

## KEUZE-OMGEVING ZONDER ONGEWENSTE NEVENEFFECTEN

JOS HEUVELMAN OVER STUREN IN KLANTBELANG

**H**EEFT U VAAK EEN DUWTJE in de rug gehad? Kleine *nudges* om de studie af te ronden of een ondernemersplan te schrijven? U bent zich er waarschijnlijk niet eens van bewust. Want het kenmerkende van nudges is dat u ze zelf niet ziet of ervaart.

namelijk consumenten en ondernemers. De financiële sector heeft de verantwoordelijkheid om klanten naar passende producten en diensten te begeleiden met behulp van een zorgvuldig ingerichte keuzeomgeving, zonder ongewenste bijeffecten.

hoog leenbedrag of een te lange looptijd. Ten slotte, volg de ontwikkelingen en maak iedere keer gebruik van de laatste inzichten. De AFM staat open voor discussies over de dilemma's die u onvermijdelijk gaat tegenkomen. Het goed inrichten van een keuze-omgeving is namelijk een uitdaging. Het vereist onder meer dat u iedere aanpassing van de keuzeomgeving test.



Een goede *klantreis* is als een fijne fietstocht; je geniet van rust, de omgeving en het gezelschap. Een slechte route maakt het fietsen stressvol en onbevredigend. En vergroot de kans op ongelukken. In bankentaal: een niet passende lening, een te hoge hypotheek, een beleggingsportefeuille die niet past bij het profiel.

Wat verlangt de AFM van de sector?

Ten eerste, stuur in het klantbelang. Ik zie dat de sector soms met deze boodschap worstelt.

Kortom, stel consumenten in staat om op een verstandige manier hun eigen verantwoordelijkheid te nemen. Daarbij is sturing in het belang van de consument essentieel. Zet eenvoudige en begrijpelijke producten gewoon vooraan in het schap. Bied enkele opties aan. Maar ook weer niet te veel. Dat werkt weer verlamdend en contraproductief.

Juist door mensen af en toe te ontzorgen via een zorgvuldig ingerichte keuzeomgeving, stellen we consumenten in staat om betere keuzes te maken. Daarmee vergroot u pas echt hun zelfredzaamheid. —

In de financiële sector wordt heel wat gestuurd. Ook in de retailsector, de sector die bij de Autoriteit Financiële Markten (AFM) in mijn portefeuille zit. Eigenlijk wordt altijd richting gegeven. Er bestaat geen 'neutrale sturing'. En als je dan toch stuurt... doe het dan in het belang van de klant. Verkeerde sturing – bewust of onbewust – schaadt

Uit angst voor omzetsdaling? Dat is onterecht. Sterker nog, klanten komen terug wanneer ze merken dat u ook goed kijkt naar hun belang.

Ten tweede, meer aandacht voor verkeerde sturing van onbewust gedrag. Voorkom dat mensen te gemakkelijk en daardoor vaak onbewust kiezen voor bijvoorbeeld een te

*Jos Heuvelman is bestuurslid bij de AFM, verantwoordelijk voor het toezicht op de retailmarkt*