



Nationaal Instituut voor Budgetvoorlichting

# Abonnementenonderzoek 2021

Inzicht in gebruik abonnementen

Annette Groen, Nanne Houtsma

# **Abonnementenonderzoek 2021**

## **Inzicht in gebruik abonnementen**

*Auteurs*

*Annette Groen*

*Nanne Houtsma*

---

Nibud, juni 2021

In opdracht van bedrijf – Minna Technologies

## Inhoud

1.	Inleiding .....	8
2.	Aantal en type abonnementen .....	10
3.	Afsluiten .....	13
4.	Betalen .....	16
5.	Administratie .....	20
6.	Opzeggen .....	23
7.	Grote aankopen zonder abonnement verkrijgbaar .....	26
	Bijlage 1   Onderzoeksverantwoording	10
	Bijlage 2   Achtergrondkenmerken	30
	Bijlage 3   Uitgevraagde abonnementen	31



## Samenvatting

De laatste jaren neemt in Nederland het gebruik van abonnementen toe. Daarom onderzoekt het Nibud het gebruik van abonnementen. In 2018 heeft het Nibud dit voor het eerst gedaan. Met dit onderzoek kijken we wat de situatie is in 2021. Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van Minna Technologies.

We geven antwoord op de volgende vragen:

- In hoeverre hebben consumenten inzicht in het aantal abonnementen en de bijbehorende kosten?
- In hoeverre nemen mensen de tijd en moeite om hun abonnementen te vergelijken?
- Welke groepen komen in financiële problemen vanwege hun gedrag ten aanzien van abonnementen?
- In hoeverre beoordelen mensen het als behulpzaam en nuttig als banken consumenten helpen inzicht te krijgen in hun abonnementen en helpen met opzeggen of omzetten van abonnementen?

### **Nederlanders hebben in 2021 gemiddeld meer abonnementen dan in 2018**

Bijna alle respondenten hebben een of meer abonnementen (99 procent). In 2018 was het gemiddeld aantal abonnementen per huishouden 11 en in dit onderzoek is het 14. We zien vooral dat het aandeel mensen met 5 tot 10 abonnementen is gedaald van 24 procent in 2018 naar 12 procent in 2021. Het aantal abonnementen neemt af met de leeftijd. Het aantal abonnementen neemt toe met het inkomen en huishoudgrootte. Huishoudens met kinderen en stellen hebben vaker meer abonnementen.

De meest voorkomende abonnementen zijn een mobiele telefoon en een combinatiepakket (internet, tv en eventueel telefoon). Abonnementen die daarna het meest worden afgesloten zijn streamingdiensten, loterijen, de wegwacht en tijdschriften.

Ten opzichte van 2018 zien we dat het gebruik van de volgende abonnementen is toegenomen: streamingdiensten (van 47 naar 54 procent), internet niet in combinatiepakket (van 23 naar 36 procent), Microsoft of andere software (van 26 naar 32 procent) en televisie niet in combinatiepakket (van 23 naar 32 procent). Het aantal respondenten dat een abonnement heeft op het openbaar vervoer is gedaald van 35 naar 29 procent.

43 procent van de huishoudens weet hoeveel zij per maand aan abonnementen uitgeven. In vergelijking met 2018 is dit percentage gedaald van 47 naar 43 procent.

### **Huishoudens schatten het aantal abonnementen nog steeds te laag in**

Net zoals in 2018 hebben huishoudens nog steeds weinig inzicht in het aantal abonnementen dat ze hebben. Minder dan 1 procent van de huishoudens schat het aantal abonnementen goed in of overschat het aantal abonnementen dat ze hebben. In 2021 hebben de meeste huishoudens een onderschatting van 6 tot 10 abonnementen (37 procent). In 2018 hadden de meeste huishoudens (55 procent) een onderschatting van 1 tot 5 abonnementen. We zien dat bij huishoudens die gemiddeld meer abonnementen hebben de onderschatting ook vaak groter is. Zo onderschatten respondenten tussen de 18 en 34 jaar, en huishoudens met een inkomen hoger dan 2.500 euro vaker hun

abonnementen met meer dan 11 abonnementen. Deze respondenten hebben gemiddeld meer abonnementen dan andere groepen.

### **Hoe meer abonnementen hoe minder overzicht**

Net als in 2018 geeft 92 procent van de respondenten aan de contracten van abonnementen te bewaren. Meer dan de helft kan de contracten makkelijk terugvinden. Ten opzichte van 2018 is dit percentage gestegen van 48 naar 54 procent. Een kwart van de mensen (26 procent) checkt niet jaarlijks of abonnementen opgezegd kunnen worden. Dit percentage is vergelijkbaar met 2018. 26 procent bewaart de contracten digitaal. Dat is een toename ten opzichte van 2018 van 18 naar 26 procent. 71 procent bewaart net als in 2018 de contracten op één plek. Ruim driekwart van de respondenten geeft aan een duidelijk overzicht te hebben van de abonnementen. Echter, hoe meer abonnementen hoe minder overzicht. Bij 1 tot 5 abonnementen geeft 9 procent aan geen overzicht te hebben en bij 21 abonnementen of meer 23 procent.

### **Bijna de helft van de mensen wil geholpen worden met overzicht en opzeggen van abonnementen**

Ongeveer de helft van de respondenten vindt een mobielbankierenapp waarmee je inzicht krijgt in het aantal abonnementen en in de uitgaven per abonnement (zeer) behulpzaam. 49 procent vindt ook een gratis opzegservice (zeer) behulpzaam. 37 procent noemt goedkopere alternatieven aangeboden krijgen (zeer) behulpzaam. Meer dan 60 procent geeft aan wel eens gebruik te willen maken van deze diensten.

Driekwart van de respondenten vindt het belangrijk om geattendeerd te worden als een abonnement binnenkort afloopt. Ook vindt driekwart van de respondenten het belangrijk erop geattendeerd te worden als een abonnement automatisch wordt verlengd.

### **De meeste abonnementen worden maandelijks met automatisch incasso betaald**

De meeste abonnementen worden per maand met automatische incasso betaald. We zien ook abonnementen die met de creditcard worden betaald, zoals de leasefiets. Die wordt door 25 procent van de respondenten met een creditcard betaald.

Ongeveer twee derde ervaart de abonnementskosten als een vaste last. 1 op de 5 doet dit niet. De meesten mensen, meer dan 75 procent, hebben geen problemen met het betalen van hun abonnementen of hebben niet een abonnement moeten opzeggen vanwege betalingsproblemen. Ruim een kwart van de mensen (26 procent) vergeet door de automatische incasso echter wel eens dat een abonnement nog loopt. Ook komt bij 26 procent van de mensen een automatische incasso wel eens niet goed uit. Ongeveer 1 op de 5 kan wel eens een andere rekening niet betalen door een automatische incasso of heeft te weinig saldo voor de automatische incasso.

### **Ruim een kwart vergeet wel eens een abonnement op te zeggen**

28 procent is wel eens vergeten een abonnement op te zeggen, waardoor ze er langer aan vastzaten. In 2018 was dit percentage vergelijkbaar (29 procent). Het aandeel mensen dat wel eens vergeet op te zeggen stijgt naarmate het aantal abonnementen toeneemt. 22 procent van de respondenten vindt het veel gedoe om een abonnement op te zeggen. Van de respondenten stelt 13 procent een abonnement opzeggen het liefst zo lang mogelijk uit, omdat ze er tegen opzien. Minder dan de helft (45 procent) weet wanneer de abonnementen moeten worden opgezegd. Ten opzichte van 2018 maken meer

respondenten een notitie in de agenda over de opzegtermijnen. Dat percentage is gestegen van 20 naar 26 procent ten opzichte van 2018.

### **1 op de 3 heeft geen financiële check gedaan bij private-leaseauto**

Het percentage dat een auto leaset is hetzelfde als in 2018 (10 procent). Er zijn meer respondenten die meubels leasen (gestegen van 5 naar 9 procent), elektronica/huishoudelijke apparatuur leasen (gestegen van 7 naar 13 procent) en een fiets leasen (gestegen van 5 naar 8 procent). 68 procent van de respondenten heeft een financiële check gehad bij het aangaan van een private lease, 1 op de 3 niet. Bij de andere producten heeft tussen de 40 en 50 procent een financiële check plaatsgevonden. Tussen de 40 en 50 procent leest altijd de voorwaarden van het contract. Ongeveer de helft kent de voorwaarden waaronder het contract kan worden ontbonden. Bij private-leaseauto's is dit percentage 60 procent. Bij de helft van de respondenten is het mogelijk om het contract tussentijds te ontbinden. Bij 14 procent van de respondenten is het lease-abonnement wel eens geweigerd vanwege financiële omstandigheden.

## Visie van het Nibud

De laatste jaren neemt het aanbod van abonnementen toe in Nederland. Steeds meer producten en diensten worden in abonnementsvorm aangeboden. Denk aan internet en tv, maar ook aan de krant, bloemen, een maaltijdbox of verzorgingsartikelen (bijv. Parfumado). Maar ook duurdere producten zoals een auto, elektronische apparaten zoals tv's, witgoed zoals wasmachines, meubels, bedden, en zelfs zonnepanelen op je dak.

Dit betekent een toename in het aandeel vaste lasten in de begroting van huishoudens. Hierdoor kunnen de totale maandelijkse kosten ongemerkt oplopen. Bijna iedereen onderschat het aantal abonnementen dat ze hebben. Meer dan de helft van de huishoudens heeft geen idee hoeveel geld ze maandelijks uitgeven aan hun abonnementen. Het Nibud vindt het erg belangrijk dat consumenten goed op de hoogte zijn van de risico's verbonden aan abonnementen en dat aanbieders van abonnementen consumenten goed voorlichten over de voorwaarden, kosten en manier van opzeggen.

### Strengere controle vooraf op leasecontracten

Bij private lease is het belangrijk dat er altijd een financiële check wordt gedaan of de consument de maandelijkse kosten kan betalen. Een kenmerk van leasecontracten op consumentengoederen is dat ze vaak niet snel opzegbaar zijn. Een private-leasecontract op een auto loopt bijvoorbeeld 3 tot 5 jaar. En ook een abonnement op een wasmachine of bed is meestal de eerste jaren niet makkelijk opzegbaar. Wil je er eerder vanaf, dan betaal je een (forse) boete. Daarom is het extra belangrijk dat vooraf een financiële check wordt gedaan en de consument goed op de hoogte is van de voorwaarden.

Een financiële check is niet gangbaar bij de duurdere producten die je kunt leasen. Bij 1 op de 3 mensen die een private-leasecontract hebben, is geen financiële check gedaan. Mensen zijn bovendien onvoldoende op de hoogte van de voorwaarden waarop het contract kan worden ontbonden. Ongeveer de helft kent deze voorwaarden niet. Bij private-leaseauto's is 40 procent niet op de hoogte van de voorwaarden om te ontbinden.

### Stel automatische afschrijving in bij creditcard gebruik

We zien dat veel abonnementen met een creditcard worden betaald, bijvoorbeeld een leasefiets. Een creditcard is een duur betaalmiddel. Je loopt met een creditcard ongemerkt een groter risico op extra kosten. Consumenten moeten zich goed bewust zijn van de risico's. De rente op schulden bij de creditcard is hoog. Het advies is daarom om te zorgen dat de betalingen met de creditcard direct worden aangevuld, bijvoorbeeld met een automatische incasso.

### Meer service van aanbieders t.a.v. inzicht en grip op abonnementen

Bedrijven die abonnementen aanbieden, spelen een belangrijke rol bij de voorlichting over de voorwaarden en de betalingen van het abonnement. Het is belangrijk dat zij beseffen dat de manier waarop zij service bieden bij het aangaan, overzicht houden en opzeggen van het abonnement van invloed is op eventuele betalingsproblemen bij de klant. Het Nibud roept aanbieders op om:

- coulant te zijn met opzeggen. Geef altijd de mogelijkheid iedere maand op te zeggen;
- opzeggen zo makkelijk mogelijk te maken;
- klanten een reminder te sturen als het contract afloopt;



- klanten te informeren. Attendeer klanten op voorwaarden en zorg dat de voorwaarden transparant en begrijpelijk zijn.

### **Tools inzetten om inzicht te geven in financiële kant abonnementen**

Met het toenemen van het aantal abonnementen ontstaat de behoefte aan meer overzicht. De huidige technologieën kunnen huishoudens goed helpen bij het creëren van overzicht over het aantal abonnementen en van de uitgaven per abonnement. Dit geeft controle, waardoor gezondere financiële beslissingen genomen kunnen worden. Zoals het tijdig opzeggen van een abonnement indien men daar geen gebruik meer van wenst te maken. Tools, zoals een mobielbankierenapp, kunnen daar goed bij helpen. Mensen geven ook aan daar behoefte aan te hebben. Het gratis e-mailcoachingsprogramma Bewaar van het Nibud kan ook helpen om overzicht te krijgen van alle lopende abonnementen.

# 1. Inleiding

## 1.1 Aanleiding

De laatste jaren neemt in Nederland het gebruik van abonnementen toe. Daarom heeft het Nibud in 2018 onderzoek gedaan naar het gebruik van abonnementen. In het onderzoek is gekeken naar het aantal abonnementen dat een huishouden heeft en vooral welke dat dan zijn. Ook is onderzocht welk gedrag consumenten vertonen met betrekking tot abonnementen. Zo kunnen we een link leggen tussen de huidige ontwikkelingen rond abonnementen en de manier waarop consumenten daarop reageren. Om te kijken hoe het gebruik ten aanzien van abonnementen zich heeft ontwikkeld, heeft het Nibud dit onderzoek in mei 2021 herhaald. Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van Minna Technologies.

In dit onderzoek is een abonnement gedefinieerd als een overeenkomst tussen een afnemer (abonnee) en een leverancier. Het gaat hier dan om een product of dienst die periodiek wordt geleverd en vaak door de abonnee wordt betaald.

## 1.2 Doel onderzoek

Het Nibud wil inzicht verschaffen in het gedrag van consumenten met betrekking tot abonnementen. Dit onderzoek heeft als doel een antwoord te geven op de volgende vragen:

- In hoeverre hebben consumenten inzicht in het aantal abonnementen en de bijbehorende kosten?
- In hoeverre nemen mensen de tijd en moeite om hun abonnementen te vergelijken?
- Welke groepen komen in financiële problemen vanwege hun gedrag ten aanzien van abonnementen?
- In hoeverre beoordelen mensen het als behulpzaam en nuttig als banken consumenten helpen inzicht te krijgen in hun abonnementen en helpen met opzeggen of omzetten van abonnementen?

## 1.3 Leeswijzer

Voor dit onderzoek zijn 1.514 Nederlanders in de leeftijd van 18 jaar en ouder ondervraagd via een online vragenlijst. De onderzoeksopzet staat beschreven in Bijlage 1.

De groep is representatief voor alle Nederlanders op basis van geslacht, leeftijd en opleidingsniveau. De achtergrondkenmerken van de ondervraagden staan in Bijlage 2.

De percentages zijn afgerond op hele cijfers. Bij het optellen van percentages worden de nauwkeurige cijfers gebruikt. Vanwege de afrondingen kan het voorkomen dat de uitkomst één procent afwijkt van de optelling van hele percentages. Een totaal komt dan niet uit op 100 procent, maar op bijvoorbeeld 99 of 101 procent.

## Vergelijkingen

Er worden vergelijkingen gemaakt tussen verschillende groepen op basis van achtergrondkenmerken. Er is gekeken naar:

- hoogte van inkomen;
- leeftijd;

- aantal abonnementen;
- huishoudsituatie: alleenstaand of met partner, met of zonder kinderen.

De resultaten worden daarnaast vergeleken met de resultaten uit 2018. Dit onderzoek is in april 2019 uitgebracht (Nibud-Rapport Abonnementen 2019). Alleen als het verschil tussen groepen significant is, is het percentage onderstreept.

## 2. Aantal en type abonnementen

*Dit hoofdstuk laat zien in hoeverre mensen in Nederland overzicht hebben van het aantal en type abonnementen dat ze hebben. Gemiddeld hebben huishoudens 14 abonnementen. De abonnementen die het vaakst afgesloten worden, zijn een combinatiepakket, mobiele telefoon met internet, streamingdiensten en de loterij. 99 procent van de huishoudens onderschat het aantal abonnementen dat ze hebben.*

### 2.1 Aantal abonnementen

Bijna alle huishoudens hebben een of meer abonnementen. Minder dan 1 procent van de huishoudens heeft geen abonnement. In 2021 hebben huishoudens gemiddeld 14 abonnementen. In 2018 had 91 procent van de huishoudens abonnementen, en gemiddeld 11. Bijna twee derde van de huishoudens (64 procent) heeft 6 tot 15 abonnementen. En 25 procent heeft 16 of meer abonnementen. Dit percentage ligt hoger dan in 2018 (15 procent).

Als we dezelfde abonnementen vergelijken met 2018, dan heeft een huishouden nu gemiddeld 13 abonnementen. Bijlage 3 geeft een overzicht van alle abonnementen die zijn voorgelegd en de wijzigingen ten opzichte van 2018.

58 procent van de huishoudens weet niet hoeveel zij uitgeven per maand aan abonnementen. In 2018 was dit percentage vergelijkbaar, namelijk 60 procent.

Tabel 1: Het aantal abonnementen (2018 n=1.528) en (2021 n=1.514)

Aantal abonnementen	2018	2021	2021
	%	Vergelijkbare abonnementen 2018	Abonnementen inclusief nieuw toegevoegde
1-5	24	18	12
6-10	41	39	36
11-15	21	23	28
16-20	7	8	10
21 of meer	8	13	15
<b>Gemiddeld</b>	<b>#11</b>	<b>#13</b>	<b>#14</b>

Groepen respondenten die vaker meer abonnementen hebben, zijn:

- jongeren. Het aantal abonnementen neemt af met de leeftijd;
- huishoudens met een hoger inkomen. Het aantal abonnementen neemt toe met het inkomen;
- vaker huishoudens met kinderen dan huishoudens zonder kinderen;
- vaker mensen met partner dan zonder partner.

## 2.2 Top 15 abonnementen

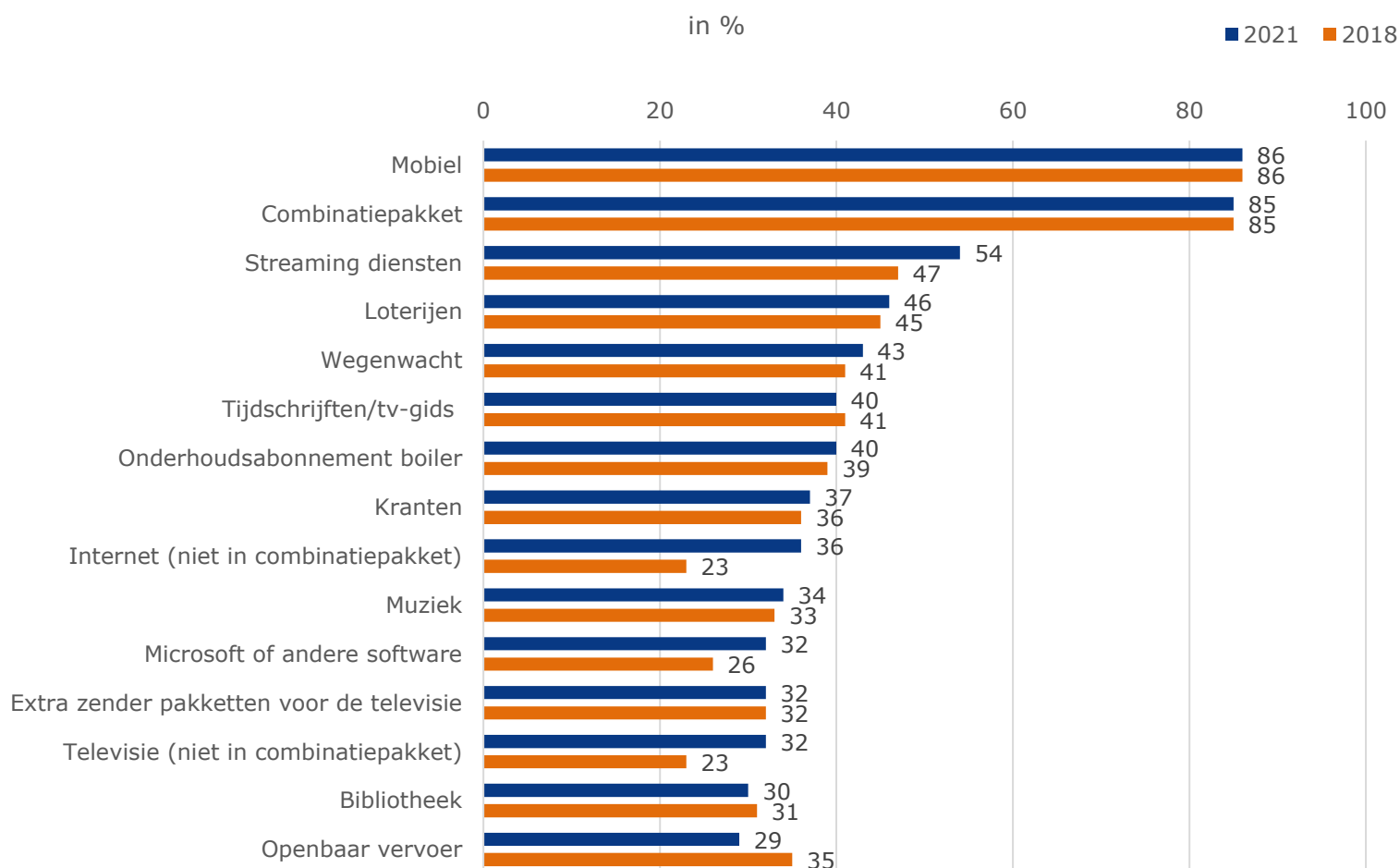
Figuur 1 laat zien welke 15 abonnementen het vaakst worden afgesloten. De eerste 2 liggen het meest voor de hand: een mobiele telefoon en een combinatiepakket (internet, tv en eventueel telefoon). Abonnementen die daarna het meest worden afgesloten, zijn streamingdiensten, loterijen, de wegenwacht en tijdschriften.

Ten opzichte van 2018 zien we dat het gebruik van de volgende abonnementen is toegenomen:

- Streamingdiensten (van 47 naar 54 procent)
- Internet niet in combinatiepakket (van 23 naar 36 procent)
- Microsoft of andere software (van 26 naar 32 procent)
- Televisie niet in combinatiepakket (van 23 naar 32 procent)

Het aantal respondenten dat een abonnement heeft op het openbaar vervoer is gedaald van 35 naar 29 procent.

Figuur 1: Top 15 meest afgesloten abonnementen



De leeftijdsgroep 18 tot 34 jaar heeft vaker de volgende abonnementen: streamingsdiensten, onderhoud, internet, muziek, Microsoft, extra zenderpakket, televisie, bibliotheek en openbaar vervoer.

De leeftijdsgroep 35 tot 64 heeft vaker een combinatiepakket. De 65-plussers vaker loterijen, tijdschrift/tv-gids en krant.

Abonnementen uit de top 15 die over het algemeen vaker voorkomen bij hoge inkomens zijn abonnementen op de mobiele telefoon, combinatiepakket, streaming, loterijen, wegwacht, tijdschrift/tv-gids, onderhoud cv-ketel/ventilatie, krant, muziek en Microsoft, extra zenderpakket, televisie en bibliotheek.

### 2.3 Onderschatting van aantal abonnementen

Minder dan 1 procent van de huishoudens schat het aantal abonnementen goed in of overschat het aantal abonnementen dat ze hebben. In vergelijking met 2018 hebben huishoudens nog steeds weinig inzicht in het aantal abonnementen dat ze hebben. In 2021 hebben de meeste huishoudens een onderschatting van 6 tot 10 abonnementen (37 procent). In 2018 hadden de meeste huishoudens (55 procent) een onderschatting van 1 tot 5 abonnementen.

Tabel 2: Onderschatting aantal abonnementen (2018 n=1.528) (2021 n=1.514)

	2018	2021
	%	%
Onderschatting van 1-5	55	17
Onderschatting van 6-10	29	37
Onderschatting van 11-15	8	24
Onderschatting van 16-20	2	8
Onderschatting van 21 of meer	7	14

Mensen in de leeftijd van 45 en 64 jaar en huishoudens met een inkomen tot 2.500 euro onderschatten significant vaker het aantal abonnementen met 1 tot 10 abonnementen. Respondenten tussen de 18 en 34 jaar en huishoudens met een inkomen hoger dan 2.500 euro onderschatten vaker hun abonnementen met meer dan 11 abonnementen. We zien dat bij huishoudens die gemiddeld meer abonnementen hebben de onderschatting ook vaak groter is.

### 3. Afsluiten

*Dit hoofdstuk gaat over de manier waarop mensen hun abonnementen afsluiten. Van de respondenten vindt 39 procent dat een abonnement afsluiten meer voordelen heeft dan nadelen. Gemak en voordeliger dan losse aankopen worden als belangrijkste redenen genoemd om een abonnement af te sluiten.*

#### 3.1 Houding t.a.v. abonnementen

De houding t.a.v. abonnementen is niet veranderd ten opzichte van 2018. 39 procent ziet meer voordelen dan nadelen bij abonnementen. 36 procent vindt het vervelend dat er abonnementen zijn waar je niet omheen kunt. 31 procent vindt het prettig dat er steeds meer mogelijkheden zijn om een product/dienst als abonnement af te sluiten. Dit percentage is gedaald ten opzichte van 2018 van 41 naar 31 procent.

Tabel 3: Stellingen waardering abonnementen (2018 n=1.528) (2021 n= 1.514)

	(Helemaal) oneens 2018 %	Niet eens, niet oneens 2018 %	(Helemaal) eens 2018 %	(Helemaal) oneens 2021 %	Niet eens, niet oneens 2021 %	(Helemaal) eens 2021 %
Ik zie meer voordelen dan nadelen bij abonnementen	13	47	41	14	47	39
Ik vind het vervelend dat er abonnementen zijn waar ik niet omheen kan	27	37	36	27	37	36
Ik vind het prettig dat er steeds meer mogelijkheden zijn om een product/dienst als abonnement af te sluiten	13	46	41	16	53	31

### 3.2 Redenen afsluiten abonnement

Van de respondenten geeft 87 procent aan van tevoren af te wegen wat goedkoper is om af te sluiten, een abonnement of het product/dienst los kopen. In 2018 was dit percentage 88 procent. In Tabel 12 staan de redenen waarom respondenten kiezen voor een abonnement in plaats van het losse product. De meest genoemde redenen zijn gemak (35 procent) en voordeliger dan losse aankopen (31 procent). Dit waren in 2018 ook de meest genoemde redenen.

Tabel 4: Redenen afsluiten abonnement (meerdere redenen mogelijk) (2018 n=1.528) (2014 n=1.514)

	2018	2021
	%	%
Gemak	40	35
Voordeliger dan losse aankopen	43	31
Ik heb soms geen keuze, het is alleen mogelijk om een abonnement af te sluiten	32	27
Het kan een mooie aanbieding zijn	33	23
Ik weet bij een abonnement beter wat ik er maandelijks aan uit geef	31	23
Dan hoef ik mijn geen zorgen te maken over het onderhoud*	-	19
Extra service en onderhoud	20	15
Dat kost me minder tijd	18	14
Ik heb het direct thuis/hoef niet naar de winkel	16	11
Dan hoef ik slechts één keer een keuze te maken	14	11
Dan ben ik flexibeler*	-	10
Dan kan ik kijken wat bij mij past*	-	10
Dan heb ik altijd een goed werkend apparaat*	-	9
Ik krijg direct iets nieuws als iets kapot is	10	8
Dan is het nooit op/heb ik altijd een voorraad	8	6
Ik voel minder erg dat ik voor dit product geld uitgeef	7	-
Ik wil geen bezit, ik wil niet verantwoordelijk zijn voor het product	5	-
Dan kan ik steeds iets nieuws uit proberen*	-	5
Dan maak ik altijd gebruik van de nieuwste modellen*	-	5
Dan krijg ik een verrassing	5	4
Ik wil geen bezit, dat is duurzamer	4	4
Dan ervaar ik meer afwisseling in producten	3	3
Anders	1	2

\* nieuw in 2021



### 3.3 Abonnementen als verleidingen en risico

In Tabel 5 is weergegeven in welke mate de respondenten in de verleiding komen, en of zij zich bewust zijn van de risico's die abonnementen met zich mee kunnen brengen. Zes op de tien respondenten geeft aan niet snel in de verleiding te komen om een abonnement af te sluiten als zij persoonlijk worden benaderd. 1 op de 10 respondenten geeft aan dat zij dan wel in de verleiding komen. Van de respondenten geeft 60 procent aan zich bewust te zijn van de risico's die een abonnement met zich mee kan brengen. 9 procent geeft aan zich er niet bewust van te zijn. Deze percentages zijn vergelijkbaar met 2018.

Tabel 5: Stellingen waardering abonnementen (2018 n=1.528) (2021 n= 1.514)

	(Helemaal) oneens 2018 %	Niet eens, niet oneens 2018 %	(Helemaal) eens 2018 %	(Helemaal) oneens 2021 %	Niet eens, niet oneens 2021 %	(Helemaal) eens 2021 %
Ik kom snel in de verleiding een abonnement af te sluiten als het aan mij persoonlijk wordt aangeboden	62	27	11	62	26	12
Ik ben me bewust van de risico's die een abonnement met zich kan meebrengen	8	28	64	9	31	60

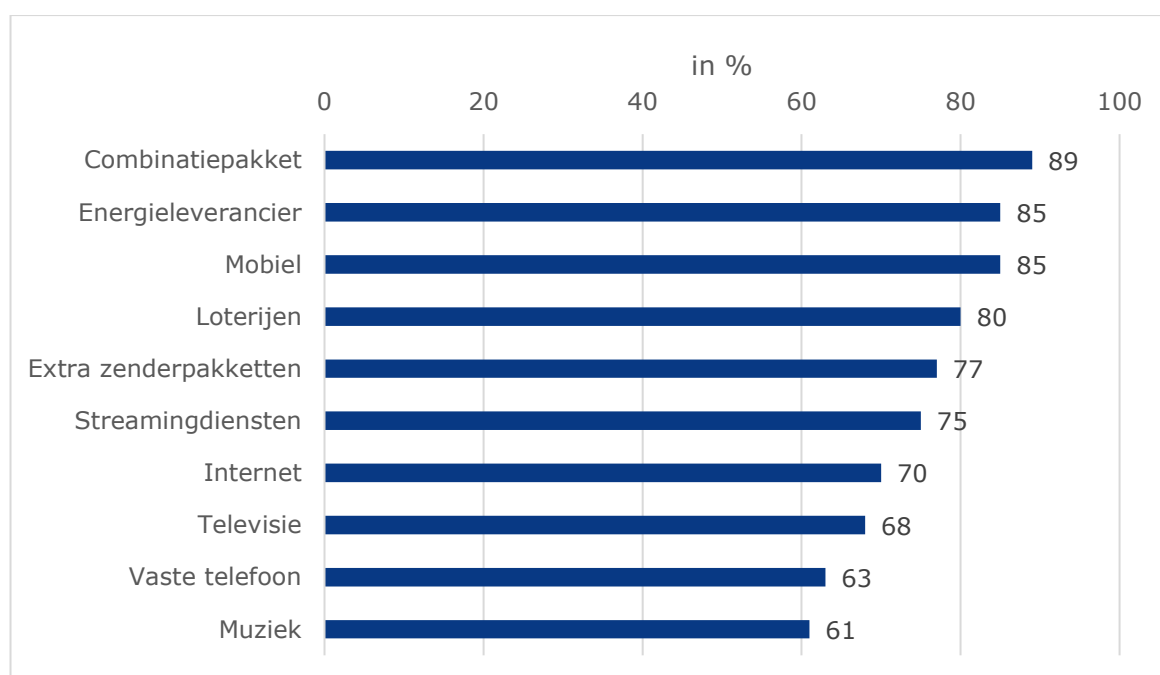
## 4. Betalen

*Dit hoofdstuk gaat over de manieren waarop abonnementen worden betaald. De meeste abonnementen worden per maand betaald met automatische incasso's.*

### 4.1 Frequentie van betalen

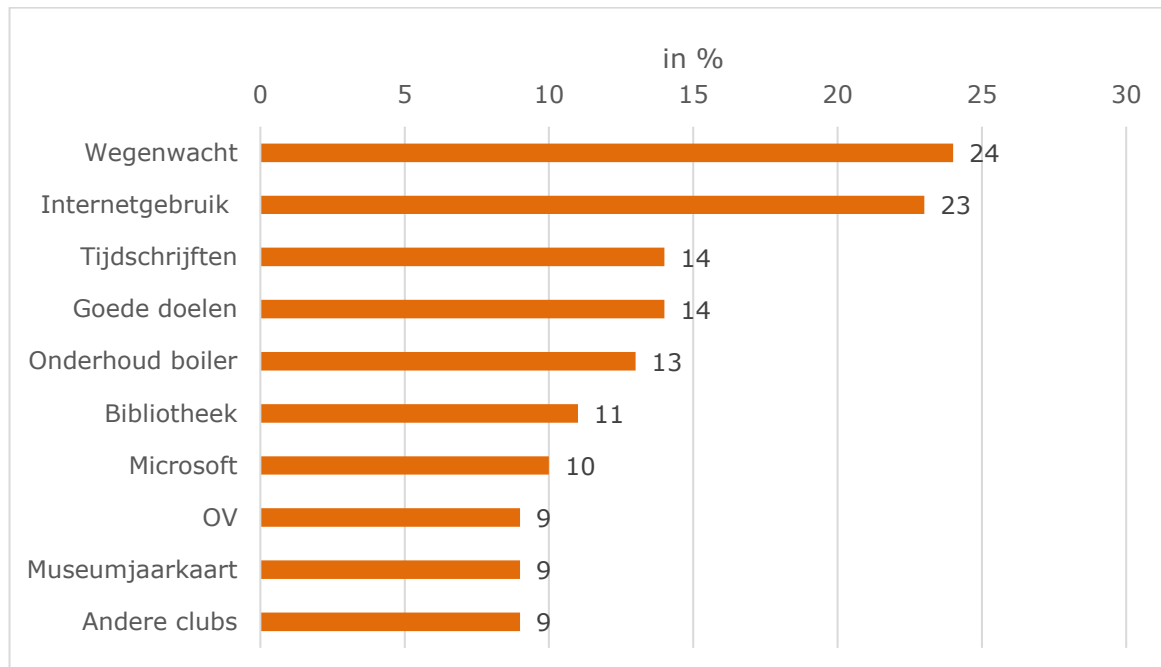
Het combinatiepakket wordt het meest per maand betaald (89 procent), gevolgd door energieleverancier en mobiel met 85 procent.

Figuur 2: Top 10 abonnementen die per maand worden betaald



De abonnementen die het meest per jaar worden betaald zijn de wegenwacht en internetgebruik.

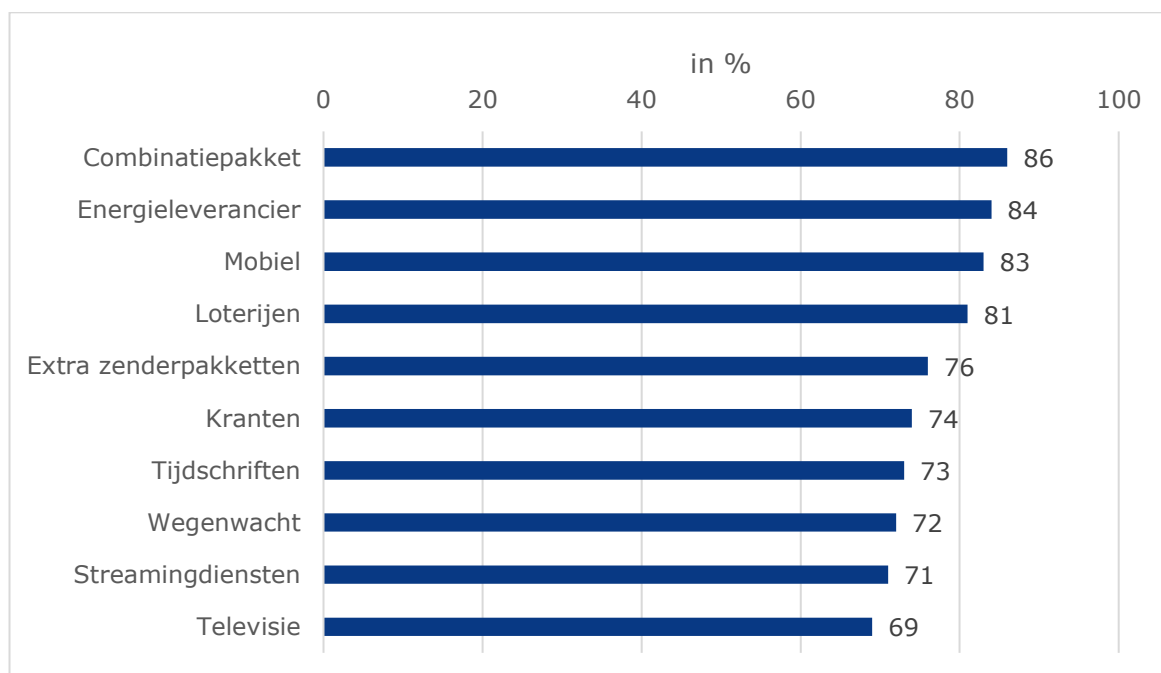
Figuur 3: Top 10 abonnementen die per jaar worden betaald



## 4.2 Wijze van betalen

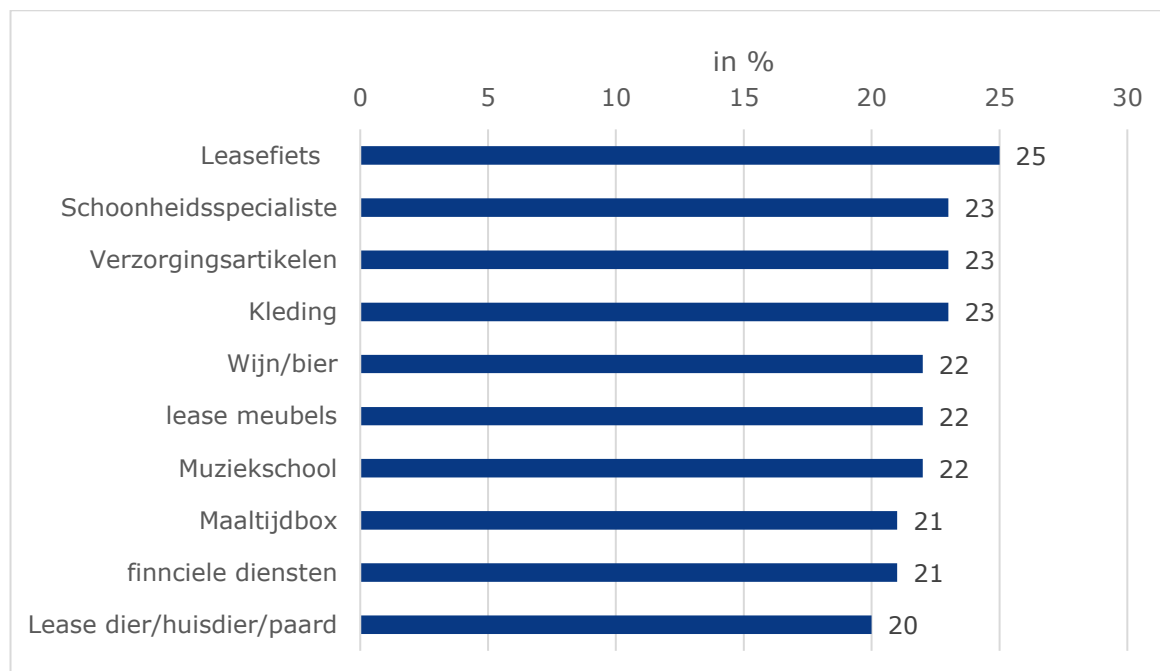
Net als in 2018 worden het combinatiepakket, mobiel en loterijen het vaakst per automatische incasso betaald.

Figuur 4: Top 10 abonnementen die met automatische incasso worden betaald



Hieronder een top 10 van abonnementen die met creditcard worden betaald. Een kwart van de respondenten betaalt de leasefiets met creditcard.

Figuur 5: Top 10 abonnementen die met creditcard worden betaald



### 4.3 Betalingsproblemen vanwege abonnementen

Ruim driekwart heeft geen betalingsproblemen gekregen door het hebben van abonnementen, een abonnement moeten opzeggen vanwege betalingsproblemen of een achterstand op de betaling van een abonnement gehad. Ongeveer twee derde ervaart de abonnementskosten als een vaste last. 1 op de 5 doet dit niet. 26 procent vergeet door automatische incasso dat een abonnement nog steeds loopt en 26 procent geeft aan dat een automatische incasso wel eens niet goed uitkomt. Ongeveer 1 op de 5 geeft aan dat door een automatische incasso een andere rekening wel eens niet betaald kan worden of dat een automatische incasso niet afgeboekt kan worden vanwege te weinig saldo.

Tabel 6: Betalingsproblemen vanwege abonnementen (2018 n=1.528) (2021 n=1.514)

	Nooit/zelden		Soms		Vaak/altijd	
	2018	2018	2018	2021	2021	2021
	%	%	%	%	%	%
Ik ben wel eens in de betalingsproblemen gekomen door mijn abonnement(en)	85	11	4	84	10	6
Ik heb wel eens abonnementen opgezegd vanwege betalingsproblemen	79	15	5	78	16	6
Ik heb wel eens een achterstand op de betaling van mijn abonnement(en) gehad	84	11	5	83	12	5
Ik ervaar de kosten van mijn abonnement(en) als vaste uitgavenpost	21	14	65	20	14	66

Door automatische incasso's vergeet ik dat een abonnement nog steeds loopt.	76	18	7	74	19	7
Het komt voor dat een automatische incasso niet goed uitkomt.	73	21	6	74	20	6
Het komt voor dat ik door een automatische incasso andere rekeningen niet meer kan betalen.	84	12	4	82	14	4
Het komt voor dat een automatische incasso niet van mijn bankrekening kan worden afgeschreven omdat ik te weinig saldo heb	83	12	5	81	14	6

## 5. Administratie

In dit hoofdstuk wordt de administratie van abonnementen besproken. 92 procent van de respondenten bewaart de contracten van zijn abonnementen en 54 procent kan ze makkelijk terugvinden. Dit percentage is gestegen ten opzichte van 2018 van 48 naar 54 procent. 26 procent checkt niet jaarlijks of abonnementen moeten doorlopen. Dit percentage is vergelijkbaar met 2018.

### 5.1 Overzicht

Net als in 2018 geeft ruim driekwart aan een duidelijk overzicht te hebben van de abonnementen, 17 heeft geen duidelijk overzicht en 6 procent weet het niet.

Tabel 7: Duidelijk overzicht abonnementen (2018 n=1.528) (2021 n=1.514)

	2018 %	2021 %
Ja	76	76
Nee	16	17
Weet ik niet	9	6

Jongere mensen hebben gemiddeld minder overzicht. Ouderen hebben meer overzicht dan gemiddeld. Hoe meer abonnementen hoe minder overzicht respondenten hebben. Bij 1 tot 5 abonnementen geeft 9 procent aan *geen* overzicht te hebben en bij 21 of meer 23 procent.

Tabel 8: Overzicht abonnementen naar achtergrondkenmerken (2018 n=1.528) (2021 n=1.514)

	Ja	Nee	Weet ik niet
<b>Leeftijd</b>			
18-34	66	27	7
35-54	76	18	7
55-64	80	15	4
65 of ouder	84	10	7
<b>Inkomen</b>			
Minder dan 2.500	77	16	7
Meer dan 2.500	78	18	4
<b>Totaal</b>	76	17	6

26 procent checkt niet jaarlijks of abonnementen moeten doorlopen. Dit percentage is vergelijkbaar met 2018.

Tabel 9: Jaarlijkse check doorlopen abonnementen (2018 n=1.528) (2021 n=1.514)

	2018 %	2021 %
Ja	43	47
Voor sommige wel en voor andere niet	29	27
Nee	28	26

## 5.2 Contracten bewaren

26 procent bewaart de contracten digitaal. Dit percentage is gestegen ten opzichte van 2018 van 18 naar 26 procent.

Tabel 10: Manier bewaren contracten (2018 n=1.528) (2021 n=1.514)

	2018	2021
	%	%
Digitaal	18	26
Op papier	30	26
Digitaal en op papier	44	41
Ik bewaar ze niet	5	4
Weet ik niet	3	4

71 procent bewaart net als in 2018 de contracten op één plek.

Tabel 11: Bewaren contracten op één plek (2018 n=1.528) (2021 n=1.454)

	2018	2021
	%	%
Ja	71	71
Nee	24	24
Weet ik niet	5	5

Meer dan de helft kan de contracten makkelijk terugvinden. Dit percentage is gestegen van 48 naar 54 procent ten opzichte van 2018.

Tabel 12: Makkelijk terugvinden contracten (2018 n=1.528) (2021 n=1.514)

	2018	2021
	%	%
Ja	48	54
Sommige wel, sommige niet	37	33
Nee	9	6
Weet ik niet	6	6

### 5.3 Overzicht via de mobielbankierenapp

Ongeveer de helft van de respondenten vindt een mobielbankierenapp waarmee je inzicht krijgt in het aantal abonnementen en in de uitgaven per abonnement (zeer) behulpzaam. 49 procent vindt ook een gratis opzegservice (zeer) behulpzaam. 37 procent noemt goedkopere alternatieven aangeboden krijgen (zeer) behulpzaam.

Tabel 13: Geef van de volgende onderdelen aan in hoeverre u deze behulpzaam vindt (2018 n=1.528) (2021 n=1.514)

	Niet behulpzaam	Neutraal	(Zeer) behulpzaam
Via de mobielbankierenapp inzicht krijgen in het aantal abonnementen	14	38	48
Via de mobielbankierenapp inzicht krijgen in uitgaven per abonnement	13	39	48
Via de mobielbankierenapp per abonnement een gratis opzegservice	14	38	49
Via de mobielbankieren app per abonnement (goedkopere) alternatieven vergelijken en direct overstappen	16	47	37

\* < 30

Meer dan 60 procent geeft aan wel eens gebruik te willen maken van deze diensten.

Tabel 14: Stel dat uw bank deze mogelijkheid aanbiedt. In hoeverre denkt u daar gebruik van te gaan maken? (2018 n=1.528) (2021 n=1.514)

	Nooit/zelden	Soms	Vaak/altijd
Via de mobielbankierenapp inzicht krijgen in het aantal abonnementen	32	37	31
Via de mobielbankierenapp inzicht krijgen in uitgaven per abonnement	32	35	32
Via de mobielbankieren app per abonnement een gratis opzegservice	33	35	33
Via de mobielbankieren app per abonnement (goedkopere) alternatieven vergelijken en direct overstappen	39	35	27



## 6. Opzeggen

*Dit hoofdstuk gaat over het opzeggen van abonnementen. Van de respondenten weet 33 procent wat de opzegtermijnen zijn van alle abonnementen; 26 procent van de respondenten maakt een notitie in de agenda van de opzegtermijnen. Driekwart van de respondenten zegt de abonnementen het liefst online op. 22 procent van de respondenten vindt het een gedoe om een abonnement op te zeggen.*

### 6.1 Kennis en manier van opzeggen

45 procent weet hoe de abonnementen moeten worden opgezegd. Er is hierin geen verschil met 2018.

Tabel 15: Bekendheid manier opzeggen abonnementen (2018 n=1.528) (2021 n=1.514)

	2018 %	2021
Ja, van al mijn abonnementen	46	45
Ja, maar niet van allemaal	26	27
Nee, maar dat kan ik makkelijk terugvinden in de contracten	24	24
Nee, geen idee	4	4

3 op de 10 respondenten weet wat de opzegtermijnen zijn van alle abonnementen in het huishouden. Een derde kent de opzegtermijnen van de meeste abonnementen, maar niet van allemaal; 3 op de 10 respondenten weet de opzegtermijnen niet uit het hoofd, maar kan de termijnen wel terugvinden in de contracten. 7 procent heeft geen idee. Deze percentages zijn vergelijkbaar met 2018.

Tabel 16: Bekendheid opzegtermijn abonnementen (2018 n=1.528) (2021 n=1.514)

	2018 %	2021
Ja, van al mijn abonnementen	31	33
Ja, maar niet van allemaal	33	33
Nee, maar dat kan ik makkelijk terugvinden in de contracten	29	28
Nee, geen idee	8	7

26 procent maakt een notitie in de agenda over de opzegtermijnen. Die percentage is gestegen van 20 naar 26 procent ten opzichte van 2018.

Tabel 17: Notitie maken in agenda over opzegtermijnen (2018 n=1.528) (2021 n=1.514)

	2018 %	2021
Ja	20	26
Nee	58	54
Voor sommige wel, voor sommige niet	23	20

Net als in 2018 wordt de voorkeur gegeven aan opzeggen via e-mail of via website/onlineformulier.

Tabel 18: Voorkeur manier van opzeggen van abonnementen (2018 n=1.528) (2021 n=1.514)

	2018 %	2021 %
Via e-mail	46	44
Via website/onlineformulier	30	30
Via telefoon	18	17
Via brief	5	6
Via app	2	3
Anders	1	1

## 6.2 Houding t.a.v. opzeggen

22 procent van de respondenten vindt het veel gedoe om een abonnement op te zeggen; 48 procent vindt dat dat meevalt. Van de respondenten stelt 13 procent een abonnement opzeggen het liefst zo lang mogelijk uit, omdat ze er tegen opzien. Voor de meeste respondenten (61 procent) is dit geen probleem.

Driekwart van de respondenten vindt het belangrijk om er op geattendeerd te worden als een abonnement binnenkort afloopt; 7 procent vindt dit niet belangrijk. Ook vindt driekwart van de respondenten het belangrijk erop geattendeerd te worden als een abonnement automatisch wordt verlengd; 8 procent vindt dit niet belangrijk.

De houding ten aanzien van 2018 is onveranderd.

Tabel 19: Houding ten aanzien van opzeggen van abonnementen (2018 n=1.528) (2021 n=1.514)

	(Helemaal) oneens 2018 %	Niet eens, niet oneens 2018 %	(Helemaal) eens 2018 %	(Helemaal) oneens 2021 %	Niet eens, niet oneens 2021 %	(Helemaal) eens 2021 %
Ik vind het veel gedoe om een abonnement op te zeggen	46	31	24	48	30	22
Ik stel het opzeggen van een abonnement het liefst zo lang mogelijk uit omdat ik er tegenop zie	61	26	13	61	26	13
Ik vind het belangrijk dat ik er op geattendeerd word dat mijn abonnement binnenkort afloopt	6	18	76	7	17	76
Ik vind het belangrijk dat ik er op geattendeerd word dat mijn abonnement binnenkort automatisch verlengd wordt als ik geen actie onderneem	8	18	74	8	17	75

### 6.3 Vergeten op te zeggen

28 procent is wel eens vergeten een abonnement op te zeggen, waardoor ze er langer aan vastzaten. In 2018 was dit percentage vergelijkbaar: 29 procent. Er is een verband met het aantal abonnementen. Met meer abonnementen stijgt het percentage respondenten dat een abonnement wel eens vergeet op te zeggen.

Tabel 20: Problemen die kunnen ontstaan vanwege abonnementen (2018 n=1.528) (2021 n=1.514)

	Nooit/ zelden		Soms altijd		Vaak/ zelden		Nooit/ altijd	
	2018	2018	2018	2018	2021	2021	2021	2021
	%	%	%	%	%	%	%	%
Ik ben wel eens vergeten een abonnement op te zeggen waardoor ik langer aan een abonnement vastzat dan ik had gewild	72	23	6	71	22	6		

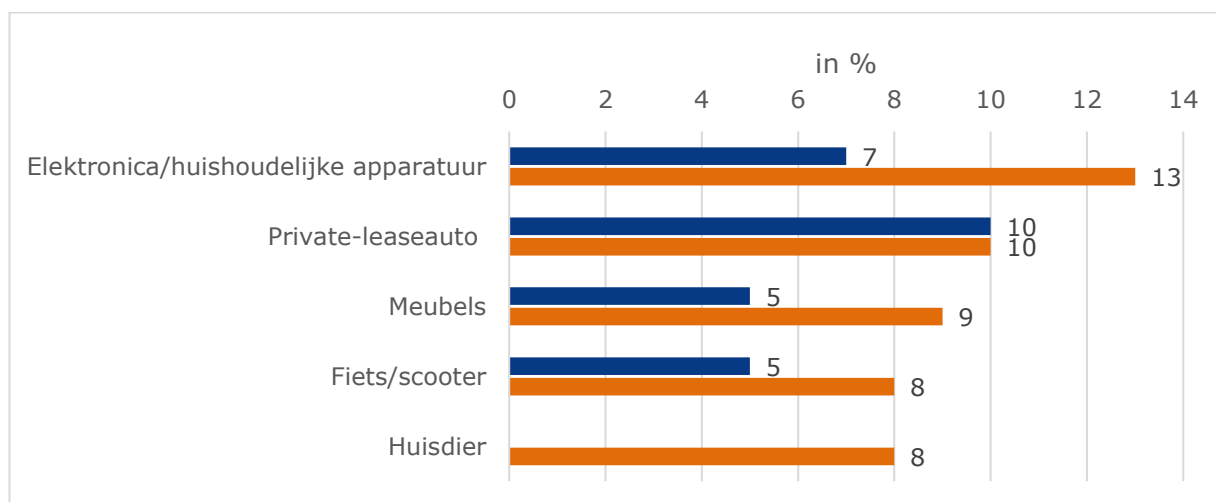
## 7. Grote aankopen zonder abonnement verkrijgbaar

Dit hoofdstuk gaat over grote aankopen die zonder abonnement te verkrijgen zijn zoals huur boiler, elektronica/huishoudelijke apparatuur, meubels, private-leaseauto, fiets/scooter en leasehuisdier. Abonnementen die nieuw zijn toegevoegd ten opzichte van 2018 zijn elektronica en dieren.

### 7.1 Grotere aankopen die zonder abonnement verkrijgbaar zijn

13 procent heeft een abonnement op elektronica/huishoudelijke apparatuur, 10 procent op een private-leaseauto, 9 procent op meubels en 8 procent op een fiets/scooter of een (huis)dier. Het percentage dat een auto leaset is hetzelfde als in 2018 (10 procent). Er zijn meer respondenten die meubels leasen (gestegen van 5 naar 9 procent), elektronica/huishoudelijke apparatuur leasen (gestegen van 7 naar 13 procent) en een fiets leasen (gestegen van 5 naar 8 procent).

Figuur 6: Abonnementen van grotere aankopen\*



\*

- Nieuwe categorie toegevoegd in 2021: Huisdier
- Aangepast in 2021: 'Abonnement op elektronica/huishoudelijke apparatuur' naar 'Lease elektronica/huishoudelijke apparatuur (bijv. wasmachine, droger, koffiezetapparaat, computer, tablet)'
- Aangepast in 2021: 'Lease fiets/scooter' naar 'Lease fiets/scooter (Swapfiets, Felyx, Check, bakfiets, e-bike)'

## 7.2 Financiële check

68 procent van de respondenten heeft een financiële check gehad bij het aangaan van een private lease of de maandlasten van het abonnement passen bij het inkomen. 1 op de 3 niet. Bij de andere producten heeft tussen de 40 en 50 procent een financiële check plaatsgevonden.

Tabel 21: Financiële check door aanbieder abonnement (n=1.514)

	Ja	Nee	Weet ik niet
Elektronica/huishoudelijke apparatuur	43	40	17
Meubels/bed	46	42	12
Private lease auto	68	21	11
Fiets/scooter	47	37	16
Huisdier	42	42	17

## 7.3 Bekendheid voorwaarden

Tussen de 40 en 50 procent leest altijd de voorwaarden van het contract.

Tabel 22: Op de hoogte voorwaarden (n=1.514)

	Ja, ik lees altijd de voorwaarden	Nee, het was voldoende voor mij	Nee, dat vond ik niet belangrijk	Nee, dat wil ik wel maar de voorwaarden zijn te ingewikkeld	Anders
	%	%	%	%	%
Elektronica/huishoudelijke apparatuur	50	22	10*	8*	1*
Meubels/bed	48	15*	20*	11*	6*
Private lease auto	45	21*	19*	9*	6*
Fiets/scooter	45	21*	19*	9*	6*
Huisdier	43	24*	24*	6*	3*

\* < n=30

Ongeveer de helft kent de voorwaarden waaronder het contract kan worden ontbonden. Bij private lease is dit percentage 60 procent.

Tabel 23: Bekendheid voorwaarden om te ontbinden (n=1.514)

	Ja	Nee	Weet ik niet
Elektronica/huishoudelijke apparatuur	52	33	15
Meubels/bed	51	40	10
Private lease auto	60	27	13
Fiets/scooter	54	36	10
Huisdier	49	34	17

Bij de helft van de respondenten is het mogelijk om het contract tussentijds te ontbinden.

Tabel 24: Mogelijkheid ontbinden (n=1.514)

	Ja	Nee	Weet ik niet
Elektronica/huishoudelijke apparatuur	50	31	20
Meubels/bed	49	41	10
Private lease auto	53	31	16
Fiets/scooter	51	35	14
Huisdier	55	29	17

Bij 14 procent van de respondenten is het leaseabonnement wel eens geweigerd vanwege financiële omstandigheden.

Tabel 25: Geweigerd lease-abonnement afsluiten door financiële omstandigheden (n=1.514)

	%
Altijd/Vaak	9
Soms	5
Zelden/nooit	81
Weet ik niet	5

## **Bijlage 1 | Onderzoeksverantwoording**

### **1.1 Doelgroep**

Nederlanders in de leeftijd van 18 jaar en ouder.

### **1.2 Netto steekproef**

1.514 respondenten. De netto steekproef is representatief voor Nederlanders qua geslacht, leeftijd en opleidingsniveau.

### **1.3 Werving respondenten**

Online vragenlijst via panel Dynata ([www.dynata.com](http://www.dynata.com)).

### **1.4 Veldwerkperiode**

6 tot en met 18 mei 2021.

## Bijlage 2 | Achtergrondkenmerken

In tabel 26 is te zien hoe de steekproef is samengesteld op basis van de achtergrondkenmerken geslacht, leeftijd, opleidingsniveau en inkomen.

Tabel 26: Tabel 1: Achtergrondkenmerken afgezet tegen de verdeling van het CBS

	Steekproef n=1.514 %	CBS %
<b>Geslacht</b>		
Man	50	50
Vrouw	50	50
<b>Leeftijd</b>		
Jonger dan 25	9	12
25 tot 35 jaar	15	15
35 tot 45 jaar	15	15
45 tot 55 jaar	18	18
55 tot 65 jaar	17	16
65 tot 75 jaar	20	13
75 jaar en ouder	5	10
<b>Opleidingsniveau</b>		
Laag (Basisschool, LBO, VMBO basis/kader, VMBO GL/TL, MAVO, (M)ULO)	31	32
Midden (MBO, HAVO, VWO)	40	39
Hoog (Bachelor (HBO of Universiteit), Universiteit Master, Doctoraalopleiding)	29	30
<b>Inkomen</b>		
Minder dan 1.000	7	5
1.000 - 1.500	21	17
1.500 - 2.500	19	22
2.500 - 3.500	17	17
3.500 - 4.000	10	13
Meer dan 4.000	17	26



## Bijlage 3 | Uitgevraagde abonnementen

Er zijn verschillende soorten abonnementen in 3 vragen voorgelegd, zodat de lijsten abonnementen per vraag niet te lang werden. De soorten abonnementen werden naar categorieën gesorteerd. In Tabel 31 zijn deze abonnementen weergegeven. De respondent kon meerdere abonnementen aangeven per vraag.

Tabel 27: Welke abonnementen heeft u of zijn aanwezig in uw huishouden?

Vraag 1	Vraag 2	Vraag 3
Bibliotheek	Energieleverancier (gas, elektriciteit, water)	Kledingabonnement  <b>Aangepast 2021: Kleding (bijv. kledingbibliotheek, de Pantyclub, onderbroeken)</b>
Tijdschriften/ tv-gids (fysiek, digitaal)	Huur boiler  <b>Aangepast in 2021: Huur boiler/cv-ketel/zonnepanelen/warmtepomp/ventilatie</b>	Maaltijdboxen  <b>Aangepast 2021: Maaltijdboxen, groente-fruitpakket (bijv. Hello Fresh)</b>
Kranten (fysiek, digitaal)	Huur ketel	Groentepakketten  <b>--&gt; samengevoegd bij maaltijdbox</b>
Muziek (Spotify, Deezer, audio boeken)	Combinatiepakket (internet, tv, ( <b>mobiele</b> ) telefoon)	Wijn/bier abonnement
Streaming diensten (bijv. Netflix)	Internet (niet in combinatiepakket)	Fruitabonnement  <b>--&gt; samengevoegd bij maaltijdbox</b>
Online diensten (games, apps, itunes, icloud,) <b>2021 aangepast: Games (bijv. Playstation)</b>	Televisie (niet in combinatiepakket)	Toiletartikelabonnement  <b>--&gt; Eruit en aangepast naar verzorgingsartikelen en contactlenzen</b>
Boeken(club): <b>2021 aangepast: (Online) Boekendienst/-club (bijv. Storytel, Kobo, audible)</b>	Extra zenderpakketten voor de televisie	Abonnement schoonheidsspecialiste/zonnestudio
Speeltheek	Vaste telefoon (niet in combinatiepakket)	Goede doelen/maatschappelijke organisaties  <b>Aangepast 2021: Goede doelen (bijv. Oxfam, artsen zonder grenzen, WWF)</b>

Computer software abonnement <b>2021 aangepast: Microsoft of andere software</b>	Mobiele telefoon zonder internetbundel	Bloemenabonnement
Attractiepark/dierentuin/museum (zonder museumjaarkaart)	Mobiele telefoon met internetbundel  <b>Aangepast in 2021: Mobiele telefoon -&gt; geen onderscheid meer met en zonder internetbundel</b>	Loterijen
Museumjaarkaart	Opslagruimte in de Cloud  <b>Aangepast 2021: Cloudopslag (bijv. iCloud, Dropbox, OneDrive, Google Drive)</b>	Opslag box
Sportclub <b>2021 aangepast: Sportclub (bijv. voetbal, hockey, tennis)</b>	Abonnement op elektronica/huishoudelijke apparatuur  <b>Aangepast 2021: Lease elektronica/huishoudelijke apparatuur (bijv. wasmachine, droger, koffiezetapparaat, computer, tablet)</b>	Wegenwacht
Sportschool <b>2021 aangepast: Sportschool (bijv. Basic-Fit, Classpass, OneFit)</b>	Lease meubels/bed	OV-abonnement (trein/tram/metro/(water)bus)  <b>Aangepast 2021: OV (NS-flex, NS weekend-abonnement/tram/metro/bus)</b>
Personal trainers/ buiten vereniging of club om	Onderhoud cv-ketel/ventilatie  <b>Aangepast 2021: Onderhoudsabonnement boiler/cv-ketel/zonnepanelen/warmtepomp/ventilatie</b>	Greenwheels/Mywheels/Snappcar/Connectcar/...
Muziekschool	VvE (Vereniging van Eigenaren)	Onderhoudsabonnement garage
Scouting	<b>Abonnement op</b> reiniging klike/container	Private lease auto
Andere clubs/verenigingen	Schilder	Lease fiets/scooter

		<b>Aangepast 2021: Lease fiets/scooter (Swapfiets, Felyx, Check, bakfiets, e-bike)</b>
Bioscoop/theater/diner jaarkaart	Glazenwasser	Onderhoudscontract fiets
Activiteiten in de regio (abonnement)	Tuinman/vrouw	Klussendienst
<b>Toegevoegd in 2021: Cursus (bijv. NTI cursus)</b>	Oppas	Huiswerkbegeleiding
	Schoonmaker/maakster	Kapper
	<b>Toegevoegd 2021: Bankrekening, creditcard</b>	<b>Toegevoegd 2021: Bezorgdienst (Albert Heijn/bol.com)</b>
	<b>Toegevoegd 2021: Financiële diensten (bijv. Dyme)</b>	<b>Toegevoegd 2021: Vitamines</b>
	<b>Toegevoegd 2021: Internetgebruik (bijv. VPN, Lastpass, virusscanner)</b>	<b>Toegevoegd 2021: Verzorgingsartikelen (bijv. Parfumado)</b>
		<b>Toegevoegd in 2021: Contactlenzen</b>
		<b>Toegevoegd 2021: Kunst</b>
		<b>Toegevoegd 2021: Lease dier/huisdier/paard</b>

