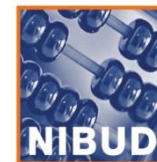


Geld en gedrag

Psychologische principes, voorbeelden en tips



Van de consument wordt verwacht dat hij financieel zelfredzaam is. Maar lang niet iedereen redt het geheel op eigen kracht. Professionals in allerlei werkvelden komen regelmatig mensen tegen die (even) niet financieel zelfredzaam zijn. Om hen te kunnen helpen en begrijpen, is inzicht nodig in de processen die gedrag sturen.

In deze whitepaper staat een compilatie van artikelen en blogs die zijn verschenen op Nibud.nl

Duur = lekkerder?!

Hoe kan het dat we denken dat dure dingen vanzelfsprekend beter zijn? Onze hersenen maken altijd vergelijkingen. We vergelijken producten onder andere op basis van prijs. Bij hogere prijzen gaan we uit van een betere kwaliteit. Alleen al denken dat iets duurder is, laat onze hersenen het beloningssysteem activeren. Dit zorgt ervoor dat we meer plezier hebben van het product.

Producten die als duur worden gepresenteerd, worden vaak als lekkerder ervaren. Ook als het om precies dezelfde kwaliteit gaat of de werkelijke prijsverhouding andersom ligt. De volgende keer dat je iets duurs eet, probeer dan te bedenken of je er plezier van heeft omdat het lekkerder is of omdat het duurder is. Want die twee gaan dus niet altijd samen!

Cognitieve dissonantie

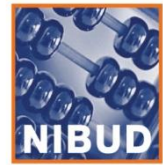
Doe je wel eens een dure aankoop terwijl je je eigenlijk had voorgenomen om minder uit te geven? Of neem je toch nog een stukje chocola terwijl je eigenlijk aan de lijn bent? En praat je het dan goed door tegen jezelf te zeggen: 'Maar het is zo'n goede deal', of: 'Ach, ik mag best een stukje chocola na zo'n rottag?'

Dit fenomeen heet **cognitieve dissonantie**. We doen iets anders dan wat we ons voorgenomen hadden. Dat geeft een ongemakkelijk gevoel. Als we het in ons hoofd (onbewust) weer goedpraten, voelen we ons direct beter!

We verschaffen onszelf een mentaal alibi en dichten zo de kloof tussen dit ongemakkelijke gevoel en het gedrag dat we vertonen. Zo verantwoord je naar jezelf het gedrag dat in strijd is met je eerdere voornemens of je zelfbeeld.

Het idee van een goede deal

Mensen laten zich meer door de context beïnvloeden dan zij zelf denken. Zo kan het idee dat je een goede deal hebt meer de doorslag geven om een product te kopen, dan de daadwerkelijke deal.



Marketeers spelen hier vaak slim op in. Zo weten zij dat wanneer je op een product 'maximaal 3 per klant' zet, zij een gevoel van schaarste creëren. Deze slogan signaleert naar de klant dat er maar weinig van het product is ingekocht. De klant wil niet achter het net vissen en neemt uiteindelijk 3 producten mee, terwijl dit anders niet het geval zou zijn geweest. Of wat te denken van alle op=op acties, die vaker langer doorlopen dan dat je zou verwachten van een product dat beperkt geleverd zou kunnen worden?

De psychologie achter korting

Marketeers zijn goed in het aantrekkelijk presenteren van korting. De volgende voorbeelden illustreren dat.

Voorbeeld: stel, u wilt wasmiddel kopen, u bent in winkel x en daar kost het wasmiddel 5 euro per pak. Bij winkel y is er een aanbieding: 2 euro per pak. Wat doet u? Waarschijnlijk gaat u naar winkel y, het is daar immers meer dan de helft goedkoper.

Nu een ander voorbeeld: stel, u wilt een nieuwe televisie kopen, u bent in winkel x daar kost de televisie 755 euro. Bij winkel y is diezelfde televisie in de aanbieding: 752 euro. Wat doet u? Waarschijnlijk blijft u in winkel x, want wat is nou 3 euro korting op zo'n groot bedrag?

Het gaat er om hoe de korting **geframed** wordt. Door de korting bij een benzinepomp bijvoorbeeld per liter te noemen in plaats van per tank, lijkt het voordeel heel wat op te leveren. Stel er zou staan € 2,50 korting per volle tank, zouden veel meer mensen doorrijden dan dat er staat: van € 1,45 naar € 1,37 per liter.

Geld en geluk

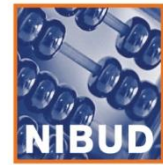
Wetenschappelijk onderzoek heeft aangetoond dat slechts 10 procent van iemands geluk afhangt van omstandigheden. Het heeft dus ook niet zoveel zin om je daar heel druk over te maken. De helft van geluk is genetisch bepaald en de resterende 40 procent kun je zelf beïnvloeden. Door je gedachten, ideeën en acties te sturen.

Je kunt je dus veel beter richten op die 40 procent dan op die 10 procent omstandigheden. Die 40 procent gaat over de dingen doen die bij je passen, nieuwe dingen leren, in verbinding staan met mensen, ergens bij horen en iets bijdragen in de wereld. En eigenlijk zijn deze dingen veel makkelijker te realiseren. Daar is geen geld voor nodig.

Gestuurd, of zelf besloten...

Mensen houden van het hebben van keuzes, maar niet van keuzes maken. En hier spelen bedrijven slim op in... Vaak geven ze ons een lijst met keuzes, maar vullen ze alvast een keuze voor ons in. Dit heet de '**default optie**', de keuze die je maakt als je zelf de keuze niet verandert. Standaard staat bijvoorbeeld bij een bestelling aangevinkt dat u ook de nieuwsbrief wilt ontvangen.

De default optie kan een goede keus zijn. Maar zelf kiezen, in plaats van meegaan met de default optie, kan soms beter bij uw situatie passen of u geld besparen. Hoe meer je je ervan bewust bent hoe dit werkt, hoe vaker je je eigen keuze kunt maken.



De default optie is sterk gelinkt aan de **status-quo bias**: onze diepgewortelde voorkeur voor de status-quo, ofwel de situatie zoals hij nu is. Dit verschijnsel zorgt er bijvoorbeeld voor dat mensen vaak lang bij dezelfde zorgverzekering of energieleverancier zijn aangesloten zonder deze te hebben vergeleken met andere aanbieders.

De status-quo is hier, zoals ook bij de default optie, niets doen: niet vergelijken en zeker niet overstappen. En dat kan veel geld schelen.

Gratis Nibud-uitgave 'Hoe slaagt een goed voornemen?'

Onbewuste en ingesleten patronen zijn moeilijk te doorbreken. Denk bijvoorbeeld aan het realiseren van goede voornemens. Dat is erg moeilijk, maar het kan wel. De vraag is: hoe dan? De eerste stap is dat iemand zich bewust wordt van de gewoonten die hij wil veranderen. Dan



pas is gedrag te heroverwegen en te veranderen.

Maar alleen goede intenties hebben is vaak niet genoeg. Gelukkig zijn er 'trucjes' die helpen om goede voornemens te laten slagen. Eén daarvan is het maken van implementatie-intenties ('als-dan'-plannen). Daarover gaat dit artikel.

- Download: [Hoe slaagt een goed voornemen?](#) (pdf)

Gratis Nibud-uitgave 'Omgaan met schaarste'

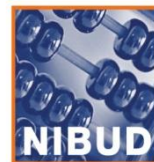
Mensen met een klein budget (door een laag inkomen of door schuldenproblematiek) nemen vaak andere beslissingen dan mensen die niet van een klein budget hoeven rond te komen. Hun keuzes lijken vaak minder slim te zijn en hun situatie niet ten goede te komen.



Waar ligt dit aan? Hebben arme mensen een lager IQ dan andere mensen? Zijn ze gewoon lui en ongemotiveerd? En is dit ook de reden waarom ze arm zijn? Of is er iets anders aan de hand?

- Download: [Omgaan met schaarste](#) (pdf)

Tips over geld en gedrag



Als-dan plannen

Ken je je valkuilen wel, maar vind je het lastig om je uitgeefgedrag te veranderen? Maak een als-dan plan, dat is bewezen effectief. Hoe werkt dat? Stel: je koopt altijd als je afrekent op het benzinestation iets lekkers. Bedenk welke actie je op dat moment liever zou willen doen, en formuleer je als-dan plan. Bijvoorbeeld: 'Als ik bij de kassa in de rij sta, kijk ik op mijn telefoon in plaats van naar het snoep'. De volgende keer weet je wat je te doen staat! Wat is jouw valkuil en wat zou je als-dan plan kunnen zijn?

Uitverkoop

Hoe overleef je de uitverkoop? Drie tips:

- Doe altijd een eerste check: heb ik dit echt nodig? Ben ik morgen nog steeds blij als ik dit koop? Loop even de winkel uit voor een pauze.
- Vraag je af of de aanbieding wel zo gunstig is. Is de oorspronkelijke prijs bij van/voor wel realistisch? Heb je iets aan 'twee voor de prijs van één'?
- Stel jezelf een budget, neem eventueel dat bedrag contant mee en laat je pinpas thuis. Dan moet je kiezen en dat werkt als rem.

Veel plezier met shoppen!

Latte factor

Tel eens op wat onbewuste, gemakkelijke uitgaven je kosten als je het een heel jaar doet. Bijvoorbeeld: je koopt elke dag een broodje in de kantine voor € 2. Per week is dit € 10, per maand € 40 en in een heel jaar maar liefst ruim € 500. Je kunt dus heel wat besparen als je lunch van thuis meeneemt! Wat zijn bij jou onbewuste uitgaven en wat kost het je?

Stel 'range doelen'

Om de motivatie hoog te houden is het belangrijk dat je gestelde doelen haalbaar en uitdagend zijn. Het stellen van zogenaamde '**range doelen**' kan daarbij helpen.

- Een voorbeeld van een range doel: bespaar 40 tot 60 euro per maand.
- Een voorbeeld van een gezet doel: bespaar 50 euro per maand.

Een range doel is zowel haalbaarder (40 euro) als uitdagender (60 euro).

Dakpannensysteem

Wist u dat banken vaak gebruik maken van het zogenaamde dakpannensysteem? Ze verlagen de spaarrente naarmate iemand langer klant is en lokken nieuwe klanten met hoge spaarrentes. Daarom is het raadzaam dit in de gaten te houden en eens in de zoveel tijd te kijken of het niet slimmer is van bank te wisselen.

Meer weten?

- [Lees meer over financieel gedrag op nibud.nl](https://nibud.nl/lees-meer-over-financieel-gedrag)
- [Nibud nieuwsbrief: word ook lid!](#)