

OP GEDRAG KUN JE REKENEN



Mensen nemen beslissingen niet rationeel, zeker niet als het om geldzaken gaat. Hoe kunnen financiële dienstverleners beter helpen bij het maken van financieel gezonde keuzes? Deelnemers aan het Actieplan Consumentenkeuzes testen inzichten uit de gedragswetenschap in de praktijk.

Het afsluiten van een lening, het kopen van een auto, de financiering van een huis: juist als het over geldzaken gaat besluiten mensen doorgaans op basis van intuïtie en gewoontes. “Je zou denken dat we als het over financiën gaat juist beslissingen nemen op rationele gronden, maar er speelt veel meer emotie mee dan we denken”, zegt Rick Nijkamp, gedragsexpert bij het Ministerie van Financiën. Informatie en voorlichting sorteren vaak maar beperkt effect. Dat komt omdat we er vrijwel nooit voor honderd procent de aandacht erbij hebben. “Je zit met privéproblemen, bent druk. Vaak nemen we financiële beslissingen toch tussendoor”, vult zijn collega en vakgenoot Danilo Vlaming aan. Daarnaast zijn financiële zaken voor veel mensen niet bijster populair maar een noodzakelijk kwaad: niemand wil een hypotheek maar iedereen wil een huis. En is het lastig om op de lange termijn te denken. “Mensen zijn onrealistisch optimistisch. De wasmachine gaat nooit kapot, de auto gaat twintig jaar mee.”

Voor mensen met schulden of slechte ervaringen met financiën zijn geldzaken bovendien pijnlijk en iets waar ze zo min mogelijk mee te maken willen hebben.

Ontwikkelingen zoals online diensten hebben snelle en onnadenkende beslissingen bevordert. Vlaming: “Voorheen liep je een bank binnen voor een gesprek met een adviseur als je een aandeel wilde verhandelen. Nu tik je op je smartphone voor een aandeel Tesla terwijl je op de bus wacht. Het wordt mensen mogelijk gemaakt snel te handelen. Om op je intuïtie te varen en niet de tijd te nemen voor reflectie. In de omgeving die geboden wordt kun je makkelijk keuzes maken die een leven lang gevolgen kunnen hebben.”

Danilo Vlaming, gedragsexpert en beleidsadviseur van de afdeling Financiële Markten, en Rick Nijkamp, gedragsexpert bij het platform Wijzer in geldzaken, werken bij het Ministerie van Financiën samen in het *Actieplan Consumentenkeuzes*. Dat ontstond na een oproep van de minister van Financiën in 2019 om meer gebruik te maken van gedragsinzichten. Zo'n vijftig financiële organisaties, gedragsonderzoeksbureaus en kennisinstellingen zijn betrokken bij het actieplan, gefaciliteerd door het Ministerie van Financiën. De deelnemers onderzoeken en toetsen in de praktijk hoe ze met de kennis en ervaringen uit de gedragswetenschap consumenten gezondere financiële keuzes kunnen laten maken.

RESTSPAREN In een bijeenkomst afgelopen voorjaar vertelde een gedragsexpert van de Volksbank bijvoorbeeld over het succesvolle initiatief klanten met een kleine buffer te stimuleren automatisch te sparen. Nijkamp: “Uit gedragsanalyse bleek dat zogenaamd rest-sparen juist voor deze groep interessant is. Financieel kwetsbare mensen kunnen of willen niet elke maand een vast bedrag opzij zetten. Daar worden ze onzeker van. De bank biedt aan

om het bedrag dat aan het eind van de maand overblijft, automatisch apart te zetten op een spaarrekening.” Hij is in het bijzonder enthousiast over de slogan waarmee de campagne van de Volksbank gepaard gaat: Alle beetjes helpen. “Daarmee zegt de bank: dit werkt ook voor jou, met een kleine beurs. Dat blijkt effectief om die groep weerbaarder te maken voor financiële tegenslagen.”

PSYCHOLOGIE VAN HULP VRAGEN Zeventwintig initiatieven zijn aangehaakt bij het Actieplan, waarvan sommige inmiddels zijn afgerond. Het project ‘Psychologie van hulp vragen’ loopt nog. Hierin onderzoeken het samenwerkingsverband *Wijzer in geldzaken*, het *Kenniscentrum Psychologie en Economisch Gedrag & Geldfit* op welke manier mensen met beginnende betalingsproblemen kunnen worden overgehaald om hulp te vragen zonder hun zelfrespect te verliezen. Rick Nijkamp: “We testen een aantal inzichten uit de literatuur. Bijvoorbeeld: we laten de mensen niet alleen hulpvragers zijn maar ook adviseur. We vragen hen eerst: wat zou jij mensen in dezelfde situatie adviseren? En vervolgens: Is dit advies misschien iets voor jezelf? Het is moeilijk voor mensen hun goedbedoelde advies voor anderen voor zichzelf niet op te volgen.”

Een project waar naast het Ministerie van Financiën en DUFAS (vermogensbeheerders) ook de Nederlandse Vereniging van Banken bij betrokken is, behelst ‘Effectief waarschuwen bij beleggingen met een relatief lager risico’. Bij beleggen wil je mensen zonder voldoende spaarbuffer waarschuwen maar mensen met voldoende spaarbuffer niet onnodig afschrikken. Voor hen kan beleggen voor de lange termijn immers slim zijn. Een van de inzichten die in de praktijk worden getoetst is ‘just in time educatie’: informatie geven op het moment dat iemand deze nodig heeft. Nijkamp: “Stel we lanceren een informatiecampaigned over dit onderwerp.

Dan lees je een flyer of zie je een reclamespotje en denk je: ja, interessant, moet ik iets mee doen. Maar je bent de informatie al vergeten als je daadwerkelijk gaat beleggen.” Vlaming vult aan: “Je neemt informatie het beste op vlak voordat je een belegging gaat doen. Op dat moment sluit het aan bij de belevingswereld. Je kunt bijvoorbeeld via een pop up-venster waarschuwen: het is verstandig te beleggen als je voldoende spaarbuffer hebt. Wil je weten hoe groot je buffer moet zijn? Klik op deze link. Wij denken dat we met *just in time* en een handelingsperspectief een stap kunnen zetten.”

KENNIS DELEN Beiden vinden het positief dat financiële instellingen inzichten uit de gedragswetenschap testen en toepassen. “Kennis en ervaring mogen wel meer worden gedeeld”, merkt Nijkamp op. “Daar zijn nog stappen in te zetten. Het Actieplan Consumentenkeuzes helpt daar aan mee.” Uit de bankwereld zijn nu alleen de grootbanken aangesloten bij het Actieplan. Nijkamp roept de kleinere banken op zich ook aan te sluiten. “Het netwerk brengt je inzichten en resultaten en levert nuttige contacten op. Juist omdat je het samen doet hoeft je het wiel niet opnieuw uit te vinden.” Vlaming voegt glimlachend een andere reden toe: “Het zijn niet alleen de grootbanken die hun klanten kunnen helpen bij het maken van verstandige keuzes.” —

Meer informatie over gedragsinzichten in de financiële sector en over het actieplan: Actieplan Consumentenkeuzes - Wijzer in geldzaken.

