

OP CONSULTATIE BIJ

# De geld- psycholoog

## Waarom we stoppen met denken als we beginnen uit te geven



Geld maakt niet gelukkig. Sterker nog, het maakt ons dom. We denken dat we op een rationele manier met onze zuurverdiende centen omspringen, maar graven integendeel voortdurend financiële valkuilen voor onszelf.

“Geld uitgeven of verliezen doet pijn en om die te vermijden, doen we de gekste dingen.”

Tekst: Wim Swinnen / Cartoons: Kim

**S**tel, u gaat naar een optreden van, we roepen maar wat, Selah Sue in de Gentse Vooruit. U hebt al een kaartje gekocht voor 20 euro. Daarnaast neemt u nog een los briefje van 20 euro mee. Als u bij de Vooruit arriveert, stelt u vast dat u het kaartje onderweg bent verloren. Gelukkig zijn er nog kaartjes voor dezelfde prijs aan de kassa te koop. Wat doet u? Telt u 20 euro neer voor een nieuw kaartje? Meer dan de helft van de mensen aan wie deze vraag werd gesteld, zou naar huis gaan, slechts 46% zou een nieuw kaartje kopen. Beeld u zich nu een bijna identiek scenario in, alleen hebt u nu nog géén kaartje gekocht. Als u thuis vertrekt, neemt u twee briefjes van 20 euro mee, maar eenmaal aangekomen bij de zaal, blijkt u een van de briefjes kwijt te zijn geraakt. Gebruikt u de overgebleven 20 euro om een kaartje te kopen? Ja, zegt bijna 90% van de mensen aan wie dit werd gevraagd. Dat is bijna dubbel zoveel als bij het verlies van het kaartje.

Hoe is dat in hemelsnaam mogelijk? In beide gevallen staan we voor exact dezelfde keuze: als we het concert wensen bij te wonen, moeten we er 40 in plaats van 20 euro veil voor hebben. Vanuit rationeel opzicht zouden we dus twee keer dezelfde beslissing moeten nemen. Helaas hakken we financieel gesproken de knoop juist op een irrationele en emotionele manier door. Met andere woorden: onze innerlijke boekhouder maakt er een kwalijke gewoonte van ons eens goed bij ons pietje te hebben. “We houden in ons hoofd een, al dan niet bewuste, boekhouding bij met verschillende potjes voor salaris, spaargeld, financiële meevalers, belastingteruggave en inves-

teringen”, aldus de Nederlandse psychologe en journaliste Anna Dijkman, die samen met financieel expert Chris Zadeh het boek *Psychologeld* schreef. Oké, een draak van een titel, maar die dekt wel uitermate verhelderende lectuur over de financiële valkuilen die we onophoudelijk voor onszelf graven en de redelijk idiote manier waarop we met geld omspringen. “Net als een boekhouder openen en sluiten we kostenposten, schrijven we aankopen af en maken we de balans op. Dit heet *mental accounting* of mentaal boekhouden. Het is op zich niet gek dat we dit doen: het is een vorm van zelfcontrole, een manier om je uit te geven in de hand te houden.”

**Alleen is die mentale boekhouder kennelijk voor geen haar te vertrouwen. Waarom kopen de meeste mensen na het verlies van een briefje van 20 euro wel een concertkaartje, maar niet als ze al een kaartje hadden gekocht en het vervolgens waren kwijtgespeeld?**



**ANNA DIJKMAN:**

“Als je het kaartje hebt verloren en een nieuw moet kopen, beschouwt je mentale boekhouder dit alsof je 40

euro voor het concert moet betalen. Het mentale budget ‘concertkaartje’ had hij op 20 euro vastgesteld en dat wordt bij aankoop van een tweede kaartje flink overschreden. Bij verlies van het briefje van 20 euro ben je dat geld weliswaar kwijt, maar je hebt ook nog 20 euro over. En laat dat nou net die 20 euro zijn die in je mentale begroting was gereserveerd voor het kaartje.”

Omdat we een donkerbruin vermoeden hebben dat u wel alles wilde weten over geld uitgeven, maar het nooit durfde te vragen, bestookten we Anna Dijkman met een resem pertinente vragen hieromtrent. Zoals daar zijn:

## 1. Waarom nemen we steeds grotere risico's naarmate we meer geld dreigen te verliezen?

**ANNA DIJKMAN:** “Verliezen doet pijn. Uit onderzoek is gebleken dat bij gokkers die aan het verliezen zijn, dezelfde hersengebieden actief zijn als bij mensen die pijn en angst ervaren. Als je iets verliest, wordt iets wat je hebt van je afgenomen. Maar als je iets wint, krijg je iets bij wat je nog niet had, en zou je het ook niet hebben ‘gemist’ als je het niet had gekregen. Daarom doet verlies twee keer zoveel psychologische pijn als winst ons genoegen verschaft. De angst voor verlies – *verliesaversie*, in het jargon – is zo groot dat we daar grotere risico's door gaan nemen dan wanneer we kans maken op winst.

»Dat zie je bijvoorbeeld bij mensen die hun huis willen verkopen. In een dalende markt zijn

verkopers bereid hun huis lang te koop te zetten. In hun ogen te lage biedingen slaan ze af en ze blijven hopen op een hogere prijs door een aantrekkelijke markt. Ze nemen daarbij het risico voor lief dat de markt nog verder zakt en ze nóg minder voor hun huis krijgen. In een stijgende markt daarentegen staan huizen juist heel kort te koop. De verkopers kiezen voor de gegarandeerde winst en accepteren een goed bod. Gek genoeg is vrijwel niemand dan bereid het risico te nemen om het huis langer te koop te zetten om zo een nog hogere prijs te krijgen. Het risico op een dalende markt wordt in dit geval dus wel als te groot ervaren.”

## 2. Waarom is onze weerstand zo groot als we met een briefje van 100 euro moeten betalen?

**DIJKMAN:** “We hechten meer waarde aan een biljet van 100 euro dan aan pakweg tien biljetten van 10. Die losse biljetten geven we dan ook wat makkelijker uit. Terwijl je met dat ene biljet van 100 het gevoel hebt: ‘Ik ga het aanbrenken en dat is zonde.’ Dat wordt *bias for the whole* – een soort vertekening voor het geheel – genoemd. Wij waarderen hele dingen meer dan losse. Een tafel, bijvoorbeeld, apprecieer je meer dan een blad met losse poten. Zo'n geheel kunnen we namelijk makkelijker verwerken in ons brein.

»Die snellere verwerking zorgt ook voor een grotere waardering. Voor een tafel en een heleboel andere dingen geldt dat het geheel meer is dan de som van de aparte delen, alleen bij geld niet. Die tien briefjes van 10 euro zijn natuurlijk

**“We waarderen een biljet van 100 euro meer dan tien briefjes van 10 omdat ons brein zo'n geheel sneller kan verwerken.”**

evenveel waard als het briefje van 100. Maar in dit geval gaat ons brein in de fout, zeg maar. Het biedt meer weerstand als je het grote biljet moet uitgeven dan een van de kleine, terwijl daar geen zinnige reden voor te bedenken valt.”

### 3. Waarom geven we meer uit met een bankkaart dan als we cash betalen?

**DIJKMAN:** “Omdat je dan minder zogeheten ‘betaalpijn’ voelt. Je moet al je rekeningafschriften bekijken, wil je merken wat je met je betaalkaart hebt uitgegeven. Een creditcard is nog ver-raderlijker, omdat het geld dat je hebt uitgegeven in het beste geval pas een maand later van je rekening gaat. Terwijl als je cash betaalt, je dat meteen in je portemonnee ziet. Je bent ook meer met het bedrag bezig. ‘De rekening is 15 euro, heb ik wel nog genoeg in mijn portemonnee?’ Of: ‘Als ik met een briefje van 20 euro betaal, moet ik 5 euro terugkrijgen.’

»Als je met een betaalkaart afrekent, ben je vaak meer bezig met hoe je het ding in dat apparaat

## “Als je met een betaalkaart betaalt, ben je vaak meer bezig met het apparaat of je pincode. Je voelt de betaalpijn niet zo erg.”

moet steken of wat ook alweer je pincode was. En achteraf heb je niet het gevoel dat je geld kwijt bent. Dus, je voelt die betaalpijn niet zo erg, het dringt niet echt tot je door.

»Er zitten twee gevaren aan plastic geld. Ten eerste bestaat het risico dat je er meer door gaat uitgeven. Uit verscheidene onderzoeken blijkt dat mensen die een betaalkaart gebruiken, extra aankopen gaan doen die ze niet direct nodig hebben, zoals snacks of tijdschriften.

»Het tweede gevaar is dat je het overzicht verliest. Dat wordt in de hand gewerkt doordat je tegenwoordig zo veel betaalmogelijkheden hebt: cash, Proton, Bancontact, creditcard, via gsm... Je mentale boekhouder houdt dat niet meer bij. Die heeft geen idee van wat er nu allemaal van je rekening gaat. Mensen onderschat-

ten ook systematisch wat ze al hebben uitgegeven én overschatten bijgevolg wat ze nog kunnen uitgeven zonder in het rood te gaan. De creditcard is overigens uitgevonden door handelaars die hun klanten op de pof lieten kopen en daarin de mogelijkheid zagen om hun omzet te vergroten.”

### 4. Waarom kunnen we zo moeilijk weerstaan aan een product waar korting op wordt geboden?

**DIJKMAN:** “Het werkt heel goed als een tv van 1.000 euro voor 500 wordt aangeboden. Je mentale boekhouder gaat dan rekenen en denkt: ‘Hola, een flinke korting, slechts de helft van de prijs. Een goeie deal, dus. Dat kun je niet la-

ten liggen.’ Je keert huiswaarts in de veronderstelling een koopje te hebben gescoord. Maar als na een klein vergelijkend warenonderzoek bij andere elektronicazaken blijkt dat de tv wel vaker voor 500 euro wordt aangeboden, zal je toch wat minder ingenomen zijn met je aanschaf. De verkoper heeft slim een zogeheten *anker* gebruikt en jij bent er, je van geen kwaad bewust, ingetuind.

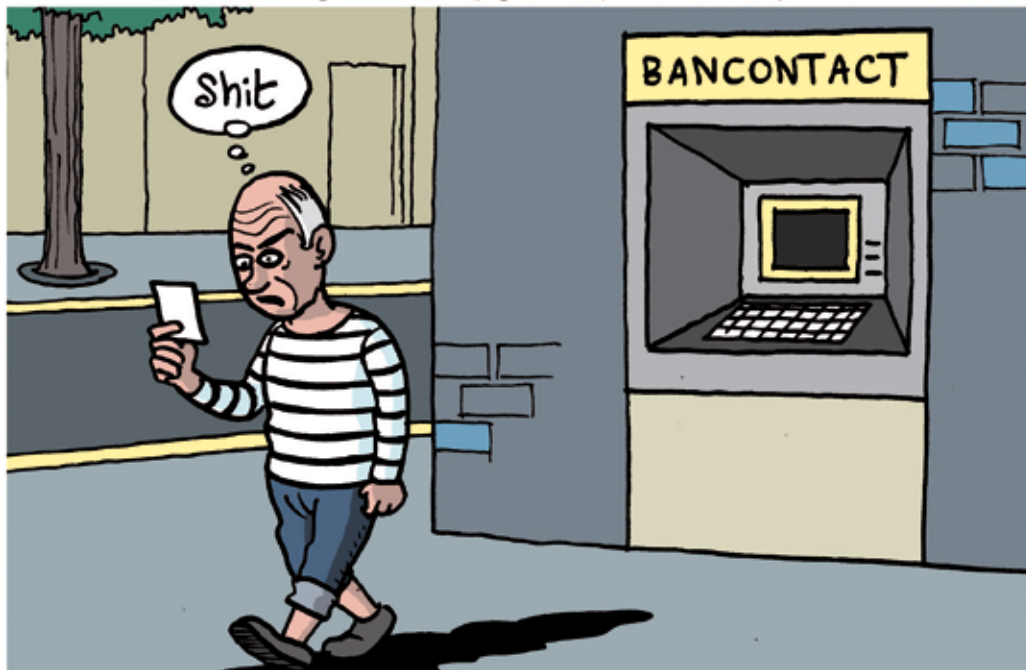
»In de koopjesperiode lijkt het verstand van veel mensen stil te staan. Ze denken dan bijvoorbeeld: ‘Jeetje, een jas met wel 75% korting. Kopen maar!’ Maar willen ze die jas eigenlijk wel? Zouden ze die ook kopen als hij voor 50 euro in de winkel hing? Als ze eerlijk zijn, zullen ze toegeven dat ze hem eigenlijk niet nodig hadden. Maar ze hadden wel het gevoel dat het zo’n voordelige aanbieding was dat het stom zou zijn geweest om er niet op in te gaan.”

### 5. Waarom geven we makkelijker geld van een belastingteruggave uit dan ons spaargeld?

**DIJKMAN:** “Het hangt een beetje af van het bedrag dat we hebben teruggekregen van de belastingen. Bij grote bedragen wordt er meestal wel een gedeelte van opzigezet, terwijl van de rest iets wordt gekocht om onszelf te trakteren. Maar kleine meevallers of extraatjes zetten we doorgaans niet op de spaarrekening. Er zullen natuurlijk wel mensen zijn die dat nauwkeurig bijhouden in hun huishoudelijke boekje, maar de meeste mensen doen dat niet. Als ze 500 euro hebben teruggekregen van de belastingen, gebruiken ze het om, bijvoorbeeld, een duur etentje goed te praten. ‘Dat is niet erg, ik heb toch geld teruggekregen van de belastingdienst’, denken ze dan. Terwijl ze die 500 euro helemaal niet hebben verdiend. Integendeel, de staat heeft dat bedrag renteloos van hen geleend.

»En soms gaat het nog verder. Dan blijft het niet bij dat etentje, maar gaan mensen ook nog dure schoenen of een iPad kopen. Uit onderzoek blijkt immers dat we

## De Rode Periode van Picasso



de neiging hebben om kleine meevallers soms twee keer uit te geven. Zo sterk is onze drang om onszelf te verwennen als we denken mazzel te hebben gehad.”

## 6. Waarom gaan we nog liever in het rood dan aan ons spaargeld te komen?

**DIJKMAN:** “Als je dat rationeel bekijkt, is dat heel erg dom. Ik heb het zelf ook gedaan, hoor. Rood staan kost je ontzettend veel rente – 15% of meer – terwijl je op je spaarrekening maar 2 tot 2,5% interest krijgt. Maar we hebben dat intuïtieve gevoel van: ‘Ik ga toch niet van mijn spaargeld pakken om dat gat te dichten.’ Terwijl onder nul gaan neerkomt op een hele dure lening van de bank. Dan is het zelfs nog goedkoper om een echte lening af te sluiten dan in het rood te gaan staan.

»Een risico is ook dat je als je pakweg tot 1.000 euro in het rood mag staan, dat dat je nieuwe nulpunt wordt. Ik spreek alweer uit eigen ervaring. Op het einde van de maand kwam mijn loon en stond ik weer even in de plus en dan werd het weer opgemaakt. Tot ik op min 1.000 stond. En dat kostte me jaarlijks best wel wat geld. Dat is gewoon niet slim. Terwijl ik ondertussen wel geld op mijn spaarrekening had staan waar ik niet wilde aankomen omdat dat alleen voor noodgevallen was. Maar ondertussen werd het wel een structureel probleem. Ik gaf uiteindelijk een substantieel bedrag uit, terwijl ik dat makkelijk had kunnen vermijden.”

## 7. Waarom kijken we niet op 100 euro meer of

**“Je kunt het vergelijken met mensen die op hun lijn moeten letten. Vroeg of laat zondigen ze en gaan alle remmen los.”**



## minder als we een auto kopen?

**DIJKMAN:** “Je kun het vergelijken met mensen die op hun lijn moeten letten. Vroeg of laat gaan ze toch eens in de fout en denken dan: ‘What the hell!’ Ze zijn toch al aan het zondigen, dus dan gaan de remmen helemaal los. Dat gebeurt ook met geld uitgeven. Mensen kopen iets dat ze eigenlijk te duur vinden en voelen zich daar wat schuldig over, omdat ze er niet het geld voor hebben. En dan denken ze: ‘Kan mij het schelen, ik ben nu toch geld aan het uitgeven, doe dat er ook maar bij.’

»Hierbij speelt de Wet van Weber over de afnemende prikkels een rol. Als het om een grote aankoop gaat, hebben we vlugger het ‘what the hell’-gevoel dan bij een kleine. Bij de aanschaf van een auto gaan we dus makkelijker wat dure opties erbij nemen omdat we denken: ‘Ach, op het hele aankoopbedrag maakt het toch niet veel uit.’ Relatief gezien is het inderdaad maar een stijging van je uitgaven van een paar procenten. Hetzelfde zie je als mensen een huis gaan kopen. Dan lijkt 10.000

euro meer of minder ze niet veel uit te maken. Terwijl 10.000 euro natuurlijk best veel geld is. Maar als je toch al een groot bedrag aan het uitgeven bent, lijkt dat plots veel kleiner te zijn en voelen we niet meer de absolute waarde van dat geld aan.”

## 8. Waarom kiezen we bij financiële beslissingen vaak voor de standaardoptie?

**DIJKMAN:** “Het nemen van een ingewikkelde financiële beslissing is lastig. Het kost tijd en moeite. Daarom hebben we er meestal weinig zin in. Op dat moment ben je heel zwak. Als je dan de standaardoptie wordt aangeboden, ben je meestal geneigd om die te nemen. Aanbieders van leningen, hypotheek of andere financiële producten kunnen je dan heel makkelijk sturen bij je keuze.

»Het kan best zijn dat de hypotheekadviseur of bank het meest verdient aan die standaardoptie en daarom graag wil dat jij ervoor kiest. Een bank kan zijn klanten standaard een hypotheek aanbieden met heel lage rentes, maar dan wel in combinatie met allerlei dure en onnodige verzekeringen, waar bovendien een grote provisie voor henzelf in zit verstopt. Klanten hoeven dit product uiteraard niet te nemen, maar door een combinatie van lage lokrentes en het als standaard aanbieden, gaan wel veel mensen hierin mee.”

## 9. Hoe kunnen we onszelf wat minder vaak een rad voor de ogen draaien als we geld uitgeven?

**DIJKMAN:** “Wees kritisch op mooie beloften. ‘When something seems too good to be true, it probably is’, stelde een Amerikaanse analist volkomen terecht. Geheimzinnige beleggingsstrategieën, bijvoorbeeld, zijn meestal een slecht teken. Zorg dat je begrijpt hoe het geld verdiend wordt. Wat voor rendement wordt je beloofd: gegarandeerd én hoog? Dat zijn namelijk dingen die elkaar uitsluiten: hoog rendement is alleen haalbaar met een hoog risico, dus valt daar geen waterdichte garantie op te geven. *There’s no such thing as a free lunch*, zegt men vaak in de VS. Hoe kan een bepaalde belegging nu veel meer opbrengen dan gemiddeld wordt geboden? Dat is natuurlijk altijd mogelijk, maar besef dan dat je misschien 10% kunt halen, maar ook 0%, of dat je gewoon al je geld kwijt bent.” ■



**Psychologeld: Waarom We Stoppen met Denken Als We Beginnen met Uitgeven** van Anna Dijkman en Chris Zadeh is uit bij Maven Publishing,

telt 176 blz. en kost 15 euro.