-,132
<b>Woonsituatie (ref = alleenstaand)</b>				
Alleenstaand met kinderen	-,351		,179	-,117
Partner	-,128		,173	-,055
Partner met kinderen	-,203		,169	-,094
<b>Huishoudinkomen</b>	,009		,023	,019
<b>Looptijd</b>	,002		,001	,072
<b>Leenbedrag</b>	-,000	***	,000	-,320
<b>Maandbedrag</b>	,001	***	,000	,278
<b>Oversluiting (ref = geen)</b>				
Eén lening overgesloten	,321	**	,110	,107
Meerdere leningen overgesloten	,251	*	,122	,077
<b>Hoe lang geleden de lening is afgesloten</b>	,006		,006	,035
<b>In hoeverre de lening lager of hoger uitviel dan vooraf gedacht</b>	,187	*	,086	,077
<b>Execution only vs. advies</b>	,233	**	,081	,107
<b>Financiële schaarste</b>	,623	***	,056	,427
<i>Adjusted R<sup>2</sup></i>	0,30			
<i>F</i>	17,20			

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## Terugbetalen

Tabel 26: Samenhang tussen achtergrondkenmerken en in hoeverre de terugbetaling van de lening meevalt (n=577)

	B		S.E.	Beta
<b>Constante</b>	5,174		,265	
<b>Leeftijd</b>	,004		,003	,053
<b>Woonsituatie (ref = alleenstaand)</b>				
Alleenstaand met kinderen	-,085		,139	-,026
Partner	-,020		,101	-,011
Partner met kinderen	-,002		,100	-,001
<b>Huishoudinkomen</b>	-,020		,017	-,057
<b>Looptijd</b>	-,002	*	,001	-,098
<b>Leenbedrag</b>	,000	**	,000	,224
<b>Maandbedrag</b>	-,001	**	,000	-,240
<b>Oversluiting (ref = geen)</b>				
Eén lening overgesloten	-,037		,085	-,017
Meerdere leningen overgesloten	,094		,095	,039
<b>Hoe lang geleden de lening is afgesloten</b>	-,013	**	,005	-,097
<b>In hoeverre de lening lager of hoger uitviel dan vooraf gedacht</b>	-,056		,067	-,031
<b>Execution only vs. advies</b>	-,082		,062	-,051
<b>Financiële schaarste</b>	-,494	***	,043	-,453
<i>Adjusted R<sup>2</sup></i>	,246			
<i>F</i>	13,10			

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## Bijlage 3 | Achtergrondkenmerken – onderzoek 2

### Kredietverstrekker 1

#### Controle- versus totaalbedraggroep

Het onderzoek heeft plaatsgevonden in mei 2018. In de onderzoeksperiode hebben 292 consumenten een lening aangevraagd.

Tabel 27: Aantal aanvragen, afwijzingen, goedkeuringen en contracten

	Aantallen
Aanvragen	292
Afgewezen	227
Goedgekeurd	65
Contract	14

Van de 292 aanvragen wordt 22 procent goedgekeurd. Van het aantal goedkeuringen, sluit 22 procent ook daadwerkelijk een contract. Dit is 5 procent van het aantal aanvragen.

Tabel 28: Achtergrondkenmerken van alle aanvragen, naar groep (n=292)

	Controle (%)	Totaalbedrag (%)
	59	41
<b>Geslacht</b>		
Man	67	63
Vrouw	33	37
<b>Leeftijd</b>		
18-30	50	40
30-40	23	35
40-50	17	13
50-65	7	11
65+	2	1
<b>Inkomsten (bruto per jaar)</b>		
€ 10.000 of minder	1	1
€ 10.000 tot € 20.000	16	19
€ 20.000 tot € 30.000	42	42
€ 30.000 tot € 40.000	25	22



## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

€ 40.000 tot € 50.000	6	5
€ 50.000 of meer	9	10
Onbekend	1	2
<b>Beroep hoofdaanvrager</b>		
Werkend	80	78
Freelancer/zelfstandig	8	8
Uitzendkracht	1	<1
Huisman, -vrouw	1	2
Pensioen	2	2
Uitkering	8	11
<b>Leendoel</b>		
Auto/Motor/Boot/Caravan	34	37
Bruiloft	1	<1
Computer/Elektronica/Witgoed	4	4
Extra geld achter de hand	5	7
Oversluiting	22	18
Studie	2	2
Woning/Verbouwing/Inrichting	27	27
Hypotheek	-	-
Vakantie	-	-
Computer/Elektronica/Witgoed	-	-
Belasting	-	-
Niet ingedeeld	6	6
<b>Burgerlijke staat</b>		
Gehuwd	19	22
Ongehuwd	81	78
Gescheiden	-	-
<b>Kinderen</b>		
	24	24
<b>Woonsituatie</b>		
Huur	37	44
Koop	32	28
Huurkamer	7	4
Inwonend	24	24

## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

##### 1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

#### Bijlage 1

#### Bijlage 2

#### Bijlage 3

#### Bijlage 4

## Controle- versus looptijdgroep

Het onderzoek heeft plaatsgevonden in april 2018. In de onderzoeksperiode hebben 711 consumenten een lening aangevraagd.

Tabel 29: Achtergrondkenmerken van alle aanvragen, naar groep (n=711)

	Controle (%)	Looptijd (%)
	53	47
<b>Geslacht</b>		
Man	66	61
Vrouw	34	39
<b>Leeftijd</b>		
18-30	47	43
30-40	25	32
40-50	14	13
50-65	11	10
65+	2	2
<b>Inkomsten (bruto per jaar)</b>		
€ 10.000 of minder	1	2
€ 10.000 tot € 20.000	18	18
€ 20.000 tot € 30.000	40	43
€ 30.000 tot € 40.000	23	22
€ 40.000 tot € 50.000	6	4
€ 50.000 of meer	11	9
Onbekend	1	1
<b>Kinderen</b>	22	26
<b>Woonsituatie</b>		
Huur	44	42
Koop	26	27
Huurkamer	3	6
Inwonend	27	26

## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

#### Bijlage 1

#### Bijlage 2

#### Bijlage 3

#### Bijlage 4

## Kredietverstrekker 2

Het onderzoek heeft plaatsgevonden in maart en april 2018. De A/B-test heeft vier weken online gestaan. In de onderzoeksperiode hebben 44.690 consumenten de webpagina bezocht. 4.751 consumenten hebben daadwerkelijk een lening aangevraagd.

Tabel 30: Achtergrondkenmerken van alle aanvragen, naar groep (n=4.751)

	Controle (%)	Totaalbedrag (%)
	49	51
<b>Geslacht</b>		
Man	71	71
Vrouw	29	29
<b>Inkomstenbron</b>		
Geen inkomen	1	1
Uitkering	10	9
Tijdelijk contract	20	19
Vast contract	65	66
Pensioen	4	5
<b>Kinderen</b>	31	30
<b>Woonsituatie</b>		
Huur	43	39
Koop	34	33
Overig	23	27

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## Bijlage 4 | Pilot – onderzoek 2

Met de pilotonderzoeken hebben we een eerste stap gezet om beter te leren begrijpen wat de consument beïnvloedt bij het afsluiten van een lening. Het doel van de pilotonderzoeken was om de onderzoeksmethodologie te optimaliseren en de verschillende keuzeomgevingen een eerste keer te kunnen testen. Dit is gedaan in de vorm van een hypothetische situatie. Op basis van de pilotonderzoeken zijn twee keuzeomgevingen geselecteerd die vervolgens daadwerkelijk op de website van kredietverstrekkers zijn toegepast.

### Onderzoeksverantwoording

De pilot is tussen april en juni 2017 uitgevoerd onder drie kleine, niet-representatieve panels:

- Het Amerikaanse panel (n=400)
- Het AFM-panel (n=829)
- Het studentenpanel (Universiteit Leiden, Hogeschool van Amsterdam en Hogeschool Utrecht) (n=143)<sup>2</sup>

In deze bijlage worden de achtergrondkenmerken van de panels beschreven. Voor de interpretatie van de resultaten is het belangrijk om de verdeling van de achtergrondkenmerken in het achterhoofd te houden. De gemiddelde leeftijd bij het AFM-panel is bijvoorbeeld relatief hoog, er zitten veel mannen in en zij vonden het moeilijk om zich in het scenario in te leven.

Aangezien de panels erg van elkaar verschillen, is aan ieder panel een andere hypothetische situatie voorgelegd. Op deze manier konden we ervoor zorgen dat alle deelnemers zich goed konden inleven in de situatie. In het studentenpanel werd de deelnemers gevraagd zich voor te stellen dat ze een lening gingen afsluiten omdat ze voor hun eerste baan allerlei spullen (woning, laptop, kleding etc.) moesten aanschaffen en geen spaargeld achter de hand hadden. Deelnemers van het AFM-panel moesten zich inbeelden dat ze een lening wilden afsluiten voor een verbouwing en deelnemers van het Amerikaanse panel dat ze een lening wilden voor een nieuwe auto. In bijlage 1 staan per panel de volledige scenario's beschreven.

### Groepen

In alle panels, werden de deelnemers aan het begin van de pilot willekeurig ingedeeld in vier verschillende groepen:

- Controlegroep
- Looptijdgroep
- Verticale slider-groep
- Totaalbedraggroep

<sup>2</sup> Aangezien het aantal deelnemers in het studentenpanel beperkt is, zullen we deze resultaten buiten beschouwing laten in de rapportage. Deze resultaten zullen alleen gebruikt worden voor het schetsen van een algemeen beeld.

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

In iedere groep moesten de deelnemers in een gesimuleerde online omgeving, op basis van de hypothetische situatie een keuze maken voor een leenbedrag en de looptijd. Per groep verschilde de gesimuleerde online omgeving subtiel. Hieronder is per groep weergegeven hoe deze gesimuleerde omgeving eruit zag.

### Controlegroep

Deelnemers in de *controlegroep* kregen een gesimuleerde omgeving te zien die zo goed mogelijk leek op de huidige websites van kredietverstrekkers:

Hoeveel wil je lenen?



Kies je looptijd:

Kies een looptijd
<b>Kies een looptijd</b>
12 maanden
24 maanden
36 maanden
48 maanden
60 maanden
72 maanden

Je maandlasten en je kosten:

Maandbedrag:	Kies een looptijd
Looptijd:	Kies een looptijd
Vaste debetrentevoet:	5,50%
Jaarlijks kostenpercentage:	5,50%
Totaalbedrag:	Kies een looptijd

### Looptijdgroep

Bij de deelnemers in de *looptijdgroep* werd de looptijd niet alleen in maanden gecommuniceerd, maar ook in jaren. Aangezien consumenten meer in jaren communiceren dan in maanden, verwachten we dat door het toevoegen van jaren het besef van de lengte van de looptijd wordt vergroot. De gesimuleerde omgeving zag er als volgt uit:

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

### Hoeveel wil je lenen?



### Kies je looptijd:

Kies een looptijd

- Kies een looptijd
- 12 maanden (1 jaar)
- 24 maanden (2 jaar)
- 36 maanden (3 jaar)
- 48 maanden (4 jaar)
- 60 maanden (5 jaar)
- 72 maanden (6 jaar)

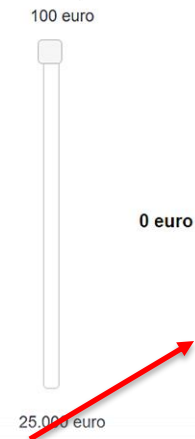
### Je maandlasten en je kosten:

Maandbedrag:	Kies een looptijd
Looptijd:	Kies een looptijd
Vaste debetrentevoet:	5,50%
Jaarlijks kostenpercentage:	5,50%
Totaalbedrag:	Kies een looptijd

### Verticale slider-groep

Consumenten die een lening afsluiten, moeten het leenbedrag bijna altijd aangeven met een slider die van links naar rechts gaat. Een beweging van links naar rechts is heel intuïtief – bijna alle swipe-bewegingen op onze telefoon zijn van links naar rechts – en dat geeft vaak iets positiefs, zoals voortgang of vooruitgang weer. Om deze reden hebben de deelnemers in de *verticale slider-groep* de keuze voor het leenbedrag moeten maken op een verticale slider. De aanname hierbij was dat de deelnemers door het maken van een minder intuïtieve beweging, bewuster over de lening zouden nadenken.

### Hoeveel wil je lenen?



### Kies je looptijd:

Kies een looptijd

### Je maandlasten en je kosten:

Maandbedrag:	Kies een looptijd
Looptijd:	Kies een looptijd
Vaste debetrentevoet:	5,50%
Jaarlijks kostenpercentage:	5,50%
Totaalbedrag:	Kies een looptijd

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

### Totaalbedraggroep

Deelnemers in de *totaalbedraggroep* moesten op eenzelfde manier een keuze maken als mensen in de controlegroep. Het verschil was zichtbaar in de samenvatting van de krediettabel. Deze krediettabel begint altijd met het maandbedrag en eindigt met het totaalbedrag. In de *totaalbedraggroep* testen we of het saillanter maken van het totaalbedrag – door het als eerste in de krediettabel weer te geven en vetgedrukt te maken – effect heeft op het leengedrag van de deelnemers.

#### Hoeveel wil je lenen?



#### Kies je looptijd:

36 maanden

Bevestig

#### Je maandlasten en je kosten:

Totaalbedrag:	<b>7.174,55 euro</b>
Maandbedrag:	199,29 euro
Looptijd:	36 maanden
Vaste debetrentevoet:	5,50%
Jaarlijks kostenpercentage:	5,50%

## Panels

### Het Amerikaanse panel

#### Scenario

Imagine that your car broke down yesterday. Unfortunately, it turns out your car is unrepairable. Having a car is essential for your daily routine; without a car you cannot get to work, visit family or even do groceries.

You don't have any savings at the moment, so you decide to take out a loan to buy a new car.

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## Achtergrondkenmerken

Tabel 31: Achtergrondkenmerken, naar groep

	Looptijd (n=104)	Totaalbedrag (n=98)	Verticaal (n=98)	Controle (n=100)	Totaal (n=400)
<b>Geslacht (%)</b>					
Man	62,5	57,1	58,2	55,0	58,3
Vrouw	37,5	42,9	41,8	45,0	41,8
<b>Leeftijd</b>					
Gemiddelde	35,33	32,89	36,19	34,60	34,76
Standaarddeviatie	11,70	10,30	11,45	11,80	11,36
<b>Woonsituatie (%)</b>					
Alleen	25,0	22,4	25,5	29,0	25,5
Alleen + kind	5,8	5,1	6,1	2,0	4,8
Partner	19,2	19,4	18,4	19,0	19,0
Partner + kind	22,1	21,4	30,6	26,0	25,0
Met huisgenoten	10,6	8,2	7,1	9,0	8,8
Bij ouders	16,3	23,5	10,2	13,0	15,8
Anders	1,0	0	2,0	2,0	1,3
<b>Moeite met inleven in het scenario (%)</b>					
Gemakkelijk					75,0
Niet moeilijk, niet gemakkelijk					15,8
Moeilijk					9,3

## AFM-panel

### Scenario

U heeft twee jaar geleden een nieuw huis gekocht van 120m<sup>2</sup> voor € 300.000. Nu wilt u gaan verbouwen: u wilt het huis uitbreiden naar 140m<sup>2</sup>, door een uitbouw van 20 m<sup>2</sup> te maken voor een serre.

Op dit moment heeft u hiervoor geen geld op uw spaarrekening. U besluit daarom een consumptief krediet (lening) af te sluiten om de uitbreiding te kunnen betalen.



## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## Achtergrondkenmerken

Tabel 32: Achtergrondkenmerken, naar groep

	Looptijd (n=215)	Totaalbedrag (n=214)	Verticaal (n=208)	Controle (n=192)	Totaal (n=829)
<b>Geslacht (%)</b>					
Man	85,1	78,5	76,0	80,7	80,1
Vrouw	19,3	21,5	24,0	19,3	19,9
<b>Leeftijd</b>					
Gemiddelde	60,77	60,29	59,76	60,81	60,40
Standaarddeviatie	11,75	12,33	12,31	12,25	12,14
<b>Woonsituatie (%)</b>					
Alleen	20,5	15,9	19,7	20,8	19,2
Alleen + kind	2,3	1,9	1,0	1,0	1,6
Partner	51,6	57,9	54,8	57,3	55,4
Partner + kind	22,8	22,0	23,6	19,8	22,1
Met huisgenoten	0,5	0,5	0	0,5	0,4
Bij ouders	1,9	0,5	0,5	0	0,7
Anders	0,5	1,4	0,5	0,5	0,7
<b>Moeite met inleven in het scenario (%)</b>					
Gemakkelijk					40,6
Niet moeilijk, niet gemakkelijk					29,7
Moeilijk					29,8

## Studentenpanel

### Scenario

Stel je voor, je bent klaar met studeren en je wordt aangenomen bij je eerste echte baan. Voor deze baan moet je wel een aantal zaken aanschaffen, zoals een tablet, laptop en een goede garderobe met nette kleding. Daarnaast ben je op zoek naar een nieuw appartement. Je wilt hiervoor wat geld achter de hand hebben, om de borg en inrichting te kunnen betalen.

Je hebt op dit moment echter geen geld op je spaarrekening. Je besluit een lening af te sluiten.

## Inhoud

Samenvatting & conclusie

Visie

1. Algemene inleiding

Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding

2. Kenmerken van de afgesloten lening

3. Het keuzeproces

4. Ervaring van de lening

Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding

2. A/B-testen

Literatuurlijst

Bijlage 1

Bijlage 2

Bijlage 3

Bijlage 4

## Achtergrondkenmerken

Tabel 33: Achtergrondkenmerken, naar groep

	Looptijd (n=36)	Totaalbedrag (n=33)	Verticaal (n=38)	Controle (n=36)	Totaal (n=143)
<b>Geslacht (%)</b>					
Man	25,7	27,3	28,9	28,9	27,0
Vrouw	74,3	72,7	73,5	71,1	73,0
<b>Leeftijd</b>					
Gemiddelde	22,20	23,09	22,45	22,03	22,43
Standaarddeviatie	3,85	6,78	4,27	2,82	4,58
<b>Woonsituatie (%)</b>					
Bij ouders	57,1	39,4	26,3	34,3	39,0
Op mezelf, eigen appartement/studio/huis	11,4	12,1	21,1	20,0	16,3
Op mezelf, samen met anderen	31,4	36,4	36,8	45,7	37,6
Met partner	0	12,1	10,5	0	5,7
Anders	0	0	5,3	0	1,4
<b>Moeite met inleven in het scenario (%)</b>					
Gemakkelijk					56,7
Niet moeilijk, niet gemakkelijk					9,2
Moeilijk					34,0

## Resultaten

### Leengedrag

In eerste instantie hebben we gekeken of er verschillen zitten tussen de groepen wat betreft de kenmerken van de (hypothetische) lening die ze af willen sluiten. We hebben gekeken naar de gewenste hoogte van de lening, de looptijd, het te betalen maandbedrag en het totaalbedrag van de lening (totale rente + aflossing). In geen enkel panel waren significante verschillen te zien in leengedrag tussen de verschillende leenomgevingen. De leenomgeving had dus geen invloed op het gedrag van de deelnemers.

## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

#### 1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

#### 1. Inleiding

#### 2. Kenmerken van de afgesloten lening

#### 3. Het keuzeproces

#### 4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

#### 1. Inleiding

#### 2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

#### Bijlage 1

#### Bijlage 2

#### Bijlage 3

#### Bijlage 4

Tabel 34: Kenmerken van de gekozen lening, naar groep

	Hoogte lening (€)	Looptijd (mnd)	Maandbedrag (€)	Totaalbedrag (€)
<b>Amerikaanse panel</b>				
Controlegroep	11.563	41	364	12.863
Totaalbedraggroep	12.346	41	392	13.663
Looptijdgroep	13.162	42	426	14.694
Verticale slider-groep	13.965	42	434	15.512
<b>AFM-panel</b>				
Controlegroep	23.299	73	421	27.917
Totaalbedraggroep	24.339	73	425	29.213
Looptijdgroep	23.166	74	415	27.951
Verticale slider-groep	26.113	77	423	31.781

Er was echter wel een voorzichtige (niet-significante) trend zichtbaar bij de *verticale slider-groep*. Zowel in het Amerikaanse als in het AFM-panel hebben de deelnemers in de verticale slider-groep een hoger leenbedrag gekozen dan de deelnemers in de andere groepen. In het AFM-panel kiezen zij daarnaast ook voor een langere looptijd.

#### **Kennis over de afgesloten lening**

Om in beeld te kunnen krijgen hoe bewust de deelnemers de lening hebben afgesloten, hebben we aan het einde van het onderzoek gevraagd of de deelnemers nog wisten wat voor lening ze hadden gekozen. Ook hier hebben we gekeken naar de gewenste hoogte van de lening, de looptijd, het maandbedrag en het totaalbedrag. De aanname is dat deelnemers die op een bewustere manier voor een lening hebben gekozen, zich uiteindelijk ook beter kunnen herinneren wat voor lening ze hebben afgesloten.

## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

#### 1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

#### 1. Inleiding

#### 2. Kenmerken van de afgesloten lening

#### 3. Het keuzeproces

#### 4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de

#### keuzeomgeving

#### 1. Inleiding

#### 2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

#### Bijlage 1

#### Bijlage 2

#### Bijlage 3

#### Bijlage 4

Tabel 35: Kenmerken van de lening, naar groep

	Hoogte lening: tussen € 0 en € 100 verschil met gekozen bedrag (%)	Looptijd: correct aantal maanden genoemd (%)	Maandbedrag: tussen € 0 en € 10 verschil met gekozen bedrag (%)	Schatting totaalbedrag: tussen € 0 en € 100 verschil met gekozen bedrag (%)
<b>Amerikaanse panel</b>				
Controlegroep	77	87	67	40
Totaalbedraggroep	80	95	68	47
Looptijdgroep	79	96	78	44
Verticale slider-groep	73	92	56	49
<b>AFM-panel</b>				
Controlegroep	72	84	52	20
Totaalbedraggroep	52	86	56	21
Looptijdgroep	61	84	53	30
Verticale slider-groep	59	86	58	23

De resultaten zijn niet altijd consistent tussen de verschillende panels. Een leenomgeving die het echter vaker goed lijkt te doen op het gebied van kennis, is de *looptijdgroep*. Zij weten in het Amerikaanse panel beter dan de *controlegroep* wat de looptijd was van de lening die ze hebben gekozen en in het AFM-panel weten ze beter wat het totale bedrag van de lening was. Deze laatste trend zien we ook terug in het Amerikaanse panel, al is dit hier niet significant.

De resultaten uit de *totaalbedraggroep* en de *verticale slider-groep* zijn wisselend.

Aan de ene kant weten de deelnemers in de *totaalbedraggroep* in het Amerikaanse- en AFM-panel beter wat de looptijd van hun lening was dan de *controlegroep* (marginaal significant). In het AFM-panel zijn ze echter minder goed de hoogte van de lening die ze hebben gekozen. Deze laatste trend zien we echter niet terug in het Amerikaanse panel.

De deelnemers in de *verticale slider-groep* weten in het Amerikaanse panel meestal minder goed dan andere groepen hoe de lening die ze hebben gekozen eruitziet. In het AFM-panel zien we dit niet terug.

### Conclusie pilot

Ondanks het feit dat we geen verschil zagen in het leengedrag, zien we wel verschillen tussen de groepen in hoe goed ze zich herinneren wat ze hebben afgesloten. Dat is een signaal dat deze deelnemers bewuster bezig zijn geweest met het kiezen van de (hypothetische) lening. Wij verwachten dat consumenten die bewuster een lening afsluiten, uiteindelijk ook een lening kiezen die beter bij hun (financiële) situatie past.

## Inhoud

### Samenvatting & conclusie

#### Visie

1. Algemene inleiding

### Onderzoek 1 | Leners ondervraagd

1. Inleiding
2. Kenmerken van de afgesloten lening
3. Het keuzeproces
4. Ervaring van de lening

### Onderzoek 2 | De invloed van de keuzeomgeving

1. Inleiding
2. A/B-testen

#### Literatuurlijst

#### Bijlage 1

#### Bijlage 2

#### Bijlage 3

#### Bijlage 4

Om deze reden wilden we de gesimuleerde omgeving van de *looptijdgroep* gaan testen in het veld. Daarnaast dachten we dat de omgeving zoals in de *totaalbedraggroep* ook potentie heeft. We verwachten dat consumenten die daadwerkelijk overwegen een lening te nemen meer aandacht besteden aan de samenvatting van de krediettabel, aangezien deze informatie voor hen op dat moment relevant is. In de hypothetische situatie verwachten we dat dit minder het geval is geweest. Dit zien we ook terug in het percentage mensen dat zich correct kan herinneren wat het maand- en totaalbedrag van de lening was.

Een mogelijke verklaring voor de trend die we zien bij de *verticale slider-groep* (qua leengedrag en kennis) is dat deelnemers een verticale slider afwijkend vinden van hoe sliders normaal worden getoond. En dat daardoor hun aandacht niet meer echt gericht is op de keuze voor de lening, maar op de vreemde aanpassing in de leenomgeving. Om deze reden kiezen wij ervoor om de verticale slider niet daadwerkelijk te gaan testen in het veld.