



Roger Peverelli

Roger Peverelli is partner bij VODW en gespecialiseerd in strategie en innovatie in financiële dienstverlening. Hij werkt voor banken, verzekeraars en asset managers in binnen- en buitenland en is een veel gevraagd spreker op conferenties en boardroom sessies.



Reggy de Feniks

Reggy de Feniks is founding partner bij 9senses strategy consultants in Barcelona, de partner van VODW in Spanje. Ook hij werkt internationaal voor veel ondernemingen in de financiële sector.

FINANCIËLE GELETTERD- HEID BEGINT IN MONEYVILLE

Danske Bank Group is de grootste financiële dienstverlener van Denemarken, en één van de grootste van Noord Europa. In de loop van 2008 lanceerde de bank een uitgebreid Financial Literacy Programme, gericht op het leggen van een basis voor een gezond financieel begin van het volwassen leven. Het programma wordt ondersteund door onderwijsmateriaal, specifieke diensten, producten en evenementen om financiële kennis en vaardigheden te bevorderen. Bovendien startte de bank een continu onderzoeksprogramma om een beter begrip te krijgen van de uitdagingen en mogelijkheden van financiële geletterdheid. Het totale programma is met voorsprong dé best practice op dit gebied. Een gesprek met Mads Helleberg Dorff Christiansen, senior manager corporate affairs en verantwoordelijk voor het programma.

tekst: Roger Peverelli en Reggy de Feniks

Wat was de aanleiding voor het Financial Literacy Programme?

"In 2008 deden we een onderzoek onder 18- en 19-jarigen in onze belangrijkste markten: Denemarken, Finland, Zweden, Noorwegen, Noord-Ierland en Ierland. Wat bleek is dat ongeveer de helft van deze jonge volwassenen niet wist niet wat rente is, en zo'n 30% wist niet dat leningen niet gratis zijn. Schokkende cijfers natuurlijk. Als financiële dienstverlener vonden wij het logisch vanuit onze expertise een bijdrage te leveren aan het verbeteren van dit soort kennis, en bij voorkeur op jonge leeftijd. Onderzoek heeft aangetoond dat het veel makkelijker is bij iemand gezonde gewoontes te ontwikkelen als je daar zo jong mogelijk mee begint. Ook wat financiële geletterdheid betreft. Daarom besloten we ons Programma primair te richten op de volgende

generatie klanten, te beginnen met de jongste kinderen.

We hebben vervolgens onderzoek gedaan onder ouders van 5- tot 7-jarigen in onze belangrijkste markten. Daaruit bleek dat 93% van de kinderen al vragen over geld begint te stellen vóór zij zes zijn. Slechts een kwart van de ouders denkt dat hun kind begrijpt waar geld vandaan komt, en dat het ene product meer waard is dan het andere. En last but not least dacht 92% van de ouders dat hun kind er baat bij zou hebben er meer over te weten. Op basis van dit onderzoek zijn we begonnen met de ontwikkeling van de eerste stap in ons programma: Moneyville."

Wat is Moneyville?

"Moneyville is een leuke, educatieve website voor 5 tot 9-jarigen die kinderen kennis laat maken met waar



geld vandaan komt, wat de waarde van geld is, dat je prioriteiten moet stellen en vaak moet kiezen, en wat sparen is. Door verschillende taken uit te voeren, zoals het naar waarde rangschikken van pakketjes, het aanschaffen van spulletjes in een winkel, en een gezin te helpen prioriteiten te stellen bij inkomsten en uitgaven, worden kinderen bewust gemaakt van geld verdienen, en hoe ze besluiten kunnen nemen over uitgaven of sparen.

Kinderen kunnen zelfstandig met Moneyville spelen, maar we moedigen ouders en onderwijzers op allerlei manieren aan de principes met hun kinderen te bespreken. Uit onze onderzoeken weten we dat ouders vinden dat zij de eerste verantwoordelijkheid hebben om vooral de jongste kinderen wegwijst te maken in het omgaan met geld. Om ouders daarbij te ondersteunen bieden we op de websites speciaal materiaal aan dat hen begeleidt bij hun gesprekken met de kinderen over geld."

Is Moneyville een succes?

"Ja! Eerlijk gezegd zijn we allemaal enigszins overweldigd, en zeker ook gevluid, door het succes. In het eerste jaar had Moneyville meer dan 800.000 inschrijvingen, en dat ligt enkele honderden procenten boven wat we hadden verwacht. We hebben verschillende prijzen gewonnen, en in een evaluatie onder ouders en onderwijzers is het uiterst positief beoordeeld."

Wat doen jullie voor oudere kinderen?

"Moneyville was de eerste stap van het programma. In 2009 hebben we ook een website ontwikkeld voor kinderen van 10 tot 15 jaar oud, uitsluitend voor gebruik in scholen. Als basis voor Control Your Money, zoals dit deel van het programma heet, hebben we opnieuw uitgebreid onderzoek gedaan onder 10-15 jarigen en hun wiskundeleraren in onze zes belangrijkste markten. Daaruit bleek dat 84% van de leerlingen geïnteresseerd waren in les op school over geld, en dat 96% van de wiskundeleraren het relevant vonden hun leerlingen tussen de 10 en 15 jaar te onderwijzen over het omgaan met geld. Niettemin

vroeg 91% van de leraren om beter onderwijsmateriaal - en 88% zelfs om een bijscholingcursus voor leraren over persoonlijk geldbeheer. De conclusie is in ieder geval dat zowel leerlingen als leraren een enorme behoefte hebben aan materiaal over financiële geletterdheid."

Wat is Control Your Money?

"Control Your Money is een website die bedoeld is om basale kennis van financiële zaken te bevorderen onder die 10- tot 15-jarige leerlingen, en om hun leraren te voorzien van de noodzakelijke lesstof over financiële geletterdheid. De site bestaat uit acht 'missies': financiële en wiskundige opdrachten die deel uitmaken van de bestaande lesstof. Bijvoorbeeld het maken van een begroting, prioriteiten stellen bij aanschaffen, en het maken van berekeningen. Naast de acht missies kunnen de studenten in de 'Real Deal'-sectie jaarlijks een klassenproject opzetten, zoals het organiseren van een schoolreis, een feest, of een liefdadigheidsproject. Dit stelt ze in staat hun theoretische financiële kennis in de praktijk toe te passen."

Zijn leraren op school wel in staat om 'financiële geletterdheid' te onderwijzen?

"Om leraren te helpen dit in hun onderwijsprogramma op te nemen, hebben we de Teaching Financial Literacy website ontwikkeld. Dat is een website met cursussen en artikelen met voorbeelden van financiële raakpunten in het leven van kinderen en jongeren, onderwijstips, enzovoort. Zo hopen we leraren zowel te inspireren als te motiveren, en hen alle nodige bagage aan te reiken om financiële geletterdheid in hun lessen op te kunnen nemen. De site is vooral gericht op onderwijzers van leerlingen tussen de 5 en 15 jaar oud."

We zien het logo van Danske Bank Group nergens ...

"Omdat Moneyville en Control Your Money gericht zijn op kinderen wilden we geen reclame-uitingen, logo's of kleurstellingen gebruiken die met de bank kunnen worden geassocieerd. Er zijn ook geen links naar onze



commerciële websites. Alleen in de secties die bestemd zijn voor leraren en ouders geven we aan dat de websites zijn ontwikkeld door Danske Bank Group.”

Hoe hebben jullie deze educatieve websites ontwikkeld?

“Dat hebben we zeker niet allemaal zelf gedaan. We hebben gebruik gemaakt van meer dan 40 experts op het gebied van media, kinderpsychologie en onderwijs uit Denemarken, Finland, Zweden, Noorwegen, Noord-Ierland en Ierland. We wilden absoluut waarborgen dat de websites relevant en toepasbaar waren voor leraren en gebruik in het onderwijs. De experts hebben een belangrijke rol vervuld door ervoor te zorgen dat het materiaal geheel in lijn werd gebracht met de bestaande lesstof in scholen, dat het past bij hoe kinderen benaderd moeten worden, op een manier die het voor hen relevant maakt en hen enthousiast maakt.”

De aanleiding voor het programma was het lage kennisniveau onder 18-19 jarigen.

“Ja - het ligt voor de hand dat we ook voor deze groep iets wilden opzetten. Die behoefte werd bevestigd door het onderzoek dat we in 2009 deden onder 18- tot 27-jarigen in onze belangrijkste landen. Niet minder dan 67% van de respondenten vond dat hij of zij een erg goede kennis heeft van persoonlijke financiën, maar op hetzelfde moment wist 72% niet wat de jaarlijkse rente voor een lening is. Gelukkig gaf 52% aan dat ze graag meer wilden weten over persoonlijke financiën. Op grond daarvan rollen we in 2010 een nieuwe website uit die gericht is op deze groep jong volwassenen, genaamd Mind Your Money. De website is opgebouwd rond situaties die specifiek relevant zijn voor die leeftijdsgroep, zoals reizen, (beginnen met) studeren, samenwonen, of kinderen krijgen. Op de site hebben we nieuwe manieren ontwikkeld om te communiceren over financiën, door te concentreren op wat we noemen ‘verkennde interactie’ met eenvoudige tips, illustraties, tools en calculators.”

Hoe zien jullie de toekomst van het programma?

“In 2010 zullen we vooral bezig zijn met het verder uitrollen van Control Your Money en Teaching Financial

Literacy in Denemarken, Finland, Zweden, Noorwegen, Noord-Ierland en Ierland - en daarnaast met het ontwikkelen en uitrollen van Moneyville in Finland en Estland.

Tot nu toe zijn Control Your Money en Teaching Financial Literacy erg goed ontvangen door de pers en door stakeholders zoals politici, overheidsinstellingen, scholen en ouderorganisaties. Wat we continu verder zullen moeten ontwikkelen is het gebruik van het materiaal door leraren in de klas. Zoals we ook onder leraren en leerlingen blijven meten wat de kwaliteit van de leerresultaten is.

Mind Your Money, voor jong volwassenen, zullen we verder ontwikkelen en uitrollen in Denemarken, Finland, Zweden en Noorwegen - waarbij we in Denemarken ook een Facebook-site hebben gelanceerd zodat de doelgroep vragen kan stellen en discussies kan voeren over persoonlijke financiële zaken. Dit zal hopelijk - en niet in de laatste plaats door Moneyville en Control Your Money - resulteren in een beter overzicht bij jonge mensen als het gaat over hun eigen persoonlijke financiële zaken.”

Waarom doen jullie dit allemaal? Wat is de business case?

“We zijn ervan overtuigd dat een hoger niveau van financiële geletterdheid en financieel onderwijs niet alleen het leven van een individuele consument verrijkt, maar ook bijdraagt aan een gezonde economische groei van de maatschappij. Wij willen een gedeelde verantwoordelijkheid nemen voor het onderwijzen en informeren van de volgende generatie klanten. We vinden onze klanten belangrijk. We geloven ook dat wij een betere en meer winstgevende onderneming worden als we deze belangrijke klanten beter informeren. Hoe beter geïnformeerd zij zijn, hoe meer zij ons zullen uitdagen om betere en effectievere producten en oplossingen te ontwikkelen.” «

Het Financial Literacy Programme van Danske Bank Group is een van de meer dan 100 best practices in ‘Reinventing Financial Services. What consumers expect from future banks and insurers’, het nieuwe boek van Roger Peverelli en Reggy de Feniks.