



Buy Now, Pay Later

Verkenning van een nieuwe trend



Lees verder



Inhoud

Samenvatting	3
01 Inleiding	5
1.1 Aanleiding	5
1.2 Nieuwe regelgeving op komst	5
1.3 Doel	6
1.4 Leeswijzer	6
02 Marktlandschap	7
2.1 Het BNPL-concept	7
2.2 Het aanbod in Nederland	8
2.3 De vraag in Nederland	9
03 Klantreis	12
3.1 Oriëntatiefase	12
3.2 Aankoopfase	14
3.3 Betaal- en retourfase	15
04 Risico's van BNPL	17
4.1 Informatieverstrekking	17
4.2 Verstrekking van BNPL aan consumenten	17
4.3 Achterstandsbeheer	18
4.4 Kosten bij niet op tijd betalen	20
4.5 Het verdienmodel	21
05 Conclusie	23
Bijlage 1 Verantwoording	25



Samenvatting

Consumenten zien bij online aankopen steeds vaker de optie 'Buy Now, Pay Later' (BNPL). Hiermee kunnen consumenten de betaling uitstellen tot 14 of 30 dagen na de levering of in 3 termijnen betalen. BNPL is uitgezonderd van de consumptief kredietwetgeving mits het tegen onbetekenende kosten wordt aangeboden en binnen drie maanden afgelost. Op EU-niveau wordt besproken of BNPL onder de reikwijdte van de Richtlijn Consumentenkrediet (CCD) moet worden gebracht en, zo ja, hoe BNPL moet worden gereguleerd.

Voor zowel consumenten als retailers lijkt BNPL een aanvulling te zijn op het bestaande aanbod van betaaldiensten. Dit spreekt ook uit de groei van het aantal transacties en het aantal klanten van BNPL-aanbieders de afgelopen jaren.

Redenen waarom retailers BNPL gebruiken

Voor online retailers is omzetverhoging de belangrijkste reden om BNPL aan te bieden. Klanten haken vaak af op het betaalmoment. De belofte van BNPL is dat een soepel aankooptraject met de mogelijkheid om volledig of gedeeltelijk achteraf te betalen leidt tot meer en/of duurdere aankopen. Ook kan de samenwerking met een bekende BNPL-aanbieder het vertrouwen van de klant in de webshop vergroten. In ruil voor deze voordelen betalen retailers een vaste vergoeding voor het gebruik van BNPL en een variabele vergoeding per transactie tot 4% van het aankoopbedrag.

Redenen waarom consumenten BNPL gebruiken

Voor consumenten biedt BNPL voordelen zoals flexibiliteit, zekerheid en ontzorging. De dienstverlening is gratis of tegen een kleine vergoeding, mits de consument op tijd betaalt aan de BNPL-aanbieder. Uit de AFM Consumentenmonitor kwamen als belangrijkste redenen naar voren om te kiezen voor achteraf betalen: zekerheid dat de bestelling compleet en in orde is, producten eerst in het echt willen zien en niet hoeven te betalen voor bestellingen die worden geretourneerd. Tegelijkertijd zijn er consumenten die BNPL gebruiken om financiële redenen en zelfs uit financiële

noodzaak. De AFM Consumentenmonitor laat zien dat 16% van de consumenten BNPL gebruikt om zelf het moment van betaling te bepalen en 7% heeft niet genoeg geld op de rekening op het moment van aankoop.

Normaliseren van kopen op afbetaling en schuldgewenning

De sociale norm om voor aankopen eerst te sparen en direct te betalen, kan door BNPL veranderen. Het gemak van bestellen met BNPL is groot. Met BNPL kunnen consumenten direct genieten van het plezier van de aankoop, zonder de negatieve associatie met de betaling. Door BNPL kan de norm wijzigen om alleen een bestelling te plaatsten bij voldoende geld op de betaalrekening. Het kopen op afbetaling normaliseert wat bijdraagt aan schuldgewenning. De AFM beschouwt dat als onwenselijk en als een maatschappelijk vraagstuk.

Risico's van BNPL

De risico's die de AFM in deze verkenning signaleert, betreffen de informatieverstrekking, het acceptatieproces, het achterstandsbeheer, kosten bij niet betalen en het verdienmodel. Het belangrijkste risico dat naar voren komt, is dat BNPL kan bijdragen aan de schuldenproblematiek van consumenten in een kwetsbare financiële situatie. Dit betreft een klein deel van alle consumenten die BNPL gebruiken.

Onduidelijke informatieverstrekking

In het bestelproces van retailers worden de algemene voorwaarden van BNPL en eventuele kosten voor te late betaling niet automatisch getoond bij het afronden van de bestelling. Daarvoor moeten klanten vaak eerst klikken op een link. De informatie over aanmaningskosten in de algemene voorwaarden is vaak beschreven in juridische taal en de hoogte van de aanmaningskosten is niet altijd vermeld. Verder constateert de AFM dat BNPL-aanbieders adverteren met termen als 'gratis' en '0% rente'. Consumenten kunnen hierdoor verrast worden door het feit dat zij relatief hoge kosten moeten betalen als zij niet op tijd betalen.



Onverantwoorde kredietverstrekking en schuldenstapelning

BNPL-aanbieders hanteren bepaalde acceptatiecriteria om te beoordelen of zij een klant accepteren. Sommige aanbieders passen deze criteria toe op elke transactie en andere gebruiken de criteria om een bestedingslimiet per klant vast te stellen. BNPL-aanbieders verzamelen informatie over bijv. de woonsituatie van de consument, faillissement, schuldsanering, curatele of overlijden via openbare databronnen, en houden het betaalgedrag van bestaande klanten bij. Zij zijn echter niet wettelijk verplicht de inkomsten, lasten en schulden van consumenten te controleren. De meeste aanbieders zijn niet aangesloten bij het BKR. Omdat BNPL-aanbieders geen inzicht hebben in de inkomsten, uitgaven en schulden van hun consumenten, bestaat er een reëel risico dat zij BNPL verstrekken aan consumenten die al overgekrediteerd zijn of die als gevolg daarvan overgekrediteerd raken.

Als de consument een betaling mist, zet slechts één aanbieder de mogelijkheid van BNPL voor die consument tijdelijk stop. Het niet stopzetten van de mogelijkheid om BNPL te gebruiken voor consumenten die niet op tijd betalen of het pas stopzetten van deze mogelijkheid wanneer zij aan een incassobureau worden overgedragen, leidt tot het risico dat de consument schulden blijft/gaat stapelen.

Mogelijk onrechtmatige aanmaningskosten

BNPL-producten zijn uitgezonderd van de toepassing van consumptief kredietwetgeving mits zij binnen drie maanden en tegen onbetekenende kosten worden afgelost. Bij de BNPL-producten die de AFM heeft betrokken in deze verkenning voldoen aan de voorwaarde dat er binnen drie maanden moet worden terugbetaald. Uit deze verkenning komt daarnaast naar voren dat meerdere BNPL-aanbieders hun klanten kosten in rekening brengen als zij niet op tijd betalen. Deze kosten zijn alleen goorloofd als ze kwalificeren als incassokosten en in die zin voldoen aan de Wet Incassokosten. Anders valt het krediet namelijk alsnog onder de reikwijdte van de kredietwetgeving en het toezicht van de AFM.

Risico op verkeerde prikkels in het verdienmodel

De AFM merkt op dat het verdienmodel per aanbieder verschilt. Alle aanbieders krijgen inkomsten uit hun samenwerking met retailers, maar de inkomsten van sommige aanbieders bestaan ook uit inkomsten uit aanmaningskosten bij klanten die te laat betalen. De inkomsten uit aanmaningen bedragen tot 40% van de totale inkomsten van deze BNPL-aanbieders. De aanmaningskosten zijn meer dan kosten-dekkend en daarmee winstgevend en vormen een substantieel deel van het verdienmodel. Daardoor kent het huidige verdienmodel van deze BNPL-aanbieders prikkels die tegengesteld zijn aan de belangen van de klant.

Good practices bij betalingsachterstanden

Hoewel BNPL-aanbieders niet wettelijk verplicht zijn oplossingen te bieden aan klanten met betalingsachterstanden, geven alle BNPL-aanbieders die aan dit onderzoek deelnamen ten minste de mogelijkheid van uitstel van betaling aan klanten met betalingsachterstanden. Naast uitstel van betaling bieden sommige BNPL-aanbieders betalingspauzes, betalingsregelingen en kwijtschelding. Omdat BNPL-aanbieders beperkt inzicht hebben in de financiële situatie van hun klanten en niet met zekerheid vaststellen of een BNPL-product geschikt is voor een individuele klant, vindt de AFM het positief dat zij klanten met een betalingsachterstand helpen. De AFM merkt op dat beste praktijken in dit verband bestaan uit het aanbieden van meer dan één oplossing en het aanbieden van oplossingen zoals betalingsregelingen en kwijting, omdat deze oplossingen zowel consumenten met tijdelijke als structurele problemen kunnen helpen.

AFM is voorstander van regelgeving

De Europese Commissie heeft voorgesteld om BNPL te reguleren binnen de CCD. Als BNPL onder het toepassingsgebied van de CCD valt, zullen BNPL-aanbieders moeten voldoen aan verschillende eisen op het vlak van onder meer informatieverstrekking, kredietwaardigheidstoets en achterstandsbeheer. Gezien de risico's van BNPL vindt de AFM het nodig om met regulering van BNPL de bescherming van consumenten die gebruik maken van dit product te vergroten.



01 Inleiding

1.1 Aanleiding

Consumenten kunnen hun online aankopen steeds vaker afrekenen via een Buy Now, Pay Later (hierna: BNPL) betaaldienst. Sommige webwinkels hebben een eigen BNPL-betaaldienst, maar vaak werken zij samen met gespecialiseerde aanbieders. Sommige van deze aanbieders, zoals Klarna en Afterpay¹, zijn actief in meerdere landen terwijl andere, zoals Tinka en In3, op dit moment in Nederland actief zijn. Marktonderzoekers voorzien een aanzienlijke groei voor BNPL-diensten in Nederland de komende jaren. Waar nu zo'n 8% van de aankopen wordt betaald via BNPL, zou dit de komende jaren naar verwachting van sommige marktonderzoekers zelfs kunnen groeien met 30% per jaar.²

Bij BNPL stellen consumenten de betaling van hun bestelling uit tot na de levering. Vaak kunnen zij er ook voor kiezen om in termijnen te betalen. Naast deze flexibiliteit, biedt het gebruik van BNPL consumenten het gemak (en de veiligheid) dat zij alleen betalen voor wat ze daadwerkelijk ontvangen en besluiten te houden. Sommige aanbieders bieden de dienst geheel gratis aan en andere tegen een kleine vergoeding.

BNPL kent ook risico's. Het gemak waarmee consumenten producten kunnen kopen zonder deze meteen te betalen en de manier waarop BNPL hierbij inspeelt op (onbewuste) menselijke neigingen, kan ervoor zorgen dat consumenten hun aankopen minder kritisch tegen het licht houden dan wanneer zij direct af zouden moeten rekenen. Dit brengt het risico met zich mee dat mensen meer aanschaffen dan zij kunnen betalen. Daarnaast zouden consumenten de aankoop mogelijk heroverwegen als ze hiervoor een reguliere lening zouden moeten afsluiten, nog afgezien van de vraag of zij die lening zouden kunnen krijgen.

¹ Sinds 4 oktober is de handelsnaam gewijzigd in Riverty

² Dit is een inschatting van marktonderzoeksbureau Research and Markets in "[Netherlands Buy Now Pay Later Business and Investment Opportunities Databook](#)" Q3 2022.

Vanwege de sterke groei van BNPL en de risico's die deze vorm van financiering met zich meebrengt, wordt momenteel in verschillende landen onderzocht of BNPL op dezelfde manier gereguleerd moet worden als consumptief krediet.³

Daarnaast heeft de Europese Commissie binnen de herziening van de Richtlijn Consumentenkrediet⁴ (hierna: CCD) voorgesteld BNPL te reguleren (zie volgende paragraaf). Deze ontwikkelingen vormen de aanleiding voor de AFM om BNPL nader te verkennen.

1.2 Nieuwe regelgeving op komst

BNPL valt onder de definitie van consumptief krediet zoals opgenomen in artikel 3, onderdeel c, CCD en artikel 1:1 van de Wet op het financieel toezicht (hierna: Wft) omdat het een vorm van financiering betreft voor de aankoop van goederen of diensten. De meeste BNPL-aanbieders maken echter gebruik van de uitzondering uit artikel 2, tweede lid, onderdeel f, CCD en artikel 1:21, eerste lid, onderdeel e, Wft, die voorschrijft dat de CCD en de Wft niet van toepassing zijn op financiële diensten die binnen drie maanden en tegen onbetekenende kosten worden afgelost. De Europese Commissie heeft in juni 2021 voorgesteld om deze uitzondering uit de CCD te schrappen. Dit zou betekenen dat verschillende bepalingen van de CCD ook van toepassing zouden worden op BNPL-aanbieders. Zij zouden dan onder toezicht komen van de AFM en moeten voldoen aan de wetgeving over (onder andere) informatieverstrekking, kredietwaardigheidstoets en achterstandsbeheer. Op dit moment is er nog geen besluit genomen over dit voorstel.

³ Bijvoorbeeld in Australië en het Verenigd Koninkrijk.

⁴ Richtlijn 2008/48/EG van het Europees Parlement en de Raad inzake kredietovereenkomsten voor consumenten (Consumer Credit Directive/CCD).



1.3 Doel

Het doel van deze verkenning is om inzicht te krijgen in BNPL-producten en dienstverlening in Nederland. We willen meer te weten komen over wie de consumenten zijn en welke redenen zij hebben om BNPL te gebruiken. Ook willen we beter zicht krijgen op de mogelijke risico's van deze nieuwe betaalvormen en kredietproducten. Hoe gebruiken jongeren bijvoorbeeld BNPL-betaaldiensten? Zij zijn vaker financieel kwetsbaar, doordat zij nog geen financiële buffers hebben kunnen opbouwen.⁵ Met een beter begrip van BNPL wil de AFM ook een bijdrage leveren aan de discussie over eventuele nieuwe regelgeving voor BNPL in Europa. Mocht die er komen, dan zijn we daar als AFM hiermee op voorbereid.

1.4 Leeswijzer

Dit rapport betreft een verkenning naar BNPL: een relatief nieuw financieel product met groeiend gebruik in Nederland. In **hoofdstuk 2** beschrijven we de grote lijnen van het product en de markt voor dit product. Dit aan de hand van inzichten van toezichthouders in andere landen waar al meer ervaring is met BNPL. Daarnaast heeft de AFM onder consumentenonderzoek laten uitvoeren om een beeld te krijgen van het gebruik van BNPL in Nederland.

In het consumentenonderzoek van de AFM zijn vijf BNPL-aanbieders genoemd, te weten AfterPay/Riverty⁶, Billink, In3, Klarna en Tinka. Deze vijf aanbieders hebben we betrokken in deze verkenning. De AFM heeft bij deze BNPL-aanbieders de klantreis in beeld gebracht, en in **hoofdstuk 3** daarbij haar inzichten rond consumentengedrag weergegeven. De AFM ziet dat BNPL voorziet in een duidelijke behoefte van consumenten die online winkelen: het biedt een betaaloptie die gratis of tegen een kleine vergoeding wordt verstrekt en soepel en zorgeloos verloopt. Maar er kleven ook risico's aan de dienstverlening. Deze risico's zetten we in **hoofdstuk 4** uiteen.

We behandelen hierbij onder meer de werkwijze als consumenten betalingsachterstanden oplopen, de kosten die BNPL-aanbieders hiervoor in rekening brengen en de invloed daarvan op het verdienmodel van BNPL-aanbieders. Hiervoor hebben we gebruik gemaakt van de antwoorden van BNPL-aanbieders op een informatieverzoek en de extra toelichting in interviews die zijn gehouden.

Tot slot hebben we in **hoofdstuk 5** de belangrijkste conclusies op een rij gezet.

⁵ Nederlands Jeugdinstituut, 28 oktober 2020 (<https://www.nji.nl/nieuws/aantal-jongeren-met-betalingsproblemen-groeit>)

⁶ Sinds 4 oktober is de handelsnaam gewijzigd in Riverty



02 Marktlandschap

2.1 Het BNPL-concept

Wat is BNPL?

BNPL-aanbieders maken het mogelijk voor consumenten om de betaling van hun aankoop (gedeeltelijk) uit te stellen tot na de levering. Dat kan op verschillende manieren:

- o *Betaal later*: de consument betaalt het volledige bedrag nadat hij heeft besloten de bestelde goederen of diensten te houden, bijvoorbeeld binnen 14 dagen of binnen 30 dagen na levering. De consument maakt gebruik van achteraf betalen gratis of tegen een kleine vergoeding, zolang hij of zij op tijd betaalt.
- o *Betaal in drie termijnen*: de consument betaalt in 3 termijnen. De 1e termijn wordt betaald bij de aanschaf en het resterende bedrag wordt verdeeld over overige termijnen. De consument maakt gebruik van betalen in drie termijnen gratis of tegen een kleine vergoeding, zolang hij of zij op tijd betaalt.
- o *Betaal gespreid*: consumenten vragen hiermee een doorlopend krediet aan tegen betaling van rente en administratiekosten en betalen flexibel of in vaste termijnen terug.

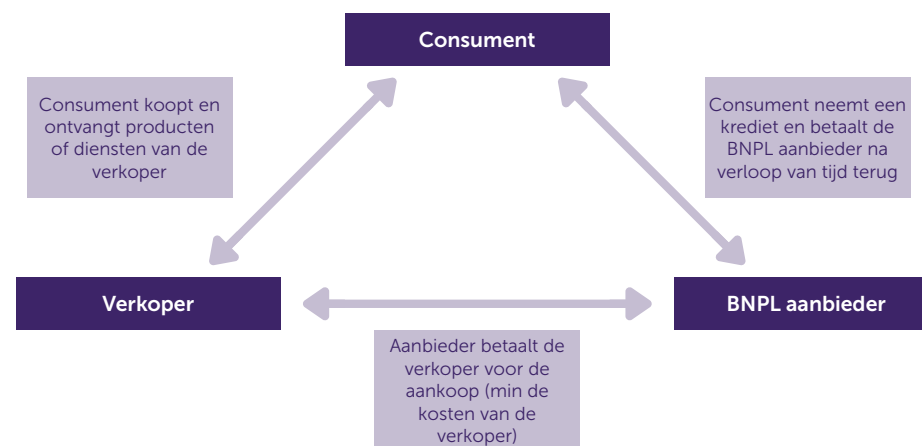
De laatste optie, die van gespreid betalen, is een vorm van gereguleerd consumptief krediet. De eerste twee opties maken gebruik van de uitzondering in de Wft. Niet alle aanbieders bieden alle drie deze diensten aan, sommigen bieden alleen één van de drie aan.

Consumenten gebruiken *Betaal later* vooral voor kleinere online aankopen. Het gemiddelde aankoopbedrag ligt hier onder de € 100.⁷ Bij *Betaal in drie termijnen* ligt

het aankoopbedrag hoger, op ongeveer € 500.⁸ Daarnaast neemt het aantal fysieke winkels toe waar met BNPL kan worden betaald. Deze verkenning richt zich op het online-kanaal en uit de gegevens die de AFM heeft opgevraagd bij BNPL-partijen blijkt dat het aantal webwinkels dat BNPL als betaalmogelijkheid aanbiedt, van 2020 op 2021 is toegenomen met ca 40%.

Als de consument bij het afrekenen kiest voor BNPL, dan levert de verkoper het product aan de consument en krijgt hij zijn geld van de BNPL-aanbieder. De consument gaat een overeenkomst aan met de BNPL-aanbieder. Hieronder is dit schematisch weergegeven in Figuur 1.

Figuur 1. Schematische weergave van een BNPL-overeenkomst



⁷ Uit de antwoorden van de betrokken BNPL aanbieders op het informatieverzoek blijkt dat het gemiddelde aankoopbedrag in 2020 € 96 en in 2021 € 95 bedroeg.

⁸ Uit de antwoorden van de betrokken BNPL aanbieders op het informatieverzoek blijkt dat het gemiddelde aankoopbedrag in 2020 € 481 en in 2021 € 497 bedroeg.



Onderzoeken naar BNPL markt

Achteraf of in termijnen betalen is niet nieuw. Wat wel nieuw is, is de snelle groei van specifiek BNPL. Dit is ook voor andere toezichthouders aanleiding geweest de BNPL markt te onderzoeken. Toezichthouders in Australië, Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten hebben eerder onderzoek gepubliceerd naar de BNPL-markt.⁹ Daaruit komt naar voren dat BNPL-aanbieders consumenten aan zich weten te binden met een soepele winkel- en betaalervaring. Met mobiele apps kan de consument op een snelle en eenvoudige manier bestellen en betalen. Daarbij blijkt BNPL een belangrijk alternatief voor de creditcard.¹⁰

In onderzoeken van andere toezichthouders worden verschillende redenen voor consumenten genoemd om BNPL te gebruiken:¹¹

- Het product eerst kunnen bekijken voordat je betaalt (try-now-pay-later)
- Geen gedoe met terugbetaling na retourzending
- Tijdelijk extra financiële ruimte
- Geen credit card of andere persoonsgegevens af hoeven geven
- Het risico van een onbetrouwbare/frauduleuze webshop ligt bij de BNPL-aanbieder

Voor webwinkels is de belangrijkste reden om BNPL als betaalmogelijkheid op te nemen, dat het de omzet kan verhogen. Veel consumenten haken namelijk af op het betaalmoment. Doordat BNPL dit betaalmoment uitstelt en een soepel aankoopproces biedt, leidt dit tot meer en duurder aankopen. Daar staat tegenover dat winkeliers tot 4% van het aankoopbedrag als commissie afdragen bij gebruik van BNPL¹². Deze commissie is de voornaamste of in sommige gevallen zelfs de enige bron van inkomsten voor BNPL-aanbieders. De consument betaalt zelf niet of een kleine vergoeding voor het gebruik van BNPL. Als de consument te laat is met betalen, brengen BNPL-aanbieders veelal een boete (vaak administratiekosten, herinneringskosten of *late payment fees* genoemd) in rekening. Uit de onderzoeken blijken deze boetes een substantiële bron van inkomsten voor enkele BNPL-aanbieders¹³. In hoofdstuk 4 gaan we daar verder op in.

9 Het betreft de ASIC in Australië, de FCA in het VK en de CFPB in de VS

10 CFPB 2022 "Buy Now, Pay Later; Market trends and consumer impacts"

11 Zie onder meer ASIC 2018 [Review of buy now pay later arrangements](#); FCA 2021 [The Woolard Review](#)

12 Zie bijvoorbeeld [Mollie Tarieven overzicht: Betaal alleen per transactie](#)

13 Zie [ASIC 2018](#), [ASIC 2020](#) en [CFPB 2022](#)

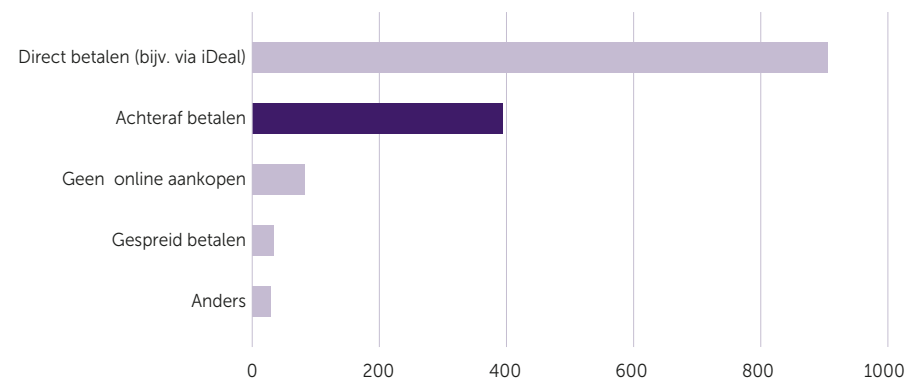
Naast het realiseren van een hogere omzet, geldt voor webwinkels in Nederland dat met het aanbieden van BNPL als betaalmogelijk ze voldoen aan de wettelijke verplichting om een deelbetaling mogelijk te maken¹⁴.

2.2 Het aanbod in Nederland

Aanbieders

Online winkelen laat een sterke groei zien. In 2021 is het aantal online betalingen sterk gestegen. Zowel het aantal transacties (+14%) als de bestedingen (+20%) stegen. Wel is het aantal betalingen aan de kassa nog altijd het tienvoudige van het aantal betalingen aan webwinkels.¹⁵ Uit door BNPL-aanbieders aan de AFM verstrekte gegevens blijkt dat het aantal BNPL-transacties sneller groeit: dit is namelijk in 2021 toegenomen met 35%.

Figuur 2. Methode(n) gebruikt voor betalen bij online aankopen in de afgelopen 12 maanden



Bron: AFM Consumentenmonitor voorjaar 2022

14 Bij online winkelen heeft de consument het recht om minstens de helft van het bedrag bij levering te betalen. Webwinkels moeten deze mogelijkheid aanbieden

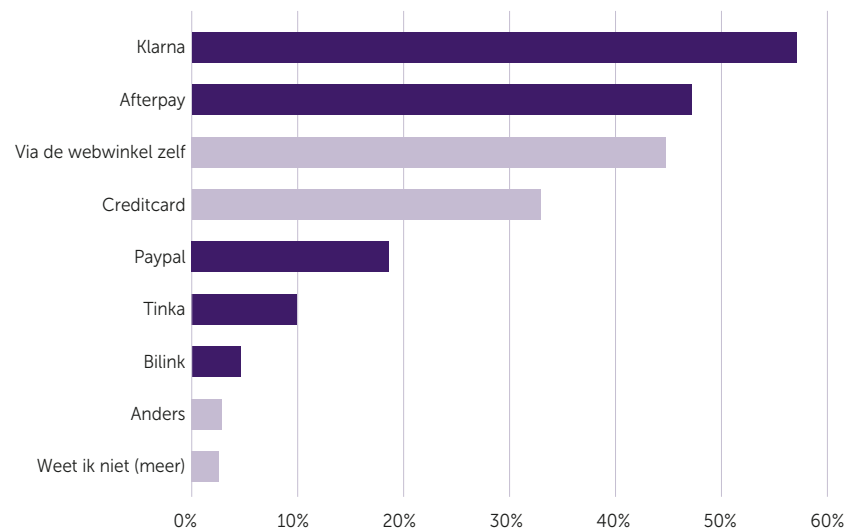
15 Jaarverslag Betaalvereniging Nederland <https://www.betalvereniging.nl/wp-content/uploads/Jaarverslag-Betaalvereniging-Nederland-2021.pdf>



De AFM laat twee keer per jaar door onderzoeksinstituut Centerdata online onderzoek doen onder consumenten. Hierdoor krijgen wij meer inzicht in de intenties en het gedrag van consumenten op de financiële markten. Wij hebben ruim 1000 mensen vragen gesteld over de manier waarop zij online voor aankopen betalen. De antwoorden staan in Figuur 2. Van de 1000 mensen gaven bijna 400 personen aan dat zij het afgelopen jaar minstens één keer gebruik hadden gemaakt van de mogelijkheid om achteraf te betalen, en 34 mensen maakten minstens één keer gebruik van de mogelijkheid om gespreid te betalen.

Wij vroegen de mensen die wel eens achteraf betalen ook welke methoden zij daarvoor precies gebruiken. Zij noemen daarbij de BNPL-aanbieders Klarna (57%) en Afterpay¹⁶ (47%) het vaakst. Ook BNPL-aanbieders Tinka (10%) en Billink (4%) komen naar voren, zoals ook uit Figuur 3 blijkt.

Figuur 3. Methode(n) gebruikt voor achteraf betalen bij online aankopen in de afgelopen 12 maanden



Bron: AFM Consumentenmonitor voorjaar 2022

¹⁶ Sinds 4 oktober is de handelsnaam gewijzigd in Riverty

2.3 De vraag in Nederland

Gebruikers

Uit gegevens die BNPL-aanbieders aan de AFM hebben verstrekt blijkt dat het aantal klanten sterk groeit. Zo is in 2021 het aantal klanten toegenomen met 18%. Uit consumentenonderzoek, zoals weergegeven in Figuur 4, blijkt dat achteraf betalen niet gebonden is aan één leeftijdsgroep. Alleen onder de groep van 65 jaar en ouder is de methode minder populair.

Figuur 4. Leeftijdsverdeling gebruikers achteraf betalen

Leeftijd	Achteraf betalen
18 t/m 34 jaar	29%
35 t/m 49 jaar	29%
50 t/m 64 jaar	25%
65 jaar en ouder	17%

Bron: AFM Consumentenmonitor voorjaar 2022

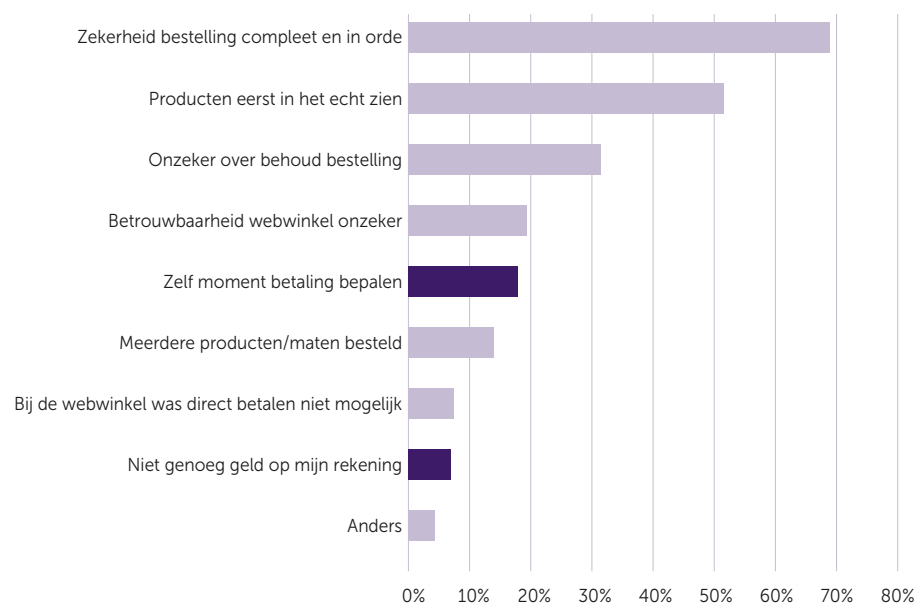
Redenen voor gebruik

We vroegen mensen ook waarom ze gebruik maken van achteraf betalen, zoals weergegeven in Figuur 5. De belangrijkste redenen komen voort uit de onzekerheid die gepaard gaat met online aankopen. Financiële redenen worden minder vaak genoemd. Zo geeft 16% aan zelf het moment van betaling te willen bepalen. Zo'n 7% geeft aan achteraf te betalen omdat er niet genoeg geld op de rekening stond op het moment van aankoop.





Figuur 5. Redenen om achteraf te betalen



Bron: AFM Consumentenmonitor voorjaar 2022

Consumentenervaringen

We hebben mensen die wel eens achteraf betalen gevraagd of zij dat bij een volgende bestelling weer zouden doen. Uit Figuur 6 blijkt dat mensen daar overwegend positief op antwoorden. Meer dan de helft geeft aan dat zeer waarschijnlijk wel te doen. De scores per aanbieder ontlopen elkaar daarbij nauwelijks.

We vroegen mensen ook of zij zich aan de betalingstermijn hebben gehouden. In Figuur 7 hebben we de antwoorden uitgesplitst naar leeftijdsgroepen. De meeste mensen zeggen nooit een betalingstermijn te vergeten. Dat geldt in het bijzonder voor de groep van 65 jaar en ouder. Mensen tussen de 18 en 49 vergeten relatief vaker een betalingstermijn.

Figuur 6. Intentie opnieuw achter betalen

Intentie opnieuw achter betalen	Tinka	Klarna	Afterpay	Via de web-winkel zelf	Paypal	Creditcard
1 Zeer waarschijnlijk niet	8%	5%	3%	2%	4%	2%
2	5%	3%	3%	1%	3%	4%
3	13%	11%	10%	7%	15%	6%
4	16%	20%	24%	22%	19%	23%
5 Zeer waarschijnlijk wel	58%	61%	59%	68%	59%	65%
Gemiddeld	4,1	4,3	4,3	4,5	4,3	4,5

Bron: AFM Consumentenmonitor voorjaar 2022



Figuur 7. Naleving betalingstermijn

Leeftijd	Naleving betalingstermijn	
18 t/m 34 jaar	Ja, ik ben nooit een betalingstermijn vergeten	81%
	Meestal wel, maar ik ben wel eens een betalings- termijn vergeten	17%
	Nee, ik vergeet vaak betalingstermijnen	2%
35 t/m 49 jaar	Ja, ik ben nooit een betalingstermijn vergeten	73%
	Meestal wel, maar ik ben wel eens een betalings- termijn vergeten	24%
	Nee, ik vergeet vaak betalingstermijnen	3%
50 t/m 64 jaar	Ja, ik ben nooit een betalingstermijn vergeten	88%
	Meestal wel, maar ik ben wel eens een betalings- termijn vergeten	10%
	Nee, ik vergeet vaak betalingstermijnen	2%
65 jaar en ouder	Ja, ik ben nooit een betalingstermijn vergeten	97%
	Meestal wel, maar ik ben wel eens een betalings- termijn vergeten	3%
	Nee, ik vergeet vaak betalingstermijnen	0%

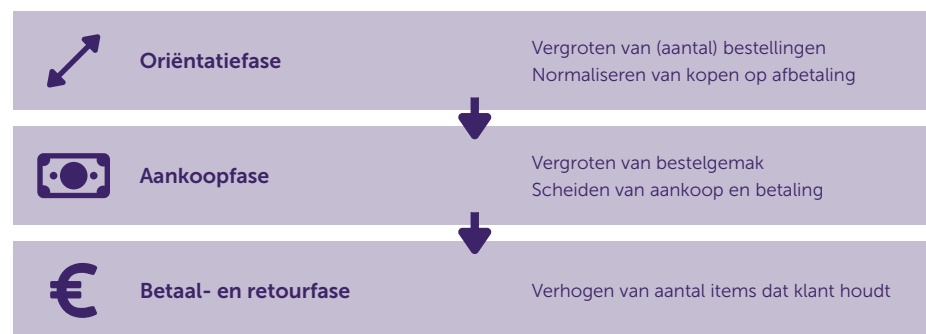
Bron: AFM Consumentenmonitor voorjaar 2022



03 Klantreis

De klantreis kan grofweg worden uitgesplitst in drie fases: de oriëntatie-, aankoop- en betaal- en/of retourfase. Zie hiervoor ook Figuur 8. BNPL kan het gedrag van consumenten in elk van deze fases beïnvloeden door in te spelen op menselijke neigingen.¹⁷ Daardoor kunnen klanten meer geld gaan uitgeven dan zij zonder BNPL zouden doen. In dit hoofdstuk gaan we hier nader op in per fase van de BNPL-klantreis.

Figuur 8. Klantreis BNPL



3.1 Oriëntatiefase

De consument oriënteert zich in de webwinkel op een product. Sommige webwinkels vermelden al direct op de homepage of op de productpagina dat achteraf betalen mogelijk is. Hiermee bieden zij de consument een vorm van zekerheid: consumenten die twijfelen of sceptisch zijn, worden over de streep getrokken om iets te kopen. Immers, er is altijd nog een weg terug als het niet bevalt. 'Veilig achteraf betalen' biedt zo de garantie dat de consument iets kan proberen om het, als het niet bevalt, terug te sturen.

¹⁷ Voor een meer uitgebreide beschrijving zie "Begrijpen, sturen en meten" (AFM, 2021)

Hoewel het in dit geval de retailers zelf zijn die de mogelijkheid van achteraf betalen in hun webshop tonen, stimuleren BNPL-aanbieders webshops wel actief om BNPL te noemen in het aankoopproces. Zo hebben sommige aanbieders handleidingen voor retailers die beschrijven hoe zij door het benoemen van BNPL-opties de conversie kunnen vergroten.¹⁸ Ter vergelijking; wanneer BNPL een gereguleerd krediet zou zijn, dan zou het niet zijn toegestaan om voor aankoop op krediet reclame te maken.

"Boek direct resultaat met Tinka. Vergroot jouw omzet met minimale inspanning. Met onze betaalmethodes bereik je tot wel 32% meer klanten, gaan bestaande klanten tot wel drie keer vaker shoppen, en wordt de gemiddelde bestelwaarde zo'n vijf keer groter. Bovendien kun je dankzij onze introductie-vergoeding met minimale inspanning extra inkomen genereren."

Bron: <https://merchantinfo.tinka.nl/>

Voorbeelden van sturing in de oriëntatiefase



¹⁸ Zie bijvoorbeeld www.klarna.com/nl/zakelijk/marketing-toolbox/



Vergroten van (aantal) bestellingen

Tijdens het online winkelen moeten consumenten op basis van foto's en informatie over producten bepalen of ze willen overgaan tot een aankoop. Ze kunnen niet – zoals in een fysieke winkel – eerst het product uitproberen of passen, of de kwaliteit van de gebruikte materialen vaststellen.

BNPL speelt in op dit probleem: consumenten plaatsen een bestelling zonder daar direct voor te betalen. Consumenten proberen de bestelde producten thuis uit en betalen pas (volledig) als zij besluiten deze te houden. Bij *Betalen in drie termijnen* betaalt de consument de eerste termijn bij aankoop van een product en de rest van het bedrag in resterende termijnen. Bij *Betaal Later* worden geretoureerde producten helemaal niet meer afgerekend. Dit is anders dan met een creditcard waarbij na een bepaalde termijn automatisch geld wordt afgeschreven van de bankrekening – ook wanneer producten worden geretourneerd. Doordat consumenten alleen betalen voor wat zij houden, zorgt BNPL ervoor dat zij sneller over de streep worden getrokken om een bestelling te plaatsen en ook dat ze meer producten bestellen dan ze wellicht van plan waren. Dit effect speelt overigens minder bij *Betalen in drie termijnen*, omdat de consument de eerste termijn al bij aankoop moet betalen.

Wat gebeurt hier?¹⁹

Bij vrijwel alle financiële keuzes maken we afwegingen tussen uitkomsten op verschillende momenten. Daarbij hechten we meer waarde aan uitkomsten in het heden dan aan uitkomsten in de toekomst. Dit heet de present bias. De neiging om ons te richten op het heden beïnvloedt onze financiële keuzes bijvoorbeeld door soms meer geld uit de geven dan onze 'toekomstige zelf' zou willen. Hierdoor lenen we soms geld, zelfs als dit op de lange termijn tot problematische schulden leidt. Door de present bias zijn consumenten vatbaarder voor impulsaankopen, en het gebruik van BNPL om voor die impulsaankopen te betalen.

¹⁹ Frederick, et al, 2002; O'Donoghue & Rabin, 2015; Ericson & Laibson, 2019; Joireman et al., 2010; Laibson et al., 2007; Skiba & Tobacman, 2008; Meier & Sprenger, 2007; Meier & Sprenger, 2010; Ottaviani & Vandonne, 2011

“Webwinkelier als psycholoog. Speel in op de shop-emoties van de consument en boost conversie

Fase 1: zoeken en vullen van de winkelmand Emoties tijdens de eerste fases van het online shopproces.

Bij het openen van de webshop zijn de consumenten voornamelijk geïnspireerd, geamuseerd en vol verlangen. Het bekijken van het aanbod zorgt voor dezelfde emoties, maar het inspirerende gevoel wordt sterker. Bij het vinden van een item dat consumenten leuk vinden verschijnen voor het eerst vreugde en opwinding als meest aangegeven emoties. Met name bij de vrouwen geeft dit een vreugdevolle kick: ruim twee op de vijf ervaart dit. Al met al geven consumenten aan dat ze met name positieve emoties ervaren tijdens deze eerste fase van het shopproces. Goed nieuws voor de online retailer: online shoppen begint over het algemeen prettig. Toch moet deze fase niet vergeten worden bij het optimaliseren van de customer journey. Hierbij is het juist belangrijk om alles uit dit positieve moment te halen. Met andere woorden, voed deze emoties en zorg dat ze een sterke indruk achterlaten om de eventuele latere negatievere emoties te kunnen overschaduwen.”

Bron: https://www.klarna.com/assets/sites/7/2019/11/14075033/Klarna_Onderzoeksartikel_Webwinkelier-als-psycholoog_LR.pdf

Normaliseren van kopen op afbetaling

Webshops waar je achteraf kunt betalen richten zich vaak op consumptiegoederen zoals kleding en cosmetica; trendgevoelige producten die zich lenen voor impulsaankopen²⁰. Daarnaast is BNPL-reclame vaak gericht op aspiratie en speelt het in op het verlangen van consumenten om te leven volgens een bepaalde levensstijl, om erbij te horen. De norm om voor aankopen eerst te sparen of daar direct voor te betalen, kan zo door BNPL veranderen. Als deze normen eenmaal zijn 'vastgezet', zijn ze moeilijk te herstellen. Op die manier kan schuldgewenning ontstaan.

²⁰ Zie bijvoorbeeld <https://www.riverty.com/en/business/insights/riverty-ecommerce-review/bnpl-profiling/>





Het kopen op afbetaling normaliseert. Wie op Tiktok zoekt op BNPL-gerelateerde schulden, vindt bijvoorbeeld veel filmpjes van jongeren die laten zien hoe hoog hun schuld is opgelopen, of die wachten op hun salaris om hun schuld te kunnen afbetalen²¹.

Wat gebeurt hier?²²

Mensen zijn sociale wezens en zijn vatbaar voor wat anderen doen en vinden. De overtuigingen van anderen beïnvloeden ons ook op indirecte wijze, bijvoorbeeld via 'sociale normen'. Een sociale norm is wat je denkt dat de meerderheid doet, of wat die meerderheid vindt dat jij zou moeten doen. Mensen kijken naar andere mensen om zich heen om te bepalen wat in een bepaalde situatie het juiste is om te doen.



3.2 Aankoopfase

Wanneer de consument de producten in het winkelmandje heeft geplaatst en naar 'afrekenen' gaat, verschijnt BNPL in het rijtje met betaalmogelijkheden, naast bijvoorbeeld betaling per iDeal, PayPal en creditcard. Als de consument voor het eerst kiest voor een BNPL-aanbieder wordt om een aantal basisgegevens gevraagd (naam, emailadres, geboortedatum en telefoonnummer). Na het ingeven ziet de consument direct of hij mag bestellen met BNPL; de consument ziet niet welk proces hier achter de schermen plaatsvindt.

In de paar seconden dat de consument moet wachten, voeren BNPL-aanbieders een leeftijds- en identiteitscontrole uit. Ook verzamelen zij uit openbare databronnen informatie over de persoonlijke en financiële situatie van de consument. Dit bepaalt of zij een transactie goedkeuren en/of de bestedingslimiet verhogen of verlagen (zie ook hoofdstuk 4.2). Het is voor de klant niet duidelijk op grond waarvan zijn limiet precies wordt bepaald. Wie wordt afgewezen en niet met BNPL mag afrekenen, krijgt meestal ook niet te zien waarom dit zo is. Bij terugkerende klanten monitoren BNPL-aanbieders vooral het eerdere betaaldrag. Een terugkerende BNPL-consument hoeft vaak ook alleen nog het e-mailadres in te geven. De bestelling is dan binnen enkele seconden geplaatst en afgerond. Bij *Betaal in drie termijnen* wordt er meer gevraagd van de consument: daar moet de consument ook de eerste termijn betalen.

Vergroten bestelgemak

Zoals hierboven aangegeven hoeft de consument weinig gegevens te delen om een bestelling te plaatsen. Hierdoor neemt BNPL drempels in het aankoopproces weg. Hoe gemakkelijker het is om een bestelling te plaatsen, des te groter de kans dat de bestelling daadwerkelijk wordt geplaatst.

"Het vermindert frictie in het aankoopproces

Bij achteraf betalen wordt het koop- en betaalproces van elkaar gescheiden, waardoor frictie wordt geminimaliseerd. In eerste instantie is een consument na het invullen van een aantal basisgegevens (naam, e-mailadres, geboortedatum en adres) klaar. De betaling volgt later, wat zorgt voor een lagere drempel in het aankoopproces. Zeker wanneer er via een mobiel apparaat wordt geshopt, zijn consumenten sneller geneigd om dan een bestelling te plaatsen."

Bron: <https://www.klarna.com/assets/sites/7/2019/10/18112444/NL-Report-2019-09-De-achteraf-betalen-encyclopedie.pdf>

21 Zie <https://nos.nl/artikel/2211652-schulden-liggen-op-de-loer-bij-onwetende-scholieren-en-mbo-ers>
<https://wnl.tv/2022/05/20/jongeren-zijn-door-afterpay-snel-een-financiele-prooi-ik-heb-een-schuld-van-30-000-euro/> <https://www.linda.nl/meiden/shopverslaafd-schulden-linda-meiden/>

22 Cialdini, 2007; Cialdini & Trost, 1998; Raymond et al., 1993



Scheiden van aankoop en betaling

Wie in een webshop betaalt met iDeal, moet een aantal min of meer bewuste stappen zetten. Zo worden consumenten in hun bank-app geconfronteerd met hun actuele saldo en moeten zij daarna de betaling goedkeuren. Bij betalen met BNPL gebeurt dit niet. Hier wordt het moment van aankoop gescheiden van het moment van betaling. Hierdoor kunnen consumenten direct genieten van het plezier van de aankoop, zonder de negatieve associatie met de betaling. Dit zorgt ervoor dat mensen zich minder bewust zijn van het feit dat ze geld uitgeven en de aankoop positiever beoordelen. Dat kan leiden tot het aangaan van meer betalingsverplichtingen dan zij zonder BNPL aan zouden gaan. Er zit wel verschil tussen verschillende BNPL-concepten. Bij *Betalen in drie termijnen*, waarbij de eerste termijn direct betaald wordt, speelt dit effect minder.

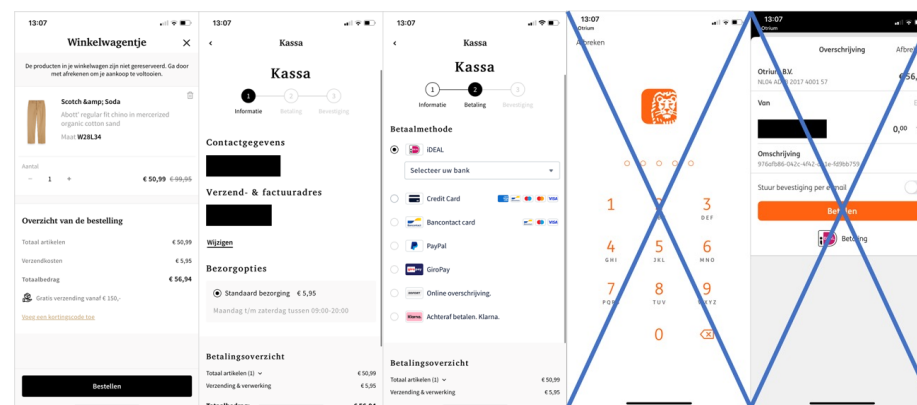
Figuur 9 toont het betaalproces met iDeal. De laatste twee stappen, waarbij de klant actief moet inloggen bij de bank en geconfronteerd wordt met zijn saldo, worden bij BNPL overgeslagen.

Wat gebeurt hier?

De waarde die we toekennen aan geld hangt af van verschillende factoren, zoals waar het geld vandaan komt (zelf verdiend of gekregen, een belastingteruggave of vakantiegeld) en waar het voor bedoeld is (boodschappen of een nieuwe televisie). Het 'label' dat we plakken op geld of het 'potje' waarin we ons geld indelen, heeft invloed op de manier waarop we met dat geld omgaan. Dit wordt mental accounting genoemd. De effecten daarvan worden duidelijk wanneer het moment van een aankoop en de daadwerkelijke betaling voor de aankoop via BNPL losgekoppeld zijn. In ons mentale boekhoudsysteem registreren we dan wel het plezier van de aankoop, maar hebben we weinig aandacht voor de negatieve gevoelens rondom de betaling die pas later volgt.²³

²³ Kahneman & Tversky, 1984; Prelec & Loewenstein, 1998; Thaler, 1985; Thaler, 1999

Figuur 9. Het betaalproces met iDeal.



3.3 Betaal- en retourfase

De consument ontvangt zijn bestelling. De BNPL-aanbieder houdt hem daarna via e-mail of in de app op de hoogte van de betaaltermijnen. Wanneer de consument besluit om producten te retourneren, wordt het bedrag bij de BNPL-aanbieder aangepast zodra de webwinkel de retour heeft doorgegeven.

Verhogen van aantal items dat klant houdt

Consumenten worden door BNPL sneller over de streep getrokken om meer producten te bestellen dan zij misschien zouden willen, je kunt immers alles terugsturen. Echter in de praktijk retourneren consumenten minder producten dan ze hadden bedacht. BNPL-aanbieders profiteren daarvan door hun diensten te promoten als een manier voor consumenten om meerdere producten tegelijk te bestellen, op hun gemak thuis uit te proberen, en terug te sturen wanneer het niet bevalt. Dit effect speelt minder bij *Betalen in drie termijnen* omdat de consument de eerste termijn direct moet betalen.



Wat gebeurt hier?

Het endowment effect zorgt ervoor dat mensen meer waarde hechten aan dingen als ze eigenaarschap of een gevoel van eigenaarschap hebben verworven. Dat effect treedt op als klanten hun bestelling thuis ontvangen, ongeacht of ze er al voor betaald hebben. Het gevolg is dat klanten meer producten willen behouden (en minder retourneren) dan zij vooraf bedacht hadden. BNPL-aanbieders spelen in op het endowment effect door te benadrukken dat je alles kunt terugsturen. Dit zou niet of minder rendabel zijn als klanten dat daadwerkelijk alles terug zouden sturen wat ze van plan waren.

“Consumenten worden door een achteraf betaaloplossing sneller over de streep getrokken om meer artikelen te bestellen. Veel webwinkeliers vrezen bij het bieden van achteraf betalen voor een stijging in het aantal retouren. Retouren kosten geld, is de gedachte hierbij. Op de korte termijn is dit waar, maar op de lange termijn is dit een denkfout. Retourneren is juist een krachtig middel om de conversie te verhogen. Uit de data van Klarna blijkt dat zogenaamde serial returners wel veel in één keer bestellen, en dus ook retourneren, onder de streep juist toch ook meer artikelen houden. Retouren zijn in combinatie met achteraf betalen een manier om de twijfels over een bestelling weg te nemen en consumenten over de streep te trekken”

Bron: <https://www.klarna.com/assets/sites/7/2019/10/18112444/NL-Report-2019-09-De-achteraf-betalen-encyclopedie.pdf>



04 Risico's van BNPL

BNPL voorziet in een duidelijke behoefte van consumenten die online winkelen: het biedt een betaaloptie die gratis of tegen een kleine vergoeding wordt verstrekt en soepel en zorgeloos verloopt. In dit hoofdstuk plaatsen we een aantal kanttekeningen bij BNPL. Want er kleven ook risico's aan deze dienstverlening. Die zetten we in dit hoofdstuk uiteen. We behandelen hierbij ook de werkwijze als klanten betalingsachterstanden oplopen, de kosten die BNPL-aanbieders hiervoor in rekening brengen en de invloed daarvan op het verdienmodel van BNPL-aanbieders.

4.1 Informatieverstrekking

Aanmaningskosten

Wanneer de consument in een webwinkel met BNPL betaalt, zijn de algemene voorwaarden en eventuele kosten bij te laat betalen vaak moeilijk vindbaar. Vaak wordt niet vermeld dat er aanmaningskosten worden gerekend bij te laat betalen en ook de hoogte van deze kosten wordt niet getoond in het aankoopproces. Consumenten kunnen de algemene voorwaarden vaak alleen lezen door op een link te klikken die wordt getoond bij de betaaloptie. Deze link leidt naar de website van de BNPL-aanbieder.

Eén aanbieder legt in de algemene voorwaarden eenvoudig uit hoe hoog de aanmaningskosten zijn en wanneer zij deze in rekening brengen. De andere aanbieders hanteren meer juridisch taalgebruik, waardoor de voorwaarden minder goed leesbaar zijn. Zij vermelden de hoogte van de aanmaningskosten bovendien vaak niet, ook al brengen zij die in de praktijk wel in rekening. Des te opvallender is het dat aanbieders, via retailers, BNPL promoten met beloften als 'gratis' en '0% rente'. De consument kan hierdoor verrast worden als hij vervolgens toch aanmaningskosten moet betalen.

Vergelijking met gereguleerd consumptief krediet

In vergelijking tot gereguleerd consumptief krediet merken we op dat informatieverstrekking van BNPL-aanbieders zoals deze nu is opgesteld, niet zou voldoen. De wet vereist namelijk dat reclame-uitingen correct, duidelijk en niet-misleidend zijn. Het is bovendien verboden te adverteren met de melding dat huidige schulden geen rol spelen in het acceptatieproces. Kredietaanbieders moeten ook informatie verstrekken die de consument in staat stelt het kredietproduct en de daaraan verbonden kosten te beoordelen en te vergelijken met alternatieven²⁴.

Naast het verbeteren van hun eigen informatieverstrekking, kunnen BNPL-aanbieders hun invloed op retailers inzetten om de klant in staat te stellen een afgewogen keuze te maken over achteraf betalen. Uit gesprekken met BNPL-aanbieders blijkt dat zij afspraken maken met retailers over marketing en over de informatie die retailers aan consumenten moeten tonen in het bestelproces.

4.2 Verstrekking van BNPL aan consumenten

Toetsen aan acceptatiecriteria

Alle BNPL-aanbieders hanteren acceptatiecriteria om te toetsen of een consument gebruik mag maken van hun dienstverlening. Sommige aanbieders voeren deze toets uit iedere keer dat iemand achteraf wil betalen²⁵, terwijl anderen deze criteria alleen gebruiken om een totale bestedingslimiet per klant vast te stellen.

²⁴ Bij consumptief krediet is de kredietaanbieder wettelijk verplicht om precontractueel, dus voor de totstandkoming van de kredietovereenkomst, een informatiedocument te verstrekken aan de consument. In dit document staan onder meer de belangrijkste kenmerken van het product beschreven, alsook de (totale) kosten die verbonden zijn aan het krediet. Het doel hiervan is dat de consument in staat wordt gesteld om voor het afsluiten een adequate beoordeling te maken van het kredietproduct en een vergelijking te kunnen maken met andere producten.

²⁵ Eén van deze BNPL-aanbieders werkt aan de integratie van een acceptatieproces dat op een bestedingslimiet gebaseerd is.



Alle aanbieders eisen dat hun klanten minstens 18 jaar oud zijn en hebben controles opgezet om de identiteit van de consument vast te stellen. Deze controles schieten soms tekort: uit gesprekken met consumenten- en brancheorganisaties blijkt dat fraudecontroles niet altijd werken. Deze signalen gaan vooral over minderjarigen die controles omzeilen en vormen van identiteitsdiefstal²⁶.

Naast de leeftijds- en identiteitscontrole, gebruiken alle aanbieders openbare databronnen om informatie over de persoonlijke en financiële situatie van de consument te verzamelen. Externe databedrijven voeren deze controles vaak uit. Zij bieden informatie over bijvoorbeeld de woonsituatie van de consument, schuldsanering of curatele, faillissement en overlijden. Bij terugkerende klanten monitoren BNPL-aanbieders vooral het eerdere betaalgedrag. Dit bepaalt of zij een transactie goedkeuren en/of de bestedingslimiet verhogen of verlagen.

Geen inkomsten- en lastencontrole

Geen van de betrokken BNPL-aanbieders voerden op het moment van schrijven een inkomsten- en lastencontrole uit.²⁷ Ook hierin verschilt BNPL van gereguleerd consumptief krediet. Aanbieders daarvan zijn verplicht om informatie over de financiële situatie van de consument te verzamelen en te beoordelen of het krediet verantwoord is, voordat zij dit verstrekken.²⁸ BNPL-aanbieders zijn niet verplicht deze controle uit te voeren omdat BNPL uitgezonderd is van de toepassing van de consumptief kredietwetgeving.²⁹ Dit kan in de toekomst veranderen, mocht BNPL na de herziening van de CCD ook onder deze richtlijn komen te vallen.³⁰

Omdat BNPL-aanbieders geen inzicht hebben in de inkomsten en uitgaven van de consument, bestaat er een reëel risico dat zij achteraf betalen toestaan bij consumenten die al met financiële problemen kampen of daarin geraken als gevolg van de BNPL-transactie. Ook zijn de meeste BNPL-aanbieders niet aangesloten bij het Bureau Krediet Registratie (BKR) waardoor zij niet kunnen controleren of een consu-

ment schulden en/of betalingsachterstanden heeft. Ook de (stapeling van) schulden die veroorzaakt worden door BNPL zelf, worden niet in het BKR geregistreerd en zijn daarmee onzichtbaar. Eén BNPL-aanbieder gaf aan dat hij op basis van databronnen inzicht heeft in de betalingsachterstanden die een consument heeft, al kan hij niet zien om wat voor achterstanden het gaat. Een andere aanbieder is van mening dat zijn datamodel voldoende inzicht verschaft in de kredietwaardigheid van de klant, zonder die klant om inkomensgegevens te hoeven vragen.

Andere waarborgen

Naast acceptatiecriteria voor de consument, hebben sommige aanbieders ook nog andere waarborgen om betalingsproblemen te voorkomen. Een aantal aanbieders beoordeelt de geschiktheid van producten en winkeliers waarmee zij samenwerken kritisch. We zien bij enkele BNPL-aanbieders bijvoorbeeld een lijst met vanzelfsprekende uitsluitingen (zoals drugs en wapens) en producten waarvoor zij BNPL beperken (bijv. reizen). Daarnaast gaf een BNPL-aanbieder aan dat hij bij de selectie van een retailer kijkt naar het aantal betalingsachterstanden dat deze partij heeft en hier ook actief beleid op voert en de acceptatie hierop kan aanpassen per winkel. Als gevolg daarvan werkt deze aanbieder nauwelijks samen met kledingwinkels. Een ander voorbeeld is een BNPL-aanbieder die een risico-opslag toekent op basis van het verwachte betaalgedrag per productsoort. Voor leveranciers van elektronica gelden hogere opslagen dan voor bijvoorbeeld apotheken, omdat klanten doorgaans trouw de apotheek-rekening betalen. De AFM vindt het inrichten van dit soort waarborgen een positieve ontwikkeling, omdat dit bijdraagt aan het voorkomen van betalingsproblemen.

4.3 Achterstandsbeheer

Omdat BNPL-aanbieders de inkomsten, lasten en schulden van een consument niet toetsen en dus niet met zekerheid weten of een BNPL-product geschikt is voor een individuele consument, nemen zij het risico dat een consument niet in staat blijkt te zijn de rekening te betalen. Anders dan bij gereguleerd consumptief krediet, zijn BNPL-aanbieders ook niet verplicht om een achterstandsbeleid te ontwikkelen of passende oplossingen aan te bieden aan klanten met een betalingsachterstand.

²⁶ Deze vorm van identiteitsfraude vindt bijvoorbeeld plaats door te bestellen met BNPL maar vervolgens bij de bezorgdienst het afleveradres te wijzigen.

²⁷ Eén van de BNPL-aanbieders die in ons onderzoek betrokken zijn, werkt aan de integratie van een dergelijke controle in haar acceptatieproces.

²⁸ Artikel 4:34 Wft.

²⁹ Zie ook hoofdstuk 1

³⁰ Artikel 18 in het CCD-voorstel.





Hulp bij betalingsproblemen

De AFM vindt het positief dat BNPL-aanbieders consumenten helpen wanneer zij een betalingsachterstand hebben en die niet kunnen inlopen. Klanten dienen zelf contact op te nemen met de BNPL-aanbieder om een passende oplossing te krijgen. Meestal kan dat alleen telefonisch, bij één aanbieder kan dat ook via de app. Alle betrokken BNPL-aanbieders bieden desgevraagd uitstel van betaling aan, meestal zonder kosten. Er is ook een aanbieder die een kleine vergoeding vraagt als de klant om langer uitstel vraagt. Daarnaast bieden enkele aanbieders de mogelijkheid van een betalingspauze, een betalingsregeling en kwijtschelding. We merken daarbij op dat uitstel van betaling voldoende kan zijn bij tijdelijke financiële problemen, maar consumenten met structurele problemen hebben waarschijnlijk verdergaande maatwerkoplossingen nodig. We beschouwen het treffen van een betalingsregeling en kwijtschelding daarom als good practices.

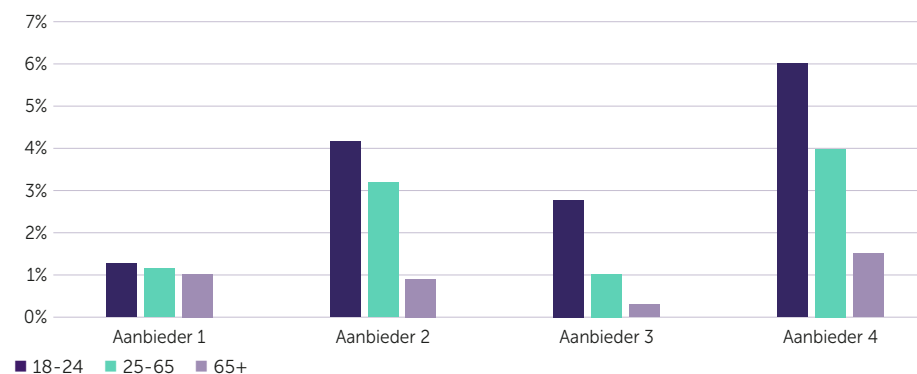
Maatregelen om schuldenstapeling te voorkomen

Meerdere BNPL-aanbieders melden dat zij, naast het bieden van één of meer oplossingen voor consumenten met betalingsachterstanden, het gebruik van BNPL voor een consument ook (tijdelijk) kunnen stopzetten. Eén BNPL-aanbieder doet dit als een klant een betaling mist. Anderen zullen dit pas doen als de klant in een incassotraject terechtkom. In de tussenliggende periode kan de consument zo schulden blijven stapelen tot de overdracht naar een incassotraject.

Overdracht aan incassobureau

Alle BNPL-aanbieders dragen consumenten die hun betalingsproblemen niet oplossen na verloop van tijd over aan een incassobureau. Vier BNPL-aanbieders deelden informatie met de AFM over de verhouding per leeftijdsgroep, zoals weergegeven in Figuur 10. Het percentage consumenten dat wordt overgedragen aan een incassobureau kan oplopen tot 6% voor jongeren tussen de 18 en 24. Daarbij valt op dat jongeren bij alle vier de aanbieders zijn oververtegenwoordigd, ook al zijn er onderling duidelijke verschillen.

Figuur 10. Doorstroom naar incassobureau per leeftijdsgroep.



Bron: AFM data

Het incassotraject

Bijna alle BNPL-aanbieders maken gebruik van een extern incassobureau. De genoemde bureaus zijn aangesloten bij de Nederlandse vereniging van gecertificeerde incasso-ondernemingen (NVI). Dat is positief, omdat zij dan gehouden zijn aan de NVI-gedragscode en de Wet incassokosten. Eén aanbieder gaf aan over een intern incassobureau te beschikken: 11,7% van haar omzet komt uit incassokosten. Een intern incassobureau kan de kosten voor de klant laag houden. Wanneer de aanbieder het voordeel van lage kosten echter voor zichzelf houdt, kan in interne incasso een winstgevend onderdeel van het verdienmodel worden. Er ontstaat zo een prikkel om sneller een incassotraject op te starten voor klanten die te laat betalen.

De incassokosten die een incassobureau in rekening mag brengen aan consumenten zijn wettelijk gemaximeerd. Niettemin kunnen deze kosten voor de consument een grote financiële last zijn.³¹ Het is daarom belangrijk dat BNPL-aanbieders zich inspannen om overdracht aan een incassobureau te voorkomen, bijvoorbeeld door proactief contact op te nemen met de klant. We hebben echter geen voorbeelden gevonden van aanbieders die dit systematisch doen.

³¹ De hoogte van de incassokosten zijn vastgelegd in de Wet Incassokosten (WIK).





4.4 Kosten bij niet op tijd betalen

Omvang van de kosten

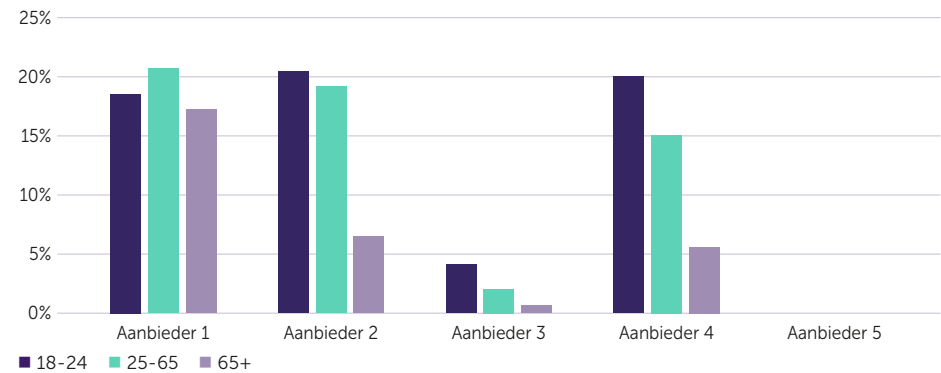
Uit de informatie die wij van BNPL-aanbieders hebben ontvangen, blijkt dat de kosten voor te laat betalen gemiddelde rond de €15 bedragen. Als de vordering doorstroomt naar een incassobureau kunnen bij een rekening van bijvoorbeeld €100 zelfs €40 aan incassokosten worden berekend. In Figuur 11 is te zien dat tot 20% van de klanten tot 65 jaar te maken krijgt met kosten voor te late betaling. Jongeren krijgen hier relatief het meest mee te maken en senioren het minst. Er zijn duidelijke verschillen tussen de aanbieders. Bij Aanbieder 3 ligt het percentage onder de 5%. Eén BNPL-aanbieder brengt in het geheel geen kosten in rekening voor te late betaling.

Uitzondering in de Wft

Zoals in hoofdstuk 1 uitgelegd zijn BNPL-producten een vorm van kredietverlening. Het aanbieden van krediet is gereguleerd in de Wft. Voor krediet dat binnen drie maanden moet worden terugbetaald en waar geen of slechts onbetekenende kosten³² aan verbonden zijn, wordt een uitzondering gemaakt.³³ Deze uitzondering vindt zijn oorsprong in de CCD.³⁴

De BNPL-producten die de AFM heeft betrokken in deze verkenning, voldoen aan de voorwaarde dat er binnen drie maanden moet worden terugbetaald. De betaaltermijn varieert van twee weken tot dertig dagen. Vaak kan de betaaltermijn wel worden verlengd, maar de totale termijn blijft binnen de drie maanden. BNPL is in principe gratis of tegen een kleine vergoeding, maar diverse BNPL-aanbieders brengen bij het niet-nakomen van de betalingsverplichtingen wel kosten in rekening die meer dan onbetekenend zijn.

Figuur 11. Kosten in rekening wegens te late betaling per leeftijdsgroep



Bron: AFM data

BNPL-aanbieders mogen bij niet nakoming incassokosten aan consumenten voor openstaande vorderingen in rekening brengen (zie hieronder de box Kwalificatie aanmaningskosten). Dit is anders bij consumptief kredietaanbieders, die alleen een vertragsvergoeding in rekening mogen brengen.³⁵

Juridische ontwikkelingen

Er zijn verschillende gerechtelijke uitspraken, waarin is geoordeeld dat specifieke kosten die een BNPL-aanbieder in rekening had gebracht bij een consument wegens te late betaling, gerekend moesten worden tot de totale kosten van het krediet, waardoor er niet langer werd voldaan aan de eis van onbetekenende kosten. Op dit moment ligt expliciet de vraag voor bij de Hoge Raad of de kosten, die BNPL-aanbieders in rekening brengen bij te late betaling, gerekend moeten worden tot de totale kosten van het krediet³⁶ of dat er toch sprake is van geoorloofde incassokosten. Afhankelijk van de beantwoording is het mogelijk dat de huidige werkwijze van (een aantal) BNPL-aanbieders niet volstaan om een beroep te kunnen doen op uitzonderingen en vrijstellingen in de Wft. De AFM wacht de beantwoording van de Hoge Raad af.

32 Het begrip 'onbetekenende kosten' houdt in dat er een kleine vergoeding wordt gevraagd aan de consument, bijvoorbeeld 1 euro. De AFM volgt de lijn van de rechtspraak en kijkt bij de vraag of kosten onbetekenend zijn altijd naar de feitelijke gevolgen voor de consument.

33 Op basis van artikel 1:20, eerste lid, onderdeel e, Wft is de Wft niet van toepassing op financiële diensten met betrekking tot de kredieten die aan deze twee voorwaarden voldoen.

34 De Europese Commissie heeft in juni 2021 voorgesteld om de CCD te herzien. Eén van de voorgestelde wijzigingen is het schrappen van de uitzondering waar BNPL-aanbieders nu gebruik van maken. In september 2022 is de onderhandeling tussen de Europese Commissie, de Europese Raad en het Europees Parlement begonnen over de definitieve tekst voor de herziening van de CCD.

35 Artikel 7:76 BW juncto artikel 11 Besluit Kredietvergoeding.

36 Rechtbank Gelderland 4 mei 2022, ECLI:NL:RBGEL:2022:2441. Bij de Hoge Raad is de vraag bekend onder 'prejudiciële vraag 22/01716'. Zie ook de achterliggende zaak Rechtbank Gelderland 1 december 2021, ECLI:NL:RBGEL:2021:6428.



Box: kwalificatie aanmaningskosten

Hieronder volgen twee scenario's met betrekking tot de kosten die BNPL-aanbieders in rekening brengen bij te late betaling.

1. **Een consument betaalt de vordering niet op tijd en blijft ook na herinnering in gebreke. De BNPL-aanbieder brengt incassokosten en/of wettelijke rente in rekening, die niet onbetekenend zijn.** In dit scenario voldoet het krediet niet (meer) aan de voorwaarde van artikel 1:20 Wft. Artikel 3c en 43, vierde lid, van de Vrijstellingsregeling Wft, biedt een mogelijkheid om alsnog vrijgesteld te zijn van de vergunningplicht en deel 4 van de Wft terwijl er wel wettelijke rente en incassokosten* in rekening gebracht kunnen worden bij een consument die in gebreke blijft. Voor een incassotraject is de procedure wettelijk voorgeschreven en in het Besluit vergoeding voor buitengerechtelijke incassokosten is de maximale hoogte van deze kosten vastgesteld. Als voldaan wordt aan deze wettelijke vereisten, blijft het krediet buiten de reikwijdte van de Wft.
2. **Een consument betaalt de vordering niet op tijd en blijft ook na herinnering in gebreke. De BNPL-aanbieder brengt kosten in rekening die niet onbetekenend zijn en niet kwalificeren als incassokosten of wettelijke rente.** In dit scenario voldoet het krediet niet aan de voorwaarde van onbetekenende kosten van artikel 1:20 Wft. Ook de Vrijstellingsregeling Wft biedt geen ruimte voor het in rekening brengen van kosten aan de consument, anders dan incassokosten en wettelijke rente. Het krediet valt in dat geval alsnog onder de reikwijdte van de Wft en onder het toezicht daarop van de AFM.

*) Voor de rente en incassokosten gelden wettelijke bepalingen. Zie hiervoor respectievelijk artikel 120, eerste lid, van Boek 6 van het Burgerlijk Wetboek (BW) en artikel 96, tweede lid, onderdeel c, van Boek 6 van het BW jo. artikel 2 van het Besluit vergoeding voor buitengerechtelijke incassokosten.

4.5 Het verdienmodel

Inkomsten uit verschillende bronnen

Het verdienmodel van de betrokken BNPL-aanbieders verschilt. De inkomsten uit de samenwerking met retailers zijn voor alle aanbieders het belangrijkste. Een aantal aanbieders verdient daarnaast een substantieel deel van hun inkomsten met het in rekening brengen van aanmaningskosten aan consumenten die te laat betalen. Die inkomsten bedragen tussen 20% en 40% van de totale omzet. Uit gesprekken met aanbieders blijkt dat de aanmaningskosten (gemiddeld zo'n €15) meer dan kostendekkend zijn voor de werkzaamheden die daar tegenover staan (denk aan het uitsturen van betalingsherinneringen). De inkomsten uit aanmaningen zijn daarmee winstgevend en kunnen een wezenlijk deel uit van hun verdienmodel vormen.

Inkomsten uit aanmaningskosten kwetsbaar

Er kan een verkeerde prikkel ontstaan als aanbieders gebaat zijn bij consumenten die hun aankopen niet op tijd betalen. Dit is het geval bij een verdienmodel dat voor een wezenlijk deel leunt op inkomsten uit aanmaningen en daarmee kwetsbaar wordt op het moment dat meer consumenten op tijd betalen. Aanbieders zijn in dat geval immers extra gebaat bij onduidelijkheid over de betaaltermijn en aanmaningskosten. Dit kan ertoe leiden dat consumenten onnodige kosten maken en in het ergste geval in de financiële problemen kunnen raken.

De aanbieders die wij spraken, wijzen op het afschrikwekkende effect van het in rekening brengen van aanmaningskosten. Klanten zouden vaker op tijd betalen als er een 'boete' voor te laat betalen tegenover staat. Bij BNPL-aanbieders die aanmaningskosten rekenen, betaalt tussen de 80% en 90% van de klanten vóórdat zij de eerste aanmaning ontvangen. Dit geldt echter ook voor de aanbieders die geen aanmaningskosten in rekening brengen.

Moderniseren van verdienmodel

BNPL-aanbieders die aanmaningskosten in rekening brengen, gaven in de gesprekken aan dat zij nadenken over het aanpassen van hun verdienmodel. Eén aanbieder gaf aan toe te werken naar een verdienmodel dat alleen gebaseerd is op inkomsten uit samenwerkingen met retailers. Een andere aanbieder gaf aan dat de hoge concurrentie op de BNPL-markt het moeilijk maakt om hogere vergoedingen bij retailers





in rekening te brengen. Deze aanbieder ziet daarom liever dat de wetgever het in de toekomst mogelijk maakt om, in plaats van aanmaningskosten te heffen, een betalingsregeling tegen een (kleine) vergoeding aan te kunnen bieden, zonder dat dit kwalificeert als consumptief krediet. Met het oog op de hierboven omschreven kwetsbaarheid van het verdienmodel, is het positief dat BNPL-aanbieders hun verdienmodel willen blijven ontwikkelen.





05 Conclusie

Deze verkenning heeft de AFM meer inzicht gegeven in de BNPL-markt. Het is een groeiende markt met een divers aanbod. BNPL voorziet in consumentenbehoefte als flexibiliteit, zekerheid en ontzorging. De AFM ziet ook risico's voor de consument. Het gemak waarmee een consument een bestelling afrondt met BNPL is groot. Zo groot, dat eenvoudig schuldgewenning en schuldenstapeling kunnen ontstaan. De AFM constateert daarnaast dat de kosten voor te laat betalen onduidelijk en mogelijk onrechtmatig zijn.

BNPL voorziet in consumentenbehoefte

Uit de AFM Consumentenmonitor blijkt dat achteraf betalen voorziet in consumentenbehoefte. De drie vaakste genoemde redenen voor achteraf betalen zijn: zekerheid dat de bestelling compleet en in orde is, producten eerst in het echt willen zien en niet hoeven te betalen voor bestellingen die worden geretourneerd. Ook blijkt dat achteraf betalen niet gebonden is aan één leeftijdsgroep. Alleen voor de groep van 65 jaar en ouder is de methode minder populair. Meer dan de helft van de mensen die weleens achteraf betalen, geeft bovendien aan dat zeer waarschijnlijk bij een volgende bestelling weer te doen.

Kosten voor te laat betalen onduidelijk en mogelijk onrechtmatig

Uit de informatie die wij van BNPL-aanbieders hebben ontvangen, blijkt dat de kosten voor te laat betalen gemiddeld rond de €15 bedragen. De totale incassokosten voor een consument worden meestal €40 als deze consument doorstroomt naar een incassobureau. Het in rekening brengen van kosten is alleen geoorloofd als ze kwalificeren als incassokosten en voldoen aan de bepalingen die volgen uit de Wet Incassokosten. De AFM zal erop toezien dat BNPL-aanbieders duidelijk kunnen aantonen dat zij, en het incassobureau waarmee zij samenwerken, voldoen aan deze wettelijke voorschriften. Bij het in rekening brengen van andere kosten van het krediet valt het krediet namelijk alsnog onder de reikwijdte van de Wft en onder het toezicht daarop van de AFM.

BNPL-aanbieders kunnen daarnaast hun informatieverstrekking verbeteren. De nadruk ligt nu op de boodschap dat BNPL gratis is. Consumenten kunnen hierdoor verrast worden door het feit dat zij relatief hoge kosten moeten betalen als zij niet op tijd betalen.

Normaliseren van kopen op afbetaling en schuldgewenning

De norm om voor aankopen eerst te sparen of daar direct voor te betalen, kan door BNPL veranderen. Het kopen op afbetaling normaliseert. Op deze manier ontstaat schuldgewenning. Als normen eenmaal wijzigen, zijn ze moeilijk te herstellen. Het gemak waarmee een consument een bestelling afrondt met BNPL is groot. Hoe gemakkelijker het is om een bestelling te plaatsen, des te groter de kans dat de bestelling daadwerkelijk wordt geplaatst. Door een bestelling af te ronden met BNPL kunnen consumenten direct genieten van het plezier van de aankoop, zonder de negatieve associatie met de betaling. Het gevolg is dat de norm om een bestelling alleen te plaatsen wanneer er voldoende geld op je betaalrekening staat, door BNPL kan veranderen. De AFM beschouwt dat als onwenselijk en als een maatschappelijk vraagstuk. Wij publiceren onze observaties mede, zodat beleidsmakers, onderzoekers en stakeholders op basis hiervan kunnen bepalen of zij actie willen ondernemen om de risico's te beperken.

Kans op schuldenstapeling

Het gebruik van BNPL kan leiden tot schuldenstapeling. Omdat BNPL-aanbieders de inkomsten, lasten en schulden van een consument niet toetsen, lopen zij risico achteraf betalen toe te staan bij consumenten die al met financiële problemen kampen of daarin geraken als gevolg van de BNPL-transactie. Dat dit een reëel risico is, blijkt onder meer uit de AFM Consumentenmonitor. Hieruit komt naar voren dat 16% van de consumenten BNPL gebruikt om zelf het moment van betaling te bepalen en 7% heeft niet genoeg geld op de rekening op het moment van aankoop. Daarnaast blijkt uit de informatie die wij van BNPL-aanbieders ontvingen dat tot 20% van de klanten



onder de 65 jaar te maken krijgt met kosten voor te late betaling. Ons valt ook op dat bij alle BNPL-aanbieders jongeren tussen 18 en 24 oververtegenwoordigd zijn bij de groep klanten dat aan een incassobureau wordt overgedragen, waarbij dit percentage tot 6% kan oplopen. De AFM vindt dit zorgelijk en vraagt BNPL-aanbieders te voorkomen dat consumenten BNPL gebruiken uit financiële noodzaak. Het is onduidelijk of en in hoeverre BNPL exact bijdraagt aan schuldenproblematiek. Dit onderwerp leent zich voor vervolgonderzoek.

Good practices bij betalingsachterstanden

Goed achterstandsbeheer is noodzakelijk om schuldenproblematiek te beperken. Een klant die tijdelijk zijn rekening niet kan voldoen, kan doorgaans uitstel van betaling krijgen. Voor consumenten met structurele financiële problemen zijn verdergaande maatwerkoplossingen nodig. We zien een aantal aanbieders die in dat geval een betalingsregeling treffen of de schuld kwijtschelden. We beschouwen dat als good practices. Verder is het van belang om schulden niet op te laten lopen. In dat verband achten wij het raadzaam om klanten met een betalingsachterstand tijdelijk uit te sluiten van achteraf betalen, ten minste totdat de achterstand is ingelopen.

Regulering van BNPL

Gezien de risico's van BNPL vindt de AFM regulering van BNPL nodig om de bescherming van consumenten te verbeteren. De AFM is daarom voorstander het voorstel van de Europese Commissie om BNPL onder de reikwijdte van de Richtlijn Consumentenkrediet te brengen. BNPL-aanbieders zullen dan moeten voldoen aan verschillende eisen met betrekking tot informatieverstrekking, kredietwaardigheidstoets en achterstandsbeheer.





Bijlage 1 **Verantwoording**



In deze bijlage beschrijven we de aanpak van deze verkenning. We geven daarnaast een opsomming van de voornaamste bronnen die we hebben geraadpleegd.

Aanpak

Voor deze Verkenning heeft de AFM de volgende activiteiten ondernomen:

- Consumentenonderzoek – met de Consumentenmonitor Voorjaar 2022 vragen voorleggen aan een representatief panel consumenten
- Deskresearch – op basis van online/publiek beschikbare informatie. De relevante bronnen hiervan zijn opgenomen in onderstaande literatuurlijst
- Uitvoeren van klantreizen – door middel van aankopen en betalen via BNPL bij vijf BNPL-aanbieders in kaart brengen hoe de klantreis verloopt
- Gesprekken met (maatschappelijke) stakeholders – met onder meer de Nibud, InRetail, de Consumentenbond en de Betaalvereniging, alsook (buitenlandse) toezichthouders (ACM, ASIC, FCA) zijn gesprekken gevoerd om ons inzicht in de markt te vergroten (zowel de aanbodkant als de vraagkant)
- Informatie opvragen bij BNPL-aanbieders – de vijf geselecteerde BNPL-aanbieders is gevraagd mee te werken aan deze verkenning en is een informatieverzoek gestuurd en aansluitend een gesprek over de aangeleverde informatie.

Bronnen

- Australian Securities & Investments Commission (2018), [Review of buy now pay later arrangements](#).
- Australian Securities & Investments Commission (2020), [Buy now pay later: An industry update](#).
- AFM (2021), [Consumentengedrag: begrijpen, sturen en meten](#).
- Betaalvereniging Nederland (2021), [Jaarverslag](#).
- Financial Conduct Authority (2021), [The Woolard Review – A review of change and innovation in the unsecured credit market](#).
- Consumer Financial Protection Bureau (2022), [Buy Now, Pay Later: Market trends](#)

[and consumer impacts](#).

- Cialdini, R. B. (2007). Descriptive social norms as underappreciated sources of social control. *Psychometrika*, 72(2), 263-268.
- Cialdini R. B., Trost M. R. (1998). Social influence: Social norms, conformity and compliance. In Gilbert D. T., Fiske S. T., Lindzey G. (Eds.), *The handbook of social psychology* (151–192). McGraw-Hill.
- Frederick S., Loewenstein G., O'Donoghue T. (2002). Time Discounting and Time Preference: A Critical Review. *Journal of Economic Literature*, 40(2), 351-401.
- Joireman J., Kees J., Sprott D. (2010). Concern with Immediate Consequences Magnifies the Impact of Compulsive Buying Tendencies on College Students' Credit Card Debt. *The Journal of Consumer Affairs*, 44(1), 155-178.
- Kahneman D., Tversky A. (2013). Choices, Values, and Frames. In MacLean L. C. Ziemba W. T. (Eds.), *Handbook of the Fundamentals of Financial Decision Making* (269-278). World Scientific.
- Laibson D., Repetto A., Tobacman J. (2007). Estimating Discount Functions with Consumption Choices over the Lifecycle. *National Bureau of Economic Research Working Paper* 13314.
- Ericson K. M., Laibson D. (2019). Intertemporal choice. In Bernheim B. D., DellaVigna S., Laibson D. (Eds.), *Handbook of Behavioral Economics: Applications and Foundations 2* (1-67). North Holland.
- Meier S., Sprenger C. (2007). Impatience and credit behavior: Evidence from a field experiment. *Federal Reserve Bank of Boston Working Papers No. 07-3*.
- Meier S., Sprenger C. (2010). Present-Biased Preferences and Credit Card Borrowing. *American Economic Journal: Applied Economics*, 2(1), 193-210.
- O'Donoghue T., Rabin M. (2015). Present Bias: Lessons Learned and to Be Learned. *American Economic Review*, 105(5), 273-79.
- Ottaviani C., Vandone D. (2011). Impulsivity and household indebtedness: Evidence from real life. *Journal of Economic Psychology*, 32(5), 754-761.
- Prelec D., Loewenstein G. (1998). The Red and the Black: Mental Accounting of



Savings and Debt. *Marketing Science*, 17(1), 4-89.

- Reno R. R., Cialdini R. B., Kallgren C. A. (1993). The transsituational influence of social norms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(1), 104–112.
- Skiba P. M., Tobacman J. (2008). Payday Loans, Uncertainty and Discounting: Explaining Patterns of Borrowing, Repayment, and Default. *Vanderbilt Law and Economics Research Paper No. 08-33*.
- Thaler R. (1985). Mental Accounting and Consumer Choice. *Marketing Science*, 4(3), 177-266.
- Thaler R. (1999). Mental accounting matters. *Journal of Behavioural Decision Making*, 12(3), 183-206.





Heeft u vragen of opmerkingen over deze publicatie?

Stuur een e-mail naar: redactie@afm.nl



Autoriteit Financiële Markten

Postbus 11723 | 1001 GS Amsterdam

Telefoon

020 797 2000

www.afm.nl

Volg ons: →



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

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

© Copyright AFM 2022