

**Projectplan
Platform CentiQ**

ministerie van Financiën
november 2006

1. Inleiding, achtergrond en onderbouwing project.....	3
1.1 Aanleiding.....	3
1.2 Probleemstelling.....	3
2. Projectdefinitie.....	4
2.1 Doelstelling.....	4
2.2 Aanpak.....	5
3. Projectorganisatie.....	6
3.1 Projectstructuur.....	7
3.2 Stuurgroep.....	7
3.3 Partnerraad.....	9
3.4 Projectsecretariaat.....	9
3.5 Projectgroepen.....	9
3.5.1 Projectgroep Budgetteren.....	10
3.5.2 Projectgroep Onderwijs.....	12
3.5.3 Projectgroep Toekomstvoorzieningen.....	13
3.5.4 Projectgroep Onderzoek.....	14
3.5.5 Projectgroep Communicatie.....	16
4. Spelregels.....	18
4.1 Criteria deelnemende organisaties.....	18
4.2 Criteria te ontwikkelen initiatieven.....	19
4.3 Gedragsregels partners.....	19
5. Projectplanning.....	19
5.1 Activiteiten voorafgaand aan de startbijeenkomst.....	20
5.2 Activiteiten na de startbijeenkomst.....	20
5.3 Indicatieve activiteitenplanning 2006/2007.....	21

Bijlage: Invulling projectsecretariaat

1. Inleiding, achtergrond en onderbouwing project

1.1 Aanleiding

Economische en sociale ontwikkelingen in de maatschappij hebben tot gevolg dat er meer gevraagd wordt van het financieel inzicht van de consument. Er is een trend ingezet waarbij de verzorgingsstaat zich meer en meer ontwikkelt tot een participatiemaatschappij. Van de consument wordt verwacht dat deze op meer terreinen de regie neemt over zijn financiële situatie. Belangrijke vraagstukken op bijvoorbeeld het terrein van pensioenen, zorg en sociale zekerheid ontwikkelen zich richting een doe-het-zelf project voor de consument. Dit is bijvoorbeeld het geval bij het verzorgen van een afdoende voorziening voor de ouderdag en bij het afdekken van de kosten die kunnen voortvloeien uit de behoefte aan medische zorg. De consument moet meer financiële keuzes maken, terwijl er meer en complexere financiële producten worden aangeboden. Daardoor neemt de kennisachterstand die de consument ten opzichte van de aanbieders van financiële producten heeft toe (informatieasymmetrie).

Een andere ontwikkeling is de toename van schulden bij groepen consumenten en het feit dat deze schulden vaak een hoger bedrag betreffen dan in eerdere jaren, terwijl banktegoeden van diezelfde consumenten afnemen.¹ Schulden kunnen in combinatie met bijvoorbeeld het verliezen van een baan, echtscheiding, ziekte of overconsumptie er toe leiden dat de consument in financiële problemen komt. Het kabinet heeft om die reden de schuldenproblematiek hoog op de politieke agenda geplaatst.²

1.2 Probleemstelling

Door deze ontwikkelingen wordt de vraag actueler of de consument wel voldoende capabel is om de eigen verantwoordelijkheid voor financiële beslissingen te kunnen waarmaken.³ In het beslisgedrag van consumenten spelen psychische en sociale factoren een belangrijke rol.⁴ Veel consumenten moeten eerst een drempel over voordat zij zich willen verdiepen in (ingewikkelde) financiële informatie. Bij consumenten is sprake van weinig zelfvertrouwen en de interesse en motivatie om zich in de eigen huishoudfinanciën te verdiepen is laag. Daarnaast heeft de sociale omgeving bewust of onbewust invloed op individuele besluiten. Dit kan tot gevolg hebben dat de consument zich onvoldoende informeert en daardoor niet in

¹ CBS gegevens "samenstelling vermogens van huishoudens".

² Zie de kabinetsnota 'Het rijk rond schulden', kamerstukken II, 2005/06, 24515, nr. 71.

³ Financial Services Authority 2006, Levels of Financial Capability in the UK: Results of a baseline survey, www.fsa.gov.uk/pubs/other/fincap_baseline.pdf en OECD 2005, Improving Financial Literacy, Analysis of issues and policies, ISBN 92-64-01256-7

⁴ Zie bijvoorbeeld Prast, H.M. 2005, Emotie-Economie: de mythe van de persoonlijke financiële planning, Universiteit van Tilburg.

staat is om een weloverwogen besluit te nemen. Een consument is in deze zin zeker niet altijd de 'homo economicus' die rationele en bewuste keuzes maakt.

Complicerende factor is dat een aantal financiële beslissingen slechts één of enkele malen in het leven van de consument worden genomen. Voorbeelden daarvan zijn de aanschaf van een hypotheek of van een levensverzekering. Daardoor zullen er voor de consument weinig leer- en reputatie-effecten optreden. Ook zijn veel financiële producten 'ervaringsgoederen' waarvan de kwaliteit pas zichtbaar wordt na verloop van tijd (bijvoorbeeld bij een schadeverzekering).

Het bovenstaande illustreert dat het wenselijk is dat de consument over meer handvatten beschikt om aan de eigen verantwoordelijkheid voldoende vorm te geven. Het ministerie van Financiën heeft zich de afgelopen jaren met name gericht op het transparanter maken van financiële informatie voor de consument en het versterken van de zorgplicht van aanbieders richting de consument.⁵ Tevens heeft zij maatregelen genomen ter voorkoming van overkreditering. In aanvulling op dit beleid start het ministerie van Financiën thans met een nieuw project: de Nationale strategie 'ter vergroting van het financieel inzicht van de Nederlandse consument'.⁶

2. Projectdefinitie

2.1 Doelstelling

De doelstelling van de Nationale strategie 'ter vergroting van het financieel inzicht van de Nederlandse consument' is:

Goed geïnformeerde en opgeleide consumenten, die geïnteresseerd zijn in en zelfvertrouwen hebben bij het nemen van financiële beslissingen waardoor zij een actievere rol innemen op de financiële markten en komen tot weloverwogen financiële beslissingen.

Het project heeft als eerste missie om de consument te motiveren om actief bezig te zijn met de huishoudfinanciën. Dit wordt zowel gedaan door aan te knopen bij levensfasen wanneer bepaalde informatie relevant is voor de consument als door de activiteiten te richten op bepaalde doelgroepen. Hieraan ligt waar nodig het stimuleren van een bewustwordingsproces van het belang van weloverwogen financiële beslissingen ten

⁵ Wet financiële dienstverlening, Stb. 2005, 339.

⁶ Tijdelijke werktitel van het project.

grondslag. Dit verhoogde bewustzijn leidt er, in combinatie met aansprekende financiële voorlichting en educatie, toe dat de financiële kennis en vaardigheden van consumenten worden verhoogd, waardoor mogelijk het gedrag van de consument ook gaat veranderen.

2.2 Aanpak

Het verbeteren van de financiële kennis en vaardigheden van consumenten is een taak die het ministerie van Financiën niet alleen op zich kan en wil nemen. Wil daadwerkelijk verandering bij de consument plaatsvinden dan is een bundeling van krachten noodzakelijk. Bij de uitwerking van de Nationale Strategie wil Financiën daarom samenwerken met zo veel mogelijk partijen die betrokken zijn bij financiële keuzes van de consument. Daarom wordt op 10 november a.s. een start gemaakt met een samenwerkingsverband in de vorm van een Platform. Het is daarbij zeker niet de bedoeling om in het vaarwater van bestaande organisaties te komen of activiteiten over te doen. Het samenwerkingsverband staat hieraan niet in de weg. Daarentegen zal het Platform wel partijen bij elkaar brengen waardoor kennis en ervaring kunnen worden uitgewisseld, initiatieven worden gestimuleerd en gecoördineerd. De verschillende (bestaande) initiatieven kunnen daardoor tevens meer als een eenheid en in verhouding tot elkaar worden gepresenteerd en zullen daardoor voor de consument toegankelijker en herkenbaarder worden. Binnen het Platform ontplooiën verschillende partijen in projectgroepen gezamenlijk nieuwe activiteiten en worden bestaande activiteiten breder toegankelijk gemaakt voor de consument. Geld en middelen die voor dit onderwerp beschikbaar zijn kunnen efficiënter worden besteed en krijgen door de inrichting van dit Nationale Platform een grotere prioriteit en bekendheid. Financiën is ervan overtuigd dat we samen meer kunnen bereiken dan ieder voor zich. Daarom zijn vanaf het eerste moment zoveel mogelijk partijen bij de vormgeving en uitvoering van de Nationale strategie betrokken waardoor een goede voedingsbodem voor samenwerking is gecreëerd, waar in de toekomst eventuele nieuwe partners zich bij kunnen aansluiten.

De doelstelling, ambitie en vormgeving van de samenwerking in het Platform wordt te zijner tijd in een convenant vastgelegd. De participerende partners zijn onder meer banken, verzekeraars, pensioeninstellingen, bemiddelaars in financiële diensten en producten, wetenschappers en consumentenorganisaties. Vanuit overheidszijde participeren de ministeries van Onderwijs Cultuur en Wetenschap, Sociale Zaken en Werkgelegenheid, de Autoriteit Financiële Markten en het Centraal Planbureau.

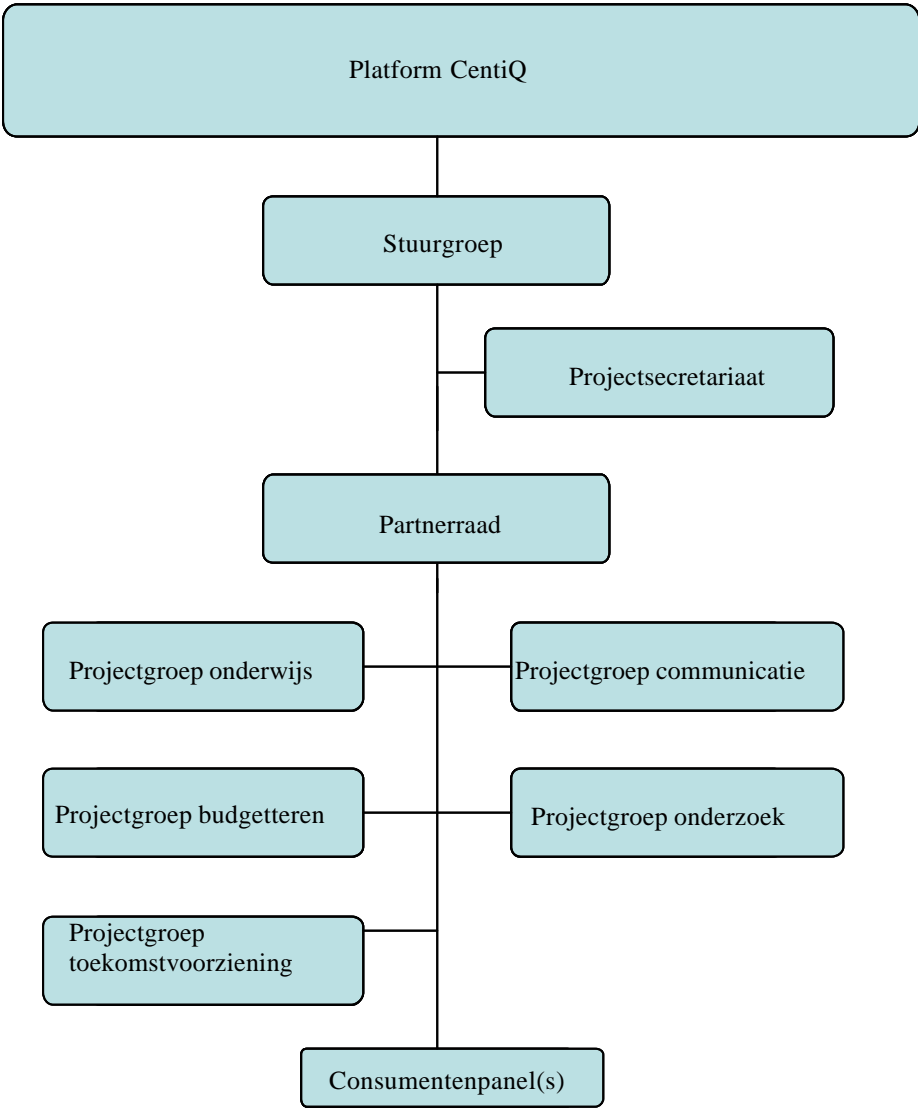
3. Projectorganisatie

3.1 Projectstructuur

Met de oprichting van het Platform creëert Financiën een werkomgeving waar binnen veel ruimte is voor externe partijen (partners) om activiteiten te ontplooiën. Het ministerie van Financiën is bereid om binnen het Platform een katalyserende en faciliterende rol op zich te nemen.

De platformstructuur omvat een stuurgroep met daaronder een aantal projectgroepen en een partnerraad. Bovendien is een partnerschap met Stichting Pensioen kijker aangegaan. Deze stichting heeft als doel het pensioenbewustzijn in Nederland te vergroten. Als de consument meer over pensioenen wil weten kan zij terecht op de website van deze stichting voor objectieve en niet-commerciële informatie. Stichting Pensioen kijker vertegenwoordigd 18 andere organisaties, waaronder pensioenfondsen en vakbonden.

Binnen iedere projectgroep biedt een projectsecretaris inhoudelijke ondersteuning. Om er zeker van te zijn dat initiatieven aansluiten bij de interesse van de eindgebruiker, namelijk de consument, kunnen initiatieven zowel vooraf als achteraf worden voorgelegd aan een consumentenpanel.



3.2 Stuurgroep

De taakstelling van de stuurgroep is:

Zorg dragen dat het Platform de doelstelling van de Nationale strategie zo snel en effectief mogelijk bereikt.

In één van de eerste stuurgroepbijeenkomsten zal besloten worden over de te behalen (meetbare) resultaten van het Platform binnen de komende vier jaar. Hieraan zal invulling gegeven worden door de concrete activiteiten per jaar in een jaarplan en begroting vast te leggen, mede op basis van voorstellen die vanuit de diverse projectgroepen worden aangeleverd.

Om aan deze taakstelling te kunnen voldoen zal de stuurgroep in ieder geval:

- het concept-jaarplan van het Platform opstellen;
- de concept-begroting van het Platform opstellen;
- besluiten over de oprichting en samenstelling van projectgroepen;
- besluiten over de activiteiten en specifieke financiering van projectgroepen;
- toezicht houden op de voortgang van projectgroepen;
- het Platform binnen de eigen organisatie hoog op de agenda zetten en bijdragen aan de activiteiten binnen het Platform en andere partners aansporen en ondersteunen om dit ook te doen.

De eerste jaren is de Thesaurier-generaal (Laura van Geest) van het ministerie van Financiën voorzitter van de stuurgroep. Daarna kan als de stuurgroep daartoe besluit voor een roulerend voorzitterschap worden gekozen. De stuurgroep komt in ieder geval elk kwartaal bijeen. Om de voortgang van het project te kunnen behouden zal per vergadering van de stuurgroep een mandaat op hoofdlijnen worden vastgesteld zodat het projectsecretariaat binnen die hoofdlijnen door kan gaan met het ontwikkelen van activiteiten. Ook is ten behoeve van de voortgang uitgangspunt dat geen plaatsvervangingsmogelijkheid is, tenzij sprake is van bijzondere omstandigheden. In de stuurgroep nemen onderstaande organisaties en personen plaats:

Tabel 1: samenstelling stuurgroep

Organisatie	Vertegenwoordiger	Functie
Autoriteit Financiële Markten	Dhr. Harman Korte	Directeur
Bedrijfstakpensioenfondsen (vertegenwoordigt Ondernemingspensioenfondsen en Unie van	Dhr. Peter Borgdorff	Directeur

Beroepspensioenfondsen)		
Consumentenbond	Mw. Klaske de Jonge	Directeur
ministerie van Financiën	Mw. Laura van Geest	Thesaurier-generaal (voorzitter stuurgroep)
ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap	Dhr. Derk Reneman	Directeur
ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid	Mw. Petra Lugtenburg	Directeur
NIBUD	Mw. Gerjoke Wilmink	Directeur
NVB	Dhr. Hein Blocks	Directeur
NVA (vertegenwoordigt de eerste tijd de NBVA)	Dhr. Niels Mourits	Directeur
Universiteit Tilburg	Dhr. Fred van Raaij	Hoogleraar Economische Psychologie
Verbond van Verzekeraars	Dhr. Richard Weurding	Directeur

Daarnaast nemen de voorzitters van de projectgroepen als waarnemend lid zitting in de stuurgroep, zodat vanuit alle projectgroepen over de voortgang richting stuurgroep wordt gerapporteerd. Daarmee is tevens de coördinatie tussen de projectgroepen gegarandeerd. De leden van de stuurgroep hebben een gelijke stem en distantiëren zich en brengen geen stem uit als sprake is van belangenverstrengeling.

3.3 Partnerraad

De partnerraad bestaat uit alle partners in het Platform, inclusief de stuurgroepleden. De Partnerraad komt jaarlijks bijeen om het jaarplan en de begroting goed te keuren (overeenkomstig de verenigingsstructuur). De invloed die de Partnerraad uit kan oefenen is afhankelijk van een minimaal opkomstpercentage en de stemverhouding binnen de raad. Deze criteria worden door de stuurgroep vastgesteld.

3.4 Projectsecretariaat

Bij het projectsecretariaat zijn medewerkers van het ministerie van Financiën en de Rijksoverheid werkzaam. Het projectsecretariaat ondersteunt de stuurgroep en de projectgroepen inhoudelijk. Zo ligt het projectsecretariaat van de Projectgroep Budgetteren bij het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Het projectsecretariaat stelt in ieder geval het concept-jaarplan en de concept-begroting voor de stuurgroep en de projectgroepen op. Daarnaast zal voor afstemming tussen de verschillende secretariaten worden gezorgd door regelmatig bij elkaar te komen. Voor ondersteunende secretariële werkzaamheden, zoals bijvoorbeeld het versturen van uitnodigingen, kunnen de projectsecretarissen van de projectgroepen gebruik maken van het secretariaat van de Directie Financiële Markten, afdeling Marktgedrag en Effectenverkeer van het ministerie van Financiën (Alice Ouweland; 070-3428980)

3.5 Projectgroepen

Binnen projectgroepen wordt samengewerkt aan concrete projecten. De projectgroepen ontwikkelen activiteiten/pilots ten behoeve van een bepaald thema of een bepaalde doelgroep. Dit kunnen tijdelijke of langdurige activiteiten/pilots betreffen. De 'producten' van het Platform zullen derhalve in de projectgroepen tot stand komen. Vanuit een aantal partners is vernomen dat tevens behoefte bestaat aan het binnen het Platform ontwikkelen van eigen activiteiten die vervolgens voorzien zouden kunnen worden van een keurmerk. Aangezien het onafhankelijk karakter van het Platform hierdoor geschaad zou kunnen worden zal dit een onderwerp zijn waarover de stuurgroep zich gaat buigen. Inbreng vanuit marktpartijen is voor de uitwerking van mogelijke oplossingen op dit terrein onontbeerlijk. Mogelijk dat door het aanbrengen van een aantal waarborgen hiertoe ruimte binnen het Platform zou kunnen ontstaan naast de voorgestelde projectgroepen.

Een projectgroep zal allereerst bestaande initiatieven en effecten daarvan zo veel mogelijk in kaart brengen. Hierdoor worden de leemten binnen bijvoorbeeld een bepaald thema zichtbaar. Vervolgens kunnen prioriteiten aan de verschillende leemten worden toegekend. Daarna kan de projectgroep een activiteitenprogramma en begroting (projectplan) opstellen en dit voorleggen aan de stuurgroep. De activiteiten worden na afloop geëvalueerd. Iedere projectgroep wordt geleid door een voorzitter. De beoogde voorzitters van de projectgroepen zijn als deskundige werkzaam op het terrein van het betreffende thema of hebben specifieke kennis van de doelgroep waarop de projectgroep zich richt. Uitgangspunt is dat de voorzitters niet direct commercieel betrokken zijn. De voorzitter zal in ieder geval zorgen voor een goede voortgang van het specifieke project en voor het zonedig benadrukken van de gezamenlijke doelstelling van de betreffende projectgroep. Daarnaast worden alle projectgroepen inhoudelijk ondersteund door een projectsecretaris. Naast de voorzitter en projectsecretaris bestaan de projectgroepen uit maximaal 6 tot 8 partners. Uitgangspunt is dat ten behoeve van de voortgang geen plaatsvervanging mogelijk is, tenzij sprake is van bijzondere omstandigheden.

In 2007 wordt gestart met onderstaande projectgroepen:

- Projectgroep Budgetteren
- Projectgroep Communicatie
- Projectgroep Toekomstvoorzieningen
- Projectgroep Onderwijs

De projectgroep Onderzoek start reeds in 2006. De keuze om met deze projectgroepen in 2006/begin 2007 te starten vloeit voort uit de gesprekken die met diverse partners zijn gevoerd en uit recent onderzoek waaruit een bepaald nut of noodzaak blijkt. In de volgende subparagrafen wordt de organisatiestructuur en doelstelling per projectgroep nader toegelicht.

3.5.1 Projectgroep Budgetteren

De schuldenproblematiek staat in Nederland hoog op de politieke agenda. Dit is niet voor niets, de afgelopen jaren hebben steeds meer mensen aangeklopt bij de schuldhulpverlening met hun financiële problemen. De Projectgroep Budgetteren is in het leven geroepen om vanuit dit Platform bij te dragen aan het voorkomen en terugdringen van de schuldenproblematiek.

De korte termijn doelstelling van de Projectgroep Budgetteren is:

In kaart brengen welke activiteiten op het terrein van het budgetteren al in gang zijn gezet, waar nog lacunes zijn en tot welke activiteiten nog initiatieven moeten worden genomen.

Mogelijk dat nog concrete onderwerpen voor deze projectgroep worden aangedragen vanuit de vervolgactiviteiten die worden gepresenteerd op de 2de Bestuurlijke Conferentie Aanpak schuldenproblematiek op 18 december 2006 die door het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid wordt georganiseerd.

De langere termijn doelstelling van de Projectgroep Budgetteren is:

Consumenten ondersteunen bij het verkrijgen van een overzicht van de eigen financiële situatie met als doel bij de consument zelfredzaamheid te stimuleren.

Indien het onderwerp daartoe aanleiding geeft, zal de projectgroep Budgettering ook een verbinding leggen met andere projectgroepen, bijvoorbeeld met de Projectgroep Onderwijs. Het is de bedoeling dat de structuur van het Platform daarvoor ruimte biedt, waardoor wederzijdse kruisbestuiving mogelijk is.

De leden van de Projectgroep Budgetteren zijn bij voorkeur werkzaam bij een organisatie die actief is in het voorlichten van consumenten over budgetteren (bijvoorbeeld het aanbieden van cursussen, begeleiding of voorlichting).

Om enig idee te geven van mogelijke activiteiten van de projectgroep volgen een aantal voorbeelden. Gedacht kan worden aan het in kaart brengen hoe doelgroepen beter bereikt kunnen worden. Dit vanzelfsprekend in samenwerking met de Projectgroep Communicatie

die vanuit een andere expertise naar deze materie zullen kijken. Dit zou bijvoorbeeld kunnen door vrijwilligersnetwerken effectiever in te zetten, opleidingen aan te bieden of door voorlichtingsprogramma's via preventiemedewerkers aan te bieden in de eigen taal en passend bij de cultuur. Ook is een idee om een educatieve serie te ontwikkelen.

3.5.2 Projectgroep Onderwijs

Uit onderzoek is gebleken dat het financieel inzicht groeit naarmate mensen ouder worden en dat het financieel inzicht bij de jeugd vrij beperkt is.⁷ Hierdoor is het van belang om zo vroeg mogelijk te beginnen met het aan de jeugd bieden van extra handvatten om dit inzicht te kunnen vergroten. Ook internationaal gezien ligt in de diverse “financial education” programma’s daardoor in ieder geval ook nadruk op het onderwijs. In Australië is een specifieke norm hiertoe opgenomen in het curriculum. In het Verenigd Koninkrijk (VK) is recent gestart met een 5 jaar durend initiatief gericht op het vergroten van het financieel inzicht bij leerlingen op middelbare scholen. Dat aandacht voor het vergroten van het financieel inzicht in het onderwijs van belang is blijkt inmiddels ook uit onderzoek.⁸ In Nederland wordt door diverse organisaties dit belang ook ingezien en worden diverse initiatieven op dit terrein ontwikkeld.

Om deze redenen gaat ook in Nederland de Projectgroep Onderwijs van start die zich met dit onderwerp zal gaan bezighouden. Van belang daarbij is dat de Nederlandse overheid zich in beperkte mate bemoeit met de inhoud van het onderwijs. De overheid stelt in het primair en voortgezet onderwijs de eindtermen vast. Hoe die gerealiseerd gaan worden, is aan de scholen zelf; de overheid maakt dan ook geen lespakketten en schrijft ze ook niet voor. In de andere onderwijssectoren bemoeit de overheid zich nog minder met de onderwijsinhoud.

Om te kunnen beoordelen waar de projectgroep zich allereerst het beste op zou kunnen richten zal deze inventariseren welke lespakketten (gericht op het vergroten van het financieel inzicht) reeds aanwezig zijn in Nederland en voor zover mogelijk hoe deze zich verhouden tot de kerndoelen en eindtermen in het primair en voortgezet onderwijs. Ook zal worden bekeken of er studies over de effecten van deze lespakketten bekend zijn. Voor zover de projectgroep het nuttig vindt dat deze lespakketten worden verbeterd zal de projectgroep daarin faciliterend optreden (partijen bij elkaar brengen, tips en suggesties geven ed.) Daarnaast zal ook de nodige aandacht uit moeten gaan naar het onder de aandacht brengen van de lespakketten bij onderwijsinstellingen zodat deze gemotiveerd worden om deze af te nemen en ermee aan de slag te gaan.

De doelstelling van de Projectgroep Onderwijs is:

⁷ Financial Services Authority 2006, Levels of Financial Capability in the UK: Results of a baseline survey, www.fsa.gov.uk/pubs/other/fincap_baseline.pdf en OECD 2005, Improving Financial Literacy, Analysis of issues and policies, ISBN 92-64-01256-7

⁸ Mike Dixon, Rethinking Financial Capability, Lessons from economic psychology and behavioural finance, IPPR and Norwich Union.

Faciliteren van partijen die lesmateriaal gericht op financieel inzicht ontwikkelen zowel voor wat betreft de kwaliteit als voor wat betreft de bekendheid van dit materiaal in de onderwijssectoren.

De activiteiten van de projectgroep zullen zich richten op diverse leeftijdscategorieën. Een voorbeeld van een initiatief vanuit deze werkgroep is het ontwikkelen van een lesprogramma 'omgaan met geld.' In Groot-Brittannië heeft de toezichthouder FSA een dergelijk programma ontwikkeld en treden medewerkers van een lokale bank op als gastdocent. Deze bankmedewerkers dienen zich dan wel aan bepaalde gedragsnormen te houden. Ook zou bijvoorbeeld een school tv programma kunnen worden gemaakt waarin het 'financiële leven' van een aantal leerlingen wordt gevolgd en waarin die leerlingen advies krijgen van een deskundige.

Het ministerie van OCW zal in ieder geval bij deze projectgroep betrokken zijn.

Partners die in deze projectgroep zitting nemen zijn bij voorkeur werkzaam bij een organisatie die actief is in het voorlichten en onderwijzen van consumenten of bij een onderwijsinstelling of organisatie die actief is op het terrein van het onderwijs(ondersteuning).

3.5.3 Projectgroep Toekomstvoorzieningen

De projectgroep Toekomstvoorzieningen is ontstaan doordat een aantal partners aan heeft gegeven dat op het terrein van beleggen een grote behoefte bij de consument aanwezig is aan basisinformatie en vaardigheden op dit terrein. Doordat diverse verzekeringsproducten vaak ook een beleggingscomponent kennen richt deze projectgroep zich ook op consumenten met een beleggingsgebonden verzekeringsproduct. Ook deze projectgroep zal starten met een analyse van bestaande voorlichtingsinitiatieven. Afhankelijk van de uitkomsten van deze analyse kiest de projectgroep voor het promoten van bestaand materiaal en/of de ontwikkeling van nieuwe initiatieven.

De doelstelling van de projectgroep Toekomstvoorzieningen is:

Het verhogen van de kennis van consumenten ten aanzien van toekomstvoorzieningen.

Bovenstaande doelstelling zou bijvoorbeeld ingevuld kunnen worden door het ontwikkelen van een test met vragen die de basiskennis omvat die consumenten minimaal moeten bezitten voordat ze gaan beleggen of een beleggingsgebonden product kopen. Ook zou de projectgroep een online quiz of beursspel kunnen maken waarmee consumenten spelenderwijs kennis krijgen aangereikt over toekomstvoorzieningen.

De leden van de projectgroep Toekomstvoorzieningen zijn bij voorkeur werkzaam bij een organisatie die actief is in het voorlichten, adviseren en ondersteunen van consumenten over het onderwerp toekomstvoorzieningen.

3.5.4 Projectgroep Onderzoek

De Projectgroep Onderzoek zal in ieder geval een onderzoek (nulmeting) doen naar de leemten in het financieel inzicht van de Nederlandse consument. Het onderzoek wordt zo opgezet dat aan de hand van de uitkomsten duidelijk is bij welke groepen in de samenleving welke leemten in kennis, gedrag en vaardigheden aanwezig zijn. De onderzoeksuitkomsten moeten uitwijzen of en zo ja welke aanpassingen van gedrag en kennis van consumenten benodigd zijn. Ten behoeve van dit onderzoek heeft een stagiaire, werkzaam bij het ministerie van Financiën, bestaand nationaal en internationaal onderzoek in kaart gebracht.

Het onderzoek bouwt voort op het onderzoek wat zeer recent in het VK is verricht en richt zich op 4 onderzoeksgebieden:

- a) managen van geld (in staat zijn niet meer uit te geven dan je hebt en overzicht financiën);
- b) planning voor de toekomst (omgaan met onverwachte gebeurtenissen en buffers voor de lange termijn);
- c) gebruik en aanschaf financiële producten (begrip van financiële producten; datgene kiezen dat het beste bij je behoefte past);
- d) geïnformeerd blijven (advies vragen en krijgen; bijhouden ontwikkelingen op financieel terrein, vertrouwen op jezelf).

De doelstellingen van de Projectgroep Onderzoek zijn:

- *Het bundelen van bestaand onderzoek ten aanzien van financieel beslissingsgedrag;*
- *Het waarborgen van een hoge kwaliteit van het onderzoek;*
- *Het monitoren van de bereikte voortgang van het onderzoek;*
- *Het creëren van draagvlak voor de uitkomsten van het onderzoek door de partners binnen het Platform te betrekken bij de opzet en invulling van het onderzoek;*
- *Het terugkoppelen van (tussentijdse) uitkomsten van het onderzoek.*

Om draagvlak te kunnen creëren voor de uitkomsten van het onderzoek zal een klankbordgroep met afgevaardigden uit het Platform worden ingericht.

De projectgroep zal starten met het bestuderen van de opzet en aanpak van het onderzoek zoals dat in het VK is gedaan. Dit doet zij aan de hand van een document waarin commentaar op dit onderzoek, welk is ontvangen gedurende diverse gesprekken met

partners, is weergegeven. Vervolgens zal zij advies geven om bepaalde aspecten te wijzigen of aan te vullen. Daarbij wordt rekening gehouden met het feit of de uitkomsten ook interessante inzichten opleveren voor de afzonderlijke partners. Hierover zal de klankbordgroep worden gehoord om te waarborgen dat de uiteindelijke uitkomsten ook door de partners wordt gedragen, alvorens dit advies aan de Thesaurier-Generaal wordt voorgelegd. Omdat Financiën het onderzoek financiert zal zij uiteindelijk besluiten welke aanpassingen zullen worden doorgevoerd, daarbij vanzelfsprekend rekening houdend met de visies van partners daarop.

Het onderzoek wordt vervolgens, via een Europese aanbesteding, uitbesteed aan een onderzoeksbureau. De Rijksvoorlichtingsdienst (RVD) zal dit proces begeleiden. Gedurende het onderzoek spreekt de expertgroep regelmatig met de onderzoeker om te kunnen beoordelen of het onderzoek goed verloopt en om de onderzoeker, waar nodig, met kennis en ervaring bij te staan.

Dit onderzoek zal het meest uitgebreide en diepgaande financieel consumentenonderzoek zijn dat heeft plaatsgevonden in Nederland. De onderzoeksresultaten zullen een representatief beeld geven van het financiële inzicht van de Nederlandse bevolking in 2007. Omdat het onderzoek uniek is, verwachten wij veel aandacht in de landelijke (en internationale) media te krijgen. Het onderzoek dat volgend jaar zal plaatsvinden betreft een nulmeting. De onderzoeksresultaten vormen de basis voor de ontwikkeling van verdere activiteiten binnen het Platform. Bezien zal worden of en zo ja op welke termijn dit onderzoek zal worden herhaald. Daarbij is tevens de vraag van belang op welke wijze de effecten van de gezamenlijke activiteiten binnen het Platform het beste gemeten kunnen worden. Zo zou bijvoorbeeld aansluiting kunnen worden gezocht bij een onderzoek wat recent in Australië is verricht naar de motivatie en interesse van consumenten op dit terrein. Dit is immers de eerste missie van het project voor de komende jaren en het zou daarom mogelijk meer voor de hand liggen om een dergelijk onderzoek te starten en regelmatig te herhalen.

De onderzoekers die in de Projectgroep Onderzoek zitting nemen zijn al bekend. Dit om zo snel mogelijk met het onderzoek te kunnen starten. Bij de samenstelling is getracht een evenwicht aan te brengen tussen onderzoekers uit de praktijk en uit de wetenschap werkzaam bij diverse partners. In de klankbordgroep kunnen afgevaardigden van de partners uit het Platform zitting nemen.

Voor de te ontwikkelen projectplannen van de projectgroepen Onderwijs, Budgetteren en Beleggen en verzekeren zijn de uitkomsten van de Projectgroep Onderzoek wenselijk.

Echter, deze uitkomsten zijn pas eind 2007/begin 2008 gereed. Mogelijk wordt er een structuur voor het onderzoek bedacht om tussentijdse resultaten eerder te verkrijgen. Gezien de urgentie en omvang van een aantal kwesties zoals bijvoorbeeld de schuldenproblematiek, wordt alvast met een aantal projectgroepen van start te gaan. Er is immers voldoende te doen en partners zijn als experts op hun aandachtsgebied zeker in staat om de prioriteiten voor dit moment gezamenlijk te destilleren. De projectgroepen richten zich, tot de onderzoeksresultaten beschikbaar zijn, op de meest urgente problemen die op dit moment bekend zijn.

3.5.5 Projectgroep Communicatie

De Projectgroep Communicatie gaat zich bezighouden met zowel de interne- als externe communicatie van het Platform. Voorafgaand aan de startbijeenkomst worden enkele interne communicatiemiddelen ontwikkeld (zie Hoofdstuk 5, paragraaf 5.1). Na de startbijeenkomst ontwikkelt de Projectgroep Communicatie allereerst de communicatiestrategie die is afgestemd op de activiteiten en doelstellingen van het Platform. Vervolgens ontwikkelt deze projectgroep voorstellen voor communicatieactiviteiten en middelen.

Bij de formulering van de doelstelling van de Projectgroep Communicatie is een onderscheid gemaakt tussen de interne- en de externe communicatie.

Doelstelling interne communicatie:

- *Het bereiken van snelle, effectieve communicatie over ontwikkelingen binnen het Platform.*
- *Het creëren van betrokkenheid bij het Platform tussen de partners en onderling binnen het Platform.*
- *Het uitwisselen van kennis en informatie ten behoeve van activiteiten van de projectgroepen binnen het Platform.*

Doelstelling externe communicatie:

- *Het vergroten van het bewustzijn en de kennis bij consumenten en andere betrokkenen van het belang van een weloverwogen financiële huishouding (kennis).*
- *Het creëren van een positiever imago van het onderwerp 'financiën'; de consument moet gemotiveerd worden om met de huishoudfinanciën aan de slag te gaan (houding).*
- *Het genereren van bekendheid ten aanzien van het Platform en initiatieven van het Platform bij consumenten en externe partijen door aansprekende, toegankelijke en*

herkenbare communicatie die optimaal wordt verspreid met als doel het financieel inzicht en het zelfvertrouwen van de consument te vergroten (gedrag).

Het projectsecretariaat draagt zorg voor de communicatie met externe partijen, waaronder die op politiek en internationaal vlak. Dit waar nodig in samenwerking met de afdeling voorlichting van het ministerie van Financiën.

Om bovenstaande doelstellingen te verwezenlijken dient de Projectgroep Communicatie in 2007 zorg te dragen voor een communicatiestrategie, die aansluit bij de positionering van het Platform en daar uit voortvloeiende activiteiten en middelen. Eén van de activiteiten kan een mediacampagne zijn. In ieder geval zal een internet website voor de consument worden ingericht.

Om de activiteiten en resultaten van het Platform bekendheid te geven wordt eind 2007 een mediacampagne gestart. Hiermee wordt pas gestart als er concrete activiteiten zijn ontwikkeld. De aandacht in de mediacampagne richt zich op het bekend maken van de ontwikkelde activiteiten. Afhankelijk van de gekozen strategie kan het Platform als afzender optreden, dan wel als endorser. Er zijn vele manieren/middelen om de naamsbekendheid van het Platform te vergroten en om de consument duidelijk te maken dat financieel bewustzijn en inzicht van belang is en de consument te motiveren om met de eigen huishoudfinanciën aan de slag te gaan. Via interviews (free publicity) en informatieve stukken in consumentenbladen kunnen op een relatief goedkope manier veel consumenten bereikt worden. Ook kan gedacht worden aan een 'Nationale Financiëndag' waarop consumenten bijvoorbeeld toegang krijgen tot financiële instellingen waar rondleidingen en uitleg worden gegeven over bijvoorbeeld de financiële markt. Ook zou een financiële week waarin de campagne wordt gepresenteerd op de eerste dag en vervolgens op de daarop volgende dagen verschillende initiatieven uit de diverse projectgroepen worden gepresenteerd. Alle informatie over het Platform komt beschikbaar op een consumentenwebsite. Deze website is een belangrijk distributiekanaal voor onder meer voorlichtingsmateriaal, onderzoek, het overzichtelijk presenteren en toegankelijk maken van reeds beschikbare consumenteninitiatieven en daarbij betrokken partners, alsmede van nieuw ontwikkelde initiatieven binnen het Platform. Daarnaast zullen ook andere vormen van distributie benut kunnen worden.

Van de leden van de Projectgroep Communicatie wordt een bijdrage verwacht aan de communicatiestrategie. De beoogde projectgroepleden binnen de Projectgroep Communicatie zijn als communicatiedeskundigen werkzaam bij een partnerorganisatie.

4. Spelregels

4.1 Criteria deelnemende organisaties

In beginsel kunnen alle organisaties die een actieve bijdrage denken te kunnen leveren aan de doelstelling van het Platform hieraan deelnemen. Binnen het Platform worden kennis en expertise gebundeld en dit leidt tot nieuwe activiteiten of het breder toegankelijk maken van bestaande activiteiten. Wel zal voor toetreding door de stuurgroep gekeken worden naar de in te brengen expertise, beschikbare fte, de inbreng van financiële middelen, producten en activiteiten.

Expertise

Partners beschikken over expertise die ingezet kan worden binnen het Platform. Deze expertise kan betrekking hebben op onder andere kennis van consumentengedrag, financiële voorlichting en educatie.

Inzet van mensen

Om daadwerkelijke resultaten te kunnen boeken is het noodzakelijk dat partners medewerkers ter beschikking stellen om de werkzaamheden te verrichten binnen de diverse projectgroepen. De thema's of doelgroepen waar de projectgroepen zich mee bezig houden bepalen welke organisaties op dat moment fte ter beschikking stellen. In overleg met de projectgroepvoorzitter en op basis van het betreffende projectplan wordt bepaald hoeveel uren men voor een bepaalde tijdsperiode binnen een project actief is.

Financiële middelen

Het Platform werkt met een begroting die gevoed wordt door hoofdrolspelers, waaronder het ministerie van Financiën zelf. Ook bijdragen in de vorm van mensen en middelen bepalen de slagkracht van het Platform.

4.2 Criteria te ontwikkelen initiatieven

De Platforminitiatieven die wij voor ogen hebben zijn onafhankelijk en van hoge kwaliteit.

Onafhankelijkheids criterium

Initiatieven van het Platform bieden consumenten onafhankelijke informatie. Het Platform beoogt consumenten informatie te geven die niet commercieel is en waarin niet verwezen wordt naar een financiële instelling. De afzender van alle initiatieven van het Platform is het

Platform zelf. In het communicatietraject richting consumenten wordt het Platform gepositioneerd als een onafhankelijke, betrouwbare, toegankelijke en objectieve organisatie. Om de partners bekendheid te geven, vermeldt de consumentenwebsite van het Platform alle deelnemende partijen.

Kwaliteitscriterium

Initiatieven van het Platform voldoen aan hoge kwaliteitsnormen en dienen de consument zo goed mogelijk te bereiken. Binnen het Platform ziet de stuurgroep toe op het waarborgen van de kwaliteit van de initiatieven. De stuurgroep zou gebruik kunnen maken van bijvoorbeeld externe experts om inzage te krijgen in de kwaliteit van initiatieven. Ook kunnen initiatieven door middel van een pilot worden getest. Om te kunnen beoordelen of de initiatieven de consument voldoende aanspreken kan een consumentenonderzoek worden verricht.

4.3 Gedragsregels partners

Het is belangrijk dat partners zich committeren aan de regels die voor het Platform gelden zoals weergegeven in het projectplan. De voorzitter en projectsecretaris zullen strikt toezien op nakoming van gemaakte afspraken.

Het ministerie van Financiën onderhoudt de komende jaren de contacten met de media. Hiervoor draagt het projectsecretariaat van de Projectgroep Communicatie zorg in samenwerking met de afdeling voorlichting. Partners aan het Platform worden niet geacht om zelf contact te zoeken met de pers en informatie te delen over het Platform zonder voorafgaande instemming van de secretaris van de Projectgroep Communicatie die dit afstemt met de afdeling persvoorlichting.

5. Projectplanning

5.1 Activiteiten voorafgaand aan de startbijeenkomst

De eerste bijeenkomst van het Platform vindt plaats op 10 november 2006. Voorafgaand aan deze bijeenkomst ontwikkelt het ministerie van Financiën, in samenwerking met de Rijksvoorlichtingsdienst:

- een kortere naam voor dit initiatief;
- een extranetsite voor partners.

Samen met het Nationaal Instituut voor Budgetvoorlichting (Nibud), de AFM, communicatiedeskundigen en een naamgevingsbureau wordt een naam ontwikkeld voor het

Platform. De naam van het Platform is van groot belang voor de effectiviteit van de communicatie richting de consument. Onderzoek⁹ toont aan dat een herkenbare en betrouwbare afzender een belangrijke voorwaarde is voor succesvolle communicatie over financiële informatie. Daarnaast is het van belang dat de afzender door consumenten wordt gepercipieerd als een deskundige, toegankelijke autoriteit op haar vakgebied. Om er zeker van te zijn dat consumenten geprikkeld raken door een aansprekende naam wordt deze getoetst in een consumentenonderzoek. De naam zal onderdeel gaan uitmaken van een bredere communicatiestrategie die na de start op 10 november vanuit de Projectgroep Communicatie wordt uitgewerkt.

Bij de startbijeenkomst van het Platform wordt een extranet gepresenteerd. Deze website is een onmisbaar medium voor de interne communicatie tussen de deelnemers. Het extranet is alleen toegankelijk voor deelnemers en toegang wordt verkregen met een aan een deelnemende organisatie verbonden wachtwoord. Het extranet is een faciliteit voor de (virtuele) samenwerking van partners binnen het platform. Zo worden via dit medium deelnemers op de hoogte gehouden van de activiteiten en de voortgang binnen de projectgroepen en de stuurgroep. Er kan zo nodig worden samengewerkt aan een gezamenlijk document. Ook fungeert het extranet waar mogelijk als bron voor relevant onderzoek, literatuur en andere relevante ontwikkelingen als bijvoorbeeld komende congressen en lezingen e.d. Gezamenlijke bijeenkomsten van de Partnerraad of bijvoorbeeld kennisbijeenkomsten worden aangekondigd en er wordt verslag van gedaan. Evaluaties van projecten zijn op het extranet beschikbaar. Ook worden op de website de (openbare) resultaten en onderliggende onderzoeken van een deskresearch naar financieel beslisgedrag gepubliceerd. Daarnaast speelt het extranet een belangrijke rol bij de totstandkoming van een zogenaamde 'netwerkorganisatie.' De persoonlijke gegevens van de deelnemers aan het Platform worden in een apart gedeelte van de website gepresenteerd. Op deze manier wordt het deelnemers gemakkelijk gemaakt om met elkaar in contact te komen. Het ministerie van Financiën financiert het extranet en draagt zorg voor het beheer hiervan.

5.2 Activiteiten na de startbijeenkomst

Idee is dat partners na de startbijeenkomst aangeven in welke projectgroep(en) men wil deelnemen. Naar verwachting zullen er in 2006 één tot twee bijeenkomsten per projectgroep nodig zijn om te kunnen komen tot een projectplan waar een ieder zich in kan vinden. In de eerste bijeenkomst kunnen de projectgroepleden nader kennis maken en brainstormen over

⁹ Hoe communiceer ik met de 4 consumentensegmenten? IPM, 2005 (AFM)

te ontwikkelen activiteiten/initiatieven. In een tweede bijeenkomst kunnen een aantal uitgewerkte initiatieven besproken worden en kan er een keuze worden gemaakt voor de te verwezenlijken initiatieven in 2007.

Afhankelijk van het projectplan dat is opgesteld door de partners komen de projectgroepen een aantal keer bijeen in 2007. Verwachting is dat het om circa zes tot acht bijeenkomsten zal gaan. Tussentijds rapporteren de projectgroepen via de voorzitter regelmatig over de voortgang van het project aan de stuurgroep. In 2007 worden er onder de paraplu van de partnerraad daarnaast nog circa drie partnerbijeenkomsten georganiseerd. Deze bijeenkomsten hebben zowel een informatief (kennis delen) als sociaal karakter (borrel).

Zodra een project binnen een projectgroep is afgerond en geëvalueerd wordt de projectgroep ontbonden. Afhankelijk van de prioriteiten op dat moment kan er wel weer gestart worden met nieuwe projecten binnen de projectgroep of een geheel nieuwe projectgroep. Partners kunnen zich dan weer inschrijven voor deelname aan deze nieuwe projecten of projectgroep.

5.3 Indicatieve activiteitenplanning 2006/2007

In onderstaande tabel zijn de activiteiten uit bovenstaande paragrafen schematisch weergegeven in een voorlopige planning.

Tabel 2: concept activiteitenplanning

Initiatief	2006		2007														
	sept	okt	nov	dec	jan	feb	mrt	apr	mei	juni	juli	aug	sept	okt	nov	dec	
Concept- projectplan	x																
Concept-projectplan consulteren bij stuurgroep		x															
Projectplan versturen naar deelnemers startbijeenkomst			x														
Naam		x															
Extranet			x														
Startbijeenkomst			x														
Startbijeenkomst projecten					x												
Logo/huisstijl											x						
Communicatiestrategie							x										
Consumentenwebsite																x	
Mediacampagne																x	
Nulmeting financiële kennis van de consument																	x
Andere platform initiatieven															x		

Bijlage: Invulling projectsecretariaat

- Projectsecretariaat stuurgroep en projectgroep Onderwijs:
Ministerie van Financiën, Catharine Crum en Marloes van den Heijkant (tel 070-342 8960/8926)
- Projectgroep Toekomstvoorzieningen:
Autoriteit Financiële Markten
- Projectgroep Budgetteren:
Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, Marisa Cartier van Dissel (tel 070-3334725)
- Projectgroep Communicatie:
Ministerie van Financiën, Catharine Crum
- Projectgroep Onderzoek:
Ministerie van Financiën, Marloes van den Heijkant