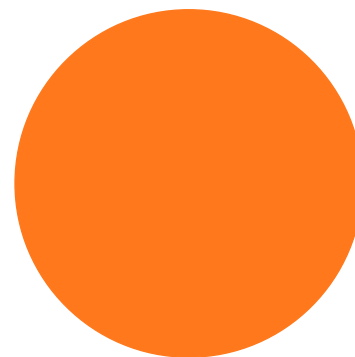


6 maart, Nibud

Financieel gedrag & psychologische principes

Nibud

Nationaal Instituut voor Budgetvoorlichting



Auteurs
Tamara Madern
Minou van der Werf
Gea Schonewille

Samenvatting & conclusie

Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding
2. De financiële situatie
3. Ik leen... en ik spaar...
4. Verschil in communicatie
5. Bang om te verliezen
6. Nu versus de toekomst
7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage

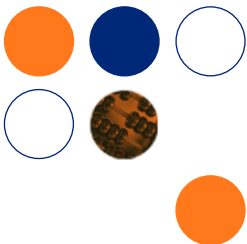
Financiële keuzes van consumenten worden beïnvloed door psychologische concepten die vaak onbewust een rol spelen. In dit rapport zijn enkele van deze psychologische concepten onderzocht en is gekeken hoe deze doorwerken bij financiële beslissingen. Eerst is een feitelijk beeld van de respondenten geschetst. Hoe goed kunnen ze rondkomen? En hebben ze spaar- en leengeld? 17 procent van de respondenten heeft zowel spaargeld als een lening. Bij voldoende spaargeld kan het voordeliger zijn om de lening af te lossen. Een lening kost immers extra geld. Rationeel gezien is dan ook de verwachting dat als iemand voldoende geld heeft en mag aflossen, hij ook zou doen. Uitzonderingen daargelaten, zoals bij een heel laag rentepercentage en als er nog andere kosten worden verwacht. Van de respondenten met zowel spaargeld als een lening geeft ongeveer een derde aan dat ze onvoldoende spaargeld hebben om de lening af te lossen. 63 procent houdt spaargeld achter de hand voor onvoorziene uitgaven.

Aan alle respondenten is de fictieve situatie voorgelegd dat ze voldoende spaargeld hebben, maar aan het einde van de maand rood staan. Zouden ze dan het geld van de spaarrekening terugstorten? 41 procent van de respondenten zou rood blijven staan. Bij een studieschuld is een vergelijkbaar beeld te zien. 51 procent van de respondenten zou een studieschuld van 5.000 euro niet afbetalen als zij 5.000 euro spaargeld hebben. 27 procent van de respondenten wil minstens het dubbele hebben aan spaargeld voor ze gaan aflossen.

De psychologische concepten die in dit onderzoek naar voren komen zijn: framing, verliesaversie, present bias en wat-als-denken (counterfactual thinking). Alle vier deze concepten blijken een invloed te hebben op financiële keuzes.

'Framing' is de wijze waarop woorden worden gebruikt. Het zorgt ervoor dat bepaalde aspecten in een tekst worden uitgelicht of anders worden ervaren. Het maakt uit hoe een tekst wordt gebracht, ook al is de boodschap gelijk. In dit onderzoek is gevraagd bij welk verschil in premie de respondenten zouden overstappen van zorgverzekering. Als dit bedrag in jaren wordt genoemd, zijn de respondenten eerder geneigd te kiezen voor overstappen dan bij hetzelfde bedrag in maanden.

Ook is de respondenten gevraagd wat zij van roodstand vinden. De respondenten die eerst de zin krijgen 'Acht op de tien Nederlanders staat wel eens rood', geven minder vaak aan dat ze roodstand vervelend vinden dan de respondenten die geen stelling krijgen. Bij deze stelling is gebruikgemaakt van de neiging van mensen om te doen wat de meeste mensen doen, ofwel kuddegedrag. Kuddegedrag kan dus worden ingezet om gezond financieel gedrag te bevorderen. Het luistert



Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding
2. De financiële situatie
3. Ik leen... en ik spaar...
4. Verschil in communicatie
5. Bang om te verliezen
6. Nu versus de toekomst
7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage

echter wel erg nauw. Als personen zich juist associëren met de kleine groep zullen ze misschien juist eerder dat gedrag gaan vertonen. Kuddegedrag kan ook ongezond gedrag bevorderen.

'Verliesaversie' wil zeggen dat mensen het vervelender vinden om te verliezen dan dat ze het fijn vinden om te winnen. Aan de respondenten zijn twee opties voorgelegd waarin ze konden kiezen voor een zeker verlies of winst, of gokken voor het bedrag dat ze zouden verliezen of winnen. De respondenten kiezen vaker voor de gokoptie bij verlies dan bij winst. Ze zijn bang om te verliezen dan te winnen en dit beïnvloedt hun keuzes. Ook hier komt framing om de hoek: het maakt uit of je stelt dat iets een verlies is (dat vinden we erger) of een mogelijke winst. Mensen zullen meer actie ondernemen om verlies te voorkomen.

'Present bias' betekent dat mensen geneigd zijn om beslissingen te nemen gericht op het nu in plaats van op de toekomst. Ook dit is terug te zien in de uitkomsten. Als de respondenten moeten kiezen tussen nu 100 euro krijgen of over twee maanden 110 euro, kiest 55 procent voor het geld over twee maanden. En als ze moeten kiezen tussen over een jaar 100 euro en over een jaar en twee maanden 110 euro, dan kiezen ze er vaker voor om toch nog langer te wachten en dan extra beloond te worden (60 procent).

Tot slot 'counterfactual thinking'. Mensen gaan nadenken over wat had kunnen gebeuren, in tegenstelling tot wat is gebeurd. Dit beïnvloedt hun gedrag. In dit onderzoek is een vraag voorgelegd met daarbij de informatie dat een bepaalde kortingsactie net was beëindigd. Het betrof een laptop die 100 euro te duur was om te kunnen kopen. De week ervoor was de laptop echter 100 euro goedkoper. De helft van de respondenten kreeg de vraag met die extra informatie, de andere helft kreeg alleen te horen dat ze geld tekort hadden. De respondenten die de korting net zijn misgelopen, vinden het vaker vervelend dat ze geld tekort komen om een laptop te kopen dan de groep die geen korting is misgelopen. Dit klinkt heel intuïtief, maar rationeel gezien is het gek dat we iets anders beoordelen, terwijl de uitkomst hetzelfde is: de laptop kan nog steeds niet gekocht worden.

Het is belangrijk voor professionals zich bewust te zijn van deze psychologische processen die financiële keuzes beïnvloeden. Dat geldt zeker voor beleidsmakers en professionals die (in)direct contact hebben met kwetsbare groepen. Vooral professionals die zich inzetten om de positie van de financiële zelfredzaamheid te versterken. Alleen overdragen van kennis en aanleren van vaardigheden is onvoldoende om de financiële zelfredzaamheid te verbeteren.



Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

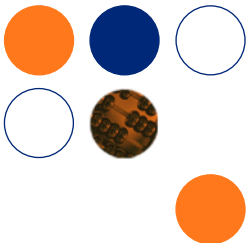
1. Inleiding
2. De financiële situatie
3. Ik leen... en ik spaar...
4. Verschil in communicatie
5. Bang om te verliezen
6. Nu versus de toekomst
7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage

Niet alleen partijen die werken met kwetsbare groepen hebben te maken met psychologische processen. Ook de professionals die zich richten op de financiële toekomst, moeten zich bewust zijn van de invloed van deze processen. De present bias maakt het maken van gezonde keuzes voor de toekomst moeilijk.

Bij de communicatie naar kwetsbare groepen is het van belang na te denken over de manier waarop de boodschap wordt gebracht, de verpakking doet er echt toe. Ook moet rekening worden gehouden met emoties die hen beïnvloeden. Het Nibud zal hieraan de komende jaren meer aandacht besteden. Een belangrijk onderdeel hiervan is de Nibud-leerstoel Psychologische determinanten van economisch keuzegedrag in Leiden. Bijzonder hoogleraar Wilco van Dijk leidt de leerstoel en het bijbehorende onderzoeksprogramma.



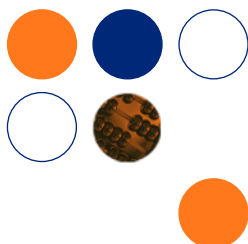
Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding
2. De financiële situatie
3. Ik leen... en ik spaar...
4. Verschil in communicatie
5. Bang om te verliezen
6. Nu versus de toekomst
7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage



1 Inleiding

Bij de oprichting van het Nibud - 35 jaar geleden - was de aandacht vooral gericht op kennisoverdracht en -deling. Als de consument wist wat hij moest doen, dan zou hij dat ook wel gaan doen, was de gedachte. Tegenwoordig weten we dat dat maar een deel van het verhaal is.

Verschillende gedragsprincipes zijn van invloed op dagelijkse financiële keuzes. In de afgelopen 35 jaar zag het Nibud dat in verschillende onderzoeken terugkomen. Het onderliggende onderzoek is het eerste onderzoek van het Nibud naar irrationeel gedrag en de invloed daarvan op financiële keuzes. Het is bedoeld om de invloed van bepaalde psychologische concepten onder de aandacht te brengen. De psychologische concepten die in dit onderzoek naar voren komen zijn: framing, verliesaversie, present bias en wat-als-denken. In de toekomst is het Nibud van plan meer onderzoek te doen naar de invloed van zulke psychologische concepten en hoe de praktijk daarmee kan werken.

Ook al heeft het Nibud nooit eerder specifiek onderzoek gedaan naar irrationeel gedrag, het ziet wel in zijn voorgaande onderzoeken dat dit een rol speelt. Zo had achteraf 71 procent van de huishoudens met een lening liever minder geleend en ervoer 61 procent de lening als een last (Madern & Van der Burg, 2012). Dit irrationele gedrag is niet alleen terug te zien bij lenen, maar in alle facetten van financieel gedrag. We geven meer geld uit als we met een creditcard betalen in plaats van contant (Dijkman & Zadeh, 2011). We hebben last van het 'what the hell'-effect: we vinden het vervelender om met briefgeld dan met muntgeld te betalen, maar als we eenmaal met briefgeld gaan betalen, dan geven we significant meer uit dan met muntgeld. Ook als we winkelen wordt geld uitgeven na de eerste aankoop gemakkelijker.

Het financiële gedrag van mensen is nu niet onderzocht. De focus van het onderzoek lag op welke processen een rol spelen bij het financiële gedrag. Er zijn situaties voorgelegd aan de respondenten om te kijken hoe ze daarop reageren. Weten welke processen een rol spelen helpt om mensen te kunnen ondersteunen om gezonde financiële keuzes te maken. Voor de onderzoeksopzet zie bijlage 1.

Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding

2. De financiële situatie

3. Ik leen... en ik spaar...

4. Verschil in communicatie

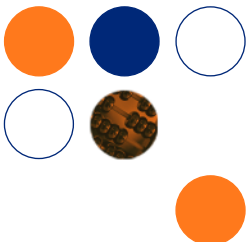
5. Bang om te verliezen

6. Nu versus de toekomst

7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

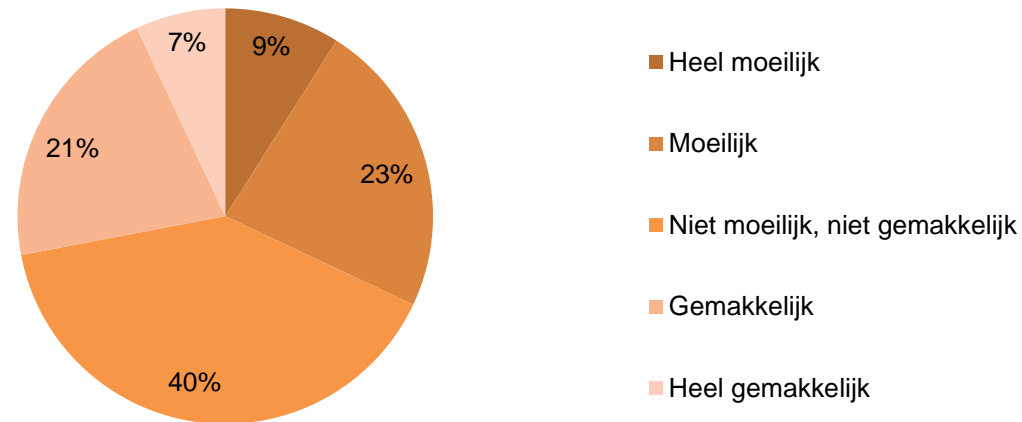
Bijlage



2 De financiële situatie

De financiële situatie van mensen heeft invloed op hoe ze over geldzaken denken en hoe ze handelen. Daarom is eerst gevraagd hoe goed de respondenten kunnen rondkomen.

Figuur 1: Mate waarin men kan rondkomen (n=1.544)



Figuur 1 geeft een beeld van hoe huishoudens nu rondkomen van 'heel moeilijk' tot 'heel gemakkelijk'. 32 procent van de respondenten komt heel moeilijk tot moeilijk rond. 28 procent komt juist gemakkelijk rond.

Aan de respondenten die aangaven moeilijk rond te komen, hebben we gevraagd wat ze zelf als reden zien dat ze moeilijk rondkomen (zie tabel 1). De meest voorkomende reden is 'als gevolg van een inkomensterugval' (36 procent).

Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding

2. De financiële situatie

3. Ik leen... en ik spaar...

4. Verschil in communicatie

5. Bang om te verliezen

6. Nu versus de toekomst

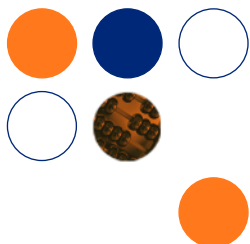
7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage

Tabel 1: Belangrijkste reden dat moeilijk rondkomen (n=493)

	Totaal %
Als gevolg van een inkomensterugval	36
Door hoge vaste lasten	30
Door een gebeurtenis die afgelopen jaar heeft plaatsgevonden	12
Omdat ik onbewust veel geld uitgeef	6
Omdat ik graag geld uitgeef	3
Omdat ik geen zicht heb op mijn uitgeven	1
Lage inkomsten	7



Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding

2. De financiële situatie

3. Ik leen... en ik spaar...

4. Verschil in communicatie

5. Bang om te verliezen

6. Nu versus de toekomst

7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage

3 Ik leen... en ik spaar...

3.1 Lenen en sparen

Nederlanders sparen graag: 65 procent van de respondenten heeft spaargeld. Maar we lenen ook graag: 33 procent van de respondenten had op het moment van de enquête een lening¹.

Figuur 2: Percentage met of zonder spaargeld of lening

 **33%**

Heeft een lening

 **65%**

Heeft spaargeld

 **66%**

Heeft geen lening

 **35%**

Heeft geen spaargeld

In tabel 2 staat hoe groot de groep respondenten is die alleen spaargeld, alleen een lening, beide en geen van beide hebben. 17 procent van de respondenten heeft zowel spaargeld als een lening. 16 procent heeft geen van beide.

¹ De volgende leningen zijn meegenomen: lening bij vrienden of familie, lening bij een bank of financieringsmaatschappij, creditcardschuld, roodstand, lening bij postorderbedrijven, studieschuld.

Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding

2. De financiële situatie

3. Ik leen... en ik spaar...

4. Verschil in communicatie

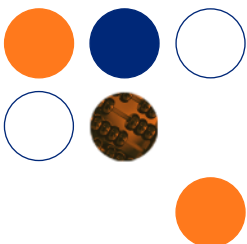
5. Bang om te verliezen

6. Nu versus de toekomst

7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage



Tabel 2: Percentage met of zonder spaargeld en/of lening (n=1.630)

	%	n
Alleen spaargeld	48	776
Lening en spaargeld	17	276
Alleen een lening	16	255
Geen spaargeld en geen lening	20	323

We kunnen ook naar de overlap van spaargeld en lening kijken vanuit alleen de groep met spaargeld of juist met een lening. Zoals net aangegeven heeft 65 procent van de respondenten spaargeld (n=1.052). Van deze groep heeft 26 procent ook een lening. Een kwart van de respondenten met spaargeld leent dus ook. 33 procent van de respondenten heeft een lening (n=531) en daarvan heeft ruim de helft ook spaargeld (52 procent).

Aan de respondenten is gevraagd waarom ze hun lening niet aflossen met spaargeld. Tabel 3 geeft dat weer. Bij 'anders' werd onder meer genoemd dat ze nog niet klaar zijn met studeren, dat het om een korte of kleine lening gaat en dat de rente van de lening lager is dan de rente die ze krijgen voor het spaargeld.

Tabel 3: Redenen om spaargeld niet te gebruiken om een lening af te lossen (meerdere antwoorden mogelijk) (n = 276)

	%
Spaargeld achter de hand houden voor onvoorziene uitgaven	63
Niet genoeg spaargeld om lening af te lossen	34
Lening kan niet (kosteloos) vervroegd afgelost worden	11
Anders	10

Respondenten konden meerdere opties aankruisen. Slechts 18 procent geeft meer dan één reden aan om het spaargeld niet te gebruiken om de lening af te lossen. Voor 63 procent van de respondenten met een lening én spaargeld was het achter de hand houden van spaargeld een reden om de lening niet af te lossen. In totaal is dit 11 procent van alle respondenten, zij hebben een lening en lossen deze niet af omdat ze geld achter de hand willen houden. Ze geven dus niet als reden op dat ze geen geld hebben.

Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding

2. De financiële situatie

3. Ik leen... en ik spaar...

4. Verschil in communicatie

5. Bang om te verliezen

6. Nu versus de toekomst

7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage

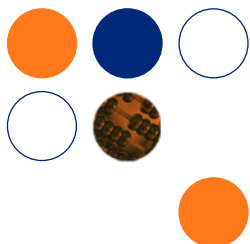
3.2 Roodstand

Iedereen heeft het wel eens meegemaakt: het is het einde van de maand en het geld is (bijna) op. Een mogelijkheid om de periode te overbruggen is tijdelijk roodstaan. 53 procent van de huishoudens staat wel eens rood (zie figuur 3). Daarbij zijn ook de huishoudens meegenomen die slechts een enkele keer rood hebben gestaan. 16 procent van de huishoudens staat maar zelden rood, bijna een kwart van de huishoudens staat elke maand rood.

Figuur 3: Percentage respondenten dat rood staat (n=1.542)



Aan de respondenten die kunnen roodstaan, is gevraagd wat de belangrijkste reden is dat ze rood kunnen staan (zie figuur 4). De meeste huishoudens (40 procent) geven aan rood te kunnen staan voor het geval ze een keer krap zitten. 24 procent zegt de financiële ruimte echt nodig te hebben. Een kwart heeft er eigenlijk niet over nagedacht en het aanbod van de bank aangenomen.



Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding

2. De financiële situatie

3. Ik leen... en ik spaar...

4. Verschil in communicatie

5. Bang om te verliezen

6. Nu versus de toekomst

7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage

Figuur 4: Reden rood kunnen staan (meerkeuze) (n=1.219)



Bij een tijdelijk geldtekort is rood staan natuurlijk niet de enige oplossing. Een andere mogelijkheid is om spaargeld aan te spreken als dat er is. Aan de respondenten is de volgende situatie voorgelegd.

Vraag:

U spaart iedere maand 200 euro, vlak nadat u uw salaris heeft gekregen. Vlak voordat uw nieuwe salaris wordt gestort, zit u vaak krap bij kas. Hierdoor staat u soms rood. Wat zou u in deze situatie doen?

Optie 1: Ik zou geld van mijn spaarrekening overzetten naar mijn lopende rekening, zodat ik niet meer rood sta.

Optie 2: Ik zou wachten totdat mijn nieuwe salaris wordt gestort, dat komt immers toch bijna weer.

59 procent van de respondenten zou geld van hun spaarrekening halen, 41 procent zou rood blijven staan.



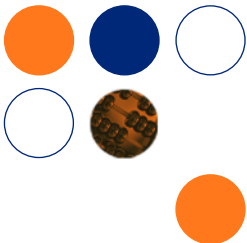
Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding
2. De financiële situatie
3. Ik leen... en ik spaar...
4. Verschil in communicatie
5. Bang om te verliezen
6. Nu versus de toekomst
7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage



3.3 Studieschuld

38 procent van de van de hbo/wo-studenten heeft een studielening bij DUO (Dienst Uitvoering Onderwijs) (Van der Burg, Kreetz & Van der Schors, 2012). Dit zal door de invoering van het sociaal leenstelsel waarschijnlijk verder stijgen. De volgende hypothetische situatie is aan alle respondenten voorgelegd.

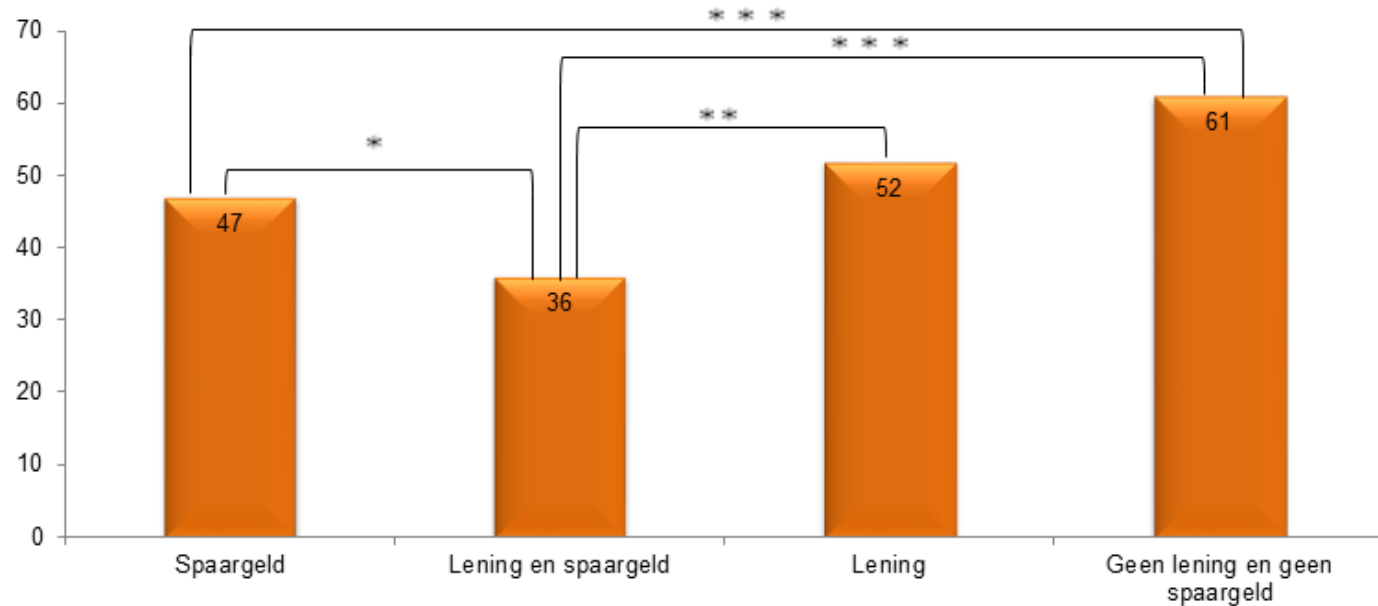
Vraag:

U bent net klaar met studeren en heeft een studieschuld van 5.000 euro. U heeft ook 5.000 euro op uw spaarrekening. Zou u dit spaargeld gebruiken om in één keer uw studieschuld af te lossen?

- A) Ja
- B) Nee

49 procent van de respondenten geeft aan dit te zullen doen, 51 procent niet.

Figuur 5: Percentage dat de studieschuld zou aflossen wanneer er genoeg spaargeld is (n=1.538)



Type analyse: ANOVA

Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding

2. De financiële situatie

3. Ik leen... en ik spaar...

4. Verschil in communicatie

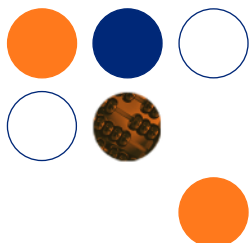
5. Bang om te verliezen

6. Nu versus de toekomst

7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage



Mensen zonder lening en zonder spaargeld zeggen vaker dat ze het spaargeld zouden gebruiken om meteen hun lening af te lossen dan mensen met een lening en spaargeld. En ook vaker dan mensen met alleen spaargeld. Mensen met zowel een lening als spaargeld kiezen er minder vaak voor om hun schuld direct af te lossen dan alle andere respondenten.

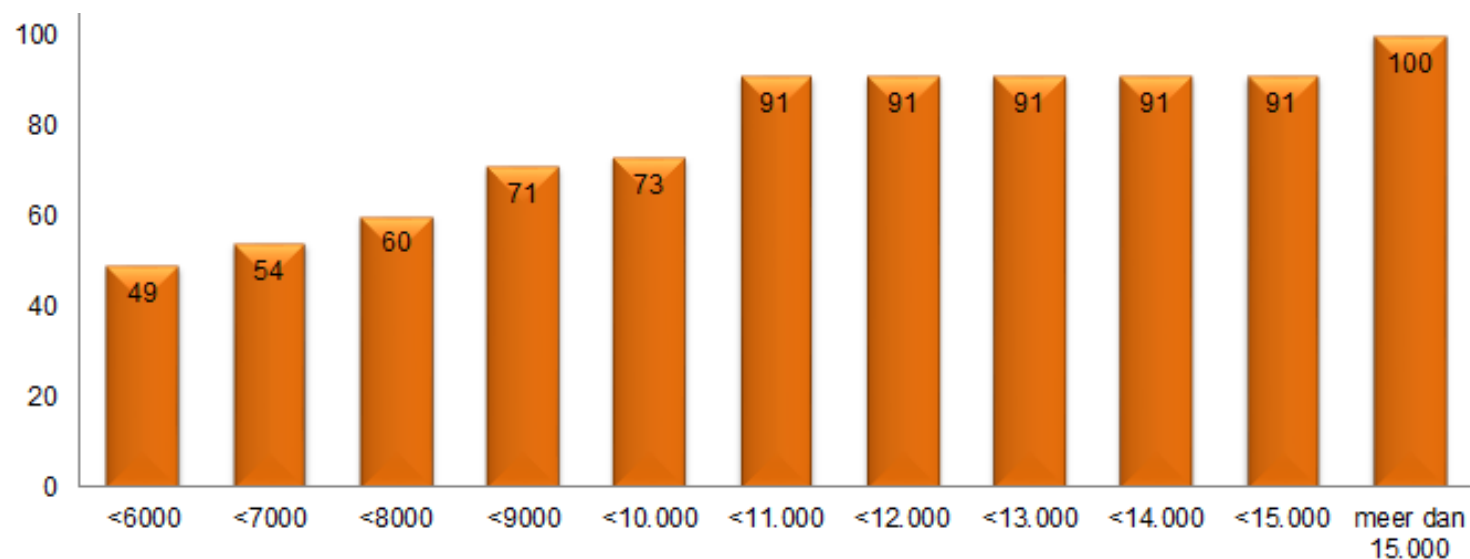
Aan de respondenten die hebben aangegeven dat ze hun lening niet zouden aflossen, is gevraagd bij welk bedrag ze dat wel zouden doen.

Vraag:

U heeft aangegeven dat u uw studieschuld van 5.000 euro niet in één keer zou aflossen met 5.000 euro spaargeld. Hoeveel spaargeld vindt u dat u nodig heeft om de lening wel in één keer af te lossen?

27 procent van de respondenten geeft aan meer dan 10.000 euro nodig te hebben voordat ze een studielening van 5.000 zouden aflossen. Figuur 6 geeft de percentages cumulatief weer.

Figuur 6: Percentage (cumulatief) dat aangeeft hoeveel spaargeld nodig is om 5.000 euro schuld af te betalen (n=1.616)



Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding

2. De financiële situatie

3. Ik leen... en ik spaar...

4. Verschil in communicatie

5. Bang om te verliezen

6. Nu versus de toekomst

7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage

4 Verschil in communicatie

'Framing' is een communicatietechniek. De manier waarop woorden en beelden worden gebruikt, maakt uit hoe mensen op een tekst reageren. Bij framing worden impliciet een aantal aspecten uitgelicht. Onder meer de politiek, journalistiek en reclame maken bewust (en onbewust) gebruik van framing. Ook waar niet bewust framing is gebruikt, zijn vaak wel bepaalde aspecten uitgelicht. Het speelt dus regelmatig een rol en beïnvloedt de lezer. Het maakt ook dat de lezer de tekst of bepaalde aspecten anders ervaart. Om het effect van framing te onderzoeken, is hier in eerste instantie ingezoomd op de zorgverzekering.

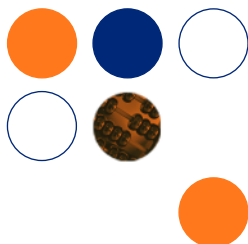
4.1 De prijs van de zorgverzekering

Nederlanders stappen niet vaak over van zorgverzekering. 29 procent van de respondenten is de afgelopen drie jaar van zorgverzekering overstapt. Zorgverzekeringen worden wel vaker vergeleken. 57 procent van de respondenten heeft dat de afgelopen drie jaar gedaan. 46 procent daarvan is ook daadwerkelijk overstapt van zorgverzekeraar.

Respondenten zonder spaargeld en zonder lening vergelijken minder vaak hun zorgverzekering dan alle andere groepen: degenen die sparen, lenen en beide doen. Respondenten met een lening én spaargeld zijn vaker overstapt dan alle andere groepen (zie tabel 4).

Tabel 4: Percentage dat zorgverzekering vergelijkt en overstapt naar spaargeld en/of lening (n=1.542)

	Zorgverzekering vergeleken		Overgestapt	
		%		%
Alleen spaargeld		59		28
Lening en spaargeld		64		39
Alleen een lening		58		29
Geen spaargeld en geen lening		46		24



Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding

2. De financiële situatie

3. Ik leen... en ik spaar...

4. Verschil in communicatie

5. Bang om te verliezen

6. Nu versus de toekomst

7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage

De manier waarop een zorgverzekeraar zijn product aanbiedt, zou een rol kunnen spelen bij het overstappen. Om te onderzoeken of framing inderdaad van invloed kan zijn, is de respondenten gevraagd bij welk bedrag ze zouden overstappen van zorgverzekeraar. De helft van de respondenten kreeg bedragen per maand te zien, de andere helft bedragen per jaar. Op basis van andere onderzoeken naar framing was de verwachting dat bij de bedragen per jaar de respondenten bij een lager bedrag al de overstap zouden maken, dan bij de bedragen per maand. De bedragen per jaar *lijken* immers hoger dan de bedragen per maand. De volgende vraag kregen de respondenten voorgelegd.

Vraag²:

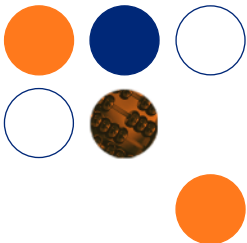
Stelt u zich voor, een andere zorgverzekering blijkt goedkoper te zijn. Bij welk bedrag zou u overwegen om over te stappen? (1 = 2 euro per maand, 11 = meer dan 20 euro per maand).

Vraag:

Stelt u zich voor, een andere zorgverzekering blijkt goedkoper te zijn. Bij welk bedrag zou u overwegen om over te stappen? (1 = 24 euro per jaar, 11 = meer dan 240 euro per jaar).

Zoals blijkt uit figuur 7 zeggen de respondenten die bedragen per jaar krijgen voorgelegd al bij een lager bedrag dat ze zullen overstappen dan de respondenten die het bedrag per maand te zien krijgen. De helft van de respondenten die bedragen per jaar te zien krijgen, stapt over bij 120 euro of minder. Bij de respondenten die bedragen per maand zien, ligt dat bedrag op 20 euro per maand, omgerekend 240 euro per jaar. Het dubbele bedrag dus.

² Gebaseerd op het artikel van Tversky & Kahneman (1981).



Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding

2. De financiële situatie

3. Ik leen... en ik spaar...

4. Verschil in communicatie

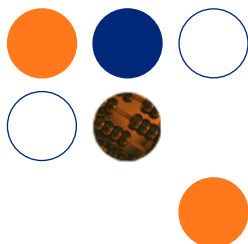
5. Bang om te verliezen

6. Nu versus de toekomst

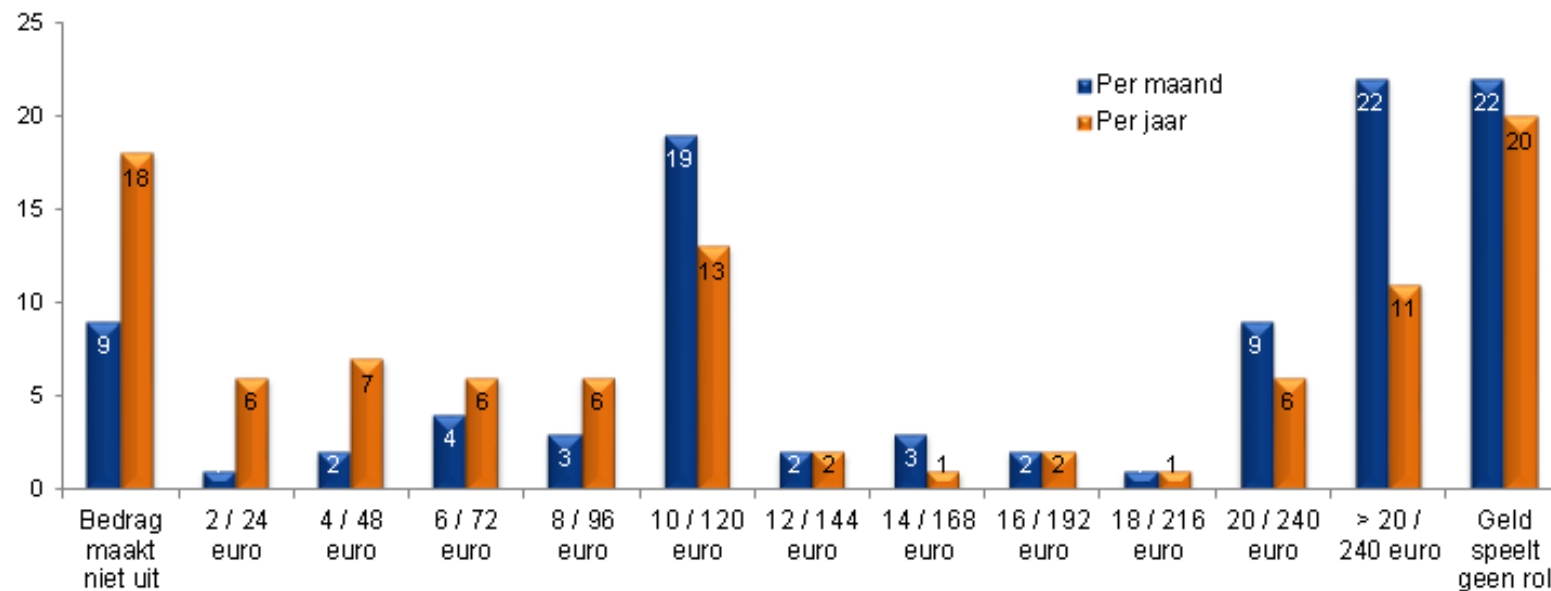
7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage



Figuur 7: Verschil in premie waarbij mensen overstappen naar een andere zorgverzekering naar maand- en jaarbedragen (n=1.540)



Type analyse: onafhankelijke t-test

Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding

2. De financiële situatie

3. Ik leen... en ik spaar...

4. Verschil in communicatie

5. Bang om te verliezen

6. Nu versus de toekomst

7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage

4.2 Kuddegedrag

Mensen worden constant beïnvloed door andere mensen om hen heen. Ook nemen ze elkaars gedrag over. Op deze manier ontstaan fenomenen als kledingtrends en hypes, maar ook massahysterie. Het volgen van de groep is in principe niet onverstandig, het gedrag van anderen kan namelijk als informatiebron dienen als iemand zelf geen of onvoldoende informatie heeft. Het is meestal niet gevaarlijk, maar het is wel goed zich ervan bewust te zijn en zich af blijven vragen of wat de groep doet ook wel het beste voor henzelf is. Groepsgedrag kan ook worden gebruikt bij framing. Als een grote groep het doet en iemand voelt zich verbonden met die groep, is hij eerder geneigd dat gedrag te volgen en goed te keuren.

De volgende vragen zijn hiervan een voorbeeld³.

Vraag:
Acht op de tien Nederlanders staat wel eens rood. Hoe vervelend vindt u rood staan?

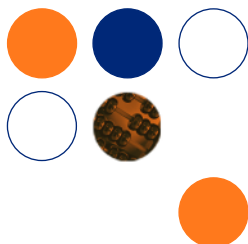
Vraag:
Twee op de tien Nederlanders staat wel eens rood. Hoe vervelend vindt u rood staan?

Vraag:
Hoe vervelend vindt u rood staan?

Alle vragen hadden als antwoordcategorie: 1 tot en met 5, waarbij 1 = heel vervelend, 5 = helemaal niet vervelend.

De respondenten zijn in drie groepen gesplitst. Als mensen worden beïnvloed door kuddegedrag, zouden mensen die de vraag hebben gekregen waarin staat dat acht op de tien Nederlanders rood staan, het minder vervelend moeten vinden om rood te staan. Immers veel mensen doen dat. In figuur 8 staan de resultaten.

³ Gebaseerd op het artikel van Goldstein, Cialdini & Griskevicius (2008).



Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding

2. De financiële situatie

3. Ik leen... en ik spaar...

4. Verschil in communicatie

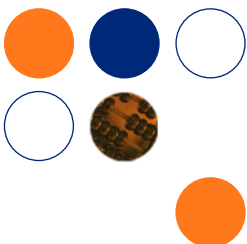
5. Bang om te verliezen

6. Nu versus de toekomst

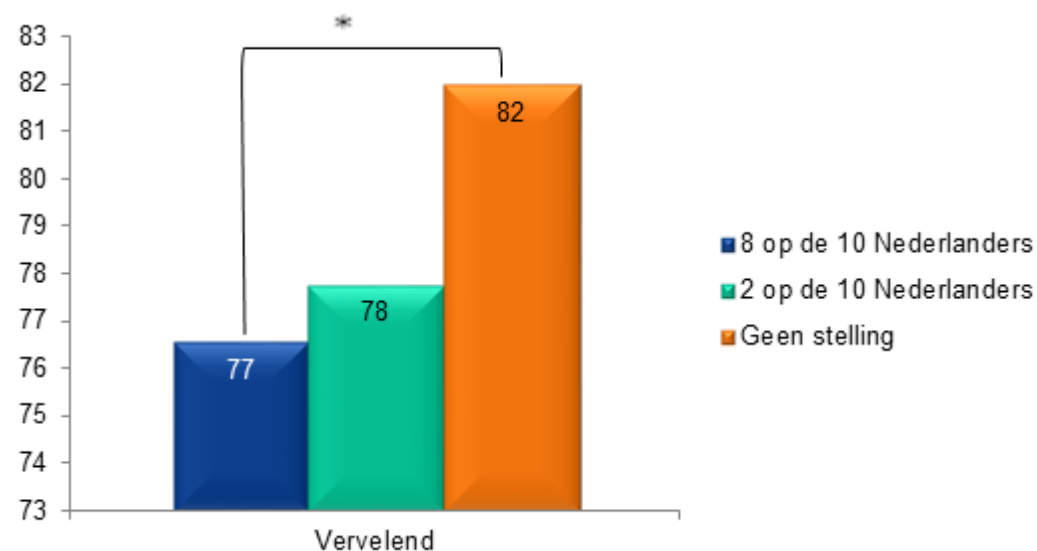
7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage



Figuur 8: Percentage dat rood staan vervelend vindt naar stelling over aantal Nederlanders dat rood staat (n=1.577)



Type analyse: ANOVA

Niet alle groepen verschillen significant van elkaar. Er is geen significant verschil tussen de groep die de stelling 'Acht op de tien Nederlanders staat wel eens rood' en de groep die de stelling 'Twee op de tien Nederlanders staat wel eens rood' kreeg. Wel is er een significant verschil tussen de groep die geen stelling kreeg en de groep respondenten die de stelling 'Acht op de tien Nederlands staat wel eens rood' kreeg.

Bij de stelling 'Acht op de tien Nederlanders staan rood' vinden de respondenten het zelf minder vervelend om rood te staan.

Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding

2. De financiële situatie

3. Ik leen... en ik spaar...

4. Verschil in communicatie

5. Bang om te verliezen

6. Nu versus de toekomst

7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage

5 Bang om te verliezen

Mensen vinden het vaak niet fijn om dingen te veranderen. Verandering brengt namelijk vaak kosten met zich mee. Het gaat hier niet alleen (of zelfs niet eens) om financiële kosten, maar vooral om mentale kosten. Soms kost verandering geld, maar bijna altijd kost verandering tijd en energie. Die tijd en energie is nodig om alles uit te zoeken en alternatieven te vergelijken. Daarnaast betekent verandering onzekerheid: je weet wat je hebt en je weet niet zeker wat je ervoor terug krijgt. Dit vinden mensen eng: ze zijn bang een verkeerde keuze te maken. Dit wordt 'spijtaversie' genoemd. Spijtaversie heeft ook te maken met 'verliesaversie': mensen vinden het vervelender om te verliezen dan dat ze het fijn vinden om te winnen. De psychologische impact van verliezen is zelfs twee keer groter dan de impact van winnen. Mensen vinden het twee keer zo vervelend om te verliezen dan dat ze blij worden van winst. Daarom willen ze koste wat het kost verlies (en spijt) vermijden.

Mensen willen dus de risico's beperken, ze willen niet verliezen. De volgende vraag⁴ is daarvan een voorbeeld.

Vraag:

Stelt u zich de volgende situatie voor. Bij een spel krijgt u de keuze tussen twee opties:

A) U verliest zeker weten 90 euro.

B) U maakt 90% kans om 120 euro te verliezen.

Vraag:

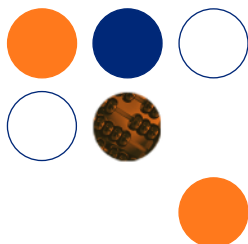
Stelt u zich de volgende situatie voor. Bij een spel krijgt u de keuze tussen twee opties:

A) U wint zeker weten 90 euro.

B) U maakt 90% kans om 120 euro te winnen.

Weer heeft één helft van de respondenten de ene vraag gekregen en de andere helft de andere vraag. De respondenten die de tweede vraag kregen voorgelegd, kiezen vaker voor de zekere optie: zij kiezen voor 'U wint zeker 90 euro'. De respondenten die de eerste vraag kregen, kiezen ook vaker voor de zekere optie: zij kiezen voor 'U verliest zeker 90 euro'. Het aantal respondenten dat kiest voor de zekere optie verschilt bij de twee vraagstellingen. Bij de verliesoptie ('U verliest zeker 90 euro') is het percentage dat voor deze zekere optie gaat significant lager. Met andere woorden: de respondenten

⁴ Gebaseerd op het artikel van Kahneman & Tversky (1979).



Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding

2. De financiële situatie

3. Ik leen... en ik spaar...

4. Verschil in communicatie

5. Bang om te verliezen

6. Nu versus de toekomst

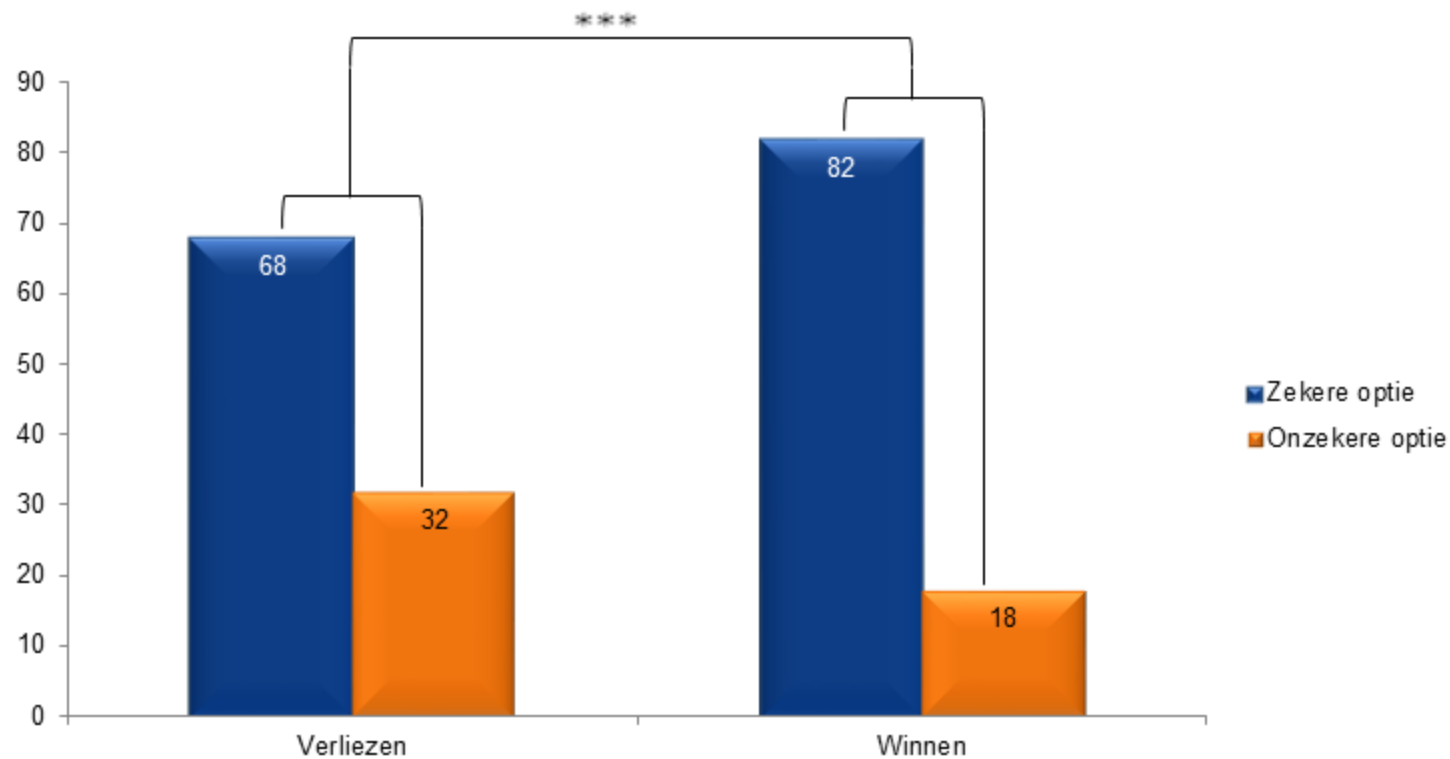
7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage

kiezen vaker voor de gokoptie bij verlies dan bij winst. Dat er geen meerderheid voor de gokoptie kiest (wat op basis van eerder onderzoek wat te verwachten), is mogelijk te verklaren door de lage winkans. Bij optie B van de eerste vraag is er nog steeds 90 procent kans om te verliezen.

Figuur 9: Percentage dat kiest voor de zekere of onzekere optie van winnen of verliezen (n=1.582)



Type analyse: onafhankelijke t-test

Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding

2. De financiële situatie

3. Ik leen... en ik spaar...

4. Verschil in communicatie

5. Bang om te verliezen

6. Nu versus de toekomst

7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage

6 Nu versus de toekomst

Mensen zijn geneigd om beslissingen te nemen gericht op het nu in plaats van op de toekomst. Dit wordt 'present bias' genoemd. Ze hebben een grotere voorkeur voor beloningen nu dan voor beloningen later. Maar ook denken ze dat ze bijvoorbeeld geld beter nu kunnen gebruiken, want nu zitten ze krap bij kas. Over een maand of over een jaar denken ze vaak dat dat anders zal zijn.

De volgende vragen zijn hiervan een voorbeeld⁵.

Vraag:

U kunt kiezen tussen twee opties:

1. *U krijgt nu 100 euro.*
2. *U krijgt over twee maanden 110 euro.*

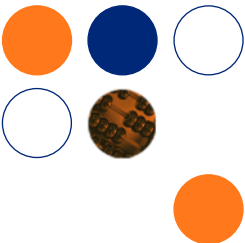
Vraag:

U kunt kiezen tussen twee opties:

1. *U krijgt over een jaar 100 euro.*
2. *U krijgt over een jaar en twee maanden 110 euro.*

Alle respondenten kregen deze vraag aan het begin én aan het einde van de vragenlijst.

⁵ Gebaseerd op het principe van *temporal discounting* uit het artikel van Green, Myerson en McFadden (1997).



Inhoudsopgave

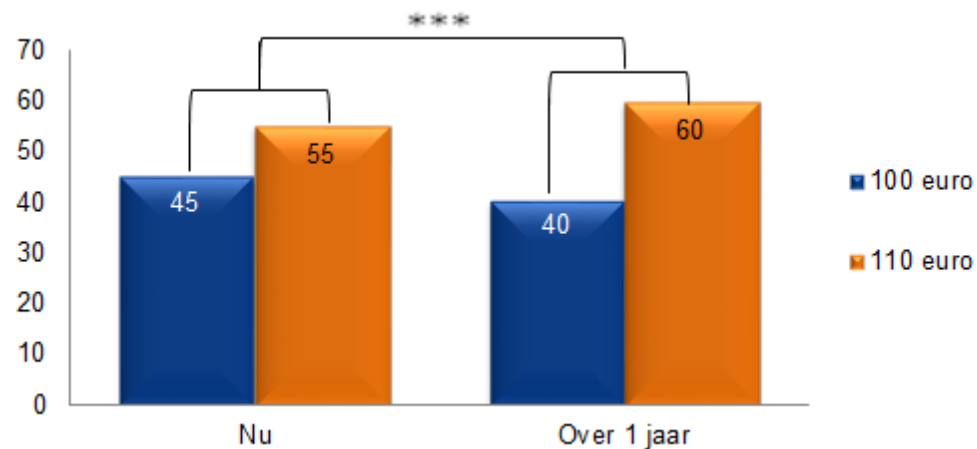
Samenvatting en conclusie

1. Inleiding
2. De financiële situatie
3. Ik leen... en ik spaar...
4. Verschil in communicatie
5. Bang om te verliezen
6. Nu versus de toekomst
7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage

Figuur 10: Percentage dat kiest voor optie 1 of 2 naar korte en lange termijn (n=1.538)



Type analyse: paired t-test

Bij de eerste variant is het verschil tussen de respondenten die kiezen voor 100 euro nu of 110 euro over twee maanden 10 procent: 55 procent is bereid om twee maanden extra te wachten voor 10 euro meer. Bij de tweede variant is 60 procent bereid om langer te wachten. Dat is 20 procent meer dan de personen die het geld nu willen. Als de beloning verder in de toekomst ligt en mensen toch al lang moeten wachten, dan willen ze dus wel langer wachten. Als de beloning nu al gegeven kan worden, wil een kleiner deel van de respondenten wachten. Dat is ook de te verwachten uitkomst op basis van de present bias.

Vervolgens is nog een andere vraag gesteld waar de present bias een rol zou kunnen spelen. De groep respondenten is in tweeën gesplitst. De ene helft kreeg de eerste vraag, de andere helft de tweede.

Vraag⁶:

Stel: u krijgt nu 50 euro cadeau, wat zou u hiermee doen?

⁶ Gebaseerd op het principe van *present bias* uit het artikel van Read & Van Leeuwen (1998)

Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding

2. De financiële situatie

3. Ik leen... en ik spaar...

4. Verschil in communicatie

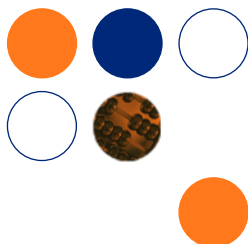
5. Bang om te verliezen

6. Nu versus de toekomst

7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage



Vraag:

Stel: u krijgt over een maand 50 euro cadeau, wat zou u hiermee doen?

Er waren vier antwoordcategorieën. De antwoorden staan weergegeven in tabel 5.

Tabel 5: Doel cadeaugeld in procenten naar moment van ontvangst (n=1.568)

	Nu 50 euro cadeau %	Over een maand 50 euro cadeau %
Ik geef het meteen uit	6	7
Ik laat het in mijn portemonnee zitten of op mijn betaalrekening staan. Dat gaat vanzelf wel op.	54	48
Ik zet het op mijn spaarrekening	26	30
Ik zet een gedeelte op de spaarrekening en geef een gedeelte uit.	15	15

De verschillen zijn erg klein. 59 procent van de mensen die het nu cadeau zouden krijgen, zou het meteen uitgeven of het in de portemonnee laten zitten. Dit verschilt nauwelijks met mensen die het over een maand cadeau zouden krijgen: daar is het 55 procent. Op basis van present bias is de verwachting dat mensen meer geld zouden uitgeven als ze nu 50 euro cadeau zouden krijgen dan wanneer ze het over een maand zouden krijgen. Hiervoor is echter geen bewijs gevonden.

Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding

2. De financiële situatie

3. Ik leen... en ik spaar...

4. Verschil in communicatie

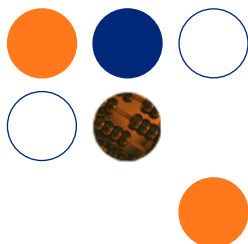
5. Bang om te verliezen

6. Nu versus de toekomst

7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage



7 Wat als ik.....

Kent u dat gevoel? U mist de trein net op vijf minuten. Net een keer te lang op de snooze-knop gedrukt en daardoor niet op tijd de deur uitgegaan. Als u op het station aankomt, ziet u dat de trein vier minuten vertraging had. Nu voelt het missen van de trein nóg vervelender dan wanneer de trein op tijd was vertrokken. Dit is rationeel gezien niet logisch, de uitkomst is in beide gevallen namelijk hetzelfde: u mist de trein. Dit wordt in de psychologie 'counterfactual thinking' genoemd. De letterlijke vertaling hiervan is 'tegen de feiten in denken'. Het betekent dat mensen gaan nadenken over wat *had* kunnen gebeuren, in tegenstelling tot wat *is* gebeurd. Hoe dichterbij hun doel in de buurt zitten, hoe erger ze het vinden als ze het doel niet halen. Bij de trein die u op één minuut heeft gemist, kunt u zich bijvoorbeeld beter voorstellen dat u hem wel had gehaald, als u net iets harder had gefietst. Bij de vertraging van vijf minuten kunt u zich minder goed voorstellen hoe d it had moeten goedkomen. Daardoor voelt het vervelender wanneer u uw trein op één minuut mist dan wanneer u hem op vijf minuten mist.

De volgende vragen zijn hiervan een voorbeeld⁷.

Vraag:

Stelt u zich de volgende situatie voor. U krijgt 400 euro terug van de belastingdienst. Hiervan wilt u een nieuwe laptop gaan kopen. U gaat naar de winkel en ziet dat de laptop die u graag zou willen kopen 500 euro kost. U hoort van de verkoper dat de laptop vorige week nog in de aanbieding was: 20 procent korting. Vorige week kostte hij 400 euro. U heeft dus niet genoeg geld om de laptop te kunnen kopen. Hoe vervelend vindt u het dat de laptop te duur is?

Vraag:

Stelt u zich de volgende situatie voor. U krijgt 400 euro terug van de belastingdienst. Hiervan wilt u een nieuwe laptop gaan kopen. U gaat naar de winkel en ziet dat de laptop die u graag zou willen kopen 500 euro kost. U heeft dus niet genoeg geld om de laptop te kunnen kopen. Hoe vervelend vindt u het dat de laptop te duur is?

⁷ Gebaseerd op het artikel van Medvec, Madey & Gilovich (1995).

Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding

2. De financiële situatie

3. Ik leen... en ik spaar...

4. Verschil in communicatie

5. Bang om te verliezen

6. Nu versus de toekomst

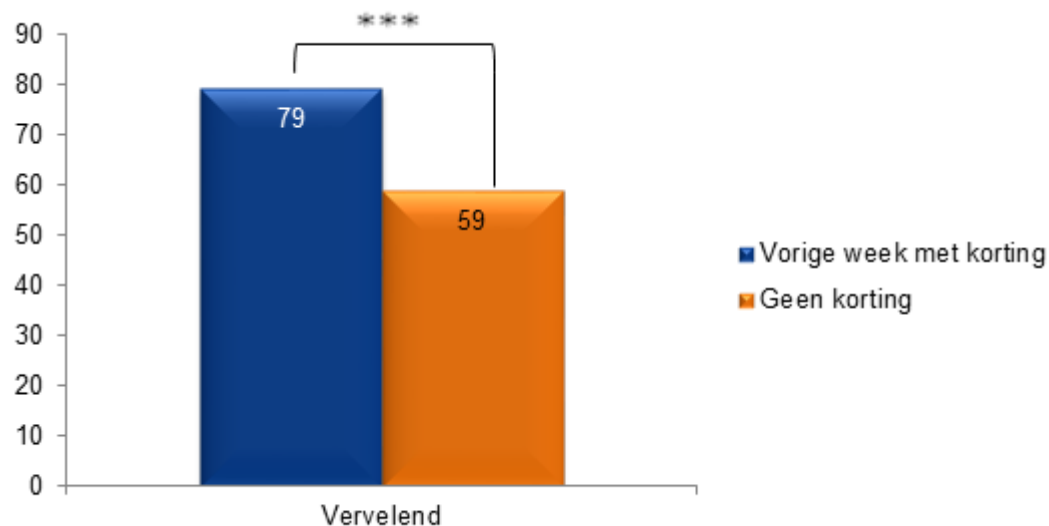
7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage

Opnieuw heeft de helft van de respondenten de eerste vraag gekregen en de andere helft de tweede. Op basis van counterfactual thinking vinden mensen die de eerste vraag hebben gekregen, het waarschijnlijk vervelender dat de laptop te duur is dan mensen die de tweede vraag hebben gekregen. In figuur 11 staan de resultaten.

Figuur 11: Percentage dat het vervelend vindt dat het de laptop niet kan kopen naar situatie met en zonder korting (n=1.577)



Type analyse: onafhankelijke t-test

In overeenstemming met de theorie blijken mensen die de korting net zijn misgelopen, het vaker vervelend te vinden dan de groep die geen korting is misgelopen.

Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding

2. De financiële situatie

3. Ik leen... en ik spaar...

4. Verschil in communicatie

5. Bang om te verliezen

6. Nu versus de toekomst

7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage

Literatuurlijst

Benhabib, J., Bisin, A., & Schotter, A. (2010). Present-bias, quasi-hyperbolic discounting, and fixed costs. *Games and Economic Behavior*, 69(2), 205-223.

Burg, D. van der, Kreetz, D., & Schors, A. van der (2012). *Nibud Studentenonderzoek 2011-2012*. Utrecht.

Dijkman, A., & Zadeh, C. (2011). *Psychologeld*. Amsterdam: Maven Publishing B.V.

Goldstein, N.J., Cialdini, R.B., & Griskevicius, V. (2008). A room with a viewpoint: Using social norms to motivate environmental conservation in hotels. *Journal of consumer Research*, p. 472-482.

Green, L., Myerson, J., & McFadden, E. (1997). Rate of temporal discounting decreases with amount of reward. *Memory & cognition*, p. 715-723.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, p. 263-291.

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

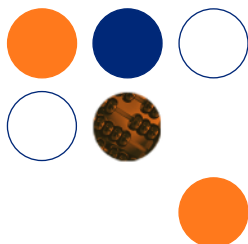
Madern, T., & Burg, D. van der (2012). *Geldzaken in de praktijk*. Utrecht: Nibud.

Medvec, V.H., Madey, S.F., & Gilovich, T. (1995). When less is more: counterfactual thinking and satisfaction among Olympic medalists. *Journal of personality and social psychology*, p. 603.

Read, D., & Leeuwen, B. van (1998). Predicting hunger: The effects of appetite and delay of choice. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 76(2), 189-205.

Thaler, R. (1985). Mental accounting and consumer choice. *Marketing science*, p. 199-214.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211(4481), 453-458.



Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding
2. De financiële situatie
3. Ik leen... en ik spaar...
4. Verschil in communicatie
5. Bang om te verliezen
6. Nu versus de toekomst
7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage

Bijlage 1: Onderzoekopzet

Voor dit onderzoek is waar mogelijk aangesloten bij bestaande onderzoeken. Vragen die in eerder onderzoek naar psychologische concepten zijn gebruikt, zijn vertaald naar een financiële situatie uit het dagelijkse leven. In dat geval is bij de vraag aangegeven (in de voetnoot) op welk onderzoek het is gebaseerd of op welke principes uit welke onderzoeken de vragen zijn gebaseerd.

Niet iedere respondent heeft dezelfde vragen gekregen. Bij veel vragen waren er twee condities, dus twee verschillende manieren waarop de vraag is gesteld. De respondenten zijn dan 'ad random' in twee groepen verdeeld. Elke groep kreeg een van de twee vragen voorgelegd. De groepen zijn vervolgens vergeleken, om te analyseren of de andere context voor een ander antwoord zorgde. Bij een paar vragen waren er drie condities.

In dit rapport zijn verschillende type analyses gebruikt. Hieronder staan de gebruikte analyses kort uitgelegd. In het rapport is per vraag aangegeven welk type analyse is gebruikt.

T-test

De t-test vergelijkt gemiddelden. Het gaat dan om de gemiddelden van twee verschillende groepen of van een groep op twee verschillende momenten. Een t-test kan nooit bij meer dan twee groepen worden gebruikt. Deze test is dus gebruikt wanneer er sprake was van twee verschillende condities.

Er zijn twee verschillende soorten t-tests gebruikt. De onafhankelijke t-test is gebruikt om twee groepen met elkaar te vergelijken. En de paired t-test om één groep op 2 momenten te vergelijken.

ANOVA

ANOVA staat voor 'analysis of variance' (analyse van de variantie). De ANOVA vergelijkt net als de t-test gemiddelden. In tegenstelling tot de t-test kun met de ANOVA twee of meer groepen met elkaar worden vergeleken. Deze test is dus gebruikt wanneer er sprake was van drie verschillende condities.



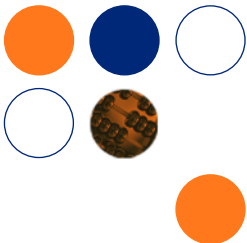
Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusie

1. Inleiding
2. De financiële situatie
3. Ik leen... en ik spaar...
4. Verschil in communicatie
5. Bang om te verliezen
6. Nu versus de toekomst
7. Wat als ik.....

Literatuurlijst

Bijlage



Steekproef

De respondenten zijn geworven via het Opinieland panel van Survey Sampling International. Er is een online vragenlijst gebruikt. Het veldwerk is uitgevoerd in december 2014 en januari 2015.

De steekproef is representatief voor de Nederlandse bevolking van 18 tot en met 65 jaar. Het onderzoek is representatief qua geslacht, leeftijd en opleidingsniveau.

Tabel 6: Kenmerken van respondenten steekproef naar geslacht en opleidingsniveau (n=1.630)

		%	n
Geslacht	Man	49	795
	Vrouw	51	835
Opleidingsniveau	Laag	53	424
	Midden	27	215
	Hoog	21	165