

# Nederland wordt Wijzer in geldzaken

## Hoe Financiën samen met partners de financiële ongeletterdheid aanpakt

Financiële zelfredzaamheid is een basisvoorwaarde om zelfstandig te kunnen functioneren in een steeds complexere samenleving. Het Platform Wijzer in geldzaken (voorheen CentiQ) werkt aan de financiële educatie van de consument. In dit platform, een initiatief van het Ministerie van Financiën, werken ruim 40 partners uit de financiële sector, de overheid, voorlichtings- en consumentenorganisaties en de wetenschap, samen aan 'financiële bewustwording en educatie van de consument'. "Kies alleen voor een netwerkorganisatie als dit écht het beste is en niet omdat je als overheid te weinig middelen hebt om het zelf te doen; dan is het een zwaktebod", is een van de belangrijkste lessons learned van programmamanager Olaf Simonse.

### Financiële ongeletterdheid

Uit diverse onderzoeken blijkt dat Nederlanders over onvoldoende financieel bewustzijn beschikken en een gebrek hebben aan financiële kennis en vaardigheden. Tot de oprichting van het platform Wijzer in geldzaken was er in Nederland geen gecoördineerde strategie om de financiële ongeletterdheid van de consument aan te pakken. Bovendien was financiële educatie tot voor kort een 'low interest' onderwerp, voor het grote publiek, politiek, stakeholders en de media.

### Krachtenbundeling

Het platform lanceerde in 2008 een nationale strategie voor financiële educatie. Door de uitvoering van het Actieplan Wijzer in geldzaken 2008 – 2013 is er anno 2012 sprake van een succesvolle krachtenbundeling op het gebied van financiële educatie: door partijen en activiteiten aan elkaar te verbinden en door kennis te delen, kunnen de partners gezamenlijk de consument beter bereiken en daardoor 'wijzer in geldzaken' maken. "Door een continu proces van agendasetting door het platform is het onderwerp nu

ook een hot topic bij stakeholders en in de media", licht Olaf Simonse de rol van het platform toe.

### Actieplan Wijzer in geldzaken

Er is inmiddels een website, er wordt onderzoek gedaan en er worden in drie programma's activiteiten ontplooid om kennisdeling te bevorderen:

#### Financiën op orde

Hierbij gaat het om gezond financieel gedrag van consumenten, met name gericht op huishoudfinanciën. Het platform coördineert en regisseert diverse activiteiten zoals het gebruik van online huishoudboekjes, het openen van geldloketten waar mensen met financiële vragen terecht kunnen en de SchuldPreventiewijzer: een online database en praktisch stappenplan dat professionals handvatten biedt bij het (door)ontwikkelen of opzetten van schuldpreventie.

#### Zorg voor de toekomst

Dit programma heeft als doel consumenten bewuster te maken van de verschillende levensfasen



en noodzaak tot langetermijndenken. Pensioen is het speerpunt in dit programma. Tijdens de Pensioen3daagse vinden er in het hele land activiteiten plaats om mensen overzicht en inzicht te geven in hun pensioen. Doel is dat mensen zich actief gaan verdiepen in hun pensioen.

#### *Jong geleerd is oud gedaan*

Dit onderdeel richt zich op omgevingen waarin jongeren zich bevinden: thuis, op school en onder elkaar. Focus ligt op de activiteiten op school. Doel is jongeren te leren omgaan met geld en te leren dat er (financiële) grenzen zijn en keuzes gemaakt moeten worden. Een voorbeeld is de Week van het geld gericht op jongeren van 8 t/m 12 jaar. Diverse organisaties en partners organiseren activiteiten om kinderen te leren omgaan met geld.

• **“Door een continu proces van agendasetting door het Platform is het onderwerp nu ook een hot topic in de media”**

#### **Waarom een netwerkaanpak?**

Het algemene doel van het platform werd in 2008 door veel partijen onderschreven. Als mensen niet verstandig met geld omgaan, heeft dat immers ingrijpende gevolgen. Wat dat op macroniveau betekent, ondervinden we nu dagelijks tijdens de huidige financiële crisis. Op microniveau is goed

met geld omgaan ook een basisvoorwaarde om te kunnen deelnemen aan de samenleving. Uit onderzoek blijkt dat veel consumenten dat echter niet goed kunnen: mensen geven meer uit dan er binnenkomt. Het ontstaan van problematische schulden is een reële dreiging. Als het dan misgaat, wordt vaak een beroep gedaan op de overheid en op de collectieve voorzieningen. Het is vanzelfsprekend de verantwoordelijkheid van de consument om zijn financiële zaken op orde te hebben. Maar de consument is niet de enige; ook andere partijen hebben een rol. De overheid vanuit diverse invalshoeken, maar ook banken, verzekeraars, pensioenfondsen en financieel adviseurs dragen verantwoordelijkheid. Maatschappelijke en consumentenorganisaties als de Consumentenbond, het Nibud en de Vereniging Eigen Huis zijn belangrijk als het gaat om bewustwording, informatie en onafhankelijke, soms kritische voorlichting over financiële zaken en producten. En de wetenschap zorgt voor inzicht.

Op initiatief van het Ministerie van Financiën werken ruim 40 partijen uit al deze sectoren samen. Er is gekozen voor een platform omdat vanwege de omvang en breedte van de problematiek de inzet van veel partijen nodig is. Maar ook omdat door een slimme en gecoördineerde inzet van bestaande activiteiten, aangevuld met nieuwe en met actieve steun van ambassadeurs, meer bereikt kan worden met minder geld.

Aan het woord zijn Olaf Simonse, manager van het programmabureau, Henriëtte Raap-Scheele,

communicatiemanager van het programmabureau en Agnes Gomis, die als extern adviseur al vanaf de oprichting bij het platform is betrokken.

#### **De organisatie van het platform**

Het platform zelf coördineert, stimuleert, faciliteert en werkt als katalysator voor de ontwikkeling van projecten en activiteiten. Het platform is ingericht als netwerkorganisatie. Er is een kleine, slagvaardige stuurgroep gevormd. De stuurgroep bestaat uit het ministerie van Financiën, Nederlandse Vereniging van Banken, Verbond van Verzekeraars, De Nederlandsche Bank en het Nibud. De eerste vier zitten in de stuurgroep als betalende partner. Nibud zit in de stuurgroep als dé expert in Nederland op het gebied van huishoudfinanciën en niet als uitvoerder van activiteiten van het platform. Er is een programmaraad gevormd, die de stuurgroep op strategisch niveau adviseert. De programmaraad bestaat uit zeven leden en vormt een goede afspiegeling van de platformpartners, zodat verschillende sectoren en kennisgebieden evenwichtig vertegenwoordigd zijn. In de programmaraad zitten het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, Autoriteit Financiële Markten, Universiteit van Tilburg, Consumentenbond, Pensioenfederatie en Adfiz. Op verzoek van stuurgroep, programmaraad of programmabureau kunnen (expert) groepen van betrokken partijen worden samengesteld.

In 2012 wordt opnieuw invulling gegeven aan het partnerschapsmodel van het platform. Een steeds groter aantal partners zet zich in voor Wijzer in geldzaken. Sommige zijn minder actief en een aantal voor het platform relevante partijen is nog geen lid. Het platform gaat een nieuwe fase in en er is de wens én noodzaak om de (financiële) basis van het platform te verbreden en versterken. Daarom worden verschillende soorten lidmaatschap geïntroduceerd, inclusief verschillende ‘rechten en plichten’. Het programmabureau is ondergebracht bij het ministerie van Financiën en als aparte unit opgehangen aan de directeur Financiële Markten, tevens voorzitter van de stuurgroep. Het bureau vervult de rol van regisseur en richt zich op het bestendigen en uitbouwen van wat in gang is gezet.



*Prinses Máxima opent de Week van het geld*

### Ambitieuze communicatie-doelen

Communicatie is een belangrijk instrument voor een netwerkorganisatie als Wijzer in Geldzaken zowel intern als extern. Diverse middelen zijn en worden ontwikkeld om de partnerorganisaties aan te zetten tot actieve kennisdeling en intensieve samenwerking. Het platform communiceerde extern aanvankelijk vooral via de partnerorganisaties, die vaak al prima middelen hebben om de consument en de media te bereiken. CentiQ bleef in de schaduw. Wel werd de slogan 'Wijzer in geldzaken' actief gebruikt.

De doelstellingen voor communicatie waren ambitieus: het vergroten van bewustwording, kennis, inzicht, motivatie om daarmee op de langere termijn bij te dragen aan de gedragsverandering.

### Stroperige samenwerking

Om zover te komen is het platform door een aantal fasen gegaan. In eerste instantie onderschreven de partners het algemene doel van het platform wel, maar speelde vooral de wens om verdergaande wet- en regelgeving te voorkomen een rol. Dat maakte de samenwerking stroperig. Eigenlijk was de bereidheid om samen te werken en concrete activiteiten er toen nog niet. Doordat er geen omgevingsanalyse was gemaakt, bleven onderliggende belangen en standpunten buiten het vizier van het ministerie en het programmabureau. Initiatieven kwamen moeilijk van de grond. Eén gezamenlijk doel bleek onvoldoende basis voor vruchtbare samenwerking.

Agnes Gomis: "Het bleek moeilijk om de inhoudelijke doelen en de communicatie van het platform samen te laten vallen. Toen we gezamenlijk nadachten over de missie, visie en strategie om ons

#### Boegbeeld: erevoorzitter Prinses Máxima

Hare Koninklijke Hoogheid Prinses Máxima der Nederlanden is sinds september 2010 erevoorzitter van het platform Wijzer in geldzaken. In deze functie vraagt Prinses Máxima aandacht voor het belang van financiële educatie en verstandig omgaan met geld. Zij treedt op als speciaal adviseur voor het platform en spreekt met belanghebbenden over de manier waarop financiële zelfredzaamheid kan worden vergroot. Voor het platform is het een eer dat Prinses Máxima deze rol vervult. Zij past door activiteiten goed bij de ambities van het platform en is regelmatig het gezicht van de organisatie tijdens activiteiten zoals de Week van het geld.



collectieve doel te halen, konden we als platform resultaten gaan boeken en naar buiten treden. Communicatie speelde in deze fase vooral de rol van facilitator. De individuele belangen in beeld brengen en uitspreken hielp enorm. Vooral de drie programma's zorgden voor een doorbraak." Olaf Simonse, manager van het programmabureau: "Het succes van het platform zit in gezamenlijke projecten. Via de Week van het geld en de Pensioendagen kan het platform zijn toegevoegde waarde laten zien. Dat zijn projecten waarin krachtenbundeling centraal staat, maar ook veel nadruk ligt op centrale regie en communicatie."

• "Het in beeld brengen van  
• de individuele belangen  
• van de partners hielp het  
• proces enorm."

#### Eigen identiteit

Tijdens de tweede fase van het platform – waarin veel meer aandacht kwam voor het aanbrengen van dwarsverbanden tussen de partners – konden meer resultaten worden bereikt. Aanvankelijk was afgesproken dat het platform zelf niet naar buiten

zou treden. De partners zouden onder hun eigen vlag activiteiten organiseren en naar buiten treden. Om een duidelijker profiel voor het platform neer te zetten is er voor gekozen om ook als platform te communiceren. *Wijzer in geldzaken* gaf als label een herkenbaar gezicht en trad uit de schaduw. Met een eigen identiteit waarbinnen de platformpartners en de samenwerking met het ministerie van Financiën zichtbaar is via de rijkshuisstijl. Communicatie vormt nu het hart van de projectorganisatie en is het vanzelfsprekend dat het platform naar buiten treedt.

#### De vaardigheden van het projectbureau

Hoe kun je als projectbureau de activiteiten voor het netwerk goed uitvoeren? Olaf Simonse: "Het is van belang dat je kunt schakelen tussen de belangen van alle partners en steeds op zoek gaat naar ruimte tussen de spelers. Dat doet een groot beroep op het invoelingsvermogen van de betrokkenen. Je moet vroegtijdig dilemma's begrijpen en ze ook bespreekbaar maken. Daar is het projectbureau zeker een drijvende kracht in." Communicatieadviseur Henriette Raap-Scheele vult aan: "Als er weerstand is om bijvoorbeeld activiteiten te organiseren, dan moet je wel in staat zijn om het proces goed te begeleiden. Op zo'n manier dat er weer nieuwe oplossingen in beeld komen."

Olaf: “Je kunt niet altijd als expert optreden. We zijn veel meer de verbinders. En ja, daar hoor soms ook bij dat we ons eigen belang wel eens ondergeschikt maken aan het platform.”

⋮ **“Als projectbureau moet je steeds op zoek naar de ruimte tussen de spelers.”**

#### Lessons learned

Welke lessen kun je trekken uit samenwerking met zoveel partners die allemaal verschillende belangen hebben? Olaf: “Werk vanaf de start aan een goede omgevingsanalyse. Kies alleen voor een netwerkorganisatie als dit écht het beste is en niet omdat de overheid te weinig middelen heeft om het zelf te doen; dan is het een zwakgebod. Blijf niet te lang praten, maar ga op een gegeven moment aan de slag. Beweeg mee met partners, maar verlies het algemeen belang niet uit het oog; als het erom gaat, moet dat laatste altijd de doorslag geven. Wees erop voorbereid dat je tegen de stroom in moet roeien. Heb geduld: het is vaak een zaak van lange adem. Vind een boegbeeld, dat zowel voor als achter de schermen dingen voor elkaar kan krijgen. Ga er niet teveel van uit dat de partners het belang en de boodschap van het platform uitdragen; zij stellen uiteindelijk altijd hun eigen boodschap centraal. Wees erg voorzichtig met co-financiering door publieke en private partijen; de overheid zou basisfinanciering voor haar rekening moeten nemen, private partijen kunnen bijdragen in de vorm van projectfinanciering.”

⋮ **“Beweeg mee met partners, maar verlies het algemeen belang niet uit het oog.”**

#### Slagkracht

Agnes: “Wat de (co)financiering betreft is het vooral de vraag hoe ‘onafhankelijk’ en ‘betrouwbaar’ een netwerk moet zijn. Is dit minder van belang, dan is (co)financiering door commerciële partijen volgens mij goed denkbaar. Wat voor de Rijksoverheid en ook het platform een belangrijk punt is, is het

samenwerken met ‘koepels’. De Rijksoverheid is in vrijwel al zijn overleg en samenwerking gewend met koepel-organisaties te praten en te onderhandelen. Terwijl individuele partijen of bedrijven vaak meer slagkracht, dat wil zeggen ook financiën en middelen, hebben en dichter bij doelgroepen staan. Als netwerkorganisatie moet je dit vooraf goed regelen.”

#### Communicatie als smeerolie

In veel netwerken speelt communicatie een belangrijke rol. Als hoofdactiviteit - zoals bij het platform – of als nevenactiviteit, maar altijd ook als ‘smeerolie’ tussen (belangen van) partijen. Dit vraagt om nieuwe kennis en vaardigheden van communicatieadviseurs, filosofoert Agnes. “Met name inzicht in samenwerkingsprocessen en vaardigheden op het gebied van onderhandeling, uitruil, interventiemethoden en dergelijke. Idealiter zitten er in een team dus mensen met organisatie-, communicatie- en inhoudelijke kennis/vaardigheden, waarbij de inhoud ook elders kan worden gehaald. Van collega’s, samenwerkingspartners, experts.”

Tekst: Jan Willem Schouw, kennisadviseur bij de Academie voor Overheidscommunicatie, Ministerie van Algemene Zaken

#### De netwerkende overheid

Iedereen doet het, netwerken. Ook de Rijksoverheid. Omdat de opgaven te groot en te complex zijn om als overheid alleen op te pakken, en omdat instrumenten als regelgeving en subsidies hun beperkingen hebben. De Rijksoverheid minder als spelleider en meer als één van de spelers om veranderingen tot stand te brengen - dat is de kern van de ‘netwerkende overheid’

Dit artikel kwam tot stand in aanloop naar het congres RIJKSOVERHEID zkt. PARTNER over de netwerkende overheid. Het congres vond plaats op 29 november 2012 en werd georganiseerd door de Academie voor Overheidscommunicatie. Zes projecten van binnen de Rijksoverheid die zich kenmerken door de ‘netwerkaanpak’ werden op het congres gepresenteerd.

Lees ook de artikelen over de andere cases:

- Iedereen wil toch het beste voor het kind!? Hoe OCW relationeel stuurt op samenwerking tussen school en ouders
- “Oplossingen komen van partners, het Rijk faciliteert”. Hoe IenM een probleem aanpakt dat van iedereen is
- “Zendingsdrang is nergens voor nodig”. Hoe BZK met anderen optrekt in krimpgebieden
- “De kansen zien in het netwerk is het leukste wat er is”. Hoe EZ uitgaat van gezamenlijke kansen voor een Biobased Economy
- Wat levert het Rijk als er geen extra geld is? Hoe Rotterdam en Rijk de problemen van een achterstandswijk samen aanpakken

Je vindt ze op Rijksportaal

 **Wijzer in geldzaken**  
Ga naar [www.wijzeringeldzaken.nl](http://www.wijzeringeldzaken.nl)