

Vergaderjaar 2006–2007

**29 507**

## **Regels voor de financiële dienstverlening (Wet financiële dienstverlening)**

**Nr. 37**

### **BRIEF VAN DE MINISTER VAN FINANCIËN**

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 14 november 2006

Zoals in mijn antwoord op eerdere kamervragen van mevrouw van Egerschot<sup>1</sup> en in mijn antwoord op 5 oktober tijdens de Algemene Financiële Beschouwingen aangekondigd zou ik u nader willen informeren over de start op 10 november van het Platform CentiQ (hierna: Platform)<sup>2</sup>. Binnen dit Platform gaan partijen die te maken hebben met financiële beslissingen van de Nederlandse consument samenwerken om de financiële kennis en vaardigheden van de consument te verbeteren. Inmiddels participeert een verscheidenheid aan organisaties. Daarbij kan gedacht worden aan consumentenorganisaties, financiële instellingen, universiteiten en overheidsorganisaties als de ministeries van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Er zijn immers al veel initiatieven op dit terrein waardoor tevens waardevolle expertise bij diverse partijen aanwezig is. Daarnaast is bundeling van krachten noodzakelijk om de consument voor dit onderwerp te interesseren en deze te motiveren om meer met de eigen huishoudfinanciën aan de slag te gaan. Een integrale aanpak is noodzakelijk. Om die reden is het Platform erop gericht de bestaande activiteiten in samenhang te presenteren richting de consument, van elkaars initiatieven te leren en deze te stimuleren en om de beschikbare middelen effectiever te besteden.

### **Aanleiding**

Waarom nu een dergelijk initiatief? Economische en sociale ontwikkelingen leiden ertoe dat steeds meer wordt gevraagd 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 ontwikkelingen op bijvoorbeeld het terrein van pensioenen, zorg en sociale zekerheid richten zich meer op de individuele consument. De consument moet daarnaast meer financiële keuzes maken, terwijl er meer en complexere financiële producten worden aangeboden. Daardoor neemt de kennisachterstand die de consument ten

<sup>1</sup> Kamervragen van Egerschot, met antwoord, TK 2005/06, nr. 1700.

<sup>2</sup> Het projectplan Platform CentiQ is ter inzage gelegd bij het Centraal Informatiepunt Tweede Kamer.

opzichte van de aanbieders van financiële producten heeft toe (informatie-asymmetrie).

Een andere ontwikkeling is de toename van schulden bij groepen consumenten. 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<sup>1</sup>.

In 2005 heeft de OESO in een publicatie<sup>2</sup> de lidstaten aanbevolen om financiële educatie te promoten. In diverse landen is de overheid al actief op dit terrein. In bijvoorbeeld het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk zijn recent enkele concrete financiële educatie-activiteiten gestart. De Financial Services Authority heeft een zevenstappenplan geformuleerd waarmee zij in vijf jaar tien miljoen mensen wil bereiken. De Autorité des Marchés Financiers heeft een onafhankelijk instituut opgericht dat zich bezig gaat houden met financiële educatie.

### **Probleemstelling**

Door deze ontwikkelingen wordt de vraag actueler of de consument wel voldoende toegerust is om de eigen verantwoordelijkheid voor financiële beslissingen te kunnen waarmaken<sup>3</sup>. In het beslisdgedrag van consumenten spelen psychologische en sociale factoren een belangrijke rol<sup>4</sup>. 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 geen weloverwogen besluit neemt. 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 wordt 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 de eigen verantwoordelijkheid voor financiële beslissingen voldoende vorm te kunnen 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<sup>5</sup>. Tevens heeft zij maatregelen genomen ter voorkoming van overkreditering. Thans neemt het ministerie van Financiën, in aanvulling op dit beleid, het initiatief tot de oprichting van het Platform CentiQ. Vanaf 10 november is zij één van de partners binnen dit Platform, waarbij zij de eerste jaren een katalyserende en faciliterende rol op zich zal nemen.

### **Doelstelling**

De doelstelling van het Platform CentiQ is:

<sup>1</sup> Zie de kabinetsnota «Het rijk rond schulden», Kamerstukken II, 2005/06, 24 515, nr. 71.

<sup>2</sup> OESD 2005: Recommendation on principles and good practices for financial education and awareness.

<sup>3</sup> 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](http://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.

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

<sup>5</sup> Wet financiële dienstverlening, Stb. 2005, 339.

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. Hieraan ligt waar nodig het stimuleren van een bewustwordingsproces van het belang van weloverwogen financiële beslissingen ten grondslag. Het idee is dat dit verhoogde bewustzijn, in combinatie met aansprekende financiële voorlichting en educatie, er toe zal leiden dat de financiële kennis en vaardigheden van consumenten worden verhoogd, waardoor mogelijk het gedrag van de consument ook gaat veranderen.

### **Projectstructuur**

De platformstructuur omvat een stuurgroep met daaronder een aantal projectgroepen en een partnerraad (zie bijlage, figuur 1)<sup>1</sup>. Om er zeker van te zijn dat initiatieven aansluiten bij de interesse van de consument kunnen initiatieven zowel voor- als achteraf worden voorgelegd aan een consumentenpanel.

Met Stichting Pensioen kijker is een partnerschap aangegaan. Deze stichting heeft als doel het pensioenbewustzijn in Nederland te vergroten.

### **Stuurgroep**

De stuurgroep besluit over de oprichting, samenstelling, activiteiten en financiering van de projectgroepen. De eerste jaren is de Thesauriergeneraal van het ministerie van Financiën voorzitter van de stuurgroep. In de stuurgroep nemen het ministerie van Financiën, het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, de Autoriteit Financiële Markten, de Consumentenbond, het Nationaal Instituut voor budgetvoorlichting, de Bedrijfstakpensioenfondsen (tevens vertegenwoordiger van Ondernemingspensioenfondsen en Unie van Beroepspensioenfondsen), de Nederlandse Vereniging van Banken, de Nederlandse Vereniging van Assurantie-tussenpersonen (vertegenwoordigt de eerste tijd de NBVA), het Verbond van Verzekeraars en een hoogleraar van de Universiteit Tilburg zitting.

### **Partnerraad**

De partnerraad bestaat uit alle partners in het Platform (inclusief de leden van de stuurgroep). De Partnerraad komt jaarlijks bijeen om het concept-jaarplan en de conceptbegroting goed te keuren.

### **Projectgroepen**

Er wordt gestart met 5 projectgroepen: Budgetteren, Communicatie, Onderwijs, Onderzoek en Toekomstvoorzieningen. De keuze om met deze projectgroepen op korte termijn te starten vloeit voort uit de gesprekken die met diverse partners zijn gevoerd en uit recent onderzoek<sup>2</sup>.

De projectgroepen zullen allereerst bestaande initiatieven, effecten daarvan en behoefte zo veel mogelijk in kaart brengen. Hierdoor worden de leemten binnen een bepaald thema zichtbaar. Vervolgens kunnen prioriteiten aan de verschillende leemten worden toegekend. Alle activiteiten worden na afloop geëvalueerd. Iedere projectgroep wordt geleid door een onafhankelijk voorzitter.

<sup>1</sup> Het projectplan Platform CentiQ is ter inzage gelegd bij het Centraal Informatiepunt Tweede Kamer.

<sup>2</sup> 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](http://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.

Om enig idee te geven van mogelijke activiteiten van de projectgroepen volgt een aantal voorbeelden. Gedacht kan worden aan het verbeteren van bestaande lespakketten en het onder de aandacht brengen van lespakketten bij onderwijsinstellingen. Een projectgroep kan hierin faciliterend optreden (partijen bij elkaar brengen, tips en suggesties geven). Ook het maken van een quiz waarmee consumenten spelenderwijs kennis krijgen aangereikt over beleggen en toekomstvoorzieningen is een optie.

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.

De projectgroep Communicatie gaat zich bezighouden met zowel de interne- als de externe communicatie van het Platform. De projectgroep ontwikkelt o.a. een communicatiestrategie en een consumentenwebsite. Consumenten worden op eenduidige, heldere wijze benaderd met onafhankelijke, niet commerciële informatie.

Vanuit een aantal partners is vernomen dat tevens behoefte bestaat aan het binnen het Platform ontwikkelen van eigen activiteiten om die vervolgens te voorzien van een keurmerk. Aangezien het onafhankelijk karakter van het Platform hierdoor mogelijk geschaad wordt en dit samenhangt met vraagstukken als de uitstraling van initiatieven richting de consument, wordt dit vraagstuk zo snel mogelijk opgepakt. Mogelijk dat door het aanbrengen van een aantal waarborgen hiertoe ruimte binnen het Platform zou kunnen ontstaan naast de voorgestelde projectgroepen.

In beginsel kunnen alle organisaties die een actieve bijdrage kunnen leveren aan de doelstelling van het Platform hieraan deelnemen.

### **Financiële middelen**

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

### **Planning**

Op 10 november vindt er een startbijeenkomst plaats met alle partners van het Platform. De projectgroep Onderzoek start in 2006, de overige projectgroepen starten in 2007. Naar verwachting zal eind 2007 een mediacampagne van start gaan.

De Minister van Financiën,  
G. Zalm