

WETENSCHAP

BETALEN Hij heet een rationeel wezen te zijn, maar met geld kan de mens niet omgaan. Psycholoog Dan Ariely laat het zien.

interview **Malou van Hintum**

‘Geld uitgeven moet pijn doen’

W e vallen voor zogenaamde koopjes, kiezen ongeacht de prijs altijd de middelste optie en kunnen ons op een en dezelfde ochtend inspannen om tien euro uit te sparen én die mogelijkheid niet eens overwegen. Dat laat gedragswetenschapper Dan Ariely zien in zijn jongste boek ‘Geld en gedrag’.

U kent de psychologie van geld. Of bent ook u wijzer geworden van dit boek?

“Zeker! Ik denk al langer over deze dingen na, maar wat echt indruk op me maakte was het experiment dat we in Kenia deden naar spaargedrag. We stuurden groepen mensen wekelijks sms’jes om ze eraan te herinneren dat ze moesten sparen. Andere groepen gaven we wekelijks een bonus als ze daadwerkelijk hadden gespaard. Daarnaast stuurden we een groep mensen berichtjes én gaven we hun een goudkleurige munt mee naar huis, met daarop 24 vakjes: het aantal weken dat het spaarplan – en dus het experiment – duurde. Zij moesten de munt op een goed zichtbare plek in hun woning ophangen en er een krasje in zetten als ze die week hadden gespaard.

“Deze groep had na afloop twee keer meer gespaard dan de anderen. En waarom? Omdat de munt zichtbaar was, omdat mensen hem konden aanraken, omdat ze door die munt met elkaar spraken over sparen.”

Waarom is die zichtbaarheid cruciaal?

“Mensen zijn competitieve wezens. Toen we 2000 jaar geleden geiten en kippen spaarden, vergeleken we die aantallen met die van de bu-

ren. Hoe meer we er hadden, hoe beter. Door de uitvinding van geld is sparen onzichtbaar geworden.

“En dat realiseerde ik me pas echt na dit experiment. Nu gaan we met elkaar in competitie over wie het meeste uitgeeft: we tellen geen kippen, maar auto’s. We praten niet over geld sparen, maar over geld spenderen.”

Waarom vindt u sparen zo belangrijk?

“Als ik sparen zeg, bedoel ik: geld opzij zetten voor later. Dat kan op een spaarrekening, maar ook door je geld te investeren. We moeten ons allemaal voorbereiden op een levensfase waarin we geen geld meer verdienen, maar het wel nodig hebben. En zelfs als de banken nul procent rente uitkeren, dan nog heb je straks geld nodig om te kunnen leven. Daar moeten we ons goed op voorbereiden.

“Helaas zitten we zo in elkaar dat we veel minder op hebben met ons toekomstige dan met ons huidige ik, dat we geld liever uitgeven dan opsparen. Ons toekomstige ik is een vreemde voor ons. Sparen zou gemakkelijker zijn als we met die vreemde contact leggen, bijvoorbeeld door een brief te schrijven of door de computer een oudere versie van onszelf te laten maken.”

En dan is het ook nog eens zo dat we, door het verdwijnen van cash, ons geld bijna achteloos uitgeven.

“Geld uitgeven moet pijn doen. Contactloos of met een creditcard betalen, doet geen pijn, je merkt er niets van. En dus betalen mensen van alles veel te gemakkelijk. Als je contant betaalt, moet je briefjes en munten neertellen, je wisselgeld berekenen en alles weer in je portemonnee stoppen. Dan voel je echt dat je geld uitgeeft. Dat voel je met deze geavanceerde technologieën niet, en dat is precies wat bedrijven willen.”



FOTO ANP

En wat de overheid stimuleert. Is die dom of slecht?

“Onwetend. (grijnst) Gelukkig kunnen wij sociale wetenschappers dat uitleggen.”

Ziet u een oplossing?

“Dezelfde technologie die nu in ons nadeel werkt, zou ook zo ontworpen kunnen worden dat we er voordeel van hebben. Denk bijvoorbeeld aan een elektrische portemonnee die ervoor zorgt dat we ons geld slimmer uitgeven. Bijvoorbeeld: elke keer als je je salaris krijgt, gebruik je die euro’s om verschillende dingen te betalen: rekeningen, verzekeringen, huishouden, wonen, kleding, vakantie en vrije tijd. Stel je voor dat je salaris meteen bij het uitbetalen over die posten wordt verdeeld. Dan voel je dat als je meer geld wilt uitgeven aan je va-

kantie, je voor iets anders minder geld hebt. Wat ook goed zou helpen, is een app die ons een seintje geeft als we de bestedingslimiet van een bepaalde categorie naderen.”

Ook dan moeten we nog steeds dealen met allerlei slimme trucs om ons geld uit de zak te kloppen.

“Ja, en dat is heel lastig, zelfs als je ze doorziet. Ik doe nu twintig jaar onderzoek naar irrationaliteit. Vlak voordat we dit gesprek begonnen, heb ik op het vliegveld een medium koffie gekocht. Ik wilde de kleine niet, de grote was best groot, dus koos ik de middelste.”

(Waarom dat niet per se logisch is, legt Ariely uit in het kader ‘In het midden zit je altijd goed’.)

In de VS is een nieuwe online bank die klanten zelf laat bepalen hoeveel ze de service waard vinden. Dat is fair.



Dan Ariely

Trap niet in die valkuil!

Vijf voorbeelden uit Ariely's boek maken duidelijk dat we vaak te gemakkelijk meer geld uitgeven dan verstandig is en dat we soms juist te moeilijk doen over geld.

In het midden zit je altijd goed

Als we kunnen kiezen uit drie mogelijkheden, kiezen we in de regel voor de middelste optie. Wie kan kiezen uit hamburgers van 200, 250 of 300 gram, kiest die van 250 gram. Gaat het om hamburgers van 250, 300 en 350 gram, dan ligt die van 300 gram op het bord. Hetzelfde mechanisme werkt bij het kopen van T-shirts, televisies, veganistisch snoep, of wat dan ook. Waarom? "Omdat we niet houden van extremen, want extremen hebben de mogelijkheid in zich dat we verkeerd zitten. De kleinste/goedkoopste van iets is misschien wel te klein/goedkoop, en de grootste juist te groot/duur. En dus gaan we in het midden zitten: de beste optie.



Aanbieding! Korting! Uitverkoop! Opruiming! Tegen inkooprij! Onder de adviesprijs!

Het Amerikaanse warenhuis JCPenney was een eldorado voor koopjesjagers. Totdat er een nieuwe directeur aantrad die besloot de artikelen voortaan eerlijk en transparant te prijzen. De klanten haatten het. Ze wilden geen hemd voor 60 dollar, maar een hemd van 100 dollar dat was afgeprijsd naar 60. Ze wilden een bijzettafeltje dat eigenlijk 245 dollar kostte, maar dat ze voor 150 dollar konden kopen. JCPenney draaide in een jaar tijd 985 miljoen dollar verlies en de directeur werd ontslagen. Daarna kwamen de oude kortingen en aanbiedingen weer terug, en de klanten ook. Waarom? Omdat ze weer houvast hadden. Ze konden A vergelijken met B en tevreden met hun 'koopje' naar huis gaan, want: joepie, alweer een hoop geld bespaard!

Er zit al zoveel geld en moeite in

Als mensen eenmaal ergens in hebben geïnvesteerd, is dat vaak een reden om ermee door te gaan, zelfs als het om een kansloze zaak gaat. Argument: 'Ja maar... er zit al zoveel tijd/geld/moeite in'. Maar als je investeert – of het nou is in een product, een huis of een relatie – moet je niet achteromkijken, maar naar de toekomst. Anders gooi je nóg meer tijd/geld/moeite weg. Ariely geeft het voorbeeld van een vriend die twijfelde of hij zou gaan scheiden. "Ik

vroeg hem of hij met haar zou trouwen als hij alles wist over haar wat hij nu weet. Hij zei nee." Hoe liep het af? "De scheiding kwam snel daarna en hij is hertrouwd en gelukkig."

Kaartje kwijt? Dan ga ik niet

Je gaat naar een concert, maar bij de entree merk je dat je het toegangskaartje ter waarde van 50 euro bent verloren. Koop je een nieuw kaartje? De meeste mensen niet, ze gaan chagrijnig naar huis. Maar als ze nog géén kaartje hadden gekocht en bij de kassa zouden ontdekken dat ze een biljet van 50 euro in hun portemonnee misten, zouden ze die 50 euro wél aan een kaartje uitgeven. Opmerkelijk. Want in beide gevallen ben je 50 euro kwijt. Maar in het eerste geval is dat in de vorm van een specifieke budgetcategorie: een concertkaartje. Dat budget is nu weg, lees: op. En dat kwijtgeraakte biljet van 50 euro, tja, héél vervelend natuurlijk, maar dat mag onze avond niet bederven. Dat trekken we straks wel weer uit de muur.

150 euro voor vijf minuten? Ben jij betoeterd!

Als iemand razendsnel een klus doet, vinden we het onredelijk als hij daarvoor behoorlijk wat geld vraagt. Neem de slotenmaker die ervoor zorgt dat je binnen 5 minuten je huis weer in kunt (nadat je jezelf had buitengesloten). Vijf minuten, en dat kost dan 150 euro?! Mensen betalen dat bedrag zonder morren aan iemand die er uren over doet en ook nog de deurpost beschadigt. We belonen iemand gemakkelijker voor zijn tijd en inspanning dan voor zijn expertise en ervaring. Waarom? Omdat het oneerlijk voelt, zó snel geld verdienen. Terwijl het er natuurlijk om gaat hoe snel je je huis weer in kunt.

Wat verstandig geld uitgeven ook lastig maakt, is dat we de absolute waarde van geld niet kunnen bepalen. U geeft daar in uw boek verschillende voorbeelden van. Zoals: mensen die vijf minuten omrijden om 20 euro op een paar gym schoenen van 60 euro te besparen, maar die moeite niet doen als ze een tuinset van 1060 euro ook voor 1040 euro kunnen kopen. Waarom voelen we niet dat 20 euro altijd 20 euro is?

"Het brein ziet iets altijd in relatie tot iets anders, we denken niet in absolute termen. We zien geen absolute getallen, geen absolute kleuren, geen absolute afmetingen. Denk maar aan de optische illusie van de zwarte stip die tussen heel kleine grijze stipjes veel groter lijkt dan tussen heel grote, maar die toch echt dezelfde diameter heeft. Ook welzijn en geluk kennen we alleen in relatieve termen; het ligt

er maar aan met wie je vergelijkt."

Wat vindt u van een heel andere manier van met geld omgaan dan in onze maatschappij gebruikelijk is: de 'pay as you like'-formule, betaal wat je het waard vindt?

"Ik vind er veel voor te zeggen. In de VS is er een nieuwe online bank, Aspiration, een soort mix van een commerciële en een sociale bank. Ze laat haar klanten zelf bepalen hoeveel ze haar service waard vinden: *Pay what is fair*. Ik zit er ook bij, en ik vind het prima dat ik meer betaal dan iemand die minder geld heeft dan ik.

"Ik vind het belangrijk dat we goede banken hebben die ook succesvol zijn. In onze relaties met instituties is het vaak wij tegenover zij. Ik wil graag een maatschappij waarin wordt nagedacht over symbiotische relaties."



WIE IS DAN ARIELY?

De Amerikaan Dan Ariely (1967) is hoogleraar psychologie en gedragswetenschappen aan Duke University en bekleedt de Joep Langeleerstoel aan UvA/AMC. Zijn onderzoek is vooral gericht op irrationeel gedrag. Ariely werkte aan de universiteiten van Berkeley, Stanford en MIT. Hij schreef verschillende bestsellers, waaronder 'Predictably irrational' waarvan meer dan een miljoen exemplaren zijn verkocht. Zijn boek 'Geld en gedrag' (oorspronkelijk: 'Dollars and Sense') verschijnt komende dinsdag bij Maven Publishing.

Op 7 juni treedt Ariely op bij de School of Life, Amsterdam.