

## Expertisegebied Consumentengedrag en het gedrag van beleggers

Door de kennis op het gebied van het gedrag van consumenten en beleggers te vergroten, wordt ook de effectiviteit van toezicht versterkt. Uit gedragswetenschappelijk onderzoek weten we inmiddels dat consumenten en beleggers veelal niet rationeel handelen. Meer kennis en begrip van het gedrag van consumenten en beleggers helpt ons met het in kaart brengen van risico's en het bepalen van effectieve interventies.

De AFM richt zich om twee redenen voornamelijk op beïnvloeding van de sector. De AFM heeft voor het beïnvloeden van de sector een wettelijk toezichtmandaat, wat niet het geval is voor beïnvloeding van consumenten en beleggers. Daarnaast wijst onderzoek op dit gebied uit dat het beïnvloeden van de beslisomgeving effectiever is dan het beïnvloeden van consumenten en beleggers zelf. Beïnvloeding van de beslisomgeving zal op den duur zorgen voor betere uitkomsten voor consumenten en beleggers.

Met het *Expertise Centrum Consumentengedrag en het gedrag van beleggers* wordt geïnvesteerd in verdere kennisopbouw en kennisdeling op het terrein van consumentengedrag en het gedrag van beleggers.

### Activiteitenkalender

#### Projectmatige activiteiten

##### 1. Goederenkrediet

De AFM heeft diverse signalen ontvangen over de goederenkredietmarkt. De ontvangen signalen hebben onder meer betrekking op overkreditering en een ongewenste stapeling van dergelijke goederenkredieten, misleiding, 'product-pushing' en koppelverkoop van aanverwante verzekeringsproducten. Deze signalen duiden er ook op dat er goederenkredieten worden verstrekt die qua type product niet-passend zijn, bijvoorbeeld omdat hun looptijd de economische levensduur van het gebruiksgoed overstijgt, of omdat zij hoger zijn dan de waarde van het gebruiksgoed. Er is in 2015 een verkennend onderzoek gedaan naar de markt van goederenkrediet. Aan de hand hiervan zullen vervolgstappen worden bepaald.

Resultaten	Oplevering
1a. Een interne rapportage met bevindingen en vervolgstappen.	Q1 2016

##### 2. Beleggingsrekeninghypotheken

Veel consumenten met een beleggingsrekeninghypotheek bouwen minder vermogen op dan verwacht. Dit zorgt ervoor dat zij aan het einde van de looptijd hun hypotheek niet (volledig) kunnen aflossen. Consumenten die hun hypotheek kunnen verlengen, worden mogelijk geconfronteerd met hogere maandlasten en in andere gevallen zal verlenging überhaupt niet mogelijk zijn. In 2015 hebben aanbieders kwetsbare klantgroepen in kaart gebracht. In 2016 wordt onderzocht wat effectieve manieren zijn om deze klanten te helpen. Dit moet eraan bijdragen dat (kwetsbare) klanten aantoonbaar dichterbij hun doel worden gebracht.

Resultaten	Oplevering
2a. AFM begeleidt aanbieders bij het uitvoeren van experimenten en brengt resultaten in kaart	Q3 2016
2b. AFM verschaft duidelijkheid over mogelijkheden om klanten te helpen binnen wettelijk kader	Q1 2016

##### 3. Aflossingsvrije hypotheek

Consumenten moeten tijdig voorzieningen treffen om te voorkomen dat zij aan het einde van de looptijd van hun aflossingsvrije hypotheek worden geconfronteerd met problemen. Hun maandlasten stijgen bijvoorbeeld doordat de hypotheekrenteaftrek stopt. Of het verlengen van de hypotheek is niet mogelijk omdat het inkomen niet

toereikend is, bijvoorbeeld vanwege het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd. Dit leidt tot (noodgedwongen) verkoop van de woning. Van hypotheekverstrekkers wordt verwacht dat zij hun (kwetsbare) klanten op effectieve wijze stimuleren om voorzieningen te treffen en dat zij eventuele drempels wegnemen.

<b>Resultaten</b>	<b>Oplevering</b>
3a. Analyse omvang probleem en kwetsbare klanten	Q2 2016
3b. Geldverstrekkers stimuleren om kwetsbare klanten op effectieve wijze te benaderen	Q2 2016
3c. Drempels identificeren en weg (laten) halen	Q3 2016

#### **4. Passendheidstoets**

Uit verkennend onderzoek van de AFM blijkt dat de passendheidstoets en de daaruit voortvloeiende waarschuwing voor execution only beleggers in de huidige vorm beperkte mate van beleggersbescherming biedt. Tegelijkertijd is de passendheidstoets momenteel de enige vorm van beleggersbescherming voor wie zich op de execution only-beleggingsmarkt begeeft. In 2016 onderzoekt de AFM welke mogelijkheden er zijn om de passendheidstoets effectiever te maken. Hierbij maakt de AFM gebruik van inzichten over het gedrag van beleggers.

<b>Resultaten</b>	<b>Oplevering</b>
4a. Inventarisatie mogelijkheden aanpassen passendheidstoets: go / no go moment	Q1 2016
4b. Eventueel toetsen alternatieven passendheidstoets aan de hand van experimenten (bij go moment)	Q3 2016
4c. Eventueel voorstel alternatief passendheidstoets (bij go moment)	Q4 2016

#### **5. Crowdfunding**

De AFM zal opnieuw inzetten op het bijdragen aan een verdere duurzame professionalisering van de crowdfunding-sector in Nederland, waarbij ook de internationale ontwikkelingen qua wet- en regelgeving alsook groei van belang zijn. De AFM zal in 2016 toezien op het naleven van de nieuwe voorschriften en die werking evalueren. Ook zal worden ingezet op het vergroten van de transparantie op de platforms en zal de AFM de ontwikkelingen op het gebied van secundaire verhandeling van crowdfund-leningen nauwgezet volgen en waar mogelijk stimuleren. De AFM is continue in gesprek met de sector en met andere belangrijke nationale en internationale stakeholders.

Per 1 april 2016 worden nieuwe voorschriften ingevoerd waar crowdfundingplatforms zich aan moeten houden. Zo moet er onder andere een investeerderstoets worden afgenomen en is er sprake van een "wachttijd" waarbij investeerders 24 uur de tijd hebben om hun investering actief te bevestigen óf hun investering eenvoudig te annuleren. In 2016 wordt geëvalueerd in hoeverre de geïntroduceerde voorschriften bijdragen aan de gewenste bescherming voor consumenten. De AFM streeft een goede balans na tussen bescherming voor consumenten en mogelijkheden voor de sector om te groeien.

<b>Resultaten</b>	<b>Oplevering</b>
5a. Deeleevaluatie naleving voorschriften voor crowdfunding platformen	Q3 2016
5b. Nul-meting crowdfunding: analyse van consumenten en de risico's die zij lopen	Q1 2016
5c. Evaluatie voorschriften crowdfunding	Q4 2016

#### **6. AFM Consument&Panel (doorlopend)**

Het beoogde doel/effect van het AFM Consument&Panel is de stem van de consument mee laten wegen in ons toezicht, zodat we deze taak effectiever en efficiënter kunnen uitvoeren. Door middel van een vast

consumentenpanel wordt onze kennis van en over consumenten(gedrag) vergroot. We willen de consumenten beter begrijpen en de capaciteiten van consumenten om verstandig financiële beslissingen te maken vergroten (versterken). Dit wordt bereikt door aan de leden van het panel vragen voor te leggen ten behoeve van de interne AFM projecten en AFM gerelateerde onderwerpen. Ook wordt er via een eigen forum kennis vergaard.

<b>Resultaten</b>	<b>Oplevering</b>
6a. In 2016 zullen ongeveer 24 (AFM brede) consumentenonderzoeken via het AFM panel (www.afmconsumentenpanel.nl) worden uitgevoerd. Dit aantal is overigens afhankelijk van de vorm (kwantitatieve en/of kwalitatieve vragenlijst, quick poll, forum, chatsessie), waarin het onderzoek wordt uitgevoerd en de kosten die hieraan zijn verbonden. Het aantal kan dus iets lager of hoger zijn.	Q4 2016
6b. Periodiek (naar verwachting een keer per maand) publiceren we een nieuwsbericht op de website van het AFM panel waarin resultaten uit de gedane panelonderzoeken worden teruggekoppeld alsmede actualiteiten met het panel worden gedeeld.	Doorlopend
6c. Ook gaan we door met de activiteiten in het forum. Dagelijks wordt gemonitord wat er op het forum gebeurt en reageert de AFM zelf ook wanneer nodig op het forum. Periodiek wordt een eigen of door een panellid ingestuurd forumtopic op het forum gepost.	Doorlopend
6d In het tweede kwartaal van 2016 zal er een wervingsronde plaatsvinden waarbij wij nieuwe melders uit het meldpunt zullen uitnodigen deel te nemen aan het AFM panel, mogelijk verder aangevuld met extra panelleden via het GfK-panel.	Q2 2016
6e. Er zullen verdeeld over 2016 drie lunchbijeenkomsten worden georganiseerd waarin Merel van Vroonhoven steeds met ongeveer 15 panelleden in dialoog gaat.	Q4 2016

## **7. Pensioen**

Er speelt een aantal beleidstrajecten waarbij de AFM betrokken is. Dit betreft onder andere: communicatie over risico's (als uitvloeisel van de Wet Pensioencommunicatie), de ontwikkeling van UPO modellen, de ontwikkeling van de Pensioenvergelijker, de discussie over de toekomst van het Pensioenstelsel, Europese ontwikkelingen op het gebied van wetgeving en de ontwikkeling van de Uniforme Rekenmethodiek.

<b>Resultaten</b>	<b>Oplevering</b>
7a.De AFM heeft haar advies ingebracht in de ontwikkeling van de manier waarop persoonlijke risico's voor deelnemers worden weergegeven (dit traject loopt door in 2017)	Q4 2017
7b. Wettelijk advies geven aan SZW over de door de pensioensector ontwikkelde UPO modellen	Q4 2016
7c De AFM zal haar advies geven bij ontwikkeling van de Pensioenvergelijker	Q2 2016
7d.De AFM zal deelnemen aan de discussie rondom de toekomst van het pensioenstelsel onder leiding van het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid om tot een beleidsnotitie voor de Tweede Kamer te komen	Q3 2016

## **8. Effectiviteit Kredietwaarschuwing**

Er is beperkt zicht op de werking van de kredietwaarschuwing. De AFM onderzoekt daarom in samenwerking met het ministerie van Financiën de functionaliteit (maatschappelijk belang en effect) van de kredietwaarschuwing. Wij betrekken hierbij consumenten, de markt en de wetenschap. Een marktpartij heeft haar website ter beschikking gesteld als testomgeving van verschillende condities.

<b>Resultaten</b>	<b>Oplevering</b>
8a. Overdracht adviesrapport over de functionaliteit van de Kredietwaarschuwing voor het ministerie van Financiën.	Q1 2016

## 9. Visie en Seminar Consumentengedrag

Op 3 december 2015 organiseerden we een seminar over de AFM & Consumentengedrag voor diverse stakeholders van financiële ondernemingen, consumentenorganisaties, universiteiten, brancheverenigingen, toezichthouders en de overheid. Doel van seminar en visie was:

- Het informeren van de sector over de wijze waarop de AFM inzichten in consumentengedrag toepast in haar toezicht (je zou nog kunnen verwijzen naar gepubliceerde rapporten om dit te illustreren); en
- Input ophalen bij de sector over de mogelijkheden die zij zien om consumenten effectief te helpen bij het realiseren van hun financiële doelen.

Met de deelnemers deelden en bespraken we een discussion paper over de AFM & Consumentengedrag. In 2016 willen we de verkregen input van de deelnemers verwerken om zo tot een visie op dit gebied te komen. Daarnaast organiseren we in 2016 wederom een seminar. Daarnaast nodigen we in 2016 partijen nadrukkelijk uit om met de AFM van gedachten te wisselen over effectieve consumentenbescherming.

<b>Resultaten</b>	<b>Oplevering</b>
9a. Publicatie Visie AFM & Consumentengedrag	Q1 2016
9b. Seminar	Q3-Q4 2016