



Financiële educatie versterkt de positie van de consument

Financiële zelfredzaamheid is een basiswaarde om te kunnen functioneren in onze samenleving. Veel beslissingen die we in ons dagelijks leven nemen hebben een financiële component. Denk bijvoorbeeld aan het doen van de dagelijkse boodschappen, het kopen van een treinkaartje of het sparen voor een goed pensioen. Met het financiële inzicht is het in Nederland niet best gesteld. Meer dan vijf miljoen Nederlanders (41 procent van de Nederlandse bevolking van achttien jaar en ouder) zijn niet goed voorbereid op een forse inkomensdaling of grote uitgave. En 1,2 miljoen mensen (bijna tien procent van de Nederlandse bevolking) zeggen aan het eind van de maand telkens geen geld meer te hebben. Dit blijkt uit onderzoek van de Universiteiten van Tilburg en Wageningen, uitgevoerd in opdracht van het samenwerkingsverband CentiQ. Dit is niet alleen een probleem voor deze personen, maar ook voor de samenleving als geheel. De maatschappelijke kosten van gebrek aan financiële zelfredzaamheid zijn enorm. Denk alleen maar aan de circa 200.000 huishoudens in Nederland die kampen met problematische schulden.

Het financiële inzicht in Nederland staat op een te laag peil, daarover zijn deskundigen en beleidsmakers het wel eens. Over de oplossingen bestaat meer verschil van inzicht. Ik denk dat dit kan worden overbrugd door gelijktijdig in te zetten op drie pijlers. De eerste pijler is het stellen van regels aan financiële dienstverleners op het gebied van deskundigheid en zorgplicht. De regels en het toezicht zijn de afgelopen jaren op een aantal punten aangescherpt. Dat was nuttig en nodig, maar het garandeert niet dat mensen in alle gevallen de juiste beslissing nemen. De tweede pijler is meer transparantie door wettelijke eisen te stellen aan

financiële aanbieders. Ook transparantie levert een belangrijke bijdrage aan de financiële zelfredzaamheid van consumenten. Maar zelfs als mensen alle benodigde informatie hebben, nemen ze vaak niet de verstandigste beslissing. Dat de *homo economicus* niet bestaat blijkt uit het volgende voorbeeld: iedereen weet dat roken slecht is voor de gezondheid; 86 procent van de rokers zegt te willen stoppen met roken, maar rookt ondertussen gewoon door.

De derde pijler bij het vergroten van financieel inzicht is educatie. Financieel beheer, dat wil zeggen het op orde hebben van je financiën, is voor een belangrijk deel te leren. Hierbij gaat het er niet om van iedereen een financieel expert te maken. Om Henriëtte Prast te citeren: "Je kunt ook autorijden zonder onder de motor kap te kijken." Financiële educatie moet zich richten op de regels van het verkeer, meer dan op vertellen hoe financiële producten precies werken. In dit verband geldt *jong geleerd is oud gedaan*. Uit het eerdergenoemde onderzoek blijkt dat mensen die vroeger door hun ouders gestimuleerd zijn om bijbaantjes te nemen en die van hun ouders zakgeld kregen, later hun financiën beter op orde hebben.

Net als toezicht en transparantie is ook financiële educatie geen wondermiddel. Het gaat erom de verschillende instrumenten op een slimme manier te combineren. Zelfs het optimale pakket van instrumenten kan niet voorkomen dat mensen onverstandige financiële beslissingen nemen. Maar hier geldt: een kleine verandering maakt een groot verschil. Maatschappelijke bewustwording zorgt ervoor dat het individu zich gesterkt voelt door het besef dat hij er niet alleen voor staat. Overheid en marktpartijen investeren immers in toezicht, transparantie en consumenteneducatie. Dit versterkt de positie van de consument.