



Universiteit  
Leiden

The Netherlands

## Grip op mentaal budget

Dijk, W. van

### Citation

Dijk, W. van. (2016). *Grip op mentaal budget*. Leiden: Universiteit Leiden. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/51669>

Version: Not Applicable (or Unknown)

License: [Leiden University Non-exclusive license](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/51669>

**Note:** To cite this publication please use the final published version (if applicable).

Prof.dr. W. van Dijk

# Grip op mentaal budget



Universiteit  
Leiden

Bij ons leer je de wereld kennen

# Grip op mentaal budget

Oratie uitgesproken door

Prof.dr. W. van Dijk

bij de aanvaarding van het ambt van bijzonder hoogleraar op het gebied van  
Psychologische Determinanten van Economisch Keuzegedrag  
aan de Universiteit Leiden  
vanwege het Nationaal Instituut voor Budgetvoorlichting (Nibud)  
op vrijdag 1 april 2016



Universiteit  
Leiden



*Mijnheer de Rector Magnificus, mijnheer de decaan, geachte collega's en studenten, zeer gewaardeerde toehoorders,*

## **Inleiding**

Wij leven in één van de rijkste landen ter wereld. Maar we leven ook in een land waar bijna de helft van de huishoudens moeite heeft met rondkomen. We leven in een land waar **één** op de drie huishoudens betalingsachterstanden heeft. Ongeveer 10% van de huishoudens is niet in staat om deze betalingsachterstanden binnen drie jaar in te lopen, en nog eens ongeveer 10% loopt risico om in een dergelijke problematische schuldsituatie terecht te komen. Ondanks al onze welvaart vormen schulden een belangrijk en toenemend probleem in Nederland. En dit is niet alleen een probleem voor de schuldenaar en de schuldeiser, maar reikt veel verder en gaat ons allemaal aan. Schulden leiden tot spanningen binnen gezinnen en fysieke en psychische klachten. Ze belemmeren actieve participatie in de samenleving en leiden tot stigmatisering en sociaal isolement. Schulden gaan gepaard met hoge maatschappelijke kosten. Denk hierbij aan de kosten in verband met schuldhulpverlening, verminderde arbeidsparticipatie, uitkeringen, afschrijvingen van vorderingen en huisuitzettingen. In geld uitgedrukt zijn we als samenleving al gauw 100.000 miljard aan één huishouden dat ernstige financiële problemen heeft.

Om deze problemen zoveel mogelijk te beperken, is het achteraf regelen van schulden alleen niet voldoende. Voorkomen is beter dan genezen, ook wat betreft schulden. Het is van groot belang dat wij ons financieel gezond gedragen. Een belangrijk aspect hierbij is financiële zelfredzaamheid. We dienen zodanig keuzes te maken dat onze financiën in balans zijn - zowel op korte als op lange termijn. Maar dat is gemakkelijker gezegd dan gedaan. Goede economische keuzes maken is lastig en we kunnen daarbij een duwtje in de goede richting of een uitgestoken hand goed gebruiken. Om financiële zelfredzaamheid van consumenten te bevorderen is meer inzicht nodig in hoe economische keuzes tot stand komen en welke psychologische

factoren deze keuzes bepalen. Bovendien is het nodig om meer inzicht te krijgen in de mogelijkheden en beperkingen van de menselijke beslisser. Grip krijgen op economisch keuzegedrag vergt grip op het mentaal budget van de menselijke beslisser. Met mentaal budget bedoel ik de mogelijkheden en beperkingen van ons menselijke brein.

Meer kennis over economisch keuzegedrag helpt bij het voorkomen van financiële problemen en dat is voor de Universiteit Leiden en het Nationaal Instituut voor Budget Voorlichting - het Nibud - de belangrijkste reden geweest om de bijzondere leerstoel 'Psychologische determinanten van economisch keuzegedrag' in te stellen. Ik vind het een eer deze leerstoel te bekleeden en u vandaag welkom te heten bij mijn oratie. Bedankt dat u er bent, het doet me veel plezier dat u deze plechtigheid wilt bijwonen. In wat komen gaat zal ik u een psychologisch perspectief geven op economisch keuzegedrag en het onderzoeksprogramma van de leerstoel toelichten.

3

## **Homo economicus versus homo sapiens**

Goede economische keuzes maken is lastig en wordt ook steeds moeilijker in onze huidige - steeds complexer wordende - maatschappij. Op veel verschillende terreinen wordt er van ons als consumenten meer en meer verwacht dat wij zelf actieve en weloverwogen keuzes maken. Hierbij wordt er vanuit gegaan dat we rationele beslissers zijn en zelf het beste in staat zijn om goede keuzes te maken. We worden beschouwd als beslissers die problemen herkennen, alle benodigde informatie verzamelen en deze zorgvuldig tot zich nemen. Als beslissers die alle relevante alternatieven uitgebreid evalueren, de beste optie daaruit kiezen en een eenmaal genomen beslissing achteraf ook nog eens evalueren. Maar in werkelijkheid herkennen we problemen vaak niet en overschrijdt de hoeveelheid benodigde informatie en het aantal keuzemogelijkheden het mentaal budget van velen van ons. Als beslissers zijn we geen *homo economicus*, maar *homo sapiens*. Wij zijn geen rationele beslissers die uitsluitend keuzes maken op een verstandelijke manier, waarbij we alle voor- en nadelen van alle mogelijke keuzeopties

zorgvuldig tegen elkaar afwegen. Wij zijn beslissers met een hoofd én een hart. Met ratio en rede, en met emoties, behoeftes en impulsen. Als *homo sapiens* maken we keuzes die zowel op rationele als irrationele wijze tot stand komen. En waar de *homo economicus* in staat is tot de meest optimale beslissing te komen, vinden wij dat toch maar verrekte lastig.

Bijvoorbeeld, het kiezen van een zorgverzekering. Elk jaar kunnen we besluiten of we willen veranderen van zorgverzekering. Als zorgconsument hebben we veel keuzevrijheid en daarvan zouden we blij moeten worden. Maar is het hebben van veel keuze wel een zodanige zegen? Laten we eens naar wat cijfers kijken. In 2013 stapte 7% van de Nederlandse consumenten over naar een andere zorgverzekering, 93% deed dat dus niet. Tussen 2006 - toen de nieuwe zorgverzekeringswet werd ingevoerd - en 2014 was driekwart van alle verzekerden nog nooit veranderd van zorgverzekering. Betekent dit dat de meeste van ons al de meest optimale zorgverzekering hadden? Of zou het zo kunnen zijn dat de keuze - om wel of niet van zorgverzekeraar te veranderen - lastig is? Misschien wel te moeilijk voor het mentaal budget van de meeste van ons? Eind vorig jaar stond ik zelf weer voor deze keuze. Om een goede beslissing te maken moest ik een overzicht maken van alle zorgverzekeringen en deze met elkaar vergelijken op alle relevante aspecten. Simpelweg alle voor- en nadelen per zorgverzekering op een rijtje zetten en dan de beste kiezen. Een kind kan de was doen. Nou, niet helemaal. Ten eerste waren er meer dan 50 verschillende verzekeringen waaruit ik kon kiezen. Vervolgens moest ik ook nog rekening houden met alle relevante aspecten. Welke kosten werden wel vergoed en welke niet? Bij welk ziekenhuis kon ik terecht voor welke behandeling? Hoe hoog moest mijn eigen risico zijn? Welke aanvullende verzekeringen moest ik wel nemen en welke niet? De *homo economicus* in mij ging aan het werk.

In een tabel had ik alle verzekeringen onder elkaar gezet en alle relevante aspecten naast elkaar. Daarna had ik met plussen en minnen de voor- en nadelen van elke verzekering aangegeven. Na een tijdje zakte mij de moed in de schoenen. Het was on-

doenlijk om al die verschillende zorgverzekeringen goed met elkaar te vergelijken. Hoe moest ik nu ooit kiezen? Nu zult u misschien denken, dan kijk je toch op een vergelijkingsite. Dat dacht ik ook. Maar er waren tenminste 18 verschillende websites voor het vergelijken van zorgverzekeringen. Dat was dus geen oplossing voor mijn keuzeprobleem, enkel het verschuiven van het probleem van het kiezen van de meest geschikte zorgverzekering naar het kiezen van de beste vergelijkingsite. Als *homo economicus* kwam ik er niet uit. Als *homo sapiens* heb ik toen de tabel maar weggegooid en ben ik gebleven bij de zorgverzekering die ik sinds twee jaar heb. Die werd overigens ook automatisch verlengd, dus dat was wel zo gemakkelijk.

Het hebben van veel keuze lijkt aantrekkelijk, maar is vaak overweldigend, lastig en frustrerend. En dat deed me denken aan jam. Twee Amerikaanse onderzoekers hebben de gevolgen van het hebben van veel keuze onderzocht. In een grote supermarkt in California zetten ze twee stands neer waar het winkelende publiek jam kon kopen. Bij de ene stand konden klanten kiezen uit 6 verschillende soorten, bij de andere stand uit maar liefst 24. En de onderzoekers keken wat er gebeurde. De uitgebreide stand met 24 soorten kreeg veel meer klanten dan de beperkte stand met 6. Het winkelend publiek vond het hebben van veel keuze bij het kopen van jam blijkbaar erg aantrekkelijk. Echter, bij de uitgebreide stand werden er veel minder potten verkocht dan bij de beperkte stand. De keuze uit maar liefst 24 verschillende soorten was blijkbaar voor veel klanten te overweldigend. Welke jam moesten ze nu kiezen? De keuze uit 24 verschillende soorten, die in eerste instantie heel aantrekkelijk leek, was een overweldigende, lastige en frustrerende keuze geworden en daarom kochten de meeste klanten maar niets. Meer keuze is, kortom, niet altijd beter. Het hebben van veel keuzemogelijkheden leidt vaak tot het uitstellen van een keuze en het vermijden van het maken van een actieve keuze. En als we uiteindelijk toch een keuze maken, zijn we vaak minder tevreden met onze beslissing dan als we minder keuzemogelijkheden hadden gehad. Veel keuze lijkt een zegen, maar voor een menselijke beslisser is het dat vaak niet.

Het wordt steeds duidelijker dat het beeld van de mens als *homo economicus* - een beslisser die bij elke keuze een verstandelijke en nuchtere afweging maakt van alle voor- en nadelen van de beschikbare opties, en vervolgens kiest voor de optie die het beste uitpakt voor zijn of haar eigen belang - bijgesteld dient te worden tot het beeld van *homo sapiens* - een beslisser met beperkingen en tekortkomingen die niet louter rationele keuzes maakt. Een beslisser die zich ook laat leiden door emoties en die vaak niet voldoende of juist verkeerd gebruikmaakt van beschikbare informatie.

### **De menselijke beslisser: rationeel én irrationeel**

Als beslissers zijn we rationeel én irrationeel. Rationeel omdat we beslissingen nemen door middel van ons verstand - langzaam, doordacht en bewust. En irrationeel omdat we ook beslissingen nemen die niet verstandelijk zijn, maar juist snel, automatisch en onbewust. Vertekeningen die zich daarbij voordoen zijn bijvoorbeeld dat we te weinig rekening houden met financiële tegenslagen, omdat we meestal optimistisch zijn in plaats van realistisch. We weten dondersgoed dat het verstandig is spaargeld achter de hand te hebben om onverwachte financiële tegenvallers op te vangen, maar toch heeft 40% van de Nederlanders geen appeltje voor de dorst. We laten ook negatieve informatie meer meewegen in onze beslissingen dan positieve informatie. Bijvoorbeeld, wanneer ons een keuze wordt voorgelegd waarbij de nadruk ligt op verliezen, zijn wij eerder bereid zijn om risico's te nemen. Terwijl we minder risico's nemen als bij dezelfde keuze de nadruk ligt op winsten. Tevens hebben we een voorkeur voor wat we al hebben en laten vaak het liefst alles bij het oude. We willen niet te veel veranderingen, ook al kunnen die in ons voordeel zijn. Waarschijnlijk ook een reden waarom we zo weinig overstappen van zorgverzekering of telefoonabonnement. En we hebben een voorkeur voor het hier en nu. Zo hebben we meestal liever 100 € nu dan 110 € over een week. We laten daarmee in één week 10% rente lopen, iets wat ik een *homo economicus* nog niet zie doen, maar als *homo sapiens* zijn we rationeel én irrationeel.

Een belangrijk onderdeel van ons snelle, automatische en onbewuste denken zijn emoties. Lange tijd werden emoties gezien als nutteloos, slecht voor onze bloeddruk en een sta-in-de-weg voor het nemen van beslissingen. De laatste jaren heeft het wetenschappelijk onderzoek naar emoties een grote vlucht genomen en de stand van zaken nu is dat emoties functioneel zijn en bovendien onmisbaar bij het maken van keuzes. Emoties zijn sterk verbonden met onze belangen, motieven en doelen. Als we emotioneel zijn betekent dat er voor ons iets belangrijks op het spel staat. We ervaren negatieve emoties als onze belangen geschaad of bedreigd worden, terwijl we positieve emoties ervaren als onze belangen behartigd worden. Emoties geven niet alleen informatie over hoe het ervoor staat met onze belangen, ze zetten ons ook aan tot bepaald gedrag - gedrag dat als doel heeft onze belangen te dienen. Emoties zijn belangenbehartigers en ze werken op een snelle, dwingende en grotendeels automatische en onbewuste manier. Of we een emotie ervaren - en welke emotie dat dan precies is - hangt af van hoe we een situatie beoordelen. Laat ik een voorbeeld geven hoe mijn verschillende evaluaties van dezelfde situatie er toe kunnen leiden dat ik verschillende emoties ervaar en dientengevolge verschillende beslissingen neem.

Stel, ik krijg een laatste aanmaning voor een rekening die ik nog steeds moet betalen. Als ik denk dat deze aanmaning onredelijk hoog is - bijvoorbeeld omdat er extra administratieve kosten bij zijn gekomen - word ik boos en wil ik er tegenin gaan. Met als gevolg dat ik pertinent weiger de rekening alsnog te betalen. Als ik dezelfde aanmaning, echter, beschouw als een pijnlijk verlies van controle word ik verdrietig en ga ik voor mezelf iets nieuws kopen als troost - bij voorkeur iets moois en iets duurs. En als ik de aanmaning beschouw als een bedreiging voor mijn toekomst word ik angstig en steek ik het liefst de kop in het zand. Met als gevolg dat ik helemaal niets doe en voortaan niet meer mijn post openmaak. Maar, als ik de aanmaning zie als iets dat mij te verwijten valt ga ik mij schuldig voelen en wil ik het gelijk weer goed maken. Ik zal dan mijn rekening zo snel mogelijk betalen en de extra kosten zal ik beschouwen als een terechte straf voor mijn nalatigheid.

Het punt van dit voorbeeld is dat wij in dezelfde situatie heel andere keuzes kunnen maken, afhankelijk van de emoties die we op dat moment ervaren. De invloed van onze emoties op ons beslisproces gaat heel snel, en grotendeels automatisch en onbewust. Bovendien is het iets dat we niet zomaar uit kunnen zetten. De invloed van emoties op onze beslissingen gaat zelfs verder dan de specifieke situatie die de emoties heeft opgewekt. Emoties werken door in een daaropvolgende situatie. Deze nieuwe situatie wordt door ons bekeken met een door onze emoties gekleurde bril. Mijn boosheid, verdriet, angst of schuldgevoel heeft niet alleen effect op hoe ik reageer op de aanmaning, maar ook op de beslissingen die ik daarna neem. Als boze beslisser geef ik deze keuzesituaties een andere betekenis dan als verdrietige of angstige beslisser, met als gevolg dat ik daardoor andere keuzes maak. Onderzoek heeft, bijvoorbeeld, laten zien dat boze beslissters meer risico nemen, verdrietige beslissters meer op zoek gaan naar beloningen, en angstige beslissters pessimistischer zijn. Bij de *homo economicus* zijn emoties irrelevant en spelen ze geen rol bij het maken van economische keuzes, maar bij de menselijke beslisser - de *homo sapiens* - zijn ze onlosmakelijk verbonden met economisch keuzegedrag. Als beslissters zijn we rationeel én irrationeel.

Ons snelle, automatische en onbewuste systeem is irrationeel in de betekenis van minder reflectief en minder verstandelijk. Maar dit systeem is zeker niet irrationeel in de betekenis van 'idiot' of 'gek'. Het is meestal functioneel emotioneel te reageren, optimistisch te zijn, extra bedacht te zijn op mogelijke verliezen, geen onnodige energie te verspillen aan nieuwe dingen en ons te richten op het hier en nu. Ons snelle, automatische en onbewuste systeem is gevormd door onze evolutie en daardoor ook zo moeilijk uit te zetten of te veranderen. In sommige situaties kan dit systeem er toe leiden dat wij onze eerste impulsen volgen en slechte beslissingen nemen, maar door de bank genomen biedt het ons meer voor- dan nadelen. De irrationele aspecten ervan zijn bovendien heel systematisch. Dit maakt dat deze aspecten redelijk goed te voorspellen zijn, waardoor er mogelijkheden zijn om er op te anticiperen

en - indien nodig of gewenst - de irrationaliteit van ons 'snelle denken' enigszins bij te sturen met behulp van ons langzame, doordachte en bewuste systeem.

Om meer inzicht te krijgen in hoe economische keuzes tot stand komen moeten we het beeld van de menselijke beslisser als *homo economicus* bijstellen tot het beeld van *homo sapiens*. We zijn geen beslissters die louter verstandelijke keuzes maken - ons economisch keuzegedrag komt tot stand via zowel rationele als irrationele processen. We zijn beslissters die zich naast ratio en rede ook laten leiden door emoties en die vaak onvoldoende of zelfs verkeerd gebruik maken van beschikbare informatie. We zijn beslissters met alle beperkingen en tekortkomingen die ons menselijk maken en die daarom bij het maken van economische keuzes niet alleen een financieel budget heeft, maar ook een mentaal budget. Om financiële zelfredzaamheid te bevorderen en mensen te helpen grip te krijgen op hun geld moeten we meer grip krijgen op het mentaal budget van de menselijke beslisser. Om deze grip te verstevigen hebben we meer inzicht nodig in wat de belangrijkste psychologische factoren zijn die - via rationele en irrationele processen - economisch keuzegedrag bepalen.

### **Economisch keuzegedrag: een functie van persoon en omgeving**

Als we nadenken over welke factoren economische keuzes bepalen, is waarschijnlijk het eerste waar we aan denken de persoon die deze keuzes maakt. Het is de persoon zelf die zijn of haar keuzes bepaalt. En dat is - tot op zekere hoogte - ook zo. Ons keuzegedrag wordt beïnvloed door persoonlijke factoren, zoals onze persoonlijkheid, onze attitudes en onze kennis en vaardigheden. Als we heel impulsief zijn en onze impulsen niet goed kunnen beheersen zullen we waarschijnlijk sneller zwichten voor de talloze verleidingen waaraan we als consumenten worden blootgesteld. Als we vinden dat het hebben van schulden niet per se slecht is, zullen we waarschijnlijk eerder iets kopen waarvoor we eigenlijk het geld niet hebben. En als we onvoldoende beschikken over relevante financiële kennis en



vaardigheden zullen we waarschijnlijk eerder onverantwoorde bestedingen doen. Om financiële zelfredzaamheid te bevorderen hebben we meer kennis nodig over hoe deze persoonlijke factoren financieel gedrag beïnvloeden. Deze kennis geeft ons zowel meer inzicht in de psychologische determinanten van economisch keuzegedrag als mogelijke handvatten hoe we mensen een stap verder kunnen helpen naar financiële zelfredzaamheid. Om dit te realiseren is meer onderzoek nodig. Bijvoorbeeld naar de onderliggende processen van verlangens en impulsiviteit en of en hoe mensen kunnen leren minder snel toe te geven aan hun verlangens en impulsen. En bijvoorbeeld naar financiële educatie - helpt financiële kennis en vaardigheden bij het bevorderen van financieel gezond gedrag en hoe richt je deze vorm van onderwijs het beste in?

De persoonlijke factoren van de menselijke beslisser zijn dan misschien het eerste wat bij ons opkomt als we nadenken over economische keuzes, maar ze zijn zeker niet de enige factoren die economisch keuzegedrag bepalen. Gedrag is een functie van de persoon en zijn of haar omgeving. Economisch keuzegedrag wordt dan ook in belangrijke mate beïnvloed door omgevingsfactoren. Onze keuzes worden mede bepaald door wat andere mensen doen of wat andere mensen goed- of afkeuren - vooral als die andere mensen belangrijk voor ons zijn. Het gebruikmaken van sociale normen ten opzichte van gezond financieel gedrag kan daarom zeer behulpzaam zijn bij het bevorderen van financiële zelfredzaamheid. Bijvoorbeeld huishoudens laten realiseren dat veel andere huishoudens beschikken over een appeltje voor de dorst - en dat dat heel verstandig is - kan een goed hulpmiddel zijn bij het bevorderen van sparen en opbouwen van financiële buffers. Goed voorbeeld doet goed volgen.

Een andere omgevingsfactor die onze economische beslissingen mede bepaalt is de manier waarop de omgeving waarin we een keuze maken is vormgegeven - de keuzearchitectuur. Bepaalde aspecten van een keuzekomgeving kunnen onze keuzes in een bepaalde richting duwen - of in andere woorden,

een omgeving kan ons 'nudgen' tot bepaalde keuzes. Een de 'nudge' aanpak kan dan ook een belangrijk instrument zijn bij het bevorderen van gezond financieel gedrag en financiële zelfredzaamheid. Bijvoorbeeld, het bespaart veel rentekosten als consumenten de mogelijkheid hebben hun bankrekeningen standaard zo in te stellen dat als zij op hun lopende rekening rood staan er automatisch geld van hun - bijna renteloze - spaarrekening wordt overgeboekt. Laten we, echter, bij het hanteren van een 'nudge' aanpak niet vergeten dat economisch keuzegedrag niet alleen door omgevingsfactoren wordt gestuurd, maar ook door persoonlijke factoren. Als menselijke beslissers zijn we niet zo hersenloos als de 'nudge' aanpak soms lijkt te suggereren. Het geven van duwtjes kan in sommige gevallen zelfs averechts werken. Als een 'nudge' gezien wordt als een ongewenste beïnvloedingsstrategie en een inperking van keuzevrijheid, kan een duwtje - hoe goed bedoeld ook - psychologische weerstand oproepen, met als mogelijk gevolg dat het gewenste gedrag juist niet wordt vertoond. Bovendien dienen we niet te vergeten dat veel mensen bij het nemen van economische beslissingen niet alleen gebaat zijn bij een duwtje in de goede richting, maar vaak ook bij een helpende hand.

Economisch keuzegedrag is een functie van zowel persoonlijke als omgevingsfactoren, welke bovendien afhankelijk van elkaar zijn. Onze persoonlijkheid, attitudes en kennis en vaardigheden worden mede bepaald door onze omgeving. De opvoeding die we hebben gehad, het onderwijs dat we hebben genoten en de vrienden die we hebben oefenen een grote invloed uit op ons als persoon en beïnvloeden de rol die eerder genoemde persoonlijke factoren spelen bij ons keuzegedrag. Maar ook andere, misschien minder direct voor de hand liggende factoren, zijn van invloed op ons als consument. Zo kan een ontslaggolf bij een groot warenhuis ertoe leiden dat ons vertrouwen als consument afneemt, terwijl enkele Nederlandse gouden medailles op de Olympische Spelen in Rio dit vertrouwen juist kan laten toenemen. Kortom, omgevingsfactoren hebben invloed op de persoonlijke factoren. Andersom beïnvloeden persoonlijke factoren ook de omgevingsfactoren. Onze

persoonlijkheid, attitudes en kennis en vaardigheden bepalen mede onze omgeving. Als we impulsief zijn hebben we waarschijnlijk ook meer impulsieve vrienden, als we rood staan niet zo erg vinden zullen we waarschijnlijk eerder een winkel binnen stappen, en als we hoog opgeleid zijn hebben we meestal ook een hoog opgeleide partner. Bovendien zijn de wegen van persoonlijke factoren en omgevingsfactoren naar economisch keuzegedrag geen eenrichtingsverkeer. Vaak hebben de economische keuzes die we maken hun weerslag op de persoon en zijn of haar omgeving. Bijvoorbeeld, als we realiseren dat we toch gezwicht zijn voor een koopverleiding kan dat ons gevoel van zelfcontrole ondermijnen. En als we net iets moois en iets duurs hebben gekocht kan dat onze houding ten opzichte van 'rood staan' positiever maken.

Mijn punt is niet dat alles met alles samenhangt - dat doet het overigens wel. Mijn punt is dat als we het economisch keuzegedrag van de menselijke beslisser beter willen begrijpen we meer inzicht nodig hebben in de psychologische determinanten van dit gedrag en hoe deze op elkaar van invloed zijn. De menselijke beslisser is een *homo sapiens* met een hoofd en een hart en zijn of haar keuzes worden beïnvloed door een veelvoud van factoren. Dit maakt het niet eenvoudig om deze keuzes volledig te doorgronden. Het veelvoud aan factoren biedt ook volop mogelijkheden economisch keuzegedrag - indien nodig en gewenst - ten goede te veranderen. Dit kan mensen een stap verder helpen naar financiële zelfredzaamheid. Er is niets zo veranderlijk als de mens. Om deze mogelijkheden ten volste te benutten is meer kennis nodig. Kennis over hoe de psychologische determinanten van economisch keuzegedrag precies werken en kennis over hoe we deze inzichten effectief kunnen toepassen in de praktijk. En om deze kennis te verkrijgen is meer wetenschappelijk onderzoek onontbeerlijk. Zowel fundamenteel onderzoek - waarin gecontroleerde experimenten worden gebruikt om meer en beter inzicht te krijgen in de relaties en oorzakelijke verbanden tussen determinanten en keuzegedrag - als toegepast onderzoek - waarin theorie-gestuurde interventies worden ontwikkeld en getoetst in de praktijk om

meer en beter inzicht te krijgen in welke factoren het keuzegedrag ook daadwerkelijk ten goede veranderen.

### Onderzoeksprogramma van de leerstoel

Met het instellen van een bijzondere leerstoel met de leeropdracht psychologische determinanten van economisch keuzegedrag kiezen de Universiteit Leiden en het Nibud expliciet voor een aanpak waarin fundamenteel en toegepast onderzoek worden gecombineerd. Het doel van de leerstoel is om de wetenschappelijke kennis betreffende economisch keuzegedrag verder te ontwikkelen en deze kennis te integreren in de praktische werkwijze van het Nibud om zodoende Nederlandse huishoudens verder op weg te helpen naar financiële zelfredzaamheid. Om deze doelstelling te realiseren heb ik samen met de wetenschappelijke medewerkers van het Nibud een onderzoeksprogramma ontwikkeld dat we de komende jaren gaan uitvoeren. Dit programma - dat momenteel bestaat uit vijf onderzoeksprojecten, waarover ik u straks meer ga vertellen - willen we de komende jaren nog verder uitbreiden. Maar onze ambitie gaat verder dan deze doelstelling. We streven ernaar om de leerstoel te laten fungeren als een platform waar onderzoekers, beleidsmakers en andere belanghebbenden met elkaar in contact treden en met als beoogd resultaat het vermeerderen van kennis betreffende economisch keuzegedrag en het benutten van deze kennis in de Nederlandse maatschappij. In het onderzoeksprogramma hebben we hiermee al een begin gemaakt door in de al ontwikkelde projecten nauw samen te werken met de ALFAM, de Delta Lloyd Foundation en de Nederlandse Vereniging van Banken. Daarnaast zijn we - in eerste instantie op kleinere schaal - onderzoeksprojecten gestart met de Autoriteit Financiële Markten, de Belastingdienst, het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen, en het platform Wijzer in Geldzaken. De komende jaren hopen we onze samenwerkingsverbanden te verstevigen en verder uit te breiden. Het bevorderen van financieel gedrag en financiële zelfredzaamheid is een zaak van ons allen en we kunnen pas echt een verschil maken als we de handen ineen slaan en veel en goed samenwerken. Dit houdt onder andere in samen zowel

toegepast als fundamenteel onderzoek initiëren en financieren en het toepassen van de opgedane kennis in de praktijk.

Zoals beloofd, zal ik u kort iets vertellen over de vijf projecten van het onderzoeksprogramma die inmiddels zijn gestart en waarop ik voornamelijk zal samenwerken met Lotte van Dillen - onderzoeker en docent bij de sectie Sociale en Organisationspsychologie van de Universiteit Leiden -, Minou van de Werf - wetenschappelijk medewerker van het Nibud en sinds 1 januari 2015 ook verbonden aan de Universiteit Leiden als buitenpromovenda - en een nog aan te stellen promovenda of promovendus. Twee van deze projecten zijn fundamenteel van aard - en richten zich op de onderliggende psychologische processen van economisch keuzegedrag - en drie projecten zijn meer toegepast - en richten zich op het ontwikkelen en toetsen van theoriegestuurde interventies om gezond financieel gedrag te bevorderen. Het eerste project onderzoekt wat de effecten zijn van te weinig geld hebben op het maken van economische beslissingen en bouwt voort op eerder onderzoek naar schaarste. Dit eerdere onderzoek heeft, onder anderen, laten zien dat mensen die het gevoel hebben dat ze geld of tijd te kort komen slechter cognitief functioneren en daardoor slechtere economische keuzes maken. In dit project onderzoeken we - door middel van meerdere experimenten en veldonderzoeken - of de negatieve emoties die gepaard gaan met het ervaren van schaarste deze eerder gevonden effecten kunnen verklaren en hoe we de negatieve effecten van schaarste op keuzegedrag kunnen tegengaan. In het tweede project richten we ons op verlangens en impulsen van mensen. We onderzoeken hoe verlangens en impulsen keuzes van mensen beïnvloeden en via welke processen deze invloed tot stand komt. Daarnaast ontwikkelen en testen we verschillende interventies die mensen kunnen helpen om minder impulsief te reageren op verleidingen. Ook in dit project zullen we gebruik maken van zowel laboratorium- als veldonderzoek. Zoals gezegd zijn deze eerste twee projecten vooral fundamenteel van aard, terwijl bij de andere drie projecten de nadruk vooral ligt op de toepassing van kennis - het ontwikkelen van interventies en het toetsen van de effectiviteit van deze interventies. Alle drie deze projecten

richten zich op het bevorderen van financieel gezond gedrag en financiële zelfredzaamheid, maar elk van de projecten zal met een andere maatschappelijke partner worden uitgevoerd en zich richten op verschillende aspecten van economisch keuzegedrag, zoals keuzes met betrekking tot het afsluiten van leningen of keuzes met betrekking tot sparen voor een financiële buffer om economische tegenslagen op te vangen. In deze projecten zullen we gebruik maken van zowel kwantitatief als kwalitatief onderzoek en zullen we - voor zover mogelijk - ontwikkelde interventies door middel van gerandomiseerde controle trials toetsen en evalueren.

In de genoemde projecten werken wetenschap en praktijk nauw met elkaar samen op een combinatie van fundamenteel en toegepast onderzoek, waarbij de beslisser als *homo sapiens* centraal staat. Het programma zal de komende jaren zowel belangrijke theoretische als praktisch toepasbare kennis van economisch keuzegedrag opleveren. De leerstoel sluit daarmee goed aan bij de kernwaarde van de Universiteit Leiden met betrekking tot het dragen van maatschappelijke verantwoordelijkheid. De leerstoel biedt de Universiteit Leiden vele mogelijkheden voor het ontwikkelen, verspreiden, en benutten van wetenschappelijke kennis en dit te doen in samenwerking met belangrijke maatschappelijke partners. De leerstoel sluit tevens goed aan bij de missie van het Nibud om de zelfredzaamheid van consumenten op het gebied van huishoudfinanciën te bevorderen. En het stelt het Nibud in staat om wetenschappelijke inzichten nog meer te integreren in haar werkwijze. Het is mijn hoop en verwachting dat de integratie van de wetenschap van de Universiteit Leiden en de praktijk van het Nibud ons beter grip zal geven op het mentaal budget van de menselijke beslisser. En dat de resultaten van het gezamenlijke onderzoeksprogramma ons in staat zal stellen mensen op de juiste manier een duwtje in de goede richting te geven of een helpende hand te bieden. En dat we daarmee de financiële zelfredzaamheid van Nederlandse huishoudens verder zullen bevorderen. Nogmaals, ik vind het een grote eer en tevens een groot genoegen dat ik als eerste deze, om meerdere redenen, bijzondere leerstoel mag bekleden.

### Geraadpleegde bronnen en literatuur

Ariely, D. (2008). *Predictably irrational: The hidden forces that shape our decisions*. New York, NY: HarperCollins Publishers.

Cialdini, R.B. (2001). *Influence: Science and Practice* (4<sup>th</sup> Edition). Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.

Damasio, A.R. (1994). *Descartes' Error: Emotion, Reason, and the Human Brain*. New York: Grosset/Putnam.

Damasio, A.R. (1999). *The Feeling of What Happens: Body and Emotion in the Making of Consciousness*. New York: Harcourt Brace & Co.

Frijda, N.H. (1986). *The emotions*. Cambridge: Cambridge University Press.

Frijda, N.H. (2007). *The laws of emotion*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Han, S., Lerner, J.S. & Keltner, D. (2007). Feelings and consumer decision making: The appraisal-tendency framework. *Journal of Consumer Psychology*, 17, 158-168.

Hofmann, W. & Van Dillen, L.F. (2012). Desire: The new hot spot in self-control research. *Current Directions in Psychological Science*, 21, 317-322.

Iyengar, S.S. & Lepper, M.R. (2000). When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2000, 995-1006.

Kahneman, D. & Tversky, A. (1984). Choices, values, and frames. *American Psychologist*, 39, 341.

Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. New York: Farrar, Straus and Giroux.

Kahneman, D., Slovic, P. & Tversky, A. (1982). *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*. Cambridge University Press.

Lerner, J. S., Li, Y., Valdesole, P. & Kassam, K.S. (2015). Emotion and decision making. *Annual Review of Psychology*, 66, 799-823.

Madern, T. (2015). *Op weg naar een schuldenvrij leven. Gezond financieel gedrag noodzakelijk om financiële problemen te voorkomen*. Proefschrift Universiteit Leiden.

Mani, A., Mullainathan, S., Sharif, E. & Zhao, J. (2013). Poverty impedes cognitive function. *Science*, 341, 976-980.

Mullainathan, S. & Sharif, E. (2013). *Scarcity: Why having too little means so much*. New York, NY: Henry Holt.

Schwartz, B. (2004). *The paradox of choice: Why more is less*. New York, NY: Harper Perennial.

Smith, P.K., Jostmann, N.B., Galinsky, A.D. & Van Dijk, W.W. (2008). Lacking power impairs executive functions. *Psychological Science*, 19, 441-447.

Tiemeijer, W.L. (2010). *Hoe mensen keuzes maken*. Amsterdam University Press.

Tversky, A. & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185, 1124-1131.

Tversky, A. & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the rationality of choice. *Science*, 211, 453-458.

Van Dijk, W.W., Zeelenberg, M. & Van der Pligt, J. (2003). Blessed are they who expect nothing: Lowering expectations as a way of avoiding disappointment. *Journal of Economic Psychology*, 24, 505-516.

Van Dillen, L.F. & Koole S.L. (2007). Clearing the mind: a working memory model of distraction from negative mood. *Emotion*, 7, 715-723.

[www.nibud.nl/beroepsmatig/nibud-onbetaalde-rekeningen-kosten-samenleving-miljoenen](http://www.nibud.nl/beroepsmatig/nibud-onbetaalde-rekeningen-kosten-samenleving-miljoenen).

[www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2015/11/27/bijlage-2-huishoudens-in-de-rode-cijfers-2015](http://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2015/11/27/bijlage-2-huishoudens-in-de-rode-cijfers-2015).





## PROF.DR. WILCO VAN DIJK (DAMWOUDE, 1968)



- 2014 Bijzonder Hoogleraar Psychologische Determinanten van Economisch Keuzegedrag, Universiteit Leiden
- 2009-2014 Universitair Hoofddocent, Sociale en Organisationspsychologie, Universiteit Leiden
- 2002-2009 Universitair Hoofddocent, Sociale Psychologie, Vrije Universiteit Amsterdam
- 1998-2002 Universitair Docent, Sociale Psychologie, Vrije Universiteit Amsterdam
- 1994-1999 Promotie Sociale Psychologie, Universiteit van Amsterdam
- 1990-1994 Doctoraal Sociale Psychologie, Universiteit van Amsterdam

Wij leven in één van de rijkste landen ter wereld. Maar we leven ook in een land waar bijna de helft van de huishoudens moeite heeft met rondkomen. Goede economische keuzes maken is lastig en wordt ook steeds moeilijker in onze complexer wordende maatschappij.

Om meer inzicht te krijgen in hoe economische keuzes tot stand komen moeten we het beeld van de menselijke beslisser als homo economicus bijstellen tot het beeld van homo sapiens. We zijn geen beslissers die louter verstandelijke keuzes maken - ons economisch keuzegedrag komt tot stand via zowel rationele als irrationele processen. We zijn beslissers met alle beperkingen en tekortkomingen die ons menselijk maken en die daarom bij het maken van economische keuzes niet alleen een financieel budget heeft, maar ook een mentaal budget.

Om financiële zelfredzaamheid te bevorderen en mensen te helpen grip te krijgen op hun geld moeten we meer grip krijgen op het mentaal budget van de menselijke beslisser. Om deze grip te verstevigen hebben we meer inzicht nodig in wat de belangrijkste psychologische factoren zijn die - via rationele en irrationele processen - economisch keuzegedrag bepalen.



Universiteit  
Leiden