

Bijlage 2 - Stappen die worden gezet door marktpartijen

1. Thuiswinkelorganisaties sluiten zich aan bij Gedragscode VFN

Een kredietaanbieder mag geen krediet verstrekken als dit niet verantwoord is. Dit is ook wettelijk geregeld en de AFM houdt hier toezicht op. Aanbieders moeten zich daarom houden aan een aantal normen. Voor consumptief krediet zijn de leennormen voor verantwoorde kredietverlening nader ingevuld in gedragscodes. Op dit moment zijn er drie verschillende gedragscodes in de consumptief kredietmarkt: de gedragscode van de VFN, de gedragscode van de NVB en de gedragscode van de thuiswinkelorganisaties.

Onder de gedragscode van de Thuiswinkelorganisaties was het voor aanbieders van verzendhuiskredieten vaak mogelijk om klanten meer krediet te verstrekken dan aanbieders die zijn aangesloten bij de gedragscode van de NVB of de VFN. Thuiswinkelorganisaties gaven in de gesprekken aan dat zij zich bewust zijn van de hoge achterstanden op de uitstaande kredieten. Zij hebben zich per 1 mei 2018 aangesloten bij de gedragscode van de VFN. Met deze aansluiting wordt een gelijk speelveld gecreëerd tussen aanbieders van consumptief krediet als het gaat om de toepassing van de leennormen. Met name kwetsbare consumenten zullen hierdoor beter worden beschermd, doordat zij minder krediet kunnen afnemen.

2. Aanscherping gedragscodes NVB en VFN

Zowel de NVB als VFN zijn begonnen met het actualiseren en aanscherpen van hun gedragscodes. Elementen waar meer aandacht aan zal worden besteed, zijn de beheerfase van het krediet en de periodieke toetsing of het (doorlopende) krediet nog aansluit bij de klant. Deze actualisatie en aanscherping is ook mede ingegeven door de problematiek rondom “locked-up-situaties”. In een locked-up-situatie kan een consument met een consumptief krediet als gevolg van de bestaande schuldpositie, gewijzigde (financiële) omstandigheden en bijvoorbeeld het gewijzigde acceptatiebeleid van kredietverleners niet overstappen naar een andere kredietverstrekker en daardoor niet profiteren van gunstigere voorwaarden (zoals een lagere rente).

Daarnaast is de sector op dit moment samen met het Nibud bezig met een verkenning om de consumptieve en hypothecaire leennormen beter op elkaar te laten aansluiten. Bij deze verkenning wordt ook bekeken of de leennormen naarmate de looptijd van het consumptief krediet langer wordt niet strenger zouden moeten zijn.

3. Omgang met betaalachterstanden

Zorgvuldige omgang met klanten met betaalachterstanden is in het belang van ondernemingen en consumenten. Steeds meer ondernemingen ontwikkelen hun beleid bij betaalachterstanden op basis van gedragsinzichten. Ook werken verschillende ondernemingen samen in “de schuldeiserscoalitie” om schuldenproblematiek terug te dringen en betaalachterstanden op een goede manier op te lossen. Problemen kunnen zo effectiever worden aangepakt. Er wordt dieper ingegaan op de schuldeiserscoalitie in de recente Kamerbrief¹ van SZW over de brede schuldenaanpak.

4. Aandeel doorlopende kredieten neemt af

Het oplossen van ‘locked-up situatie’ bij doorlopende kredieten is een van de toezichtprioriteiten van de AFM voor 2018. De AFM ziet dat partijen maatregelen treffen om locked-up situaties op te lossen en waar mogelijk te voorkomen naar de toekomst. Daarbij geeft de VFN aan dat haar leden inmiddels actief sturen op het afsluiten van een persoonlijke

¹ Vergaderjaar 2017-2018 Kamerstuk 24515 nr. 431, bijlage 2

lening in plaats van een doorlopend krediet. Mede hierdoor neemt het aantal doorlopende kredieten dat door consumenten wordt afgesloten af.² Hierdoor neemt het risico op het ontstaan van nieuwe locked-up situaties af.

5. Kredietaanbieders richten leenomgeving in belang van klanten in

Uit de gesprekken met kredietaanbieders blijkt ook dat zij gehoor willen geven aan de oproep van de AFM om de leenomgeving in het belang van klanten in te richten.³ Zo presenteert een thuiswinkelorganisatie de kredietruimte bijvoorbeeld niet langer als ‘bestedingsruimte’, maar als krediet, zodat voor de consument duidelijk is dat het gaat om een krediet/schuld. De VFN onderzoekt op websites van aangesloten aanbieders hoe deze kunnen worden ingericht in het belang van haar klanten. Vergelijkingswebsites kunnen daarnaast een bijdrage leveren om de kosten en voorwaarden van verschillende aanbieders van consumptief krediet inzichtelijk te maken.

² In 2012 werd nog in 82% van de gevallen een doorlopend krediet verkocht. Inmiddels is dit percentage gedaald naar 48%.

³ Het onderzoek van de AFM naar leengedrag laat zien hoe ogenschijnlijk onbelangrijke elementen in de online omgeving de leenbeslissingen van consumenten onbewust sterk beïnvloeden. Zo worden consumenten aangezet tot hogere leenkosten door het vooraf invullen van bedragen, het niet gebalanceerd weergeven van aflossing en kosten, en een nadruk op de maximale leencapaciteit.