

# Verantwoord financieel gedrag: de drie dimensies

Toelichting Publieksmonitor 2013



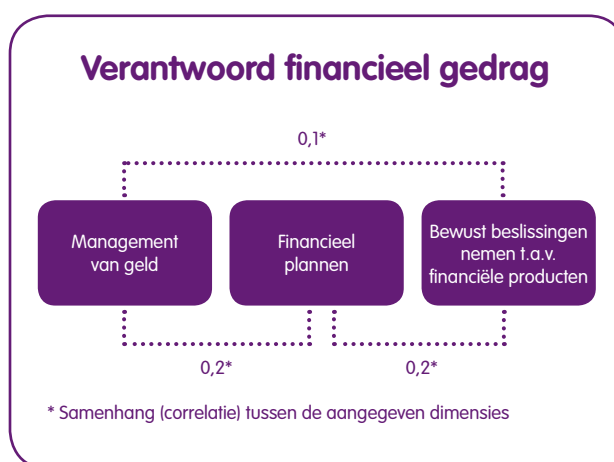
Wijzer in geldzaken meet sinds 2009 met de jaarlijkse publieksmonitor het financieel gedrag van de Nederlandse consument. Opvallend en/of onwenselijk financieel gedrag en trends kunnen hiermee worden gesignaleerd en bijdragen aan het beleid van professionals op het gebied van financiële educatie en schuldpreventie. Wijzer in geldzaken stelt verantwoord financieel gedrag komende jaren centraal. De opzet van de publieksmonitor is hierop aangepast en richt zich dit jaar op de vragen: uit welke dimensies bestaat verantwoord financieel gedrag en welke factoren zijn hierop van invloed? De vragenset die hiervoor gebruikt is, kan worden beschouwd als graadmeter voor het huidige financiële gedrag van de Nederlander. Het onderzoek is uitgevoerd door Motivaction en [hier](#) te raadplegen.

### Drie dimensies van verantwoord financieel gedrag

Het onderzoek heeft aangetoond dat verantwoord financieel gedrag niet als één dimensie kan worden benaderd, maar uit ten minste drie, vrijwel los van elkaar staande, dimensies bestaat. De drie dimensies zijn: 'management van geld', 'financieel plannen' en 'bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten'. Verantwoord gedrag in de ene dimensie betekent niet per sé verantwoord gedrag in de andere dimensies. Het onderzoek toont slechts een lichte samenhang tussen de drie dimensies aan.

Onder 'management van geld' wordt verstaan het kunnen rondkomen en controle houden op je inkomsten en uitgaven, onder 'financieel plannen' anticiperen op zekere en onzekere gebeurtenissen die invloed hebben op de huishoudfinanciën op zowel de korte als lange termijn, en onder 'bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten' het weloverwogen aanschaffen en evalueren van reeds aangeschafte financiële producten.

Deze drie dimensies zijn afgeleid van de vijf aspecten die de OESO hanteert bij het onderzoek naar financiële geletterdheid dat door een aantal aangesloten landen wordt uitgevoerd. Dit zijn (1) *financial control*, (2) *making ends meet*, (3) *financial planning*, (4) *choosing appropriate financial products* en (5) *financial knowledge and understanding*.<sup>1</sup> Een onderzoek in het Verenigd Koninkrijk staat hiervoor aan de basis<sup>2</sup> en ook het Nibud hanteert deze vijf competenties om financiële zelfredzaamheid te toetsen<sup>3</sup>. In onderstaand schema staat hoe de gedragsdimensies uit de Wijzer in geldzaken publieksmonitor zich verhouden tot de OESO competenties. Omdat het hebben van financiële *kennis en begrip* nog moet worden omgezet in daadwerkelijk verantwoord financieel *gedrag* (weten staat niet gelijk aan overeenstemmend doen of laten), is *kennis en begrip* in de publieksmonitor als beïnvloedingsfactor van gedrag onderzocht.



OESO	Publieksmonitor	Opmerkingen
(1) Financial control (2) Making ends meet	Management van geld	
(3) Financial planning	Financieel plannen	
(4) Choosing appropriate financial products	Bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten	
(5) Financial knowledge and understanding	-	Kennis en begrip zijn getypeerd als beïnvloeders van verantwoord financieel gedrag

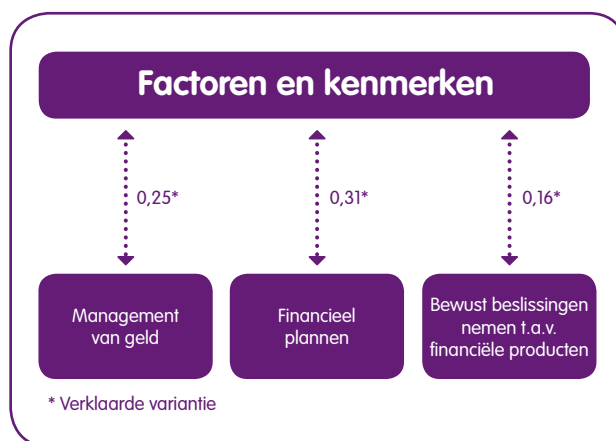
<sup>1</sup> <http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/measuringfinancialliteracy.htm>

<sup>2</sup> PM

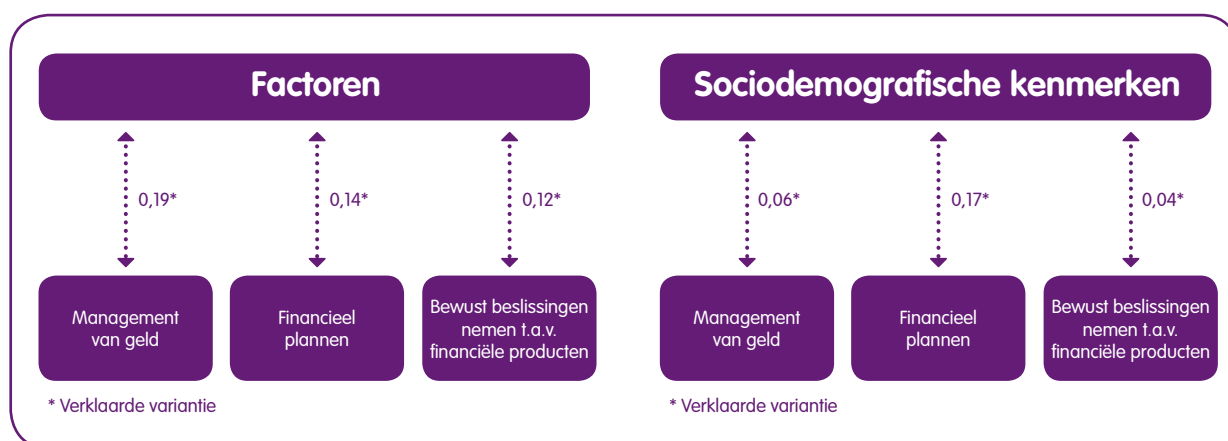
<sup>3</sup> [http://www.nibud.nl/fileadmin/user\\_upload/Documenten/PDF/2012/Goed\\_omgaan\\_met\\_geld.pdf](http://www.nibud.nl/fileadmin/user_upload/Documenten/PDF/2012/Goed_omgaan_met_geld.pdf)

## Invloed van persoonlijke factoren en sociodemografische kenmerken op financieel gedrag

Hiernaast is onderzocht in hoeverre bepaalde persoonlijke factoren en sociodemografische kenmerken het gedrag in de drie dimensies beïnvloeden en verklaren.<sup>4</sup> Voor wat betreft de persoonlijke factoren is aangesloten bij diegene die bekend zijn uit de sociaal-wetenschappelijke literatuur en afgeleid van het Mentality-model van Motivaction: *kennis en begrip, betrokkenheid, verantwoordelijkheid, basiswaarden en sociale omgeving*. Persoonskenmerken zoals intelligentie en karaktereigenschappen zijn hier niet in meegenomen.<sup>5</sup> De volgende sociodemografische kenmerken zijn voorts geanalyseerd: *leeftijd, opleiding, geslacht, inkomen en werksituatie*.



Uit dit onderzoek komt een behoorlijke tot vrij sterke samenhang tussen de persoonlijke factoren en sociodemografische kenmerken enerzijds en de drie dimensies van gedrag anderzijds naar voren. Dat betekent dat een verandering bij een consument van deze factoren en kenmerken waarschijnlijk ook een ander financieel gedrag van die consument tot gevolg heeft. Bij alle drie de dimensies heeft het dan vooral zin om de persoonlijke factoren te trachten te beïnvloeden. Bij de dimensie 'financieel plannen' geldt dit daarnaast ook voor de sociodemografische kenmerken. Dit zal echter in de praktijk lastiger te realiseren zijn..



Overigens geldt voor alle drie de dimensies dat er ook andere, niet in dit onderzoek meegenomen, sociodemografische kenmerken, persoonlijke factoren en persoonlijke eigenschappen zijn die het financiële gedrag beïnvloeden.<sup>6</sup> Dit geldt het meest voor de gedragsdimensie 'bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten, aangezien de minste samenhang bestaat tussen deze dimensie en de in de publieksmonitor onderzochte kenmerken en factoren. Hoeveel relevante niet-onderzochte kenmerken en factoren er zijn en hoe groot de invloed van elk van deze kenmerken en factoren is, is niet bekend.

<sup>4</sup> De causaliteit en de richting van de gevonden samenhang is niet met zekerheid te zeggen, maar dit onderzoek geeft wel een indicatie hiervoor.

<sup>5</sup> Zie ook uitgebreid de totstandkoming van de analyse van het ontstaan van financiële problemen door het Nibud: Madern, T., Van der Schors, A., Kans op financiële problemen, 2012, [http://www.nibud.nl/fileadmin/user\\_upload/Documenten/PDF/onderzoeken/2012/kans\\_op\\_financiële\\_problemen.pdf](http://www.nibud.nl/fileadmin/user_upload/Documenten/PDF/onderzoeken/2012/kans_op_financiële_problemen.pdf)

<sup>6</sup> Het is niet met absolute zekerheid te zeggen dat er andere factoren zijn. Onvoorspelbaarheid van het menselijk gedrag zou ook de resterende verklaring kunnen bieden.

## Basiswaarden en betrokkenheid van belang voor financieel gedrag

Voorts is onderzocht welke van de vijf persoonlijke factoren en de vijf sociodemografische kenmerken de meeste directe invloed hebben op de drie gedragsdimensies, oftewel welke factoren en kenmerken het getoonde financiële gedrag het meest verklaren.<sup>7</sup> Het blijkt voor alle drie de gedragsdimensies te gaan om de factoren ‘basiswaarden’ en ‘betrokkenheid’ en de sociodemografische kenmerken ‘inkomen’ en ‘werksituatie’. De kenmerken worden verderop toegelicht.

Bij ‘basiswaarden’ wordt gemeten hoe behoudend iemand is op het terrein van risico’s nemen, levensstijl en openstaan voor veranderingen. Opvallend hierbij is dat toenemende behoudendheid een *licht negatieve* samenhang vertoont met de dimensie ‘bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten’, terwijl het een *sterk positieve* samenhang vertoont met de twee andere dimensies. Overigens blijkt de Nederlander volgens het onderzoek een behoorlijk behoudende waardeoriëntatie te hebben. Dit geldt in beduidend mindere mate voor ZZP’ers.

Onder de factor ‘betrokkenheid’ wordt verstaan: interesse in de eigen geldzaken, probleembesef en de wens om de eigen financiële situatie te verbeteren. Deze factor hangt het meest samen met de dimensie ‘bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten’ en het minst met ‘management van geld’. Het onderzoek biedt hier geen verklaring voor, maar het kan zijn dat de dimensies ‘bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten’ en ‘financieel plannen’ een grotere inspanning en actievere opstelling vergen van de consument, waarvoor meer betrokkenheid en een groter gevoel van noodzaak nodig is. Jungmann heeft reeds eerder betrokkenheid in verband gebracht met de *motivatie* en het *openstaan voor informatieoverdracht*.<sup>8</sup> Positief is overigens dat de meerderheid van de respondenten zich betrokken toont bij zijn persoonlijke financiën. Niettemin vindt een derde het niet leuk om zich hiermee bezig te houden, wordt af en toe rood staan door 44% niet erg gevonden en is bijna een kwart het niet eens met de stelling dat hij of zij alleen geld leent als diegene zeker weet dat hij/zij de lening binnen een acceptabele termijn kan terugbetalen. Consumenten met een bovenmodaal inkomen zijn daarnaast meer betrokken bij hun persoonlijke financiën dan consumenten met een benedenmodaal inkomen.

## Kennis en begrip hebben minder invloed op verantwoord financieel gedrag

Opvallend is verder dat de factor ‘kennis en begrip’ een beperkte verklaring biedt voor het tonen van verantwoord financieel gedrag. Hierbij de kanttekening dat dit samen kan hangen met de gekozen vraagstelling in dit onderzoek en dat niet onderzocht is hoe kennis invloed heeft op de verschillende kenmerken en factoren (zoals betrokkenheid) en dus *indirect* op het gedrag. Ook is opmerkelijk dat de factor kennis *licht negatieve* invloed heeft op de dimensie ‘management van geld’: meer kennis leidt dus tot een licht daling op de score verantwoord management van geld. Een verklaring hiervoor blijkt niet uit het onderzoek. Mogelijk is er een samenhang met de eveneens interessante uitkomst dat consumenten met een hoger inkomen ook op onderdelen lager scores op de dimensie ‘management van geld’.<sup>9</sup> Tot slot bieden de factoren ‘sociale omgeving’ en ‘verantwoordelijkheid voor de eigen financiën’ respectievelijk nauwelijks tot geen verklaring voor het gedrag in de verschillende dimensies.

### Persoonlijke factoren van invloed op financieel gedrag



<sup>7</sup> Het kan immers zo zijn dat een factor (/kenmerk) wel een grote samenhang vertoont met het financiële gedrag, maar dat die factor weer in grote mate wordt bepaald door een andere factor (/kenmerk) die eveneens een grote samenhang met het financiële gedrag vertoont. Het heeft dan vooral zin om de laatste factor te proberen te beïnvloeden.

<sup>8</sup> Jungmann, pagina 17 e.v.

<sup>9</sup> Dat is weer mogelijk te verklaren doordat consumenten met een hoger inkomen minder noodzaak voelen of hebben om zich bezig te houden met hun inkomsten en uitgaven.

## Sociodemografische kenmerken: vooral inkomen en werksituatie van belang

Van de sociodemografische kenmerken blijken *inkomen* (beneden modaal, modaal, boven modaal) en *werksituatie* (loondienst, ZZP'er, niet-werkzaam) de belangrijkste beïnvloeders te zijn van het financieel gedrag.

De verschillen uit zich vooral tussen de verschillende inkomensgroepen in het financieel plangedrag (meer inkomen vertaalt zich in betere financiële planning). De invloed van de werksituatie op het financieel gedrag verschilt per dimensie: niet-werkenden scoren bijvoorbeeld minder goed op de dimensie 'financieel plannen' maar beter op de dimensie 'management van geld'. Opvallend is dat ZZP'ers over vrijwel alle dimensies minder goed scoren. Een andere interessante uitkomst is dat werkenden in loondienst relatief vaak zeggen goed voorbereid te zijn op (mogelijke) levensgebeurtenissen *zonder* hiervoor maatregelen te hebben genomen.

### Conclusie

Concluderend kan gesteld worden dat om verantwoord financieel gedrag te bevorderen in ieder geval aandacht aan drie verschillende dimensies moet worden besteed: verantwoord management van geld, financieel plannen en bewust beslissingen nemen ten aanzien van financiële producten. Het onderzoek heeft in kaart gebracht dat het per dimensie zinvol is om te werken aan de factoren 'betrokkenheid' en 'basiswaarden'. Zeker een factor als 'betrokkenheid' is geen statisch gegeven. Dit kan bijvoorbeeld ontstaan als gevolg van een (ingrijpende) gebeurtenis als een scheiding of kopen van een huis. Daarnaast blijkt iemands inkomen en de werksituatie medebepalend te zijn voor het verantwoord financieel gedrag, en dan met name voor verantwoord financieel plannen. Hoewel het lastig zal zijn om deze kenmerken te beïnvloeden, kan het wel nuttige informatie zijn om bij voorgenomen interventies bijvoorbeeld de doelgroep te bepalen. De wijze waarop deze factoren en kenmerken het beste beïnvloed kunnen worden, is in dit onderzoek niet onderzocht. In platformverband zal nader bekeken worden hoe dit onderzoek mogelijk geconcretiseerd kan worden.

### Sociodemografische kenmerken van invloed op financieel gedrag

