

Experimenteren kun je leren

BIN NL Dag van het gedrag

Patricia de Jonge
Job van Wolferen

23 november 2017



Missie

De AFM maakt zich sterk voor eerlijke en transparante financiële markten. Als onafhankelijke gedragstoezichthouder dragen wij bij aan duurzaam financieel welzijn in Nederland.

Team Consumentengedrag

- Team Consumentengedrag is onderdeel van het in 2016 opgerichte Expertisecentrum
- Ons team (11,5 fte) bestaat uit economen, psychologen en toezichtexperts
- Door het **toepassen van gedragswetenschappelijke inzichten** willen we het toezicht **effectiever** en **efficiënter** maken

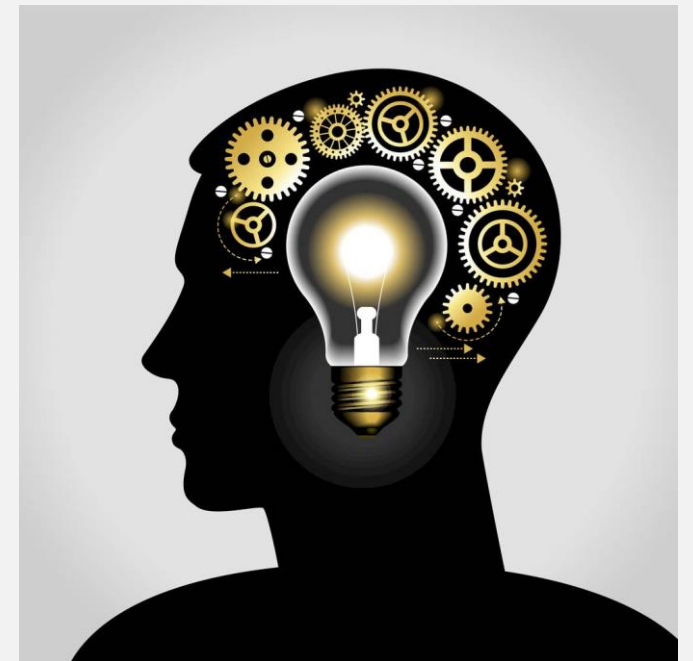
Gedragswetenschappen bij de AFM

- Realistisch beeld van mensen
- Kansrijke interventies
- Meten wat werkt

Een realistisch beeld van consumentengedrag



Op zoek naar oplossingen

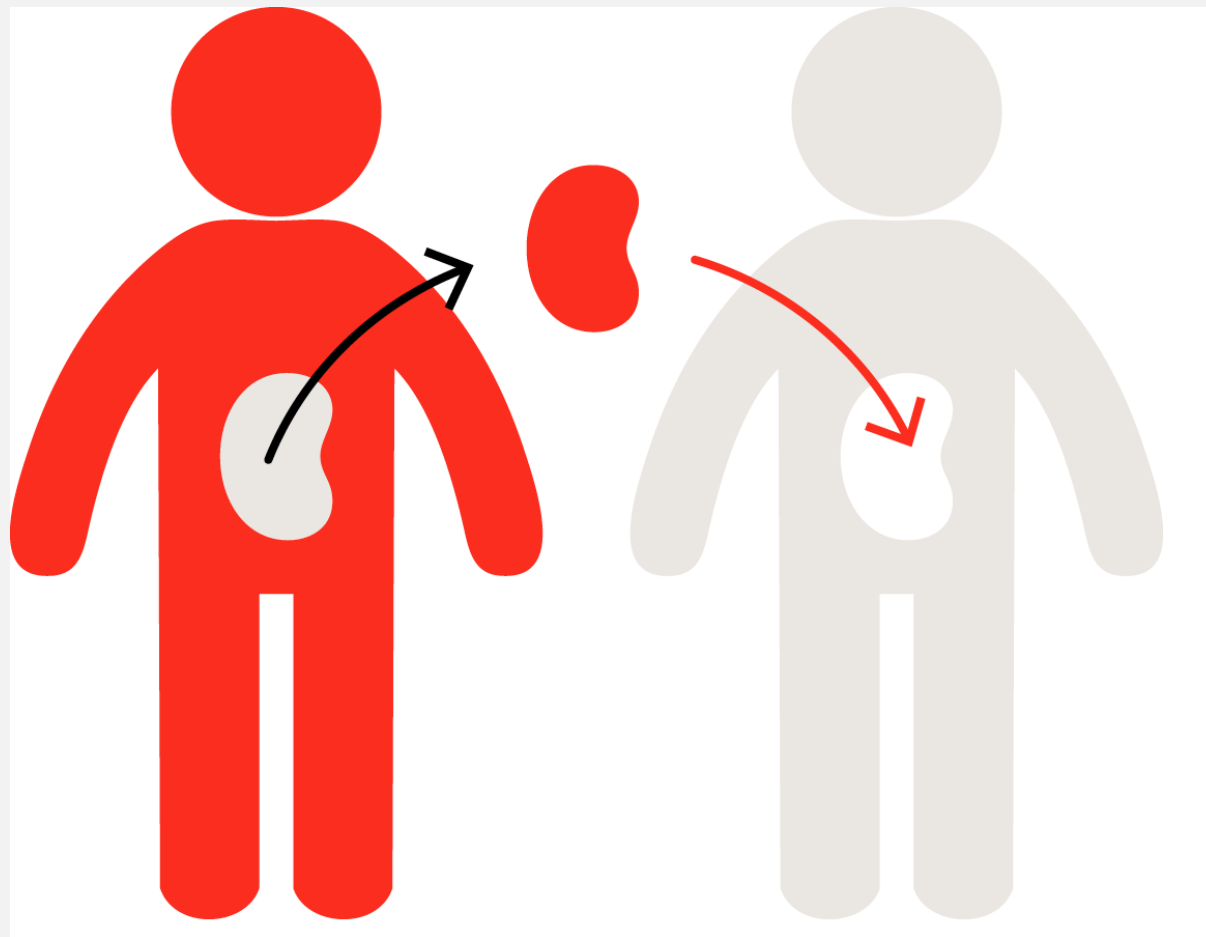


Keuzearchitectuur

*“While it is tempting to think that choices can be presented in a “neutral” way (“Just the facts, Ma’am”), **the reality is that there is no neutral architecture**—any way a choice is presented will influence how the decision-maker chooses.”*

Johnson et al. (2012)

Orgaandonatie



GOV.UK

Home

Service

Thank you.

Please join the NHS Organ Donor Register.

Join > or [find out more.](#)

1

GOV.UK

Home

Service

Thank you.

Please join the NHS Organ Donor Register.

Every day thousands of people who see this page decide to register.

Join > or [find out more.](#)

2

GOV.UK


Home

Service

Thank you.

Please join the NHS Organ Donor Register.

Every day thousands of people who see this page decide to register.



Join > or [find out more.](#)

3

GOV.UK



Home

Service

Thank you.

Please join the NHS Organ Donor Register.

Every day thousands of people who see this page decide to register.



Join > or [find out more.](#)


organdonation.nhs.uk

4

GOV.UK

Home

Service

 Thank you.

Please join the NHS Organ Donor Register.

Three people die every day because there are not enough organ donors.


[Join >](#) or [find out more.](#)

5

GOV.UK

Home

Service

 Thank you.

Please join the NHS Organ Donor Register.

You could save or transform up to 9 lives as an organ donor.


[Join >](#) or [find out more.](#)

6

GOV.UK

Home

Service

 Thank you.

Please join the NHS Organ Donor Register.

If you needed an organ transplant would you have one? If so please help others.


[Join >](#) or [find out more.](#)

7

GOV.UK

Home

Service

 Thank you.

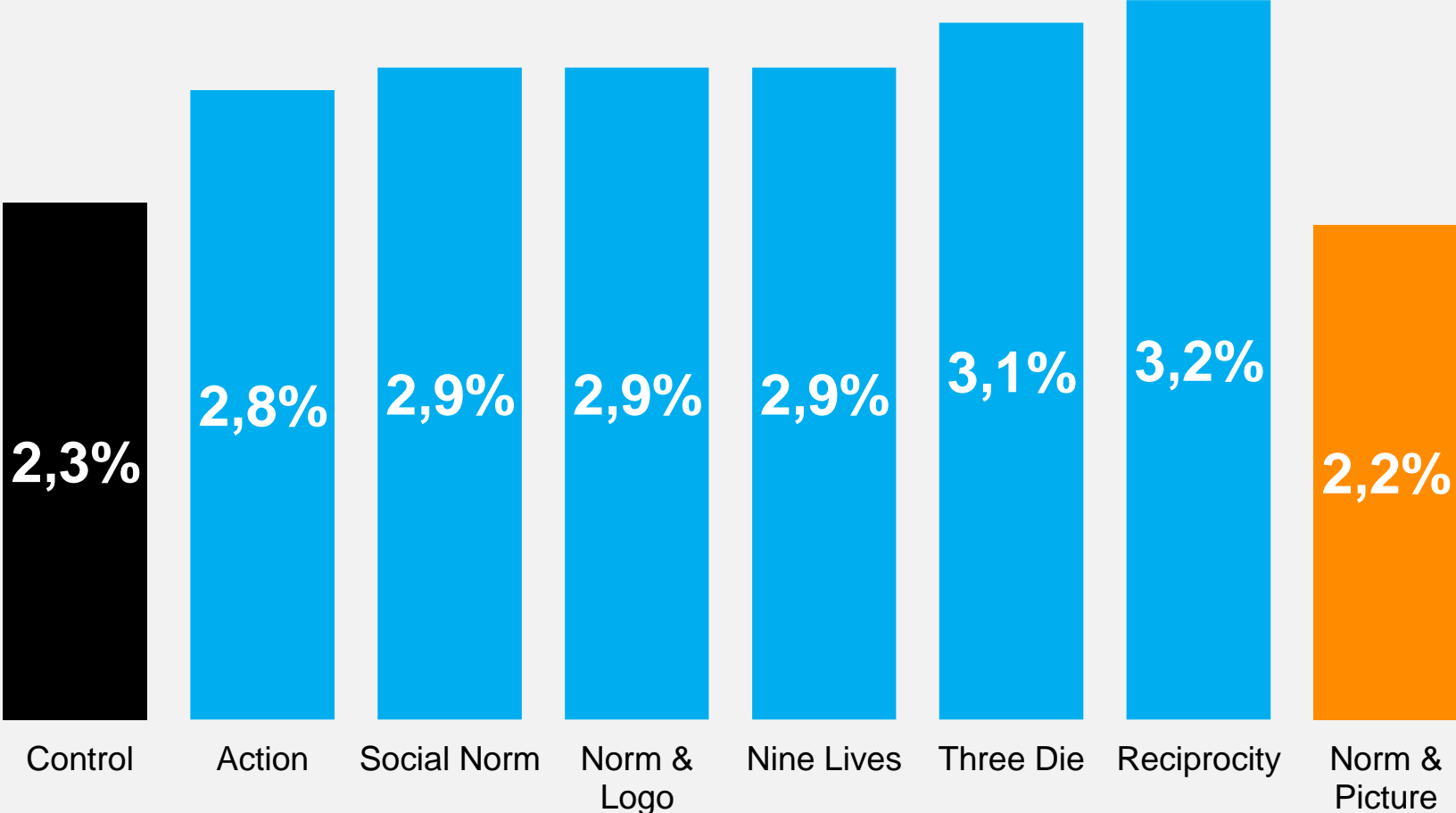
Please join the NHS Organ Donor Register.

If you support organ donation please turn your support into action.

[Join >](#) or [find out more.](#)

8

Orgaandonatie



Scared straight



Waarom experimenteren?

*“The **vast majority** of [new ideas] **fail** in experiments, and **even experts often misjudge** which ones will pay off. At Google and Bing, **only about 10% to 20% of experiments generate positive results**. At Microsoft as a whole, one-third prove effective, one-third have neutral results, and one-third have negative results.”*

Ron Kohavi – General manager Analysis & Experimentation

Stefan Thomke – Professor of Business Administration Harvard Business School

Werkt de kredietwaarschuwing?

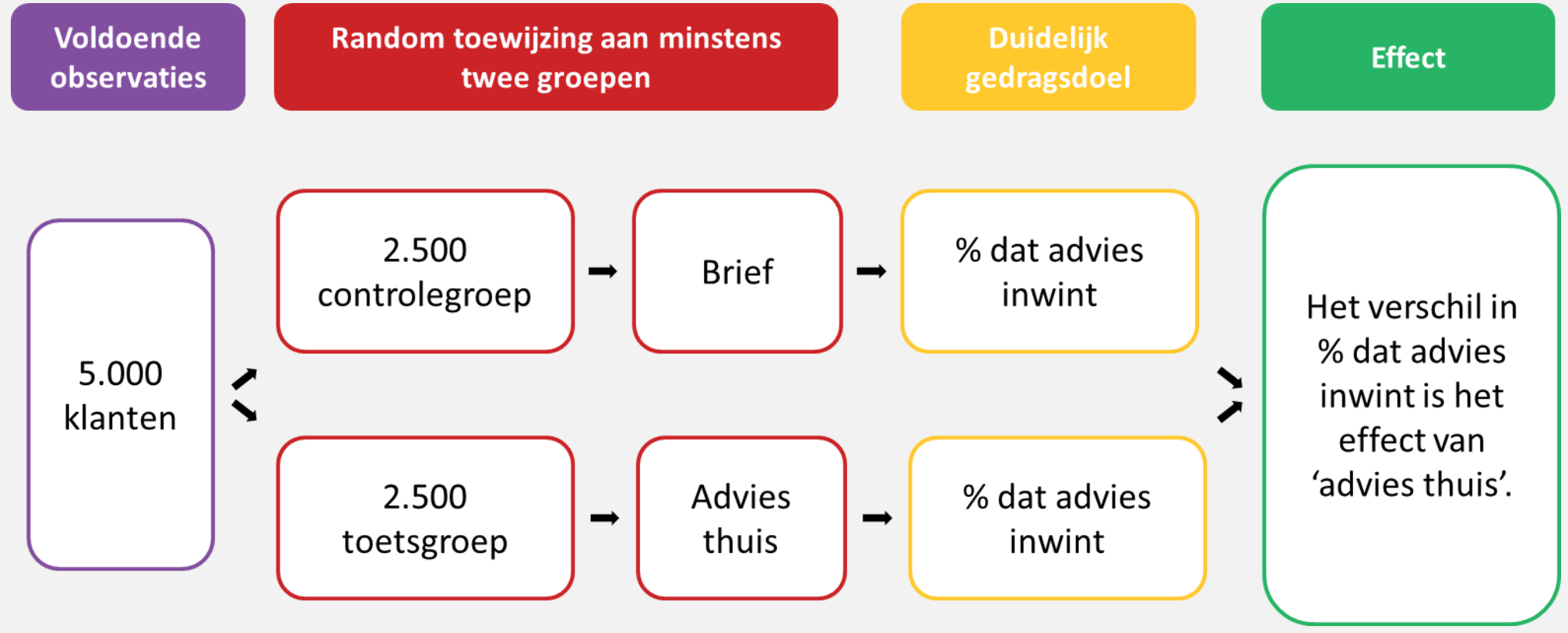
Let op! Geld lenen kost geld 

Doelstelling kredietwaarschuwing

1. De consument stimuleren zijn keuze beter te overdenken
2. Bewustwording bij de consument creëren door te attenderen op de gevolgen die verbonden zijn aan het krediet
3. Tegenwicht bieden aan het neergezette beeld in sommige kredietreclames dat lenen voor consumptieve uitgaven iets vanzelfsprekends is

Nota van toelichting BGfo

Hoe onderzoek je gedrag?



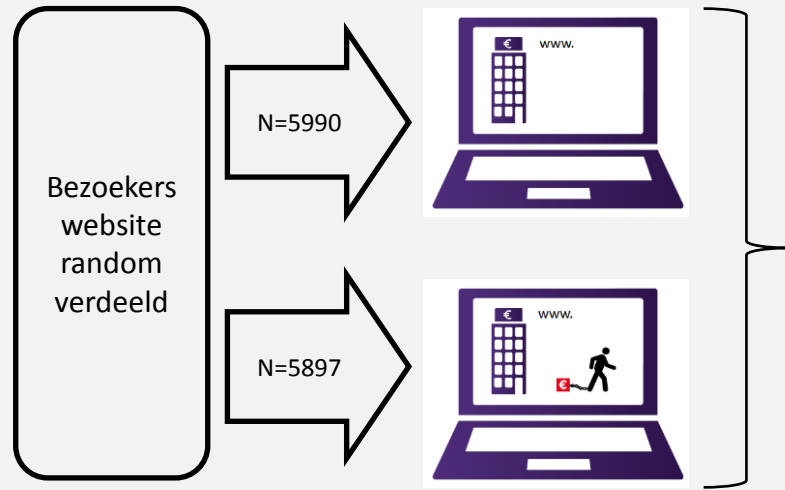
Case: werkt de kredietwaarschuwingszin?

Let op! Geld lenen kost geld 

Doelstelling kredietwaarschuwing

1. De consument stimuleren zijn keuze beter te overdenken
2. Bewustwording bij de consument creëren door te attenderen op de gevolgen die verbonden zijn aan het krediet
3. Tegenwicht bieden aan het neergezette beeld in sommige kredietreclames dat lenen voor consumptieve uitgaven iets vanzelfsprekends is

Nota van toelichting BGfo



Bezoekers
website
random
verdeeld

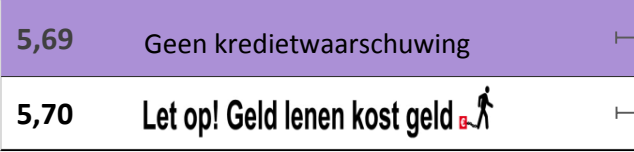
N=5990



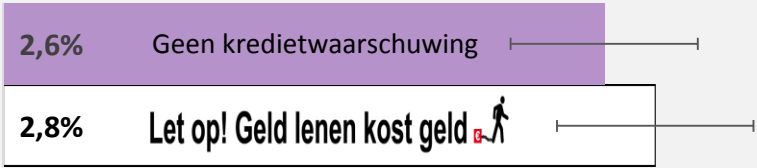
N=5897



aantal pagina's



%aanvraag



95% betrouwbaarheidsinterval

Bezoekers website
random
verdeeld

N=5990



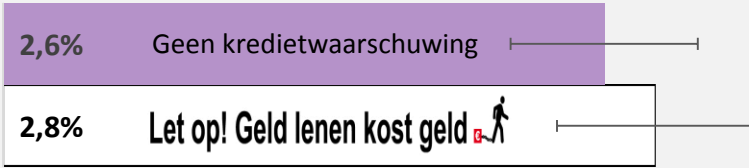
N=5897



aantal pagina's



%aanvraag



95% betrouwbaarheidsinterval

kredietbedrag



%acceptatie



De beleidscyclus

1. Wat is het probleem?
2. Wat is het gewenste gedrag van consumenten?
3. Wat is daarvoor een goede interventie?
4. Werkt deze interventie?
5. Werkende interventie implementeren

Experimenteren kun je leren

BIN NL Dag van het gedrag

Patricia de Jonge
Job van Wolferen

23 november 2017

Extra slides

← AFM: Let op! Geld lenen kost geld is succes

29 december 2009 | **Rapport**



Bijna alle Nederlanders kennen, al een half jaar na de introductie, de waarschuwingszin Let op! Geld lenen kost geld. Daarbij geeft 73% van de consumenten aan dat de zin aanzet tot denken over de nadelige gevolgen van lenen.

Dit blijkt uit consumentenonderzoek van de Autoriteit Financiële Markten (AFM). Aanbieders van krediet passen de verplichte waarschuwing ook goed toe op radio, televisie en gedrukte media, zo constateert de AFM op basis van een representatieve steekproef. Alleen op internetsites, vooral van kleine bemiddelaars, ontbreekt de waarschuwing vaak of is deze niet conform de regels.

Uit het consumentenonderzoek blijkt dat tweederde (65%) van de consumenten de zin spontaan kan noemen en nog eens 22% er wel van heeft gehoord. In totaal kent

↓ Consumentenmonitor Q3 2009:
Kredietwaarschuwingszin



← 'Let op! Geld lenen kost geld' geen onmiddellijk effect in verkoopomgeving

6 december 2016 | **Rapport**



deel

De waarschuwing 'Let op! Geld lenen kost geld' heeft geen onmiddellijk effect op het gedrag en de houding van consumenten wanneer zij online een lening afsluiten.

Dit is een conclusie uit het rapport van de Autoriteit Financiële Markten



- ↓ Rapport: Effectiviteit kredietwaarschuwing
- ↓ Rapport Veldkamp: 'De kredietwaarschuwing'

Waarschuwingen tegen te hoge leningen werken niet, zegt de toezichthouder op kredietverstrekkers, de AFM. Het is een opmerkelijk staaltje van zelfreflectie, want de waarschuwingen komen van de toezichthouder zelf.

GESCHREVEN DOOR

Bart Kamphuis

Verslaggever economie



NOS