



Vooraf ingevulde waarden in de inkomens- en lastentoets in de telecombranche

Een experiment in de online keuzeomgeving

Publicatiedatum: 01-mrt-2018

Autoriteit Financiële Markten

De AFM maakt zich sterk voor eerlijke en transparante financiële markten.

Als onafhankelijke gedragstoezichthouder dragen wij bij aan duurzaam financieel welzijn in Nederland.

Inhoudsopgave

1.	Voraf invullen van waarden in de ILT	4
2.	Achterhaal het effect van vooraf invullen van de ILT met een experiment	6
2.1	Aankoopproces en experiment	6
2.2	Resultaten	8
3.	Bijlage I: Figuren inkomen en lasten per gezinssamenstelling	12
4.	Bijlage II: Screenshot online keuzeomgeving	20

1. Vooraf invullen van waarden in de ILT

Met ingang van 1 januari 2017 houdt de Autoriteit Financiële Markten (AFM) toezicht op alle Nederlandse telecomaanbieders. Vanaf die datum moeten consumenten door telecomaanbieders bijvoorbeeld duidelijk worden geïnformeerd over telefoonkrediet en de bijhorende kosten. Vanaf 1 mei 2017 moeten deze partijen zich ook aan de regels houden voor verantwoorde kredietverstrekking als zij een mobiele telefoon op afbetaling aanbieden. Telecomaanbieders die kredieten van meer dan 250 euro verstrekken voor een mobiele telefoon op afbetaling, zijn verplicht te vragen naar het inkomen en de vaste lasten van hun klanten. Deze verplichting is nodig om overkreditering te voorkomen en te toetsen of er maandelijks voldoende ruimte is om het krediet terug te betalen.¹

De AFM heeft geconstateerd dat bij de uitvoer van de inkomens- en lastentoets (hierna: ILT) bijna alle aanbieders gebruik maken van vooraf ingevulde waarden. Wanneer een klant (online) een telefoonkrediet aangaat, moet hij zijn gezinssituatie, inkomen en lasten opgeven. Bij het vooraf invullen van waarden worden automatisch het inkomen en de lasten ingevuld wanneer een klant heeft aangevinkt wat zijn gezinssituatie is. Deze zijn gebaseerd op bijvoorbeeld het gemiddelde inkomen of de lasten van andere klanten of minimale waarden die nodig zijn om in aanmerking te komen voor het krediet.

Vooraf ingevulde waarden worden ook wel standaardopties of ankers genoemd. Deze kunnen de keuzes die consumenten maken beïnvloeden, zelfs als de vooraf ingevulde waarden niet relevant zijn voor de persoon in kwestie. Dat komt bijvoorbeeld doordat de waarden (onbewust) worden gepercipieerd als een advies of als de norm.² Het kan ook voorkomen dat consumenten de vooraf ingevulde waarden in hun aanvraag laten staan, omdat zij vrezen op basis van hun eigen inkomen en lasten de mobiele telefoon niet op krediet te kunnen kopen. Hier ontstaat het risico dat consumenten overgekrediteerd worden.

De AFM verwacht dat aanbieders van financiële producten hun beslisomgeving inrichten in het belang van de klant. Kredietaanbieders moeten informatie inwinnen over de klantsituatie en op basis daarvan vaststellen of een krediet passend is. Het doel zou daarom moeten zijn om consumenten correcte informatie te laten verstrekken over hun financiële situatie. Het vooraf invullen van de ILT zou volgens de AFM kunnen leiden tot het verstrekken van minder correcte antwoorden door consumenten gezien wat vanuit gedragswetenschappelijke literatuur bekend is over het effect van standaardopties en ankers op gedrag.

¹ Dit volgt uit de Wet op het Financieel Toezicht (Wft) artikel 4:34, lid 1 *Voor de totstandkoming van een overeenkomst inzake krediet, of een belangrijke verhoging van de kredietlimiet, dan wel de som van de bedragen die op grond van een bestaande overeenkomst inzake krediet aan de consument ter beschikking zijn gesteld, wint een aanbieder van krediet in het belang van de consument informatie in over diens financiële positie en beoordeelt hij, ter voorkoming van overkreditering van de consument, of het aangaan van de overeenkomst onderscheidenlijk de belangrijke verhoging verantwoord.*

² Smith, N.C., Goldstein, D.G. & Johnson, E.J. (2013). Choice without awareness: ethical and policy implications of defaults. *Journal of Public Policy and Marketing*, 32, pp. 159-172.

In gesprekken tussen de AFM en telecomaanbieders over het effect van vooraf invullen van waarden in de ILT, gaven sommige telecomaanbieders aan dat zij verwachten dat, in tegenstelling tot wat de AFM verwacht, het vooraf invullen van waarden ervoor zorgt dat de klant wordt geholpen bij het invullen van de juiste gegevens. Gezien dit verschil in opvattingen heeft de AFM deze aanbieders verzocht om, indien zij gebruik willen maken van het vooraf invullen van waarden, met behulp van een experiment, aan te tonen wat het effect is op de waarden die consumenten invullen. Telfort heeft in reactie hierop aangegeven een experiment te willen uitvoeren in hun online keuzeomgeving. Zij voerden medio 2017 een experiment (A/B-test) uit op hun website en analyseerden de resultaten.

De conclusie van dit onderzoek is dat het vooraf invullen van waarden in de ILT een onwenselijke invloed heeft op hoe consumenten de ILT invullen. We constateren dat het vooraf invullen van waarden ervoor zorgt dat consumenten niet altijd hun daadwerkelijke inkomen en lasten opgeven. Consumenten laten de vooraf ingevulde waarden namelijk in veel gevallen onveranderd staan. Dit zorgt ervoor dat de kredietwaardigheidstoets minder betrouwbaar is en daarmee zijn doel niet bereikt. Het werken met vooraf ingevulde waarden in een kredietwaardigheidstoets is daarom niet passend in het kader van het voorkomen van overkreditering. Bovendien loopt de aanbieder een grote kans dat hij de wettelijke verplichting schendt tot het inwinnen van informatie en het beoordelen of het verbod op overkreditering niet wordt overtreden.

Gezien de resultaten van dit onderzoek verwacht de AFM van telecomaanbieders dat ze geen gebruik maken van vooraf ingevulde waarden in de ILT. De AFM vindt een dergelijke praktijk niet wenselijk omdat een intensieve gegevensverzameling dient plaats te vinden om een goede kredietwaardigheidstoets te kunnen uitvoeren zoals op grond van artikel 4:34, eerste lid, verplicht is. Aanbieders die werkten met het vooraf invullen van waarden in de ILT zijn hier inmiddels mee gestopt.

In de toekomst zal de AFM vaker het effect van aanpassingen in de keuzeomgeving in verschillende deelmarkten toetsen. Dit draagt bij aan effectieve bescherming van consumenten.

2. Achterhaal het effect van vooraf invullen van de ILT met een experiment

Vooraf ingevulde waarden in de keuzeomgeving kunnen gedrag van consumenten op verschillende manieren beïnvloeden. Enerzijds kan een vooraf ingevulde waarde werken als standaardoptie: consumenten kunnen gevoelig zijn voor de optie die als standaard aangeboden wordt en wijken hier vaak niet vanaf. Ze kunnen de standaardoptie ook opvatten als impliciete aanbeveling en het vooraf ingevulde bedrag daarom laten staan.³ Anderzijds kan een vooraf ingevulde waarde werken als anker: consumenten kunnen het ingevulde bedrag gebruiken als referentiepunt om het in te vullen bedrag op te baseren, wat suboptimale keuzes kan veroorzaken.⁴

Gezien het eerder genoemde verschil in opvattingen tussen de AFM en telecomaanbieders over het effect van vooraf ingevulde waarden (*prefillen*) heeft de AFM deze aanbieders verzocht om met behulp van een experiment aan te tonen wat het effect van prefillen is. Telfort gaf aan een experiment te willen uitvoeren in hun online keuzeomgeving. Zij voerden daarom een A/B-test uit op hun website (<https://www.telfort.nl/mobiel/bestellen/bereken>). In de A-conditie (zonder prefill) werden er geen vooraf ingevulde waarden getoond aan klanten, en in de B-conditie (met prefill) wel. Bezoekers van de website werden op basis van toeval toegewezen aan de A- en de B-conditie. De analyses van de A/B-test zijn uitgevoerd door Telfort en gecontroleerd door de AFM.

2.1 Aankoopproces en experiment

Op de Telfort website kunnen klanten een telefoon met een abonnement kopen. Nadat zij een telefoon hebben uitgekozen selecteren ze de specificaties van het abonnement, zoals de looptijd. Daarnaast beslist de klant hoe hij het toestel wil betalen; direct betalen of op afbetaling (krediet). Dit doen ze in de stap 'Jouw keuze' van de zogeheten 'orderflow' (zie Figuur 1). Zodra alle keuzes gemaakt zijn, kunnen klanten verder gaan met de bestelling en komen ze in stap 2 terecht ('Jouw gegevens'). In stap 3 ronden zij de bestelling af.

Figuur 1. Orderflow



³ Smith, N.C., Goldstein, D.G. & Johnson, E.J. (2013). Choice without awareness: ethical and policy implications of defaults. *Journal of Public Policy and Marketing*, 32, pp. 159-172.

⁴ Tversky, A. & Kahneman, D. (1974). Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science*, 185 (4157): 1124–1131. Zie ook Jung, M. H., Perfecto, H., & Nelson, L. D. (2016). Anchoring in payment: Evaluating a judgmental heuristic in field experimental settings. *Journal of Marketing Research*, 53(3), 354-368.

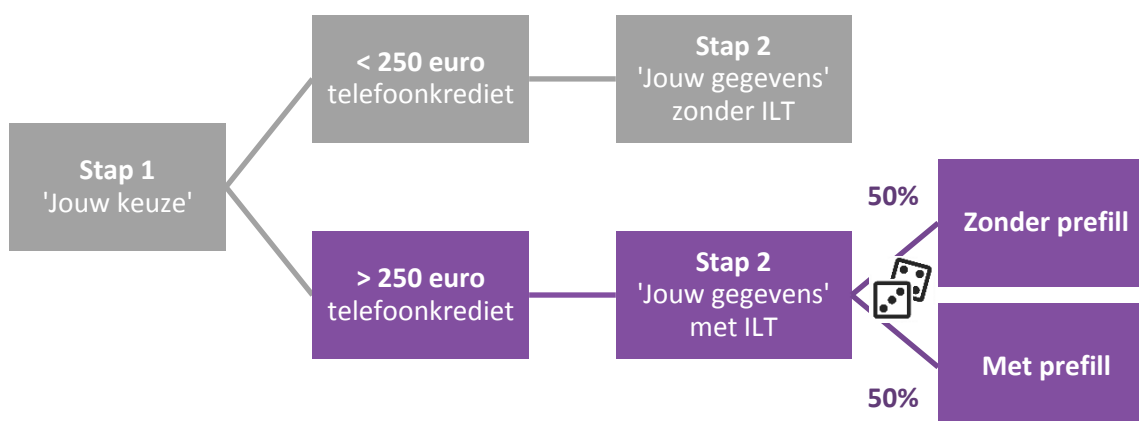
Als klanten hebben gekozen voor een telefoonkrediet van minimaal 250 euro moet er een ILT worden afgenomen. Deze ILT vindt plaats in stap 2 van de orderflow en bestaat uit de volgende drie stappen:

Figuur 2. ILT



Om het effect van het vooraf invullen van de ILT te achterhalen heeft Telfort een A/B-test uitgevoerd in stap 2 van de orderflow bij consumenten die kiezen voor een telefoonkrediet van minimaal 250 euro. Dit resulteerde in twee condities: de originele conditie waarin de ILT niet vooraf ingevuld was (zonder prefill) of de variant waarin de ILT wel vooraf ingevuld was (met prefill).

Figuur 3. Opzet experiment



De ILT werd op basis van de aangegeven gezinssamenstelling vooraf ingevuld met de volgende bedragen:

Tabel 1. Vooraf ingevulde bedragen ILT

	Vooraf ingevuld bedrag inkomen	Vooraf ingevuld bedrag lasten
Alleenstaand zonder kind(eren)	€ 2.210	€ 373
Alleenstaand met kind(eren)	€ 2.141	€ 522
Samenwonend zonder kind(eren)	€ 3.133	€ 562
Samenwonend met kind(eren)	€ 3.638	€ 701

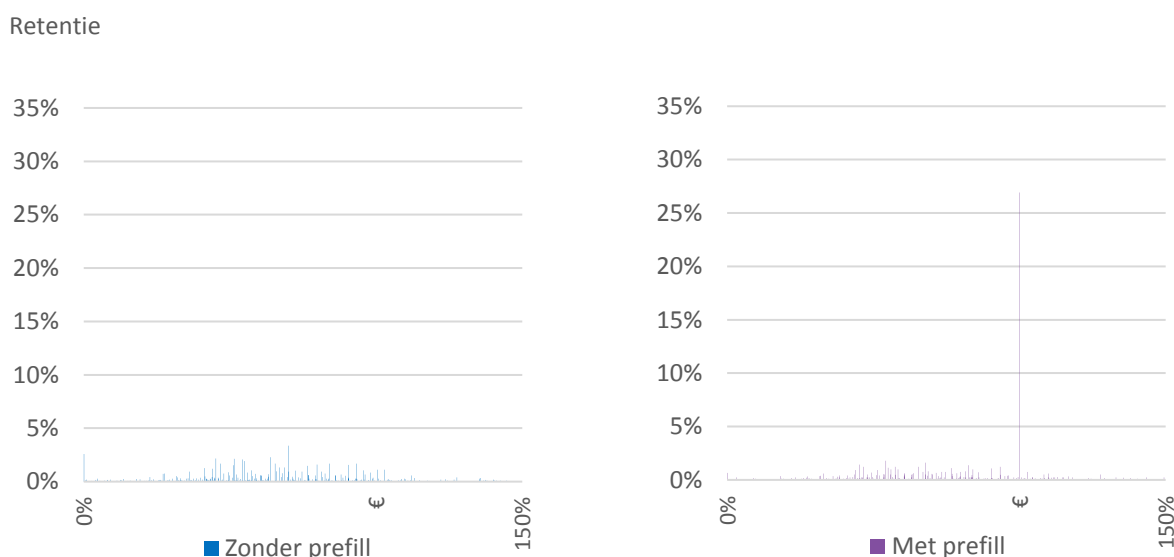
Een deel van de consumenten die tussen 15 juni en 17 juli 2017 kozen voor een telefoonkrediet van minimaal 250 euro werd *at random* toegewezen aan een van de twee condities van het experiment.⁵ Dit resulteerde in 1.204 observaties in de conditie zonder prefill en 1.342 observaties in de conditie met prefill.

2.2 Resultaten

Uit het experiment blijkt dat het vooraf invullen van de ILT van invloed is op de antwoorden die klanten geven. Hieronder in Figuur 4 (inkomen) en Figuur 5 (lasten) wordt dit effect weergegeven. We gebruiken een €-teken op de x-as om de vooraf ingevulde waarde aan te geven en hebben de ingevulde waarden omgerekend naar percentages. Hierbij is het vooraf ingevulde bedrag op 100% gezet en alle antwoorden die klanten geven zijn als afwijking van dit bedrag weergegeven. Stel bijvoorbeeld dat het vooraf ingevulde bedrag voor inkomen 2.000 euro is. Als een klant dan invult dat hij een inkomen van 1.000 euro heeft, dan krijgt deze klant in Figuur 4 een waarde van 50%. Een klant die een inkomen van 3.000 euro invult krijgt een waarde van 150%. Op de y-as is wordt het percentage klanten die een bepaald bedrag invult weergegeven.

Uit Figuur 4 en Figuur 5 blijkt dat het vooraf ingevulde bedrag (aangegeven met een €-teken) veel vaker voorkomt in de antwoorden van klanten die een vooraf ingevuld bedrag kregen te zien, dan in de antwoorden van klanten waarbij vooraf niets ingevuld werd. Dit effect bestaat zowel bij bestaande (retentie) als nieuwe (acquisitie) klanten en in alle gezinssamenstellingen (voor de resultaten per gezinssamenstelling zie Bijlage I).

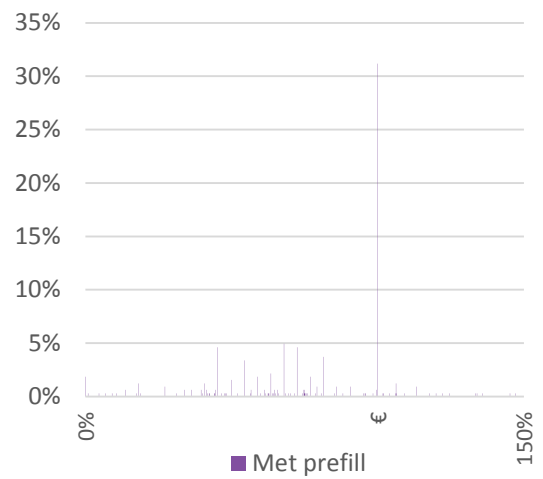
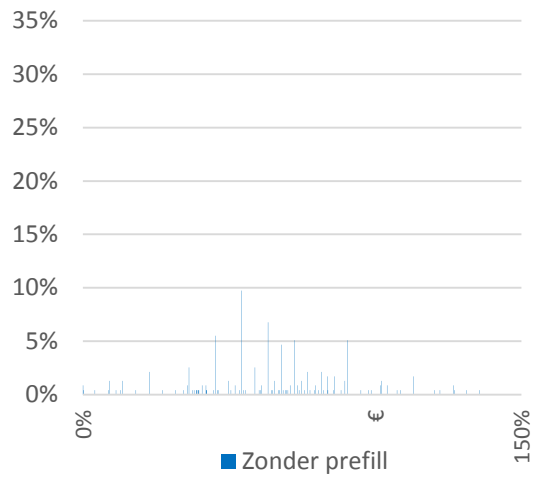
*Figuur 4. Ingevulde bedragen inkomen*⁶



⁵ Vanwege de concurrentiegevoeligheid van de informatie kan het deel consumenten dat in de aangegeven periode deelnam aan het experiment niet worden gespecificeerd.

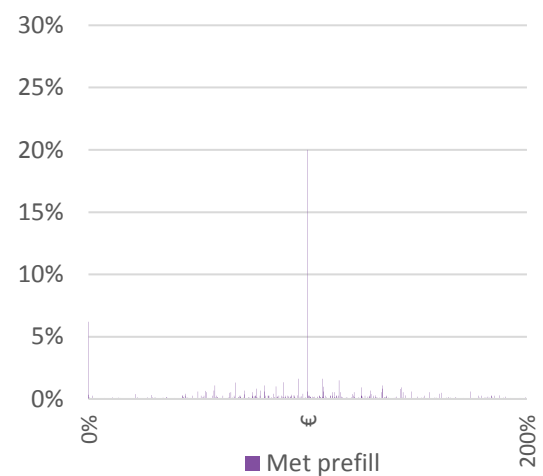
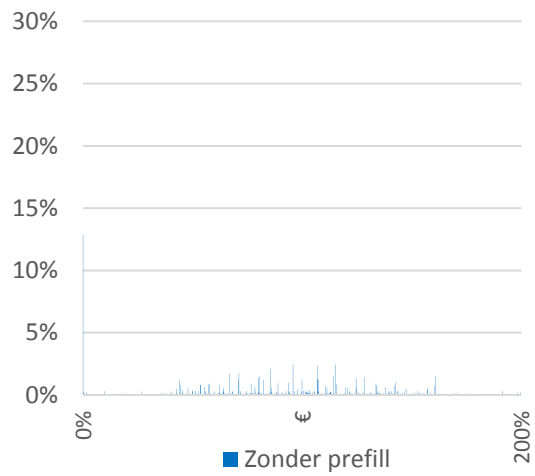
⁶ Outliers zijn verwijderd uit deze plaatjes. Bedragen hoger dan 150% van het prefill-bedrag zijn niet meegenomen in deze weergave. Het €-teken op de x-as geeft de vooraf ingevulde waarde aan.

Acquisitie



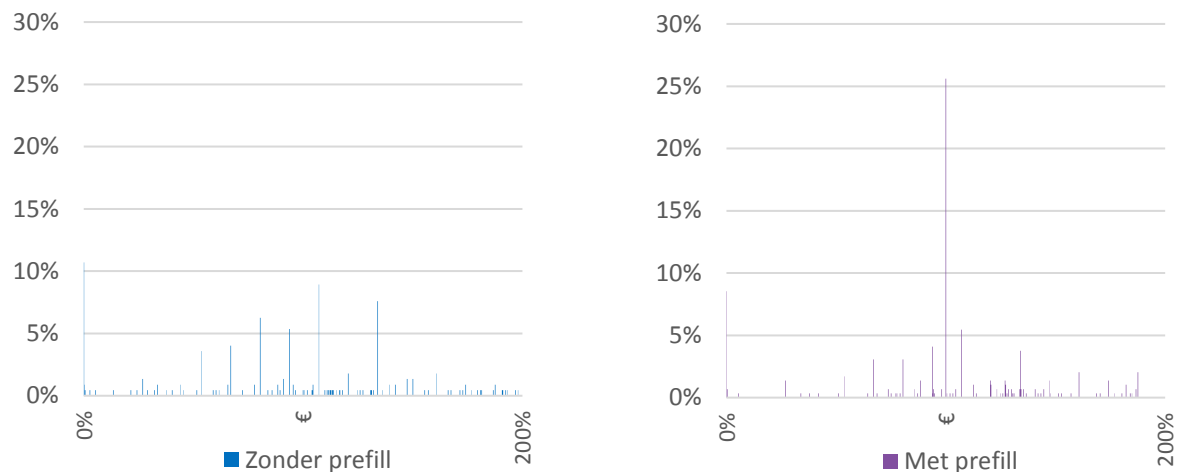
Figuur 5. Ingevulde bedragen lasten ⁷

Retentie



⁷ Outliers zijn verwijderd uit deze plaatjes. Bedragen hoger dan 200% van het prefill-bedrag zijn niet meegenomen in deze weergave. Het ̳-teken op de x-as geeft de vooraf ingevulde waarde aan.

Acquisitie



Voorgaande resultaten suggereren dat vooraf ingevulde waarden werken als standaardoptie: het vooraf ingevulde bedrag komt veel vaker voor in de antwoorden van klanten die een vooraf ingevuld bedrag kregen te zien, dan in de antwoorden van klanten waar vooraf niets ingevuld werd. Het vooraf ingevulde bedrag zou ook als anker de antwoorden van klanten kunnen beïnvloeden: klanten gebruiken het vooraf ingevulde bedrag als referentiepunt om het in te vullen bedrag op te baseren. In dit geval zullen klanten vaker een antwoord geven dat in de buurt ligt van het vooraf ingevulde bedrag dan klanten waarbij niets vooraf ingevuld werd. Omdat de antwoorden beïnvloed kunnen worden door zowel een standaardoptie- als ankereffect hebben we de volgende analyse uitgevoerd: we toetsen of het percentage van de antwoorden dat binnen een range van 5 procent van het vooraf ingevulde bedrag valt, verschilt tussen de condities (zie Tabel 3 en 4). Hieruit blijkt dat in de conditie met vooraf ingevulde waarden de daadwerkelijke antwoorden die klanten geven 15 tot 20 procent vaker in deze range vallen dan wanneer er geen vooraf ingevulde waarde werd getoond.

Tabel 2. Bedragen binnen +/- 5% range van vooraf ingevulde bedrag: inkomen

	Toename in bedragen binnen +/- 5% range in conditie met prefill t.o.v. conditie zonder prefill ⁸	Statistiek
Alleenstaand zonder kind(eren)	+21,1%	$X^2(1) = 86.85, p < 0.001$
Alleenstaand met kind(eren)	+16,5%	$X^2(1) = 11.95, p < 0.001$
Samenwonend zonder kind(eren)	+19,5%	$X^2(1) = 31.71, p < 0.001$
Samenwonend met kind(eren)	+22,2%	$X^2(1) = 73.30, p < 0.001$
Gemiddelde	+20,5%	$X^2(1) = 198.18, p < 0.001$

⁸ Vanwege de concurrentiegevoeligheid van de informatie kunnen de percentages en aantallen observaties per conditie niet worden gespecificeerd en wordt alleen het verschil tussen condities weergegeven.

Tabel 3. Bedragen binnen +/- 5% range van vooraf ingevulde bedrag: lasten

	Toename in bedragen binnen +/- 5% range in conditie met prefill t.o.v. conditie zonder prefill ⁹	Statistiek
Alleenstaand zonder kind(eren)	+16,8%	$X^2(1) = 86.85, p < 0.001$
Alleenstaand met kind(eren)	+9,8%	$X^2(1) = 4.55, p = 0.03$
Samenwonend zonder kind(eren)	+16,6%	$X^2(1) = 31.24, p < 0.001$
Samenwonend met kind(eren)	+16,4%	$X^2(1) = 38.58, p < 0.001$
Gemiddelde	+15,8%	$X^2(1) = 123.94, p < 0.001$

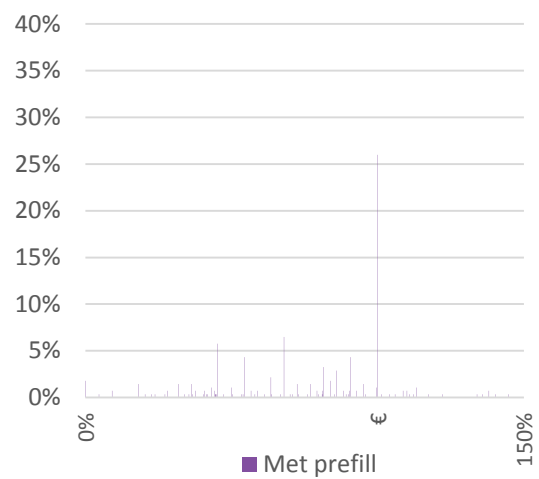
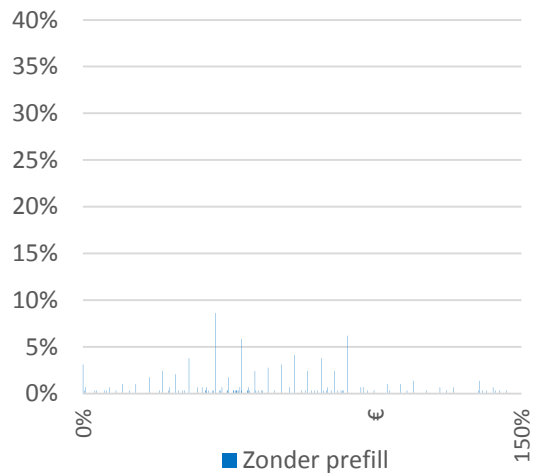
De resultaten van het experiment tonen aan dat het vooraf invullen van waarden in de ILT de antwoorden van klanten beïnvloedt. Klanten laten de vooraf ingevulde waarden staan of geven een antwoord dat binnen een range van 5 procent van het vooraf ingevulde bedrag valt. Dit suggereert dat het vooraf invullen van de ILT werkt als standaardoptie en anker.

⁹ Vanwege de concurrentiegevoeligheid van de informatie kunnen de percentages en aantallen observaties per conditie niet worden gespecificeerd en wordt alleen het verschil tussen condities weergegeven.

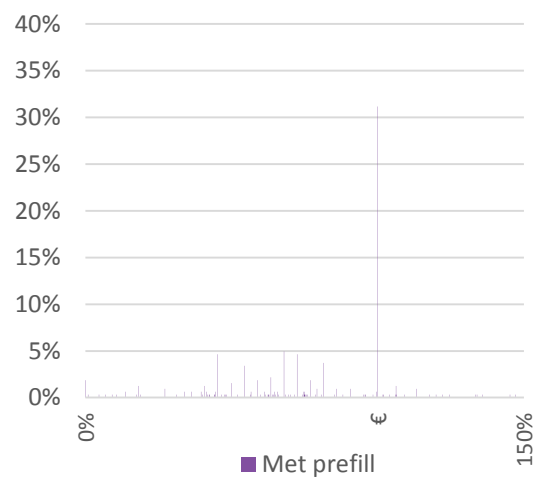
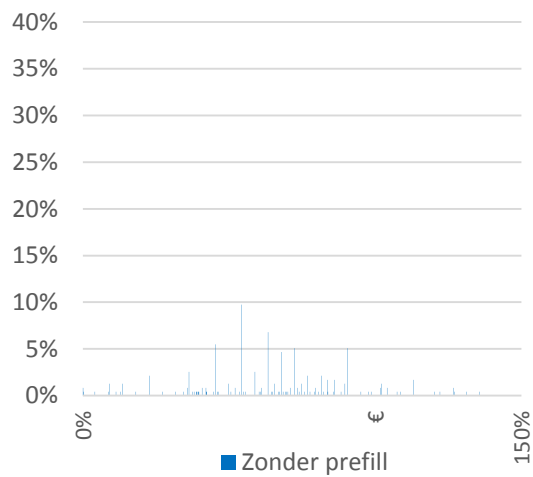
3. Bijlage I: Figuren inkomen en lasten per gezinssamenstelling

Figuur 1. Ingevulde bedragen alleenstaanden zonder kinderen: inkomen ¹⁰

Retentie



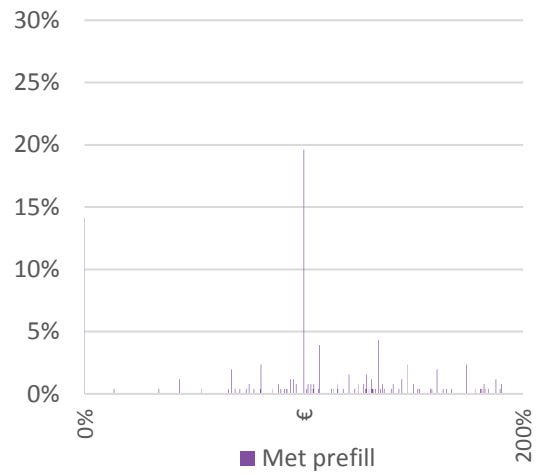
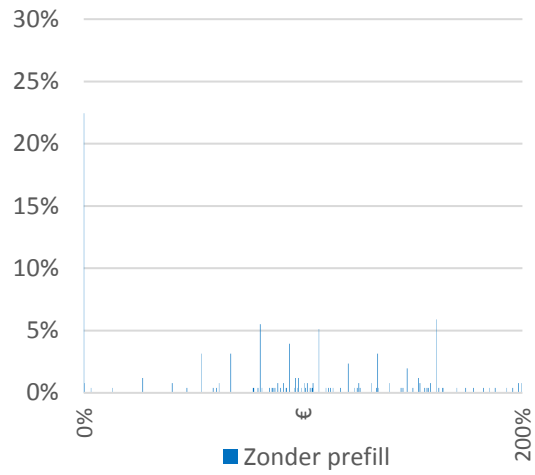
Acquisitie



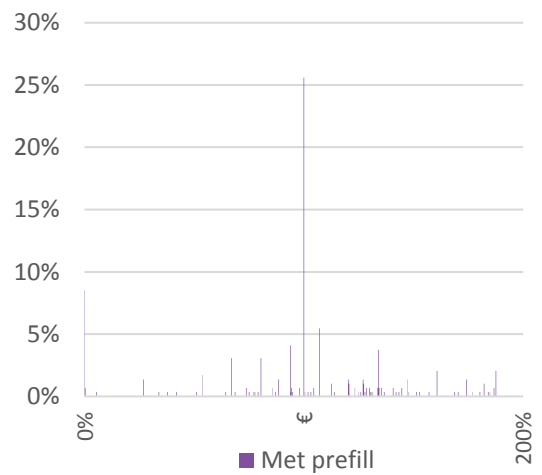
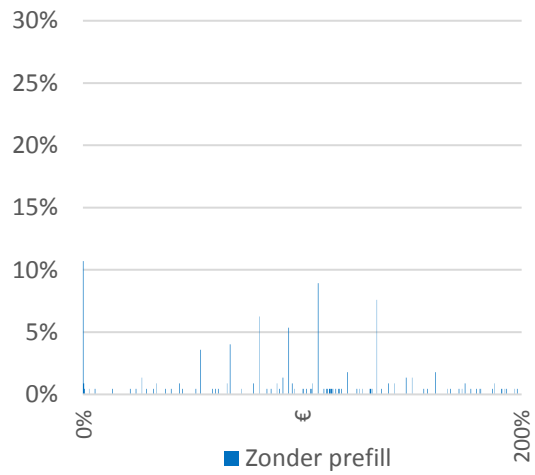
¹⁰ Outliers zijn verwijderd uit deze plaatjes. Bedragen hoger dan 150% van het prefill-bedrag zijn niet meegenomen in deze weergave. Het €-teken op de x-as geeft de vooraf ingevulde waarde aan.

Figuur 2. Ingevulde bedragen alleenstaanden zonder kinderen: lasten ¹¹

Retentie



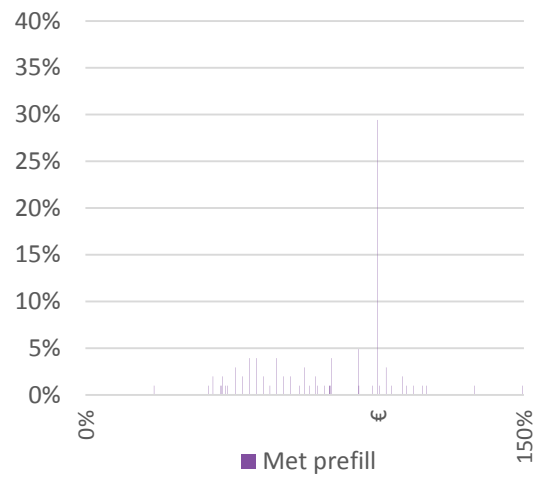
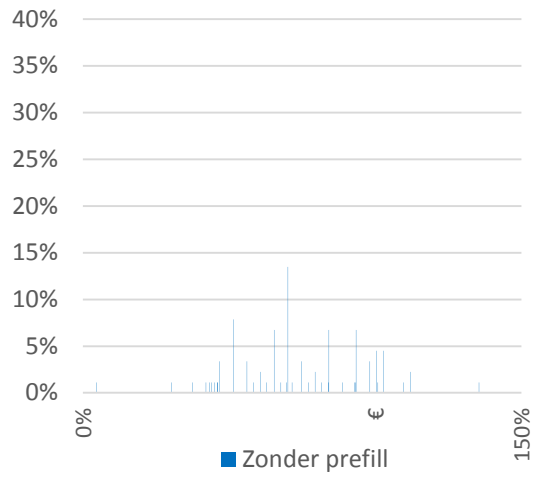
Acquisitie



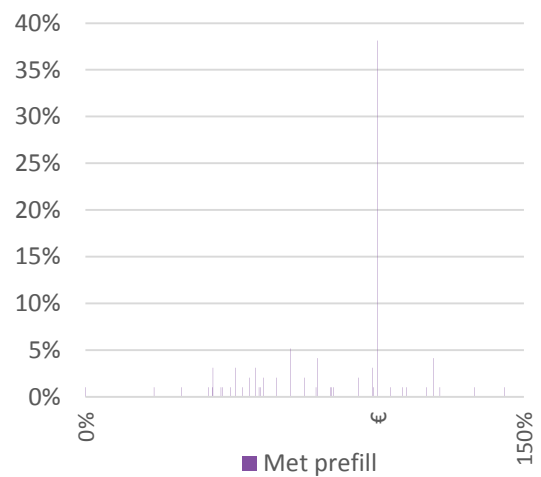
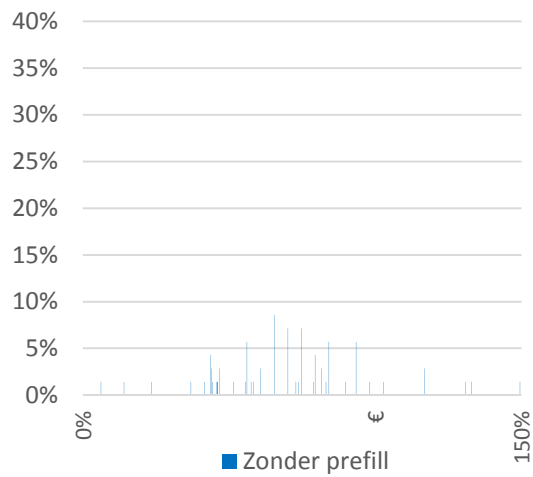
¹¹ Outliers zijn verwijderd uit deze plaatjes. Bedragen hoger dan 200% van het prefill-bedrag zijn niet meegenomen in deze weergave. Het €-teken op de x-as geeft de vooraf ingevulde waarde aan.

Figuur 3. Inge vulde bedragen alleenstaanden met kinderen: inkomen ¹²

Retentie



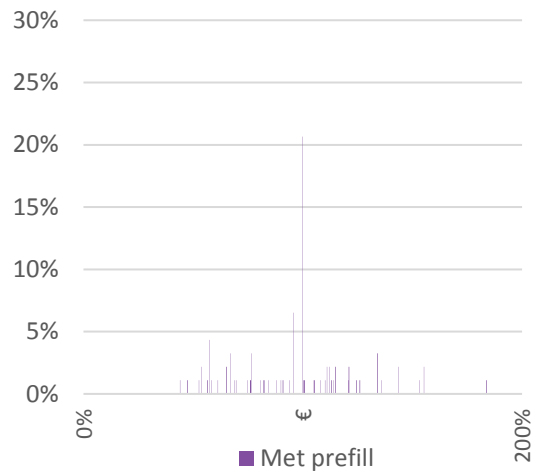
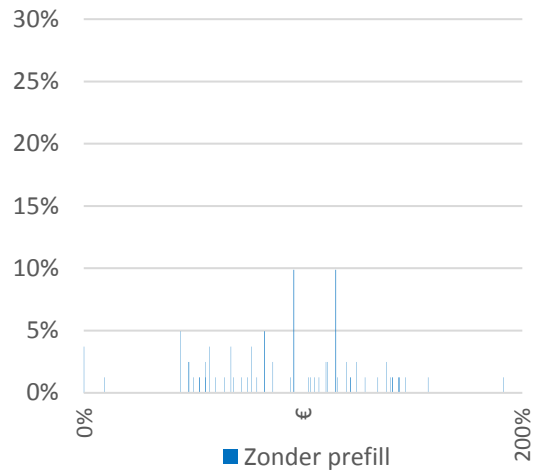
Acquisitie



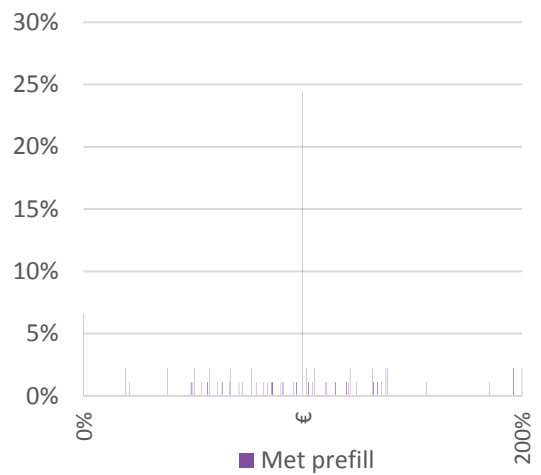
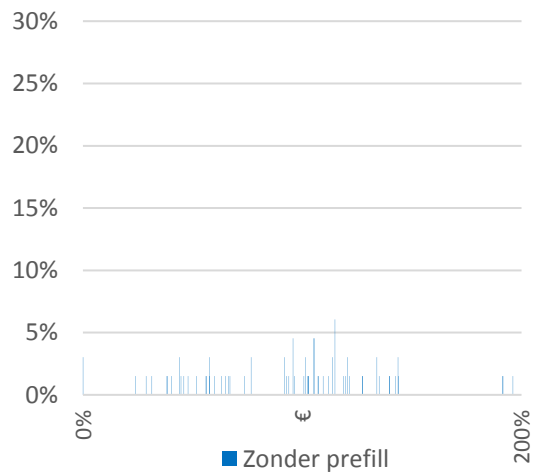
¹² Outliers zijn verwijderd uit deze plaatjes. Bedragen hoger dan 150% van het prefill-bedrag zijn niet meegenomen in deze weergave. Het €-teken op de x-as geeft de vooraf ingevulde waarde aan.

Figuur 4. Ingevulde bedragen alleenstaanden met kinderen: lasten ¹³

Retentie



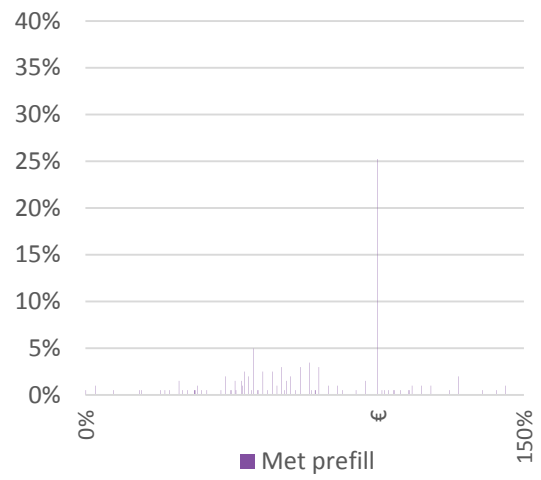
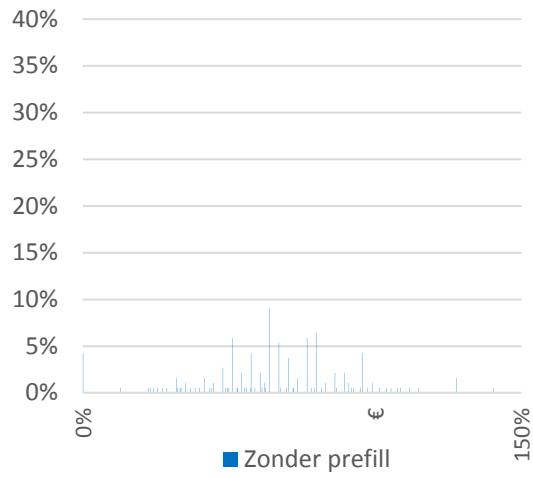
Acquisitie



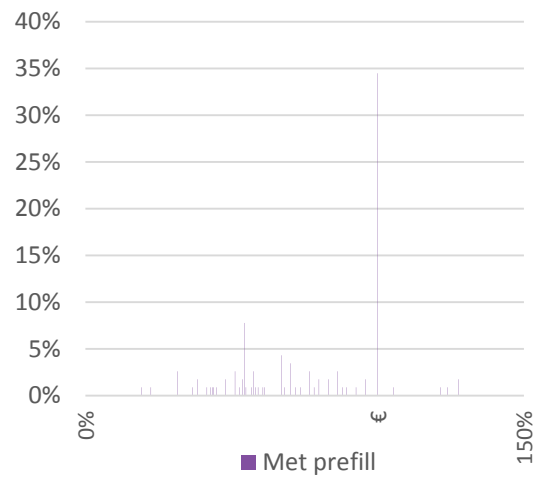
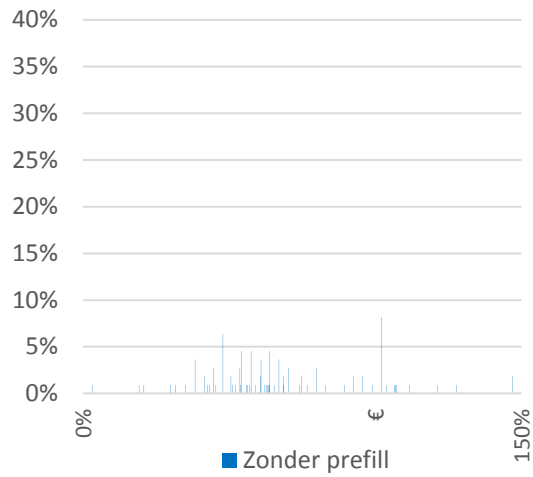
¹³ Outliers zijn verwijderd uit deze plaatjes. Bedragen hoger dan 200% van het prefill-bedrag zijn niet meegenomen in deze weergave. Het €-teken op de x-as geeft de vooraf ingevulde waarde aan.

Figuur 5. Inge vulde bedragen samenwonenden zonder kinderen: inkomen ¹⁴

Retentie



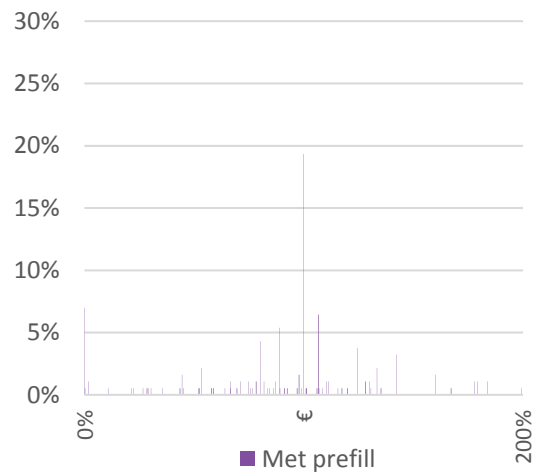
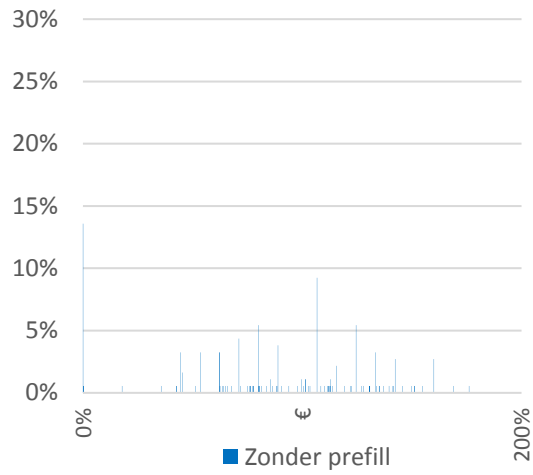
Acquisitie



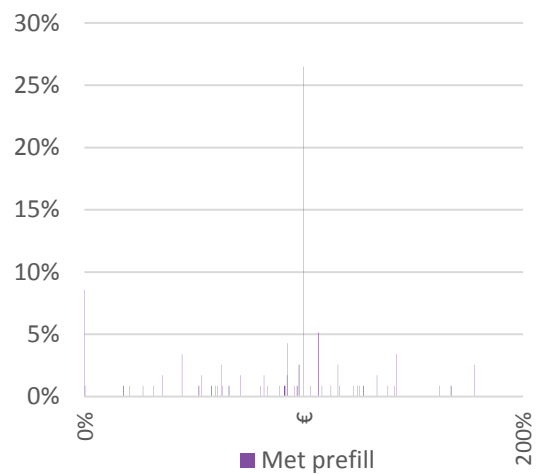
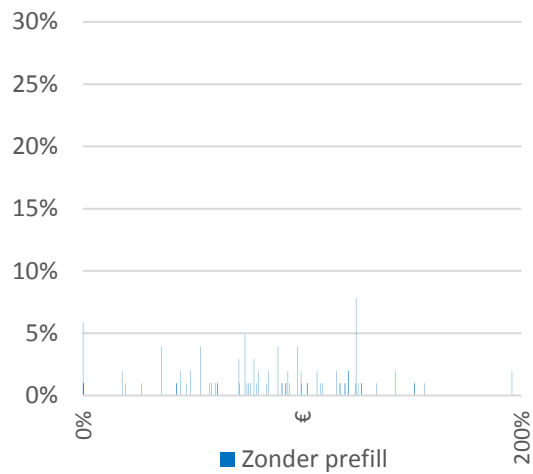
¹⁴ Outliers zijn verwijderd uit deze plaatjes. Bedragen hoger dan 150% van het prefill-bedrag zijn niet meegenomen in deze weergave. Het €-teken op de x-as geeft de vooraf ingevulde waarde aan.

Figuur 6. Ingevulde bedragen samenwonenden zonder kinderen: lasten ¹⁵

Retentie



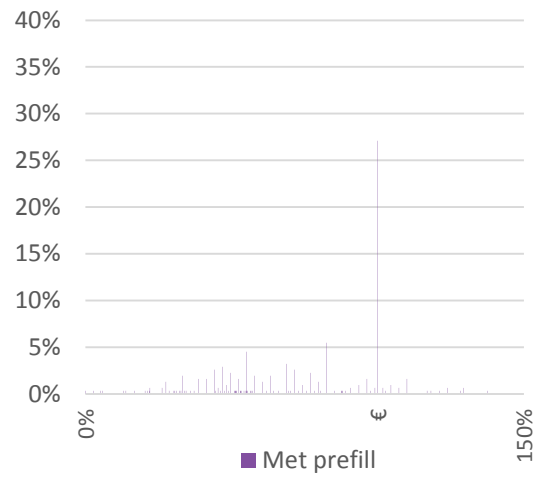
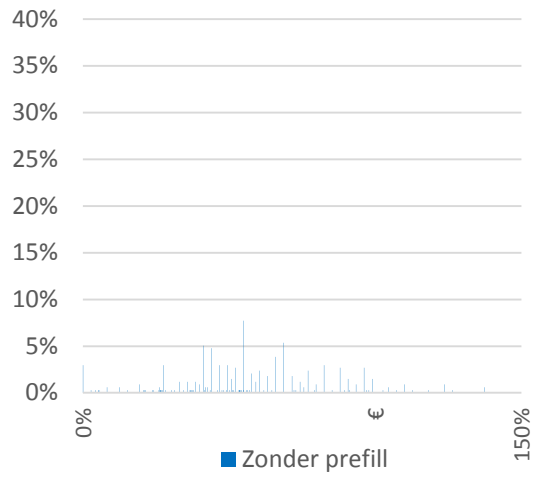
Acquisitie



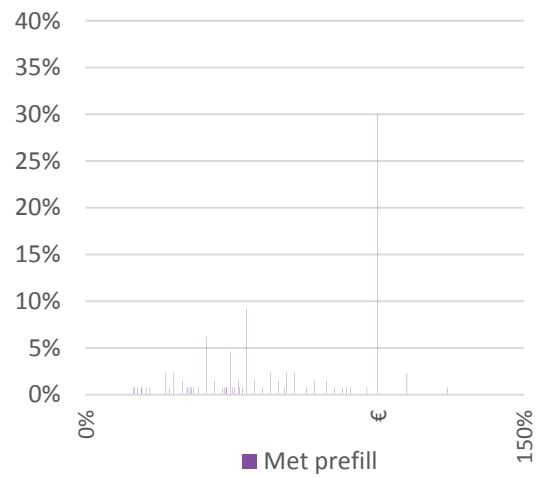
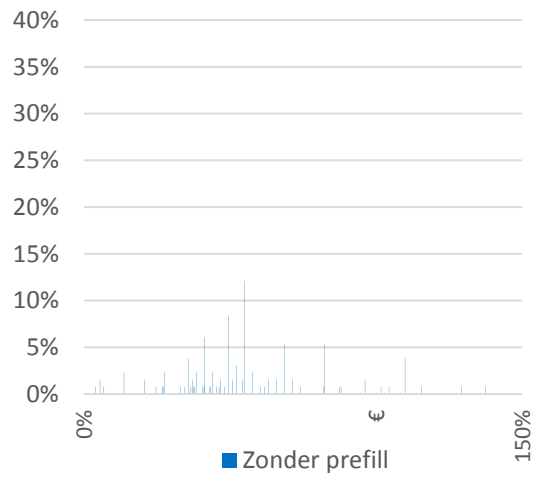
¹⁵ Outliers zijn verwijderd uit deze plaatjes. Bedragen hoger dan 200% van het prefill-bedrag zijn niet meegenomen in deze weergave. Het €-teken op de x-as geeft de vooraf ingevulde waarde aan.

Figuur 7. Inge vulde bedragen samenwonenden met kinderen: inkomen ¹⁶

Retentie



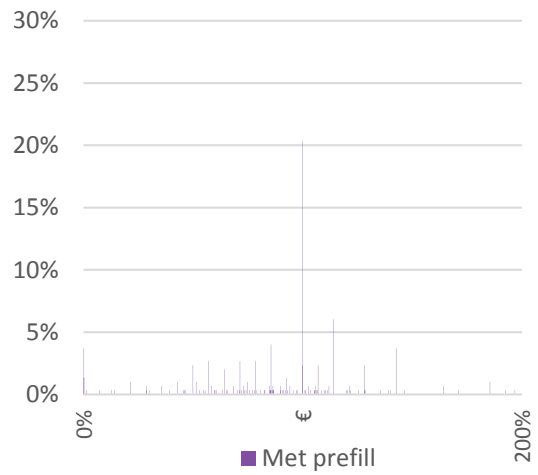
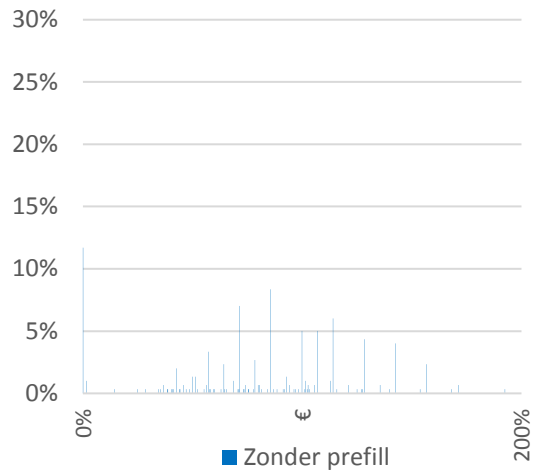
Acquisitie



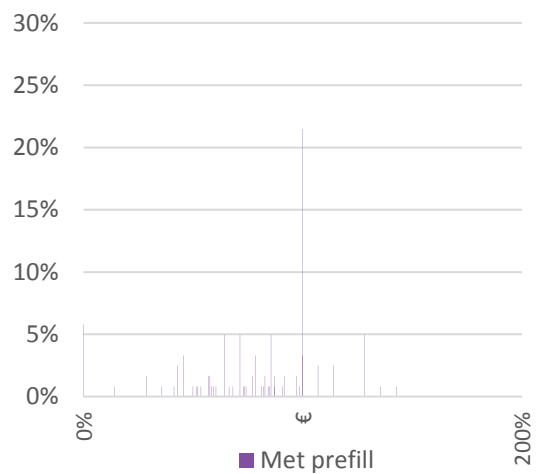
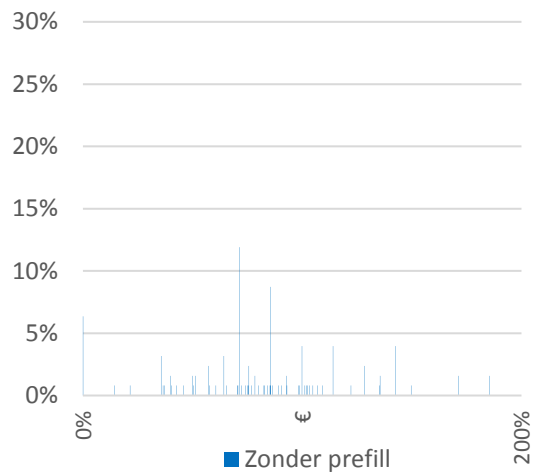
¹⁶ Outliers zijn verwijderd uit deze plaatjes. Bedragen hoger dan 150% van het prefill-bedrag zijn niet meegenomen in deze weergave. Het €-teken op de x-as geeft de vooraf ingevulde waarde aan.

Figuur 8. Inge vulde bedragen samenwonenden met kinderen: lasten ¹⁷

Retentie



Acquisitie



¹⁷ Outliers zijn verwijderd uit deze plaatjes. Bedragen hoger dan 200% van het prefill-bedrag zijn niet meegenomen in deze weergave. Het €-teken op de x-as geeft de vooraf ingevulde waarde aan.

4. Bijlage II: Screenshot online keuzeomgeving

Afbeelding 1. Screenshot online keuzeomgeving zonder prefill

Telfort.

1. Jouw keuze ✓ 2. Jouw gegevens 3. Bezorging & nummerbehoud

Peter
Specialist Mobiel

Voordat we verder gaan eerst even dit...

"omdat je hebt gekozen om de Apple iPhone 7 32GB gespreid te betalen, zijn wij vanaf 1 mei 2017 wettelijk verplicht om enkele vragen te stellen. Dit geldt voor alle telecomaandieners. De antwoorden bepalen of de maandlasten voor dit toestel passen bij je inkomsten en uitgaven. Best belangrijk. Want zo hoef je niet wakker te liggen over je maandelijkse kosten."

1. **Gezinssamenstelling** ⓘ
Gehuwd/samenwonend ✓

2. **Wat is je netto maandinkomen uit werk of uitkering?** ⓘ
Dit is je netto maandinkomen exclusief toeslagen, beloningen en eventuele alimentatieverplichting, extra ziektekosten, kinderopvang en pensioenverplichtingen.
0

1. **Wat geef je maandelijks netto uit aan huur of hypotheek?** ⓘ
Het bedrag dat je maandelijks netto betaalt aan huur of hypotheek. Dit is je huur min huurtoeslag of je hypotheekkosten min belastingteruggaat.
0

Autoriteit Financiële Markten
T 020 797 2000 | F 020 797 3800
Postbus 11723 | 1001 GS Amsterdam
www.afm.nl

De tekst is met zorg samengesteld en is informatief van aard. U kunt er geen rechten aan ontleen. Door besluiten op nationaal en internationaal niveau is het mogelijk dat de tekst niet langer actueel is wanneer u deze leest. De Autoriteit Financiële Markten (AFM) is niet aansprakelijk voor de eventuele gevolgen – zoals bijvoorbeeld geleden verlies of gederfde winst – ontstaan door acties ondernomen naar aanleiding van deze tekst.