

Een duwtje voor financieel kwetsbare consumenten

Door dr. Fred de Jong

zelfstandig onderzoeker/adviseur op het gebied van financiële markten en daarnaast verbonden aan het UvA Amsterdam Centre for Insurance Studies

Om tijdens het soms barre winterweer het risico op ongelukken te beperken, nemen consumenten verschillende maatregelen. Winterbanden, thuisblijven, langzamer rijden of kiezen voor het openbaar vervoer zijn enkele opties. Ook op geldgebied zijn het voor veel Nederlanders barre tijden. Dit artikel gaat in op de vraag hoe consumenten beter kunnen worden voorbereid op financieel winterweer.

Financieel kwetsbaar

Dat Nederland te maken heeft met de gevolgen van een wereldwijde kredietcrisis mag duidelijk zijn. Het kabinet wil de komende tijd € 18 miljard bezuinigen en dat gaat iedereen merken. Op dit moment al lopen veel Nederlandse gezinnen het risico in financiële problemen te komen als zij geconfronteerd worden met een kleine tegenvaller. Veel huishoudens houden onvoldoende financiële buffers aan om tegenslagen te kunnen opvangen. Daarnaast heeft het Nibud¹ (2009) berekend dat 3,5 miljoen Nederlandse huishoudens financiële risico's lopen en concludeerde E-Quality (Het Parool 2010)² dat 3 miljoen Nederlandse vrouwen financieel afhankelijk zijn, wat betekent dat deze vrouwen nu niet in staat zijn om in het eigen levensonderhoud te voorzien. Verder constateerde de AFM³ (2010) dat: 'uit onderzoek van de AFM bleek dat de bestaande norm voor hypotheekleningen te veel ruimte liet voor te hoge hypotheeken. Zo kunnen een aantal huishoudtypes zoveel lenen, dat zij de minimumbehoeften voor levensonderhoud niet meer op konden brengen. Ook is het risico op restschuld te groot omdat leningen vaak hoger zijn dan de aankoopwaarde van de woning. Dit risico loopt op omdat de prijsontwikkeling op de woningmarkt sterk is afgevlakt of zelfs negatief is. En de werkloosheid stijgt.'

Diverse consumentenonderzoeken tonen aan dat consumenten geen verstand van geldzaken hebben en er ook nauwelijks interesse in tonen. Dit in combinatie met de constatering dat veel consumenten financieel kwetsbaar zijn, maakt dat hier een maatschappelijk belang in het geding is. Immers, als deze consumenten daadwerkelijk in de financiële problemen zouden geraken, kan dit een extra aanslag betekenen op het stelsel van sociale zekerheid, waardoor deze consumenten mogelijk financieel nog zwakker komen te staan. Deze neerwaartse spiraal moet worden voorkomen, zo is ook de overtuiging van de overheid. Een van de oplossingsrichtingen die daarbij wordt gekozen is het financieel wijzer maken van consumenten, bijvoorbeeld via CentiQ.

Het is zeer de vraag of financiële educatie daadwerkelijk bijdraagt aan het financieel sterker maken van consumenten. Los van het feit dat dit een zeer kostbaar traject is, moet het effect ervan ook niet worden overschat. Een mogelijke oplossing kan ook liggen in het meer verantwoording geven aan (professionele) adviseurs die consumenten bijstaan bij het nemen van financiële beslissingen. Het gaat dan bijvoorbeeld om adviseurs die werkzaam zijn bij banken en verzekeraars, onafhankelijke financieel adviseurs maar wellicht ook ambtenaren die voorlichting geven over sociale regelingen. Ik denk dat het onderwijzen van professionals over verstandig omgaan met geld meer effect heeft dan het proberen de consument wijzer te maken in geldzaken.

Rol financieel adviseur

De (financieel) adviseur is bij uitstek in staat om de consument te beschermen tegen ondoordachte risico's, maar ook om hen te adviseren bij het op orde maken en houden van het financiële huishoudboekje. Los van deze maatschappelijke rol hebben deze adviseurs daar ook vaak een commercieel belang bij. Het in kaart hebben en houden van de totale financiële situatie van een klant zorgt voor een nieuwe vertrouwensband die zorgt voor meer productie en minder drang bij die consument om het zelf te regelen.

De wetgever eist op dit moment al (via de Wet op het financieel toezicht) dat financieel adviseurs de financiële situatie van een klant in kaart brengen door middel van een klantprofiel. Echter deze bepaling geldt alleen als het om advisering over complexe financiële producten gaat, zoals levensverzekeringen, hypotheeken en beleggingsproducten. Ik veronderstel dat de consumenten die tot de categorie financieel zwak behoren over het algemeen weinig complexe financiële producten hebben aangeschaft, omdat complexe financiële producten vaak ook een grotere financiële investering vergen. Om de financieel zwakkere consument te kunnen bereiken, zouden financieel adviseurs standaard een klantprofiel kunnen opmaken bij alle klanten die men adviseert.

Financieel adviseurs zijn hoofdzakelijk gefocust op het adviseren van klanten over vermogensvorming en het afdekken van risico's. Het adviseren over het voorkomen van risico's is wel standaard onderdeel van de dienstverlening aan bedrijven, maar niet aan con-

1. '3,5 miljoen huishoudens lopen financiële risico's', Nibud 12 november 2009.

2. 'Drie miljoen vrouwen zijn financieel afhankelijk', Het Parool 14 oktober 2010.

3. 'Nieuwe normen hypotheekverstrekking ter bescherming consument', AFM 21 april 2010.

sumenten. Enerzijds komt dit doordat financieel adviseurs daarover de kennis en de tools ontberen, anderzijds is het ook lastig om dergelijke dienstverlening betaald te krijgen. Voor alle partijen die betrokken zijn bij het proces van schuldsanering, zou het dan ook goed zijn om actief informatie en tools te verstrekken aan financieel adviseurs om het te helpen invulling te geven aan deze maatschappelijke verantwoordelijkheid.

Om de financieel zwakkere consument te kunnen bereiken, zouden financieel adviseurs standaard een klantprofiel kunnen opmaken bij alle klanten die men adviseert.

Nu per 2013 ook de financiële prikkels voor financieel adviseurs ten aanzien van kredieten gaan verdwijnen (er komt een provisieverbod), hebben deze adviseurs straks geen financieel belang meer bij (te) hoge leningen. Ook de aangescherpte hypotheeknormen die in 2011 van kracht worden, stimuleren het proces dat de financiële sector meer betrokken wordt bij het voorkomen van het nemen van ondoordachte risico's.

Verantwoordelijkheid consument

Hoewel professionele partijen, zowel binnen de financiële sector als binnen de schuldhulpverlening, een grotere verantwoordelijkheid dragen dan consumenten, verdient dit laatste aspect ook aandacht. Consumenten moeten worden geprikkeld om zelf meer inzicht te krijgen in de eigen financiële situatie. Dat kan door het raadplegen van adviseurs, maar ook door gebruik te maken van instrumenten als het digitale huishoudboekje. Verder zouden consumenten bij het aanvragen van een lening standaard de vraag kun-

nen krijgen of men wel zeker weet dat de lening nodig is. Tijdens een jubileumsymposium van het Nibud in 2009 gaf professor Henriëtte Prast bijvoorbeeld aan dat veel consumenten een lening afsluiten terwijl er voldoende spaargeld is. Door op het aanvraagformulier bij een lening nadrukkelijk te vragen of er niet voldoende andere financiële middelen beschikbaar zijn, worden consumenten direct geconfronteerd met een alternatief. Het is raadzaam om dergelijke inzichten uit de economische psychologie nader te bekijken bij het voorkomen van schulden en helpen van consumenten om minder financieel kwetsbaar te worden.

Consumenten moeten worden geprikkeld om zelf meer inzicht te krijgen in de eigen financiële situatie. Dat kan door het raadplegen van adviseurs, maar ook door gebruik te maken van instrumenten als het digitale huishoudboekje.

Zo zou in ieder geval de term aflossingsvrije hypotheek moeten worden afgeschaft, omdat veel consumenten daardoor in de veronderstelling leven dat er geen aflossing hoeft plaats te vinden. Een betere term zou bijvoorbeeld kunnen zijn de 'uitgestelde aflossingshypotheek'. Mogelijk dat ook de term 'krediet' vervangen zou kunnen worden door de term 'schuld', zodat niet meer gesproken wordt over doorlopend krediet maar over een doorlopende schuld. Ook met dergelijke cosmetische ingrepen kan de consument al meer bewust worden gemaakt van zijn eigen handelen. In economisch psychologische termen wordt dit libertair paternalisme genoemd, wat neerkomt op het geven van een klein duwtje aan consumenten om zelf een meer verantwoorde beslissing te kunnen nemen. Ik verwacht daar meer heil van dan het geven van onderwijs in geldzaken.

Schulden bij jongeren belemmeren jeugdhulpverlening

Nederland telt zo'n 80.000 risicojongeren in de jeugdhulpverlening van 15-26 jaar met, vaak forse, schulden. Jongeren in de jeugdhulpverlening hebben doorgaans een lage opleiding en moeten vaak al op jonge leeftijd op eigen benen staan. In de praktijk blijkt dat hulpverlening aan deze jongeren moeilijk is als zij tot over hun oren in de schulden zitten. Helaas ontbrak het jongerenwerkers tot nu toe aan goed materiaal om het thema goed omgaan met geld aan de kaak te stellen. Zolang er schulden bestaan, is het erg moeilijk om te werken aan een nieuw perspectief.

De Groningse Kredietbank en Elker ontwikkelden een uniek lespakket voor jongeren; Check je geld!. Getoetst aan de

competenties van het Nibud (Nationaal Instituut voor Budgetvoorlichting), stelt deze leskit jongeren in staat weer grip te krijgen op hun financiële situatie. Check je geld! is op 3 februari 2011 in Utrecht gepresenteerd in jongerencentrum Don Bosco Spirit. Jongeren zelf gingen met het materiaal aan de slag.

Jongeren en hulpverleners enthousiast

Het Nibud, de Groningse Kredietbank en Elker hebben het lespakket uitvoerig getest onder hulpverleners en ook jongeren uit de doelgroep. Het pakket moest eigentijds zijn, inhoudelijk goed en passen bij de vaardigheden en de belevingswereld van de jongeren. Daarnaast moeten alle onderdelen afgeronde opdrachten zijn en los van elkaar te gebruiken. Zowel de jongeren als de hulpverleners zijn enorm te spreken over het nieuwe materiaal.

Check je geld! voorziet in een gat in de markt, omdat in de jeugdhulpverlening

iets dergelijks nog niet bestond. Met dit pakket wordt nu iets geboden waar jongeren makkelijk mee aan de slag kunnen. Jongeren kunnen individueel een opdrachtje maken of in groepsverband. Het materiaal is tot stand gekomen met financiële steun van CentiQ, Wijzer in geldzaken.

Zes bijeenkomsten, zes thema's

Check je geld! bestaat uit zes bijeenkomsten, die elk over één thema gaan. De thema's zijn gebaseerd op de Nibud-competenties en geschikt voor jongeren vanaf 16 jaar die begeleid worden vanuit de jeugdhulpverlening. De bijeenkomsten gaan over betalingen regelen, uitkomen met je inkomen, over afspraken rond studeren en werken, over de invloed van reclame op je uitgaven, over de kosten van op jezelf wonen en over de voor- en nadelen van sparen en lenen.

(Persber. Nibud 25 januari 2011)