

Vergelijkingskaart versus dienstverleningsdocument

Onderzoek naar de effectiviteit van een nieuw
informatiedocument voor het vergelijken van financiële
dienstverleners

datum	12-10-2020
auteur(s)	Dr. Millie Elsen Dr. Roxanne van Giesen
versie	3.0





Inhoudsopgave

1	Inleiding	5
1.1	Achtergrond	5
1.2	Onderzoeksvragen	7
1.3	Onderzoeksmethode	7
1.4	Leeswijzer	8
2	Fase 1: Optimalisatie nieuw informatiedocument	9
2.1	Methode	9
2.2	Belangrijkste resultaten en aanbevelingen	11
2.2.1	Informatie in de dienstverleningskaart	11
2.2.2	Informatieonderdelen	13
2.2.3	Doorontwikkeling: uitgebreide en afgeslankte versie	22
3	Fase 2: Effectiviteit vergelijkingskaart versus dienstverleningsdocument	23
3.1	Methode	23
3.2	Resultaten	29
3.2.1	Vergelijkingsgedrag	30
3.2.2	Keuzegedrag	36
3.2.3	Begrip van de informatie	39
3.2.4	Evaluatie van de informatie	42
3.2.5	Financiële geletterdheid	46
4	Conclusie	50
A	Vragenlijst fase 1	57
A.1	Selectievragenlijst	57
A.2	Vragenlijst	58
B	Vragenlijst fase 2	83
C	Informatiedocumenten: voorbeelden	96
C.1	Dienstverleningsdocument	97
C.2	Vergelijkingskaart – uitgebreide variant	101
C.3	Vergelijkingskaart – afgeslankte variant	107



1 Inleiding

1.1 Achtergrond

Voor producten die sinds 1 januari 2013 onder het provisieverbod vallen, zoals hypothecaire kredieten, overlijdensrisicoverzekeringen en arbeidsongeschiktheidsverzekeringen, moeten financiële dienstverleners voorafgaand aan de dienstverlening een dienstverleningsdocument (dvd) verstrekken. Het dienstverleningsdocument is een standaarddocument met een vast format dat informatie geeft over wat de dienstverlening inhoudt en wat het kost. Specifieker bevat het dienstverleningsdocument informatie over de aard en reikwijdte van de dienstverlening – bv. welke werkzaamheden de dienstverlener wel en niet verricht en hoeveel aanbieders in de vergelijking ten behoeve van het advies worden meegenomen: heel veel, een beperkt aantal, of maar één – eventuele belangen van de financiële dienstverlener (gebondenheid) en de kosten van de dienstverlening. Er zijn verschillende soorten dienstverleningsdocumenten voor verschillende dienstverleningsvragen (namelijk hypotheekvraag, het opbouwen van vermogen, het afdekken van risico's, en pensioenvraag voor werkgevers). Het belangrijkste doel van het dienstverleningsdocument is om vergelijkingen tussen financiële dienstverleners makkelijker te maken en te stimuleren, en consumenten op deze manier te helpen om een geïnformeerde keuze te maken voor een bepaalde dienstverlener en/of vorm van dienstverlening.

In 2017 heeft CentERdata het dienstverleningsdocument geëvalueerd.¹ Uit dit onderzoek kwam naar voren dat consumenten het dienstverleningsdocument slechts in beperkte mate gebruiken om verschillende financiële dienstverleners met elkaar te vergelijken. Het dienstverleningsdocument bleek veel meer te worden gezien als een “handig naslagwerk” dan als een hulpmiddel voor vergelijkingen. Dienstverleningsdocumenten werden niet vaak actief door consumenten zelf opgezocht: de meeste consumenten die (minstens) een dienstverleningsdocument hadden gelezen, hadden het document tijdens een oriëntatiegesprek van de dienstverlener ontvangen. Op dat moment vertonen consumenten echter überhaupt weinig vergelijkingsgedrag: circa 80% van de mensen die recent een hypotheek, arbeidsongeschiktheids- of overlijdensrisicoverzekering hadden afgesloten voerde slechts met één of twee dienstverleners een oriëntatiegesprek.

Met input van verschillende partijen uit de sector, communicatie-experts en gedragswetenschappelijke inzichten heeft het ministerie van Financiën een verbeterplan opgesteld. Dit verbeterplan bevatte zes verbeterpunten, gericht op (1) de informatie in het dienstverleningsdocument (**inhoud**), (2) de mate waarin de informatie afgestemd is op de persoonlijke situatie en/of voorkeuren (**personalisatie**), en (3) de manier van presenteren van de informatie (**vorm**). Onder de laatste categorie vallen bijvoorbeeld aanpassingen aan de structuur, het grafisch ontwerp (bv. lettertypen, iconen, kleur), en de mate van interactiviteit (bv. gelaagdheid, digitaal format).

¹ CentERdata (2017). *Consumenten en financieel advies: Onderzoek in het kader van de evaluatie van het provisieverbod*. Onderzoek in opdracht van het ministerie van Financiën.



Op basis van het verbeterplan heeft het ministerie een nieuw concept dienstverleningsdocument ontwikkeld in de vorm van interactieve online informatie. Dit nieuwe dienstverleningsdocument bevat informatie over:

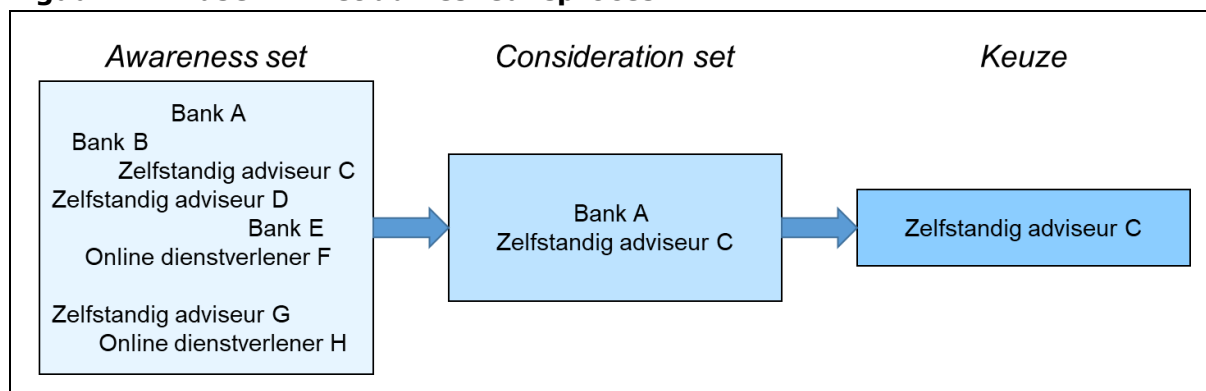
- wat de dienstverlener voor je kan doen;
- hoe je advies kunt krijgen;
- of dienstverlener onafhankelijk is;
- waarin de dienstverlener zich onderscheidt van andere dienstverleners (eigen tekst van dienstverlener);
- wat je (ongeveer) aan de dienstverlener betaalt (afhankelijk van je situatie);
- wat de dienstverlener in de toekomst voor je kan betekenen.

Vervolgens is een consumentenonderzoek uitgevoerd om het nieuw ontwikkelde concept verder te verbeteren (**fase 1**) en het verbeterde concept vervolgens te testen tegen het huidige dienstverleningsdocument (**fase 2**). Dit rapport presenteert de resultaten van dit consumentenonderzoek.

De rol van het dienstverleningsdocument in de keuze voor een financiële dienstverlener

Op basis van eerder onderzoek is al veel bekend over het typische advieskeuzeproces van consumenten.² In de allereerste fase bedenken consumenten bij welke financiële dienstverlener(s) ze zich zouden willen oriënteren. Zij doen dit bijvoorbeeld door informatie te zoeken op internet en advies te vragen van mensen in hun omgeving. De bank of financieel adviseur waar ze al klant zijn wordt ook vaak overwogen. In de literatuur wordt deze eerste selectie van alternatieven die men serieus overweegt de *consideration set* genoemd.³ Vervolgens gaat men zich bij die dienstverleners oriënteren. Meestal voert men slechts met een of twee dienstverleners oriëntatiegesprekken en wordt daarna een *keuze* gemaakt. Figuur 1.1 geeft deze stappen in het advieskeuzeproces grafisch weer.

Figuur 1.1. Fasen in het advieskeuzeproces



² CentERdata (2017). *Consumenten en financieel advies: Onderzoek in het kader van de evaluatie van het provisieverbod*. Onderzoek in opdracht van het ministerie van Financiën.

³ Zie bijv. Dawes, P. L., & Brown, J. (2002). Determinants of awareness, consideration, and choice set size in university choice. *Journal of Marketing for Higher Education*, 12(1), 49-75; Hauser, J. R. (2014). Consideration-set heuristics. *Journal of Business Research*, 67(8), 1688-1699; Shocker, A. D., Ben-Akiva, M., Boccara, B., & Nedungadi, P. (1991). Consideration set influences on consumer decision-making and choice: Issues, models, and suggestions. *Marketing letters*, 2(3), 181-197.



Het dienstverleningsdocument kan in verschillende fasen in het advieskeuzeproces een rol spelen. De informatie heeft mogelijk de meeste toegevoegde waarde in de eerste fase. Op dat moment heeft men nog niet met dienstverleners gesproken en hebben consumenten – en financieel laag geletterde consumenten in het bijzonder – dus nog weinig informatie over verschillen tussen dienstverleners, maar moeten zij wel bedenken bij welke dienstverleners zij zich willen oriënteren. Betere en makkelijker vergelijkbare informatie over financiële dienstverleners zou in deze fase kunnen bijdragen aan beter geïnformeerde keuzes voor bepaalde financiële dienstverleners (bijv. voor een oriëntatiegesprek).

Door de verandering van een statisch, te printen document (dat online in pdf kan worden aangeboden) naar een interactieve online tool (waarbij de informatie in pdf kan worden gedownload en afgedrukt) wordt ook gestuurd naar een verandering in het moment waarop de informatie gebruikt wordt. Het nieuwe concept nodigt meer uit voor online gebruik, en zou vooral effectiever kunnen zijn in de eerste fase van het oriëntatieproces, waarin consumenten bepalen bij welke dienstverleners ze zich gaan oriënteren. Het is daarom belangrijk ook specifiek te kijken naar deze eerste fase in het keuzeproces.

1.2 Onderzoeksvragen

Het doel van het onderzoek is om te onderzoeken op welke manier de informatie het beste kan worden aangeboden zodat consumenten vaker financiële dienstverleners met elkaar gaan vergelijken. Daarbij zijn de volgende hoofdvragen geformuleerd:

1. Bevat het nieuwe concept informatie waar consumenten behoefte aan hebben wanneer zij op zoek zijn naar een financiële dienstverlener, en is de volgorde waarin de informatie wordt gepresenteerd hier consistent mee?
2. Stimuleert het nieuwe concept de vergelijking van financiële dienstverleners? Begrijpen consumenten de informatie en vinden zij deze aantrekkelijk? Hoe kan dit nog verder worden verbeterd?
3. Is het concept (na optimalisatie in fase 1) beter in het informeren van consumenten en het stimuleren van het vergelijken van financiële dienstverleners dan het huidige dienstverleningsdocument?

Specifiek wordt dus onderzocht of het nieuwe ontwikkelde informatiedocument consumenten meer stimuleert om financiële dienstverleners met elkaar te vergelijken en geïnformeerde keuzes te maken dan het huidige dienstverleningsdocument. Daarbij ligt de focus op het testen van de effectiviteit van de informatie zelf (in plaats van bv. het kanaal via welke de informatie wordt verstrekt): Aan welke informatie hebben consumenten behoefte om dienstverleners met elkaar te kunnen vergelijken en hoe kan de informatie het beste – d.w.z. het meest duidelijk, aantrekkelijk, en vergelijkingen stimulerend – worden weergegeven?

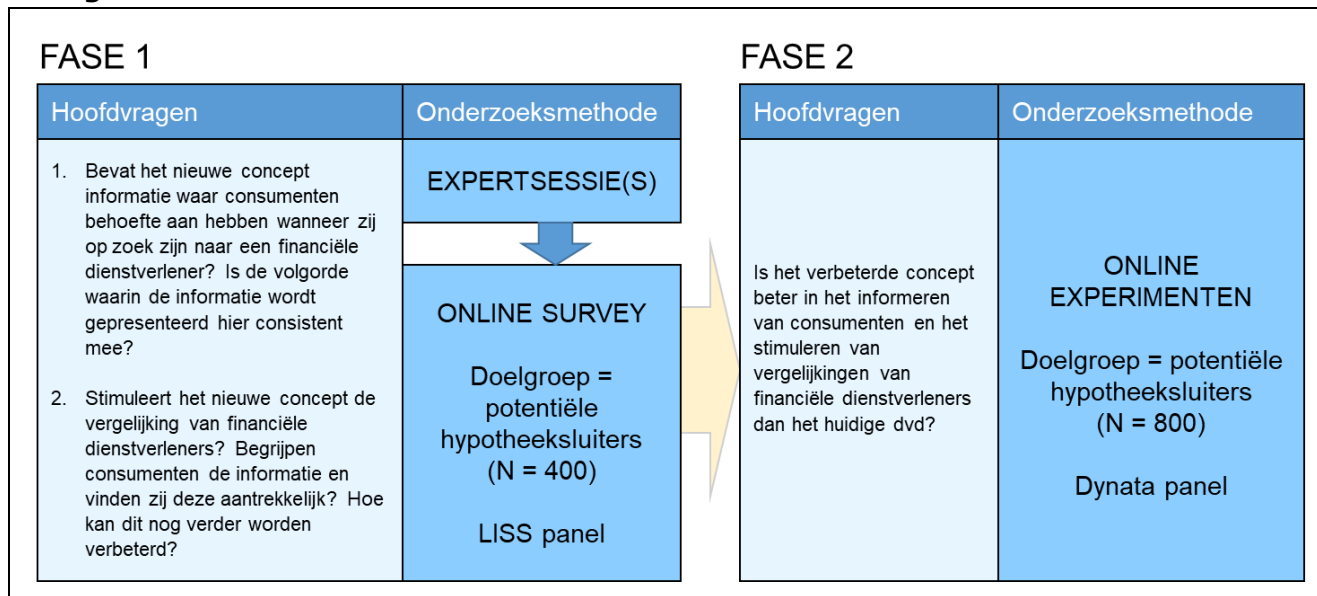
1.3 Onderzoeksmethode

Figuur 1.2 geeft een schematisch overzicht van de twee onderzoeksfasen. In de eerste fase (maart-mei 2020) is het nieuw ontwikkelde concept voorgelegd aan experts en



consumenten, en heeft op basis van hun input een doorontwikkeling plaatsgevonden. Het consumentenonderzoek in deze fase was een online surveyonderzoek onder potentiële hypotheeksluiters (consumenten die verwachten binnen nu en vijf jaar een hypotheek af te zullen sluiten) uit het LISS panel van CentERdata⁴. Vervolgens is in fase 2 (juni-juli 2020) een online experiment uitgevoerd om te onderzoeken of het nieuw ontwikkelde concept effectiever is dan het huidige dienstverleningsdocument. Om overlap in de steekproeven te vermijden, zijn de potentiële hypotheeksluiters die deelnamen aan het experiment geworven door onderzoeksbureau Dynata⁵.

Figuur 1.2. Schematisch overzicht onderzoeksfasen



1.4 Leeswijzer

Dit rapport presenteert de resultaten van het onderzoek in de twee fasen. Hoofdstuk 2 beschrijft de bevindingen uit het onderzoek in de eerste fase en aanbevelingen die gedaan zijn om het nieuwe concept verder te verbeteren. De methode en resultaten van het online experiment in de tweede fase worden beschreven in Hoofdstuk 3. Hoofdstuk 4 bevat de conclusies en aanbevelingen.

⁴ <https://www.lissdata.nl/about-panel>

⁵ <https://www.dynata.com/>



2 Fase 1: Optimalisatie nieuw informatiedocument

In de eerste fase is een online surveyonderzoek uitgevoerd onder een groep potentiële hypotheeksluiters om de inhoud en de vormgeving van het nieuwe informatiedocument (de "dienstverleningskaart") te optimaliseren. Het consumentenonderzoek in deze fase richtte zich op de mate waarin de verschillende elementen van het nieuw ontwikkelde concept *begrepen* werden, *belangrijk* gevonden werden, als *voldoende informerend* beoordeeld werden en *vergelijkingen* stimuleerden.

In een eerste stap is het nieuw ontwikkelde concept voorgelegd aan een aantal experts uit verschillende vakgebieden.⁶ Op basis van deze expertsessies heeft een eerste doorontwikkeling van het informatiedocument plaatsgevonden, waarbij er verschillende varianten ontwikkeld zijn. Deze varianten zijn vervolgens voorgelegd aan consumenten in een online survey. Dit hoofdstuk beschrijft de belangrijkste resultaten van de online survey en de aanbevelingen voor de doorontwikkeling van het informatiedocument voor fase 2.

De aanpassingen aan het informatiedocument zijn in overleg met het ministerie van Financiën gedaan.

2.1 Methode

Het eerste deel van de survey was gericht op de **informatiebehoefte** van potentiële hypotheeksluiters (d.w.z. mensen die binnen niet al te lange tijd, namelijk binnen nu en 5 jaar, een hypotheek verwachten af te zullen sluiten). Respondenten moesten zich voorstellen dat zij een hypotheek wilden afsluiten en dat ze een keuze moesten maken of, en zo ja, bij welke financieel adviseur ze advies zouden willen inwinnen. Door middel van een open vraag werd gemeten wat consumenten willen weten over een financiële dienstverlener om een goede keuze te kunnen maken. De resultaten van dit deel van de vragenlijst geven inzicht in de mate waarin de informatie in het nieuw ontwikkelde concept door consumenten als belangrijk gezien wordt, en welke belangrijke informatie wellicht ontbreekt.

In het tweede deel van de survey evalueerden consumenten de nieuw ontwikkelde dienstverleningskaart. Hiervoor werd het nieuwe concept opgesplitst in de losse onderdelen:

1. Beginscherm: "Met welk soort vraag wil je naar een financiële dienstverlener?"
2. Scherm "Advies": "Wat kunnen wij voor je doen?" en "Hoe kun je advies krijgen bij ons?"
3. Scherm "Onafhankelijkheid": "Zijn we onafhankelijk?"
4. Scherm "Kosten": "Waarom zijn we anders dan andere dienstverleners?" en "Wat betaal je ongeveer aan ons?"
5. Scherm "Toekomst": "Wat kunnen wij in de toekomst voor je betekenen?"

⁶ Wij bedanken dr. Marieke Fransen (UvA, communicatiewetenschappen), dr. Jorna Leenheer (TiU, marketing), Stijn Kox (Blox & Verbeek Adviseurs, financieel adviseur), Thijn van der Linden (Right Brained, grafisch ontwerp) en Josette Jansen (CentERdata, taalexpert) voor hun waardevolle input.



Per onderdeel werd gevraagd of de informatie **duidelijk** is en hoe **belangrijk** men de informatie vindt. Ook werd **begrip** gemeten. Tot slot werden verschillende varianten van een bepaald onderdeel na elkaar getoond. We vroegen respondenten welke informatievariant de informatie het **duidelijkst** weergeeft en **vergelijkingen** het makkelijkst maakt. Ook vroegen we of respondenten mogelijkheden zagen om de informatie **nog verder te verbeteren**, en zo ja, hoe dan (open vraag). De volledige vragenlijst is te vinden in Bijlage A.

Steekproef

De online survey is uitgezet onder een doelgroep van **potentiële hypotheeksluiters** uit het **LISS panel**, dat door CentERdata wordt beheerd. 484 respondenten tussen 18 en 76 jaar vulden de vragenlijst compleet in. Tabel 2.1 geeft een overzicht van de steekproefkenmerken.

Tabel 2.1. Steekproefkenmerken

	N	Totaal
<u>Geslacht</u>		
Man	242	50,0%
Vrouw	242	50,0%
<u>Leeftijd</u>		
Leeftijd: 18-24	47	9,7%
Leeftijd: 25-34	180	37,2%
Leeftijd: 35-44	85	17,6%
Leeftijd: 45-54	60	12,4%
Leeftijd: 55-65	59	12,2%
Leeftijd: 65+	53	11,0%
<u>Gezinssituatie</u>		
Alleenstaand zonder (thuiswonende) kinderen	118	24,4%
Alleenstaand met thuiswonend(e) kind(eren)	21	4,3%
Samenwonend met partner, zonder (thuiswonende) kinderen	169	34,9%
Samenwonend met partner en thuiswonend(e) kinderen	121	25,0%
Inwonend (bv. bij ouders, grootouders of voogd)	41	8,5%
Anders	14	2,9%
<u>Hoogste opleiding die men heeft afgerond</u>		
Lager onderwijs	3	0,6%
Vorbereidend middelbaar beroepsonderwijs	37	7,6%
havo/vwo	44	9,1%
Middelbaar beroepsonderwijs	93	19,2%
Hoger beroepsonderwijs	165	34,1%
Wetenschappelijk onderwijs	131	27,1%
(Nog) geen onderwijs afgerond	7	1,4%
Anders	4	0,8%
<u>Belangrijkste inkomstenbron</u>		
Werkt in loondienst	315	65,1%
Is zelfstandige, freelancer of vrije beroepsbeoefenaar	27	5,6%
Werkt mee in bedrijf of praktijk van gezinslid	4	0,8%
Krijgt uitkering	14	2,9%
Anders	124	25,6%
<u>Werkzaam in financiële sector</u>		
Nee	442	91,3%



	N	Totaal
Ja, als hypotheekadviseur of -bemiddelaar	4	0,8%
Ja, maar niet als hypotheekadviseur of -bemiddelaar	38	7,9%
<u>Termijn waarbinnen men verwacht woning te kopen</u>		
Binnen nu en 3 maanden	59	12,2%
Binnen 3 maanden tot een jaar	80	16,5%
Binnen 1 tot 3 jaar	228	47,1%
Binnen 3 tot 5 jaar	117	24,2%
<u>Type consument</u>		
Starter	261	53,9%
Doorstromer	223	46,1%

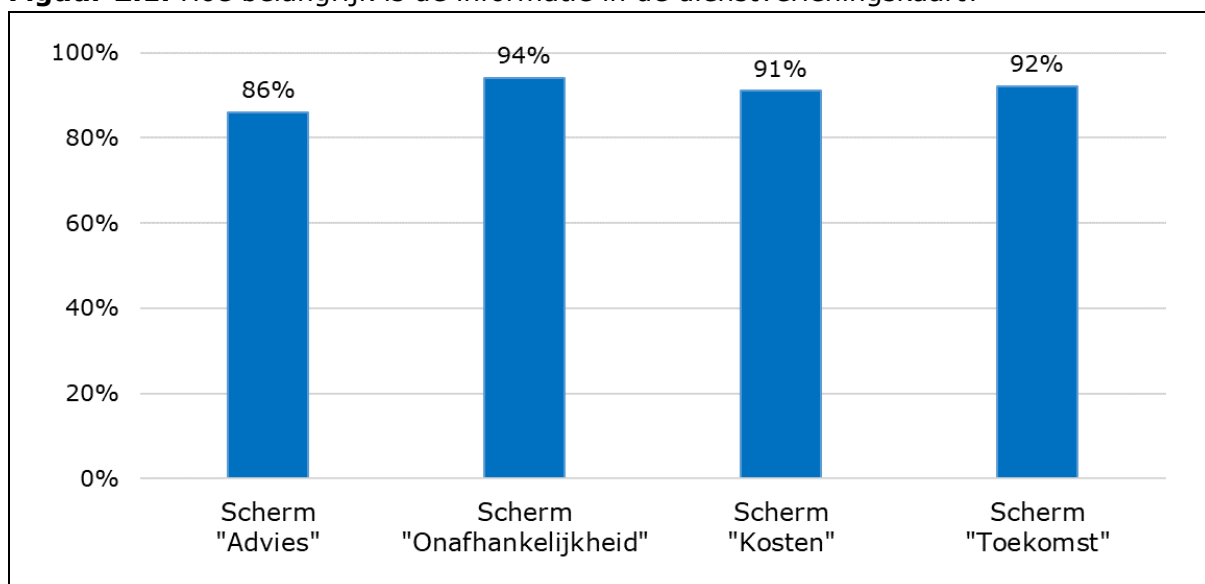
2.2 Belangrijkste resultaten en aanbevelingen

In deze paragraaf beschrijven we de belangrijkste resultaten van de survey en de aanbevelingen die op basis van die resultaten gedaan zijn om het nieuwe concept te verbeteren. Een uitgebreidere beschrijving van de resultaten is te vinden in de aanvullende rapportage "Consumentenonderzoek t.b.v. de ontwikkeling van een nieuw informatiedocument: Resultaten van de online survey (fase 1)".

2.2.1 Informatie in de dienstverleningskaart

Voordat respondenten het nieuwe concept te zien kregen werd gevraagd welke vragen zij zelf aan financiële dienstverleners zouden stellen om ze te kunnen vergelijken om zo een goede keuze te maken. Als we kijken welke vragen die in de dienstverleningskaart aan bod komen ook **spontaan** gesteld worden, valt op dat relatief veel respondenten graag de kosten van het advies willen weten (19%). Ook willen relatief veel respondenten weten of de financiële dienstverlener onafhankelijk is (13%), hieraan is ook het type dienstverlener (zelfstandig of niet) gerelateerd (2%). Wat de dienstverlener in de toekomst voor iemand kan betekenen lijkt minder belangrijk gevonden te worden. Slechts 1% van de respondenten stelt hier spontaan een vraag over.

Figuur 2.1. Hoe belangrijk is de informatie in de dienstverleningskaart?



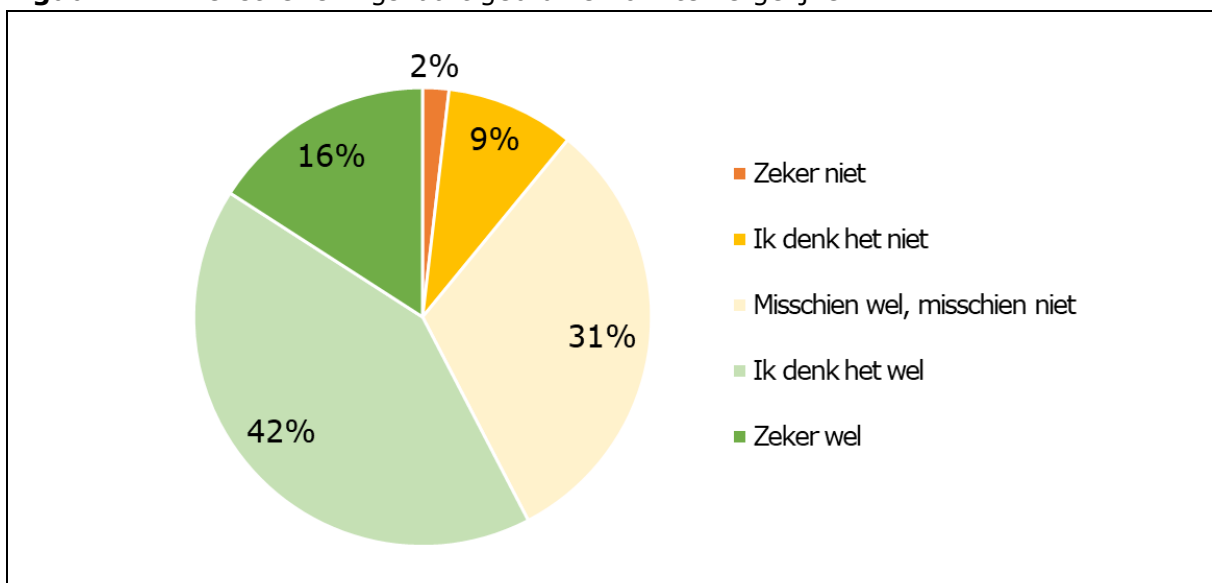


Wanneer we kijken naar de evaluatie van respondenten van de verschillende onderdelen van de dienstverleningskaart blijkt dat alle onderdelen door minimaal 85% van de respondenten **belangrijk** gevonden worden (zie Figuur 2.1). Opvallend is hier dat ruim 90% van de respondenten ook het scherm "Toekomst" belangrijk vinden, terwijl zij daar nauwelijks spontaan een vraag over stelden.

Over het algemeen werd de **volgorde** waarin de informatie gepresenteerd goed gevonden (76%). Ongeveer 1 op 4 respondenten zag liever een andere volgorde, maar er was geen consensus over wat dan een betere volgorde is. Ook de **hoeveelheid informatie** in de dienstverleningskaart was voor de meeste respondenten precies goed (76%). Sommige respondenten misten nog informatie. Vaak ging het dan om meer gedetailleerde informatie over een bepaald aspect, om gepersonaliseerde informatie (bv. voor een specifieke doelgroep), of gaat het om zaken die wellicht kunnen variëren over de tijd (bv. de beschikbaarheid van een adviseur en doorlooptijd). Omdat het doel van de dienstverleningskaart is om financiële dienstverleners goed met elkaar te kunnen vergelijken is in de doorontwikkeling alleen extra informatie toegevoegd (middels een uitklapscherm) over het soort hypotheek en verzekeringen waarvoor de financiële dienstverlener diensten verleent.

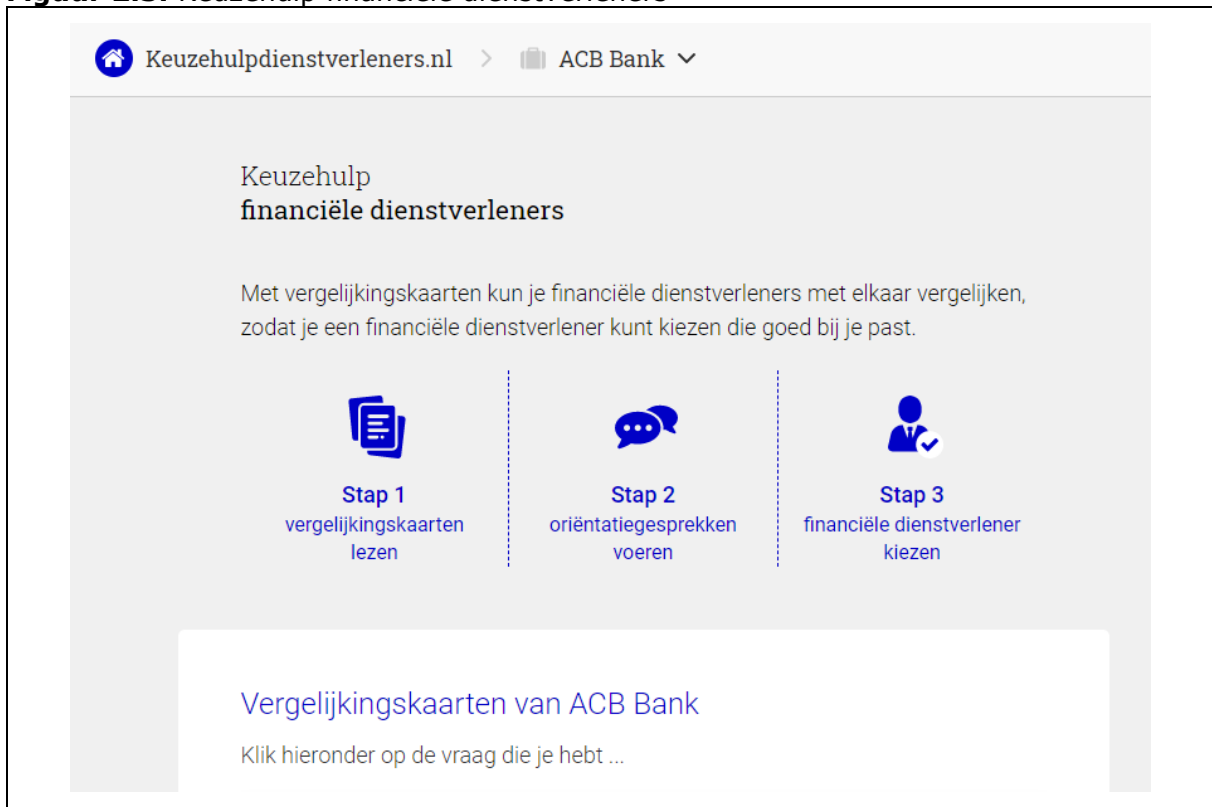
16% van de respondenten zou de dienstverleningskaart gebruiken (zie Figuur 2.2), voornamelijk op een **laptop of desktop** (64%). Maar ook **smartphones** (25%) en **tablets** (23%) worden door ongeveer een kwart van de respondenten genoemd; een versie die goed werkt op deze apparaten is daarom ook aan te raden. Er blijkt verder geen duidelijke voorkeur voor aanspreekvorm "je" of "u" te zijn. Het gebruik van "**je**" lijkt dus geen probleem te zijn en is daarom in de verdere doorontwikkeling ook het uitgangspunt gebleven. Op basis van de resultaten van de survey is de naam van het document aangepast naar "Vergelijkingskaart Hypotheek". Slechts 11% van de respondenten vond de naam "Financiële dienstverleningskaart" (de naam van het document in de online survey) het meest passend. Veel respondenten vonden "Keuzehulp financiële dienstverleners" ook goed passen, maar omdat dit breder is dan de kaart zelf is besloten om dat als naamgeving voor de tool/website te gebruiken (zie ook Figuur 2.3).

Figuur 2.2. Dienstverleningskaart gebruiken om te vergelijken





Figuur 2.3. Keuzehulp financiële dienstverleners



2.2.2 Informatieonderdelen

We bespreken de verschillende schermen van de dienstverleningskaart nu in meer detail en gaan in op de verbeteringen/aanpassingen die zijn doorgevoerd op basis van de resultaten van de survey.

Beginscherm

Op het beginscherm wordt uitgelegd waarvoor consumenten de dienstverleningskaart kunnen gebruiken. Op dit scherm kunnen consumenten aangeven met welke vraag ze naar een financiële dienstverlener gaan (in dit geval een hypotheekvraag). In de survey werden twee varianten van het beginscherm getest: een variant waarin het doel van de dienstverleningskaart in een stappenplan is uitgelegd en een variant zonder dit stappenplan. Uit de expertsessies bleek dat het zinvol kan zijn om het doel en de context van de dienstverleningskaart toe te lichten. De resultaten van de online survey bevestigen dit: ruim drie kwart van de respondenten vond dit een nuttige toevoeging. Daarom is besloten om deze informatie toe te voegen op het beginscherm.

De informatie op het beginscherm was voor 87% van de respondenten duidelijk. Het beginscherm is op basis van de feedback van respondenten als volgt verder verduidelijkt:

1. Door alleen vragen op te nemen die relevant zijn voor particulieren. Zo is "Ik heb een vraag over het pensioen van mijn medewerkers" weggelaten.
2. Bij alle keuzeopties (hypotheek, vermogen opbouwen, financiële situatie bij...) is een korte uitleg toegevoegd (voor zover dit nog niet het geval was).

Figuur 2.3 toont het beginscherm waarin alle aanpassingen verwerkt zijn.



Figuur 2.3. Aangepast beginscherm

Keuzehulp financiële dienstverleners

Met vergelijkingskaarten kun je financiële dienstverleners met elkaar vergelijken, zodat je een financiële dienstverlener kunt kiezen die goed bij je past.



Stap 1
vergelijkingskaarten
lezen



Stap 2
oriëntatiegesprekken
voeren



Stap 3
financiële dienstverlener
kiezen

Vergelijkingskaarten van ACB Bank

Klik hieronder op de vraag die je hebt ...



hypotheek bij een woning
Het gaat om een vraag die met hypotheek te maken heeft. Bijvoorbeeld bij een nieuwe woning, bij een verbouwing of bij een scheiding.



vermogen opbouwen
Het gaat om vermogen opbouwen via bijvoorbeeld beleggingen of lijfrente.



financiële risico's verzekeren
Het gaat om financiële risico's bij overlijden, arbeidsongeschiktheid of werkloosheid

Heb je een andere vraag aan de financiële dienstverlener? Neem dan rechtstreeks contact op met ACB Bank.



Scherf "Advies"

Het scherm "Advies" geeft informatie over wat de dienstverlener voor je kan doen (advies geven en/of contract regelen) en hoe je advies kunt krijgen (op kantoor, bij je thuis, via video, via telefoon en/of online). Van dit scherm werden vier varianten getest. Er werd een variant getest waarbij de informatie over wat de financiële dienstverlener voor je kan doen uitgesplitst werd voor de hypotheek en verzekeringsproducten en een variant waarbij dit niet werd uitgesplitst. De variant zonder uitsplitsing is mogelijk aantrekkelijker en duidelijker wanneer er geen verschil is in advies/bemiddeling voor de afzonderlijke verzekeringsproducten. Als dit wel het geval is (bv. wanneer je bij een bepaalde dienstverlener wel een overlijdensrisicoverzekering kan afsluiten, maar geen woonlastenverzekering) dan is een variant waarin de verzekeringsproducten uitgeplitst zijn mogelijk aantrekkelijker en duidelijker. Om een eerlijke vergelijking te kunnen maken zijn daarom beide varianten (uitgesplitst versus niet uitgesplitst) *en* beide situaties (informatie is gelijk versus verschillend voor de twee verzekeringsproducten) getoetst.

Respondenten die zowel de variant met producttypen uitgesplitst als de variant zonder deze uitsplitsing zagen, vonden de variant waarin de **verzekeringsproducten uitgesplitst zijn** het duidelijkst. Ook vonden ze dat deze variant vergelijkingen tussen dienstverleners het makkelijkst maakt. De informatie was voor 87% van de respondenten duidelijk wanneer de verzekeringsproducten uitgesplitst waren en de dienstverlener alle producten af kon sluiten. Op basis van deze bevindingen is ervoor gekozen om deze variant door te ontwikkelen. Echter, een kanttekening is wel dat *objectief* begrip voor deze variant iets lager was. Wanneer de informatie voor beide verzekeringsproducten hetzelfde was (alle producten konden bij de betreffende dienstverlener afgesloten worden), is het voor respondenten (zoals verwacht) makkelijker te begrijpen wanneer de informatie voor de twee producten *niet* uitgesplitst wordt. Het uitsplitsten van de informatie heeft dus voor- en nadelen. Omdat respondenten een sterkere voorkeur hadden voor de variant waarin de verzekeringsproducten uitgesplitst zijn en zij deze variant ook duidelijker en belangrijker vonden dan wanneer de uitsplitsing niet gemaakt werd, is ervoor gekozen om deze variant door te ontwikkelen.

De volgende punten zijn bij de doorontwikkeling van dit scherm nog verder verduidelijkt:

1. De volgorde van weergave van de informatie is aangepast. Omdat de combinatie "advies geven en contract regelen" het vaakst voorkomt is deze bovenaan gezet, gevolgd door "alleen contract regelen" en "alleen advies geven". Het blokje "alleen advies geven" werkte verwarrend en er is daarom minder nadruk op gelegd door dit blokje onderaan te plaatsen en het lichtgrijs te maken.
2. Er is informatie toegevoegd over voor welk soort hypotheek en verzekeringen de financiële dienstverlener diensten verleent. In de uitklaptekst wordt dit per product met een kruisje of vinkje aangegeven (voor hypotheek: annuïteitenhypotheek, lineaire hypotheek, spaarhypotheek, beleggingshypotheek, aflossingsvrije hypotheek en levenshypotheek; voor verzekering: overlijdensrisicoverzekering en woonlastenverzekering). Ook is aangegeven waar men eventueel meer informatie hierover kan vinden.

Figuur 2.4 toont het aangepaste scherm.



Figuur 2.4. Aangepast scherm “Advies”

Vergelijkingskaart Hypotheek

Als je meerdere vergelijkingskaarten verzamelt, kun je financiële dienstverleners met elkaar vergelijken. Door met verschillende financiële dienstverleners oriëntatiegesprekken te voeren, kun je bepalen welke het beste bij je past.

Op deze vergelijkingskaart staat informatie over de financiële dienstverlening van **ACB BANK**.

Wat kan deze financiële dienstverlener voor je doen?

	PRODUCT Hypotheek	PRODUCT Verzekering bij de hypotheek
Advies geven en contract regelen	✓	✓
Alleen contract regelen	✓	✓
Alleen advies geven	×	×

Benieuwd bij welk soort hypotheek en verzekeringen de financiële dienstverlener deze dienstverlening biedt? [Lees meer](#)

Hoe kun je advies krijgen bij deze financiële dienstverlener?

Bij ons op kantoor

Bij jou thuis

In een videogesprek

In een telefoongesprek

Online

Vorige

Volgende: 'Zijn we onafhankelijk?'

Download als .pdf

Print



Scherf "Onafhankelijkheid"

Het volgende scherm geeft informatie over de onafhankelijkheid van de dienstverlener. Een dienstverlener geeft onafhankelijk advies wanneer aan twee voorwaarden voldaan is: (1) de dienstverlener vergelijkt een toereikend aantal producten, en (2) de dienstverlener heeft geen financiële banden of contractuele afspraken met aanbieders. Er werden twee varianten van dit scherm getest. In de ene variant werd door middel van kruisjes of vinkjes aangegeven of de dienstverlener wel of niet aan de voorwaarden voldeed. In de andere variant werd met symbolen aangegeven of de dienstverlener geen, een beperkt of een toereikend aantal producten vergelijkt en of de dienstverlener wel of geen banden heeft. Tot slot werd onderzocht of respondenten het fijner vonden om de informatie uitgesplitst of samengevoegd te zien voor hypotheek- en verzekeringsproducten (net als bij het scherm "Advies").

De variant waar met een kruisje of vinkje werd weergegeven of een financiële dienstverlener aan de voorwaarden voor onafhankelijkheid voldoet werd het duidelijkst gevonden (81% vond dit scherm duidelijk) en is als uitgangspunt genomen voor de doorontwikkeling. Ook maakt deze variant vergelijkingen tussen dienstverleners makkelijker. Ook is ervoor gekozen om de producten (hypotheek en verzekeringen) op dit scherm uit te splitsen: dit werd door respondenten duidelijker gevonden.

Er waren echter nog wel een aantal dingen die respondenten onduidelijk vonden aan dit scherm. Op basis van die input zijn de volgende aanpassingen gedaan (zie Figuur 2.5 voor het aangepaste scherm):

1. 67% van de respondenten vond het belangrijk om te weten om *hoeveel* producten het gaat als een dienstverlener "genoeg" of een "beperkt aantal" producten met elkaar vergelijkt. Op dit scherm is daarom een grafiekje toegevoegd dat laat zien hoeveel procent van het productaanbod de dienstverlener meeneemt in de vergelijking.
2. Ook is verduidelijkt dat een dienstverlener alleen onafhankelijk is wanneer deze aan *beide* voorwaarden voldoet, door (1) onafhankelijkheid als een samenvatting (optelsom) van de twee voorwaarden te tonen (de blauwe balk met het icoon in Figuur 2.5 geeft deze optelsom weer), (2) duidelijker te benoemen of een dienstverlener aan de voorwaarde voldoet door dit expliciet te benoemen: "Deze financiële dienstverlener voldoet [niet] aan deze voorwaarde".
3. Bij beide voorwaarden is een korte uitleg toegevoegd.



Figuur 2.5. Aangepast scherm "Onafhankelijkheid"

Geeft deze financiële dienstverlener een onafhankelijk advies?

Onafhankelijk advies over producten moet aan twee voorwaarden voldoen.

advior

financiële dienstverlening

PRODUCT

Hypotheek

Voorwaarde 1: genoeg hypotheek vergelijken

Deze financiële dienstverlener voldoet aan deze voorwaarde. Hij vergelijkt een toereikend deel van alle hypotheek die in de markt worden aangeboden.

60%

Minimaal % om genoeg te vergelijken

✓

Voorwaarde 2: geen financiële banden of contractuele afspraken

Deze financiële dienstverlener voldoet niet aan deze voorwaarde. Bij het kiezen van de hypotheek neemt de financiële dienstverlener altijd een hypotheek van Bank of Europe op. Dit heeft hij zo met deze aanbieder afgesproken.

✗

Nee, niet onafhankelijk

PRODUCT

Verzekeringen bij de hypotheek

Voorwaarde 1: genoeg verzekeringen vergelijken

Deze financiële dienstverlener voldoet aan deze voorwaarde. Hij vergelijkt een toereikend deel van alle verzekeringen die in de markt worden aangeboden.

80%

Minimaal % om genoeg te vergelijken

✓

Voorwaarde 2: geen financiële banden of contractuele afspraken

Deze financiële dienstverlener voldoet niet aan deze voorwaarde. Bij het kiezen van de verzekeringen neemt de financiële dienstverlener altijd een verzekering van KN Verzekeringen op. Dit heeft hij zo met deze aanbieder afgesproken.

✗

Nee, niet onafhankelijk



Scherf "Kosten"

Het scherm "Kosten" geeft informatie over waarin de dienstverlener anders is dan andere dienstverleners en wat je (ongeveer) aan de dienstverlener betaalt. Er zijn twee varianten van dit scherm getest, waarbij in de ene variant de gemiddelde prijs bovenaan getoond werd en de drie factoren waarop de prijs gebaseerd is onderaan. In de andere variant werd de gemiddelde prijs links getoond en de drie factoren waarop de prijs gebaseerd is rechts. Op basis van de resultaten is besloten om de variant met de gemiddelde prijs links als uitgangspunt te nemen en verder aan te passen. Deze variant werd als duidelijkst gezien en maakt vergelijkingen tussen dienstverleners makkelijker. 88% van de respondenten vond deze variant duidelijk.

Er kwamen ook een aantal verbeterpunten naar voren uit de online survey. Zo wilden respondenten graag in meer detail weten hoe de kosten opgebouwd zijn en wat men hiervoor krijgt. Het is echter niet mogelijk om een verdere specificatie van kosten of prijsrange te geven. Dat zou betekenen dat dienstverleners veel meer informatie moeten aanleveren (er zijn nu al 12 situaties opgenomen). Bovendien maken brede prijsranges vergelijkingen wellicht eerder moeilijker dan makkelijker. Het is bij dit scherm daarom vooral belangrijk dat consumenten begrijpen (1) dat advies geld kost, en (2) dat de kosten afhankelijk zijn van de situatie van de consument. De precieze kosten kunnen dan in het oriëntatiegesprek worden besproken.

Het scherm is op de volgende punten aangepast (zie Figuur 2.6):

1. Er is minder nadruk gelegd op een "ongeveer-prijs" door het woord "ongeveer" weg te halen. Wel wordt nog steeds duidelijk aangegeven dat het om een gemiddelde prijs gaat en dat de kosten hoger kunnen zijn wanneer je situatie complexer is.
2. De prijs is aan de rechterkant gezet om het duidelijker te maken dat de prijs volgt uit de combinatie van factoren (type dienstverlening, starter of doorstromer, zelfstandige of niet).
3. Het is visueel duidelijker weergegeven dat er opties geselecteerd kunnen worden bij "Dienstverlening?" "Al eerder een woning gekocht?" en "Zelfstandig ondernemer?".
4. Er is een icoon voor kosten toegevoegd.

Tot slot vonden respondenten dat de informatie over "Waarom zijn we anders dan andere dienstverleners?" alleen zinvol is als hier geen algemene informatie beschreven wordt die op iedere dienstverlener van toepassing zou kunnen zijn.



Figuur 2.6. Aangepast scherm “Kosten”

Waarom moet je deze financiële dienstverlener kiezen?

Eigen tekst van Advior Financiële dienstverlening: "Wij staan voor betrouwbaarheid, zekerheid en persoonlijk zakendoen. Ons advies is altijd op maat en onze ervaring en opleiding leiden tot een doordacht advies. Wij pakken de zaken graag net iets anders aan en willen je eerst écht persoonlijk leren kennen om je zo het beste advies te geven. De koffie staat voor je klaar!"

Wat betaal je aan deze financiële dienstverlener? ♥

Kies de opties die bij jouw situatie (en die van je eventuele partner) horen:

- Dienstverlening? Advies geven en contract regelen ▼
- Al eerder een woning gekocht? ☒ Ja ☐ Nee
- Zelfstandig ondernemer? ☐ Ja ☒ Nee

De gemiddelde prijs is de prijs die klanten betalen in een vergelijkbare situatie. Hoe complexer je financiële situatie, hoe meer je meestal betaalt.

De gemiddelde prijs is
€ 2.500

← Vorige Volgende: 'Toekomst' →

Scherf "Toekomst"

Het scherm "Toekomst" bevat informatie over wat de dienstverlener in de toekomst voor je kan betekenen. Hiervan zijn geen varianten getest. De informatie op dit scherm werd door 86% van de respondenten duidelijk gevonden en door 92% als belangrijke informatie gezien bij het maken van een keuze tussen financiële dienstverleners. Een (kleiner) deel van de respondenten (7%) gaf echter aan de informatie over onderhoudsdiensten niet nuttig te vinden, het gaat immers over iets wat in de toekomst pas speelt. Op dit scherm is verder verduidelijkt wat onderhoudsdiensten nu precies zijn. Tot slot is op basis van de suggesties van de experts en respondenten besloten om de knop "Zoek andere dienstverlener" alleen op het laatste scherm tonen. Figuur 2.7 toont het aangepaste scherm.



Figuur 2.7. Aangepast scherm "Toekomst"

Vergelijkingskaart Hypotheek

Ga bij veranderingen in je persoonlijke situatie altijd terug naar een financiële dienstverlener. Door deze veranderingen past de hypotheek/verzekering misschien niet meer bij je situatie. Bijvoorbeeld omdat je gezinssituatie of je inkomen verandert. Dan betaal je misschien te veel of loop je meer risico dan je wilt.

Wat kan deze financiële dienstverlener in de toekomst voor je betekenen?

Voor een oriëntatiegesprek kun je altijd bij deze financiële dienstverlener terecht. Is er een relevante verandering in de wet of verandert er iets in je hypotheek en/of verzekering? Dan neemt de financiële dienstverlener of aanbieder contact met je op, zonder dat je daarvoor betaalt.

Biedt deze financiële dienstverlener ook onderhoudsdiensten aan?  

Voor onderhoudsdiensten betaal je een bedrag per maand of per jaar.

Kijk voor meer informatie over andere dienstverlening in de toekomst op advior-financeel.nl.

 Vorige  Zoek een andere dienstverlener 

 Download als .pdf   Print 

Tip: ga met verschillende financiële dienstverleners in gesprek

Wil je je goed voorbereiden? En wil je weten welke vragen je in het oriëntatiegesprek kunt stellen aan een financiële dienstverlener? Kijk dan op [website van Wijzer in Geldzaken](#). Deze website geeft betrouwbare informatie over jouw geldzaken.

Op deze vergelijkingskaart staat informatie die de financiële dienstverlener je moet geven op basis van de wet. Je hebt deze vergelijkingskaart samengesteld op 24-07-2020.



2.2.3 Doorontwikkeling: uitgebreide en afgeslankte versie

In de online survey werd één vergelijkingskaart aan respondenten voorgelegd. De overgrote meerderheid vond de hoeveelheid informatie goed. Echter, wanneer consumenten vergelijkingskaarten van verschillende dienstverleners verzamelen en vergelijken, zou het kunnen dat het toch te veel wordt. Ook is er op basis van de input van experts en consumenten vooral uitleg toegevoegd. Deze extra uitleg versterkt waarschijnlijk de informerende functie van het document, maar werkt wellicht juist averechts als het gaat om het makkelijk vergelijken van de informatie. Om dit verder te onderzoeken is naast de eerder beschreven versie van de vergelijkingskaart nog een tweede, “afgeslankte” versie ontwikkeld.

In de afgeslankte versie zijn, waar mogelijk, informerende teksten verborgen in een tweede laag (het zijn uitklapteksten geworden). De informatie is dus niet weggehaald, maar enkel niet direct zichtbaar gemaakt, waardoor de nadruk meer op de vergelijkbare informatie komt te liggen. Het onderdeel “Waarom moet je voor deze dienstverlener kiezen?” dat een eigen tekst van de dienstverlener bevat is in de afgeslankte versie weggelaten. Uit de survey bleek dat dit alleen als zinvolle informatie gezien werd als hier geen algemene informatie gegeven wordt die op iedere dienstverlener van toepassing zou kunnen zijn.

Beide versies van de vergelijkingskaart zijn in het online experiment meegenomen en vergeleken met het huidige dienstverleningsdocument.



3 Fase 2: Effectiviteit vergelijkingskaart versus dienstverleningsdocument

In fase 2 is een experiment uitgevoerd om vast te stellen of de nieuw ontwikkelde vergelijkingskaart effectiever is dan het huidige dienstverleningsdocument. Specifiek onderzoeken we (1) of het nieuwe concept consumenten vaker aanzet tot het vergelijken van financiële dienstverleners (gedrag), (2) of consumenten de informatie beter begrijpen (begrip), en (3) of zij de informatie meer betekenisvol en aantrekkelijker vinden (evaluatie) in vergelijking met het huidige dienstverleningsdocument. Net als in fase 1 bestond de doelgroep van het experiment uit consumenten die verwachten binnen nu en vijf jaar een hypotheek af te sluiten.

3.1 Methode

Scenario

In het experiment moesten respondenten zich voorstellen dat zij op zoek waren naar een financiële dienstverlener bij wie zij een hypotheek konden afsluiten en die hen een hypotheekadvies kon geven, als zij dat zouden willen. Zij lazen verder dat, om een goede keuze voor een bepaalde financiële dienstverlener te maken, ze op internet gezocht hadden en rond hadden gevraagd in hun omgeving, en dat ze nu de verschillende opties op een rij zetten.

Vervolgens kregen respondenten een lijstje met acht financiële dienstverleners te zien. De dienstverleners hadden fictieve namen. Op het lijstje stonden twee online dienstverleners ("regelhetzelf.nl" en "hypotheekadviesopmaat.nl"), twee banken ("ACB Bank" en "Betibank") en vier zelfstandig adviseurs ("Adviesburo van Giesen", "Advior Financiële dienstverlening", "Elsen & Elshout financieel advies" en "Van den Akker & Partners"). Bij elke dienstverlener werd beschreven waarom de dienstverlener op het lijstje stond.

Keuzeset financiële dienstverleners

Tabel 3.1 laat de set financiële dienstverleners zien en de uitleg waarom elke dienstverlener op het lijstje stond. Het was daarbij belangrijk geen informatie te geven die ook in het informatiedocument (dienstverleningsdocument of vergelijkingskaart) staat, maar juist andere factoren te benoemen die keuzes van consumenten kunnen beïnvloeden. De beschrijvingen zijn gebaseerd op uitkomsten van eerder onderzoek van CentERdata⁷, waaruit bijvoorbeeld bleek dat de reputatie/bekendheid van de dienstverlener, eerdere ervaringen met de dienstverlener als klant, eerdere ervaringen van anderen, de locatie van het kantoor, en het persoonlijk kennen van een adviseur sterk bepalen of een dienstverlener overwogen wordt voor een oriëntatiegesprek.

⁷ CentERdata (2017). *Consumenten en financieel advies: Onderzoek in het kader van de evaluatie van het provisieverbod*. Onderzoek in opdracht van het ministerie van Financiën.



Tabel 3.1. Lijstje met financiële dienstverleners met beschrijving

Financiële dienstverlener	Beschrijving
Regelhetzelf.nl (website)	<i>U hebt afgelopen tijd verschillende keren een radioreclame gehoord over deze dienstverlener. Het leuke deuntje en de slogan "Regelhetzelf.nl...simpel, snel, geen gedoe!" zijn in uw hoofd blijven hangen. Regelhetzelf.nl is een vergelijkingssite. De website ziet er gebruiksvriendelijk uit.</i>
Hypotheekadviesopmaat.com (website)	<i>Toen u via een zoekmachine op het internet naar financiële dienstverleners zocht, stond deze website bovenaan bij de zoekresultaten. U hebt de website bezocht en zag bij de klantervaringen dat klanten deze dienstverlener gemiddeld een 9,2 (uit 10) geven.</i>
ACB Bank (bank)	<i>U bent al jaren klant bij deze bank. U hebt hier uw betaal- en spaarrekening, en bent altijd zeer tevreden geweest over deze bank. Het dichtstbijzijnde kantoor is op 10 km afstand van uw woning.</i>
Betibank (bank)	<i>Dit is een grote bank met een kantoor bij u in de buurt (ca. 1 km). Veel mensen die u sprak uit uw omgeving hebben een hypotheek bij deze bank. Ze zijn over het algemeen erg tevreden over deze bank.</i>
Adviesburo Van Giesen (zelfstandig adviseur)	<i>U kwam mevrouw van Giesen een tijdje geleden tegen op een feestje. U hebt even met haar gepraat, over uw zoektocht naar een nieuwe woning maar ook over andere dingen. Ze was erg vriendelijk en kwam zeer deskundig over.</i>
Advior Financiële dienstverlening (zelfstandig adviseur)	<i>Dit is een bekende keten met vestigingen in heel Nederland. Er is ook een kantoor bij u in de buurt (ca. 5 km). De keten heeft een goede naam.</i>
Elsen & Elshout financieel advies (zelfstandig adviseur)	<i>Deze dienstverlener werd u aangeraden door een goede vriend(in). Uw vriend(in) heeft onlangs zelf een hypotheek afgesloten via deze dienstverlener en is er zeer positief over.</i>
Van den Akker & Partners (zelfstandig adviseur)	<i>Toen u door een lokaal krantje bladerde viel uw oog op een advertentie van dit adviesbureau in uw woonplaats. De tekst in de advertentie sprak u erg aan. De adviseurs op de foto leken u stuk voor stuk erg vriendelijk.</i>

Manipulatie: dienstverleningsdocument vs. vergelijgingskaart

Een belangrijk doel van het experiment was om te achterhalen of de nieuwe vergelijgingskaart consumenten meer stimuleert om financieel dienstverleners te vergelijken dan het huidige dienstverleningsdocument. Om dit te kunnen meten was het belangrijk dat respondenten in het experiment ook de mogelijkheid hadden om de informatiedocumenten *niet* te bekijken. Respondenten werden daarom niet direct blootgesteld aan de documenten, maar kregen in het experiment de *mogelijkheid* om informatiedocumenten te bekijken en te gebruiken in hun keuze. De situatie was dus zo dat respondenten de keuze ook op basis van andere informatie *konden* maken.

Bij elke dienstverlener stond achter de beschrijving een link naar het dienstverleningsdocument of de vergelijgingskaart van die dienstverlener, afhankelijk van de experimentele conditie. Respondenten werden willekeurig toegewezen aan een van drie condities:

1. Dienstverleningsdocument
2. Vergelijgingskaart, uitgebreide versie



3. Vergelijkingskaart, afgeslankte versie

Voor het experiment zijn acht dienstverleningsdocumenten, acht vergelijkingskaarten in uitgebreide vorm en acht vergelijkingskaarten in afgeslankte vorm opgesteld, één voor elke dienstverlener. Voorbeelden van elk van de typen informatiedocumenten zijn te vinden in Bijlage C. De informatie in de documenten kwam overeen met het type dienstverlener (online dienstverlener, bank of zelfstandig adviseur). Tabel 3.2 toont de (globale) verschillen tussen de acht dienstverleners.⁸

Tabel 3.2. Informatie in de informatiedocumenten

	Regelhetzelf.nl	Hypotheekadviesop maat.com	ACB Bank	Betibank	Adviesburo Van Giesen	Advior Financiële dienstverlening	Elsen & Elshout financieel advies	Van den Akker & Partners
<u>Wat kan deze dienstverlener voor je doen?</u>								
Hypotheek								
Advies geven en contract regelen								
Alleen contract regelen								
Alleen advies geven								
Verzekeringen bij de hypotheek								
Advies geven en contract regelen								
Alleen contract regelen								
Alleen advies geven								
Typen verzekeringen								
Overlijdensrisicoverzekering								
Woonlastenverzekering								
<u>Hoe kun je advies krijgen bij deze dienstverlener?</u>								
Bij ons op kantoor								
Bij jou thuis								
Via video								
Via telefoon								
Online								
<u>Is deze financiële dienstverlener onafhankelijk?</u>								
Hypotheek								
Genoeg hypotheeken vergelijken								
Geen financiële banden/contractuele afspraken								
Verzekeringen								
Genoeg verzekeringen vergelijken								
Geen financiële banden/contractuele afspraken								

⁸ Deze informatie is gebaseerd op een marktverkenning en gecheckt door de AFM. We bedanken de AFM voor de hulp bij het genereren van de dienstverleningsdocumenten.



	Regelhetzelf.nl	Hypotheekadviesop maat.com	ACB Bank	Betibank	Adviesburo Van Giesen	Advior Financiële dienstverlening	Elsen & Elshout financieel advies	Van den Akker & Partners
<u>Wat betaal je aan deze financiële dienstverlener?</u>								
<u>Advies geven en contract regelen</u>								
Niet eerder woning gekocht/ geen zelfstandig ondernemer		1195	1650	1750	2000	2000	2700	2500
Eerder woning gekocht/ geen zelfstandig ondernemer		1495	2050	2100	2500	2500	2800	2950
Niet eerder woning gekocht/ zelfstandig ondernemer		1445	2050	2100	3000	3250	3000	3450
Eerder woning gekocht/ zelfstandig ondernemer		1745	2450	2450	3000	3250	3000	3450
<u>Alleen contract regelen</u>								
Niet eerder woning gekocht/ geen zelfstandig ondernemer	595	595	700			500		
Eerder woning gekocht/ geen zelfstandig ondernemer	795	745	700			650		
Niet eerder woning gekocht/ zelfstandig ondernemer	845	895	1100			750		
Eerder woning gekocht/ zelfstandig ondernemer	1045	1045	1100			750		
<u>Alleen advies geven</u>								
Niet eerder woning gekocht/ geen zelfstandig ondernemer						1750		
Eerder woning gekocht/ geen zelfstandig ondernemer						2250		
Niet eerder woning gekocht/ zelfstandig ondernemer						3000		
Eerder woning gekocht/ zelfstandig ondernemer						3000		
<u>Biedt deze financiële dienstverlener ook onderhoudsdiensten aan?</u>								

Om de effectiviteit van de vergelijkingskaart versus het dienstverleningsdocument goed te kunnen meten was het belangrijk dat er geen grote verschillen waren in de inhoud van de verschillende typen documenten. Wanneer bijvoorbeeld in de vergelijkingskaart van een execution-only dienstverlener staat dat je bij deze dienstverlener geen woonlasten-verzekering kunt afsluiten en deze informatie wordt in het dienstverleningsdocument niet gegeven, dan zouden verschuivingen in keuzegedrag (minder execution-only) ook te wijten kunnen zijn aan deze informatie over de woonlastenverzekering. Om ervoor te zorgen dat in alle groepen (ongeveer) dezelfde informatie over de verschillende dienstverleners beschikbaar was, is daarom in het dienstverleningsdocument informatie over de kanalen via welke de dienstverlener advies geeft toegevoegd (in de tekst onder het kopje "Advies: Welke financiële oplossing past bij u en uw situatie?"). Ook wanneer een bepaalde dienstverlener een bepaalde verzekering niet aanbood is dit in het dienstverleningsdocument toegevoegd. Op deze manier wordt het minder waarschijnlijk dat verschuivingen in keuzegedrag te wijten zijn aan belangrijke inhoudelijke informatie die in het huidige dienstverleningsdocument niet gegeven wordt en in het nieuwe concept wel. Omdat het



onmogelijk (en ongewenst) is om de inhoud van de informatie helemaal constant te houden – immers, aanpassingen aan de inhoud en formulering van de informatie vormen een belangrijk onderdeel van het nieuw ontwikkelde concept – is na de keuze voor een bepaalde dienstverlener gevraagd naar de reden van de keuze.

Uitkomstmaten

Respondenten kregen het lijstje met financiële dienstverleners te zien, met daarbij de beschrijvingen en links naar de dienstverleningsdocumenten of vergelijkingskaarten (ofwel de uitgebreide of afgeslankte versies). Eerst werden zij gevraagd aan te geven in welke van de dienstverleners zij geïnteresseerd zouden zijn (bv. voor een oriëntatiegesprek). Vervolgens werd gevraagd welke dienstverlener zij zouden kiezen als ze een keuze zouden moeten maken op basis van deze informatie, en wat zij zouden willen dat die betreffende dienstverlener voor hen doet: advies geven en contract regelen (product afsluiten) of alleen contract regelen (product afsluiten). Tijdens deze taken werd (onopvallend) geregistreerd welke documenten respondenten openen.

Na de keuzetaak werd een van de informatiedocumenten nog eens voorgelegd, ook aan respondenten die nog geen informatiedocumenten geopend hadden. Respondenten beantwoordden een aantal vragen over hun zoek- en vergelijkingsgedrag, hun begrip en evaluatie van de informatie, en tenslotte een aantal kennisvragen. De precieze vragen en antwoordopties worden bij de resultaten (paragraaf 3.2) uitgelegd, en zijn tevens te vinden in de vragenlijst in Bijlage B.

Incentives

Om betrokkenheid van respondenten te verhogen is gebruik gemaakt van keuze-afhankelijke incentives. Naast de standaardvergoeding⁹ voor het invullen van vragenlijsten werd onder respondenten die de vragenlijst compleet invulden 25 keer een bedrag van €10 verloot. Om consumenten te stimuleren om de informatie goed te bekijken werd uitgelegd dat wanneer zij een “slechte” keuze maakten, zij geen kans meer zouden maken op de extra €10. Zij lazen: *“Wat een goede keuze is hangt natuurlijk af van wat u wilt en wenst. Toch staan er misschien een of twee dienstverleners in uw lijstje die voor u zeker geen goede keuze zijn. Als u die kiest, maakt u helaas geen kans meer om €10 extra te winnen.”* Een slechte keuze is gedefinieerd als een keuze voor het zelf afsluiten van de hypotheek zonder advies, wanneer men weinig verstand heeft van hypotheeken (productspecifieke financiële geletterdheid is gemeten in de vragenlijst).

Steekproef

Net als bij de online survey in fase 1 is het experiment uitgevoerd onder een groep **potentiële hypotheeksluiters**, d.w.z. consumenten die verwachten binnen nu en vijf jaar een hypotheek af te sluiten. Om te vermijden dat dezelfde respondenten in beide fase deelnamen, is de werving van respondenten voor het experiment verzorgd door Dynata.

⁹ Panelleden van Dynata krijgen punten voor het invullen van vragenlijsten, die omgewisseld kunnen worden voor vouchers. Standaard krijgen panelleden ongeveer €0,50 tot €1,00 per ingevulde vragenlijst.



802 respondenten (tussen 18 en 65 jaar) hebben de vragenlijst helemaal ingevuld. 53 respondenten die niet doorhadden dat je ergens op kon klikken om de dienstverleningsdocumenten of vergelijkingskaarten te openen ($N = 43$) of die het niet lukten om deze documenten te openen ($N = 10$) zijn uit de data verwijderd. Ook zijn 48 niet-serieuze responsen verwijderd. Het gaat hier om 15 mensen met niet-serieuze antwoorden op open vragen en 32 zogenaamde *speeders* (d.w.z. respondenten met een invulduur van minder dan een derde van de mediane invulduur). De data van de overige 702 respondenten zijn geanalyseerd. Tabel 3.3 geeft een overzicht van de steekproefkenmerken.¹⁰

Tabel 3.3. Steekproefkenmerken

	N	Totaal
<u>Geslacht</u>		
Man	341	48,6%
Vrouw	361	51,4%
<u>Leeftijd</u>		
Leeftijd: 18-24	174	24,8%
Leeftijd: 25-34	221	31,5%
Leeftijd: 35-44	142	20,2%
Leeftijd: 45-54	96	13,7%
Leeftijd: 55-65	69	9,8%
<u>Gezinssituatie</u>		
Alleenstaand zonder (thuiswonende) kinderen	144	20,5%
Alleenstaand met thuiswonend(e) kind(eren)	39	5,6%
Samenwonend met partner, zonder (thuiswonende) kinderen	195	27,8%
Samenwonend met partner en thuiswonend(e) kinderen	196	27,9%
Inwonend (bv. bij ouders, grootouders of voogd)	120	17,1%
Anders	8	1,1%
<u>Hoogste opleiding die men heeft afgerond</u>		
Lager onderwijs	1	0,1%
Vorbereidend middelbaar beroepsonderwijs	32	4,6%
havo/vwo	73	10,4%
Middelbaar beroepsonderwijs	130	18,5%
Hoger beroepsonderwijs	259	36,9%
Wetenschappelijk onderwijs	202	28,8%

¹⁰ Vergeleken met de totale Nederlandse bevolking zijn hoogopgeleiden oververtegenwoordigd (en laagopgeleiden ondervertegenwoordigd) binnen de groep huizenkopers, en dus ook binnen de steekproeven van dit onderzoek. Dit kan de vraag oproepen in hoeverre de resultaten generaliseerbaar zijn naar de doelgroepen van andere typen dienstverleningsdocumenten (bv. risico's afdekken), waarbinnen het gemiddelde opleidingsniveau en (daaraan gerelateerd) de mate van financiële geletterdheid *mogelijk* lager ligt. De samenhang tussen opleidingsniveau en financiële geletterdheid blijkt in het huidige onderzoek echter niet zo sterk: van de respondenten met een hbo of universitaire opleiding is 42% lager financieel geletterd, tegenover 53% van de respondenten met een lager opleidingsniveau. Bovendien zijn de verschillen in effectiviteit tussen het dienstverleningsdocument en de vergelijkingskaart meestal ongeveer even groot voor hoger en lager financieel geletterden (zie paragraaf 3.2.5). Voor de aspecten waarop de effectiviteit van de vergelijkingskaart versus het dienstverleningsdocument wel verschilt tussen hoger en lager financieel geletterden (wat het geval is voor de mate waarin het informatiedocument bewuste keuzes stimuleert en het waargenomen belang van de informatie), is het verschil tussen de twee typen informatiedocumenten *groter* (in het voordeel van de vergelijkingskaart) voor lager financieel geletterden. We verwachten op basis van deze resultaten dus dat de vergelijkingskaart het nog iets beter doet ten opzichte van het dienstverleningsdocument in doelgroepen waarbinnen het aandeel laag financieel geletterden groter is.



	N	Totaal
(Nog) geen onderwijs afgerond	3	0,4%
Anders	2	0,3%
<u>Belangrijkste inkomstenbron</u>		
Werkt in loondienst	500	71,2%
Is zelfstandige, freelancer of vrije beroepsbeoefenaar	45	6,4%
Is directeur-groootaandeelhouder	41	5,8%
Werkt mee in bedrijf of praktijk van gezinslid	7	1,0%
Krijgt uitkering	32	4,6%
Anders	77	11,0%
<u>Werkzaam in financiële sector</u>		
Nee	592	84,3%
Ja, als hypotheekadviseur of -bemiddelaar	46	6,6%
Ja, maar niet als hypotheekadviseur of -bemiddelaar	64	9,1%
<u>Termijn waarbinnen men verwacht woning te kopen</u>		
Binnen nu en 3 maanden	61	8,7%
Binnen 3 maanden tot een jaar	129	18,4%
Binnen 1 tot 3 jaar	239	34,0%
Binnen 3 tot 5 jaar	273	38,9%
<u>Type consument</u>		
Starter	381	54,3%
Doorstromer	321	45,7%
<u>Mate waarin men al bezig is (geweest) met regelen van hypotheek</u> (meerdere antwoorden mogelijk)		
Al informatie gezocht over financiële dienstverleners	128	18,2%
Al een of meerdere oriëntatiegesprekken gehad	79	11,3%
Al een hypotheekadvies gekregen	65	9,3%
Al een hypotheek op nieuwe woning afgesloten	22	3,1%

3.2 Resultaten

In deze paragraaf beschrijven we de resultaten van het experiment. We kijken achtereenvolgens naar de verschillen tussen de (uitgebreide en afgeslankte versies van de) vergelijkingskaart en het huidige dienstverleningsdocument in termen van vergelijkingsgedrag (paragraaf 3.2.1), keuzegedrag (3.2.2), begrip (paragraaf 3.2.3) en evaluatie van de informatie (paragraaf 3.2.4). Ten slotte wordt in paragraaf 3.2.5 ingezoomd op de kwetsbare groep lager financieel geletterden.

In alle tabellen in dit hoofdstuk zijn significante verschillen tussen de groepen als volgt aangeduid:

- Een * bij de uitkomstmaat in de eerste kolom geeft aan dat er significante verschillen zijn in die uitkomstmaat tussen de groepen ($p < 0,05$). Een ^ representeert een marginaal significant effect ($p < 0,10$).
- Bij significant effecten geven de superscripts (^a, ^b, etc.) bij de waarden in de tabel aan welke groepen significant van elkaar verschillen. Gemiddelden (of percentages) met verschillende superscripts (bv. 54,7%^a en 63,9%^b) zijn significant verschillend van elkaar. Dubbele letters in superscripts (bv. 60,3%^{ab}) geven aan dat de waarde niet significant verschilt van andere waarden met superscript ^a, maar ook niet van andere waarden met superscript ^b.



3.2.1 Vergelijkingsgedrag

Eerst onderzoeken we of er verschillen zijn in het zoek- en vergelijkingsgedrag van respondenten, afhankelijk van welk type informatiedocument getoond werd.¹¹ We kijken daarbij naar verschillende indicatoren voor vergelijkingsgedrag, namelijk (1) geobserveerd en zelfgerapporteerd vergelijkingsgedrag in de keuzetaak, (2) de grootte van de in de keuzetaak gevormde *consideration set* (oftewel het aantal dienstverleners waarin men geïnteresseerd zou zijn, bijv. voor een oriëntatiegesprek), en (3) intenties om het informatiedocument te gebruiken om dienstverleners te vergelijken wanneer men echt op zoek zou zijn naar een financiële dienstverlener.

Geobserveerd vergelijkingsgedrag: aantal geopende documenten

Op basis van de klikdata zien we dat ongeveer 6 van de 10 respondenten (59,7%) minimaal een informatiedocument geopend heeft (zie Tabel 3.4). Dit percentage ligt hoger in de groepen die vergelijkingskaarten te zien kreeg (gemiddeld 62,0% zie Tabel 3.4) dan in de groep die het huidige dienstverleningsdocument te zien kreeg (54,7%). Omdat de naam van het informatiedocument – vergelijkingskaart of dienstverleningsdocument – het enige is dat verschilt tussen de groepen wanneer men nog geen document geopend had, kan dit effect enkel worden gedreven door die naam. Met andere woorden, consumenten lijken meer geneigd om het document te openen wanneer het de naam “vergelijkingskaart” heeft in plaats van “dienstverleningsdocument”.

Tabel 3.4. % respondenten die documenten hebben geopend, op basis van klikdata

	“Dienstverleningsdocument” (N = 223)	“Vergelijkingskaart” (N = 479)	Totaal (N = 702)
Minimaal 1 geopend [^]	54,7%	62,0%	59,7%

[^] $p < 0,10$. * $p < 0,05$.

Tabel 3.5 geeft meer inzicht in het aantal verschillende informatiedocumenten dat respondenten openen. Respondenten die dienstverleningsdocumenten zagen openen gemiddeld 3,3 documenten (Tabel 3.5, eerste rij). Respondenten die de uitgebreide vergelijkingskaart zagen openen significant meer kaarten; gemiddeld 4,3. Het gemiddeld aantal vergelijkingskaarten in afgeslankte vorm dat geopend werd ligt er tussenin (3,6), en is niet significant verschillend van het aantal geopende dienstverleningsdocumenten. Van de respondenten die minimaal een informatiedocument openen, openen de meeste respondenten ofwel slechts één document (37,9%) ofwel allemaal (23,9%).

Tabel 3.5 (onderaan) laat ook zien welk deel van de respondenten 1, 2 (enzovoorts) informatiedocumenten opende. Wanneer de uitgebreide vergelijkingskaart getoond werd in plaats van het huidige dienstverleningsdocument openen minder respondenten slechts één informatiedocument (van 46,7% naar 31,7%) en juist meer mensen alle documenten (van 16,4% naar 31,7%). Bij de afgeslankte vergelijkingskaart zien we een verschuiving in dezelfde richting, maar zijn de verschillen met het huidige dienstverleningsdocument niet significant.

¹¹ Er zijn geen significante verschillen tussen de experimentele groepen in termen van gemiddelde leeftijd ($F(2, 699) = 0,60$; $p = 0,551$), verdeling man-vrouw ($\chi^2(2) = 0,92$; $p = 0,631$), gezinssituatie ($\chi^2(10) = 10,44$; $p = 0,403$), opleidingsniveau ($\chi^2(14) = 16,26$; $p = 0,298$), belangrijkste inkomstenbron ($\chi^2(10) = 11,65$; $p = 0,309$), de verdeling starter-doorstromer ($\chi^2(2) = 0,77$; $p = 0,680$), en het aandeel lager financieel geletterden ($\chi^2(2) = 3,96$; $p = 0,138$).



Tabel 3.5. Vergelijkingsgedrag: aantal geopende (unieke) documenten, op basis van klikdata

	Huidig dienstverleningsdocument (N = 122)	Vergelijkingskaart – uitgebreid (N = 145)	Vergelijkingskaart – afgeslankt (N = 152)	Totaal (N = 419)
Gemiddeld aantal geopend*	3,3 ^b	4,3 ^a	3,6 ^b	3,7
1 geopend	46,7%	31,7%	36,8%	37,9%
2 geopend	10,7%	12,4%	19,1%	14,3%
3 geopend	7,4%	7,6%	5,3%	6,7%
4 geopend	4,9%	3,4%	4,6%	4,3%
5 geopend	4,1%	3,4%	3,3%	3,6%
6 geopend	2,5%	2,1%	3,9%	2,9%
7 geopend	7,4%	7,6%	4,6%	6,4%
8 geopend	16,4%	31,7%	22,4%	23,9%
Totaal	100%	100%	100%	100%

[^] $p < 0,10$. * $p < 0,05$. Waarden met verschillende superscripts verschillen significant van elkaar ($p < 0,05$).

Tabel 3.6. Vergelijkingsgedrag: aantal bekeken (unieke) documenten, op basis van zelfrapportages

	Huidig dienstverleningsdocument (N = 119)	Vergelijkingskaart – uitgebreid (N = 143)	Vergelijkingskaart – afgeslankt (N = 147)	Totaal (N = 409)
Gemiddeld aantal bekeken [^]	3,9 ^b	4,7 ^a	4,1 ^{ab}	4,3
1 bekeken	33,6%	25,2%	28,6%	28,9%
2 bekeken	7,6%	5,6%	6,1%	6,4%
3 bekeken	13,4%	9,8%	15,0%	12,7%
4 bekeken	9,2%	7,0%	10,2%	8,8%
5 bekeken	5,9%	5,6%	6,8%	6,1%
6 bekeken	0,8%	11,2%	4,8%	5,9%
7 bekeken	4,2%	2,8%	3,4%	3,4%
8 bekeken	25,2%	32,9%	25,2%	27,9%
Totaal	100%	100%	100%	100%

[^] $p < 0,10$. * $p < 0,05$. Waarden met verschillende superscripts verschillen significant van elkaar ($p < 0,05$).

Gerapporteerd vergelijkingsgedrag

Ook is aan respondenten na de keuzetaak *gevraagd* of zij dienstverleningsdocumenten/vergelijkingskaarten hadden bekeken, en zo ja, van hoeveel dienstverleners (ongeveer). Het zelfgerapporteerd aantal bekeken informatiedocumenten ligt gemiddeld iets hoger dan het aantal geopende documenten op basis van de klikdata, maar het patroon van resultaten is hetzelfde (zie Tabel 3.6).¹²

¹² In de vergelijkingskaart zelf hadden respondenten ook de mogelijkheid om direct naar vergelijkingskaarten van de andere dienstverleners te gaan. Deze acties in de vergelijkingskaart zelf zijn niet geregistreerd, wat betekent dat het aantal geopende vergelijkingskaarten op basis van de klikdata waarschijnlijk een onderschatting is van het daadwerkelijke aantal. Echter, het feit dat het verschil tussen zelfrapportages en klikdata bij de vergelijkingskaarten niet groter is



Ongeveer 4 van de 10 respondenten (40,3%) opende geen enkel informatiedocument. Omdat het vergelijkings- en keuzegedrag van deze groep dus ook niet beïnvloed kan zijn door de inhoud van de informatiedocumenten, kijken we in de verdere analyses niet alleen naar de gehele steekproef, maar zoomen we ook steeds in op de groep “gemotiveerde” respondenten die tenminste een document opende.

Wie is de gemotiveerde groep?

De groep die minstens een informatiedocument opende is gemiddeld iets ouder dan de groep die dat niet deed (36 vs. 33 jaar).¹³ Respondenten die documenten openden gaven aan minder verstand te hebben van hypotheek (4,03 vs. 4,39 op een 7-puntsschaal), maar beantwoordden toch meer hypotheekgerelateerde (basis)kennisvragen correct (2,69 vs. 2,28).¹⁴ Specifieker beantwoordde binnen de gemotiveerde groep 38,7% slechts hooguit de helft van de kennisvragen correct (we noemen deze groep relatief laag financieel geletterd; zie ook paragraaf 3.2.5), tegenover 57,6% binnen de groep die geen documenten opende. De man-vrouw verdeling is in beide groepen ongeveer gelijk (documenten geopend: 46,8% man; geen documenten geopend: 51,2% man). Ook verschillen de groepen niet in het aandeel starters versus doorstromers (documenten geopend: 53,0% starters; geen documenten geopend: 56,2% starters) en ook niet in de termijn waarop men verwacht een hypotheek af te zullen sluiten.¹⁵

Of het informatiedocument *vergelijkingen vergemakkelijkt* is gemeten aan de hand van de vragen: “Hoe makkelijk of moeilijk vond u het om de financiële dienstverleners te vergelijken?”, “Hoe makkelijk of moeilijk vond u het om een keuze te maken?”, op een schaal van (1) *heel moeilijk* tot (5) *heel makkelijk*¹⁶. Tabel 3.8 geeft de scores per conditie voor de gehele steekproef en voor de respondenten die minimaal één informatiedocument openden in de keuzetaak.

Wanneer we kijken naar de gehele steekproef zien we geen verschillen tussen de groepen in hoe moeilijk of makkelijk men het vindt om dienstverleners te vergelijken en keuzes te maken. Echter, wanneer we enkel kijken naar de respondenten die minimaal één dienstverleningsdocument of vergelijkingskaart openden zijn er wel verschillen tussen de groepen (zie Tabel 3.9). De groep die uitgebreide vergelijkingskaarten te zien kreeg en er ook minstens één opende vond het gemiddeld makkelijker om financiële dienstverleners te vergelijken (3,21 op een 5-puntsschaal) dan de groep die minstens één dienstverleningsdocument opende (2,94). Ook vonden respondenten die uitgebreide vergelijkingskaarten zagen het iets gemakkelijker om een keuze te maken (3,14 versus 2,94; marginaal significant). De verschillen tussen de afgeslankte vergelijkingskaart en het huidige dienstverleningsdocument zijn niet significant.

dan bij het huidige dienstverleningsdocument suggereert dat maar een heel beperkt aantal respondenten gebruik heeft gemaakt van deze mogelijkheid.

¹³ Effect van leeftijd: $p = 0,011$.

¹⁴ Effect van financiële geletterdheid: $p = 0,008$ (subjectief) en $p > 0,001$ (objectief). Merk op dat de antwoorden op de kennisvragen over hypotheek *niet* gevonden konden worden in de informatiedocumenten.

¹⁵ Effect van geslacht: $p = 0,514$; effect van starter vs. doorstromer: $p = 0,588$; effect van termijn: $p = 0,487$.

¹⁶ De oorspronkelijke schaal was als volgt gelabeld: 1 = heel makkelijk, 2 = makkelijk, 3 = niet makkelijk, maar ook niet moeilijk, 4 = moeilijk, 5 = heel moeilijk. Om interpretatie te vergemakkelijken is de schaal gehercodeerd zodat hogere scores makkelijker vergelijkingen representeren.



Tabel 3.7. Gerapporteerd vergelijkingsgedrag

	Huidig dienst- verlenings- document	Vergelijkings- kaart – uitgebreid	Vergelijkings- kaart – afgeslankt	Totaal
<u>Alle respondenten:</u>	N = 223	N = 227	N = 252	N = 702
Hoe makkelijk of moeilijk vond u het om de financiële dienstverleners te vergelijken?	3,25	3,28	3,24	3,26
Hoe makkelijk of moeilijk vond u het om een keuze te maken?	3,22	3,26	3,23	3,24
<u>Respondenten die min. 1 document openden:</u>	N = 122	N = 145	N = 152	N = 419
Hoe makkelijk of moeilijk vond u het om de financiële dienstverleners te vergelijken? [^]	2,94 ^b	3,21 ^a	3,07 ^{ab}	3,08
Hoe makkelijk of moeilijk vond u het om een keuze te maken?	2,94	3,14	3,11	3,07
<u>Respondenten die meerdere dienstverleningsdocumenten of vergelijkingskaarten bekeken:</u>	N = 79	N = 110	N = 106	N = 295
Hebt u de dienstverleningsdocumenten/ vergelijkingskaarten gebruikt om dienstverleners met elkaar te vergelijken?				
Nee, helemaal niet	8,9%	6,4%	4,7%	6,4%
Ja, een beetje	64,6%	50,0%	52,8%	54,9%
Ja, veel	26,6% ^b	43,6% ^a	42,5% ^a	38,6%
Hoe makkelijk of moeilijk vond u het om de informatie in/op de verschillende dienstverleningsdocumenten/ vergelijkingskaarten met elkaar te vergelijken?*	2,97 ^b	3,51 ^a	3,32 ^a	3,30

[^] $p < 0,10$. * $p < 0,05$. Waarden met verschillende superscripts verschillen significant van elkaar ($p < 0,05$).

Aan respondenten die aangaven meerdere informatiedocumenten te hebben bekeken werd vervolgens gevraagd of zij de documenten gebruikt hebben om dienstverleners met elkaar te vergelijken en hoe makkelijk of moeilijk zij dat vonden (Tabel 3.7, onderaan). Binnen de groepen die vergelijkingskaarten zagen gaf een significant groter deel van de respondenten aan de informatiedocumenten veel te hebben gebruikt om dienstverleners te vergelijken (43,6% en 42,5%) dan binnen de groep die dienstverleningsdocumenten zag (26,6%). Dit is 21,1% en 17,9% van *alle* respondenten die respectievelijk uitgebreide en afgeslankte vergelijkingskaarten voorgelegd kregen, tegenover 9,4% van *alle* respondenten die dienstverleningsdocumenten voorgelegd kregen. Ook vonden respondenten die vergelijkingskaarten zagen het significant makkelijker om dienstverleners met elkaar te vergelijken (3,51 en 3,32 voor respectievelijk de uitgebreide en afgeslankte versie) dan respondenten die het huidige dienstverleningsdocument zagen (2,97). De verschillen tussen de uitgebreide en afgeslankte versie van de vergelijkingskaart op deze aspecten zijn niet significant.

Er is geen significant verschil in de totale tijd die aan de taak besteed werd tussen de drie groepen (dienstverleningsdocument: 278 sec., uitgebreide kaart: 256 sec.; afgeslankte



kaart: 193 sec.).¹⁷ Het feit dat de groep die de uitgebreide vergelijkingskaarten te zien kreeg gemiddeld meer informatiedocumenten bekeek in dezelfde totale tijd dan de groep die het huidige dienstverleningsdocument zag lijkt te suggereren dat respondenten gemiddeld langer deden over het lezen van een dienstverleningsdocument dan over het lezen van een vergelijkingskaart. Echter, het is bijvoorbeeld ook mogelijk dat respondenten die de vergelijkingskaarten te zien kregen relatief meer tijd besteedden aan de kaarten en minder tijd aan de andere informatie over de dienstverleners.

Grootte van de *consideration set*

Een andere indicator van het vergelijkingsgedrag van consumenten is de grootte van de *consideration set*, ofwel het aantal dienstverleners dat men overweegt (bv. voor een oriëntatiegesprek) voorafgaand aan de daadwerkelijke keuze. Uit eerder onderzoek weten we dat veel mensen zich slechts bij één financiële dienstverlener oriënteren. We onderzoeken of de vergelijkingskaart consumenten stimuleert om zich bij meer financiële dienstverleners te oriënteren.

Gemiddeld waren respondenten geïnteresseerd in 2,72 van de acht dienstverleners (zie Tabel 3.10). 29,9% overwoog slechts één dienstverlener, 23,5% twee, 19,9% drie, 12,7% vier, en de overige 14% vijf of meer. De groep die vergelijkingskaarten kreeg voorgelegd vormde gemiddeld even grote *consideration sets* als de groep die dienstverleningsdocumenten kreeg voorgelegd (zie Tabel 3.8, boven), ook wanneer we enkel kijken naar de respondenten die minstens een informatiedocument openden (zie Tabel 3.8, onder).

Tabel 3.8. Vergelijkingsgedrag: grootte van de *consideration set*

	Huidig dienst- verlenings- document	Vergelijkings- kaart – uitgebreid	Vergelijkings- kaart – afgeslankt	Totaal
<u>Alle respondenten:</u>	N = 223	N = 227	N = 252	N = 702
Aantal dienstverleners in consideration set	2,58	2,82	2,75	2,72
<u>Respondenten die min. 1 document openden:</u>	N = 122	N = 145	N = 152	N = 419
Aantal dienstverleners in consideration set	2,79	2,97	3,09	2,96

Gebruiksintenties

Aan respondenten die aangaven minimaal één informatiedocument te hebben bekeken is ook gevraagd of zij de dienstverleningsdocumenten/vergelijkingskaarten zouden gebruiken als zij echt op zoek zouden zijn naar een financiële dienstverlener (op een 5-puntsschaal van (1) *zeker niet* tot (5) *zeker wel*). Daarbij werd ook uitgelegd hoe zij de documenten konden vinden. Specifiek werd aan de groep die dienstverleningsdocumenten zag uitgelegd dat consumenten de dienstverleningsdocumenten zelf kunnen vinden op de websites van dienstverleners en dat dienstverleners het dienstverleningsdocument ook voor (of tijdens) het oriëntatiegesprek zullen geven. Aan respondenten die vergelijkingskaarten zagen werd uitgelegd dat de kaarten te vinden zijn op een website waar alle vergelijkingskaarten verzameld zijn en via de websites van dienstverleners, en dat dienstverleners met wie zij een oriëntatiegesprek willen ook de link naar hun vergelijkingskaart zullen geven.

¹⁷ $p = 0,362$.



Respondenten die aangaven de documenten (zeker) niet te gaan gebruiken werd vervolgens gevraagd waarom niet (open vraag).

Tabel 3.9 laat zien dat er geen verschillen zijn in gebruiksintenties tussen de drie groepen. Ongeveer een kwart van de respondenten gaf aan het informatiedocument zeker te gaan gebruiken om financiële dienstverleners met elkaar te vergelijken. Dit percentage verschilt niet tussen de groepen die vergelijkingskaarten zagen (25,2% en 22,3%) en de groep die dienstverleningsdocumenten zag (25,2%). Wanneer we kijken naar de gehele steekproef en aannemen dat respondenten die in het experiment geen informatiedocumenten openden ook niet van plan zullen zijn dit in de werkelijkheid te doen, is het percentage dat aangeeft het informatie zeker te gaan gebruiken 16,0% voor de uitgebreide vergelijkingskaart (merk op dat dit percentage exact overeenkomt met de eerste studie, zie Figuur 2.2), 13,1% voor de afgeslankte vergelijkingskaart, en 13,6% voor het dienstverleningsdocument. Deze verschillen zijn echter niet significant.¹⁸

Tabel 3.9. Gebruiksintenties

	Huidig dienst-verlenings-document	Vergelijkings-kaart – uitgebreid	Vergelijkings-kaart – afgeslankt	Totaal
<u>Respondenten die min. 1 document bekeken:</u>	N = 119	N = 143	N = 148	N = 410
Gebruiksintenties (gemiddelde score)	3,85	3,89	3,90	3,88
% zeker wel	25,2%	25,2%	22,3%	24,2%

Gemiddelde scores op een 5-puntsschaal: 1 = zeker niet, 2 = ik denk het niet, 3 = misschien wel, misschien niet, 4 = ik denk het wel, 5 = zeker wel. [^] $p < 0,10$. * $p < 0,05$. Waarden met verschillende superscripts verschillen significant van elkaar ($p < 0,05$).

Er zijn geen significante verschillen in de redenen die respondenten gaven om de dienstverleningsdocumenten of vergelijkingskaarten *niet* te gebruiken tussen de drie groepen (het aantal waarnemingen is ook laag, $N = 47$). De meest genoemde redenen om geen gebruik te willen maken van het informatiedocument zijn dat men de informatie onduidelijk of niet relevant vindt, dat men het document niet prettig of niet gebruiksvriendelijk vindt, en dat men liever persoonlijk contact wil met een adviseur of andere mensen in de omgeving voor meer informatie.

Aan de ene kant laten de resultaten dus zien dat de vergelijkingskaart vergelijkingen vergemakkelijkt en intensiever gebruikt wordt bij het maken van een keuze voor een financiële dienstverlener dan het dienstverleningsdocument. Aan de andere kant zijn respondenten die de informatiedocumenten gebruikten niet vaker van plan de documenten te gebruiken wanneer zij echt op zoek zouden zijn naar een financiële dienstverlener. In hoofdstuk 4 gaan we verder in op deze ogenschijnlijk tegenstrijdige resultaten.

¹⁸ Het percentage ligt nu iets hoger voor de uitgebreide vergelijkingskaart omdat binnen deze groep een groter aandeel van de respondenten (meerdere) informatiedocumenten opent. De verschillen tussen de groepen zijn echter niet significant; p 's $> 0,40$.



3.2.2 Keuzegedrag

Bewuste keuzes

Een belangrijk doel van het informatiedocument is om consumenten te helpen om een bewuste, geïnformeerde keuze te maken voor een bepaalde financiële dienstverlener. Om te achterhalen in hoeverre de keuze voor een bepaalde dienstverlener in het experiment een bewuste keuze was, zijn drie stellingen voorgelegd – “Ik heb goed nagedacht over mijn keuze”, “Ik weet wat voor soort financiële dienstverlener ik heb gekozen” en “Ik kan goed uitleggen waarom ik voor deze dienstverlener heb gekozen” – gemeten op een schaal van (1) *zeer zeker niet* tot (7) *zeer zeker wel*.

De resultaten in Tabel 3.10 voor de gehele steekproef (bovenste helft) laten geen verschillen zien in de mate waarin keuzes bewust waren tussen de drie groepen. Echter, wanneer ingezoomd wordt op de respondenten die minimaal één vergelijkingskaart of dienstverleningsdocument openden in de keuzetaak zien we wel duidelijke verschillen. Respondenten die de uitgebreide versie van de vergelijkingskaart zagen geven aan beter te hebben nagedacht over hun keuze (5,74) en beter te weten wat voor soort financiële dienstverlener zij hebben gekozen (5,51) dan respondenten die het dienstverleningsdocument zagen (5,37 en 5,18) of de afgeslankte vergelijkingskaart (5,50 en 5,22; zie Tabel 3.10, onderste helft).

Tabel 3.10. Bewuste keuzes

	Huidig dienst- verlenings- document	Vergelijkings- kaart – uitgebreid	Vergelijkings- kaart – afgeslankt	Totaal
<u>Alle respondenten:</u>	N = 223	N = 227	N = 252	N = 702
Ik heb goed nagedacht over mijn keuze	5,50	5,59	5,46	5,51
Ik weet goed wat voor soort financiële dienstverlener ik heb gekozen	5,34	5,40	5,22	5,31
Ik kan goed uitleggen waarom ik voor deze dienstverlener heb gekozen	5,36	5,43	5,29	5,35
<u>Respondenten die min. 1 document openden:</u>	N = 122	N = 145	N = 152	N = 419
Ik heb goed nagedacht over mijn keuze*	5,37 ^b	5,74 ^a	5,50 ^b	5,55
Ik weet goed wat voor soort financiële dienstverlener ik heb gekozen*	5,18 ^b	5,51 ^a	5,22 ^b	5,31
Ik kan goed uitleggen waarom ik voor deze dienstverlener heb gekozen	5,25	5,46	5,28	5,34

Gemiddelde scores op 7-puntsschalen: 1 = zeer zeker niet, 7 = zeer zeker wel. ^a $p < 0,10$. * $p < 0,05$. Waarden met verschillende superscripts verschillen significant van elkaar ($p < 0,05$).

Verstandige keuzes

Het is belangrijk dat een eventueel nieuw informatiedocument (kwetsbare) consumenten blijft beschermen tegen onverstandige keuzes. Een keuze voor het zelf afsluiten van een hypotheek zonder advies (execution-only) wanneer men weinig verstand heeft van hypotheeken wordt in dit onderzoek als een onverstandige keuze gezien.



Tabel 3.11 geeft inzicht in de gekozen dienstverleningsvormen voor relatief laag versus hoog financieel geletterde respondenten (zie paragraaf 3.2.5 voor meer detail). Over het algemeen lijken de relatief laag financieel geletterden zich bewust van hun lage geletterdheid: zij kiezen in het experiment gemiddeld vaker voor afsluiten met advies (91,4%)¹⁹ en minder vaak voor execution-only (8,0%)²⁰ dan hoog financieel geletterden (respectievelijk 84,9% en 13,3%; zie Tabel 3.11, laatste kolom). Deze percentages zijn niet significant afhankelijk van het type document dat men kreeg voorgelegd, al zien we wel een trend in het voordeel van de vergelijkingskaart.²¹ Er is dus geen verschil tussen de vergelijkingskaart en het dienstverleningsdocument in de mate waarin het lager financieel geletterden beschermt tegen onverstandige keuzes.

Tabel 3.11. Keuze voor type dienstverlening

	Huidig dienst- verlenings- document	Vergelijkings- kaart – uitgebreid	Vergelijkings- kaart – afgeslankt	Totaal
<u>Financiële geletterdheid: laag</u>	N = 111	N = 93	N = 121	N = 325
Advies geven en contract regelen	89,2%	93,5%	91,7%	91,4%
Alleen contract regelen	9,9%	5,4%	8,3%	8,0%
Anders	0,9%	1,1%	0,0%	0,6%
<u>Financiële geletterdheid: hoog</u>	N = 112	N = 134	N = 131	N = 377
Advies geven en contract regelen	82,1%	84,3%	87,8%	84,9%
Alleen contract regelen	16,1%	13,4%	10,7%	13,3%
Anders	1,8%	2,2%	1,5%	1,9%
<u>Totaal:</u>	N = 223	N = 227	N = 252	N = 702
Advies geven en contract regelen	85,7%	88,1%	89,7%	87,9%
Alleen contract regelen	13,0%	10,1%	9,5%	10,8%
Anders	1,3%	1,8%	0,8%	1,3%

¹⁹ $p < 0,10$. ^{*} $p < 0,05$. Waarden met verschillende superscripts verschillen significant van elkaar ($p < 0,05$).

Naast verschillende dienstverleningsvormen (bv. advies geven en contract regelen, of alleen contract regelen) konden respondenten ook kiezen uit verschillende typen dienstverleners: online dienstverleners, banken en zelfstandig adviseurs. Het tonen van vergelijkingskaarten in plaats van dienstverleningsdocumenten leidde niet tot significante verschuivingen in voorkeuren voor de verschillende typen dienstverleners.²²

Reden voor keuze

Na de keuze gaven respondenten aan waarom zij voor de betreffende financiële dienstverlener kozen. Als antwoordopties werden zowel factoren uit de informatiedocumenten (bv. "De dienstverlener vergelijkt een groot aantal producten" en "De kosten zijn relatief laag") als uit de beschrijvingen gegeven (bv. "Deze dienstverlener heeft een kantoor bij mij in de buurt" en "Ik ga het liefst naar een dienstverlener waar ik al klant ben"). Ook konden respondenten hier zelf andere redenen invullen. Tabel 3.12 toont de resultaten.

¹⁹ $p = 0,008$.

²⁰ $p = 0,023$.

²¹ De verschillen tussen de verschillende typen documenten hangen niet significant af van financiële geletterdheid (laag vs. hoog): $p = 0,677$ (advies geven en contract regelen: ja vs. nee) en $p = 0,571$ (alleen contract regelen: ja vs. nee).

²² $p = 0,252$.



Tabel 3.12. Reden voor keuze financiële dienstverlener (meerdere antwoorden mogelijk)

	Huidig dienstverleningsdocument (N = 223)	Vergelijkingskaart – uitgebreid (N = 227)	Vergelijkingskaart – afgeslankt (N = 252)	Totaal (N = 702)
Ik kan mijn hypotheek bij deze dienstverlener zelf regelen	20%	20%	16%	19%
De dienstverlener geeft onafhankelijk advies	33%	36%	32%	33%
De dienstverlener vergelijkt een groot aantal producten	26%	29%	23%	26%
De dienstverlener heeft geen financiële banden of contractuele afspraken met aanbieders	20%	15%	16%	17%
De kosten zijn relatief laag	30%	23%	25%	26%
Ik vind de manier waarop deze dienstverlener advies geeft makkelijk (bv. bij mij thuis, via telefoon, via video, of online)^	18% ^b	26% ^a	25% ^{ab}	23%
Bij deze dienstverlener kan ik ook verzekeringen afsluiten	16%	19%	22%	19%
De dienstverlener biedt onderhoudsdiensten aan*	16% ^a	7% ^b	8% ^b	10%
Deze dienstverlener heeft een kantoor bij mij in de buurt*	26% ^a	30% ^a	19% ^b	25%
Ik vertrouw op het advies van mijn vrienden	16%	16%	19%	17%
Ik ga het liefst naar een dienstverlener waar ik al klant ben	22%	19%	19%	20%
Ik ga het liefst naar een dienstverlener waar ik medewerkers persoonlijk ken	13%	14%	12%	13%
Ik heb een goed gevoel bij deze dienstverlener	39%	44%	40%	41%
Anders	4%	5%	4%	4%
Ik weet het (echt) niet	4%	2%	3%	3%

^ $p < 0,10$. * $p < 0,05$. Waarden met verschillende superscripts verschillen significant van elkaar ($p < 0,05$).

Over het algemeen zijn het hebben van een goed gevoel bij de dienstverlener (41%), het krijgen van onafhankelijk advies (33%), de vergelijking van een groot aantal producten (26%), relatief lage kosten (26%) en een kantoor in de buurt (25%) de belangrijkste redenen voor de keuze voor een bepaalde dienstverlener. Sommige factoren worden belangrijker of minder belangrijk gevonden afhankelijk van het type informatiedocument dat men zag. Zo wordt het feit dat de dienstverlener onderhoudsdiensten aanbiedt vaker genoemd als reden voor de keuze bij het huidige dienstverleningsdocument (16%) dan bij de nieuwe vergelijgingskaart (7% en 8%, zie Tabel 3.12). Dit wordt mogelijk verklaard door het feit dat deze informatie in het huidige dienstverleningsdocument meer in het oog springt (dikgedrukte tekst). Een kantoor in de buurt is belangrijker bij het huidige dienstverleningsdocument en de uitgebreide vergelijgingskaart dan bij de afgeslankte



vergelijkingskaart. Of een kantoor dichtbij huis was stond beschreven in het informatieoverzicht op het hoofdscherm (dus niet in de dienstverleningsdocumenten of de vergelijkingskaarten). Het zou kunnen dat respondenten zich bij de afgeslankte vergelijkingskaart iets meer op de informatie in de vergelijkingskaarten focusten en iets minder op andere informatie die over de dienstverleners gegeven werd, waardoor de afstand tot het kantoor minder belangrijk werd in hun keuze. We hebben hier echter geen bewijs voor. De manier waarop advies gegeven kan worden (bv. afspraak thuis, via telefoon, video, of online) was belangrijker in de keuze voor respondenten die vergelijkingskaarten gezien hadden (26 en 25%²³) dan voor respondenten die het huidige dienstverleningsdocument zagen (18%). Deze bevinding is te verklaren door de prominente plek die informatie over het advieskanaal in de vergelijkingskaart heeft.

3.2.3 Begrip van de informatie

Na de keuzetaak kregen respondenten een van de dienstverleningsdocumenten of vergelijkingskaarten (afhankelijk van de experimentele conditie) nog eens te zien en werd hen gevraagd wat zij van dit document vonden. Zelfgerapporteerd begrip van de informatie werd gemeten met twee items ("De informatie in het dienstverleningsdocument/op de vergelijkingskaart vind ik..." op 7-puntsschalen van (1) *erg onduidelijk* tot (7) *erg duidelijk*, en van (1) *erg moeilijk te begrijpen* tot (7) *erg makkelijk te begrijpen*. Tabel 3.13 geeft de gemiddelde scores per groep (met het percentage dat een positief antwoord gaf – d.w.z. 5 of hoger – tussen haakjes, om interpretatie te vergemakkelijken).

Waar respondenten bij de keuzetaak vrij waren om de informatiedocumenten al dan niet te openen en te gebruiken in hun keuze voor een financiële dienstverlener, werd bij de begrips- en evaluatievragen de aandacht van respondenten expliciet gevestigd op een informatiedocument. Bij de volgende uitkomstmaten hebben dus alle respondenten een dienstverleningsdocument of vergelijkingskaart gezien en zouden verschillen in effectiviteit tussen de vergelijkingskaart en het dienstverleningsdocument dus ook op groepsniveau aan het licht moeten komen (als er verschillen zijn).

In de verdere analyses blijft het desalniettemin interessant om zowel te kijken naar de reacties van de gehele steekproef (die dus ook respondenten bevat die het informatiedocument nu pas voor het eerst zien) als naar de reacties van de kleinere, meer gemotiveerde groep die de informatie ook zelf al had opgezocht.

Respondenten vonden de informatie op de vergelijkingskaarten (in uitgebreide en afgeslankte vorm) significant duidelijker en makkelijker te begrijpen dan de informatie in het dienstverleningsdocument (zie Tabel 3.13). De afgeslankte vergelijkingskaart werd niet beter of slechter begrepen dan de uitgebreidere variant. Het verschil tussen de vergelijkingskaarten en het huidige dienstverleningsdocument is nog groter wanneer we inzoomen op de groep gemotiveerde respondenten die informatiedocumenten hadden geopend in de keuzetaak. Dit grotere verschil komt niet doordat de vergelijkingskaart beter begrepen wordt door deze groep, maar juist doordat zij de informatie in het huidige dienstverleningsdocument *minder* goed begrijpen (zie Tabel 3.13 en Figuur 3.1). In de volgende paragraaf komen we terug op deze bevinding.

²³ Het verschil tussen de afgeslankte vergelijkingskaart en het huidige dienstverleningsdocument is marginaal significant: $p = 0,063$.

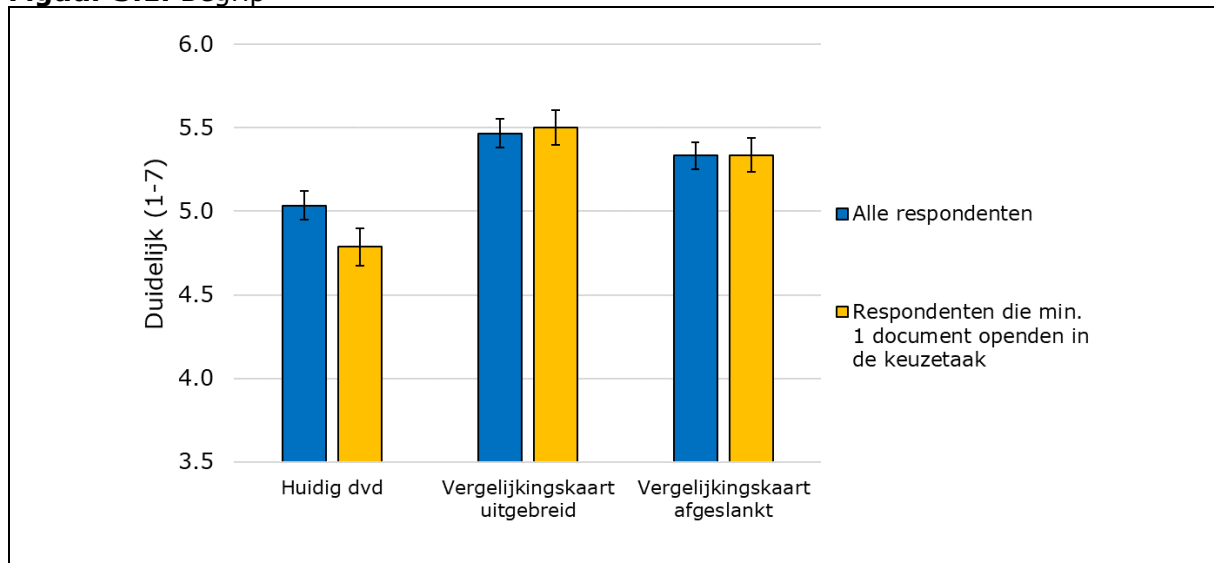


Tabel 3.13. Begrip

	Huidig dienst- verlenings- document	Vergelijkings- kaart – uitgebreid	Vergelijkings- kaart – afgeslankt	Totaal
<u>Alle respondenten:</u>	N = 223	N = 227	N = 252	N = 702
Duidelijk*	5,04 ^b (67,7%)	5,47 ^a (82,8%)	5,33 ^a (77,4%)	5,28 (76,1%)
Makkelijk te begrijpen*	4,87 ^b (61,9%)	5,37 ^a (79,7%)	5,22 ^a (71,0%)	5,16 (70,9%)
<u>Respondenten die min. 1 document openden in keuzetaak:</u>	N = 122	N = 145	N = 152	N = 419
Duidelijk*	4,79 ^b (59,8%)	5,50 ^a (84,1%)	5,34 ^a (76,3%)	5,23 (74,2%)
Makkelijk te begrijpen*	4,61 ^b (54,1%)	5,39 ^a (79,3%)	5,16 ^a (68,4%)	5,08 (68,0%)

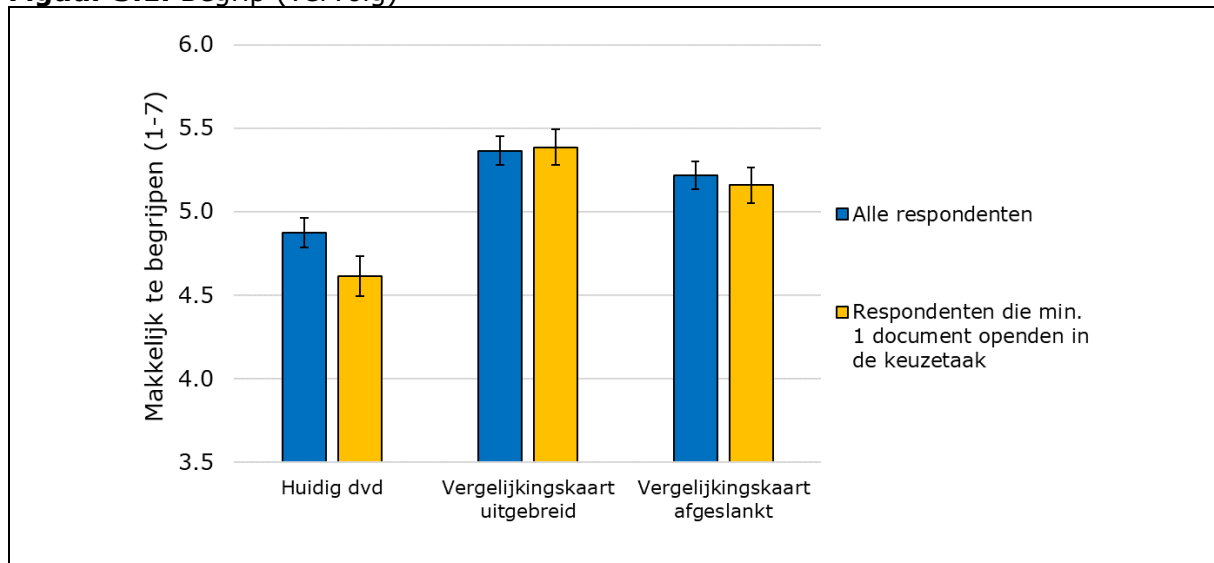
Gemiddelde scores op 7-puntsschalen: 1 = erg onduidelijk, 7 = erg duidelijk, en 1 = erg moeilijk te begrijpen, 7 = erg makkelijk te begrijpen. Percentage van de respondenten met een positief antwoord (5 of hoger op 7-puntsschaal) tussen haakjes. ^a $p < 0,10$. * $p < 0,05$. Waarden met verschillende superscripts verschillen significant van elkaar ($p < 0,05$).

Figuur 3.1. Begrip





Figuur 3.1. Begrip (vervolg)



Ook is onderzocht of de nieuwe vergelijkingskaart bijdraagt aan kennis over verschillen tussen typen dienstverleners. Om dit te meten werden achteraf enkele kennisvragen gesteld over (1) verschillen in de reikwijdte van advies tussen typen dienstverleners (twee vragen, bv. "Stel dat u naar een bank gaat voor een hypotheekadvies. Welke hypotheeken zal de adviseur van de bank meestal vergelijken om tot een advies te komen?"), (2) de voorwaarden voor onafhankelijkheid ("Wanneer geeft een financiële dienstverlener een "onafhankelijk" hypotheekadvies?"), (3) de kosten van advies (drie stellingen, bv. "Een oriëntatiegesprek is altijd gratis"), en (4) afsluiten zonder advies ("Een hypotheek afsluiten zonder advies is voor iedereen mogelijk").

Tabel 3.14 laat zien hoeveel vragen respondenten gemiddeld correct beantwoordden (in totaal en per onderwerp). Alleen als het gaat om kennis over de voorwaarden voor onafhankelijkheid zien we significante verschillen tussen de groepen. Respondenten die de uitgebreide vergelijkingskaart konden bekijken wisten significant vaker wat de voorwaarden voor onafhankelijkheid zijn (namelijk het vergelijken van een voldoende groot aantal producten en geen financiële banden of contractuele afspraken met aanbieders) dan respondenten die het huidige dienstverleningsdocument konden bekijken (60% versus 48%).

Dit verschil is echter kleiner (en niet-significant) binnen de groep gemotiveerde respondenten (zie Tabel 3.14, onderaan). Het verschil dat we in de gehele steekproef zien wordt dus gedreven door de respondenten die de dienstverleningsdocumenten of vergelijkingskaarten *niet* gebruikten in de keuzetaak. De respondenten die de dienstverleningsdocumenten of vergelijkingskaarten wel gebruikten beantwoordden deze vraag vaker juist, ongeacht het type document (vergelijkingskaart of dienstverleningsdocument) dat zij voorgelegd kregen.



Tabel 3.14. Kennis over verschillen tussen typen dienstverleners (aantal vragen correct beantwoord): alle respondenten (N = 702)

	Huidig dienst- verlenings- document	Vergelijkings- kaart – uitgebreid	Vergelijkings- kaart – afgeslankt	Totaal
<u>Alle respondenten:</u>	N = 223	N = 227	N = 252	N = 702
<i>Kennis over:</i>				
Verschillen in reikwijdte van advies tussen typen dienstverleners (2 vragen)	0,89	0,82	0,90	0,90
Voorwaarden voor onafhankelijkheid (1 vraag)*	0,48 ^b	0,60 ^a	0,56 ^{ab}	0,55
Kosten van advies (3 vragen)	1,38	1,35	1,34	1,36
Afsluiten zonder advies (1 vraag)	0,30	0,29	0,30	0,29
<i>Totaal aantal correct (7 vragen)</i>	3,05	3,16	3,10	3,10
<u>Respondenten die min. 1 document openden in keuzetaak:</u>	N = 122	N = 145	N = 152	N = 419
<i>Kennis over:</i>				
Verschillen in reikwijdte van advies tussen typen dienstverleners (2 vragen)	0,93	1,02	0,99	0,98
Voorwaarden voor onafhankelijkheid (1 vraag)	0,55	0,64	0,62	0,61
Kosten van advies (3 vragen)	1,42	1,31	1,36	1,36
Afsluiten zonder advies (1 vraag)	0,35	0,30	0,31	0,32
<i>Totaal aantal correct (7 vragen)</i>	3,25	3,28	3,27	3,27

^a $p < 0,10$. * $p < 0,05$. Waarden met verschillende superscripts verschillen significant van elkaar ($p < 0,05$).

3.2.4 Evaluatie van de informatie

Ten slotte evalueerden respondenten zowel de vorm als de inhoud van de informatie. De aantrekkelijkheid van de informatie (vorm) is gemeten met drie items – “De informatie in het dienstverleningsdocument/op de vergelijkingskaart is op een overzichtelijke manier weergegeven”, “...is prettig om te lezen”, en “...nodigt uit om te lezen” – op een 7-puntsschaal van (1) *zeer zeker niet* tot (7) *zeer zeker wel*. Daarnaast is gevraagd wat men vond van de hoeveelheid informatie (te weinig, precies goed, of te veel). Respondenten beoordeelden de relevantie van de informatie (inhoud) op 7-puntsschalen van (1) *helemaal niet nuttig* tot (7) *heel erg nuttig*, en van (1) *onbelangrijk* tot (7) *belangrijk*. Ook werden twee stellingen voorgelegd – “Het dienstverleningsdocument/de vergelijkingskaart geeft antwoord op vragen die ik heb wanneer ik op zoek ga naar een financiële dienstverlener” en “Het dienstverleningsdocument/de vergelijkingskaart geeft informatie waar ik behoefte aan heb wanneer ik op zoek ga naar een financiële dienstverlener” – op een schaal van (1) *zeer zeker niet* tot (7) *zeer zeker wel*.

Respondenten vonden de nieuwe vergelijkingskaarten duidelijk aantrekkelijker qua vorm dan het huidige dienstverleningsdocument (zie Tabel 3.15). Specifiek vonden zij de informatie op de nieuwe vergelijkingskaarten op een meer overzichtelijke manier weergegeven, prettiger om te lezen en meer uitnodigend om te lezen dan de informatie in het dienstverleningsdocument. De uitgebreide vergelijkingskaart verschilde niet van de afgeslankte versie op deze aspecten en werd dus als even aantrekkelijk gezien.



Tabel 3.15. Evaluatie

	Huidig dienst- verlenings- document	Vergelijkings- kaart – uitgebreid	Vergelijkings- kaart – afgeslankt	Totaal
<u>Alle respondenten:</u>	N = 223	N = 227	N = 252	N = 702
<i>Aantrekkelijkheid (vorm)</i>				
Is op een overzichtelijke manier weergegeven*	4,96 ^b (68,2%)	5,26 ^a (78,4%)	5,28 ^a (77,4%)	5,19 (74,8%)
Is prettig om te lezen*	4,74 ^b (60,1%)	5,11 ^a (70,0%)	5,25 ^a (75,4%)	5,04 (68,8%)
Nodigt uit om te lezen*	4,49 ^b (52,9%)	4,99 ^a (67,0%)	4,97 ^a (65,1%)	4,82 (61,8%)
<i>Hoeveelheid informatie*</i>				
Te weinig	4,9%	12,8%	18,3%	12,3%
Precies goed	69,1% ^b	78,4% ^a	71,0% ^{ab}	72,8%
Te veel	26,0%	8,8%	10,7%	15,0%
<i>Relevantie van de informatie</i>				
Erg nuttig	5,48 (82,5%)	5,62 (84,1%)	5,60 (83,7%)	5,57 (83,5%)
Belangrijk	5,54 (84,8%)	5,61 (85,9%)	5,60 (83,7%)	5,58 (84,8%)
Geeft antwoord op vragen die ik heb wanneer ik op zoek ga naar een financiële dienstverlener	5,05 (73,5%)	5,13 (75,3%)	4,97 (65,1%)	5,05 (71,1%)
Geeft informatie waar ik behoefte aan heb wanneer ik op zoek ga naar een financiële dienstverlener	5,24 (77,1%)	5,22 (76,2%)	5,19 (71,8%)	5,22 (74,9%)

Aantrekkelijkheid: gemiddelde scores op 7-puntsschalen: 1 = zeer zeker niet, 7 = zeer zeker wel.
 Relevantie: gemiddelde scores op 7-puntsschalen: 1 = helemaal niet nuttig, 7 = erg nuttig, 1 = onbelangrijk, 7 = belangrijk, en 1 = zeer zeker niet, 7 = zeer zeker wel (laatste twee stellingen).
 Percentage van de respondenten met een positief antwoord (5 of hoger op 7-puntsschaal) tussen haakjes. ^ $p < 0,10$. * $p < 0,05$. Waarden met verschillende superscripts verschillen significant van elkaar ($p < 0,05$).

Bij de uitgebreide vergelijkingskaart (78,4%) vond verder een groter deel van de respondenten de hoeveelheid informatie “precies goed” dan bij de afgeslankte versie (71,0%²⁴) en het huidige dienstverleningsdocument (69,1%). Bij het huidige dienstverleningsdocument werd de hoeveelheid informatie vaker te veel gevonden (26,0%, tegenover 8,8% en 10,7% bij de vergelijkingskaarten). Bij de afgeslankte versie van de vergelijkingskaart vond men de hoeveelheid informatie juist vaker te weinig (18,3%, tegenover 12,8% bij de uitgebreidere versie, en 4,9% bij het huidige dienstverleningsdocument; zie Tabel 3.15). Er waren geen verschillen tussen de drie typen informatiedocumenten in de mate waarin de informatie relevant gevonden werd (Tabel 3.15, onderaan).

Tabel 3.16 toont de resultaten voor de groep respondenten die minimaal één dienstverleningsdocument of vergelijkingskaart opende in de keuzetaak. In Figuur 3.2 zijn de resultaten voor deze groep afgezet tegen de resultaten voor de gehele steekproef. De figuren laten zien dat de verschillen in evaluatie tussen de (uitgebreide) vergelijkingskaart en het huidige dienstverleningsdocument nog groter worden wanneer ingezoomd wordt op

²⁴ Dit verschil is marginaal significant: $p = 0,065$.



de groep die documenten opende in de keuzetaak. Deze respondenten hadden dus uit zichzelf al een of meerdere documenten bekeken voordat hier expliciet om gevraagd werd (voor de begrips- en evaluatievragen). Net zoals bij het begrip, komt het grotere verschil niet doordat de vergelijkingskaart beter geëvalueerd wordt door deze groep, maar juist doordat respondenten de informatie in het huidige dienstverleningsdocument *minder* goed evalueren (zie Tabel 3.16 en Figuur 3.2). Dit suggereert dus dat consumenten die gemotiveerd zijn om het huidige dienstverleningsdocument te gebruiken om een keuze te maken tussen dienstverleners dit document tegen vinden vallen: respondenten die het niet gebruikten zijn er immers positiever over dan mensen die dat wel deden. Bij de vergelijkingskaart zien we dit effect niet. Hier blijven de evaluaties (en het begrip) even hoog (zie Figuur 3.1 en 3.2).

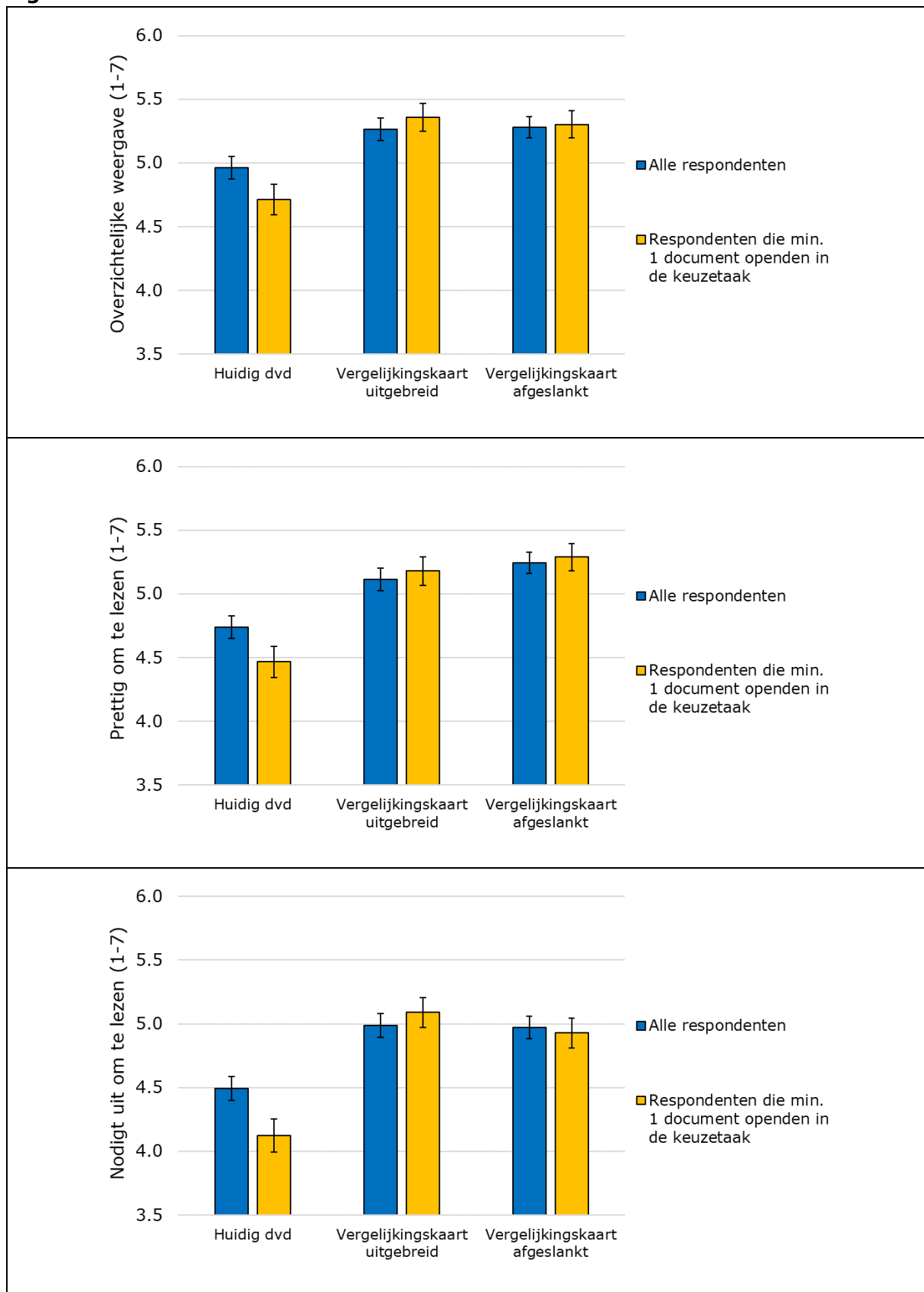
Tabel 3.16. Evaluatie (vervolg)

	Huidig dienst- verlenings- document	Vergelijkings- kaart – uitgebreid	Vergelijkings- kaart – afgeslankt	Totaal
<u>Respondenten die min. 1 document openden in keuzetaak:</u>	N = 122	N = 145	N = 152	N = 419
<i>Aantrekkelijkheid (vorm)</i>				
Is op een overzichtelijke manier weergegeven*	4,71 ^b (63,1%)	5,36 ^a (82,1%)	5,30 ^a (77,6%)	5,15 (74,9%)
Is prettig om te lezen*	4,47 ^b (53,3%)	5,18 ^a (73,1%)	5,29 ^a (76,3%)	5,01 (68,5%)
Nodigt uit om te lezen*	4,12 ^b (45,9%)	5,09 ^a (71,0%)	4,93 ^a (64,5%)	4,75 (61,3%)
<i>Hoeveelheid informatie*</i>				
Te weinig	4,9%	14,5%	24,3%	15,3%
Precies goed	67,2% ^{ab}	76,6% ^a	65,1% ^b	69,7%
Te veel	27,9%	9,0%	10,5%	15,0%
<i>Relevantie van de informatie</i>				
Erg nuttig*	5,40 ^b (80,3%)	5,76 ^a (86,9%)	5,64 ^{ab} (84,9%)	5,61 (84,2%)
Belangrijk	5,47 ^b (82,8%)	5,74 ^a (86,9%)	5,67 ^{ab} (87,5%)	5,63 (85,9%)
Geeft antwoord op vragen die ik heb wanneer ik op zoek ga naar een financiële dienstverlener	4,93 (68,0%)	5,19 (77,2%)	4,97 (65,1%)	5,04 (70,2%)
Geeft informatie waar ik behoefte aan heb wanneer ik op zoek ga naar een financiële dienstverlener	5,16 (75,4%)	5,29 (75,2%)	5,18 (71,7%)	5,21 (74,0%)

Aantrekkelijkheid: gemiddelde scores op 7-puntsschalen: 1 = zeer zeker niet, 7 = zeer zeker wel.
 Relevantie: gemiddelde scores op 7-puntsschalen: 1 = helemaal niet nuttig, 7 = erg nuttig, 1 = onbelangrijk, 7 = belangrijk, en 1 = zeer zeker niet, 7 = zeer zeker wel (laatste twee stellingen).
 Percentage van de respondenten met een positief antwoord (5 of hoger op 7-puntsschaal) tussen haakjes. [^] $p < 0,10$. * $p < 0,05$. Waarden met verschillende superscripts verschillen significant van elkaar ($p < 0,05$).



Figuur 3.2. Evaluatie





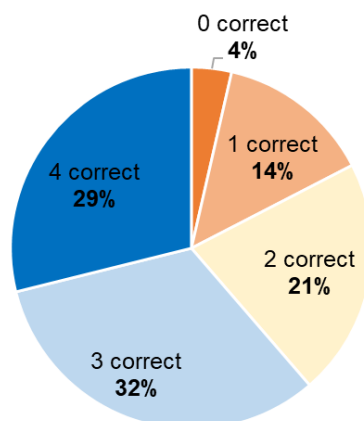
3.2.5 Financiële geletterdheid

Financieel laag geletterden, mensen met weinig kennis van – in dit geval – hypotheeken, vormen een kwetsbare groep.²⁵ Vooral deze groep lijkt gebaat bij duidelijke en aantrekkelijke informatie over financiële dienstverleners en dienstverleningsvormen. Eerder zagen we dat de vergelijkingskaart, en met name de uitgebreide versie, op verschillende aspecten beter scoort dan het huidige dienstverleningsdocument. In deze paragraaf onderzoeken we of de effectiviteit van de vergelijkingskaart ten opzichte van het dienstverleningsdocument verschilt tussen lager en hoger financieel geletterden. Zien we deze (positieve) effecten van de vergelijkingskaart ten opzichte van het dienstverleningsdocument even sterk in beide groepen, sterker onder laag financieel geletterden, of juist sterker onder hoog financieel geletterden?²⁶

Box 3.1. Financieel laag versus hoog geletterden

Door middel van vier kennisvragen²⁷ is gemeten in hoeverre (basis)kennis over hypotheeken bij de respondent aanwezig is. 29% van de respondenten beantwoordde alle vragen correct, en 32% drie vragen (zie Figuur 3.3). Ongeveer 4 op 10 respondenten (39%) beantwoordde 2 of minder vragen correct.

Figuur 3.3. Productspecifieke financiële geletterdheid (N = 702), vier vragen



²⁵ Uit eerder onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat mensen met lagere (vs. hogere) financiële geletterdheid minder goed voorbereid zijn op hun pensioen (Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2017). How ordinary consumers make complex economic decisions: Financial literacy and retirement readiness. *Quarterly Journal of Finance*, 7(03), 1-31; Van Rooij, M. C., Lusardi, A., & Alessie, R. J. (2011). Financial literacy and retirement planning in the Netherlands. *Journal of Economic Psychology*, 32(4), 593-608), minder goed presteren op de aandelenmarkt (Van Rooij, M., Lusardi, A., & Alessie, R. (2011b). Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial Economics*, 101(2), 449-472), vaker schulden hebben (Gathergood, J. (2012). Self-control, financial literacy and consumer over-indebtedness. *Journal of Economic Psychology*, 33(3), 590-602) en minder geld opzij hebben gezet voor onverwachte uitgaven (Babiarz, P., & Robb, C. A. (2014). Financial literacy and emergency saving. *Journal of Family and Economic Issues*, 35(1), 40-50).

²⁶ Alle analyses zijn herhaald met financiële geletterdheid (laag vs. hoog) als moderator. In deze analyses zijn de items die hetzelfde construct meten (bv. begrip: duidelijk-onduidelijk en makkelijk-moeilijk te begrijpen) samengenomen. In deze paragraaf rapporteren we alleen de significante interactie-effecten, d.w.z. de aspecten waarop de score van de vergelijkingskaart ten opzichte van het dienstverleningsdocument significant ($p < 0,05$) afhangt van de mate van financiële geletterdheid (laag vs. hoog).

²⁷ Bijvoorbeeld: "In welke van deze twee figuren zie je een annuïteitenhypotheek?". Zie Q32 t/m Q35 in de vragenlijst in Bijlage B.



In vervolganalyses is gekeken naar verschillen tussen relatief laag (max. 2 correcte antwoorden; $N = 325$, 46,3%) versus relatief hoog financieel geletterden (min. 3 correcte antwoorden; $N = 377$, 53,7%). Over het algemeen bleek:²⁸

- dat laag financieel geletterden minder geneigd waren om minimaal een document te openen (49,8%) dan hoog financieel geletterden (68,2%), en gemiddeld ook minder documenten openden (1,5 versus 2,9);
- dat laag financieel geletterden aangaven iets minder goed te hebben nagedacht over hun keuze (5,35 op een 7-puntsschaal) dan hoog financieel geletterden (5,66). Ook weten zij minder goed wat voor soort dienstverlener ze hebben gekozen (5,13 vs. 5,47) en kunnen zij minder goed uitleggen waarom ze voor die dienstverlener hebben gekozen (5,24 vs. 5,45);
- dat laag financieel geletterden het makkelijker vonden om dienstverleners met elkaar te vergelijken (3,36) dan hoog financieel geletterden (3,17). Ook vinden ze de informatie in de vergelijkingskaart of het dienstverleningsdocument makkelijker te begrijpen (5,26 vs. 5,06), overzichtelijker (5,28 vs. 5,09), prettiger om te lezen (5,20 vs. 4,90) en meer uitnodigend (5,01 vs. 4,67) dan hoog financieel geletterden. Een mogelijke verklaring voor de counterintuïtieve bevinding dat juist lager financieel geletterden de informatie makkelijker te begrijpen vinden is dat zij de informatie met een minder kritische blik bekijken en de informatie daardoor minder (nieuwe) vragen bij hen oproept.
- dat laag financieel geletterden vaker vinden dat het document hen informatie geeft waar zij behoefte aan hebben (5,32) dan hoog financieel geletterden (5,13);
- dat laag financieel geletterden minder goed scoren op alle kennisaspecten (kennis m.b.t. verschillen in reikwijdte van advies tussen typen dienstverleners: 1,05 vs. 0,74 uit 2 vragen; de voorwaarden voor onafhankelijkheid: 0,68 vs. 0,39 uit 1 vraag; kosten van advies: 1,51 vs. 1,18 uit 3 vragen; en afsluiten zonder advies: 0,36 vs. 0,22 uit 1 vraag) dan hoog financieel geletterden;
- dat laag financieel geletterden vaker kiezen voor afsluiten met advies (91,4%) en minder vaak voor execution-only (8,0%) dan hoog financieel geletterden (respectievelijk 84,9% en 13,3%; zie ook paragraaf 3.2.2).

In vervolganalyses is gekeken of de verschillen in effectiviteit tussen de vergelijkingskaart en het dienstverleningsdocument groter, kleiner of gelijk zijn tussen hoger en lager financieel geletterden. Wanneer we kijken naar de gehele steekproef zijn er geen significante interacties met financiële geletterdheid: de eerder gevonden verschillen tussen de verschillende typen informatiedocumenten zijn dus niet significant anders voor hoger dan voor lager financieel geletterden.²⁹ Echter, wanneer we opnieuw inzoomen op de groep die minstens één document opende in de keuzetaak – de meer gemotiveerde groep – zien we dat de verschillen tussen de vergelijkingskaart en het dienstverleningsdocument soms groter zijn binnen de ene dan de andere groep.³⁰ We bespreken de significante verschillen hieronder.

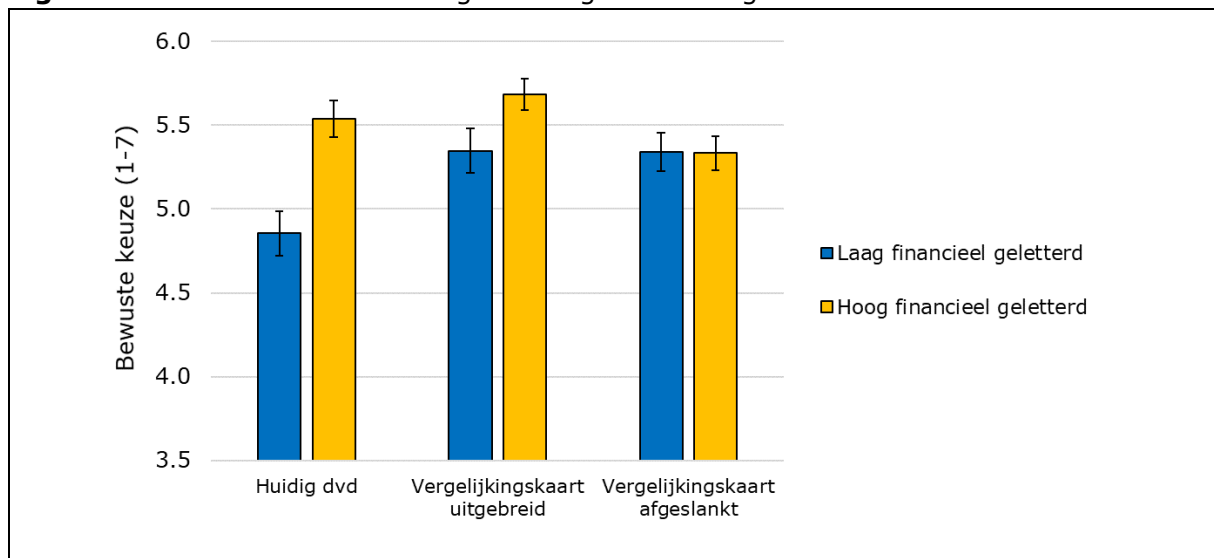
²⁸ De beschreven verschillen zijn allen significant (p 's < 0,05).

²⁹ Alle p 's > 0,08.

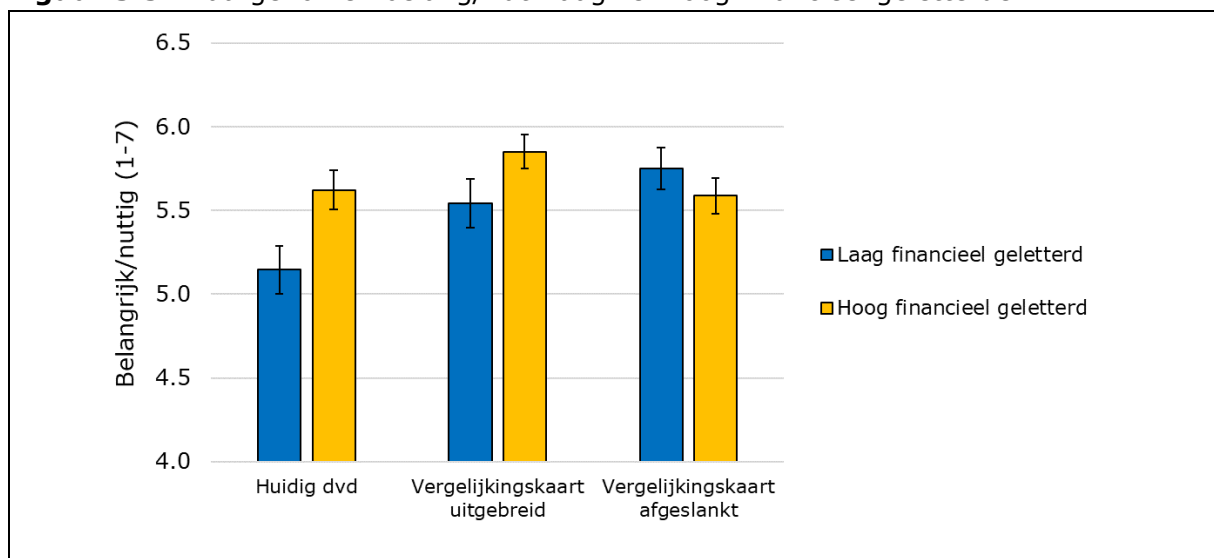
³⁰ Er is geen significant verschil in de mate van (productspecifieke) financiële geletterdheid (aantal correcte antwoorden) tussen experimentele groepen ($\chi^2(8) = 6,72$; $p = 0,567$). Ook niet wanneer we enkel kijken naar de groep gemotiveerde respondenten ($\chi^2(8) = 10,29$; $p = 0,245$).



Figuur 3.4. Bewuste keuzes: laag vs. hoog financieel geletterden



Figuur 3.5. Waargenomen belang/nut: laag vs. hoog financieel geletterden



In paragraaf 3.2.2 zagen we dat (gemotiveerde) respondenten die de uitgebreide versie van de vergelijingskaart zagen meer bewuste keuzes maakten voor een bepaalde financiële dienstverlener dan respondenten die het huidige dienstverleningsdocument of de afgeslankte vergelijingskaart zagen. Uit de vervolganalyse blijkt dat de uitgebreide vergelijingskaart vooral lager financieel geletterden stimuleert om bewuste keuzes te maken (zie Figuur 3.4).³¹ Lager financieel geletterden die minstens één informatiedocument bekeken gaven vaker aan een bewuste keuze te hebben gemaakt voor een bepaalde dienstverlener wanneer zij vergelijingskaarten hadden gezien (uitgebreid: 5,35 en afgeslankt: 5,34) dan wanneer zij dienstverleningsdocumenten hadden gezien (4,85³²; zie Figuur 3.4, blauwe staven). Voor hoger financieel geletterden, daarentegen, waren er geen significante verschillen tussen de vergelijingskaarten (5,68 en 5,33) en het dienstverleningsdocument (5,54; Figuur 3.4, oranje staven). Deze groep gaf wel vaker aan

³¹ Interactie tussen het type document en financiële geletterdheid (laag vs. hoog): $p = 0,012$.

³² p 's < 0,01.



een bewuste keuze te hebben gemaakt wanneer zij de uitgebreide versie van de vergelijkingskaart hadden gezien (5,68) dan wanneer zij de afgeslankte versie hadden gezien (5,33).³³

Een soortgelijk patroon zien we voor het waargenomen belang en nut van de informatie (Figuur 3.5).³⁴ Relatief laag financieel geletterden beoordeelden de informatie in de vergelijkingskaarten (5,54 en 5,75 op een 7-puntsschaal) als belangrijker dan de informatie in het dienstverleningsdocument (5,15³⁵; zie Figuur 3.5, blauwe staven). Het verschil tussen de uitgebreide en afgeslankte versie is niet significant. Hoger financieel geletterden vonden de informatie in de vergelijkingskaarten (5,85 en 5,59) even belangrijk als de informatie in het dienstverleningsdocument (5,62; Figuur 3.5, oranje staven). Hoger financieel geletterden die de uitgebreide vergelijkingskaart zagen beoordeelden de informatie wel als iets belangrijker (5,85) dan hoger financieel geletterden die de afgeslankte versie zagen (5,59).³⁶

De vergelijkingskaart lijkt dus vooral voor relatief laag financieel geletterden effectiever dan het dienstverleningsdocument in het geven van relevante informatie en het stimuleren van geïnformeerde keuzes. De andere verschillen tussen de vergelijkingskaart en het dienstverleningsdocument, zoals de verschillen in vergelijkingsgedrag, begrip en aantrekkelijkheid, hangen niet af van de mate van financiële geletterdheid. De eerder gevonden verschillen tussen de verschillende typen documenten zijn dus in beide groepen (ongeveer) even groot.

³³ $p = 0,011$.

³⁴ Interactie tussen het type document en financiële geletterdheid (laag vs. hoog): $p = 0,025$.

³⁵ Vergelijkingskaart (uitgebreid) vs. dienstverleningsdocument: $p = 0,054$; vergelijkingskaart (afgeslankt) vs. dienstverleningsdocument: $p = 0,002$.

³⁶ $p = 0,077$ (marginaal significant).



4 Conclusie

Het dienstverleningsdocument heeft als belangrijkste doel om vergelijkingen tussen financiële dienstverleners makkelijker te maken en te stimuleren, en consumenten op deze manier te helpen om een geïnformeerde keuze te maken voor een bepaalde dienstverlener. Daarvoor is het belangrijk dat het document informatie geeft waar consumenten behoefte aan hebben, die zij begrijpen en die op een aantrekkelijke manier gepresenteerd wordt.

Eerder onderzoek van CentERdata liet zien dat het huidige dienstverleningsdocument door veel consumenten wel als nuttig informatiedocument gezien wordt, maar in veel mindere mate gebruikt wordt om financiële dienstverleners met elkaar te vergelijken. In het huidige onderzoek is het door het ministerie ontwikkelde concept voor een nieuw (online) informatiedocument voorgelegd aan experts en aan consumenten die verwachtten op korte termijn een hypotheek af te zullen sluiten, waarna het is doorontwikkeld tot "vergelijkingskaart". Vervolgens is de effectiviteit van twee varianten van de vergelijkingskaart – een uitgebreide en een afgeslankte variant – ten opzichte van het huidige dienstverleningsdocument getest in een online experiment onder een nieuwe groep potentiële hypotheeksluiters.

Tabel 4.1. Overzicht van resultaten: vergelijkingskaart versus dienstverleningsdocument

	Alle respondenten				Respondenten die min. 1 document openden bij het maken van een keuze ("gemotiveerde groep")		
	Huidig dienstverleningsdocument	Vergelijkingskaart - uitgebreid	Vergelijkingskaart - afgeslankt		Huidig dienstverleningsdocument	Vergelijkingskaart - uitgebreid	Vergelijkingskaart - afgeslankt
1. Vergelijkingsgedrag							
Aantal bekeken documenten							
Gerapporteerd vergelijkingsgedrag							
Grootte van de consideration set							
Gebruiksintenties	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.				
2. Keuzegegedrag							
Bewuste keuzes							
Verstandige keuzes							
3. Begrip van de informatie							
Begrip							
Kennis over verschillen tussen typen dienstverleners							
4. Evaluatie van de informatie							
Relevantie van de informatie							
Aantrekkelijkheid (vorm)							
Hoeveelheid informatie							

Groene en rode kleuren geven aan hoe de verschillende typen documenten scoren *ten opzichte van elkaar* op de verschillende aspecten. Grijs cellen geven aan dat er geen verschillen zijn tussen de typen informatiedocumenten op dat aspect. Gebruiksintenties zijn alleen gemeten bij respondenten die vergelijkingskaarten of dienstverleningsdocumenten hadden bekeken.



De resultaten van het online experiment laten zien dat de vergelijkingskaart, en met name de uitgebreide versie, op veel aspecten beter werkt dan het huidige dienstverleningsdocument. Tabel 4.1 geeft een overzicht van de bevindingen. In dit hoofdstuk bespreken we deze bevindingen aan de hand van de volgende vijf vragen:

- Stimuleert het nieuwe concept de vergelijking van financiële dienstverleners?
- Helpt het nieuwe concept consumenten om beter geïnformeerde, bewuste keuzes te maken?
- Begrijpen consumenten de informatie?
- Bevat het nieuwe concept informatie waar consumenten behoefte aan hebben wanneer zij op zoek zijn naar een financiële dienstverlener (inhoud)?
- Vinden consumenten de informatie aantrekkelijk (vorm)?

1. Stimuleert de nieuwe vergelijkingskaart de vergelijking van financiële dienstverleners?

Ja, wanneer vergelijkingskaarten in plaats van dienstverleningsdocumenten werden aangeboden waren respondenten meer geneigd de documenten te bekijken en bekeken zij er gemiddeld ook meer. Alleen de naamsverandering – van “dienstverleningsdocument” naar “vergelijkingskaart” – bleek al een effect te hebben: het aandeel van de respondenten dat informatiedocumenten opende steeg hierdoor van ongeveer 55% naar 62%.

Van de respondenten die minstens een dienstverleningsdocument openden wanneer zij een keuze moesten maken voor een financiële dienstverlener, opende bijna de helft er slechts één. Maar een kleine groep (16,4%) opende de dienstverleningsdocumenten van alle acht financiële dienstverleners. Respondenten die minstens een vergelijkingskaart openden, openden veel vaker de vergelijkingskaarten van alle dienstverleners, maar alleen wanneer de *uitgebreide* versie van de kaart aangeboden werd (31,7%).

Ruim 40% van de respondenten die meerdere vergelijkingskaarten bekeken gaf aan de vergelijkingskaarten veel te hebben gebruikt om dienstverleners te vergelijken (dit is circa 20% van de totale groep). Binnen de groep die dienstverleningsdocumenten bekeek was dit slechts ongeveer een kwart (9% van de totale groep).

De sterke toename in het gebruik van het informatiedocument komt waarschijnlijk voort uit het feit dat de vergelijkingskaart deze vergelijkingen *makkelijker* maakt. Respondenten die vergelijkingskaarten hadden bekeken tijdens het kiezen van een financiële dienstverlener gaven aan het makkelijker te vinden om de dienstverleners te vergelijken dan respondenten die dienstverleningsdocumenten hadden bekeken. Ook op dit aspect scoorde vooral de uitgebreide versie van de vergelijkingskaart goed; de verschillen tussen de afgeslankte versie en het huidige dienstverleningsdocument waren niet altijd significant.

Naast het geobserveerde en zelfgerapporteerde vergelijkingsgedrag is ook gekeken naar de grootte van de consideration set (d.w.z. het aantal dienstverleners waarin men geïnteresseerd is, bijv. voor een oriëntatiegesprek) en de mate waarin men van plan is het informatiedocument te gebruiken wanneer men echt op zoek is naar een financiële dienstverlener (gebruiksintenties). Op deze aspecten zagen we geen verschillen tussen de verschillende typen informatiedocumenten (zie Tabel 4.1).

Respondenten die vergelijkingskaarten zagen waren in ongeveer evenveel dienstverleners geïnteresseerd als respondenten die dienstverleningsdocumenten zagen. Respondenten



die uit zichzelf informatiedocumenten openden, vormden gemiddeld significant grotere consideration sets dan respondenten die dat niet deden, ongeacht het type document dat zij te zien kregen: vergelijkingskaart of dienstverleningsdocument. De gevormde consideration sets bevatten gemiddeld 2,7 dienstverleners, maar de meeste sets bestonden uit slechts één dienstverlener.³⁷ Het is de vraag hoe erg dat is. Wanneer consumenten – met behulp van de informatiedocumenten – een *weloverwogen* keuze maken om zich bij één dienstverlener verder te oriënteren (zie volgende paragraaf), lijken dergelijke kleine consideration sets niet problematisch.

Naast het vergelijkingsgedrag in het online experiment is aan respondenten die documenten hadden bekeken gevraagd of zij de informatie – de vergelijkingskaart of het dienstverleningsdocument – ook zouden gebruiken om dienstverleners te vergelijken wanneer zij echt op zoek zouden zijn naar een financiële dienstverlener. Ongeveer een kwart van deze groep gaf aan de informatie zeker te gaan gebruiken. Dit percentage is hoger dan verwacht op basis van het onderzoek in fase 1 en het eerdere onderzoek van CentERdata, en verschilde niet tussen de verschillende typen documenten (zie Tabel 4.1). Dit komt mogelijk omdat de vraag in het online experiment alleen is gesteld aan respondenten die minstens een document hadden bekeken bij het kiezen van een dienstverlener in het online experiment, en dus aan een groep die überhaupt meer gemotiveerd is om de informatie (ongeacht de vorm) te gebruiken.

Toch lijkt deze bevinding dat gebruiksintenties even hoog zijn voor de vergelijkingskaart als voor het dienstverleningsdocument tegenstrijdig met de eerdere bevinding dat de vergelijkingskaart intensiever gebruikt wordt dan het dienstverleningsdocument bij het kiezen van een financiële dienstverlener. Deze bevindingen zouden een illustratie kunnen zijn van de in de gedragsliteratuur bekende *intention-behavior gap*, waarbij gedragsintenties (hier; het van plan zijn om de informatie te gebruiken) zich niet altijd doorvertalen in daadwerkelijk gedrag (hier; de documenten daadwerkelijk gebruiken).³⁸ Daarbij moet wel opgemerkt worden dat in ander onderzoek naar de intention-behavior gap doorgaans wordt gevonden dat er wel gedragsintenties gevormd worden, maar het (geplande) gedrag vervolgens niet vertoond wordt. Hier observeren we het omgekeerde, namelijk dat men geen sterkere intentie vormt om vergelijkingskaarten te gebruiken, maar wel meer geneigd is ze te gebruiken in de keuze voor een dienstverlener wanneer men vergelijkingskaarten krijgt aangeboden. Het verschil dat we zien in het geobserveerde gebruik van de documenten in de keuzetaak versus de zelfgerapporteerde gebruiksintenties zou ook te maken kunnen hebben met de mate waarin de informatie direct beschikbaar is voor vergelijking. In de keuzetaak waren de dienstverleningsdocumenten en vergelijkingskaarten namelijk direct beschikbaar (maar kon de keuze ook op basis van andere informatie gemaakt worden); bij het meten van de gebruiksintenties werd juist aan respondenten uitgelegd waar men de informatie kon vinden. Het zou kunnen dat vergelijkingskaarten meer gebruikt worden dan dienstverleningsdocumenten wanneer het geen of nauwelijks moeite kost om ze te vinden, maar niet wanneer men (het idee krijgt dat men) veel moeite moet doen om de informatie zelf te verzamelen.

³⁷ Het zou ook kunnen dat het beloningssysteem, waarbij respondenten geen kans meer maakten op een extra financiële beloning wanneer zij een onverstandige keuze maakten, een drukkend effect heeft gehad op de grootte van de gevormde consideration sets, waardoor er geen verschillen tussen de informatietypen gevonden zijn.

³⁸ Sheeran, P., & Webb, T. L. (2016). The intention-behavior gap. *Social and personality psychology compass*, 10(9), 503-518.



2. Helpt de nieuwe vergelijkingskaart consumenten om beter geïnformeerde, bewuste keuzes te maken?

Ja, respondenten die informatiedocumenten bekeken gaven vaker aan goed te weten wat voor soort dienstverlener zij hebben gekozen en goed te hebben nagedacht over hun keuze wanneer zij vergelijkingskaarten zagen dan wanneer zij dienstverleningsdocumenten zagen. Deze effecten waren er echter alleen voor de *uitgebreide* versie van de vergelijkingskaart; de afgeslankte versie was niet effectiever in het stimuleren van bewustere keuzes dan het huidige dienstverleningsdocument.

Op het niveau van de gehele steekproef worden deze verschillen echter gemaskeerd (zie Tabel 4.1) omdat een substantiële groep geen enkel informatiedocument opende bij het kiezen van een dienstverlener, en de inhoud van de documenten voor die groep dus ook geen impact *kon* hebben. Het feit dat we geen verschillen vinden tussen het dienstverleningsdocument en de (uitgebreide) vergelijkingskaart binnen de gehele steekproef wordt dus veroorzaakt door het feit dat niet iedereen gemotiveerd is om documenten te bekijken (de keuze kon immers ook gemaakt worden op basis van andere informatie die direct gegeven werd). Op deze bevinding komen we later terug.

Ook is gekeken hoe goed, vergeleken met het dienstverleningsdocument, het nieuwe concept financieel laag geletterden beschermt tegen onverstandige keuzes, namelijk het afsluiten van een hypotheek zonder advies (execution-only). Consistent met cijfers uit eerder onderzoek³⁹ koos ongeveer 10% van de respondenten voor execution-only. Het percentage lag iets lager onder lager (8%) dan onder hoger financieel geletterden (13%), maar was niet significant afhankelijk van het type informatiedocument dat gepresenteerd werd. Er is dus geen verschil tussen de vergelijkingskaart en het dienstverleningsdocument in de mate waarin het document lager financieel geletterden beschermt tegen de onverstandige keuze om een hypotheek zonder advies af te sluiten.

Er zijn geen aanwijzingen dat invoering van de vergelijkingskaart tot verschuivingen leidt in het type dienstverlener (online dienstverlener, bank, zelfstandig adviseur) dat men kiest.

3. Begrijpen consumenten de informatie?

De informatie in de vergelijkingskaarten wordt aanzienlijk beter begrepen dan de informatie in het huidige dienstverleningsdocument. De uitgebreide en afgeslankte versies van de vergelijkingskaart worden door respectievelijk 83% en 77% van de respondenten duidelijk gevonden, tegenover 68% voor het huidige dienstverleningsdocument.

Binnen de gemotiveerde groep die de documenten ook daadwerkelijk gebruikte bij het kiezen van een dienstverlener in het experiment was het verschil in begrip tussen de vergelijkingskaart en het dienstverleningsdocument nog groter (dienstverleningsdocument: 60% vs. uitgebreide vergelijkingskaart: 84% en afgeslankte vergelijkingskaart: 76%). Het was niet zo dat de gemotiveerde respondenten de vergelijkingskaart duidelijker

³⁹ CentERdata (2017). *Consumenten en financieel advies: Onderzoek in het kader van de evaluatie van het provisieverbod*. Onderzoek in opdracht van het ministerie van Financiën.



vonden (dan de respondenten die het document niet gebruikten bij het maken van een keuze), zij vonden het dienstverleningsdocument juist *minder* duidelijk.

Daarnaast lijkt de vergelijkingskaart, meer dan het dienstverleningsdocument, bij te dragen aan kennis over de voorwaarden voor onafhankelijk advies.

4. Bevat het nieuwe concept informatie waar consumenten behoefte aan hebben wanneer zij op zoek zijn naar een financiële dienstverlener (inhoud)?

Over het algemeen wordt de informatie in zowel het huidige dienstverleningsdocument als de vergelijkingskaart door de overgrote meerderheid van de potentiële hypotheeksluiters nuttig en belangrijk gevonden. Gemiddeld gaf 70 tot 75% van alle respondenten aan dat de informatie aansluit bij hun behoeften.

De groep die de documenten ook daadwerkelijk bekeek tijdens het maken van een keuze vond de informatie in de uitgebreide vergelijkingskaart nuttiger en belangrijker dan de informatie in het dienstverleningsdocument (Tabel 4.1). De afgeslankte vergelijkingskaart verschilt niet van het dienstverleningsdocument op deze aspecten.

5. Vinden consumenten de informatie aantrekkelijk (vorm)?

Ten slotte zien we een sterke stijging in de mate waarin potentiële hypotheeksluiters de informatie aantrekkelijk vinden wanneer het dienstverleningsdocument vervangen wordt door de nieuwe vergelijkingskaart. Men vindt de vergelijkingskaart aanzienlijk overzichtelijker, prettiger om te lezen, en meer uitnodigend dan het dienstverleningsdocument. Ook hier suggereren de resultaten dat het huidige dienstverleningsdocument consumenten wat tegenvalt wanneer zij het willen gebruiken om dienstverleners te vergelijken: respondenten die dat deden beoordeelden het dienstverleningsdocument vervolgens als minder aantrekkelijk (minder overzichtelijk, minder prettig om te lezen, minder uitnodigend) dan respondenten die het dienstverleningsdocument voor het eerst zagen. Dit effect zagen we niet voor de vergelijkingskaart.

Ook wordt de hoeveelheid informatie die de (uitgebreide) vergelijkingskaart geeft significant vaker als "precies goed" gezien dan bij het huidige dienstverleningsdocument, waarvan men vaker vindt dat dit te veel informatie geeft. De hoeveelheid informatie in de afgeslankte versie wordt door (met name) de gemotiveerde groep relatief vaak als te beperkt gezien, wat waarschijnlijk verklaart waarom deze versie in algemenere zin minder goed werkt dan de uitgebreidere variant.

Laag financieel geletterden

Op een groot aantal aspecten blijkt de vergelijkingskaart, en met name de uitgebreide variant, dus effectiever dan het huidige dienstverleningsdocument. Ook is gekeken in hoeverre deze positieve effecten van de vergelijkingskaart ten opzichte van het huidige dienstverleningsdocument ook gelden voor de kwetsbaardere groep lager financieel geletterden.

Een eerste belangrijke bevinding is dat er geen verschil is tussen de vergelijkingskaart en het dienstverleningsdocument in de mate van bescherming van lager financieel geletterden. In het experiment kozen de lager financieel geletterden minder vaak voor



execution-only dan de hoger financieel geletterden, en we zagen hierin geen verschuivingen als gevolg van het aanbieden van een ander type informatiedocument.

Over het algemeen waren lager financieel geletterden wel iets minder geneigd om de informatiedocumenten te bekijken dan hoger financieel geletterden. Dit geldt evenveel voor de vergelijkingskaarten als voor de dienstverleningsdocumenten. Dit wil echter niet zeggen dat alleen hoog financieel geletterden gemotiveerd zijn om de informatiedocumenten te bekijken en gebruiken; ook binnen de groep die minstens een document bekeek bij het maken van een keuze (de gemotiveerde groep) zien we een substantieel percentage laag financieel geletterden (ca. 40% van de groep).⁴⁰

Als we kijken naar deze gemotiveerde groep lijkt de vergelijkingskaart vooral voor de *lager* financieel geletterden een verbetering ten opzichte van het huidige dienstverleningsdocument. Zij vinden de informatie in de vergelijkingskaarten relevanter dan de informatie in het dienstverleningsdocument. Ook is de vergelijkingskaart met name binnen de groep laag financieel geletterden effectiever dan het dienstverleningsdocument in het stimuleren van bewuste keuzes voor een bepaalde financiële dienstverlener. Voor hoger financieel geletterden zijn er geen significante verschillen tussen de vergelijkingskaart en het dienstverleningsdocument in de mate waarin de informatie relevant gevonden wordt en een bewuste keuze voor een bepaalde financiële dienstverlener stimuleert.

De verschillen tussen de vergelijkingskaart en het dienstverleningsdocument op andere aspecten (bv. vergelijkingsgedrag, begrip, aantrekkelijkheid) waren niet significant sterker of zwakker voor lager (vs. hoger) financieel geletterden.

Conclusie en aanbeveling

Samenvattend kan worden geconcludeerd dat de vergelijkingskaart duidelijk effectiever is dan het huidige dienstverleningsdocument. De uitgebreide vergelijkingskaart is bovendien effectiever dan de afgeslankte variant, die op aanzienlijk minder aspecten beter presteerde dan het dienstverleningsdocument (zie Tabel 4.1). Specifieker suggereren de resultaten van het online experiment:

1. dat consumenten meer geneigd zijn vergelijkingskaarten te bekijken dan dienstverleningsdocumenten (een puur *benamingseffect*);
2. dat de (uitgebreide) vergelijkingskaart vergelijkingen vergemakkelijkt en (daardoor) meer gebruikt wordt in de keuze voor een financiële dienstverlener dan het huidige dienstverleningsdocument wanneer deze kaart aangeboden wordt;
3. dat de vergelijkingskaarten consumenten die de kaarten bekijken helpen beter geïnformeerde keuzes te maken voor een bepaalde dienstverlener; en dat met name voor lager financieel geletterden de vergelijkingskaarten hierin effectiever zijn dan het huidige dienstverleningsdocument;
4. dat de informatie in de vergelijkingskaart substantieel beter wordt begrepen en aantrekkelijker wordt gevonden (overzichtelijker, prettiger te lezen, en meer uitnodigend) dan de informatie in het dienstverleningsdocument;
5. dat er geen verschil is tussen de vergelijkingskaart en het huidige dienstverleningsdocument in de mate waarin het informatiedocument lager financieel geletterden beschermt tegen onverstandige keuzes, en dat de

⁴⁰ Onder (relatief) laag financieel geletterden verstaan we hier mensen die hooguit de helft van de (basis)kennisvragen over hypotheek juist beantwoordden.



vergelijkingskaart niet leidt tot een significante verschuiving in consumentenvoorkeuren voor verschillende soorten dienstverleners (online dienstverlener, bank of zelfstandig adviseur).

Op geen enkel aspect scoort het huidige dienstverleningsdocument beter dan de nieuwe vergelijkingskaart (zie Tabel 4.1).

De (uitgebreide) dienstverleningskaart blijkt dus een substantiële verbetering ten opzichte van het dienstverleningsdocument, en het lijkt daarom zinvol het dienstverleningsdocument te vervangen door de vergelijkingskaart. In het eerdere onderzoek van CentERdata werd geschat dat slechts 7% van de consumenten die een hypotheek willen afsluiten het dienstverleningsdocument gebruikt om financiële dienstverleners met elkaar te vergelijken. Op basis van dit onderzoek kunnen we eenzelfde schatting maken voor de uitgebreide vergelijkingskaart. In het huidige experiment gaf 9% van alle respondenten die dienstverleningsdocumenten kregen voorgelegd aan de dienstverleningsdocumenten uitgebreid te hebben gebruikt om financiële dienstverleners met elkaar te vergelijken; een percentage vergelijkbaar met het eerdere onderzoek. Wanneer de uitgebreide vergelijkingskaart werd voorgelegd, steeg dit percentage naar 21%: meer mensen bekeken de vergelijkingskaarten én van de mensen die de kaarten bekeken gaf een groter deel aan de informatie intensief gebruikt te hebben voor het vergelijken van dienstverleners. Echter, op basis van de vraag of mensen de informatiedocumenten in de werkelijkheid zouden gebruiken om dienstverleners met elkaar te vergelijken schatten we de gebruikspercentages op 16% voor de (uitgebreide) vergelijkingskaart en 13% voor het dienstverleningsdocument (een niet-significant verschil).

Of de vergelijkingskaart daadwerkelijk meer gebruikt gaat worden dan het dienstverleningsdocument lijkt afhankelijk van de omstandigheden waaronder het aan consumenten aangeboden wordt. In het experiment waren de links naar de vergelijkingskaarten en dienstverleningsdocumenten overzichtelijk in het lijstje met financiële dienstverleners weergegeven. Ondanks deze directe beschikbaarheid van de kaarten bekeek toch ongeveer 40% van de respondenten geen enkele kaart, en waren het ook vaker lager financieel geletterden die de kaarten links lieten liggen. In de werkelijkheid zal de vindbaarheid lager zijn dan in het experiment en zullen consumenten zelf enige moeite moeten doen om de informatie op te zoeken. Wanneer dit veel moeite kost of consumenten het idee krijgen dat dit veel moeite kost, haken zij mogelijk af. De bevinding dat gebruiksintenties na uitleg over de vindbaarheid van de documenten niet hoger waren voor de vergelijkingskaart dan voor het dienstverleningsdocument lijkt consistent met dit idee. In dat geval worden de positieve effecten van de vergelijkingskaart zoals gevonden in het huidige onderzoek mogelijk niet bereikt. Wanneer de vergelijkingskaarten ingevoerd worden is het dus essentieel dat consumenten op de hoogte zijn van het bestaan van de kaarten en drempels voor consumenten, en lager financieel geletterden in het bijzonder, om de kaarten te gebruiken zoveel mogelijk worden weggenomen.



A Vragenlijst fase 1

A.1 Selectievragenlijst

Scherf 1 [Introductie]

Deze korte vragenlijst gaat over verhuizen.

Scherf 2

Q1. Verwacht u binnen nu en vijf jaar een (ander) huis te kopen?

- 1 Zeer zeker niet
- 2 Bijna zeker niet
- 3 Waarschijnlijk niet
- 4 Misschien wel, misschien niet
- 5 Waarschijnlijk wel
- 6 Bijna zeker wel
- 7 Zeer zeker wel

Scherf 3

Als Q1 > 3:

Q2. Op welke termijn verwacht u dit (misschien) te doen?

- Binnen nu en 3 maanden
- Binnen 3 maanden tot een jaar
- Binnen een tot drie jaar
- Binnen drie tot vijf jaar

Scherf 3

Een hypotheek is een lening die u afsluit om een huis (of ander pand) te kopen.

Q3. Verwacht u binnen nu en vijf jaar een hypotheek af te sluiten of de hypotheek die u nu hebt te veranderen? Zo ja, op welke termijn verwacht u dit (misschien) te doen?

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	Nee	Ja, binnen nu en 3 maanden	Ja, binnen 3 maanden tot een jaar	Ja, binnen een tot drie jaar	Ja, binnen drie tot vijf jaar
Q3_1. Het afsluiten van een eerste hypotheek					
Q3_2. Een nieuwe hypotheek afsluiten door een verhuizing naar een andere koopwoning					
Q3_3. Een nieuwe hypotheek afsluiten voor het kopen van een tweede woning					
Q3_4. Een extra hypotheek afsluiten of de hypotheek die u nu					



hebt verhogen, bijvoorbeeld voor een verbouwing					
Q3_5. Het aanpassen/veranderen van de hypotheek die u nu hebt voor een hypotheek met nieuwe voorwaarden ("oversluiten"), zonder te verhuizen					

Scherf 4

Als $Q3_X > 1$ (minimaal 1 x "Ja, ..."):

Q4. U verwacht binnen nu en vijf jaar een hypotheek af te sluiten of de hypotheek die u nu hebt te veranderen.

Bent u van plan dit te doen met hulp van financieel adviseur (bv. een zelfstandig adviseur of adviseur van een bank)?

- Ja, dat heb ik al gedaan
- Ja, dat ben ik van plan
- Nee, dat ben ik niet van plan
- Dat weet ik echt (nog) niet

Selectiecriteria:

1. Alle respondenten met ($Q3_1 > 1$ & $Q3_1 < 5$ & $Q1 > 3$) OF ($Q3_2 > 1$ & $Q3_1 < 5$ & $Q1 > 3$)
2. Verder aanvullen met respondenten met ($Q3_1 > 1$ & $Q3_1 = 5$ & $Q1 > 3$) OF ($Q3_2 > 1$ & $Q3_1 = 5$ & $Q1 > 3$)

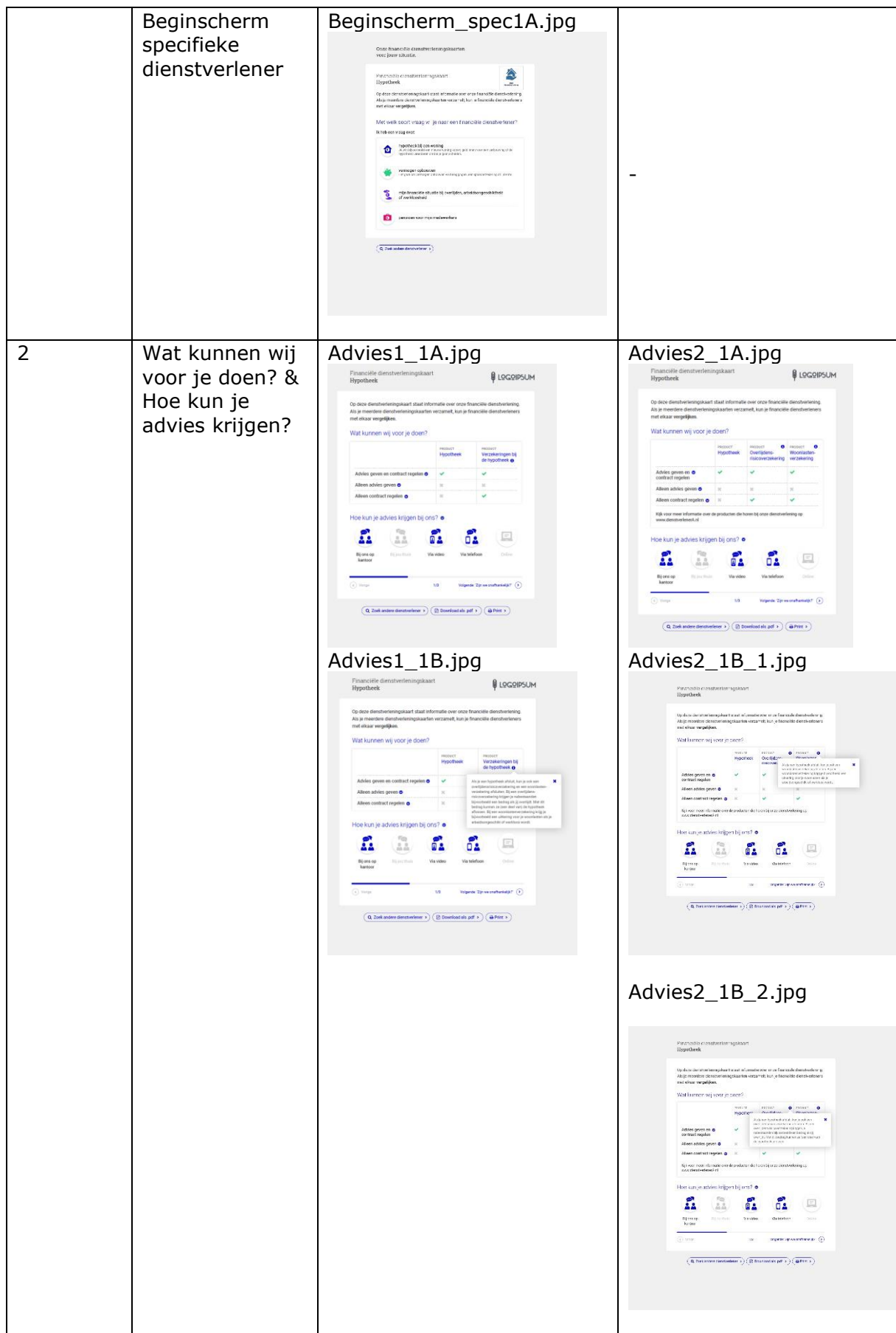
A.2 Vragenlijst

Vragenlijstkenmerken

- $N = \text{min. } 400$ (completes), invulduur 20 minuten
- Tablet/smartphone zijn uitgesloten (desktop-only vragenlijst)

Overzicht van afbeeldingen:

Scherfmr.	Scherf	Versie 1	Versie 2
1	Beginscherf algemeen		





Advies1_1C.jpg

Advies1_1D.jpg

Advies2_1C.jpg

Advies2_1D.jpg

3

Zijn we onafhankelijk?

Onafhankelijk1A.jpg

Onafhankelijk1B.jpg

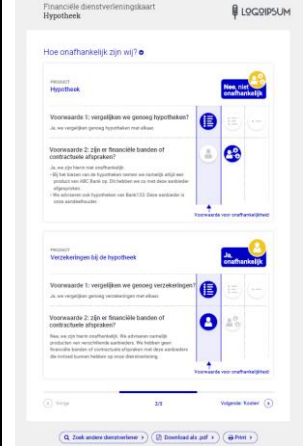
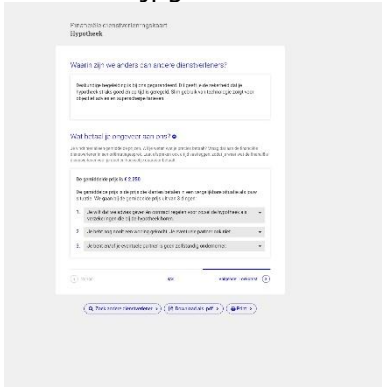
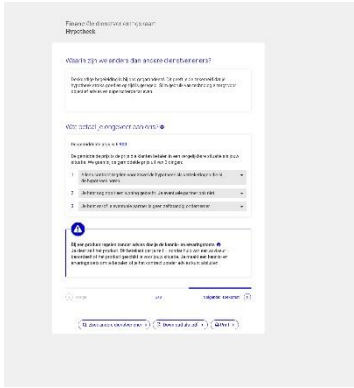
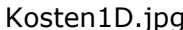
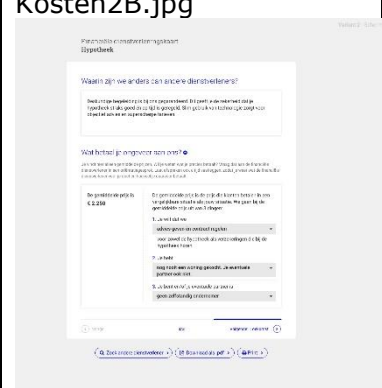
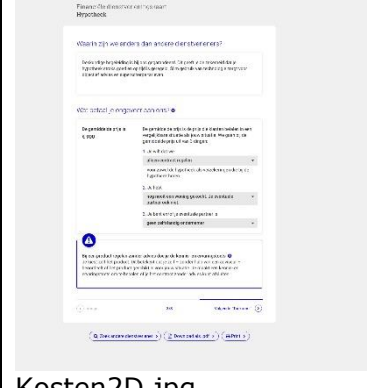
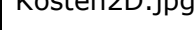
Onafhankelijk1C.jpg

Onafhankelijk2A.jpg

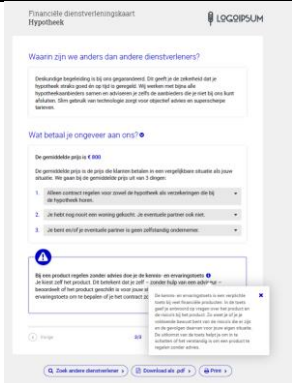
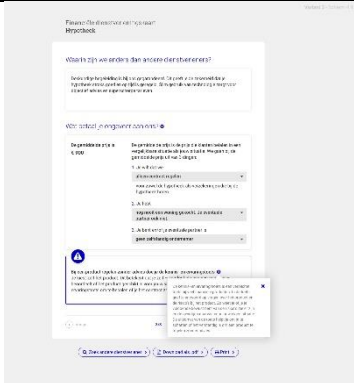
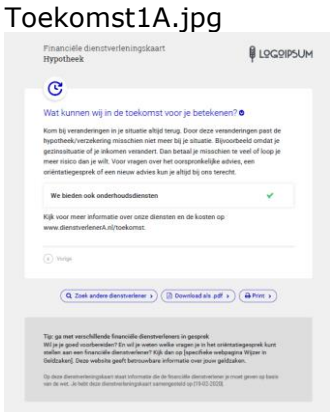
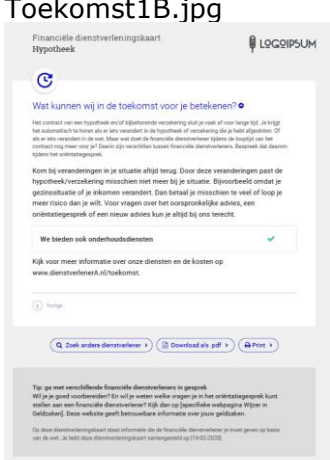
Onafhankelijk2B.jpg

Onafhankelijk2C.jpg



			
4	Hoe onderscheiden we ons? & Wat betaal je ongeveer?	   	   



			
5	Wat kunnen we in de toekomst voor je betekenen?	 	

Deel 1: Evaluatie gehele dienstverleningskaart

Respondenten worden willekeurig toegewezen aan een niveau van X1.

X1	Versie van schermnr. 1 (beginscherm)
1	Algemeen beginscherm
2	Direct naar kaart van specifieke dienstverlener

Respondenten worden willekeurig toegewezen aan een niveau van X2.

X2	Versie van schermnr. 2, 3 & 4 die in deel 1 getoond wordt
1	Versie 1
2	Versie 2



Respondenten worden toegewezen aan een niveau van X3, afhankelijk van hun antwoord op Q3 in de selectievragenlijst.

X3	Q3	Beginscherm
1	Q3_1 > 1	Starter
2	Q3_2 > 1	Doorstromer

Respondenten worden willekeurig toegewezen aan een niveau van X5.

X5	Subversie van schermnr. 2 ("Wat kunnen wij voor je doen? & Hoe kun je advies krijgen?")
1	Subversie 1
2	Subversie 2

Deel 2: Meedenken over verbeteringen voor één van de schermen

Als X1 = 1: Respondenten worden willekeurig toegewezen aan een niveau van X4

X4	Scherm
1	Beginscherm
2	Wat kunnen wij voor je doen? & Hoe kun je advies krijgen?
3	Zijn we onafhankelijk?
4	Hoe onderscheiden we ons? & Wat betaal je ongeveer?

Als X1 = 2: Respondenten worden willekeurig toegewezen aan een niveau van X4 m.u.v. X4 = 1.

X4	Scherm
2	Wat kunnen wij voor je doen? & Hoe kun je advies krijgen?
3	Zijn we onafhankelijk?
4	Hoe onderscheiden we ons? & Wat betaal je ongeveer?

Scherm 1 [Algemene introductie]

U bent speciaal geselecteerd voor deze vragenlijst. In een eerdere vragenlijst gaf u aan dat u denkt binnen nu en vijf jaar een hypotheek te zullen afsluiten. Ook als dit nog niet zeker is kunt u deze vragenlijst invullen.

Als je een hypotheek gaat afsluiten komt er vaak veel op je af. Je moet bijvoorbeeld kiezen of je een hypotheekadviseur in de arm neemt, en zo ja, welke dan. Deze vragenlijst gaat over die keuze.

Om mensen te helpen bij deze keuze bestaan er financiële dienstverleningskaarten. Elke financiële dienstverlener die hypotheekadvies geeft en/of de hypotheek voor je kan regelen heeft een dienstverleningskaart. Op die kaart staat informatie over de financiële dienstverlening.

In deze vragenlijst vragen we uw hulp bij het verbeteren van de dienstverleningskaarten. Vindt u de informatie op de kaart nuttig? Is de informatie duidelijk of niet? En wat kan volgens u beter?



In totaal vragen we 400 panelleden om mee te denken. Omdat we erg blij zijn met uw hulp, geven we 40 panelleden met de beste tips een geldbedrag van 20 euro. Dit bedrag komt bovenop de normale vergoeding.

Scherf 2 [Informatiebehoefte]

Stelt u zich voor dat u op dit moment van plan bent om een hypotheek af te sluiten.

U bent op zoek naar een financiële dienstverlener die u kan helpen bij het afsluiten van een hypotheek en die u een hypotheekadvies kan geven (als u dat wilt).

Er zijn verschillende soorten dienstverleners. Zo kunt u voor hypotheekadvies bijvoorbeeld naar een zelfstandig adviseur van een klein of groter adviesbureau (een "tussenpersoon"), of naar een hypotheekadviseur van een bank. Ook is het mogelijk om een hypotheek online af te sluiten, met of zonder advies, bijvoorbeeld via een vergelijkingssite.

Q1. Welke vragen zou u aan financiële dienstverleners willen stellen om ze te kunnen vergelijken en zo een goede keuze te maken? Typ hieronder de vragen die u aan dienstverleners zou willen stellen.

U stelt de vragen dus om een keuze te maken voor een bepaalde financiële dienstverlener en niet om de keuze te maken voor een bepaald hypotheekproduct.

Vraag 1: [Q1_1; invulveld]

Vraag 2: [Q1_2; invulveld]

Vraag 3: [Q1_3; invulveld]

Vraag 4: [Q1_4; invulveld]

Vraag 5: [Q1_5; invulveld]

Vraag 6: [Q1_6; invulveld]

Vraag 7: [Q1_7; invulveld]

Vraag 8: [Q1_8; invulveld]

Vraag 9: [Q1_9; invulveld]

Vraag 10: [Q1_10; invulveld]

Scherf 3 [Informatiebehoefte]

Indien meer dan drie vragen ingevuld:

Q2. Welke **drie vragen** zijn het meest belangrijk voor u? Zet daar een vinkje achter.

@Programmeur: Toon Q1_1-Q1_X op dezelfde manier als Q1, met aanvinkboxjes erachter.

Scherf 4 [Introductie evaluatie concepten]

Om mensen te helpen bij de keuze voor een bepaalde financiële dienstverlener bestaan er dienstverleningskaarten. In deze vragenlijst kijken we naar de informatie op de kaart over financiële dienstverlening bij hypotheek. Elke financiële dienstverlener die hypotheekadvies geeft en/of de hypotheek voor je kan regelen heeft zo'n dienstverleningskaart.

De dienstverlenerskaarten zijn online te vinden. Alle dienstverleningskaarten worden verzameld op één website, zodat u de informatie van verschillende financiële dienstverleners kunt opzoeken, vergelijken, en afdrukken.



Scherf 5 [Instructie]

De rest van deze vragenlijst bestaat uit de drie delen.

U krijgt eerst de dienstverleningskaart van een bepaalde financiële dienstverlener ("D&K Financieel advies") helemaal te zien. De kaart bestaat uit **vier** informatieschermen. Bij elk scherm vragen we of u de informatie duidelijk en belangrijk vindt.

Daarna krijgt u één informatiescherm nog eens te zien en vragen wij u mee te denken over mogelijke verbeteringen.

Tot slot krijgt u nog enkele vragen over wat u weet van hypotheek.

Scherf 6 [Instructie]

In een echte online dienstverleningskaart kunt u soms op de informatie klikken om meer uitleg te krijgen. Maar in deze vragenlijst werkt dat niet. U krijgt *plaatjes* van de verschillende informatieschermen te zien. Als u ergens op kunt klikken voor meer uitleg, dan krijgt u die uitleg op het volgende plaatje te zien.

Scherf 7

Alle respondenten:

Stelt u zich voor dat u [*als* $X3 = 1$: een woning wilt kopen; *als* $X3 = 2$: een andere woning wilt kopen]. U bent op zoek naar een financiële dienstverlener die u kan helpen bij het afsluiten van een hypotheek en die u een hypotheekadvies kan geven (als u dat wilt).

Als $X1 = 1$: U bent online op zoek naar informatie over financiële dienstverleners en ziet het volgende scherm. Bekijk en lees de informatie op het scherm goed en beantwoord dan de vragen.

<Toon "Beginscherm_alg1A.jpg">

Als $X1 = 2$: U hebt een afspraak gemaakt bij een financiële dienstverlener voor een kennismakingsgesprek. U krijgt een afspraakbevestiging per e-mail. In de e-mail ziet u een link waarop u kunt klikken voor meer informatie over de dienstverlening. Dat doet u en u ziet dan het volgende scherm. Bekijk en lees de informatie op het scherm goed en beantwoord dan de vragen.

<Toon "Beginscherm_spec1A.jpg">

Alle respondenten:

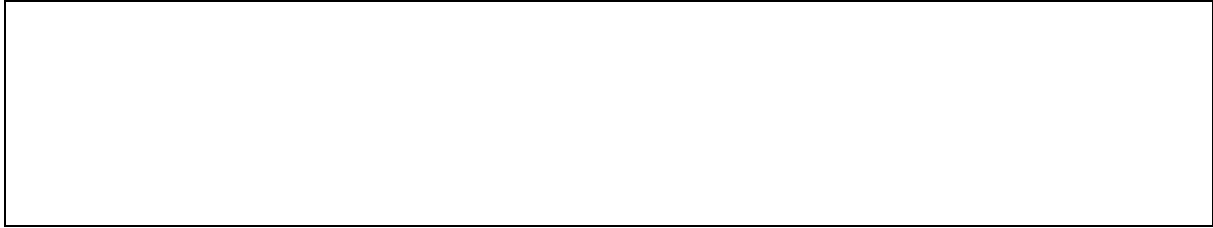
Q3. Vindt u de informatie op dit scherm duidelijk?

- 1 Alle informatie is duidelijk
- 2 Niet alle informatie is duidelijk

Als $Q3 = 2$:

Q4. Wat vindt u *niet* duidelijk op dit scherm? Probeer dit zo goed mogelijk te beschrijven.

Essay box



Scherf 8 [Wat kunnen wij voor je doen? & Hoe kun je advies krijgen: Begrip en relevantie]

Als X1 = 1: Als u op "hypotheek bij een woning" klikt, gaat u naar de dienstverleningskaart met informatie over financiële dienstverlening bij hypotheek. U krijgt in dit geval de dienstverleningskaart van "D&K Financieel advies" te zien. Dit is het **eerste** informatiescherm. Bekijk en lees de informatie op het scherm goed.

Als X1 = 2: Als u verder gaat, ziet u de dienstverleningskaart van "D&K Financieel advies".

<Als X2 = 1 & X5 = 1: toon "Advies1_1A.jpg">

<Als X2 = 2 & X5 = 1: toon "Advies2_1A.jpg" >

<Als X2 = 1 & X5 = 2: toon "Advies1_2A.jpg" >

<Als X2 = 2 & X5 = 2: toon "Advies2_2A.jpg" >

Scherf 9

Als X2 = 1: Achter "Verzekeringen bij de hypotheek" ziet u een blauw cirkeltje met een "i". Als u daarop klikt, ziet u de volgende uitleg.

Als X2 = 2: Achter "Overlijdensrisicoverzekering" ziet u een blauw cirkeltje met een "i". Als u daarop klikt, ziet u de volgende uitleg.

<Als X2 = 1 & X5 = 1: toon "Advies1_1B.jpg">

<Als X2 = 2 & X5 = 1: toon "Advies2_1B_1.jpg" >

<Als X2 = 1 & X5 = 2: toon "Advies1_2B.jpg" >

<Als X2 = 2 & X5 = 2: toon "Advies2_2B_1.jpg" >

Scherf 9b

Als X2 = 2: Achter "Woonlastenverzekering" ziet u ook een blauw cirkeltje met een "i". Als u daarop klikt, ziet u de volgende uitleg.

<Als X2 = 2 & X5 = 1: toon "Advies2_1B_2.jpg" >

<Als X2 = 2 & X5 = 2: toon "Advies2_2B_2.jpg" >

Scherf 10

Achter "Advies geven en contract regelen", "Alleen advies geven" en "Alleen contract regelen" ziet u een blauw cirkeltje met een pijltje. Als u daarop klikt, ziet u de volgende uitleg.

<Als X2 = 1 & X5 = 1: toon "Advies1_1C.jpg">

<Als X2 = 2 & X5 = 1: toon "Advies2_1C.jpg" >

<Als X2 = 1 & X5 = 2: toon "Advies1_2C.jpg" >

<Als X2 = 2 & X5 = 2: toon "Advies2_2C.jpg" >



Scherf 11

Achter "Hoe kun je advies krijgen bij ons?" ziet u ook een blauw cirkeltje met een pijltje. Als u daarop klikt, ziet u de volgende uitleg.

<Als $X2 = 1$ & $X5 = 1$: toon "Advies1_1D.jpg">
<Als $X2 = 2$ & $X5 = 1$: toon "Advies2_1D.jpg" >
<Als $X2 = 1$ & $X5 = 2$: toon "Advies1_2D.jpg" >
<Als $X2 = 2$ & $X5 = 2$: toon "Advies2_2D.jpg" >

Scherf 12

Hier is de uitleg weer ingeklapt. Als u de uitleg nog eens wilt zien kunt u op "Vorige" klikken. Als u de informatie op dit scherm goed bekeken en gelezen hebt, beantwoord dan de vragen.

<Als $X2 = 1$ & $X5 = 1$: toon "Advies1_1A.jpg">
<Als $X2 = 2$ & $X5 = 1$: toon "Advies2_1A.jpg" >
<Als $X2 = 1$ & $X5 = 2$: toon "Advies1_2A.jpg" >
<Als $X2 = 2$ & $X5 = 2$: toon "Advies2_2A.jpg" >

Q5. Welk(e) product(en) kunt u *niet* afsluiten via deze dienstverlener?

- 1 Hypotheek
- 2 Verzekeringen bij de hypotheek
- 3 Overlijdensrisicoverzekering
- 4 Woonlastenverzekering
- 5 Alle bovenstaande producten kan ik afsluiten via deze dienstverlener

Q6. Welke uitspraak is volgens u waar?

- 1 Deze dienstverlener komt bij u thuis voor een adviesgesprek, als u dat wilt
- 2 Het eerste gesprek gebeurt op het kantoor van deze dienstverlener, het tweede gesprek via video en het derde gesprek via telefoon
- 3 Deze dienstverlener geeft geen advies over hypotheeken
- 4 Geen van bovenstaande uitspraken is waar

Scherf 13

<Als $X2 = 1$ & $X5 = 1$: toon "Advies1_1A.jpg">
<Als $X2 = 2$ & $X5 = 1$: toon "Advies2_1A.jpg" >
<Als $X2 = 1$ & $X5 = 2$: toon "Advies1_2A.jpg" >
<Als $X2 = 2$ & $X5 = 2$: toon "Advies2_2A.jpg" >

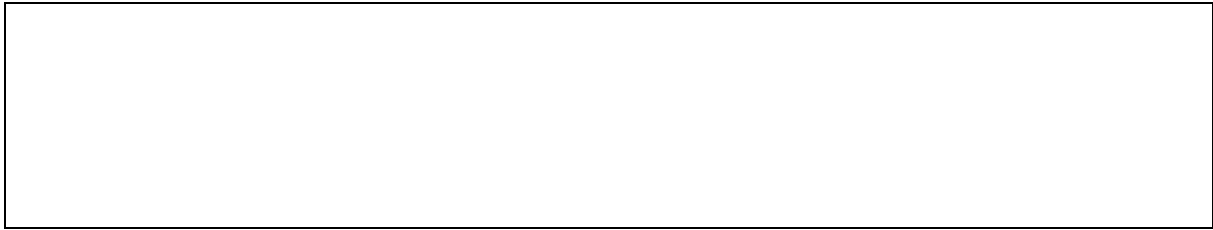
Q7. Vindt u de informatie op dit scherm duidelijk?

- 1 Alle informatie is duidelijk
- 2 Niet alle informatie is duidelijk

Als $Q7 = 2$:

Q8. Wat vindt u *niet* duidelijk op dit scherm? Probeer dit zo goed mogelijk te beschrijven.

Essay box



Scherma 14

<Als $X_2 = 1$ & $X_5 = 1$: toon "Advies1_1A.jpg">
<Als $X_2 = 2$ & $X_5 = 1$: toon "Advies2_1A.jpg" >
<Als $X_2 = 1$ & $X_5 = 2$: toon "Advies1_2A.jpg" >
<Als $X_2 = 2$ & $X_5 = 2$: toon "Advies2_2A.jpg" >

Q9. Vindt u de informatie op dit scherm belangrijk als u een keuze zou moeten maken voor een bepaalde financiële dienstverlener?

- 1 Alle informatie is belangrijk
- 2 Niet alle informatie is belangrijk

Als Q9 = 2:

Q10. Welke informatie op dit scherm vindt u *niet* belangrijk, en waarom niet? Probeer dit zo goed mogelijk te beschrijven.

Essay box

Scherma 15 [Zijn we onafhankelijk?: Begrip en relevantie]

Hier ziet u het **tweede** informatiescherm. Bekijk en lees de informatie op het scherm goed.

<Als $X_2 = 1$: toon "Onafhankelijk1A.jpg"; als $X_2 = 2$: toon "Onafhankelijk2A.jpg" >

Scherma 16

Achter "Zijn we onafhankelijk?" ziet u een blauw cirkeltje met een pijltje. Als u daarop klikt, ziet u de volgende uitleg.

<Als $X_2 = 1$: toon "Onafhankelijk1B.jpg"; als $X_2 = 2$: toon "Onafhankelijk2B.jpg" >

Scherma 17

Hier is de uitleg weer ingeklapt. Als u de uitleg nog eens wilt zien kunt u op "Terug" klikken. Als u de informatie op dit scherm goed bekeken en gelezen hebt, beantwoord dan de vragen.

<Als $X_2 = 1$: toon "Onafhankelijk1A.jpg"; als $X_2 = 2$: toon "Onafhankelijk2A.jpg" >



Q11. Geeft deze financiële dienstverlener volgens u onafhankelijk advies?

- 1 Ja
- 2 Nee
- 3 Weet ik niet

Q12. Welke uitspraak is volgens u waar?

- 1 Een van de voorwaarden is dat er financiële banden of contractuele afspraken zijn met aanbieders
- 2 Als een dienstverlener aan beide voorwaarden voldoet is deze onafhankelijk
- 3 Een onafhankelijke dienstverlener vergelijkt genoeg producten met elkaar en heeft contractuele afspraken met aanbieders
- 4 Alle bovenstaande uitspraken zijn waar

Scherf 18

<Als X2 = 1: toon "Onafhankelijk1A.jpg"; als X2 = 2: toon "Onafhankelijk2A.jpg" >

Q13. Vindt u de informatie op dit scherm duidelijk?

- 1 Alle informatie is duidelijk
- 2 Niet alle informatie is duidelijk

Als Q13 = 2:

Q14. Wat vindt u *niet* duidelijk op dit scherm? Probeer dit zo goed mogelijk te beschrijven.

Essay box

Scherf 19

<Als X2 = 1: toon "Onafhankelijk1A.jpg"; als X2 = 2: toon "Onafhankelijk2A.jpg" >

Q15. Vindt u de informatie op dit scherm belangrijk als u een keuze zou moeten maken voor een bepaalde financiële dienstverlener?

- 1 Alle informatie is belangrijk
- 2 Niet alle informatie is belangrijk

Als Q15 = 2:

Q16. Welke informatie op dit scherm vindt u *niet* belangrijk, en waarom niet? Probeer dit zo goed mogelijk te beschrijven.

Essay box



Scherf 20

Hier ziet u het **derde** scherm van de dienstverleningskaart. Bekijk en lees de informatie op het scherm goed.

<Als $X2 = 1$: toon "Kosten1A.jpg"; als $X2 = 2$: toon "Kosten2A.jpg" >

U kunt hier de volgende dingen zelf invullen.

1. Je wilt dat we:

- advies geven én contract regelen
- alleen advies geven
- alleen contract regelen

2. Je hebt:

- nog nooit een woning gekocht. Je eventuele partner ook niet.
- al eerder een woning gekocht. Of je eventuele partner heeft dit al eens gedaan.

3. Je bent en/of je eventuele partner is:

- geen zelfstandig ondernemer
- zelfstandig ondernemer

De gemiddelde prijs hangt af van wat u hier invult.

Scherf 21

Achter "Wat betaal je ongeveer aan ons?" ziet u een blauw cirkeltje met een pijltje. Als u daarop klikt, ziet u de volgende uitleg.

<Als $X2 = 1$: toon "Kosten1B.jpg"; als $X2 = 2$: toon "Kosten2B.jpg" >

Scherf 22

Als u "alleen contract regelen" kiest, ziet u het volgende:

<Als $X2 = 1$: toon "Kosten1C.jpg"; als $X2 = 2$: toon "Kosten2C.jpg" >

Scherf 23

Achter "kennis- en ervaringstoets" ziet u een blauw cirkeltje met een "i". Als u daarop klikt, ziet u de volgende uitleg.

<Als $X2 = 1$: toon "Kosten1D.jpg"; als $X2 = 2$: toon "Kosten2D.jpg" >



Scherf 24

Hier is de uitleg weer ingeklapt en ziet u opnieuw de informatie voor "advies geven én contract regelen". Als u de vorige schermen nog eens wilt zien kunt u op "Terug" klikken. Als u de informatie goed bekeken en gelezen hebt, beantwoord dan de vragen.

<Als $X_2 = 1$: toon "Kosten1A.jpg"; als $X_2 = 2$: toon "Kosten2A.jpg" >

Q17. Vindt u de informatie op dit scherm duidelijk?

- 1 Alle informatie is duidelijk
- 2 Niet alle informatie is duidelijk

Als Q17 = 2:

Q18. Wat vindt u *niet* duidelijk op dit scherm? Probeer dit zo goed mogelijk te beschrijven.

Essay box

Scherf 25

<Als $X_2 = 1$: toon "Kosten1A.jpg"; als $X_2 = 2$: toon "Kosten2A.jpg" >

Q19. Vindt u de informatie op dit scherm belangrijk als u een keuze zou moeten maken voor een bepaalde financiële dienstverlener?

- 1 Alle informatie is belangrijk
- 2 Niet alle informatie is belangrijk

Als Q19 = 2:

Q20. Welke informatie op dit scherm vindt u *niet* belangrijk, en waarom niet? Probeer dit zo goed mogelijk te beschrijven.

Essay box

Scherf 26

Hier ziet u het **vierde** en laatste scherm.

<Toon "Toekomst1A.jpg">



Scherf 27

Achter "Wat kunnen wij in de toekomst voor je betekenen?" ziet u een blauw cirkeltje met een "i". Als u daarop klikt, ziet u de volgende uitleg.

<Toon "Toekomst1B.jpg">

Als u de informatie op dit scherm goed bekeken en gelezen hebt, beantwoord dan de vragen.

Q21. Vindt u de informatie op dit scherm duidelijk?

- 1 Alle informatie is duidelijk
- 2 *Niet* alle informatie is duidelijk

Als Q21 = 2:

Q22. Wat vindt u *niet* duidelijk op dit scherm? Probeer dit zo goed mogelijk te beschrijven.

Essay box

Scherf 28

<Toon "Toekomst1B.jpg">

Q23. Vindt u de informatie op dit scherm belangrijk als u een keuze zou moeten maken voor een bepaalde financiële dienstverlener?

- 1 Alle informatie is belangrijk
- 2 *Niet* alle informatie is belangrijk

Als Q23 = 2:

Q24. Welke informatie op dit scherm vindt u *niet* belangrijk, en waarom niet? Probeer dit zo goed mogelijk te beschrijven.

Essay box

Scherf 29



U hebt nu de hele dienstverleningskaart van "D&K Financieel advies" gezien. Op de dienstverleningskaart vond u, na elkaar, informatie over:

- wat de dienstverlener voor u kan doen [\[link\]](#)
- hoe u advies kunt krijgen [\[link\]](#)
- of dienstverlener onafhankelijk is [\[link\]](#)
- waarin de dienstverlener anders is dan andere dienstverleners [\[link\]](#)
- wat u ongeveer aan de dienstverlener betaalt [\[link\]](#)
- wat de dienstverlener in de toekomst voor u kan betekenen [\[link\]](#)

Q24_1. Wat vindt u van de volgorde waarin u de informatie zag? *Als u een of meerdere informatieschermen nog eens wilt bekijken, klik dan op [de linkjes] hierboven.*

1 Goede volgorde

2 Geen goede volgorde

Als Q24_1 = 2:

Q24_2. Wat vindt u een betere volgorde, en waarom?

Essay box

Scherf 29b

U hebt zojuist de hele dienstverleningskaart van "D&K Financieel advies" gezien. Op de dienstverleningskaart vond u informatie over:

- wat de dienstverlener voor u kan doen [\[link\]](#)
- hoe u advies kunt krijgen [\[link\]](#)
- of dienstverlener onafhankelijk is [\[link\]](#)
- waarin de dienstverlener anders is dan andere dienstverleners [\[link\]](#)
- wat u ongeveer aan de dienstverlener betaalt [\[link\]](#)
- wat de dienstverlener in de toekomst voor u kan betekenen [\[link\]](#)

Q25. Mist u belangrijke informatie op de dienstverleningskaart? *Als u een of meerdere informatieschermen nog eens wilt bekijken, klik dan op [de linkjes] hierboven.*

1 Ja

2 Nee

Als Q25 = 1:

Q26. Welke informatie mist u? Probeer dit zo duidelijk mogelijk te beschrijven.

Essay box



Als Q25 = 2:

Q27. Wat vindt u van de hoeveelheid informatie op de dienstverleningskaart?

- 1 Te weinig
- 2 Precies goed
- 3 Te veel

Scherf 30

Alle andere financiële dienstverleners bij wie u een hypotheek kan afsluiten en/of hypotheekadvies kan krijgen hebben ook zo'n dienstverleningskaart.

Q28_1. Stelt u zich voor dat u op zoek bent naar een financiële dienstverlener. U weet dat er een website bestaat waarop u deze dienstverleningskaarten kunt vinden. Zou u de dienstverleningskaarten gebruiken om dienstverleners met elkaar te vergelijken?

- 1 Zeker niet
- 2 Ik denk het niet
- 3 Misschien wel, misschien niet
- 4 Ik denk het wel
- 5 Zeker wel

Als Q28_1 < 3:

Q28_2. U geeft aan de dienstverleningskaarten (waarschijnlijk) *niet* te gebruiken om dienstverleners met elkaar te vergelijken. Waarom niet?

Essay box

Als Q27 > 3:

Q29. Op welk apparaat zou u de dienstverleningskaarten dan het meest waarschijnlijk bekijken? *Meerdere antwoorden mogelijk.*

- 1 Op een smartphone
- 2 Op een tablet
- 3 Op een laptop of desktop computer
- 4 Weet ik niet

Scherf 31



Nu krijgt u één informatiescherm nog eens te zien en vragen wij u mee te denken over mogelijke verbeteringen.

Als $X4 = 1$:

Scherm 32

Dit is het beginscherm dat u eerder zag. We noemen dit scherm voor het gemak "versie 1".

<Toon "Beginscherm_alg1A.jpg">

Scherm 33

Hier ziet u een andere versie van hetzelfde scherm: "versie 2". Bovenaan is informatie toegevoegd. *U kunt op "Terug" klikken om versie 1 nog eens te bekijken.*

<Toon "Beginscherm_alg2A.jpg">

Q30. Vindt u de **extra** informatie in versie 2 duidelijk?

- 1 Ja
- 2 Nee

Als $Q30 = 2$:

Q31. Wat vindt u *niet* duidelijk aan de **extra** informatie? Probeer dit zo goed mogelijk te beschrijven.

Essay box

Scherm 34

<Toon "Beginscherm_alg2A.jpg">

Q32. Vindt u de **extra** informatie in versie 2 een nuttige toevoeging?

- 1 Ja
- 2 Nee

Als $Q32 = 2$:

Q33. Waarom niet?

Essay box



Scherf 35

Hier ziet u [als Q32 = 1: versie 2; als Q32 = 2: versie 1] nog een keer.

Als Q32 = 1: <Toon "Beginscherf_alg2A.jpg">

Als Q32 = 2: <Toon "Beginscherf_alg1A.jpg">

Q34. Hoe zou de informatie op dit scherm volgens u nog verbeterd kunnen worden? Probeer dit zo duidelijk mogelijk uit te leggen.

Essay box

98 Ik weet het (echt) niet

Als X4 = 2:

Scherf 36

Hier ziet u nog een keer het informatiescherf over wat de financiële dienstverlener voor u kan doen en hoe u bij die dienstverlener advies kunt krijgen.

<Als X2 = 1 & X5 = 1: toon "Advies1_1A.jpg">

<Als X2 = 2 & X5 = 1: toon "Advies2_1A.jpg" >

<Als X2 = 1 & X5 = 2: toon "Advies1_2A.jpg" >

<Als X2 = 2 & X5 = 2: toon "Advies2_2A.jpg" >

Als X2 = 1: Als u op het "i"-tje achter "Verzekeringen bij de hypotheek" klikt, ziet u deze uitleg.

Als X2 = 2: Als u op het "i"-tje achter "Overlijdensrisicoverzekering" klikt, ziet u deze uitleg.

Als X2 = 2: Als u op het "i"-tje achter "Woonlastenverzekering" klikt, ziet u deze uitleg.

Als u op het pijltje achter "Advies geven en contract regelen", "Alleen advies geven" en "alleen contract regelen" klikt, ziet u deze uitleg.



Als u op het "i"-tje achter "Hoe kun je advies krijgen bij ons?" klikt, ziet u deze uitleg.

We noemen dit scherm voor het gemak "versie 1".

Scherf 37

Hier ziet u een andere versie van hetzelfde scherm: "versie 2". De informatie bij "Wat kunnen wij voor je doen?" wordt hier op een andere manier weergegeven.

```
<Als X2 = 1 & X5 = 1: toon "Advies2_1A.jpg">  
<Als X2 = 2 & X5 = 1: toon "Advies1_1A.jpg" >  
<Als X2 = 1 & X5 = 2: toon "Advies2_2A.jpg" >  
<Als X2 = 2 & X5 = 2: toon "Advies1_2A.jpg" >
```

De volgende vragen gaan over de informatie bij "Wat kunnen wij voor je doen?". U kunt op "Terug" klikken om versie 1 nog eens te bekijken.

Q35. In welke versie vindt u deze informatie het duidelijkst?

- 1 In versie 1
- 2 In versie 2
- 3 Beide versies zijn even duidelijk
- 4 Geen van beide versies is duidelijk

Q36. Stel dat u de informatie bij "Wat kunnen wij voor je doen?" voor verschillende financiële dienstverleners wilt opzoeken en vergelijken. Welke versie maakt volgens u het vergelijken het makkelijkst?

- 1 Versie 1
- 2 Versie 2
- 3 Beide versies maken het vergelijken even makkelijk
- 4 Geen van beide versies maakt het vergelijken makkelijk

Scherf 38

Hier ziet u [als Q35 < 3: de versie die u het duidelijkst vond; als Q35 > 2: een van de twee versies] nog een keer.

```
Als Q35 = 1 & X2 = 1 & X5 = 1: <toon "Advies1_1A.jpg">  
Als Q35 = 1 & X2 = 2 & X5 = 1: <toon "Advies2_1A.jpg">  
Als Q35 = 2 & X2 = 1 & X5 = 1: <toon "Advies2_1A.jpg">  
Als Q35 = 2 & X2 = 2 & X5 = 1: <toon "Advies1_1A.jpg">  
Als Q35 > 2 & X2 = 1 & X5 = 1: <toon "Advies1_1A.jpg">  
Als Q35 > 2 & X2 = 2 & X5 = 1: <toon "Advies2_1A.jpg">  
Als Q35 = 1 & X2 = 1 & X5 = 2: <toon "Advies1_2A.jpg">  
Als Q35 = 1 & X2 = 2 & X5 = 2: <toon "Advies2_2A.jpg">  
Als Q35 = 2 & X2 = 1 & X5 = 2: <toon "Advies2_2A.jpg">  
Als Q35 = 2 & X2 = 2 & X5 = 2: <toon "Advies1_2A.jpg">  
Als Q35 > 2 & X2 = 1 & X5 = 2: <toon "Advies1_2A.jpg">  
Als Q35 > 2 & X2 = 2 & X5 = 2: <toon "Advies2_2A.jpg">
```

Q37. Hoe zou de informatie op dit scherm volgens u nog verbeterd kunnen worden? Probeer dit zo duidelijk mogelijk uit te leggen.



Essay box

98 Ik weet het (echt) niet

Als $X4 = 3$:

Scherf 39

Hier ziet u nog een keer het scherm met informatie over of de financiële dienstverlener onafhankelijk is. We noemen dit scherm voor het gemak "versie 1".

<Als $X2 = 1$: toon "Onafhankelijk1A.jpg"; als $X2 = 2$: toon "Onafhankelijk2A.jpg">

Als u op het pijltje achter "Zijn we onafhankelijk?" klikt, ziet u deze uitleg.

Scherf 40

Hier ziet u een andere versie van hetzelfde scherm: "versie 2". De informatie wordt hier per product gegeven.

<Als $X2 = 1$: toon "Onafhankelijk1C.jpg"; als $X2 = 2$: toon "Onafhankelijk2C.jpg">

Q38. Welke versie vindt u het prettigst? *U kunt op "Terug" klikken om versie 1 nog eens te bekijken.*

- 1 Versie 1
- 2 Versie 2
- 3 Maakt mij niets uit

Scherf 41

Hier ziet u opnieuw versie 1. Wij vragen u nu om deze versie te vergelijken met nog een derde (en laatste) versie.

<Als $X2 = 1$: toon "Onafhankelijk1A.jpg"; als $X2 = 2$: toon "Onafhankelijk2A.jpg">

Scherf 42

Dit is versie 3. Bekijk deze versie goed en beantwoord dan de vragen. *U kunt op "Terug" klikken om versie 1 nog eens te bekijken.*

<Als $X2 = 1$: toon "Onafhankelijk2A.jpg"; als $X2 = 2$: toon "Onafhankelijk1A.jpg">

Q39_1. In welke versie vindt u de informatie het duidelijkst?

- 1 In versie 1



- 2 In versie 3
- 3 Beide versies zijn even duidelijk
- 4 Geen van beide versies is duidelijk

Q39_2. Stel dat u de informatie bij "Zijn we onafhankelijk?" voor verschillende financiële dienstverleners wilt opzoeken en vergelijken. Welke versie maakt volgens u het vergelijken het makkelijkst?

- 1 Versie 1
- 2 Versie 3
- 3 Beide versies maken het vergelijken even makkelijk
- 4 Geen van beide versies maakt het vergelijken makkelijk

Scherf 43

Hier ziet u [*als* $Q38 < 3$: de versie die u het duidelijkst vond; *als* $Q38 > 2$: een van de twee versies] nog een keer.

Als $Q38 = 1$ & $X2 = 1$: <toon "Onafhankelijk1A.jpg">

Als $Q38 = 1$ & $X2 = 2$: <toon "Onafhankelijk2A.jpg">

Als $Q38 = 2$ & $X2 = 1$: <toon "Onafhankelijk2A.jpg">

Als $Q38 = 2$ & $X2 = 2$: <toon "Onafhankelijk1A.jpg">

Als $Q38 > 2$ & $X2 = 1$: <toon "Onafhankelijk1A.jpg">

Als $Q38 > 2$ & $X2 = 2$: <toon "Onafhankelijk2A.jpg">

Q40. Hoe zou de informatie op dit scherm volgens u nog verbeterd kunnen worden? Probeer dit zo duidelijk mogelijk uit te leggen.

Essay box

98 Ik weet het (echt) niet

Scherf 43b

Q40_1. Om zichzelf "onafhankelijk" te mogen noemen moet een financiële dienstverlener genoeg producten met elkaar vergelijken (voorwaarde 1). In de dienstverleningskaart ziet u of de dienstverlener genoeg, een beperkt aantal, of geen producten met elkaar vergelijkt. Vindt u het belangrijk te weten om hoeveel producten het dan gaat?

- 1 Ja
- 2 Nee
- 3 Weet ik niet

Als $X4 = 4$:



Scherf 44

Hier ziet u nog een keer het scherm met informatie over waarin de dienstverlener anders is dan anderen en wat u bij die dienstverlener ongeveer betaalt. We noemen dit scherm voor het gemak "versie 1".

<Als $X2 = 1$: toon "Kosten1A.jpg"; als $X2 = 2$: toon "Kosten2A.jpg">

Als u op "Wat betaal je ongeveer aan ons?" klikt, ziet u deze uitleg.

Als u "alleen contract regelen" kiest, ziet u dit.

Scherf 45

Hier ziet u een andere versie van hetzelfde scherm: "versie 2". De informatie ziet u hier op een andere manier.

<Als $X2 = 1$: toon "Kosten2A.jpg"; als $X2 = 2$: toon "Kosten1A.jpg">

Q41. In welke versie vindt u deze informatie het duidelijkst? U kunt op "Terug" klikken om versie 1 nog eens te bekijken.

- 1 In versie 1
- 2 In versie 2
- 3 Beide versies zijn even duidelijk
- 4 Geen van beide versies is duidelijk

Q42. Stel dat u de informatie bij "Wat betaal je ongeveer aan ons?" voor verschillende financiële dienstverleners wilt opzoeken en vergelijken. Welke versie maakt volgens u het vergelijken het makkelijkst?

- 1 Versie 1
- 2 Versie 2
- 3 Beide versies maken het vergelijken even makkelijk
- 4 Geen van beide versies maakt het vergelijken makkelijk

Scherf 46

Hier ziet u [*als $Q41 < 3$: de versie die u het duidelijkst vond; als $Q41 > 2$: een van de twee versies*] nog een keer.

Als $Q41 = 1$ & $X2 = 1$: <toon "Kosten1A.jpg">

Als $Q41 = 1$ & $X2 = 2$: <toon "Kosten2A.jpg">

Als $Q41 = 2$ & $X2 = 1$: <toon "Kosten2A.jpg">

Als $Q41 = 2$ & $X2 = 2$: <toon "Kosten1A.jpg">

Als $Q41 > 2$ & $X2 = 1$: <toon "Kosten1A.jpg">

Als $Q41 > 2$ & $X2 = 2$: <toon "Kosten2A.jpg">

Q43. Hoe zou de informatie op dit scherm volgens u nog verbeterd kunnen worden? Probeer dit zo duidelijk mogelijk uit te leggen.

Essay box



98 Ik weet het (echt) niet

Scherf 47

Alle respondenten:

Q44. We gebruiken nu de naam "financiële dienstverleningskaart". Maar misschien is er een andere naam die duidelijker is en beter past. Welke naam vindt u het best?

- 1 Financiële dienstverleningskaart
- 2 Keuzehulp financiële dienstverlener
- 3 Vergelijkingskaart financiële dienstverleners
- 4 Financiële dienstenvergelijker
- 5 Ik weet een betere naam, namelijk... *[invulveld]*

Scherf 48

Q45. In de dienstverleningskaart werd u aangesproken met "je". Wordt u liever met "je" of met "u" aangesproken?

- 1 Ik word liever met "je" aangesproken
- 2 Ik word liever met "u" aangesproken
- 3 Het maakt mij niets uit

Scherf 49 [Financiële geletterdheid hypotheke - subjectief]

Tot slot krijgt u nog enkele vragen over wat u weet van hypotheke.

Q46. Hoeveel verstand hebt u van hypotheke?

- 1 Helemaal geen
- 2
- 3
- 4
- 5 Heel veel

Scherf 50 [Financiële geletterdheid hypotheke - objectief]

Nu krijgt u vier kennisvragen over hypotheke. Probeer deze vragen vlot te beantwoorden. Het is helemaal niet erg als u een of meerdere vragen niet goed hebt. Als u een antwoord op een vraag echt niet weet kunt u dat ook aangeven.

Q47. Stel, u wilt een woning kopen. Daarom wilt u van de bank weten hoeveel u kunt lenen. Hoe beslist de bank hoeveel geld u kunt lenen?

- 1 De bank kijkt naar uw inkomsten
- 2 De bank kijkt naar uw inkomsten én naar de waarde van de woning die u wilt kopen
- 3 De bank kijkt naar uw inkomsten, de waarde van de woning die u wilt kopen én naar uw andere financiële lasten
- 4 Ik weet het (echt) niet



Q48. Jan heeft een huis gekocht. Hij sluit een hypotheek af. Jan kiest voor een lange rentevastperiode. Waarom doet Jan dat?

- 1 Jan wil minder risico lopen dat de rente onverwacht omhoog gaat
- 2 Een lange rentevastperiode is over de hele looptijd naar verwachting goedkoper
- 3 Het rentepercentage is meestal lager bij een lange rentevastperiode
- 4 Ik weet het (echt) niet

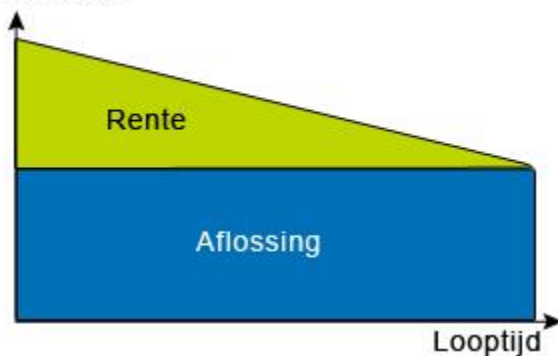
Q49. Wat wordt bij hypotheeken bedoeld met het probleem van een woning die onder water staat?

- 1 Een hypotheek op een woonschip of woonark
- 2 Een hypotheek met een betalingsachterstand
- 3 Een woning waarvan de marktwaarde lager is dan de hoogte van de hypotheek
- 4 Ik weet het (echt) niet

Q50. In welke van deze twee figuren zie je een annuïteitenhypotheek?

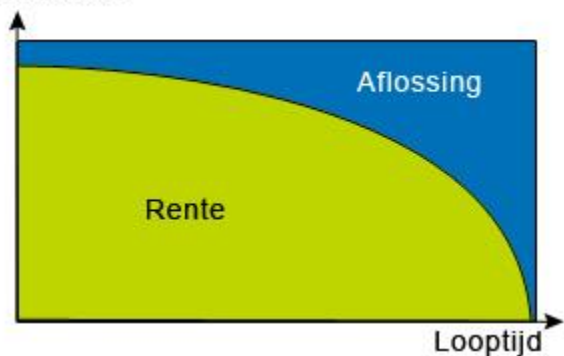
Figuur A:

Maandlast



Figuur B:

Maandlast



- 1 Figuur A
- 2 Figuur B
- 3 Ik weet het (echt) niet

Scherf 51

Q51. Werkt u in de financiële sector?

- 1 Nee
- 2 Ja, als hypotheekadviseur of -bemiddelaar
- 3 Ja, maar niet als hypotheekadviseur of -bemiddelaar

[Scherf 45: Outro]

Alle respondenten:

Dat was de laatste vraag. Hartelijk dank voor het invullen van deze vragenlijst.

Als u bij de 40 panelleden hoort met de beste tips en dus 20 euro extra krijgt, dan krijgt u hiervan persoonlijk bericht.

Klikt u op "Verder" om de evaluatievragen in te vullen en de vragenlijst af te ronden.



B Vragenlijst fase 2

Vragenlijstkenmerken:

- Naam vragenlijst: Huis en hypotheek
- $N = 800$ (completes), invulduur = ca. 15 minuten
- Tablet/smartphone zijn uitgesloten (desktop-only vragenlijst)

X1	Conditie
1	Huidig dienstverleningsdocument
2	Nieuwe vergelijkingskaart – uitgebreid
3	Nieuwe vergelijkingskaart – afgeslankt

Respondenten worden willekeurig toegewezen aan een van de niveaus van X1.

X2	Q4
1	Starter
2	Doorstromer

Respondenten worden toegewezen aan een niveau van X2 op basis van hun antwoord op Q4 (niet willekeurig).

Scherf 1 [Sociaal-demografische kenmerken]

Q1. Wat is uw geslacht?

- 1 Man
- 2 Vrouw

Q2. Wat is uw leeftijd?

Tekstvak (alleen numerieke entrees)

Scherf 2 [Introductie selectievragenlijst]

Deze vragenlijst gaat over het afsluiten van een hypotheek om een woning te kopen.

Scherf 3

Q3. Verwacht u binnen nu en vijf jaar een (andere) woning te kopen?

- 1 Zeer zeker niet
- 2 Bijna zeker niet
- 3 Waarschijnlijk niet
- 4 Misschien wel, misschien niet
- 5 Waarschijnlijk wel
- 6 Bijna zeker wel
- 7 Zeer zeker wel

Als $Q3 < 4$: screen-out.

Q4. Op welke termijn verwacht u dit (misschien) te doen?

- 1 Binnen nu en 3 maanden
- 2 Binnen 3 maanden tot een jaar
- 3 Binnen 1 tot 3 jaar
- 4 Binnen 3 tot 5 jaar



Q5. Gaat het dan om uw eerste koopwoning, of hebt u al eerder een woning gekocht?

- 1 Dit wordt mijn eerste koopwoning
- 2 Ik heb al eerder een woning gekocht

Q6. Bent u van plan de woning alleen te kopen of met iemand samen?

- 1 Alleen
- 2 Met iemand samen

Scherf 4

Als Q5 = 1:

Q7. U gaf aan dat u [*antwoord op Q4*] (misschien) voor het eerst een woning gaat kopen. Bent u van plan om daarvoor een hypotheek af te sluiten?

- 1 Ja
- 2 Nee

Als Q7 = 2: screen-out.

Als Q5 = 2:

Q7. U gaf aan dat u [*antwoord op Q4*] (misschien) een andere woning gaat kopen. Bent u van plan om daarvoor een (nieuwe) hypotheek [*mouse roll-over*] af te sluiten?

Mouse roll-over: Als je verhuist, sluit je altijd een nieuwe hypotheek af. De woning is namelijk het onderpand voor je hypotheek. Wanneer je je hypotheek "meeneemt" naar je nieuwe huis, neem je niet de hypotheek zelf mee. Je neemt in zo'n geval alleen de voorwaarden mee, zoals de rente. Ook dan sluit je dus een nieuwe hypotheek af.

- 1 Ja
- 2 Nee

Als Q7 = 2: screen-out.

Scherf 5

Als Q4 < 3:

Q8. Bent u al bezig (geweest) met het regelen van een [*als Q5 = 2: (nieuwe)*] hypotheek voor de aankoop van een nieuwe woning? *Meerdere antwoorden mogelijk.*

- 1 Ja, ik heb al informatie gezocht over financiële dienstverleners (bv. op het internet)
- 2 Ja, ik heb al een of meerdere oriëntatiegesprekken gehad
- 3 Ja, ik heb al een hypotheekadvies gekregen
- 4 Ja, ik heb al een hypotheek op mijn nieuwe woning afgesloten
- 5 Nee

Screen-out: U valt helaas niet in de doelgroep van dit onderzoek. Hartelijk dank voor uw tijd.

Scherf 6 [Introductie]

De rest van deze vragenlijst bestaat uit twee delen. In het eerste deel stelt u zich voor dat u *op dit moment* een hypotheek zou willen afsluiten. U krijgt een aantal financiële dienstverleners te zien bij wie u een hypotheek kunt afsluiten en/of hypotheekadvies kunt krijgen. We vragen u om keuzes te maken en stellen u daar nog enkele vragen over. In het tweede deel krijgt u meer algemene vragen over hypotheeken en financiële dienstverlening bij hypotheeken, en over uzelf.



Voor het onderzoek is het belangrijk dat u de instructies op de volgende schermen goed leest.

Scherf 7 [Instructie 1]

Stelt u zich voor dat u van plan bent om een [*if* $X2 = 1$: ander] huis te kopen en een [*if* $X2 = 1$: (nieuwe)] hypotheek wilt afsluiten.

U bent daarom op zoek naar een financiële dienstverlener bij wie u een hypotheek kunt afsluiten en die u een hypotheekadvies kan geven, als u dat wilt. Om een goede keuze te maken voor een bepaalde financiële dienstverlener, hebt u op internet gezocht en eens rondgevraagd in uw omgeving. U zet nu de verschillende opties op een rij.

Scherf 8 [Instructie 2]

Zo meteen ziet u de verschillende financiële dienstverleners die op uw lijstje staan. Bij elke dienstverlener leest u waarom die dienstverlener op uw lijstje staat en vindt u een link naar [*als* $X1 = 1$: het dienstverleningsdocument; *als* $X1 > 1$: de vergelijkingskaart] van die dienstverlener.

In deze vragenlijst wordt u beloond voor uw zoektocht naar een financiële dienstverlener: Onder de deelnemers die de vragenlijst helemaal hebben ingevuld verloten wij 25 keer een bedrag van **€10**. Dit bedrag komt bovenop de normale vergoeding voor het invullen van vragenlijsten.

Wat een goede keuze is, hangt natuurlijk af van wat u wilt en wenst. Toch staan er misschien een of twee dienstverleners in uw lijstje die voor u zeker geen goede keuze zijn. Als u die kiest, maakt u helaas geen kans meer om €10 extra te winnen.

Scherf 9 [Instructie 3]

De financiële dienstverleners op het lijstje dat u op het volgende scherm te zien krijgt hebben namen die niet echt bestaan. Probeert u zich toch voor te stellen dat u echt van plan bent een hypotheek af te sluiten, dat deze dienstverleners echt bestaan, en dat u uit dit rijtje een keuze wilt maken.

We vragen u om eerst aan te geven in welke van die financiële dienstverleners u geïnteresseerd zou zijn (bv. voor een oriëntatiegesprek). Daarna vragen wij u om aan te geven welke financiële dienstverlener u zou kiezen, en wat u zou willen dat die dienstverlener voor u doet.

Scherf 10 [Overzichtsscherf – consideration set]

Q9. In welke van deze financiële dienstverleners bent u geïnteresseerd?

Selecteer de financiële dienstverlener(s) waarin u geïnteresseerd bent. U kunt meerdere dienstverleners selecteren.

@Programmeur: volgorde financiële dienstverleners randomiseren.

[FD:]	Financiële dienstverleners:	[Tekst:]	Klik hier om [<i>als</i> $X1 = 1$: het dienstverleningsdocument; <i>als</i> $X1 > 1$: de vergelijkingskaart] van de
-------	-----------------------------	----------	--



			financiële dienstverlener te bekijken:		
			X1 = 1:	X1 = 2:	X1 = 3:
[FD1]	Regelhetzelf.nl (website)	Tekst1	<link>	<link>	<link>
[FD2]	Hypotheekadviesopmaat.com (website)	Tekst2	<link>	<link>	<link>
[FD3]	ACB Bank (bank)	Tekst3	<link>	<link>	<link>
[FD4]	Betibank (bank)	Tekst4	<link>	<link>	<link>
[FD5]	Adviesburo Van Giesen (zelfstandig adviseur)	Tekst5	<link>	<link>	<link>
[FD6]	Advior Financiële dienstverlening (zelfstandig adviseur)	Tekst6	<link>	<link>	<link>
[FD7]	Elsen & Elshout financieel advies (zelfstandig adviseur)	Tekst7	<link>	<link>	<link>
[FD8]	Van den Akker & Partners (zelfstandig adviseur)	Tekst8	<link>	<link>	<link>

@Programmeur: Afhankelijk van de conditie (van X1) waaraan de respondent wordt toegewezen, gaat hij/zij ofwel naar een dienstverleningsdocument (pdf-document) (X1 = 1) ofwel naar een vergelijkingskaart (online tool) (X1 = 2 OF 3). Wanneer op de link naar een vergelijkingskaart (online tool) geklikt wordt, gaat de respondent uit onze vragenlijstsoftware naar een externe website waarop de vergelijkingskaarten te zien zijn. Er zullen aparte links beschikbaar zijn voor elke dienstverlener in de keuzeset. De vergelijkingskaarten of dienstverleningsdocumenten (pdf's) moeten op verschillende tabbladen in de browser geopend (kunnen) worden en respondenten kunnen heen en weer gaan tussen de kaarten en dienstverleningsdocumenten (pdf's) om de informatie te vergelijken. Het overzichtsscherm blijft het "basisscherm" waar respondenten steeds op terugkomen en waarop zij ook hun keuze moeten ingeven. Op dit scherm geven respondenten aan bij welke dienstverleners ze zich verder zouden willen oriënteren (Q9 - > meerdere antwoorden mogelijk), en welke dienstverlener ze zouden kiezen (Q10 -> 1 antwoord mogelijk).

Verder moet er gemeten worden (unobtrusive measures):

1. Of men op een bepaalde link naar een vergelijkingskaart/dienstverleningsdocument klikt;
2. Hoe vaak men op een bepaalde link naar een vergelijkingskaart/ dienstverleningsdocument klikt;
3. Hoe lang men over de taak doet: (1) totale tijd op scherm 10, en (2) totale tijd op scherm 11.

[FD:]	[Tekst:]
[FD1]	[Tekst1:] U hebt afgelopen tijd verschillende keren een radioreclame gehoord over deze dienstverlener. Het leuke deuntje en de slogan "Regelhetzelf.nl...simpel, snel, geen gedoe!" zijn in uw hoofd blijven hangen. Regelhetzelf.nl is een vergelijkingssite. De website ziet er gebruiksvriendelijk uit.



[FD2]	[Tekst2:]	<i>Toen u via een zoekmachine op het internet naar financiële dienstverleners zocht, stond deze website bovenaan bij de zoekresultaten. U hebt de website bezocht en zag bij de klantervaringen dat klanten deze dienstverlener gemiddeld een 9,2 (uit 10) geven.</i>
[FD3]	[Tekst3:]	<i>U bent al jaren klant bij deze bank. U hebt hier uw betaal- en spaarrekening, en bent altijd zeer tevreden geweest over deze bank. Het dichtstbijzijnde kantoor is op 10 km afstand van uw woning.</i>
[FD4]	[Tekst4:]	<i>Dit is een grote bank met een kantoor bij u in de buurt (ca. 1 km). Veel mensen die u sprak uit uw omgeving hebben een hypotheek bij deze bank. Ze zijn over het algemeen erg tevreden over deze bank.</i>
[FD5]	[Tekst5:]	<i>U kwam mevrouw van Giesen een tijdje geleden tegen op een feestje. U hebt even met haar gepraat, over uw zoektocht naar een nieuwe woning maar ook over andere dingen. Ze was erg vriendelijk en kwam zeer deskundig over.</i>
[FD6]	[Tekst6:]	<i>Dit is een bekende keten met vestigingen in heel Nederland. Er is ook een kantoor bij u in de buurt (ca. 5 km). De keten heeft een goede naam.</i>
[FD7]	[Tekst7:]	<i>Deze dienstverlener werd u aangeraden door een goede vriend(in). Uw vriend(in) heeft onlangs zelf een hypotheek afgesloten via deze dienstverlener en is er zeer positief over.</i>
[FD8]	[Tekst8:]	<i>Toen u door een lokaal krantje bladerde viel uw oog op een advertentie van dit adviesbureau in uw woonplaats. De tekst in de advertentie sprak u erg aan. De adviseurs op de foto leken u stuk voor stuk erg vriendelijk.</i>

Scherf 11 [Overzichtsscherf – keuze voor dienstverlener]

@Programmeur: Exact dezelfde informatie als op scherf 10, alleen de vraag verandert.

Q10. Als u op basis van deze informatie moet kiezen voor een bepaalde financiële dienstverlener, welke dienstverlener kiest u dan?

Scherf 13 [Keuze voor type dienstverlening]

Q11. Wat zou u willen dat deze financiële dienstverlener voor u doet?

- 1 Advies geven en contract regelen (het product afsluiten)
- 2 Alleen contract regelen (het product afsluiten)
- 3 Alleen advies geven
- 4 Anders, namelijk...

Scherf 12 [Reden voor keuze]

Q12. Waarom kiest u deze financiële dienstverlener? *Meerdere antwoorden mogelijk.*

- 1 Ik kan mijn hypotheek bij deze dienstverlener zelf regelen
- 2 De dienstverlener geeft onafhankelijk advies
- 3 De dienstverlener vergelijkt een groot aantal producten
- 4 De dienstverlener heeft geen financiële banden of contractuele afspraken met aanbieders
- 5 De kosten zijn relatief laag



- 6 Ik vind de manier waarop deze dienstverlener advies geeft makkelijk (bv. bij mij thuis, via telefoon, video of online)
- 7 Bij deze dienstverlener kan ik ook verzekeringen afsluiten
- 8 De dienstverlener biedt onderhoudsdiensten aan
- 9 Deze dienstverlener heeft een kantoor bij mij in de buurt
- 10 Ik vertrouw op het advies van mijn vrienden
- 11 Ik ga het liefst naar een dienstverlener waar ik al klant ben
- 12 Ik ga het liefst naar een dienstverlener waar ik medewerkers persoonlijk ken
- 13 Ik heb een goed gevoel bij deze dienstverlener
- 14 Anders, namelijk (*U kunt hier meerdere redenen invullen*): *Essay box*
- 15 Ik weet het (echt) niet

@Programmeur: antwoordopties in random volgorde (behalve "anders, namelijk..." en "ik weet het echt niet")

Scherf 14 [Bewuste keuze]

Hieronder staan enkele uitspraken. Geef voor elke uitspraak aan in hoeverre die uitspraak voor u geldt.

Q13_1. Ik heb goed nagedacht over mijn keuze.

Q13_2. Ik weet goed wat voor soort financiële dienstverlener ik heb gekozen.

Q13_3. Ik kan goed uitleggen waarom ik voor deze dienstverlener heb gekozen.

Op een schaal van (1) zeer zeker niet tot (7) zeer zeker wel.

Scherf 15 [Vergelijkingsgedrag – "kunnen"]

Q14. Hoe makkelijk of moeilijk vond u het om de financiële dienstverleners te vergelijken?

- 1 Heel makkelijk
- 2 Makkelijk
- 3 Niet makkelijk, maar ook niet moeilijk
- 4 Moeilijk
- 5 Heel moeilijk

Q15. Hoe makkelijk of moeilijk vond u het om een keuze te maken?

- 1 Heel makkelijk
- 2 Makkelijk
- 3 Niet makkelijk, maar ook niet moeilijk
- 4 Moeilijk
- 5 Heel moeilijk

Scherf 16 [Aandacht]

Bij elke financiële dienstverlener stond een link naar [*als $X1 = 1$: het dienstverleningsdocument; als $X1 > 1$: de vergelijkingskaart*] van die dienstverlener.

[*Als $X1 = 1$: Dat dienstverleningsdocument; als $X1 > 1$: Die vergelijkingskaart*] zag er zo uit [*als $X1 = 1$: (eerste pagina); als $X1 > 1$: (eerste scherm)*]:

If $X1 = 1$: toon "Voorbeeld_C1.jpg"

If $X1 = 2$: toon "Voorbeeld_C2.jpg"

If $X1 = 3$: toon "Voorbeeld_C3.jpg"



Q16. Hebt u, toen u eerder het lijstje met financiële dienstverleners zag, een of meerdere [als $X1 = 1$: dienstverleningsdocumenten; als $X1 > 1$: vergelijkingskaarten] **bekeken**?

- 1 Nee, ik heb geen [als $X1 = 1$: enkel dienstverleningsdocument; als $X1 > 1$: enkele vergelijkingskaart] bekeken
- 2 Ja, ik heb één [als $X1 = 1$: dienstverleningsdocument; als $X1 > 1$: vergelijkingskaart] bekeken
- 3 Ja, ik heb meerdere [als $X1 = 1$: dienstverleningsdocumenten; als $X1 > 1$: vergelijkingskaarten] bekeken

If $Q16 = 1$:

Q17. Waarom hebt u de [als $X1 = 1$: dienstverleningsdocumenten; als $X1 > 1$: vergelijkingskaarten] niet bekeken?

- 1 Er stond voldoende informatie op het scherm om een keuze te maken
- 2 Ik had niet door dat je ergens op kon klikken om de [als $X1 = 1$: dienstverleningsdocumenten; als $X1 > 1$: vergelijkingskaarten] te bekijken
- 3 Het lukte me niet om de [als $X1 = 1$: dienstverleningsdocumenten; als $X1 > 1$: vergelijkingskaarten] te openen
- 4 Anders, namelijk...

If $Q16 > 2$:

Q18. Er stonden acht financiële dienstverleners op het lijstje met elk een eigen [als $X1 = 1$: dienstverleningsdocument; als $X1 > 1$: vergelijkingskaart]. Van hoeveel dienstverleners (ongeveer) hebt u [als $X1 = 1$: het dienstverleningsdocument; als $X1 > 1$: de vergelijkingskaart] bekeken?

@Programmeur: drop-down menu met 1 t/m 8 + ik weet het echt niet

Scherf 17 [Vergelingsgedrag – zelfrapportage]

If $Q16 > 2$:

Q19. Hebt u, toen u het lijstje met financiële dienstverleners zag, de [als $X1 = 1$: dienstverleningsdocumenten; als $X1 > 1$: vergelijkingskaarten] gebruikt om dienstverleners met elkaar te **vergelijken**?

- 1 Nee, helemaal niet
- 2 Ja, een beetje
- 3 Ja, veel

If $Q16 > 2$:

Q20. Hoe makkelijk of moeilijk vond u het om de informatie [als $X1 = 1$: in de verschillende dienstverleningsdocumenten; als $X1 > 1$: op de verschillende vergelijkingskaarten] te vergelijken?

- 1 Heel makkelijk
- 2 Makkelijk
- 3 Niet makkelijk, maar ook niet moeilijk
- 4 Moeilijk
- 5 Heel moeilijk

Scherf 18 [Duidelijkheid (inhoudelijk)]

If $Q16 = 1$ (geen kaart/dienstverleningsdocument bekeken):

U krijgt nu een van de [als $X1 = 1$: dienstverleningsdocumenten; als $X1 > 1$: vergelijkingskaarten] te zien. [Als $X1 = 1$: Dit document heeft verschillende pagina's; als



X1 > 1: Deze kaart bestaat uit verschillende schermen]. Bekijk eerst [als X1 = 1: het hele document; als X1 > 1: de hele kaart] en geef dan aan wat u ervan vindt. We zijn benieuwd naar uw mening. Er zijn geen goede of foute antwoorden.

Klik hier [als X1 = 1: <link>; als X1 = 2: <link>; als X1 = 3: <link>] om [als X1 = 1: het dienstverleningsdocument; als X1 > 1: de vergelijkingskaart] te bekijken.

@Programmeur: Indien mogelijk, totale tijd op scherm 18 meten (of, beter nog, van openen link tot invullen Q21).

If Q16 > 1 (min. een kaart/dienstverleningsdocument bekeken):

U gaf aan dat u een of meerdere [als X1 = 1: dienstverleningsdocumenten; als X1 > 1: vergelijkingskaarten] hebt bekeken. De volgende vragen gaan over wat u van [als X1 = 1: het dienstverleningsdocument; als X1 > 1: de vergelijkingskaart] vindt. We zijn benieuwd naar uw mening. Er zijn geen goede of foute antwoorden.

Als u zich niet goed meer kunt herinneren welke informatie [als X1 = 1: in het dienstverleningsdocument; als X1 > 1: op de vergelijkingskaart] te vinden is, kunt u hier [als X1 = 1: <link>; als X1 = 2: <link>; als X1 = 3: <link>] een van de [als X1 = 1: dienstverleningsdocumenten; als X1 > 1: vergelijkingskaarten] nog eens bekijken.

Q21. De informatie [als X1 = 1: in het dienstverleningsdocument; als X1 > 1: op de vergelijkingskaart] vind ik...

Q21_1.	erg onduidelijk	1	2	3	4	5	6	7	erg duidelijk
Q21_2.	erg moeilijk te begrijpen	1	2	3	4	5	6	7	erg makkelijk te begrijpen

Scherf 19 [Aantrekkelijkheid (vorm)]

Klik hier [als X1 = 1: <link>; als X1 = 2: <link>; als X1 = 3: <link>] als u [als X1 = 1: het dienstverleningsdocument; als X1 > 1: de vergelijkingskaart] nog eens wilt bekijken.

Q22. De informatie [als X1 = 1: in het dienstverleningsdocument; als X1 > 1: op de vergelijkingskaart]...

		Zeef zeker niet				Zeef zeker wel		
Q22_1.	...is op een overzichtelijke manier weergegeven	1	2	3	4	5	6	7
Q22_2.	...is prettig om te lezen	1	2	3	4	5	6	7
Q22_3.	...nodigt uit om te lezen	1	2	3	4	5	6	7

Scherf 20 [Aantrekkelijkheid (vorm)]

Klik hier [als X1 = 1: <link>; als X1 = 2: <link>; als X1 = 3: <link>] als u [als X1 = 1: het dienstverleningsdocument; als X1 > 1: de vergelijkingskaart] nog eens wilt bekijken.

Q23. Wat vindt u van de hoeveelheid informatie [als X1 = 1: in het dienstverleningsdocument; als X1 > 1: op de vergelijkingskaart]?

- 1 Te weinig
- 2 Precies goed
- 3 Te veel



Scherf 21 [Relevantie]

Klik [hier](#) [als $X1 = 1$: <link>; als $X1 = 2$: <link>; als $X1 = 3$: <link>] als u [als $X1 = 1$: het dienstverleningsdocument; als $X1 > 1$: de vergelijgingskaart] nog eens wilt bekijken.

Q24. De informatie [als $X1 = 1$: in het dienstverleningsdocument; als $X1 > 1$: op de vergelijgingskaart] vind ik...

Q24_1.	helemaal niet nuttig	1	2	3	4	5	6	7	erg nuttig
Q24_2.	onbelangrijk	1	2	3	4	5	6	7	belangrijk

Scherf 22 [Relevantie]

Klik [hier](#) [als $X1 = 1$: <link>; als $X1 = 2$: <link>; als $X1 = 3$: <link>] als u [als $X1 = 1$: het dienstverleningsdocument; als $X1 > 1$: de vergelijgingskaart] nog eens wilt bekijken.

Q25. Geef aan in hoeverre u het eens of oneens bent met de volgende uitspraken.

[Als $X1 = 1$: Het dienstverleningsdocument; als $X1 > 1$: op de vergelijgingskaart]...

		Zeef zeker niet				Zeef zeker wel			
Q25_1.	... geeft antwoord op vragen die ik heb wanneer ik op zoek ga naar een financiële dienstverlener	1	2	3	4	5	6	7	
Q25_2.	... geeft informatie waar ik behoefte aan heb wanneer ik op zoek ga naar een financiële dienstverlener	1	2	3	4	5	6	7	

Scherf 23 [Vergelijgingsgedrag – "willen"]

If $Q16 > 1$:

Stelt u zich nu voor dat u op zoek bent naar een financiële dienstverlener en dat elke financiële dienstverlener een [als $X1 = 1$: dienstverleningsdocument; als $X1 > 1$: vergelijgingskaart] heeft.

U kunt die [als $X1 = 1$: dienstverleningsdocumenten; als $X1 > 1$: vergelijgingskaarten] zelf vinden [als $X1 = 1$: op de websites van de dienstverleners. Ook zullen dienstverleners u het dienstverleningsdocument voor (of tijdens) het oriëntatiegesprek geven; als $X1 > 1$: op een website waar alle vergelijgingskaarten verzameld zijn en via de websites van de dienstverleners. Ook zullen dienstverleners met wie u een oriëntatiegesprek wilt u de link naar hun vergelijgingskaart geven.]

Q26. Als u echt op zoek zou zijn naar een financiële dienstverlener, zou u de [als $X1 = 1$: dienstverleningsdocumenten; als $X1 > 1$: vergelijgingskaarten] dan gebruiken om dienstverleners met elkaar te vergelijken?

- 1 Zeker niet
- 2 Ik denk het niet
- 3 Misschien wel, misschien niet



- 4 Ik denk het wel
5 Zeker wel

Als Q26 < 3:

Q27. U gaf aan dat u [*als $X1 = 1$* : de dienstverleningsdocumenten; *als $X1 > 1$* : de vergelijkingskaarten] [*als Q24 = 2*: waarschijnlijk] niet zult gebruiken om dienstverleners met elkaar te vergelijken. Waarom niet?

Essay box

Scherf 24 [Kennisvragen]

Dit is het tweede deel van de vragenlijst.

De volgende vragen gaan over wat u weet over hypotheke en financiële dienstverlening bij hypotheke. Het is helemaal niet erg als u het antwoord op een vraag niet weet. U kunt dat dan aangeven.

Scherf 25 [Kennis m.b.t. verschillen tussen soorten dienstverleners]

Q28. Stel dat u naar een bank gaat voor een hypotheekadvies. Welke hypotheke zal de adviseur van de bank meestal vergelijken om tot een advies te komen?

- 1 Alleen de eigen hypotheke van die bank (of bedrijven die daar onderdeel van zijn)
- 2 De eigen hypotheke en de hypotheke van een beperkt aantal andere aanbieders
- 3 De eigen hypotheke en de hypotheke van (bijna) alle andere aanbieders
- 4 Ik weet het niet

Scherf 26

Q29. Stel dat u naar een zelfstandig financieel adviseur (tussenpersoon) gaat voor advies. Welke producten zal de zelfstandig adviseur meestal vergelijken om tot een advies te komen?

- 1 Alleen de producten van de bank of verzekeraar waar de adviseur voor werkt
- 2 De producten van (bijna) alle aanbieders
- 3 Dat verschilt per adviseur; soms worden producten van (bijna) alle aanbieders vergeleken, soms de producten van een beperkt aantal aanbieders
- 4 Ik weet het niet

Scherf 27 [Kennis m.b.t. voorwaarden voor onafhankelijkheid]

Q30. Wanneer geeft een financiële dienstverlener "onafhankelijk" hypotheekadvies?

- 1 Als het aantal hypotheekproducten dat de dienstverlener vergelijkt groot genoeg is en de dienstverlener geen financiële banden of contractuele afspraken heeft met aanbieders
- 2 Als de dienstverlener alleen adviseert over de eigen hypotheekproducten en daardoor niet afhankelijk is van andere partijen



- 3 Als het aantal hypotheekproducten dat de dienstverlener vergelijkt groot genoeg is en de dienstverlener goede banden en afspraken heeft met aanbieders
- 4 Geen van bovenstaande antwoorden is juist
- 5 Ik weet het niet

Q31. Hieronder ziet u een aantal uitspraken. Geef voor elke uitspraak aan of deze volgens u waar of niet waar is.

Scherf 28 [Kennis m.b.t. kosten van advies]

Q31_1. Een oriëntatiegesprek is altijd gratis. *[waar]*

Q31_2. Als je persoonlijke situatie ingewikkeld is (bv. omdat je zelfstandig ondernemer bent of gescheiden bent) betaal je meestal meer voor hypotheekadvies. *[waar]*

Q31_3. Advies is gratis wanneer je een hypotheek afsluit bij de dienstverlener van wie je het advies krijgt. *[niet waar]*

Q31_4. Een hypotheek afsluiten zonder advies is voor iedereen mogelijk. *[niet waar]*

- 1 Waar
- 2 Niet waar
- 3 Ik weet het niet

Scherf 29 [Financiële geletterdheid - hypotheke]

Q32. Stel, u wilt een woning kopen. U wilt van een bank weten hoeveel u kunt lenen. Hoe beslist de bank hoeveel geld u kunt lenen?

- 1 De bank kijkt naar uw inkomsten
- 2 De bank kijkt naar uw inkomsten en naar de waarde van de woning die u wilt kopen
- 3 De bank kijkt naar uw inkomsten, de waarde van de woning die u wilt kopen en naar uw andere financiële lasten
- 4 Ik weet het niet

Q33. Jan heeft een huis gekocht. Hij sluit een hypotheek af. Jan kiest voor een lange rentevastperiode. Waarom doet Jan dat?

- 1 Jan wil minder risico lopen dat de rente onverwacht omhoog gaat
- 2 Een lange rentevastperiode is over de hele looptijd naar verwachting goedkoper
- 3 Het rentepercentage is meestal lager bij een lange rentevastperiode
- 4 Ik weet het niet

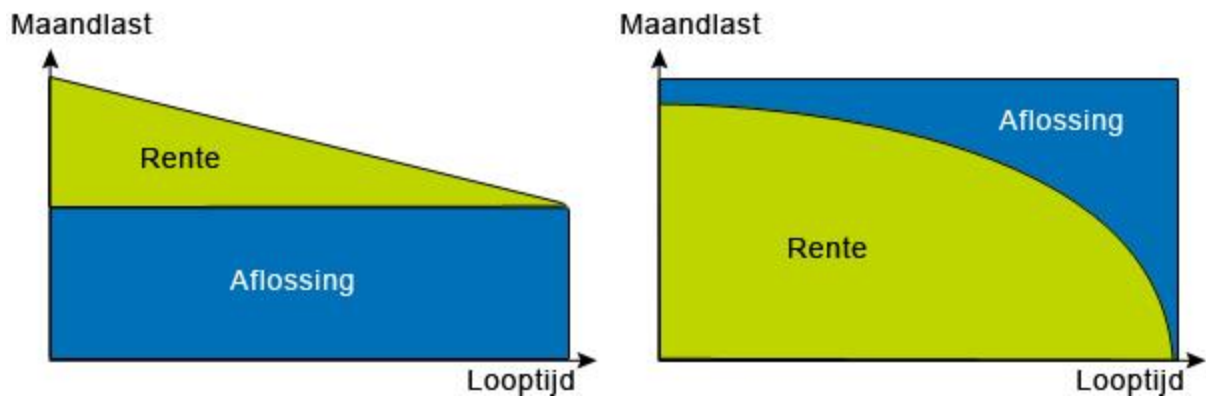
Q34. Wat wordt bij hypotheke bedoeld met het probleem van een woning die onder water staat?

- 1 Een hypotheek op een woonschip of woonark
- 2 Een hypotheek met een betalingsachterstand
- 3 Een woning waarvan de marktwaarde lager is dan de hoogte van de hypotheek
- 4 Ik weet het niet

Q35. In welke van deze twee figuren zie je een annuïteitenhypotheek?

Figuur A:

Figuur B:



- 1 Figuur A
- 2 Figuur B
- 3 Ik weet het niet

Scherf 29 [Financiële geletterdheid (subjectief) – zelf vs. partner]

Q36. Hoeveel verstand heeft u van hypotheke?

Op een schaal van (1) helemaal geen verstand van hypotheke tot (7) heel veel verstand van hypotheke

Als Q6 = 2:

Q37. U gaf eerder aan dat u (misschien) van plan bent de woning met iemand samen te kopen. Hoeveel verstand van hypotheke heeft degene met wie u de woning samen koopt volgens u?

Op een schaal van (1) helemaal geen verstand van hypotheke tot (7) heel veel verstand van hypotheke

Scherf 30

Tot slot volgen nog enkele algemene vragen.

Scherf 31

Q38. Werkt u in de financiële sector?

- 1 Nee
- 2 Ja, als hypotheekadviseur of -bemiddelaar
- 3 Ja, maar niet als hypotheekadviseur of -bemiddelaar

Q39. Wat is uw gezinssituatie?

- 1 Alleenstaand zonder (thuiswonende) kinderen
- 2 Alleenstaand met thuiswonend(e) kind(eren)
- 3 Samenwonend met partner, zonder (thuiswonende) kinderen
- 4 Samenwonend met partner en thuiswonend(e) kind(eren)
- 5 Inwonend (bv. bij ouders, grootouders, of voogd)
- 6 Anders, namelijk...

Q40. Wat is de hoogste opleiding die u hebt afgerond?

- 1 Lager onderwijs
- 2 Voorbereidend middelbaar beroepsonderwijs (vmbo, mavo, vbo, lbo, mulo, ulo, lavo en vglo)
- 3 Havo/vwo (ook hbs en mms)



- 4 Middelbaar beroepsonderwijs (mbo en het leerlingwezen)
- 5 Hoger beroepsonderwijs (1e en 2e fase)
- 6 Wetenschappelijk onderwijs
- 7 (Nog) geen onderwijs (afgerond)
- 8 Anders

Q41. Wat is uw belangrijkste inkomstenbron?

- 1 Ik werk in loondienst
- 2 Ik ben zelfstandige, freelancer, of vrije beroepsbeoefenaar
- 3 Ik ben directeur-groootaandeelhouder
- 4 Ik werk mee in het bedrijf of de praktijk van een gezinslid
- 5 Ik krijg een uitkering
- 6 Anders

Scherf 32 [Standaard eindscherf en evaluatievragen]

Dat was de laatste vraag. Hartelijk dank voor het invullen van deze vragenlijst.

Als u bij de 25 deelnemers hoort die €10 extra krijgen, dan krijgt u hiervan persoonlijk bericht.

Klikt u op "Verder" om de evaluatievragen in te vullen en de vragenlijst af te ronden.



C Informatiedocumenten: voorbeelden

Deze bijlage bevat van elk type document – dienstverleningsdocument, uitgebreide vergelijkingskaart en afgeslankte vergelijkingskaart – een voorbeeld dat in het experiment gebruikt is (Van den Akker & Partners).



C.1 Dienstverleningsdocument

Dienstverleningsdocument Hypotheekvraag

In dit document staat wat wij voor u kunnen doen. En hoeveel dat kost. Andere financiële dienstverleners hebben ook zo'n document. Zo kunt u ons vergelijken met anderen. En kunt u ook onze kosten vergelijken.



Let op! In dit document beschrijven we wat we normaal gesproken doen en wat de gemiddelde prijs is van deze diensten. Deze informatie is dus niet specifiek afgestemd op uw persoonlijke situatie. Maak daarom altijd goede afspraken met uw financiële dienstverlener.

U heeft een hypotheekvraag

Wilt u een lening voor uw woning? Bijvoorbeeld omdat u een woning wilt kopen en daarvoor een lening nodig heeft, of omdat u nadenkt over een nieuwe lening omdat de rentevastperiode van uw lening, is afgelopen. Dan kunt u in dit document lezen wat wij voor u kunnen doen. En hoeveel onze dienstverlening kost. In deze situaties heeft u een hypotheek vraag en moet u over een aantal dingen nadenken. Bijvoorbeeld over:

- De hoogte van het bedrag dat u wilt lenen.
- Voor uw lening betaalt u iedere maand. De rente is niet bij iedere bank en verzekeraar hetzelfde.
- Ook moet u de lening terugbetalen. Dat kan op verschillende manieren. Ook daar moet u goed over nadenken.
- Soms is het verstandig om een verzekering te nemen bij uw lening.

In dit document kunt u lezen of wij u bij het beantwoorden van deze vragen kunnen helpen, hoe we dat doen en welke kosten daar ongeveer tegenover staan.

Samenvatting: wat kunnen wij voor u doen?

Wij zijn een financiële dienstverlener en hieronder staat wat wij voor u kunnen doen. Wat financiële dienstverleners voor u kunnen doen kan verdeeld worden in vijf verschillende soorten activiteiten. Niet iedere financiële dienstverlener doet ze alle vijf. Wij doen de donkergekleurde activiteiten. De lichtgekleurde doen we niet.

De hypotheek

Wij kunnen u adviseren over hypotheek van andere aanbieders. Wij kunnen ervoor zorgen dat u het contract krijgt.

- | | | | | |
|--|--|--|--|---|
| 1 Onderzoek
Hoe is uw persoonlijke situatie? | 2 Advies
Welke financiële oplossing past bij u en uw situatie? | 3 Zoeken
Welke aanbieder heeft de financiële oplossing die bij u past? | 4 Contract
Heeft u gekozen? Dan kunnen wij ervoor zorgen dat u de contracten krijgt. | 5 Onderhoud
U heeft het contract. Daarna houden wij in de gaten of het goed gaat. |
|--|--|--|--|---|

Verzekeringen bij de hypotheek

Wij kunnen u adviseren over verzekeringen van andere aanbieders. Wij kunnen ervoor zorgen dat u het contract krijgt.

- | | | | | |
|--|--|--|--|---|
| 1 Onderzoek
Hoe is uw persoonlijke situatie? | 2 Advies
Welke financiële oplossing past bij u en uw situatie? | 3 Zoeken
Welke aanbieder heeft de financiële oplossing die bij u past? | 4 Contract
Heeft u gekozen? Dan kunnen wij ervoor zorgen dat u de contracten krijgt. | 5 Onderhoud
U heeft het contract. Daarna houden wij in de gaten of het goed gaat. |
|--|--|--|--|---|

Gemiddelde kosten

Advies	Gericht op afsluiten	Combinatie
n.v.t.	n.v.t.	€ 2950



Dienstverleningsdocument Hypotheekvraag

Toelichting: Wat kunnen wij voor u doen?

1 Onderzoek Hoe is uw persoonlijke situatie?	We beginnen met uw persoonlijke situatie. Want pas als we uw persoonlijke situatie goed kennen, kunnen we u een goed financieel advies geven. Samen met u beantwoorden we bijvoorbeeld de volgende vragen: • Wat weet u al over mogelijke financiële oplossingen? En heeft u hier ervaring mee? • Wat wilt u en wat kunt u betalen? • Hoeveel zekerheid wilt u? En hoeveel risico kunt u en wilt u nemen? Tijdens het eerste kennismakingsgesprek inventariseren wij uw wensen. Wij informeren u over hypotheek in het algemeen. Wij berekenen uw toekomstige maandlasten en vertellen u hoe wij onze dienstverlening aanbieden. De kosten van dit gesprek nemen wij voor onze rekening.
2 Advies Welke financiële oplossing past bij u en uw situatie?	Nadat we uw persoonlijke situatie en wensen in beeld hebben gebracht en een beeld hebben van u als klant, analyseren we dit klantbeeld. U krijgt een financiële oplossing die aansluit bij uw situatie en wensen. Wij vinden het belangrijk om u uitgebreid te adviseren en te helpen bij het vinden van de juiste hypotheek. We hebben regelmatig contact. U komt bij ons op kantoor langs of wij komen bij u thuis. Tussendoor bellen we om af te stemmen, dat kan ook via videobellen.
3 Zoeken Welke aanbieder heeft de financiële oplossing die bij u past?	De hypotheek Nadat we hebben bekeken welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, gaan we op zoek naar een passend product. Om een geschikt aanbod te vinden, vergelijken we een groot aantal hypotheek met elkaar. We bekijken welke hypotheek passen bij u en uw situatie. Geen vergelijking van producten Vergelijking van beperkt aantal producten Vergelijking van groot aantal producten Wij adviseren alleen hypotheek van andere aanbieders. Verzekeringen bij de hypotheek Nadat we hebben bekeken welke financiële oplossing het beste aansluit bij uw situatie en wensen, gaan we op zoek naar een passend product. Om een geschikt aanbod te vinden, vergelijken we een groot aantal verzekeringen met elkaar. We bekijken welke verzekeringen passen bij u en uw situatie. Geen vergelijking van producten Vergelijking van beperkt aantal producten Vergelijking van groot aantal producten Wij adviseren alleen verzekeringen van andere aanbieders.



Dienstverleningsdocument Hypotheekvraag

Toelichting: Wat kunnen wij voor u doen?

4 Contract Heeft u gekozen? Dan kunnen wij ervoor zorgen dat u de contracten krijgt	Nadat wij u advies hebben gegeven, neemt u een beslissing. Als u dat wilt kunnen wij ervoor zorgen dat u de contracten krijgt. Na ontvangst van de offertes geven wij u de tijd om deze te lezen. Tijdens een afspraak nemen wij deze uitgebreid met u door en beantwoorden al uw vragen. Wij zorgen voor een juiste afhandeling met de geldverstrekker, adviseren schadeverzekeringen, vragen belastingteruggave aan, hebben contact met de taxateur en notaris zodat alles snel en juist verloopt en we u werk uit handen nemen.
5 Onderhoud U heeft een contract. Daarna houden wij in de gaten of het goed gaat	Het contract loopt vaak lang door. Nadat u het contract heeft getekend, kan uw persoonlijke situatie veranderen. Mogelijk past het product in de toekomst niet meer bij uw persoonlijke situatie. Het is belangrijk dat u weet dat u tijdens de looptijd van het contract recht hebt op informatie over onder andere belangrijke wijzigingen in het product. Let op! Wat financiële dienstverleners voor u kunnen doen nadat u het contract heeft, kan heel erg verschillen. Spreek daarom goed af wat hij doet en wat hij niet doet. En hoeveel dat kost. Wij kunnen, naast de wettelijke verplichtingen die wij al hebben, de donkergedrukte activiteiten verrichten voor het onderhoud van uw contract. • Regelmatig controleren of het product nog steeds past bij uw persoonlijke (financiële) situatie en wensen. • Regelmatig vergelijken of er nieuwe of vernieuwde producten zijn die mogelijk beter bij uw (persoonlijke) situatie passen. • Uw belangen behartigen wanneer het tussen u en de bank of verzekeraar misgaat. De kosten worden apart in rekening gebracht via een abonnement, vast tarief of een uurtarief.



Dienstverleningsdocument Hypotheekvraag

Kosten: Hoeveel betaalt u?

Kosten voor de dienstverlening

	Gemiddelde kosten	Starter	Doorstromer	Ondernemer
Advieskosten	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Kosten gericht op afsluiten product	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Combinatie	€ 2950	€ 2500	€ 2950	€ 3450

De kosten worden apart in rekening gebracht via een vast tarief.

Een eerste oriënterend gesprek is kosteloos.

Afhankelijk van de diensten die u kiest kunnen de kosten die in rekening gebracht worden verschillen.

Dit document kunt u gebruiken bij het maken van concrete afspraken over de dienstverlening.



C.2 Vergelijkingskaart – uitgebreide variant

Vergelijkingskaart Hypotheek

Als je meerdere vergelijkingskaarten verzamelt, kun je financiële dienstverleners met elkaar vergelijken. Door met verschillende financiële dienstverleners oriëntatiegesprekken te voeren, kun je bepalen welke het beste bij je past.

Op deze vergelijkingskaart staat informatie over de financiële dienstverlening van Van den Akker & Partners.



Wat kan deze financiële dienstverlener voor je doen?

	PRODUCT Hypotheek	PRODUCT Verzekering bij de hypotheek
Advies geven en contract regelen ✓	✓	✓
Alleen contract regelen ✓	×	✓
Alleen advies geven ✓	×	×

Benieuwd bij welk soort hypotheek en verzekeringen de financiële dienstverlener deze dienstverlening biedt? [Lees meer](#) ✓

Hoe kun je advies krijgen bij deze financiële dienstverlener? ✓



Bij ons op
kantoor



Bij jou thuis



In een
videogesprek



In een
telefoongesprek



Online

◀ Vorige

Volgende: 'Zijn we onafhankelijk?' ▶



Vergelijkingskaart Hypotheek

Geeft deze financiële dienstverlener een onafhankelijk advies?

Onafhankelijk advies over producten moet aan twee
voorwaarden voldoen.



PRODUCT Hypotheek

Voorwaarde 1: genoeg hypotheeken vergelijken

Deze financiële dienstverlener voldoet aan deze voorwaarde. Hij
vergelijkt een toereikend deel van alle hypotheeken die in de markt
worden aangeboden.



Voorwaarde 2: geen financiële banden of contractuele afspraken

Deze financiële dienstverlener voldoet aan deze voorwaarde. Hij
adviseert hypotheeken van verschillende aanbieders. Hij heeft geen
financiële banden of contractuele afspraken met deze aanbieders die
invloed kunnen hebben op de dienstverlening.




Ja, onafhankelijk

[vervolg scherm op volgende pagina]



PRODUCT

Verzekeringen bij de hypotheek

Voorwaarde 1: genoeg verzekeringen vergelijken

Deze financiële dienstverlener voldoet aan deze voorwaarde. Hij vergelijkt een toereikend deel van alle verzekeringen die in de markt worden aangeboden.



Voorwaarde 2: geen financiële banden of contractuele afspraken

Deze financiële dienstverlener voldoet aan deze voorwaarde. Hij adviseert verzekeringen van verschillende aanbieders. Hij heeft geen financiële banden of contractuele afspraken met deze aanbieders die invloed kunnen hebben op de dienstverlening.



Ja, onafhankelijk

< Vorige

Volgende: 'Kosten' >

 Download als .pdf >

 Print >



Vergelijkingskaart Hypotheek

Waarom moet je deze financiële dienstverlener kiezen?

Eigen tekst van Van den Akker & Partners: "Wij vinden het belangrijk om je uitgebreid te adviseren en te helpen bij het vinden van de juiste hypotheek. Wij zijn 100% onafhankelijk en geven helder en deskundig hypotheekadvies. Wij zorgen voor een juiste en snelle afhandeling en nemen je tijdens het proces werk uit handen."

Wat betaal je aan deze financiële dienstverlener? ▼

Kies de opties die bij jouw situatie (en die van je eventuele partner) horen:

- Dienstverlening? Advies geven en contract regelen ▼
- Al eerder een woning gekocht? ☒ Ja ☐ Nee
- Zelfstandig ondernemer? ☐ Ja ☒ Nee

De gemiddelde prijs is de prijs die klanten betalen in een vergelijkbare situatie. Hoe complexer je financiële situatie, hoe meer je meestal betaalt.



De gemiddelde
prijs is

€ 2.950

◀ Vorige

Volgende: 'Toekomst' ▶

Download als .pdf >

Print >



Vergelijkingskaart Hypotheek

Waarom moet je deze financiële dienstverlener kiezen?

Eigen tekst van Van den Akker & Partners: "Wij vinden het belangrijk om je uitgebreid te adviseren en te helpen bij het vinden van de juiste hypotheek. Wij zijn 100% onafhankelijk en geven helder en deskundig hypotheekadvies. Wij zorgen voor een juiste en snelle afhandeling en nemen je tijdens het proces werk uit handen."

Wat betaal je aan deze financiële dienstverlener?

Kies de opties die bij jouw situatie (en die van je eventuele partner) horen:

- Dienstverlening? Advies geven en contract regelen 
- Al eerder een woning gekocht? ☒ Ja ☐ Nee
- Zelfstandig ondernemer? ☐ Ja ☒ Nee

De gemiddelde prijs is de prijs die klanten betalen in een vergelijkbare situatie. Hoe complexer je financiële situatie, hoe meer je meestal betaalt.



De gemiddelde
prijs is
€ 2.950

 Vorige

Volgende: 'Toekomst' 

 Download als .pdf >

 Print >



Vergelijkingskaart Hypotheek

Ga bij veranderingen in je persoonlijke situatie altijd terug naar een financiële dienstverlener. Door deze veranderingen past de hypotheek/verzekering misschien niet meer bij je situatie. Bijvoorbeeld omdat je gezinssituatie of je inkomen verandert. Dan betaal je misschien te veel of loop je meer risico dan je wilt.

Wat kan deze financiële dienstverlener in de toekomst voor je betekenen? ✓

Voor vragen over het oorspronkelijke advies, een oriëntatiegesprek of een nieuw advies kun je altijd bij deze financiële dienstverlener terecht. Is er een relevante verandering in de wet of verandert er iets in je hypotheek en/of verzekering? Dan neemt de financiële dienstverlener of aanbieder contact met je op, zonder dat je daarvoor betaalt.

Biedt deze financiële dienstverlener ook onderhoudsdiensten aan? ⓘ ✓

Voor onderhoudsdiensten betaal je een bedrag per maand of per jaar.

Kijk voor meer informatie over de diensten en kosten op vandenakker.nl.

< Vorige

🔍 Zoek een andere dienstverlener >

📄 Download als .pdf >

🖨️ Print >

Tip: ga met verschillende financiële dienstverleners in gesprek

Wil je je goed voorbereiden? En wil je weten welke vragen je in het oriëntatiegesprek kunt stellen aan een financiële dienstverlener? Kijk dan op [website van Wijzer in Geldzaken](https://www.wijzerin Geldzaken.nl). Deze website geeft betrouwbare informatie over jouw geldzaken.

Op deze vergelijkingskaart staat informatie die de financiële dienstverlener je moet geven op basis van de wet. Je hebt deze vergelijkingskaart samengesteld op 12-10-2020.



C.3 Vergelijkingskaart – afgeslankte variant

Vergelijkingskaart Hypotheek

Als je meerdere vergelijkingskaarten verzamelt, kun je financiële dienstverleners met elkaar vergelijken.

Op deze vergelijkingskaart staat informatie over de financiële dienstverlening van Van den Akker & Partners.



Wat kan deze financiële dienstverlener voor je doen?

	PRODUCT Hypotheek	PRODUCT Verzekering bij de hypotheek
Advies geven en contract regelen ✓	✓	✓
Alleen contract regelen ✓	×	✓
Alleen advies geven ✓	×	×

Benieuwd bij welk soort hypotheek en verzekeringen de financiële dienstverlener deze dienstverlening biedt? [Lees meer](#) ✓

Hoe kun je advies krijgen bij deze financiële dienstverlener? ✓



Bij ons op
kantoor



Bij jou thuis



In een
videogesprek



In een
telefoongesprek



Online

◀ Vorige

Volgende: 'Zijn we onafhankelijk?' ▶



Vergelijkingskaart Hypotheek

Geeft deze financiële dienstverlener een onafhankelijk advies?

Onafhankelijk advies over producten moet aan twee
voorwaarden voldoen.



PRODUCT Hypotheek

Voorwaarde 1: genoeg hypotheek vergelijken ✓



Ja, onafhankelijk

Voorwaarde 2: geen financiële banden of contractuele
afspraken ✓



PRODUCT Verzekeringen bij de hypotheek

Voorwaarde 1: genoeg verzekeringen vergelijken ✓



Ja, onafhankelijk

Voorwaarde 2: geen financiële banden of contractuele
afspraken ✓



< Vorige

Volgende: 'Kosten' >



Vergelijkingskaart Hypotheek

Wat betaal je aan deze financiële dienstverlener?

Kies de opties die bij jouw situatie (en die van je eventuele partner) horen:

- Dienstverlening? Advies geven en contract regelen ▼
- Al eerder een woning gekocht? ☒ Ja ☐ Nee
- Zelfstandig ondernemer? ☐ Ja ☒ Nee

De gemiddelde prijs is de prijs die klanten betalen in een vergelijkbare situatie. Hoe complexer je financiële situatie, hoe meer je meestal betaalt.



De gemiddelde
prijs is

€ 2.950

 Vorige

Volgende: 'Toekomst' 

 Download als .pdf >

 Print >



Vergelijkingskaart Hypotheek

Wat kan deze financiële dienstverlener in de toekomst voor je betekenen? 

Biedt deze financiële dienstverlener ook onderhoudsdiensten aan? 



Voor onderhoudsdiensten betaal je een bedrag per maand of per jaar.

Kijk voor meer informatie over de diensten en kosten op vandenakker.nl.

 Vorige

 Zoek een andere dienstverlener 

 Download als .pdf 

 Print 

Tip: ga met verschillende financiële dienstverleners in gesprek

Wil je je goed voorbereiden? En wil je weten welke vragen je in het oriëntatiegesprek kunt stellen aan een financiële dienstverlener? Kijk dan op [website van Wijzer in Geldzaken](https://www.wijzerin Geldzaken.nl). Deze website geeft betrouwbare informatie over jouw geldzaken.

Op deze vergelijkingskaart staat informatie die de financiële dienstverlener je moet geven op basis van de wet. Je hebt deze vergelijkingskaart samengesteld op 12-10-2020.



Vergelijkingskaarten: hoofdscherm en menubalk

Wanneer respondenten op de link naar de vergelijkingskaart klikten, kwamen zij direct terecht op de eerste pagina van de vergelijkingskaart van de betreffende dienstverlener. Via die vergelijkingskaart kon men ook terug naar het hoofdscherm (zie eerste afbeelding hieronder) of doorklikken naar vergelijkingskaarten van andere dienstverleners (via de menubalk, zie hieronder).

Hoofdscherm Keuzehulp financiële dienstverleners (afgeslankte versie)

Keuzehulp
financiële dienstverleners

**Stap 1**
vergelijkingskaarten
lezen

**Stap 2**
oriëntatiegesprekken
voeren

**Stap 3**
financiële dienstverlener
kiezen

Vergelijkingskaarten van Van den Akker & Partners
Klik hieronder op de vraag die je hebt ...

**hypotheek bij een woning**
Het gaat om een vraag die met hypotheek te maken heeft. Bijvoorbeeld bij een nieuwe woning, bij een verbouwing of bij een scheiding.

**vermogen opbouwen**
Het gaat om vermogen opbouwen via bijvoorbeeld beleggingen of lijfrente.

**financiële risico's verzekeren**
Het gaat om financiële risico's bij overlijden, arbeidsongeschiktheid of werkloosheid

Heb je een andere vraag aan de financiële dienstverlener? Neem dan rechtstreeks contact op met Van den Akker & Partners.



Hoofdscherm Keuzehulp financiële dienstverleners (uitgebreide versie)

Keuzehulp financiële dienstverleners

Met vergelijkingskaarten kun je financiële dienstverleners met elkaar vergelijken, zodat je een financiële dienstverlener kunt kiezen die goed bij je past.



Stap 1
vergelijkingskaarten
lezen



Stap 2
oriëntatiegesprekken
voeren



Stap 3
financiële dienstverlener
kiezen

Vergelijkingskaarten van Van den Akker & Partners

Klik hieronder op de vraag die je hebt ...



hypotheek bij een woning

Het gaat om een vraag die met hypotheek te maken heeft. Bijvoorbeeld bij een nieuwe woning, bij een verbouwing of bij een scheiding.



vermogen opbouwen

Het gaat om vermogen opbouwen via bijvoorbeeld beleggingen of lijfrente.



financiële risico's verzekeren

Het gaat om financiële risico's bij overlijden, arbeidsongeschiktheid of werkloosheid

Heb je een andere vraag aan de financiële dienstverlener? Neem dan rechtstreeks contact op met Van den Akker & Partners.



Menubalk (bleef in beeld bovenaan de website)

 Keuzehulpdienstverleners.nl >  Van den Akker & Partners ^

Regelhetzelf.nl

Hypotheekadviesopmaat.com

ACB Bank

Betibank

Adviesburo Van Giesen

Advior Financiële dienstverlening

Elsen & Elshout financieel advies

Van den Akker & Partners

erleners



Stap

oriëntatieges

voere

vergelijkingskaarten
lezen