

Vergaderjaar 2007–2008

29 507

Regels voor de financiële dienstverlening (Wet financiële dienstverlening)

Nr. 62

BRIEF VAN DE MINISTER VAN FINANCIËN

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 19 juni 2008

Aanleiding

De afgelopen jaren is er in Nederland een overgang te zien van een klassieke verzorgingsstaat naar een «civil society» met meer marktwerking. De consument moet meer financiële keuzes maken, terwijl er meer en complexere financiële producten worden aangeboden. Consumenten informeren zich niet altijd optimaal waardoor men minder goede financiële beslissingen neemt. Voorbeelden hiervan zijn de aandelenlease-affaire, de kwestie met beleggingshypotheken en de toename van schuldenproblematiek in Nederland. Dit soort financiële problemen van individuen hebben grote maatschappelijke gevolgen. Op termijn kunnen dit soort problemen zelfs grote macro-economische effecten tot gevolg hebben. Dit werd zichtbaar bij de kredietcrisis in Amerika. Financiële educatie van consumenten staat dan ook internationaal hoog op de agenda. De Verenigde Staten, Australië, het Verenigd Koninkrijk, Schotland en Nieuw-Zeeland zijn hiervan aansprekende voorbeelden. Hier zijn een aantal nationale programma's gestart om de financiële educatie van jongeren en volwassenen te vergroten. Ook Nederland is een project gestart dat tot doel heeft de financiële educatie van consumenten te vergroten: CentiQ. Nederland heeft ervoor gekozen om dit doel binnen een platformstructuur te bewerkstelligen. Dat wil zeggen in nauwe samenwerking met een veertigtal partners uit de financiële sector, de overheid, voorlichtings- en consumentenorganisaties en de wetenschap.

Naast dit project, dat gericht is op consumenten, nam en neemt de overheid ook maatregelen aan de kant van de aanbieders van financiële producten middels wet- en regelgeving. Om de effectiviteit van deze maatregelen te vergroten, is het van belang om aan de «vraagkant» een sterke consument te hebben.

Het platform CentiQ is tot stand gekomen op initiatief van het ministerie van Financiën. Het laatste half jaar heeft het platform gewerkt aan een actieplan. Dit plan heeft tot doel om financieel inzicht van consumenten te

vergroten. Het plan is gebaseerd op onderzoeksresultaten van CentiQ en in nauwe samenwerking met CentiQ-partners tot stand gekomen. Bij deze brief wordt u het actieplan «Wijzer in geldzaken» van CentiQ en een zevental onderzoeksrapporten aangeboden.¹ In deze brief geven wij een korte samenvatting van de belangrijkste resultaten en acties. Ook wordt er speciaal aandacht besteed aan de evaluatie van CentiQ.

Onderzoeksresultaten

Uit een grootschalig consumentenonderzoek onder 4280 consumenten blijkt dat het onderzoek blijkt dat 41% van de Nederlanders financiële risico's loopt en 20% van de Nederlanders zwak financieel gedrag vertoont. Er blijkt dat mensen die sparen, sterk financieel gedrag vertonen. Ook blijkt dat consumenten die in hun jeugd beter hebben leren omgaan met geld (onder andere door bijbaantjes en door het krijgen van zakgeld) op latere leeftijd betere financiële beslissingen nemen.

Het Actieplan «Wijzer in geldzaken» is met name op dit consumentenonderzoek gebaseerd. Op basis van aspecten als motivatie, kennis en vaardigheden zijn consumenten ingedeeld in zeven clusters met een eigen sociodemografisch profiel, van niet tot zeer financieel problematisch.

Zo blijkt dat de clusters «*financieel laconiek*» en «*financieel ongeletterd*» (samen 2,5 miljoen personen van 18 jaar en ouder) weinig overzicht hebben van hun financiën. Ze sparen niet, hebben weinig financiële kennis en hebben niet geleerd met geld om te gaan. Personen in deze clusters lopen grote risico's. De clusters «*financieel onbekommerd*», «*financieel ambitieus*» en «*financieel degelijk*» (samen 5,8 miljoen personen) kunnen goed rondkomen, waarbij het tweede cluster vrij grote financiële risico's neemt en het derde cluster (te) weinig spaart. De clusters «*financieel onzeker*» en «*financieel zoekend*» (4,2 miljoen personen) kunnen geen van beide goed rondkomen, maar er zijn geen directe problemen; hetzij omdat ze wel sparen, hetzij omdat ze voldoende overzicht hebben over hun geldzaken.

Daarnaast is het actieplan gebaseerd op de uitkomsten van een aantal inventarisaties. Zo blijkt uit een inventarisatie in het onderwijs dat er binnen het onderwijs niet veel aandacht besteed wordt aan leren omgaan met geld. Uit een analyse van budgetteringsinstrumenten en toekomstvoorzieningen blijkt dat er veel hulpmiddelen en informatie aanwezig is, maar dat deze versnipperd wordt aangeboden. Ook blijkt dat weinig activiteiten op dit terrein worden geëvalueerd.

Strategische agenda

Uit de onderzoeken en inventarisaties blijkt dus dat er in Nederland al veel gebeurt op het gebied van consumenten en financiën, maar dat er groepen zijn die specifieke aandacht behoeven. Om vooral de risicogroepen financieel bewuster en zelfredzamer te maken, heeft het platform CentiQ gekozen voor een aantal programma's en projecten die de komende jaren worden uitgevoerd. Deze zijn gebaseerd op de volgende zes strategische uitgangspunten.

1. *Huishoudfinanciën vormende basis* voor alle CentiQ-programma's, projecten en activiteiten.
2. *De consument staat centraal*. Alle activiteiten zijn gericht op het versterken van de positie van de consument in het financiële domein.
3. *Voorkomen is beter dan genezen*. CentiQ legt het accent op het voorkomen van financiële problemen. Dat betekent extra aandacht voor risicogroepen en voor het tijdig afdekken van risico's die een consument niet zelf kan dragen.
4. *Het gebeurt waar het al gebeurt*. CentiQ sluit zoveel mogelijk aan bij

¹ Ter inzage gelegd bij het Centraal Informatiepunt Tweede Kamer.

bestaande activiteiten en instrumenten die effectief zijn gebleken; deze worden versterkt en krijgen een bredere verspreiding. Lacunes in het aanbod worden opgevuld en overlap wordt tegengegaan door betere afstemming.

5. CentiQ ontwikkelt en verspreidt *laagdrempelige en praktische* hulpmiddelen waarmee consumenten op eenvoudige wijze overzicht en inzicht krijgen in hun financiën.
6. CentiQ zorgt voor een aantal *basisvoorzieningen voor partnerorganisaties*, zoals een «kennisbank» waarin de knowhow en expertise van de partnerorganisaties worden ontsloten. Door structurele evaluatie van activiteiten ontstaat een bestand van «best practices».

CentiQ-activiteiten

In 2007–2008 is, vooruitlopend op het Actieplan, reeds een aantal activiteiten passend binnen bovenstaande uitgangspunten uitgevoerd. De programma's voor de komende jaren sluiten hierop aan.

Eerdere activiteiten laten zien welke rol het platform wil spelen:

- Het Nibud heeft in november 2007 met financiële steun van CentiQ ruim 600 000 exemplaren van de *Nibud-agenda* gratis verspreid.
- De NVB, Teleac en het Nibud hebben met financiële steun van CentiQ in 2007 een viertal uitzendingen verzorgd op *Schooltv* over «omgaan met geld». Ook maakte Teleac een website over geld, die gemiddeld door 2000 personen per dag bezocht wordt.
- Een vernieuwde versie van de *Geldkoffer* (een leskoffer over geldzaken voor de bovenbouw van het basisonderwijs) is in mei 2008 met financiële steun van CentiQ geïntroduceerd. De Geldkoffer is ontwikkeld door het Nibud samen met andere partijen, waaronder CentiQ-partners het Verbond van Verzekeraars, De Nederlandsche Bank (DNB) en het Geldmuseum.
- CentiQ-partners hebben *checklists* opgesteld waarmee consumenten zich kunnen voorbereiden op zaken als lenen, sparen, hypotheek, verzekeren, beleggen en pensioen. Deze checklists komen op de website «Wijzer in geldzaken» en op sites van partners.
- De *Valentijnsactie* van de Stichting Pensioenkijsker/FNV heeft op 14 februari 2008 via flyers en een E-card aandacht gevraagd van vrouwen voor hun pensioen. CentiQ heeft de ontwikkeling van ondersteunende middelen financieel mogelijk gemaakt.

Programma's en projecten

De CentiQ-partners bundelen hun krachten om een drietal programma's, gericht op de lange termijn, en een aantal projecten, gericht op de korte termijn, uit te voeren.

1. Programma «Financiën op orde»

Uit het consumentenonderzoek blijkt dat consumenten die hun financiën op orde hebben, beter uitkomen met hun geld en kunnen beter sparen. Dit geldt zowel voor mensen met een laag, modaal als bovenmodaal inkomen. Financieel beheer wordt gedefinieerd als «de mate waarin men goed georganiseerd met geld omgaat, geen uitgaven doet waar geen geld voor is, rekeningen op tijd betaalt en liever spaart dan schulden maakt». Doelstelling van dit programma: de consument is in staat de effecten van zijn financiële keuzes op de korte en lange termijn te overzien. De consument weet wanneer hij informatie nodig heeft, welke informatie hij nodig heeft en waar deze te vinden is.

Binnen het programma «Financiën op orde» wordt speciaal aandacht besteed aan het thema «*sparen en lenen*», omdat uit bovengenoemd onderzoek blijkt dat sparen een belangrijke voorspeller is voor sterk finan-

cieel gedrag. Lenen kan leiden tot problematische schulden, vooral bij mensen uit kwetsbare groepen.

2. Programma «Jong geleerd is oud gedaan»

Uit onderzoek blijkt dat consumenten die in hun jeugd hebben leren omgaan met geld op latere leeftijd betere financiële beslissingen kunnen nemen. Aandacht voor financiële opvoeding is belangrijk, ook omdat jongeren (vooral die met een lagere opleiding) een risicogroep vormen: ruim eenderde van hen heeft schulden.

Het CentiQ-programma «Jong geleerd is oud gedaan» richt zich op de drie omgevingen waarin jongeren zich bewegen: thuis, school en in relatie tot andere jongeren (jongerencommunicatie).

Uitgangspunt van CentiQ is dat de *financiële opvoeding* van jongeren een eerste verantwoordelijkheid is van de ouders. Doelstelling van dit programma: kinderen leren in hun financiële opvoeding dat er grenzen zijn en dat er keuzes gemaakt moeten worden. Ouders die zelf financieel minder vaardig zijn, worden actief ondersteund in de verschillende fasen van de opvoeding en zij weten waar zij informatie en advies over financiële opvoeding kunnen vinden.

Voor financiële zelfredzaamheid is het kunnen lezen en rekenen een randvoorwaarde. Hier ligt een belangrijke taak voor zowel het *basis-*, *het voortgezet als het beroepsonderwijs*. Doelstelling van dit programma: het onderwijs besteedt structureel aandacht aan het leren omgaan met geld, zoals leren plannen en vooruit denken. Er hoeft geen nieuw vak «financieel inzicht» te worden geïntroduceerd; het onderwerp kan aan de orde komen binnen bestaande vakken. De kerndoelen voor het onderwijs worden indien nodig daarvoor aangepast.

Niet alleen ouders en het onderwijs hebben invloed op jongeren, ook *jongeren onderling* beïnvloeden elkaar (sterk). Hyves, MSN, het huis Anubis en YouTube en specifieke jongerenmedia hebben een grote impact op het (financiële) gedrag van jongeren. Het is van belang dat voorzieningen en hulpmiddelen aansluiten op het communicatiegedrag van hedendaagse jongeren. Doelstelling van dit programma is het «omgaan met financiële zaken» nadrukkelijk op de agenda te zetten bij jongeren.

3. Programma «Zorg voor de toekomst»

In Nederland maken consumenten zich weinig zorgen over de toekomst of toekomstige gebeurtenissen, zo blijkt uit onderzoek. Financieel of materieel voordeel op de korte termijn prevaleert boven het maken van een inschatting voor de lange termijn. Ook ervaart men in Nederland een relatief hoog gevoel van (sociale) zekerheid, waardoor de motivatie om in actie te komen laag is. Het consumentenonderzoek heeft aangetoond dat 41% van de consumenten niet voorbereid is op de financiële gevolgen van levensgebeurtenissen als echtscheiding, verlies van een baan of een ongeluk/ernstige ziekte.

Doelstelling van dit programma: consumenten zijn zich bewust(er) van de noodzaak tot lange-termijndenken. Consumenten, met name risicogroepen, worden weerbaarder tegen de effecten van (financiële) risico's en onverwachte gebeurtenissen.

Activiteiten en projecten

Binnen de drie genoemde programma's starten de CentiQ-partners een groot aantal concrete activiteiten, waaronder het opzetten van de website www.wijzeringeldzaken.nl. Deze website dient als wegwijzer voor de consument en linkt door naar de websites van CentiQ-partnerorganisaties en naar andere relevante consumentensites.

Een overzicht van de voorgenomen activiteiten van CentiQ-partners en van het platform is te vinden op de website. Veel aandacht gaat uit naar

de bredere inzet van middelen en acties die effectief zijn gebleken («opschalen»). Daarbij ligt de verantwoordelijkheid voor de uitvoering in principe bij de CentiQ-partners. Het platform coördineert, stimuleert, faciliteert en evalueert de projecten en activiteiten.

Evaluatie CentiQ

Evaluatie van de effectiviteit van CentiQ bestaat uit drie niveau's:

1. Evaluatie van het bereik en de inhoud van de afzonderlijke activiteiten van CentiQ.
2. Evaluatie van het functioneren van het platform. Dit valt te verstaan als evaluatie van de samenwerking tussen partners en de organisatiestructuur.
3. Evaluatie van de effectiviteit van de cumulatieve acties van CentiQ. Dit betekent de feitelijke meting van toename van financieel inzicht van consumenten naar aanleiding van acties van CentiQ op langere termijn. Het grote consumentenonderzoek van CentiQ fungeert hiervoor als nulmeting. Dit onderzoek zou na een tijdperiode van 4/5 jaar herhaald moeten worden om een verandering van financieel inzicht van consumenten in kaart te kunnen brengen.

Begin 2009 zullen alle activiteiten van CentiQ tot dan toe worden geëvalueerd. Ook zal er een evaluatie plaatsvinden van het functioneren van het platform. In het najaar van 2008 zal deze evaluatie, die door een extern bureau wordt uitgevoerd, worden voorbereid. Tot dit evaluatiemoment wordt het projectbureau van CentiQ organisatorisch ondergebracht bij het ministerie van Financiën. Daarna zal dit opnieuw worden gezien.

De minister van Financiën,
W. J. Bos