

# Nibud – Waarin een klein clubje groot is

## Corporate story ter gelegenheid van 40-jarig bestaan in 2019

**Bij een eerste kennismaking met het Nationaal Instituut voor Budgetvoorlichting (Nibud) is er één ding dat iedereen opvalt en verbaast: er werken slechts 33 mensen bij het Nibud. Drieëndertig? Het Nibud is toch een waanzinnig bekende club in Nederland? Klopt! Bijna negen van de tien mensen in Nederland kent ons. En ze vinden ons werk vaak zo belangrijk dat ze denken dat we ook een grote club zijn.**

We zijn een gezagwekkend instituut in de Nederlandse maatschappij. Illustratief is de ervaring in 2002 van de toenmalige directeur van het Nibud, Gerjoke Wilmink. Toen ze nog geen dag in dienst was, kreeg ze een telefoontje van directeur Felix Cohen van de Consumentenbond aan de vooravond van de invoering van de euro. Iedereen vanaf 9 jaar zou een setje munten krijgen om kennis te maken met de euro. 'Vanaf welke leeftijd moet je zo'n muntje geven', vroeg Cohen. Gerjoke vloog naar haar splinternieuwe collega's: ons advies is zakgeld te geven vanaf 6 jaar, dus zouden ook alle Nederlandse inwoners van 6 jaar en ouder zo'n setje moeten krijgen. En dat adviseerde het Nibud dan ook. Het was natuurlijk geweldig om vervolgens te merken dat heel Nederland vanaf 6 jaar een setje had gekregen. Wat een impact hadden we!



### 40 jaar geleden opgericht

Het Nibud is officieel opgericht op 18 oktober 1979, 40 jaar geleden, door een fusie van drie organisaties: het Gezins Begrotings Instituut, het Voorlichtings Instituut voor Gezinsbudget en de Stichting Economisch Huishoudelijk Beheer. We zijn een stichting met een raad van toezicht van vijf leden en een raad van advies bestaande uit een zeer gemêleerd gezelschap van belanghouders afkomstig uit diverse geledingen in de maatschappij. Er was toen een crisis en de economie stond er niet goed voor. Vanwege de recessie was er in die jaren grote behoefte aan budgetvoorlichting: 19 procent van de gezinnen verkeerde in financiële moeilijkheden. De werkloosheid was hoog en grote



groepen mensen hadden moeite met rondkomen. 20 procent van de huishoudens had behoefte aan voorlichting over de besteding van hun inkomen. De gedachte was dat gezinnen alleen een hogere welvaart zouden kunnen bereiken door een betere besteding van het bestaande inkomen. Het was de tijd van cash en cheques. Mensen pinden nog niet, laat staan internetbankieren. Het was ook de tijd dat we veel brieven kregen gericht aan Nibbit, een in die tijd zeer populair zoutje...

### **Wat doet het Nibud?**

Er is geen enkele organisatie in Nederland die doet wat het Nibud doet. Het Nibud is het enige onafhankelijke instituut in Nederland dat continu in gaten houdt hoe Nederlanders in de praktijk met hun geld omgaan. En omdat we dat al ruim 40 jaar op een gedegen wijze doen, kunnen we tijdig trends signaleren en aan de bel trekken. Ons bestaansrecht zijn onze cijfers over de uitgaven van huishoudens, zoals onze referentiecijfers, koopkrachtberekeningen en voorbeeldbegrotingen in combinatie met onze kennis over hoe mensen met geld omgaan. Wil je als consument weten of iets financieel haalbaar is of wil je als gemeente checken of een beleidsvoorstel zinvol is, dan ga je naar het Nibud. Onze kennis wordt door de hele maatschappij gebruikt bij het maken van beleid dat van invloed is op de bestedingsmogelijkheden van huishoudens: hypotheeknormen, zakgeldbedragen, beleid voor minima, preventie van schulden. Ook op sociale media is regelmatig te lezen: 'dat moet je even bij het Nibud nagaan'. Onze betrouwbare kennis is onze kracht.

## **- Onze betrouwbare kennis is onze kracht -**

Ons doel is het voorkomen van geldproblemen. Tot 2018 wilden we daarom de financiële zelfredzaamheid van consumenten verhogen. Maar sinds 2018 zijn we van mening dat mensen het niet per se zelf hoeven te doen... Door het woord 'zelf' niet meer te noemen, willen we expliciet maken dat we niet van consumenten verwachten dat zij alles zelf kunnen op het gebied van geld. Het is belangrijk dat iedereen zijn eigen verantwoordelijkheid neemt, doet wat hij kan, en ook hulp durft te vragen. Iemand die hulp vraagt bij zijn belastingaangifte is financieel gezien verstandig bezig. Helaas weten mensen vaak niet waar ze heen moeten met hun financiële vragen of zien ze zelf niet in dat hun situatie ernstig genoeg is om hulp in te schakelen. Daarover maken we ons zorgen.

We willen graag dat iedereen zijn geldzaken in balans heeft, nu en in de toekomst. Dat doen we door consumenten in staat te stellen zelf beslissingen te nemen en keuzes te maken die van invloed zijn op hun budget. We maken ze wegwijs in hun financiën en wijzen op de risico's. Waar moeten ze op letten bij de keuzes die ze maken? We willen mensen houvast geven. Het Nibud is voor veel mensen de rots in de branding. Daarnaast willen we ook de deskundigheid van specifieke professionals verhogen, die te maken hebben met de inkomsten en uitgaven van consumenten: wat kunnen zij doen om geldproblemen bij hen te voorkomen?



Hoe we dat doen? Door voorlichting te geven aan consumenten en professionals, we helpen ouders bij de **financiële opvoeding**, we schenken bijzondere aandacht aan kwetsbare groepen en we ondersteunen **professionals** zoals maatschappelijk werkers, medewerkers van sociale diensten en schuldhulpverleners, financieel adviseurs, docenten, P&O'ers en corporatiemedewerkers met **trainingen, boeken, lesmaterialen, online tools, data en voorlichtingsmateriaal**. Daarbij spelen we continu in op de actualiteit en wat er leeft in de maatschappij. Maar ook helpen we **vrijwilligers** in de thuisadministratie met trainingen en organisaties met onderzoek naar bijvoorbeeld het **minimabeleid** van een gemeente: komt het geld op een goede manier bij de goede huishoudens terecht?



Vooraf twee groepen mensen stellen we centraal: mensen die moeite hebben met rondkomen en mensen die te maken hebben met een verandering in hun levensloop: een nieuw huis, een kind, met pensioen, een scheiding: wat betekent deze verandering voor hun financiële situatie? Daarnaast besteden we altijd aandacht aan de jongeren: hoe gaat de nieuwe generatie met haar geld om en tegen wat voor problemen loopt ze aan? Ongeacht de hoogte van hun inkomen.

Onze voorgangers waren vooral gericht op voorlichting en budgetadvies. In 40 jaar hebben we ons ontwikkeld tot hét kenniscentrum op het gebied van huishoudfinanciën en is het Nibud geworden wat onze voorgangers destijds voor ogen hadden. In onze beginjaren hebben we het fundament ontwikkeld waarop nog steeds alles van het Nibud is gebaseerd: de **voorbeeldbegroting**, de **methode van budgetteren** en de **referentiebudgetten**. Dat bleek een gouden greep: al die jaren is dat onze kern geweest en het bleek een groot deel van het succes van het Nibud. We geven al jaren vrijwel dezelfde voorlichting aan dezelfde doelgroepen met ongeveer hetzelfde aantal mensen. En met dezelfde onderwerpen: preventie, koopkracht, bestedingspatronen, uitgavencijfers, schuldhulpverlening en financieel gedrag. Ons doel is al jaren gelijk. Alleen de manier waarop we dat waarmaken is met de tijd mee veranderd.

Zo werkten er vroeger bij het Nibud vooral mensen die post afhandelden en boekjes verstuurd. Vragen van consumenten kwamen binnen via telefoon en brief. Met een verzoek om advies per brief was een budgetconsulent al gauw 3 à 4 uur bezig. Nu vullen consumenten zelf gratis het **persoonlijk budgetadvies** in op onze website – bijna 14.000 keer per maand – en plop, een minuut later ligt er een advies. Vroeger konden consumenten ons elke dag tussen 9 en 12 bellen. Bij het telefonisch informatienummer van de toenmalige PTT stond het telefoonnummer van het Nibud op de muur, zo vaak werd ernaar gevraagd. Zeker als we net weer op tv of radio waren geweest. En als we tegenwoordig op tv of radio zijn, heeft onze webcare het druk met alle vragen en opmerkingen die al tijdens het interview direct via sociale media binnenkomen. Maar ook zonder actuele aanleiding weten consumenten ons goed te vinden. Vragen zijn bijvoorbeeld: waarop kan ik besparen of bezuinigen? Hoeveel kan ik lenen? Wat kost een kind? Vragen veranderen ook in de loop der tijd. Was in de begintijd van het Nibud nog een doorsneevraag: hoeveel huishoudgeld geef ik mijn vrouw?, nu is dat veranderd in: hoe verdelen we onze uitgaven?

## Onze waarden

Onze waarden geven onze manier van werken aan. Ze vormen ons DNA. Onafhankelijkheid vinden we de allerbelangrijkste. Mensen moeten ervan op aan kunnen dat onze verhalen, onze voorlichting niet zijn gekleurd door welke politieke partij of financier dan ook. Het Nibud is een onpartijdige club. Het is nuttig en prettig dat er in deze maatschappij een plek is voor onafhankelijk advies over je portemonnee, of je iets wel of niet kunt betalen. De hele wereld zit vol mensen die zeggen dat je best die auto of dat huis kunt kopen. Bij het Nibud kun je checken of dat echt zo is. Op internet wemelt het van allerlei tools, maar die gaan vaak uit van wat banken de consument zouden willen lenen, niet altijd van wat voor de individuele consument echt betaalbaar is gezien zijn uitgavenpatroon. We zijn ook inhoudelijk deskundig: datgene wat we vertellen klopt en is betrouwbaar. Al onze informatie is gebaseerd op (wetenschappelijk) onderzoek. Want roepen hoeveel geld kinderen zouden mogen besteden kan iedereen. Ons onderzoek staat in dienst van onze voorlichting. En we zijn praktisch concreet: consumenten én professionals kunnen wat met onze informatie.

## - Onafhankelijkheid is onze belangrijkste waarde -

Het Nibud is van mening dat de maatschappij veel beter rekening moet houden met hoe mensen met geld omgaan en wat mensen kunnen besteden. Bij iedere beleidsbeslissing zou gekeken moeten worden wat de impact daarvan is op de portemonnee en het betaalgedrag van consumenten. We weten vanuit de economische psychologie dat mensen nog zoveel kennis en vaardigheden kunnen bezitten, maar dat ze toch bepaalde zaken niet doen. We weten dat we moeten sparen, dat kunnen en willen we ook, maar toch doen of het lukt het velen niet... Dit soort kennis is nodig bij beleidsmakers en productontwikkelaars en daarbij kan het Nibud helpen.



## Onze medewerkers

Bij het Nibud werken onderzoekers, communicatieadviseurs, gedragswetenschappers, methodiekontwikkelaars, programmeurs en ondersteunend personeel. **Onze mensen** kiezen er bewust voor om bij het Nibud te werken. Ze willen werken bij een

onafhankelijk instituut, ze staan achter de missie en willen iets betekenen voor de maatschappij. Geld is een interessant onderwerp, de doelgroep is breed en dat maakt werken bij het Nibud boeiend. Het is een prettig idee te weten dat mensen onze informatie waardevol vinden.

Het Nibud is een platte organisatie met een gemoedelijke sfeer. We houden niet van problemen, want die staan de praktische voortgang in de weg. We zijn duizendpoten met een expertise. We zijn creatief, flexibel, gedreven, professioneel met verschillende achtergronden en ervaringen. We voelen ons verbonden met het Nibud en zijn trots er te werken, trots op wat we met elkaar bereiken.

## **- We zijn bescheiden in presentatie, maar niet in ambitie -**

We zijn betrokken, maar staan wel op onze strepen. We zijn consciëntieus, we staan voor wat we zeggen en we zijn serieus. We vinden het belangrijk dat we het goed hebben met elkaar, dat er een goede sfeer is. We kunnen verontwaardigd zijn als we ergens niet bij worden betrokken. We staan open voor samenwerking en zoeken aanvullende kennis, omdat we goed zien wat we niet weten en niet kunnen. Netwerken vinden we erg belangrijk. Hoewel we vaak in het nieuws zijn, zijn we niet publiciteitsbelust. Als we worden gevraagd door een tv-programma om te spreken over een onderwerp dat niet bij ons hoort, dan gaan we niet. We willen ons niet mengen in discussies, we zijn niet normatief. We hebben wel een mening, maar die is altijd gebaseerd op onderzoek. We zijn geen lobbyclub, maar een advies- en kenniscentrum. We zijn bescheiden in presentatie, maar niet in ambitie. We zijn innovatief en willen steeds nieuwe dingen maken, waarmee we willen aansluiten bij de actualiteit en trends. We zijn initiatiefrijk en slagvaardig: we wachten niet tot anderen ergens mee komen. Daardoor wordt het Nibud vaak groter gezien dan het is.

### **Van kennis naar gedragswetenschappen**

Begon het Nibud 40 jaar geleden met de feiten – hoeveel geld komt erin en gaat eruit – de laatste 10 jaar kijkt het Nibud steeds meer naar het gedrag. We leggen de verbinding tussen de kennis uit de gedragswetenschappen en de uitgavenpatronen van consumenten. Gedragstheorieën spelen een rol bij hoe de consument financiële keuzes maakt. Hoe gaan we met ons geld om en welke psychologische principes spelen daarbij een rol? Mensen laten zich vaak leiden door hun gevoel en kunnen daardoor niet altijd goed overwogen financiële beslissingen nemen. Meer kennis over economisch keuzegedrag kan helpen bij het voorkomen van financiële problemen van huishoudens. De laatste jaren is hiernaar al veel onderzoek gedaan door onder meer prof. dr. Wilco van Dijk, bijzonder hoogleraar voor de Nibud-leerstoel 'Psychologische determinanten van economisch keuzegedrag' bij de Faculteit Sociale Wetenschappen van de Universiteit Leiden. Deze wetenschappelijke kennis wordt geïntegreerd in de voorlichting en advisering van het Nibud.

## **- Nibud kijkt steeds meer naar het gedrag van de consument -**

En zeer gewild en bekend onder iedereen die zich met financieel gedrag bezighoudt in Nederland zijn de studiereizen over geld en gedrag van het Nibud. Een select gezelschap kijkt in het buitenland om daar inspiratie op te doen naar financieel-

gedraginterventies. En wij delen onze kennis ieder jaar op het Nibud-congres geld en gedrag, waarmee we de toon willen zetten...



*Koningin Máxima en Nibud-directeur Arjan Vliegenthart bij het Nibud-Jubileumcongres Geld & Gedrag in TivoliVredenburg in Utrecht op 18 april 2019*

### Waarin een klein clubje groot is

Hoe komt het dat zo'n klein clubje zo groot is in naam? Vanaf onze start hebben we optimaal geprofiteerd van de mogelijkheden van de gangbare media van dat moment. Vroeger waren er nog niet zoveel tv- en radiozenders. Christine Groenewegen, lange tijd woordvoerder van het Nibud, was jarenlang een tv-bekendheid. Ze had haar eigen rubriek in Avro's Service Salon, een van de vrouwenprogramma's die toen opkwamen. En op dinsdagochtend was ze te beluisteren in KRO's Echo op de radio. Het zorgde voor een gigantische naamsbekendheid van het Nibud. De rol van de media is belangrijk geweest en is dat nog steeds voor ons bestaansrecht. Philip Freriks noemde ons zelfs in een van de NOS-journaals 'de nationale bewaker van onze huishoudportemonnee'. Inmiddels kent 90 procent van de Nederlanders het Nibud van naam en 50 procent weet ook wat het Nibud doet. Mensen zien het Nibud als een betrouwbaar en deskundig instituut. De Nibud-websites worden jaarlijks ruim 5,5 miljoen keer geraadpleegd en de **Nibud-tools** honderdduizenden keren.

Ook de opkomst van het internet was belangrijk voor het Nibud: de omslag van papier naar online. Symbolisch daarvoor was het letterlijk opruimen van de bibliotheek, wat door sommige Nibud-medewerkers met bloedend hart is gedaan. We liepen met internet redelijk voorop: in 1998 hadden we al een eigen website en een paar jaar later zelfs een



speciale jongerensite Jeugd en geld. In het huidige communicatiebereik heb je een gigavoorsprong met een sterk merk.

Toen de chatwebsite MSN net bestond, kregen we een telefoontje van ze. 'Zijn jullie geïnteresseerd in een geldpagina op MSN?' We dachten: weer zo'n commerciële club en hebben het telefoontje doorverbonden aan de internetspecialist binnen Nibud. 'Wauw!' hoorden we hem zeggen. MSN was bijzonder populair onder middelbare scholieren en dat was precies onze doelgroep! Dat was geweldig.

Nu bereiken we veel scholieren via de populaire site [nibud.nl/scholieren](https://nibud.nl/scholieren). Het eerste scholierenonderzoek dateert van 35 jaar geleden. Een onderwijzer uit Zoetermeer belde om te vragen of we niet eens een onderzoekje konden doen onder scholieren. Even later hadden we een afspraak met een van de grootste economen van Nederland, hoogleraar Bernhard van Praag. 'Dat gaan we doen!', zei hij. Hij zou zorgen voor de financiering en de wetenschappelijke begeleiding. Tienduizenden scholieren kregen een vragenlijst op school. Dat was ons eerste grote empirische onderzoek. En nog steeds onderzoeken we om de paar jaar [hoe scholieren met hun geld omgaan](#).



In die veertig jaar hebben we bijzondere dingen ontwikkeld en gedaan, te veel om op te noemen. Ook daardoor werden we groot in naam. Uniek was de aandacht die prinses Máxima (en de pers) gaf aan De Geldkoffer van het Nibud en Podium, een lespakket over omgaan met geld voor het basisonderwijs. Op 13 mei 2008 was Máxima bij de presentatie van het lespakket op een school. En daar bleef het niet bij: prinses Máxima liet zich in de jaren daarna veel vaker zien bij Nibud-projecten en congressen, net als veel ministers en staatssecretarissen. Ook de zeer succesvolle toneelvoorstelling 'De Verleiding' kreeg veel pers aandacht, een voorstelling speciaal voor middelbare scholieren die het Nibud samen met de organisatie Klasse Kunst maakte. Daarmee won het Nibud de 'Aanpak Problematische Schulden Award 2007'.

In 2009 werkte het Nibud mee aan het tv-programma Maximum Bereikt van de AVRO met presentator Ruben Nicolai. Wekelijks stond een huishouden met schulden centraal. Nibud-adviseur Marion Weijers gaf als budgetcoach advies op maat.

In 2016 is het Nibud de succesvolle campagne [Check, Plan, Spaar](#) gestart (waar in 2018 Bewaar aan werd toegevoegd). Dat zorgde voor veel bezoekers op de site en veel pers aandacht. Bij de vuistregels bieden we een coachingsprogramma aan waarbij mensen drie maanden tips en geheugensteuntjes krijgen via sms of mail. In de eerste week meldden zich al 2.000 consumenten aan.



Voor professionals verscheen in 1982 met 92 pagina's de eerste editie van het **Budgethandboek**, hét naslagwerk op het gebied van inkomsten en uitgaven van consumenten. Het is de basis geworden van de voorlichtingsactiviteiten van het Nibud. In de jaren daarna werd de publicatie dikker en dikker (meer dan 300 pagina's). De laatste editie (van 2019) bevat 164 pagina's met voor het eerst een interactieve module waarmee online begrotingen te raadplegen zijn en die dus altijd up-to-date zijn. De tool bevat ook aanvullende informatie over uitgavenposten en budgetaandelen.

Consumenten en professionals kunnen nu al voor de 36ste keer de **Nibud-agenda** kopen. De agenda staat vol met tips, weetjes en handige overzichten en helpt mensen

bij het krijgen van grip op hun geld en tijd. Bij het verschijnen van de 25ste editie werden we gebeld door een vriendelijke heer die ons feliciteerde: hij had vanaf de start van de agenda elk jaar de agenda aangeschaft! Een groot deel van de agenda's wordt verspreid door gemeenten die het als een praktisch preventiemiddel gebruiken: duizenden exemplaren komen zo bij de consument terecht.

Dat geldt ook voor de **Geldkrant** van het Nibud die we op maat kunnen maken voor gemeenten. In 2018 ontvingen 350.000 huishoudens de krant!



En wat te denken van de vele Nibud-tools die in de loop der jaren zijn ontwikkeld? Tools die tienduizenden of honderdduizenden keren per jaar worden gebruikt door consumenten. Denk aan **Berekenuwrecht**, **Persoonlijk Budgetadvies**, **Bufferberekenaar**, **Werkzorgberekenaar**, **Uitvaartberekenaar**, **Koopkrachtberekenaar** (die bij de start in 2017 in twee dagen tijd 550.000 keer werd ingevuld!) en de **Nibud-Bewaarwijzer**. Maar ook de geldplannen van het in 2014 gestarte **Startpunt Geldzaken**, dat particuliere huishoudens ondersteunt bij het bevorderen van financiële zelfredzaamheid met zogenoemde geldplannen voor huishoudens in verschillende samenstelling, inkomensgroepen en omstandigheden. De geldplannen worden beschikbaar gesteld via de websites van deelnemende organisaties.

### **Financiering: van subsidie naar marktgericht**

In de jaren negentig moest het Nibud omschakelen van een gesubsidieerde club naar een organisatie die bedrijfsmatig moest werken en inkomsten uit de markt moest halen. Dat was de tijd dat subsidies werden afgebouwd. Dat was even schrikken want ons doel is niet het maken van winst. We willen iets betekenen voor mensen op een onderwerp dat ons allemaal zeer na aan het hart ligt. Bij die omschakeling hoorde een andere manier van werken. Zo kwamen we er al snel achter dat we geld toelegden op de boekjes die we verkochten. Was de verkoopprijs 2,50 gulden, de werkelijke kosten waren drie keer zo veel! We moesten dus ineens geld gaan verdienen om onze missie te kunnen blijven uitvoeren. Uiteindelijk is het goed geweest voor het Nibud omdat we daardoor scherp moeten blijven.

Bijna twintig procent van onze activiteiten wordt gefinancierd door het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid en BKR. Zij financieren een deel van de





voorlichtingsfunctie van het Nibud, en daarmee kan het Nibud onder andere vragen van consumenten gratis beantwoorden. De overige ruim tachtig procent van de benodigde inkomsten is afkomstig uit andere bronnen. Zo kunnen consumenten en professionals betaalde diensten bij ons afnemen en maakt het Nibud gebruik van subsidies, fondsen en financiers. Voordat we een opdracht, financiering of samenwerking aangaan, bekijken we het altijd of het voldoet aan onze randvoorwaarden, zoals dat het moet passen bij ons doel en dat het onze onafhankelijkheid niet in de weg mag staan.

## - Ons rendement ligt naar schatting op 600 miljoen euro per jaar -

### Leeft het Nibud nog lang en gelukkig?

De ontwikkelingen gaan supersnel. Ook in Europa. Markten zijn open, iedereen kan shoppen in het buitenland. Het Nibud is qua vorm uniek in Europa. De dingen die wij doen worden ook wel in andere Europese landen gedaan, maar meestal niet door een club zoals wij, maar verspreid over meerdere organisaties. Europees worden we daarom overal bij betrokken, we zijn vrij bekend in Europa. We worden gevraagd voor bijeenkomsten, we zitten in Europese netwerken en we doen mee aan projecten.

De impact van het werk van het Nibud in de maatschappij is ontzettend groot: ons werk voorkomt veel maatschappelijke kosten. We schatten in dat het rendement van het Nibud op jaarbasis ligt op 600 miljoen euro. We gaan er dan vanuit dat 0,1 procent van onze bezoekers geen problematische schulden krijgt door gebruik te maken van onze toepassingen. Vermoedelijk ligt het rendement nog veel hoger!

Hoe het Nibud er in de toekomst uitziet weten we niet. Leeft het Nibud nog lang en gelukkig? Jazeker. Of het nu hoog- of laagconjunctuur is: iedereen heeft vragen over huishoudfinanciën. Bovendien verandert omgaan met geld voortdurend van karakter en zijn er steeds weer nieuwe technologische mogelijkheden en nieuwe generaties die vragen hebben. Het Nibud blijft daarbij als onafhankelijke vraagbaak van cruciaal belang.

---

### Volg ons

- Volg het Nibud op [Twitter](#)
- Nibud op [LinkedIn](#)
- Op [Facebook](#) delen we tips, weetjes en af en toe een winactie

# Nibud.nl

