

A close-up photograph of a person's open palm holding a small pile of Euro coins. The coins are of various denominations, including 1 Euro and 2 Euro coins, and are stacked and scattered. The background is a warm, textured surface, possibly wood.

Publieksmonitor

November 2013

Achtergrond, doel- en probleemstelling **Pagina 3**

Conclusies **Pagina 6**

Methode en opzet **Pagina 12**

Resultaten **Pagina 13**

Bijlage **Pagina 60**



Op verzoek van Wijzer in geldzaken heeft Motivaction International B.V. een onderzoek uitgevoerd naar financieel gedrag onder consumenten van 18 tot 80 jaar.

Wijzer in geldzaken heeft als doel het verantwoord financieel gedrag van Nederlanders te vergroten. Om onder andere ontwikkelingen bij consumenten te monitoren wordt onder meer gebruik gemaakt van de 'Publieksmonitor'. Deze monitor bestaat sinds 2009, maar is dit jaar in verband met gewijzigde behoeften van Wijzer in geldzaken opnieuw opgezet in samenwerking met Motivaction.

De doelstelling van de nieuwe Publieksmonitor is:

- Inzicht te krijgen in (de ontwikkeling van) het financieel gedrag van Nederlanders.
- Inzicht te krijgen in de beïnvloeders van financieel gedrag

Verantwoord financieel gedrag

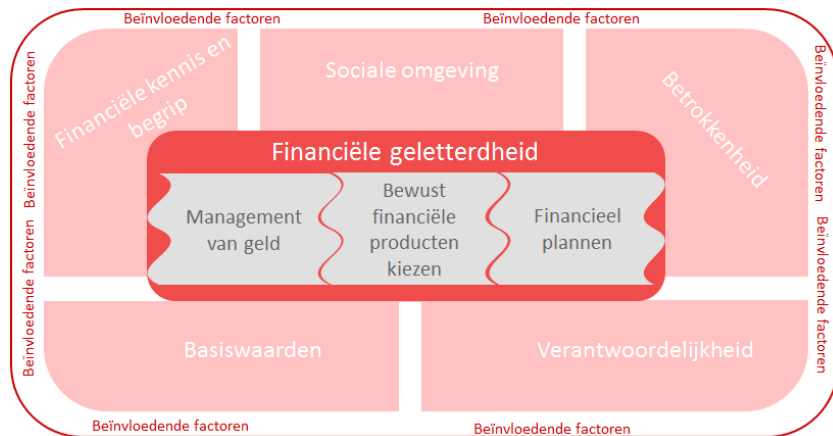
In dit onderzoek hanteren we de volgende definitie van verantwoord financieel gedrag: we gaan er vanuit dat iemand verantwoord financieel gedrag vertoont, *wanneer hij weloverwogen keuzes maakt zodanig dat zijn financiën in balans zijn, zowel op de korte als op de lange termijn.*

Aan deze definitie liggen drie aspecten ten grondslag, die zijn verwerkt in de vragenlijst:

1. **Management van geld:** dit betreft met name het in balans houden van de inkomsten en uitgaven (rondkomen) en controle houden (budgetteren, administratie voeren, buffers houden).
2. **Financieel plannen:** dit betreft rekening houden met mogelijk al dan niet voorzienbare gebeurtenissen op de korte en lange termijn en hierop anticiperen.
3. **Bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten:** dit betreft kritisch kopen van producten (advies zoeken waar nodig, niet alleen naar prijs kijken), met name ten aanzien van het aanschaffen van financiële producten en het evalueren van de producten die men eerder heeft aangeschaft.

Op basis van de literatuur en eerdere onderzoeken, heeft Motivaction een hypothetisch model opgesteld voor verantwoord financieel gedrag (of 'financiële geletterdheid') en vijf mogelijke beïnvloeders. Deze vijf beïnvloeders zijn verwerkt in de vragenlijst die voor het onderzoek is gebruikt.

- **Financiële kennis en begrip:** beschikken over relevante kennis om de huishoudfinanciën op de korte, middellange en de lange termijn in balans te brengen en te houden.
- **Betrokkenheid:** interesse in je eigen financiële situatie en, indien relevant, probleembesef en de wens om je situatie zo nodig te verbeteren (bijvoorbeeld beseffen dat je niet op dezelfde voet kunt blijven leven).
- **Verantwoordelijkheid:** overtuiging dat je je situatie zelf kunt veranderen en actiebereidheid.
- **Basiswaarden:** bijvoorbeeld opvattingen over risico's nemen, sober of luxueus willen leven, open staan voor verandering of juist vasthouden aan gewoonten.
- **Sociale omgeving:** welke normen bestaan er in je omgeving over financieel gedrag en hoe gevoelig ben je daarvoor?



Verantwoord financieel gedrag bestaat uit drie componenten die los staan van elkaar

- Het onderzoek bevestigt de hypothese dat verantwoord financieel gedrag uit drie componenten bestaat: management van geld, financieel plannen en bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten.
- Deze drie componenten hangen onderling zo weinig samen dat verantwoord financieel gedrag niet als één dimensie moet worden gezien maar als drie dimensies die los staan van elkaar. Dat betekent dat als iemand goed is in bijvoorbeeld management van geld, dat niet betekent dat die persoon ook goed is in bijvoorbeeld financieel plannen of bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten.
- Op de volgende pagina's worden per dimensie de belangrijkste uitkomsten uit het onderzoek besproken.

Nederlanders managen hun huishoudfinanciën zorgvuldig

- Nederlanders houden hun financiën nauwlettend in de gaten. Een ruime meerderheid let op hoeveel geld hij uitgeeft, doet geen uitgaven doen die hij niet kan betalen, koopt niet op afbetaling en betaalt zijn rekeningen op tijd. Wel heeft twee vijfde van de consumenten in het afgelopen jaar weleens een betalingsherinnering ontvangen.
- Mocht het onverhoopt toch een keer gebeuren dat men voor hogere uitgaven staat, dan spreekt ongeveer de helft van de consumenten hiervoor zijn spaarrekening aan en probeert circa 40% zijn uitgaven te beperken. Ongeveer een kwart kiest er in zo'n geval voor rood te staan.
- Ondanks de zorgvuldige omgang met de huishoudfinanciën komt rood staan bij de bank toch regelmatig voor. Ongeveer de helft van de consumenten staat weleens rood, 17% zelfs regelmatig.

Veel Nederlanders plannen hun financiën door te budgetteren en sparen

- Driekwart van de Nederlanders geeft aan bij financiële beslissingen rekening te houden met de toekomst. Dit vertaalt zich in de eerste plaats in budgetteren ten behoeve van de kortere termijn: de helft van de consumenten probeert zich aan budgetten te houden voor specifieke doelen, zoals dagelijkse boodschappen of vakanties, en 60% heeft een potje voor onvoorziene uitgaven op de korte termijn. Ook spaart een ruime meerderheid van de Nederlanders, hoewel dit meestal niet met een specifiek doel is.
- Op de langere termijn zijn consumenten financieel niet altijd goed voorbereid op mogelijke of zekere life events. De helft is nog wel financieel voorbereid op zijn pensioen, zo'n 40% op afnemende inkomsten uit arbeid en slechts 16% op het stukgaan van een relatie.

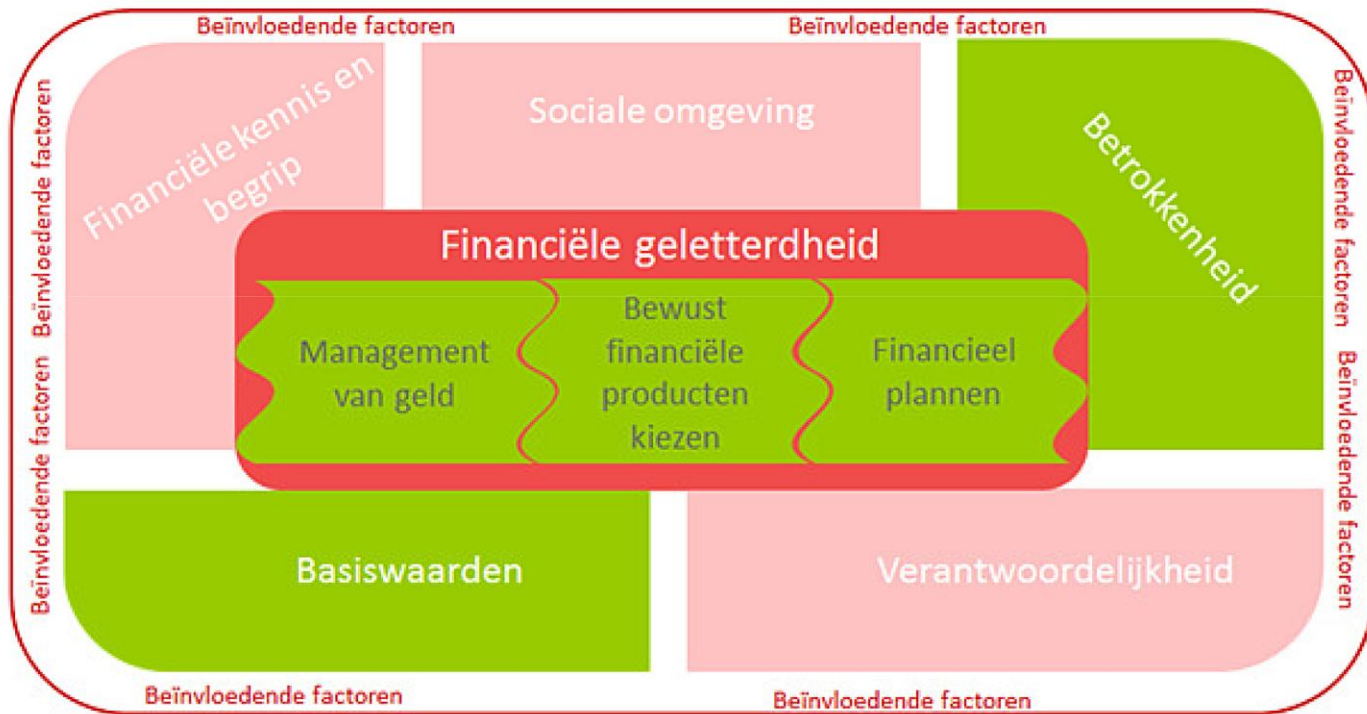
Nederlanders zijn redelijk bedreven in het bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten

- Bij de aanschaf van financiële producten - van een eenvoudige spaarrekening tot een hypotheek - maakt ongeveer de helft van de consumenten een uitgebreide vergelijking van producten van verschillende aanbieders. Slechts zo'n 6% doet dit helemaal niet. Bij complexe producten schakelt 44% over het algemeen bovendien een financieel adviseur in, 16% doet dit over het algemeen niet.
- Bij financiële producten die consumenten reeds hebben aangeschaft, kijkt bijna de helft altijd kritisch naar de informatie die hij van zijn bank of verzekeraar ontvangt en zo'n 10% doet dit nooit. Ruim een derde controleert regelmatig of zijn financiële producten nog bij zijn situatie passen en 13% doet dit niet.
- Overstappen naar aan andere aanbieder met een beter aanbod doen consumenten niet snel: slechts een kwart zou die kans meteen grijpen, terwijl 35% dit niet zou doen.

Betrokkenheid bij financiën en een behoudende waardeoriëntatie belangrijkste beïnvloeders van verantwoord financieel gedrag

- Uit het onderzoek komen twee beïnvloeders van verantwoord financieel gedrag naar voren: betrokkenheid bij de persoonlijke financiën en basiswaarden.
 - Consumenten die meer betrokken zijn bij hun financiën, zijn beter in het managen van hun geld, financieel plannen en met name het bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten.
 - Ook consumenten die een meer behoudende waardeoriëntatie hebben, zijn beter in het managen van geld en financieel plannen. Interessant is echter dat zij juist minder goed zijn in het bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten. Mogelijk blijven zij vanwege hun behoudende instelling loyaler aan hun bank of verzekeraar en oriënteren zij zich daardoor minder snel op andere aanbieders. Of deze interpretatie klopt kan op basis van dit onderzoek niet worden vastgesteld.
- Overigens weten we niet zeker of hier sprake is van causale verbanden. Het lijkt ons aannemelijk dat betrokkenheid en behoudendheid financieel gedrag beïnvloeden (en zeker aannemelijker dan dat verantwoord financieel gedrag leidt tot meer betrokkenheid en behoudendheid). Maar op basis van dit onderzoek kan dit niet met zekerheid worden vastgesteld.
- De invloed van de overige vooraf onderscheiden potentiële beïnvloeders - financiële kennis en begrip, sociale omgeving en de mate waarin men zich zelf verantwoordelijk voelt voor zijn of haar financiële situatie - is in dit onderzoek beperkt gebleken. We hebben dus niet kunnen aantonen dat iemand met meer financiële kennis, verantwoordelijkheidsgevoel voor zijn financiën en een sociale omgeving die het goede voorbeeld geeft, zich ook duidelijk financieel verantwoordelijker gedraagt.

- Samenvattend zijn de onderdelen van het model die bevestigd zijn in dit onderzoek in onderstaand schema groen gekleurd.



Lage inkomensgroepen, niet-werkenden en ZZP'ers verschillen in de mate waarin zij verantwoord financieel gedrag vertonen

De mate waarin iemand financieel verantwoord gedrag vertoont, wordt zoals gezegd voor een deel beïnvloed door de mate waarin iemand een behoudende waardeoriëntatie heeft en betrokken is bij zijn financiën. Daarnaast heeft het gedrag in mindere mate ook te maken met achtergrondkenmerken van consumenten. Met name op het gebied van inkomen en werksituatie zien we enkele opvallende verschillen:

- Consumenten met een *beneden modaal inkomen* zijn een stuk *minder bedreven in financieel plannen* dan consumenten met een boven modaal inkomen. Consumenten die minder dan modaal verdienen, sparen minder vaak, beschikken minder vaak over een potje voor onvoorziene uitgaven en houden minder rekening met de toekomst bij het nemen van financiële beslissingen.
- *Niet-werkenden* zijn ook iets *minder bedreven in financieel plannen* maar wel *beter in het dagelijkse managen van hun huishoudfinanciën* in vergelijking met de totale bevolking. Zij houden hun financiën beter in de gaten, letten beter op hoeveel ze uitgeven, kopen minder op afbetaling, staan minder vaak rood en betalen hun rekeningen vaker op tijd.
- *ZZP'ers* zijn juist een stuk *minder bedreven in het dagelijkse management van geld*. Ze letten minder op hoeveel ze uitgeven, staan vaker rood en betalen vaker niet op tijd. Ook zijn ZZP'ers iets *minder sterk in bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten*. Dit betreft dan vooral eenvoudige producten zoals een spaarrekening of reisverzekering: zij onderwerpen dergelijke producten minder vaak aan een kritische vergelijking op kenmerken en voorwaarden.

- De peiling is uitgevoerd in de vorm van online kwantitatief onderzoek.
- Voor het onderzoek is een vragenlijst opgesteld door Motivaction, in nauw overleg met Wijzer in geldzaken. Hierbij zijn onder andere de vragen uit de vragenlijst van OESO over financiële geletterdheid gebruikt als inspiratiebron.
- Het veldwerk vond plaats in de periode 18 juni t/m 2 juli 2013.
- Voor het onderzoek is een representatieve steekproef getrokken uit de Nederlandse bevolking van 18-80 jaar. De steekproef is getrokken uit het consumentenpanel van Motivaction, StemPunt. In totaal is de vragenlijst door 1.042 respondenten volledig ingevuld.
- Door middel van propensity sampling en weging is een hoge mate van representativiteit gerealiseerd voor sociodemografische kenmerken (leeftijd, geslacht, opleiding, inkomen, aantal personen in het huishouden en de werksituatie) en sociaal-culturele oriëntaties (waarden en drijfveren op basis van ons Mentality-model, waarin we 8 profielen - sociale milieus - onderscheiden).

Financieel gedrag

- In het eerste hoofdstuk van de resultatensectie wordt ingegaan op het financiële gedrag van de Nederlandse bevolking. In hoeverre is men adequaat in het managen van geld, in hoeverre houdt men zich bezig met financieel plannen en in hoeverre maakt men bewuste keuzes bij de aanschaf van financiële producten? Aan het eind van dit hoofdstuk wordt gekeken hoe de mate waarin de consument verantwoord financieel gedrag vertoont zich verhoudt tot zijn of haar financiële situatie. Vertonen consumenten in een mindere financiële situatie ook minder verantwoord financieel gedrag en loont het dus om verantwoord financieel gedrag te bevorderen?

Beïnvloeders van financieel gedrag

- In het tweede hoofdstuk wordt ingegaan op de mogelijke beïnvloeders van financieel gedrag. Welke factoren hangen samen met de mate waarin consumenten bezig zijn met management van geld, financieel plannen en bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten en kunnen dus worden ingezet om het verantwoordelijke financiële gedrag van de Nederlandse bevolking te bevorderen? In dit hoofdstuk is naar vijf mogelijke beïnvloeders gekeken: financiële kennis en begrip, betrokkenheid bij de persoonlijke financiën, verantwoordelijkheid voelen voor de eigen financiële situatie, basiswaarden en sociale omgeving. Deze vijf beïnvloeders worden in de resultatensectie beschreven in volgorde van belangrijkheid.

Uitsplitsingen naar inkomen en werksituatie

- In de analyse waarin de belangrijkste beïnvloeders van financieel gedrag zijn geïdentificeerd, zijn ook sociodemografische variabelen meegenomen. Daaruit blijkt dat inkomen en werksituatie (ZZP'er, werkzaam in loondienst, niet werkzaam) een belangrijke invloed hebben op iemands financiële gedrag. Daarom worden beide hoofdstukken afgesloten met twee paragrafen waarin de belangrijkste uitkomsten worden uitgesplitst naar inkomen en werksituatie. Significante verschillen tussen de groepen zijn beschreven. Uitsplitsingen naar andere achtergrondvariabelen zijn opgenomen in een separate tabellenbijlage.



Drie componenten	pagina 15
1. Management van geld	pagina 16
2. Financieel plannen	pagina 23
3. Bewust beslissingen nemen	pagina 30
Samenhang met financiële situatie	pagina 32
Uitsplitsing: inkomen en werksituatie	pagina 36

- In de vragenlijst zijn de drie aspecten van financieel gedrag die op basis van de literatuur en eerdere onderzoeken zijn onderscheiden, geoperationaliseerd in enkele vragen en stellingen. In overleg tussen WIG en Motivaction is voorafgaand aan de analyse per vraag/stelling bepaald of die iets zegt over *de mate* waarin iemand verantwoord financieel gedrag vertoont.
- Vragen die daar iets over zeggen zijn vervolgens nader geanalyseerd door middel van principale componentenanalyse. Daarbij zijn we nagegaan of de afzonderlijke vragen en stellingen kunnen worden gereduceerd tot één of meerdere componenten. Hieruit kwamen duidelijk drie componenten naar voren die overeenkomen met de vooraf geformuleerde aspecten van verantwoord financieel gedrag: management van geld, financieel plannen en bewust beslissingen nemen aan zien van financiële producten. De meeste van de vragen hangen statistisch zodanig samen dat we ze bij een van deze drie componenten konden onderbrengen. De vragen die niet samenhangen, worden buiten het in dit onderzoek geconstrueerde model gehouden. Dat betekent niet dat ze niets zeggen over verantwoord financieel gedrag, maar alleen dat ze niet zijn meegenomen om het effect van mogelijke beïnvloeders van verantwoord financieel gedrag te meten.
- De samenhang tussen de drie componenten is zeer laag. De correlatiematrix hieronder laat zien dat de samenhang niet boven de 0,2 uitkomt. Dat betekent dus dat als iemand goed is in bijvoorbeeld het managen van geld, dat over het algemeen weinig zegt over hoe goed die persoon is in bewust financiële beslissingen nemen of financieel plannen.

<i>correlatiematrix</i>	Management van geld	Bewust financiële beslissingen nemen	Financieel plannen
Management van geld	1	0,1	0,2
Bewust financiële beslissingen nemen	0,1	1	0,2
Financieel plannen	0,2	0,2	1

- Onderstaand overzicht toont welke vragen tot een van de drie componenten van het model behoren, omdat zij statistisch blijken samen te hangen:

1. Management van geld	2. Financieel plannen	3. Bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten
- Ervaring met betalingsherinneringen (vraag 4) - Zorgvuldigheid van omgaan met financiën (vraag 1) - Ervaring met rood staan (vraag 5) - Mate van uitgaven in de gaten houden (vraag 3) - Gebruik creditcard (vraag 2)	- Toekomstgerichtheid (vraag 13) - Financieel voorbereid op scheiden/uit elkaar gaan (vraag 11.3) - Potje voor onvoorziene uitgaven (vraag 10) - Sparen op een spaarrekening (vraag 9a) - Financieel voorbereid op pensionering (vraag 11.1) - Financieel voorbereid op minder inkomsten uit arbeid (vraag 11.2)	- Aanschaf eenvoudig financieel product: vergelijken op productkenmerken, voorwaarden en tarieven (vraag 14) - Aanschaf complex financieel product: vergelijken op productkenmerken, voorwaarden en tarieven (vraag 15) - Omgaan met financiële producten (vraag 16)

- Op de volgende pagina's worden de uitkomsten per component beschreven. Bij vragen die tot het model behoren, geven we dit steeds als volgt boven de grafiek aan: In model
- Bij vragen die *inhoudelijk* bij een van de componenten passen maar dus op basis van de componentenanalyse *statistisch* daar niet mee bleken samen te hangen, ontbreekt deze toevoeging.

Consumenten zijn bewust bezig met hun financiën

In model

De meeste consumenten betalen hun rekeningen altijd op tijd en houden hun financiën nauwlettend in de gaten.

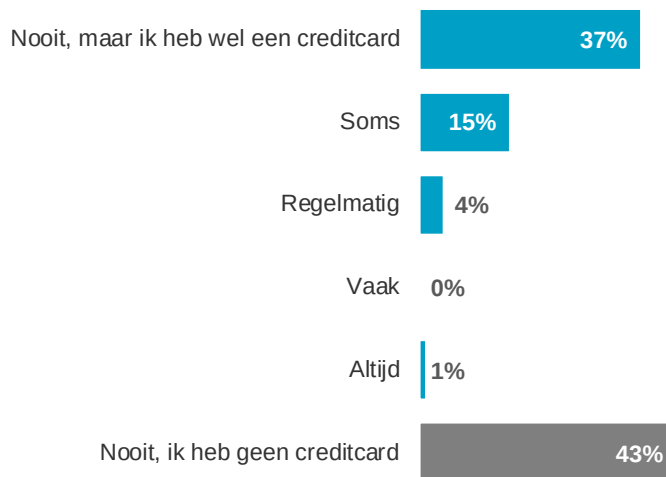
Bij de aanschaf van producten denkt men veelal na of men het zich kan veroorloven. Een kwart van de consumenten koopt weleens op afbetaling, maar slechts een enkeling doet dit met enige regelmaat.

Creditcardbezitters maken weinig gebruik van gespreid betalen

57% van de respondenten heeft een creditcard. De meesten maken geen gebruik van de mogelijkheid om hun uitgaven gespreid te betalen. Slechts 1% van alle consumenten doet dit altijd, 4% doet dit regelmatig, 15% soms.

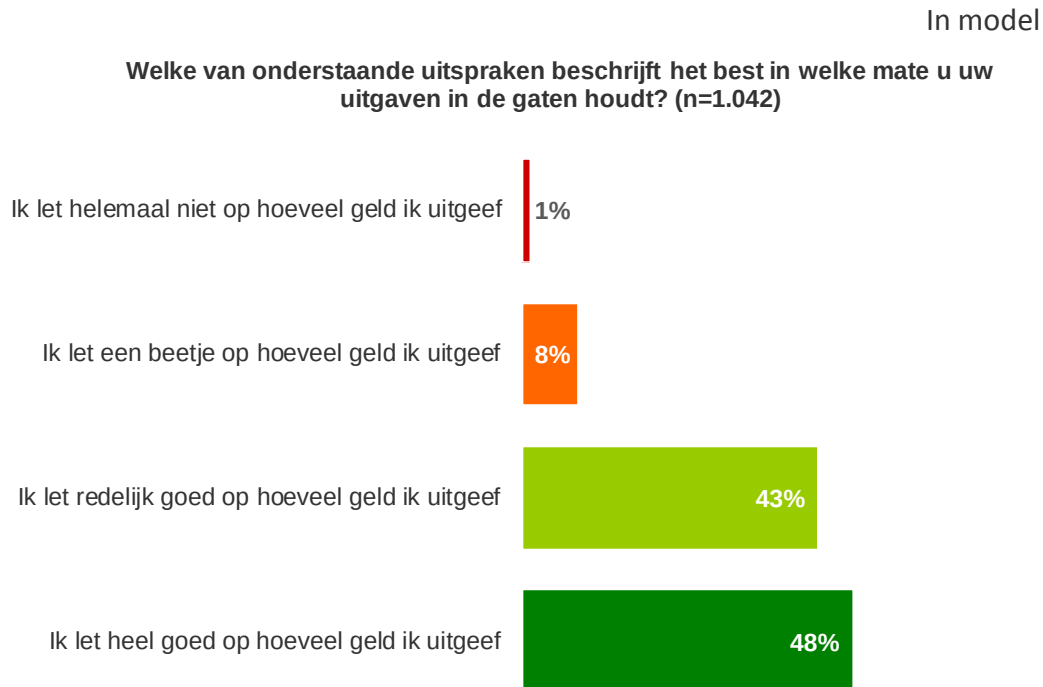
In model

Met een creditcard is het mogelijk om uw uitgaven gespreid te betalen. U betaalt dan uw uitgaven in termijnen terug. Hoe vaak maakt u hier gebruik van? (n=1.042)



Consumenten houden uitgaven goed in het oog

91% van de respondenten let (redelijk) goed op zijn of haar uitgaven. Slechts 1% let helemaal niet op hoeveel geld hij of zij uitgeeft.



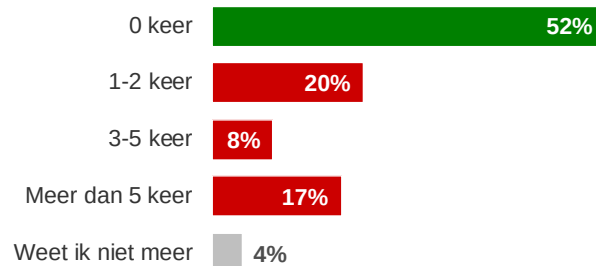
17% van de consumenten staat regelmatig rood

Zij hebben in de afgelopen 12 maanden meer dan 5 keer rood gestaan. De andere consumenten hebben hun financiën beter op orde, maar bij een deel van hen gebeurt het incidenteel ook weleens dat zij rood staan en/of een betalingsherinnering ontvangen.

39% van de consumenten heeft in de afgelopen 12 maanden niet te maken gehad met een betalingsherinnering en/of rood staan.

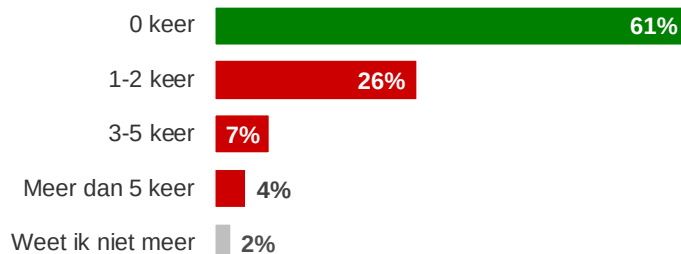
Hoe vaak is het in de afgelopen 12 maanden voorgekomen dat u rood heeft gestaan op uw betaalrekening? (n=1.042)

In model



Hoe vaak is het in de afgelopen 12 maanden voorgekomen dat u een betalingsherinnering kreeg omdat u een rekening niet tijdig had betaald? (n=1.042)

In model

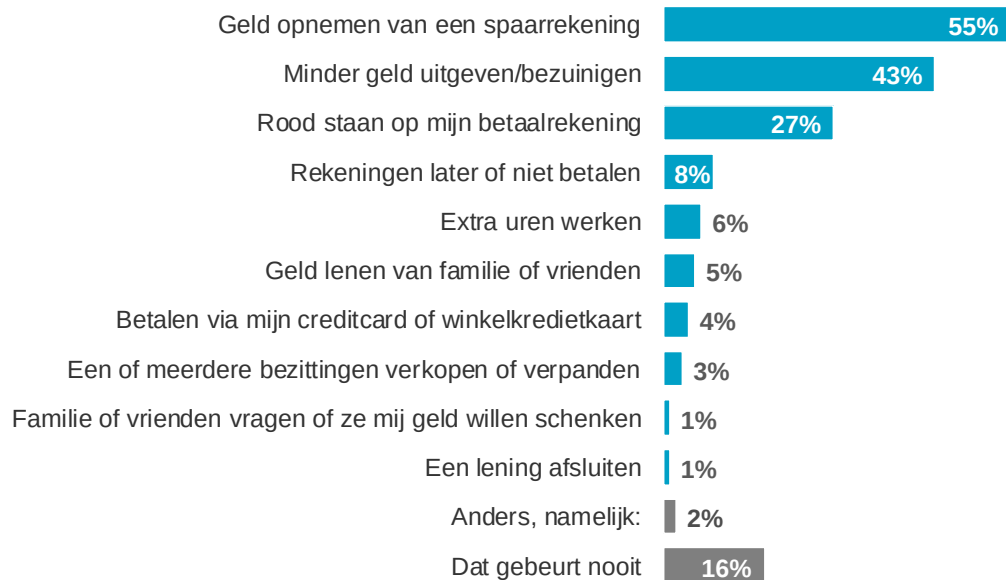


De meerderheid van de consumenten vertoont verantwoord financieel gedrag als hun uitgaven groter zijn dan hun inkomsten

Zij doen in dat geval een beroep op hun spaargeld, proberen hun uitgaven te beperken of gaan meer werken.

Sommigen grijpen echter terug op minder verstandige oplossingen: zij kiezen ervoor om rood te staan op hun betaalrekening of stellen het betalen van rekeningen uit.

Als u in een situatie komt dat u meer uitgaven heeft dan u aan inkomsten binnenkrijgt, wat doet u dan? (meerdere antwoorden mogelijk) (n=1.042)

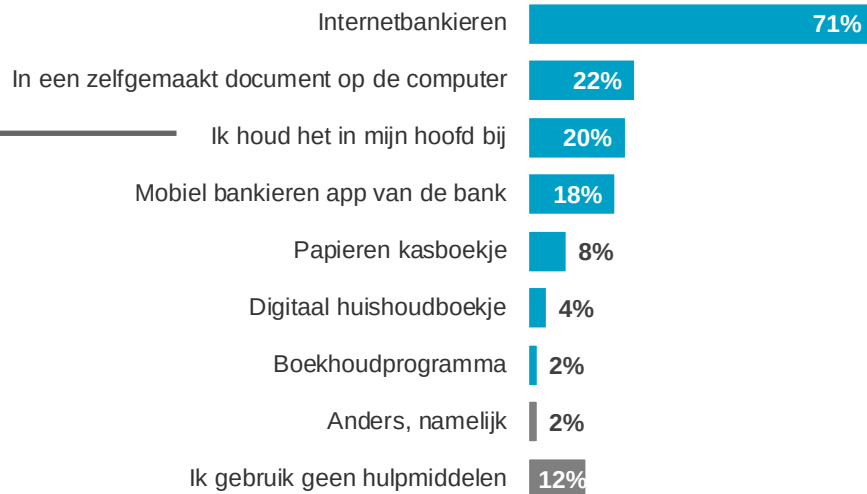


83% van de consumenten gebruikt hulpmiddelen bij hun financiënbeheer*

45% gebruikt één van de genoemde hulpmiddelen, 31% gebruikt er twee en 7% gebruikt er drie of meer.

Het meest gebruikte hulpmiddel is internetbankieren. 59% gebruikt dit in combinatie met één of meerdere andere hulpmiddelen.

Welke hulpmiddelen gebruikt u bij het beheren van uw financiën?
(meerdere antwoorden mogelijk) (n=1.042)



* Van deze 20% gebruikt een kwart (5% van alle consumenten) geen ander hulpmiddel dan 'in het hoofd bijhouden'. Bij hen is er niet echt sprake van het gebruik van hulpmiddelen, zij kunnen daarom worden gerekend tot 'Ik gebruik geen hulpmiddelen'. Volgens deze aangepaste definitie van 'hulpmiddelen gebruiken' gebruikt $(100 - 12 - 5 =)$ 83% van de consumenten hulpmiddelen.

De helft van de consumenten werkt met budgetten

De budgetten betreffen meestal de dagelijkse boodschappen (26%), vakanties (25%) en aanschaf van een auto (23%).

Niet in de figuur te zien:

29% van de consumenten heeft voor meerdere typen uitgaven een budget en 21% voor maar één type uitgave. Consumenten die tot de laatste groep van 21% behoren, hebben meestal (46%) alleen een budget voor de dagelijkse boodschappen, soms (25%) voor een nieuwe auto en soms (19%) voor een vakantie.

Heeft u voor uzelf (of uw huishouden) vastgesteld hoeveel geld u maximaal wilt uitgeven aan bepaalde uitgaven? (meerdere antwoorden mogelijk) (n=1.042)



NB: Deze vraag over budgetten raakt zowel aan de component management van geld als aan financieel plannen. In de analyse wordt deze vraag aan geen van beide componenten toegewezen. In overleg met Wijzer in geldzaken is besloten om deze vraag in de rapportage onder financieel plannen te plaatsen, maar hij kan dus ook onder management van geld worden gerekend.

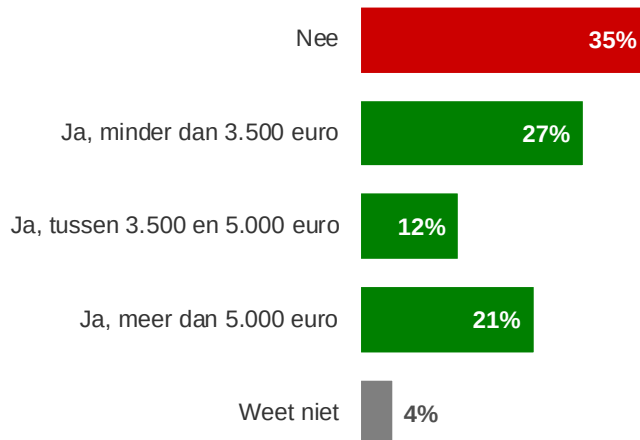
In model

Veel consumenten hebben geen of een te klein potje voor onvoorziene uitgaven

Het Nibud adviseert een buffer van minimaal € 3.500,- voor alleenstaanden en van € 4.000,- tot € 5.000,- voor gezinnen (zonder of met kinderen). Maximaal een derde van de consumenten voldoet aan deze richtlijn.

27% heeft wel een potje, maar van onvoldoende omvang en 35% heeft helemaal geen potje voor onvoorziene uitgaven. Deze 35% blijkt uit aanvullende analyse ook een lager inkomen te hebben en minder vaak te sparen.

Heeft u een potje gereserveerd voor onvoorziene uitgaven op de korte termijn, zoals het stukgaan van een wasmachine, koelkast of auto? (n=1.042)



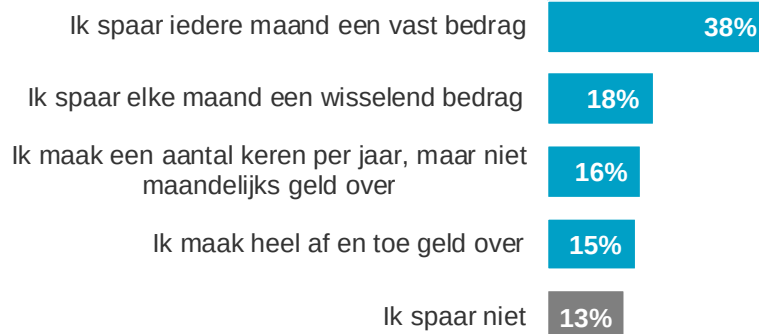
Meeste consumenten sparen, ook zonder specifiek doel voor ogen

87% van de consumenten spaart geld op een spaarrekening. 38% spaart iedere maand een vast bedrag, maar bij veel consumenten verloopt het sparen meer variabel.

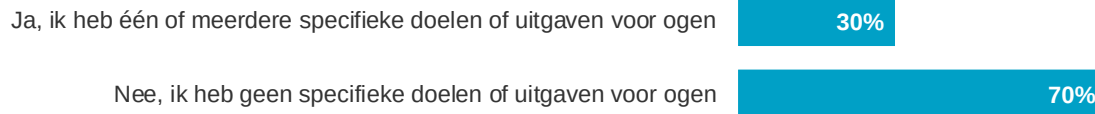
Van de spaarders werkt 30% met specifieke spaardoelen. Zij noemen onder andere: auto, verhuizing/verbouwing, aflossen hypotheek, vakantie, pensioen, witgoed, onvoorziene uitgaven, huwelijk, inrichting woning, studie (kinderen), rijbewijs en afbetaling schulden.

Op welke manier spaart u op een spaarrekening? (n=1.042)

In model



Spaart u voor één of meerdere specifieke doelen of uitgaven die u wilt gaan doen?
(Basis - Spaart, n=905)



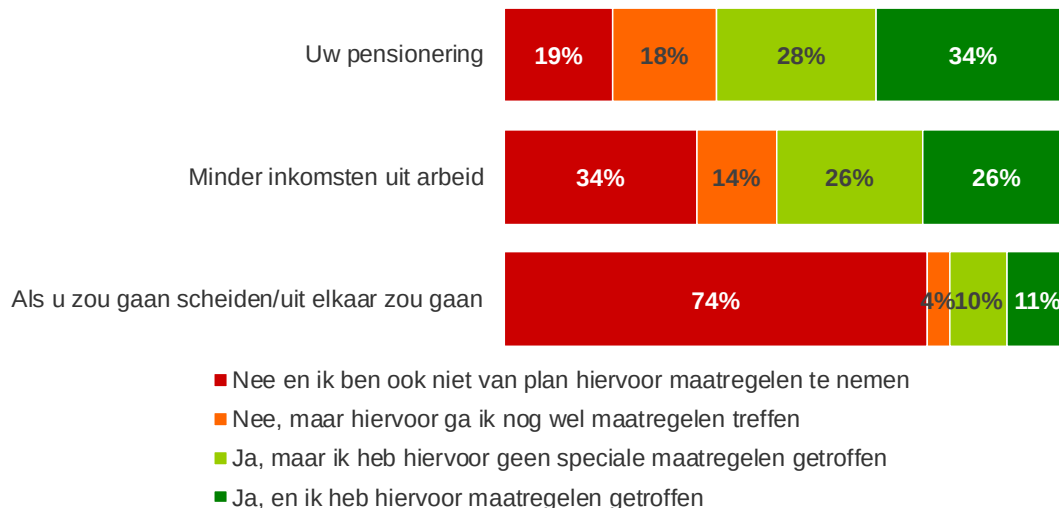
Veel consumenten zijn financieel voorbereid op hun pensionering

De meeste consumenten zijn van mening dat het belangrijk is om financieel voorbereid te zijn op hun pensionering. Wanneer nodig, hebben zij hier over het algemeen maatregelen voor getroffen of zijn dat nog van plan. Slechts 16% van alle consumenten (en 19% van degenen die nog niet met pensioen zijn, zie grafiek) vindt het niet nodig om financieel voorbereid te zijn op de pensionering.

Dat men te maken krijgt met een scheiding of minder inkomen uit arbeid, acht men minder waarschijnlijk. Met name voor een mogelijke scheiding heeft slechts een kleine groep risicobeperkende maatregelen genomen.

In model

Mensen kunnen met diverse situaties te maken krijgen in hun leven die van invloed zijn op hun financiële situatie. Bent u financieel voorbereid op de volgende gebeurtenissen waarmee u mogelijk te maken krijgt?(n=1.042)



In de grafiek zijn alleen de respondenten weergegeven voor wie de situatie van toepassing is. Respondenten die reeds met pensioen zijn, die geen inkomsten uit arbeid hebben of die geen huishouden delen met een partner, zijn niet in de betreffende balken opgenomen. Het percentage achter de balk geeft aan welk deel van de totale steekproef 'niet van toepassing' heeft geantwoord.

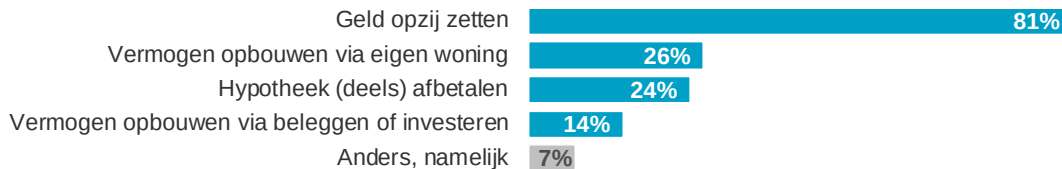
Sparen is een belangrijke maatregel voor diverse life-events

Voor een goed pensioen is sparen de meest genomen maatregel, maar ook voor het risico van minder inkomsten uit arbeid en/of een scheiding, zetten veel consumenten geld opzij.

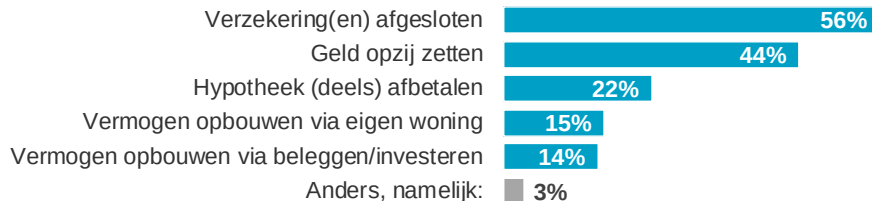
Voor deze laatste twee life-events neemt men veelal ook specifieke maatregelen zoals het afsluiten van een verzekering of afspraken vastleggen in een contract.

Welke maatregelen heeft u genomen om u financieel voor te bereiden op:
(meerdere antwoorden mogelijk)

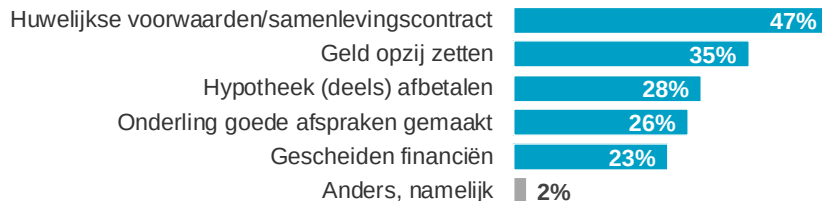
Pensioen (Basis: heeft hiervoor maatregelen genomen, n=294)



Minder inkomsten uit arbeid (Basis: heeft hiervoor maatregelen genomen, n=200)



Scheiding/uit elkaar gaan (Basis: heeft hiervoor maatregelen genomen, n=81)



Geen maatregelen genomen vanwege gebrek aan middelen of urgentie

Pensioen



Minder inkomsten uit arbeid



Scheiding / uit elkaar gaan



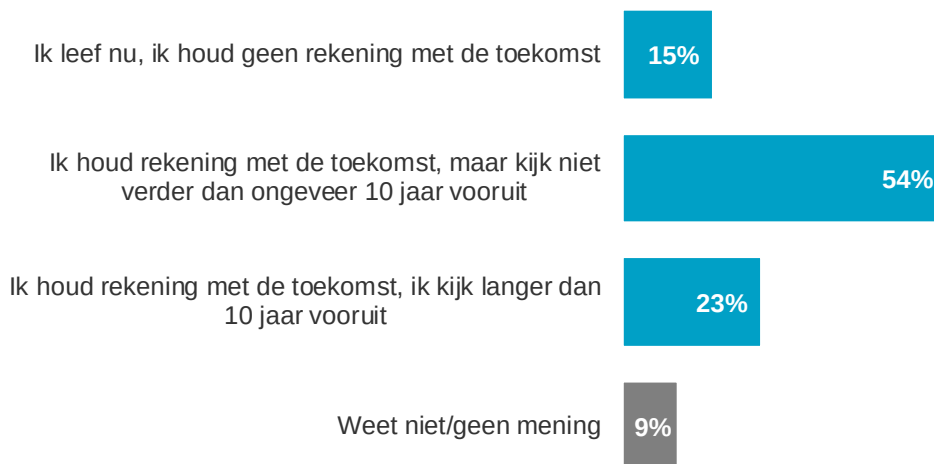
In model

De meeste consumenten plannen niet langer dan 10 jaar vooruit

Ruim de helft kijkt alleen naar de nabije toekomst (tot 10 jaar vooruit) en 15% houdt zich helemaal niet bezig met financieel langetermijnplanning.

Slechts 23% doet aan financieel plannen op de lange termijn en kijkt verder dan 10 jaar vooruit.

Welke van onderstaande uitspraken omschrijft het best in hoeverre u bij het nemen van financiële beslissingen en het inschatten van risico's rekening houdt met de toekomst? (n=1.042)



Meerderheid vergelijkt verschillende aanbieders bij de aanschaf van een financieel product

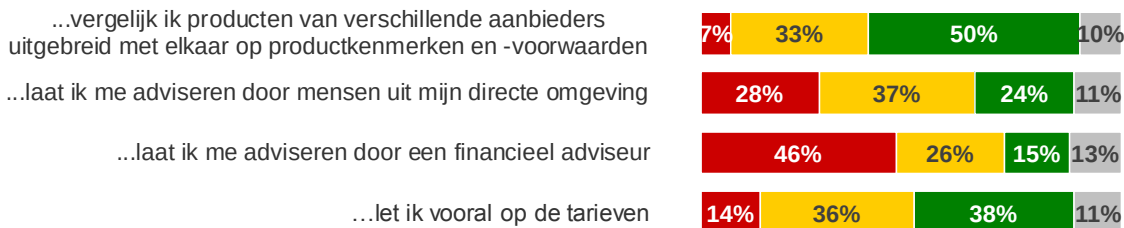
Zowel bij de aanschaf van eenvoudige als van complexe financiële producten vergelijkt de meerderheid van de consumenten verschillende aanbieders.

Advies van een financieel adviseur vindt men vooral waardevol bij een complex financieel product.

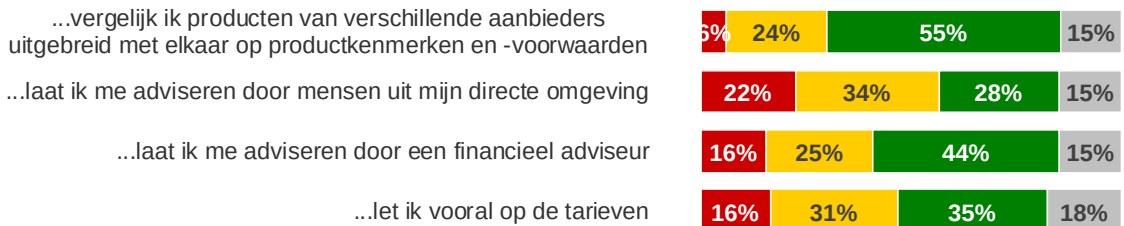
Stel dat u een financieel product wilt aanschaffen, in hoeverre passen onderstaande beschrijvingen bij u? (n=1.042)

Stelling 1 en 4 in model

Als ik een eenvoudig financieel product (bijvoorbeeld een spaarrekening, autoverzekering of reisverzekering) wil afsluiten, ...



Als ik een complex financieel product (bijvoorbeeld een hypotheek of pensioenproduct) wil afsluiten, ...



■ Past helemaal niet bij mij ■ Past een beetje bij mij ■ Past helemaal bij mij ■ Weet niet/geen mening

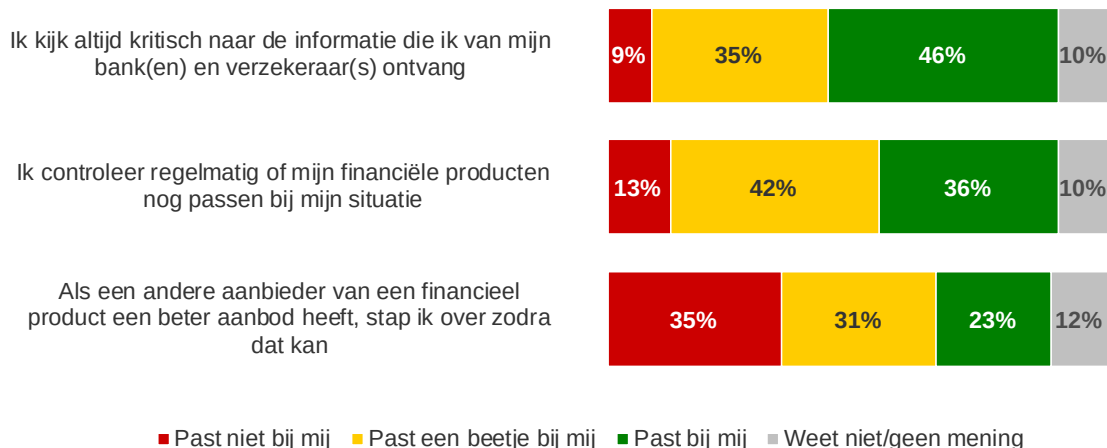
Consumenten beperkt bereid tot overstappen

Iets meer dan een derde van de consument controleert regelmatig of de afgesloten financiële producten nog passen bij hun situatie. Informatie die door de eigen bank/verzekeraar wordt opgestuurd, wordt door bijna de helft kritisch bekeken.

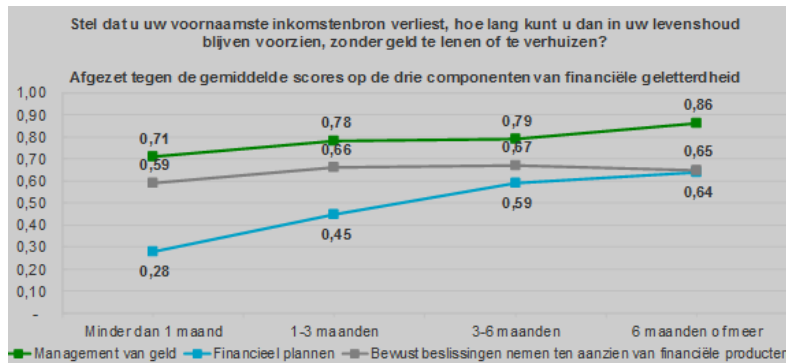
Een derde van de consumenten is niet geneigd om over te stappen bij een beter aanbod van een andere aanbieder. De anderen zijn hier enigszins tot sterk toe geneigd.

In model

Hoe gaat u om met uw financiële producten? Kunt u aangeven in hoeverre onderstaande beschrijvingen bij u passen? (n=1.042)



- We kunnen over het algemeen vaststellen dat er verband bestaat tussen de mate waarin iemand verantwoord financieel gedrag vertoont (met name goed financieel plant) en iemands financiële situatie.
- Op de volgende drie pagina's gaan we dieper in op deze samenhang. We kijken dan naar de volgende aspecten van de financiële situatie: hoe lang iemand in zijn levensonderhoud kan voorzien, hoe makkelijk iemand rond kan komen en hoe goed iemand zijn financiële situatie vindt.
- De samenhang tussen de dimensies van verantwoord financieel gedrag en de aspecten van de financiële situatie is weergegeven in figuren zoals hieronder. Op de y-as is de score op de schaal van de component weergegeven, variërend van minimaal 0 tot maximaal 1, waarbij een hogere score op de schaal aangeeft dat men meer verantwoord financieel gedrag vertoont. Op de x-as is een variabele weergegeven met betrekking tot de financiële situatie van de respondent.

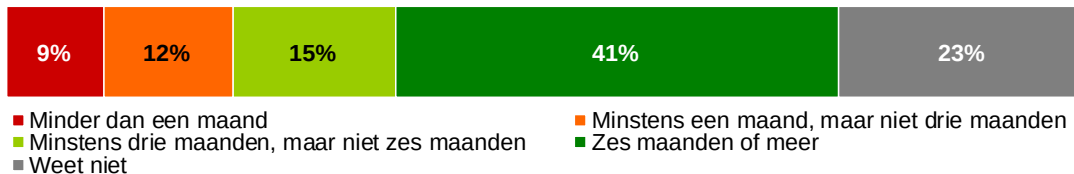


Consumenten met voldoende reserves doen relatief veel aan financieel plannen

Bij verlies van de voornaamste inkomensbron, kan 41% van de consumenten minimaal zes maanden in zijn levenshoud blijven voorzien. Er zijn echter ook respondenten (9%) die het nog geen maand volhouden. Een kwart van de consumenten heeft geen idee hoe lang zij kunnen blijven rondkomen.

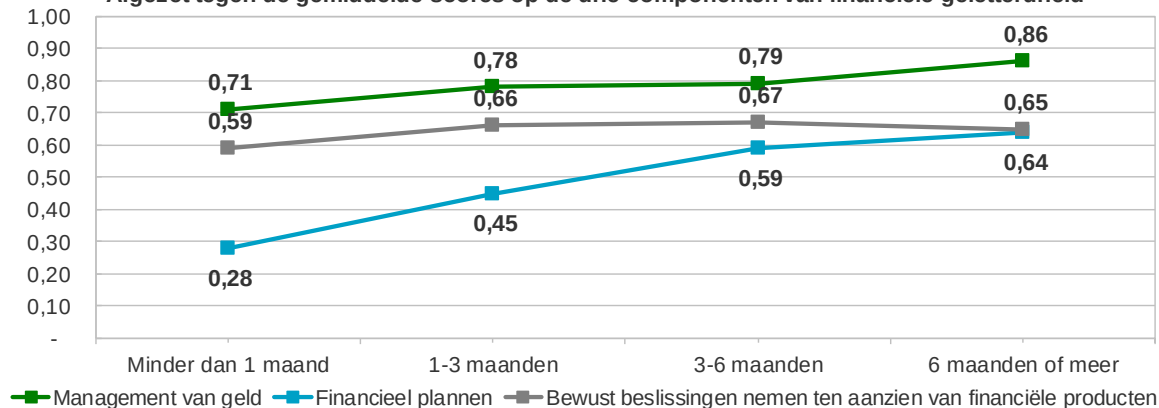
Consumenten die het wel even kunnen uithouden, vertonen meer verantwoord financieel gedrag: zij scoren hoger op de schaal financieel plannen en ook iets hoger op management van geld.

Stel dat u uw voornaamste inkomensbron verliest, hoe lang kunt u dan in uw levenshoud blijven voorzien, zonder geld te lenen of te verhuizen?? (n=1.042)



Stel dat u uw voornaamste inkomensbron verliest, hoe lang kunt u dan in uw levenshoud blijven voorzien, zonder geld te lenen of te verhuizen?

Afgezet tegen de gemiddelde scores op de drie componenten van financiële geletterdheid



Consumenten die makkelijk kunnen rondkomen plannen hun financiën beter

Ondanks de slechte economische situatie heeft maar een kleine minderheid van de consumenten (17%) moeite om rond te komen.

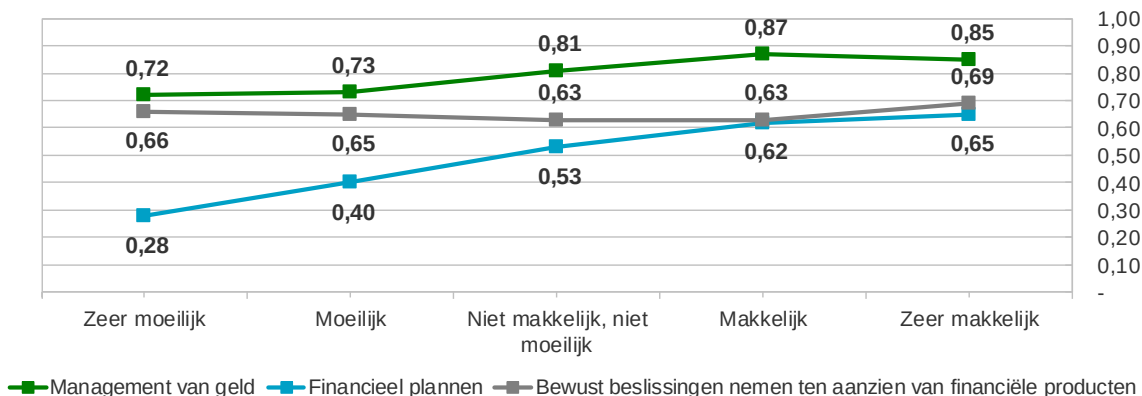
Consumenten die zeer makkelijk kunnen rondkomen in een gemiddelde maand, scoren veel hoger op de schaal financieel plannen. Ook zijn zij wat beter in management van geld, maar dat verband is minder sterk.

Hoe makkelijk of moeilijk is het voor u om in een gemiddelde maand rond te komen en al uw rekeningen te betalen? (n=1.042)



Hoe makkelijk of moeilijk is het voor u om in een gemiddelde maand rond te komen en al uw rekeningen te betalen?

Afgezet tegen de gemiddelde scores op de drie componenten van financiële geletterdheid



Consumenten met een goede financiële situatie vertonen meer verantwoord financieel gedrag

Consumenten die er financieel goed voorstaan, scoren ook hoger op de schaal financieel plannen.

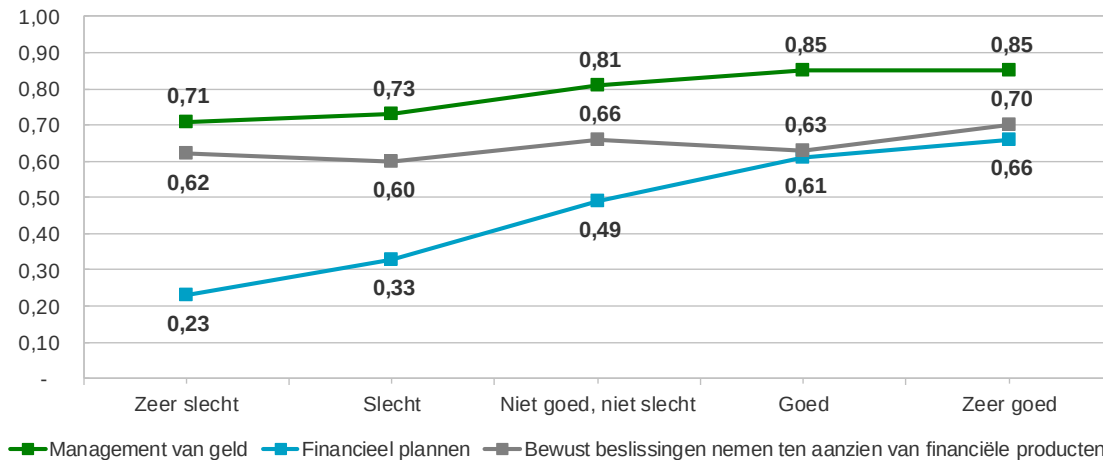
Ook tussen de financiële situatie en de schaal management van geld is een lichte samenhang zichtbaar. Consumenten met een goede financiële situatie scoren iets hoger op deze schaal dan consumenten die hun financiële situatie als (zeer) slecht beschouwen.

Hoe omschrijft u uw financiële situatie in het algemeen? Mijn financiële situatie is: (n=1.042)



Hoe omschrijft u uw financiële situatie in het algemeen?

Afgezet tegen de gemiddelde scores op de drie componenten van financiële geletterdheid



- Uit de regressie-analyse blijkt dat financieel verantwoord gedrag samenhangt met sociodemografische achtergrondkenmerken van consumenten. Met name inkomen en werksituatie spelen een rol. Als we kijken naar consumenten met verschillende inkomensniveaus en consumenten die in loondienst zijn, ZZP'er zijn of niet werkzaam zijn zien we interessante verschillen in de mate waarin zij het gewenste gedrag vertonen.
- In de tabel hieronder is aangegeven waar de grootste verschillen zitten op de schalen voor de drie componenten. (In de bijlage staan de precieze schaalscores.) Met name ten aanzien van financieel plannen zien we veel samenhang met de achtergrondkenmerken: consumenten met een bovenmodaal inkomen zijn veel beter in financieel plannen en mensen met een beneden modaal inkomen veel slechter. Werkenden in loondienst zijn ook iets beter in financieel plannen en niet-werkenden juist iets minder. Bij management van geld valt op dat ZZP'ers hier veel minder goed in zijn en niet-werkenden juist iets beter. Bij bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten zien we dat ZZP'ers daar iets minder bedreven in zijn. Op de volgende pagina's gaan we verder in op de verschillen naar achtergrondgroepen.

	Beneden modaal	Modaal	Boven modaal	ZZP'er	Werkzaam in loondienst	Niet werkend
Management van geld	0	0	0	--	0	+
Financieel plannen	--	0	++	0	+	-
Bewust beslissingen nemen t.a.v. financiële producten	0	0	0	-	0	0

Management van geld en inkomen

- Consumenten met een inkomen beneden modaal scoren niet substantieel hoger op de schaal management van geld, maar op enkele aspecten onderscheiden zij zich van inkomens boven modaal.
- De laagste inkomens hebben iets meer zicht op hun financiën: 57% houdt zijn financiën altijd nauwlettend in de gaten (tegen 43% boven modaal) en 56% let heel goed op hoeveel geld hij uitgeeft (tegen 43% boven modaal). Bij de aanschaf van een product denken zij altijd zorgvuldig na of zij het zich wel kunnen veroorloven (52%, tegen 40% boven modaal). Deze laagste inkomensgroep heeft het minst vaak beschikking over een creditcard (37%, tegen 73% boven modaal).

Financieel plannen en inkomen

- Ten aanzien van financieel plannen zijn er enkele grote verschillen tussen de inkomensgroepen: de laagste inkomens plannen slechter, de hoogste beter.
- De laagste inkomensgroep geeft relatief vaak aan niet te sparen (28%, tegen 5% boven modaal). Zij beschikken ook relatief weinig over een potje voor onvoorziene uitgaven (55%, tegen 74% boven modaal). Ze hebben ook minder vaak een potje voor onvoorziene uitgaven van meer dan 5.000 euro (11% tegen 32% boven modaal). Ook geven zij minder vaak aan dat zij bij het nemen van financiële beslissingen rekening houden met de toekomst op de lange termijn (15%, tegen 29% boven modaal) of de middellange termijn (47%, tegen 59% boven modaal). Maar liefst 24% geeft aan nu te leven en geen rekening te houden met de toekomst (vs. 8% boven modaal).
- De consumenten met een inkomen beneden modaal zijn relatief vaak al met pensioen (29%, tegen 14% boven modaal) en/of hebben geen inkomsten uit arbeid (48%, tegen 17% boven modaal). Het nemen van maatregelen voor life-events zoals pensionering en verlies van inkomsten uit arbeid is voor hen dus vaak niet meer van toepassing. Dit verklaart mogelijk ook (deels) dat lagere inkomens zoals hierboven genoemd minder sparen en rekening houden met de toekomst.

Bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten en inkomen

- Verschillende inkomensgroepen verschillen nauwelijks als het gaat om bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten.
- Consumenten met een modaal inkomen laten zich bij de aanschaf van een eenvoudig financieel product vaker adviseren door een financieel adviseur (36% vindt dit helemaal op hen van toepassing, tegen 26% in de totale bevolking). Bij een complex financieel product gebeurt dit zowel het vaakst door consumenten met een modaal als met een bovenmodaal inkomen (respectievelijk 47% en 51% vindt dit helemaal op hen van toepassing vs. 29% van de laagste inkomensgroep).
- Bij de aanschaf van een complex financieel product maken consumenten met een beneden modaal inkomen relatief weinig een uitgebreide vergelijking van de producten van diverse aanbieders op productkenmerken en -voorwaarden (48% vindt dit helemaal op hen van toepassing tegen 63% boven modaal).

Management van geld en werksituatie

- Consumenten die niet werkzaam zijn, zijn iets bedreven in management van geld, ZZP'ers zijn juist een stuk minder bedreven in management van geld.
- Niet-werkenden geven vaker aan dat zij hun financiën altijd goed in de gaten houden (55%, tegen 47% in de totale bevolking), heel goed opletten op hoeveel zij uitgeven (56%, tegen 48% totaal) en dat zij hun rekeningen altijd op tijd betalen (76%, tegen 68% totaal). Het is bij 70% van hen dan ook niet voorgekomen in de afgelopen 12 maanden dat zij een betalingsherinnering kregen (tegen 61% totaal) en 59% heeft niet rood gestaan (tegen 52% totaal). De meeste niet-werkenden kopen nooit producten op afbetaling (81%, tegen 77% totaal) en zij beschikken ook relatief weinig over een creditcard (47%, tegen 57% totaal).
- ZZP'ers gaan het minst zorgvuldig met hun uitgaven om. Zij zijn minder stipt in het betalen van hun rekeningen (maar liefst 12% geeft aan dat zij hun rekeningen 'soms' op tijd betalen, tegen 4% totaal) en 11% heeft in de afgelopen 12 maanden meer dan vijf keer een betalingsherinnering ontvangen (tegen 4% totaal). De ZZP'ers geven relatief vaak aan dat zij helemaal niet letten op hoeveel zij uitgeven (6%, tegen 1% totaal). 23% heeft dan ook meer dan vijf keer rood gestaan in de afgelopen 12 maanden (tegen 17% totaal).

Financieel plannen en werksituatie

- Werkenden in loondienst zijn iets sterker in financieel plannen, niet-werkenden juist iets minder sterk.
- Werkenden in loondienst sparen iets vaker op een spaarrekening: 91% van hen spaart tegen 84% van de niet-werkenden. Werkenden in loondienst die sparen, hebben bij het sparen relatief vaak een spaardoel voor ogen (34%, tegen 27% niet-werkenden). Ook hebben zij relatief vaak een potje gereserveerd voor onvoorziene uitgaven (66%, tegen 54% niet-werkenden).

- ZGP'ers scoren niet substantieel beter op de schaal financieel plannen, maar hebben wel relatief vaak maatregelen getroffen om financieel voorbereid te zijn op hun pensionering (58%, tegen 28% totaal), op minder inkomsten uit arbeid (35%, versus 19% totaal) of op scheiden/uit elkaar gaan (20%, tegen 8% totaal). Werkenden in loondienst zijn ook vaker voorbereid op deze life events dan de totale bevolking (resp. 69, 56 en 22% van de werkenden in loondienst is voorbereid, tegen 51, 38 en 16% van de totale groep Nederlanders), maar niet omdat zij daarvoor speciale maatregelen hebben genomen. Hier zal een rol spelen dat voor werkenden in loondienst veel automatische regelingen bestaan (pensioenopbouw, WW) en zij dus minder actief hoeven te zijn op dit gebied. Hierbij past ook dat ZGP'ers relatief vaak aangeven dat zij rekening houden met de toekomst en langer dan 10 jaar vooruit kijken (38% versus 23% totaal en 27% werkenden in loondienst).

Bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten en werksituatie

- ZGP'ers zijn iets minder sterk in het bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten.
- Bij de aanschaf van een eenvoudig financieel product vergelijken ZGP'ers minder vaak de producten van verschillende aanbieders uitgebreid met elkaar vergelijken op productkenmerken en -voorwaarden (31% vindt dat dit helemaal bij hen past tegen 50% van de totale bevolking).
- Bij complexe financiële producten zijn ZGP'ers wel wat bedrever: zij laten zich vaker adviseren door een financieel adviseur (57% vindt dit helemaal bij hen passen, tegen 44% totaal) en letten minder vaak vooral op de tarieven (17% vindt dat dit helemaal bij hen past, tegen 35% totaal).



Belang van de beïnvloeders	pagina 42
Basiswaarden	pagina 45
Betrokkenheid bij persoonlijke financiën	pagina 46
Financiële kennis en begrip	pagina 49
Sociale omgeving	pagina 54
Verantwoordelijkheid (zelfregie)	pagina 56
Uitsplitsing: inkomen	pagina 58
Uitsplitsing: werksituatie	pagina 59

Analyse samenhang verantwoord financieel gedrag en beïnvloeders via regressieanalyse

- Om verantwoord financieel gedrag te bevorderen is het belangrijk zicht te hebben op welke factoren daar invloed op hebben. Onze hypothese was dat financiële kennis en begrip, betrokkenheid bij je persoonlijke financiën, je verantwoordelijk voelen voor je financiële situatie, je basiswaarden en je sociale omgeving beïnvloedende factoren zijn. Middels lineaire regressieanalyses is vastgesteld in welke mate deze vijf potentiële beïnvloeders van verantwoord financieel gedrag - de *onafhankelijke* variabelen - daadwerkelijk samenhangen met de drie eerder gevonden componenten van financieel verantwoord gedrag - de *afhankelijke* variabelen.
- De techniek van regressieanalyse onderscheidt zich van correlatieanalyse doordat de samenhang van meerdere onafhankelijke variabelen met een afhankelijke variabele *tegelijkertijd* kan worden onderzocht. We hebben naast de vijf potentiële beïnvloeders ook enkele achterliggende sociodemografische kenmerken meegenomen in de regressie-analyses: leeftijd, opleiding, geslacht, inkomen, werksituatie. Hierdoor wordt voor elk van de 5 potentiële beïnvloeders duidelijk of die daadwerkelijk samenhangt met de drie componenten van verantwoord financieel gedrag, zonder dat die samenhang te herleiden is tot een van de andere beïnvloeders in het model of genoemde sociodemografische kenmerken.
- In dit onderzoek kan overigens niet met zekerheid worden vastgesteld of er sprake is van een *causaal* verband tussen beïnvloeders en de drie componenten van verantwoord financieel gedrag. Het is in theorie ook mogelijk dat verantwoord financieel gedrag juist van invloed is op bijvoorbeeld iemands betrokkenheid bij en verantwoordelijkheidsgevoel voor zijn financiële situatie. We vinden het echter aannemelijker dat de verbanden andersom lopen.
- Overigens is het ook mogelijk dat er helemaal geen directe causale verbanden zijn tussen de door ons onderscheiden beïnvloeders en de drie componenten van verantwoord financieel gedrag en dat de gevonden samenhangen veroorzaakt worden door een onbekende beïnvloeder. Door zoveel mogelijke potentiële beïnvloeders op te nemen proberen we dat juist uit te sluiten maar helemaal zeker kunnen we daar niet over zijn.

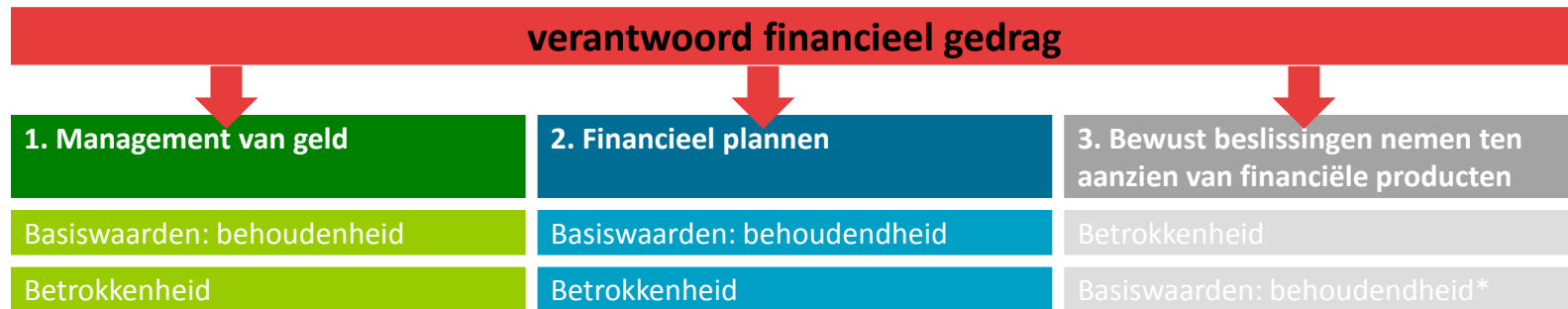
- De tabel hieronder geeft per dimensie van verantwoord financieel gedrag de verklaarde variantie (r^2) weer, zoals die uit de regressieanalyses naar voren is gekomen. Dit getal geeft de mate aan waarin de onafhankelijke variabelen (beïnvloeders en sociodemografische kenmerken) de scores op de afhankelijke variabelen (de drie componenten) konden voorspellen. De verklaarde variantie kan variëren van 0 tot 1, waarbij 0 aangeeft dat er in het model geen enkele relatie is tussen de onafhankelijke en afhankelijke variabelen en 1 aangeeft dat alle spreiding in de afhankelijke variabele verklaard wordt door de onafhankelijke variabelen. Zo betekent 0,25 in de tabel dat 25% van de spreiding in de scores van respondenten op de schaal 'management van geld' verklaard kon worden met ons model (waarvan 6% met sociodemografische kenmerken en 19% met de beïnvloeders). Anders gezegd: we kunnen met dit model een substantieel deel van iemands bedrevenheid in management van geld voorspellen maar voor het grootste deel kunnen we dit niet. Kennelijk missen we nog een of meerdere factoren die de overige 75% verklaren en/of is een deel van het gedrag simpelweg onvoorspelbaar (dus ongedetermineerd).

	r^2 totaal	r^2 sociodemografie	r^2 beïnvloeders
Management van geld	0,25	0,06	0,19
Financieel plannen	0,31	0,17	0,14
Bewust beslissingen nemen	0,16	0,04	0,12

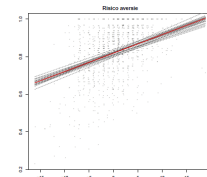
- Er zijn geen (correcte) vuistregels voor wat een goede of slechte verklaarde variantie is. Wel is duidelijk dat scores van boven de 30% in sociaal-wetenschappelijk onderzoek niet vaak worden gehaald, omdat de samenleving en menselijk gedrag zo complex is dat het niet volledig gedetermineerd wordt door maar enkele factoren. In die zin is de verklaringskracht in dit onderzoek (resp. 25, 31 en 16%) redelijk tot goed te noemen.

Basiswaarden en betrokkenheid de belangrijkste beïnvloeders van verantw. financieel gedrag

- Voor alle drie de componenten blijken *basiswaarden* en *betrokkenheid* bij persoonlijke financiën de belangrijkste beïnvloeders. De in dit onderzoek meegenomen basiswaarden raken aan verschillende aspecten zoals risico's nemen, luxueus leven en openstaan voor verandering. We vatten deze basiswaarden samen met de term *behoudendheid*.
- Op de volgende pagina's worden de beïnvloeders en hun invloed besproken. Aan het eind van de resultatensectie zijn de drie belangrijkste beïnvloeders uitgesplitst naar inkomen en werksituatie, de twee belangrijkste achtergrondkenmerken.



Op de volgende pagina's is de samenhang tussen de componenten van verantwoord financieel gedrag en de beïnvloeders weergegeven in figuren zoals hiernaast. Op de y-as is de score op de schaal van de component weergegeven, variërend van minimaal 0 tot maximaal 1, waarbij een hogere score op de schaal aangeeft dat men meer financieel verantwoord gedrag vertoont. Op de x-as is de score op de schaal van de betreffende beïnvloeder weergegeven. Elke beïnvloeder heeft zijn eigen schaal, afhankelijk van het aantal variabelen en antwoordopties dat binnen de schaal valt. Hoe hoger de score op de schaal van de beïnvloeder, des te meer de respondent behoudend resp. betrokken is.

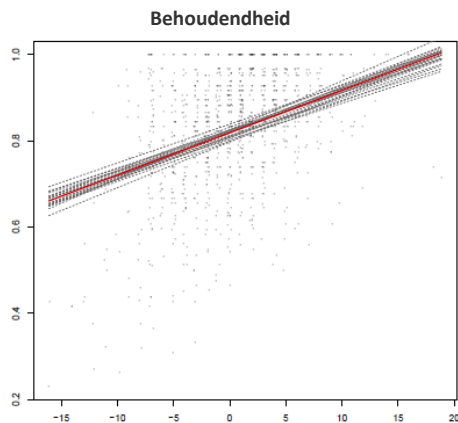


* Negatief verband

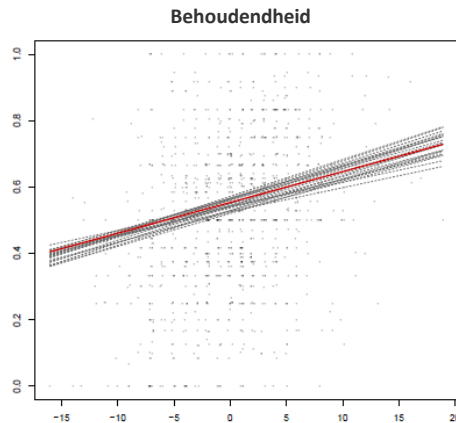
‘Basiswaarden’ is een belangrijke beïnvloeder van verantwoord financieel gedrag

- Op basis van de stellingen omtrent basiswaarden is een schaal voor behoudendheid opgesteld. Deze schaal vertoont een sterke positieve samenhang met twee van de drie componenten van verantwoord financieel gedrag. Consumenten die meer behoudend zijn, vertonen meer verantwoord gedrag op het gebied van management van geld en financieel plannen.
- Met de derde component, bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten, vertoont deze schaal juist een zwakke negatieve samenhang: het zijn de consumenten die iets minder behoudend zijn, die bewust beslissingen nemen ten aanzien van hun financiële producten.

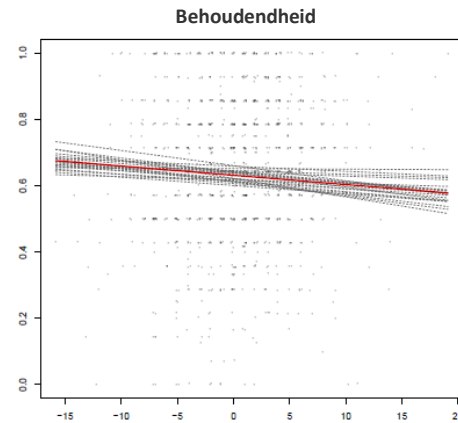
Management van geld



Financieel plannen



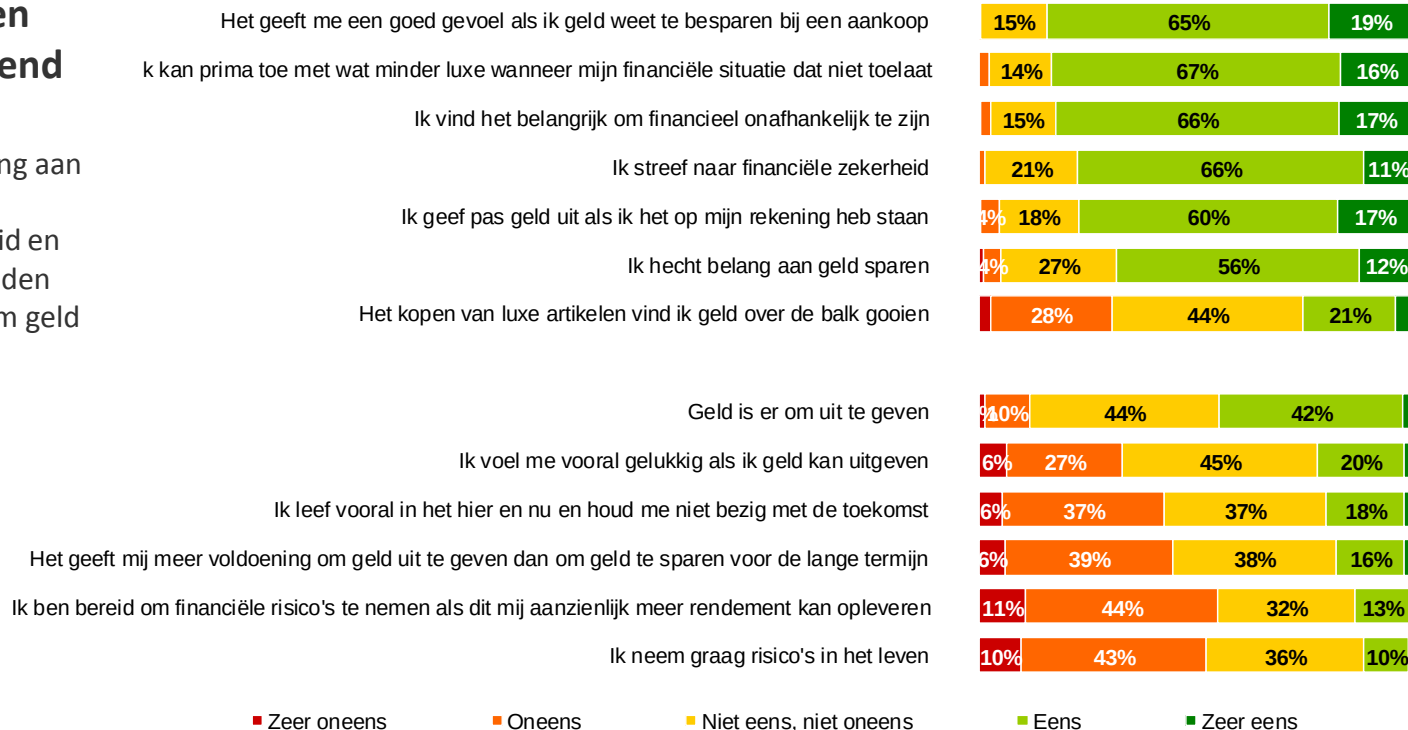
Bewust beslissingen nemen t.a.v. financiële producten



De meeste consumenten zijn behoudend

Zij hechten belang aan financiële onafhankelijkheid en zekerheid en vinden het belangrijk om geld te (be)sparen.

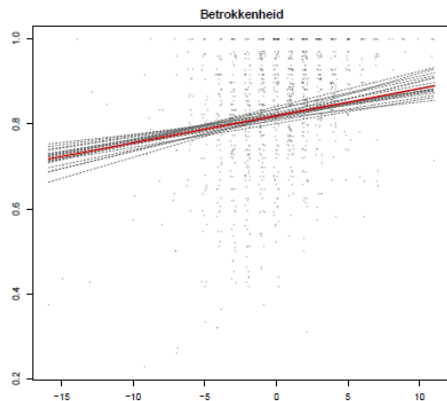
In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen? (n=1.042)



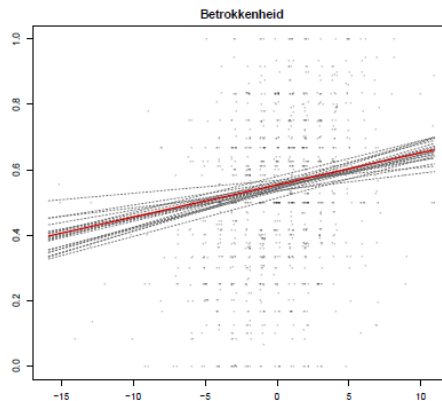
‘Betrokkenheid’ is een belangrijke beïnvloeder van verantwoord financieel gedrag

- De beïnvloeder ‘betrokkenheid bij persoonlijke financiën’ hangt met name sterk samen met de component ‘bewust beslissingen nemen ten aanzien financiële producten’. Consumenten die meer betrokken zijn bij hun financiële situatie, nu en in de toekomst, nemen ook bewuster beslissingen ten aanzien van hun financiële producten.
- Ook met de andere twee componenten van verantwoord financieel gedrag– management van geld en financieel plannen – vertoont de beïnvloeder betrokkenheid een sterke positieve samenhang: betrokken consumenten doen meer op het gebied van management van geld en financieel plannen.

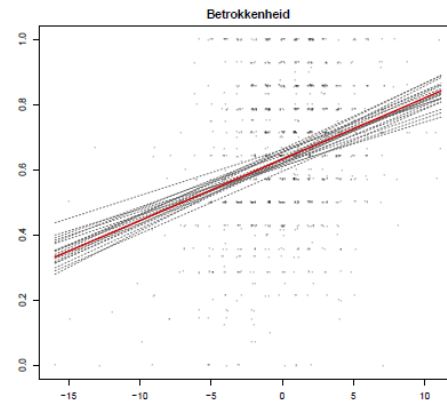
Management van geld



Financieel plannen



Bewust beslissingen nemen
t.a.v. financiële producten

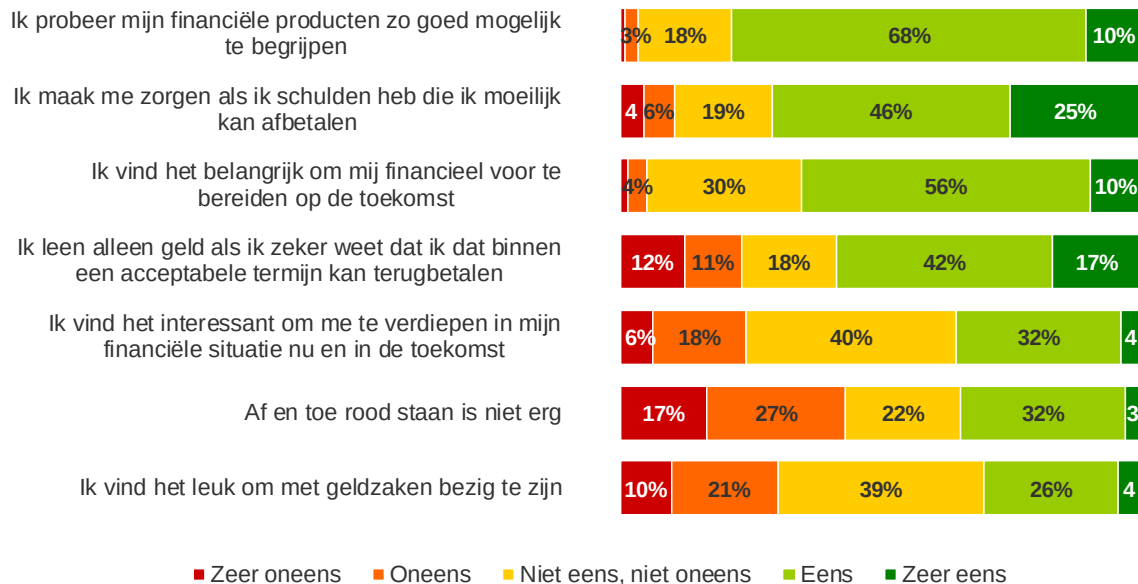


Consumenten vinden het belangrijk maar niet leuk om zich bezig te houden met hun financiën

De meesten vinden het belangrijk om hun financiële producten te begrijpen en om zich financieel voor te bereiden op de toekomst. Schulden vermijdt men liever en rood staan vinden velen niet acceptabel.

Veel consumenten houden zich echter vooral uit noodzaak bezig met hun financiën. Velen vinden het niet zo interessant en leuk.

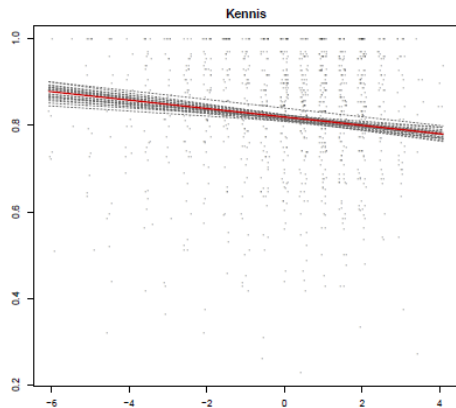
In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen? (n=1.042)



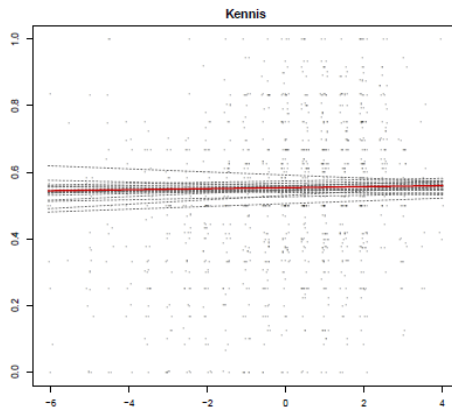
‘Kennis en begrip’ is een zwakke beïnvloeder van management van geld en bewust beslissen

- Kennis hangt enigszins negatief samen met management van geld. Consumenten die meer financiële kennis en begrip hebben, zijn dus iets minder bedreven in het management van geld. Dit resultaat is anders dan verwacht en valt lastig te duiden. Het kan zijn dat financiële kennis in deze meting niet goed genoeg is gemeten.
- Ook met bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten is een lichte samenhang zichtbaar, maar deze is positief: mensen met meer kennis, gaan bewuster om met financiële beslissingen. Verbetering van financiële kennis pakt dus goed uit - al is het verband zwak - voor het nemen van goede beslissingen ten aanzien van financiële producten.

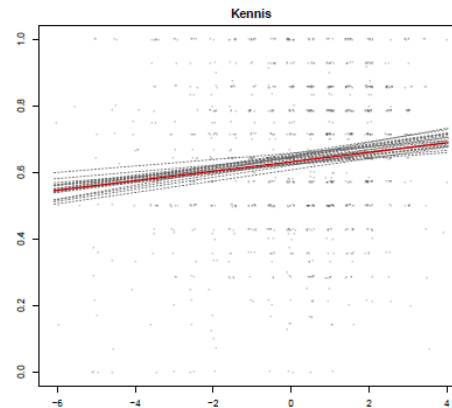
Management van geld



Financieel plannen



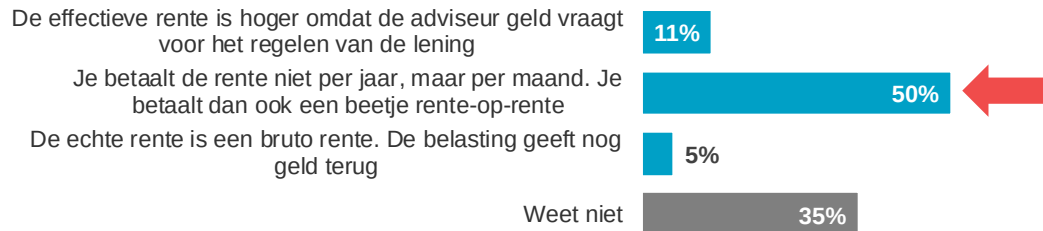
Bewust beslissingen nemen
t.a.v. financiële producten



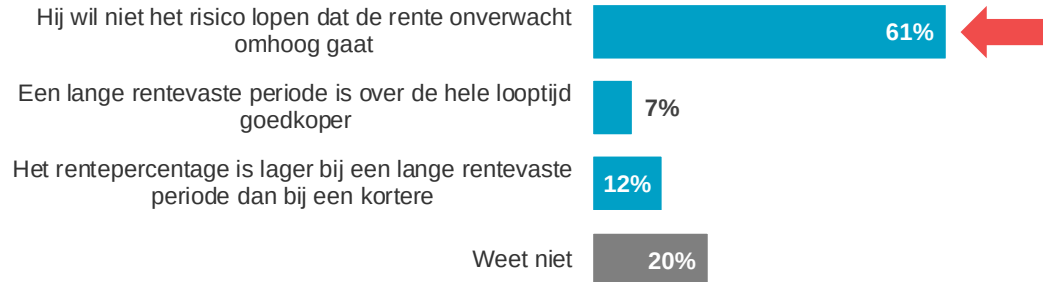
Consumenten hebben een redelijk begrip van de werking van rente

50% beantwoordt de vraag over effectieve rente correct en 61% de vraag over een rentevaste periode. Er zijn echter ook veel consumenten die deze vraag niet weten te beantwoorden (respectievelijk 35% en 20%).

Stel dat u in de krant een advertentie leest voor een persoonlijke lening waarin vermeld wordt dat de rente 12% per jaar is. Maar er staat ook dat de effectieve rente 12,68% is. De effectieve rente is de rente die je echt moet betalen. Waarom is de effectieve rente hoger?



Stel dat een kennis een huis heeft gekocht. Hij betaalt dat met een hypotheek en kiest voor een lange rentevaste periode. Waarom doet die kennis dat? (n=1.042)

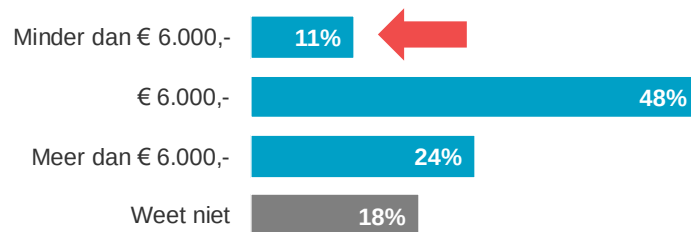


Men heeft moeite met het concept van een lager rentebedrag bij voortijdig aflossen

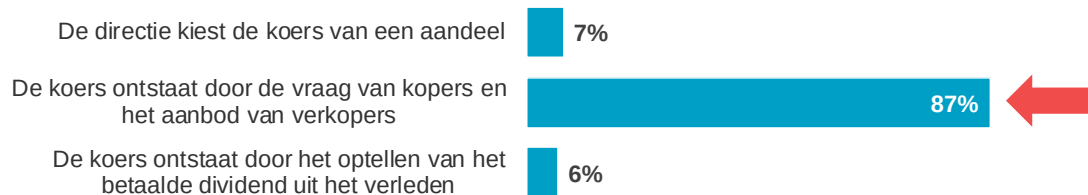
Slechts 11% weet dat bij voortijdig aflossen van een boetevrije lening minder hoeft worden betaald dan oorspronkelijk afgesproken doordat het te betalen rentebedrag dan lager uitvalt.

Het begrip van het ontstaan van aandelenkoersen is wel groot. 87% weet dat de koers wordt gebaseerd op vraag en aanbod.

Stel dat uw kennis een tijd geleden ook een persoonlijke lening heeft afgesloten van € 10.000,-. Hij moet in totaal nog € 6.000,- betalen aan aflossing van de lening en de rente. Hij wil de lening eerder aflossen dan afgesproken. De kennis mag de lening boetevrij aflossen. Hoeveel moet hij terugbetalen als hij de lening nu aflost?



Uw kennis heeft ook aandelen. Zijn beleggingsadviseur vertelt dat de koers van zijn aandelen omhoog is gegaan. Hoe ontstaat de koers van een aandeel? (n=1.042)



Consumenten begrijpen het effect van inflatie

Zij beseffen dat hun geld door inflatie minder waard wordt en dat de kosten van levensonderhoud toenemen. De 19% die aangeeft dat het afhangt van wat zij willen kopen, heeft het niet per definitie fout. In de tussentijd kan de prijs van het betreffende product gedaald zijn, waardoor zij ondanks de inflatie nog steeds hetzelfde kunnen kopen of zelfs meer.

Driekwart is zich ervan bewust dat beleggingen met een hoog rendement waarschijnlijk risicovol zijn.

Stel dat u een jaar lang € 100,- in een envelop bewaart. De inflatie over dat jaar is 2%.
Wat kunt u aan het eind van dat jaar kopen van dat geld? (n=1.042)



Welke van onderstaande uitspraken zijn volgens u waar? (n=1.042)

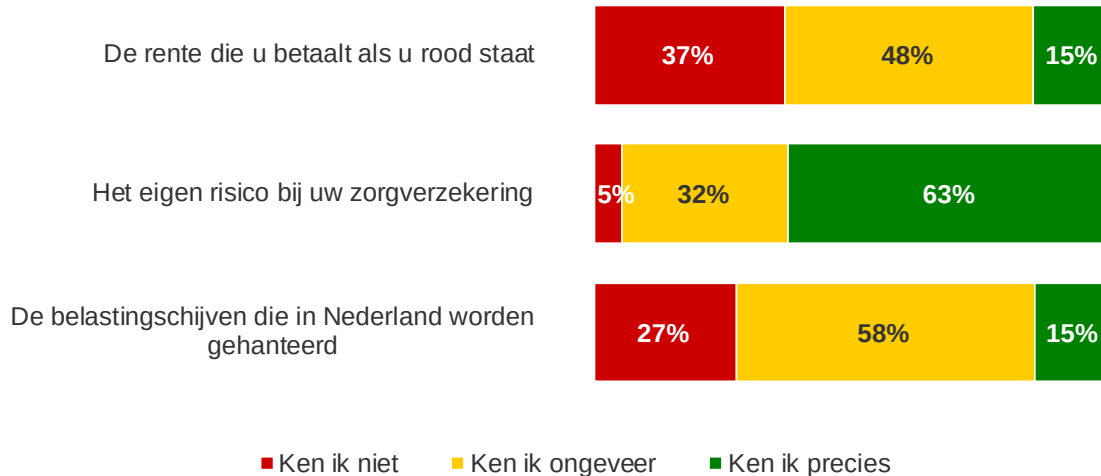


■ Waar ■ Niet waar ■ Weet niet

Rente bij rood staan met name bekend bij degenen die daar ervaring mee hebben

15% weet exact hoeveel rente zij betalen voor rood staan. De consumenten die hier in de afgelopen 12 maanden ervaring mee hadden, zijn beter op de hoogte van de rente die zij daarvoor betalen dan de respondenten die niet rood hebben gestaan (62% vs. 36% weet dit ongeveer en 17% vs. 13% weet dit precies).

In hoeverre kent u de hoogte van? (n=1.042)

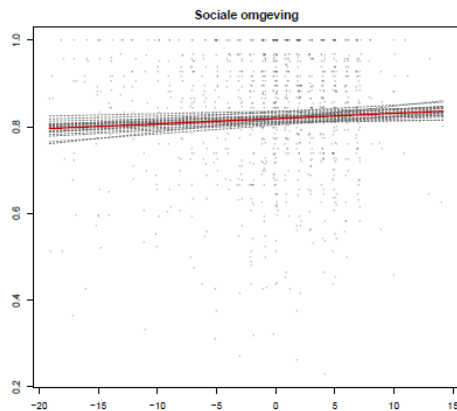


- Consumenten hebben over het algemeen wel een gevoel bij de hoogte van hun eigen risico bij hun zorgverzekering.
- 15% van de consumenten zegt de belastingschijven die in Nederland gehanteerd worden precies te kennen, 58% ongeveer en 27% niet.

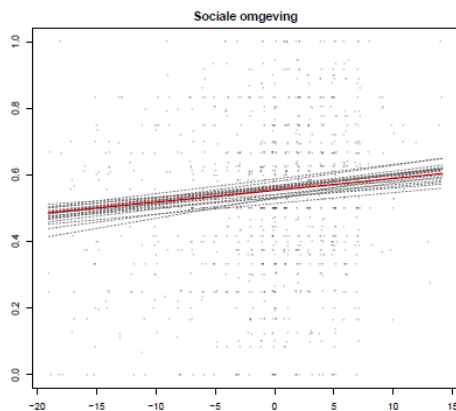
‘Sociale omgeving’ geen sterke beïnvloeder van verantwoord financieel gedrag

- De mate waarin men de bij de eigen financiën naar de eigen sociale omgeving kijkt, is geen belangrijke beïnvloeder van de mate waarin men daadwerkelijk verantwoord financieel gedrag vertoont. Voor alle drie de dimensies van verantwoord financieel gedrag is geen duidelijke samenhang gevonden met deze beïnvloeder.

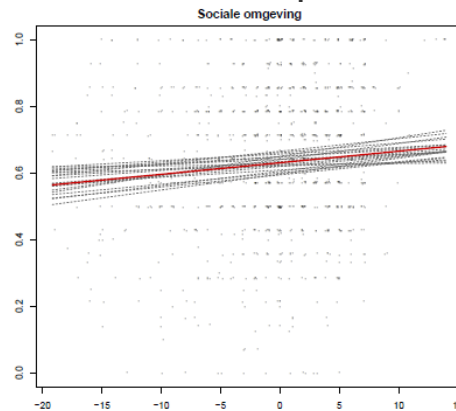
Management van geld



Financieel plannen



Bewust beslissingen nemen
t.a.v. financiële producten

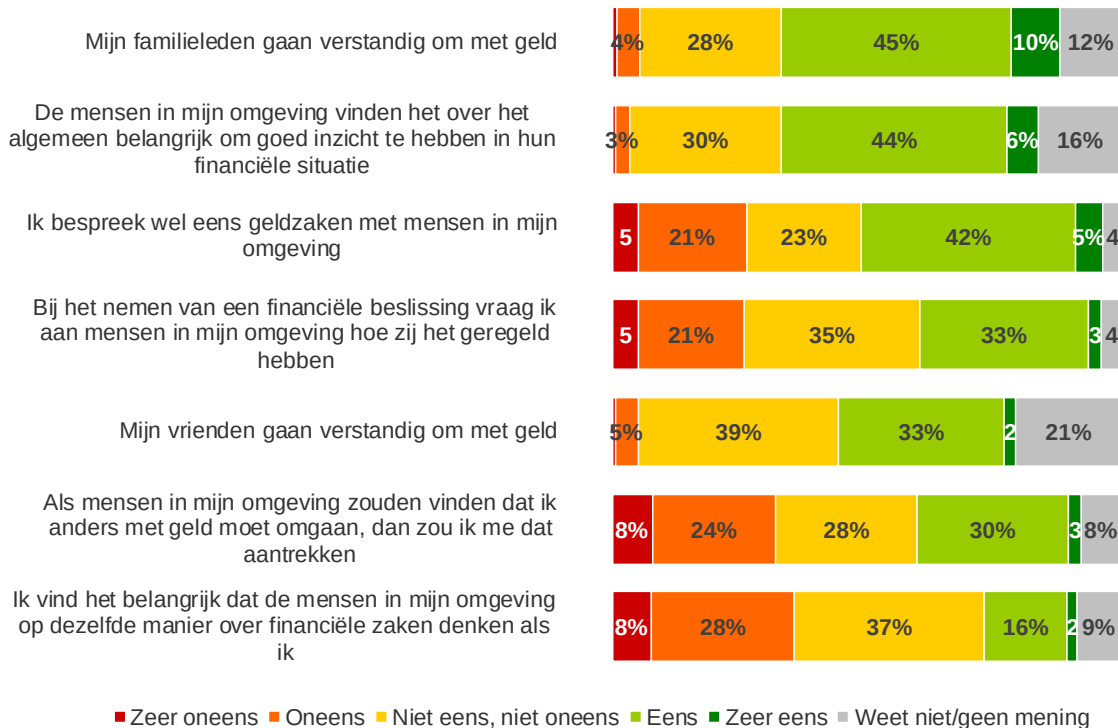


Sommige consumenten zijn gevoeliger voor het oordeel van hun omgeving dan andere

Een derde trekt zich kritiek van hun omgeving op hun omgang met geld, aan. Een derde maakt dat niet uit. Consumenten hechten ook wisselend belang aan een gelijke houding ten aanzien van financiën.

Men vindt het lastig om te beoordelen hoe familieleden en met name vrienden omgaan met financiële zaken, maar veelal schatten ze in dat anderen verstandig met geld omgaan. Het is een onderwerp waar velen ook niet met anderen over praten.

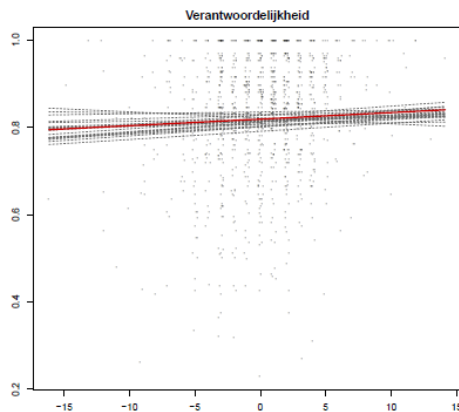
In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen? (n=1.042)



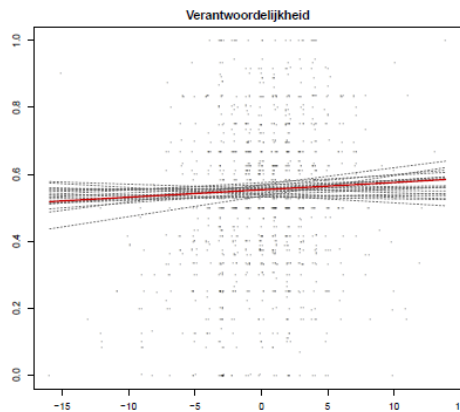
‘Verantwoordelijkheid’ geen sterke beïnvloeder van verantwoord financieel gedrag

- De mate waarin men de verantwoordelijkheid voor verantwoord financieel gedrag bij zichzelf of bij een ander legt, is geen belangrijke beïnvloeder van de mate waarin men daadwerkelijk verantwoord financieel gedrag vertoont. Voor alle drie de dimensies van verantwoord financieel gedrag is geen samenhang gevonden met het verantwoordelijkheidsgevoel.

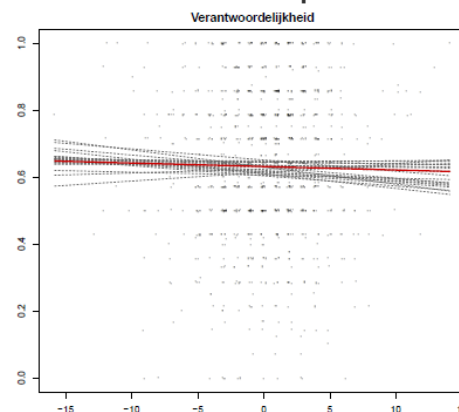
Management van geld



Financieel plannen



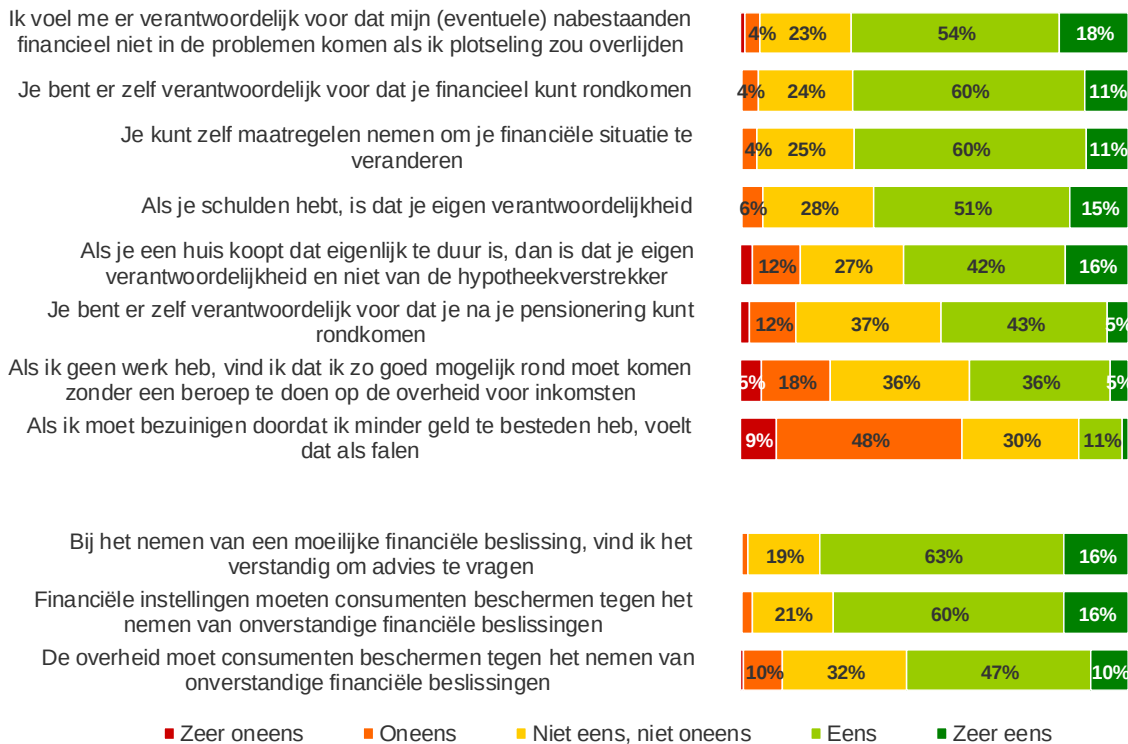
**Bewust beslissingen nemen
t.a.v. financiële producten**



Verantwoorde financiële situatie is gedeelde verantwoordelijkheid

De meeste consumenten achten zichzelf verantwoordelijk en capabel om hun eigen financiën goed op orde te hebben en houden. Zij verwachten echter wel dat financiële instellingen en in iets mindere mate ook de overheid hen beschermen tegen onverstandige financiële beslissingen. Uit aan aanvullende analyse blijkt overigens dat mensen die zichzelf verantwoordelijk achten dat ze kunnen rondkomen na hun pensioen ook vaker maatregelen daarvoor hebben getroffen. Dit verband vinden we niet als het gaat om verantwoordelijkheid bij werkloosheid: werkenden die geen beroep willen doen op de overheid als ze zonder werk zitten, hebben niet vaker maatregelen getroffen om in zo'n geval in hun inkomen te kunnen voorzien.

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen? (n=1.042)



Basiswaarden

- Consumenten met een boven modaal inkomen verschillen op diverse punten van consumenten met een beneden modaal inkomen. Zij zijn vaker van mening dat geld er is om uit te geven (49% vs. 37% beneden modaal). Maar wanneer hun financiële situatie het niet toelaat, kunnen ze naar eigen zeggen prima toe met wat minder luxe (89% vs. 82%). De veelverdieners streven relatief vaak naar financiële zekerheid (81% vs. 72%) en hechten belang aan geld sparen (75% vs. 57%), maar zijn daarbij wel vaker bereid om financiële risico's te nemen als hen dat aanzienlijk meer rendement kan opleveren (16% vs. 10%).
- Consumenten met een beneden modaal inkomen geven relatief vaak aan dat zij vooral in het hier en nu leven (26% vs. 18%). Wel gaan zij voorzichtiger om met hun geld: 81% geeft geld pas uit als het op hun rekening staat (vs. 74% van de veelverdieners) en het kopen van luxe artikelen beschouwen zij relatief vaak als geld over de balk gooien (41% vs. 22%).

Betrokkenheid bij persoonlijke financiën

- Consumenten met een bovenmodaal inkomen zijn meer betrokken bij hun persoonlijke financiën dan consumenten met een beneden modaal inkomen. Zij vinden het vaker interessant om zich te verdiepen in hun financiële situatie nu en in de toekomst (42% vs. 27%) en vinden het vaker leuk om met geldzaken bezig te zijn (36% vs. 23%). Zij hechten er ook meer belang aan om zich financieel voor te bereiden op de toekomst (74% vs. 52%). Maar af en toe rood staan vinden zij niet zo erg (42% vs. 31%).
- Consumenten met een bovenmodaal inkomen lenen vaak alleen geld als ze zeker weten dat ze dat binnen een acceptabele termijn kunnen terugbetalen (65% vs. 55% van de laagste inkomens). Consumenten met een modaal inkomen maken zich het vaakst zorgen als zij schulden hebben die zij moeilijk kunnen afbetalen (81%, tegen 71% totaal).

Basiswaarden

- ZGP'ers zijn het minst behoudend. Zij zijn relatief vaak bereid om financiële risico's te nemen als dat hen aanzienlijk meer rendement kan opleveren (34%, tegen 13% van de totale bevolking) en de stelling 'ik neem graag risico's in het leven' wordt door hen het minst vaak ontkend (31% doet dit maar tegen 53% totaal). ZGP'ers geven verder relatief weinig aan dat zij geld pas uitgeven wanneer het op hun rekening staat (61% vs. 77%) en dat het hen een goed gevoel geeft als zij geld weten te besparen bij een aankoop (74% vs. 84% totaal).
- ZGP'ers hechten relatief weinig belang aan geld sparen (56% tegen 68% totaal). Zij zijn relatief vaak van mening dat geld er is om uit te geven (57% tegen 44%). Werkenden in loondienst vinden het wel heel belangrijk om geld te sparen (71%).

Betrokkenheid bij persoonlijke financiën

- ZGP'ers geven relatief vaak aan dat zij het leuk vinden om met geldzaken bezig te zijn (45% vs. 30% van alle Nederlanders). Zij staan meer afkering tegenover rood staan dan de andere doelgroepen. Slechts 27% is het er niet mee eens dat af en toe rood staan niet erg is (tegen 44% totaal).
- Werkenden in loondienst vinden het iets vaker belangrijk om zich financieel voor te bereiden op de toekomst dan (69% vs. 66% totaal).



Consumenten verwachten dat de huidige ontwikkelingen zich verder voortzetten

Consumenten die in de afgelopen maanden te maken hadden met een verslechtering van hun financiële situatie, verwachten relatief vaak dat hun situatie in de komende 12 maanden nog verder verslechtert (56%), terwijl de consumenten die een verbetering merkten, relatief vaak verwachten dat die verbetering verder doorzet (43%).

De financiële situatie van mijn huishouden is in de laatste 12 maanden ...
(n=1.042)



Ik verwacht dat de financiële situatie van mijn huishouden in de komende
12 maanden... (n=1.042)



	Ervoer verbetering	Ervoer gelijk blijven	Ervoer verslechtering
Verwacht verbetering	43%	9%	13%
Verwacht gelijk blijven	42%	75%	31%
Verwacht verslechtering	16%	16%	56%

Op basis van de uitkomsten van het onderzoek kan de vragenlijst voor een eventuele vervolgmeting worden ingekort. Vragen die niet in het model voor verantwoord financieel gedrag zijn opgenomen of die geen belangrijke beïnvloeder blijken te zijn, kunnen optioneel worden opgenomen. Indien deze vragen geen informatieve waarde hebben, kunnen ze worden verwijderd.

Verantwoord financieel gedrag	Beïnvloeders en overige vragen
- Vraag 1: stellingen zorgvuldigheid omgaan met financiën - Vraag 2: gebruik creditcard - Vraag 3: uitgaven in de gaten houden - Vraag 4: ervaring met betalingsherinnering - Vraag 5: ervaring met rood staan - Vraag 6: wat doet men bij meer uitgaven dan inkomsten? - Vraag 7: werkt men met budgetten? - Vraag 8: hulpmiddelen bij beheer financiën - Vraag 9a: wijze van sparen - Vraag 9b: doet men aan doelsparen? - Vraag 9c: spaardoelen - Vraag 10: potje voor onvoorziene uitgaven - Vraag 11.1: financieel voorbereid op pensionering - Vraag 11.2: financieel voorbereid op minder inkomsten uit arbeid - Vraag 11.3: financieel voorbereid op scheiding / uit elkaar gaan - Vraag 12a: genomen maatregelen - Vraag 12b: waarom geen maatregelen nemen? - Vraag 13: toekomstgerichtheid - Vraag 14: aanschaf eenvoudig financieel product (stelling 1 en 4) - Vraag 15: aanschaf complex financieel product (stelling 1 en 4) - Vraag 16: omgaan met financiële producten	- Vraag 17: kennis inflatie - Vraag 18: begrip effectieve rente - Vraag 19: begrip rentevaste periode - Vraag 20: kennis van aflossen - Vraag 21: kennis risico's hoog rendement en inflatie - Vraag 22: begrip aandelenkoersen - Vraag 23: kennis rente bij rood staan, eigen risico zorgverzekering, belastingschijven - Vraag 24: stellingen betrokkenheid - Vraag 25: stellingen verantwoordelijkheid - Vraag 26: stellingen basiswaarden - Vraag 27: stellingen sociale omgeving - Vraag 28: omvang buffer - Vraag 29: gemak rondkomen - Vraag 30: stabiliteit financiële situatie - Vraag 31: verwachte stabiliteit financiële situatie - Vraag 32: financiële situatie

Groen = in model/belangrijke beïnvloeder: behouden; Rood = niet in model/geen belangrijke beïnvloeder: optioneel

Hiernaast staan de scores op de drie schalen voor verantwoord financieel gedrag naar inkomen en werksituatie.

De gemiddelde schaalscores in de totale bevolking zijn 0,82 voor management van geld, 0,53 voor financieel plannen en 0,65 voor bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten.

Verantwoord financieel gedrag en inkomen

<i>Gemiddelde schaalscore</i>	Beneden modaal	Modaal	Boven modaal
Management van geld	0,84	0,80	0,81
Financieel plannen	0,43	0,53	0,62
Bewust beslissingen nemen	0,64	0,64	0,66

Verantwoord financieel gedrag en werksituatie

<i>Gemiddelde schaalscore</i>	ZZP'er	Werkzaam in loondienst	Niet werkend
Management van geld	0,78	0,80	0,85
Financieel plannen	0,55	0,58	0,47
Bewust beslissingen nemen	0,61	0,64	0,65

Onderzoekstechnische informatie - kwantitatief

- Veldwerkperiode
 - Het veldwerk is uitgevoerd in de periode 18 juni t/m 2 juli 2013
- Methode respondentenselectie
 - Uit het StemPunt-panel van Motivaction
- Incentives
 - De respondenten hebben als dank voor deelname aan het onderzoek een kleine vergoeding ontvangen
- Weging
 - De onderzoeksdata zijn gewogen (zie ook bijlage gewogen en ongewogen data), daarbij fungeerde het Mentality-ijkbestand als herwegingskader. Dit ijkbestand is wat betreft sociodemografische gegevens gewogen naar de Gouden Standaard van het CBS
- Responsverantwoording online onderzoek
 - In de veldwerkperiode is aan 3.331 personen een uitnodigingsmail verstuurd. Op de slotdatum van het veldwerk (zie bij Veldwerkperiode) was het gewenste aantal vragenlijsten ingevuld en is de toegang tot de vragenlijst op internet afgesloten
- Bewaartermijn primaire onderzoeksbestanden
 - Primaire onderzoeksbestanden, zoals ingevulde schriftelijke vragenlijsten, notulen, beeld - en geluidsopnames worden door Motivaction tot 12 maanden na het afronden van het onderzoek bewaard
- Overige onderzoekstechnische informatie
 - Overige onderzoekstechnische informatie en een exemplaar van de bij dit onderzoek gehanteerde vragenlijst is op aanvraag beschikbaar voor de opdrachtgever

Ongewogen en gewogen data (1/2)

Kenmerken	Ongewogen		Gewogen	
	N	%	N	%
Leeftijd				
18 t/m 24 jaar	86	8%	112	11%
25 t/m 34 jaar	120	12%	166	16%
35 t/m 44 jaar	191	18%	203	19%
45 t/m 54 jaar	195	19%	208	20%
55 t/m 64 jaar	239	23%	186	18%
65 t/m 80 jaar	211	20%	167	16%
Opleidingsniveau				
Hoog (wo/hbo)	311	30%	254	24%
Middel (havo/vwo/mbo/mavo)	491	47%	519	50%
Laag (lbo/basisschool/geen opleiding)	240	23%	268	26%
Geslacht				
Mannen	540	52%	513	49%
Vrouwen	502	48%	529	51%

Kenmerken	Ongewogen		Gewogen	
	N	%	N	%
Regio				
3 grote gemeenten	115	11%	125	12%
West	293	28%	306	29%
Noord	123	12%	106	10%
Oost	242	23%	217	21%
Zuid	225	22%	249	24%
Randgemeenten	44	4%	40	4%
Aantal personen in huishouden				
1 persoon	247	24	203	19
2 personen	417	40	381	37
3 personen	129	12	173	17
4 personen	179	17	193	19
5 personen	48	5	67	6
6 of meer personen	20	2	25	5

Ongewogen en gewogen data (2/2)

Kenmerken	Ongewogen		Gewogen	
	N	%	N	%
Mentality				
Moderne burgerij	204	20%	233	22%
Opwaarts mobielen	130	12%	156	15%
Postmaterialisten	118	11%	94	9%
Nieuwe conservatieven	89	9%	91	9%
Traditionele burgerij	147	14%	135	13%
Kosmopolieten	145	14%	133	13%
Postmoderne hedonisten	111	11%	107	10%
Gemaksgeoriënteerden	98	9%	94	9%
Werkzaamheid				
ZZP'er	49	5%	74	7%
In loondienst	449	43%	516	50%
Niet werkend/overig	544	52%	452	43%

Kenmerken	Ongewogen		Gewogen	
	N	%	N	%
Inkomen				
Beneden modaal	382	48%	224	29%
Modaal	152	19%	62	8%
Boven modaal	257	32%	475	62%

Auteursrecht

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage – anders dan integrale publicatie – is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International B.V.

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

