

# Weg met de mythes over pensioensparen



Victor Lamme: "Verdiep u in het brein van de consument."

Mensen vinden wel dat een goed pensioen belangrijk is, maar geven als het er op aankomt liever hun geld uit aan een nieuwe auto of een vakantie. Dat is niet zo vreemd, schrijft **Victor Lamme**. Tal van onderzoeken uit de hersenwetenschap en psychologie maken duidelijk waarom zelf sparen voor het pensioen niet kán werken.

Was dat even schrikken: hadden de pensioenfondsen zomaar onze zuurverdiende spaarcenten kwijt gemaakt. Onvoldoende dekkingsgraad. Pensioenen gekort. Premies verhoogd. Pensioenfondsen, werkgevers, werknemers, de regering – allemaal buitelen ze over elkaar heen om uit te leggen wat er gebeurt, wie daar verantwoordelijk voor is, en wat er moet gebeuren om het weer op te lossen.

Er is de laatste tijd wel wat onrust in de pensioenwereld. Deze onrust heeft er voor gezorgd dat pensioenfondsen onder druk staan. “Zorgen zij wel goed voor onze oude dag? Wat gebeurt er precies met het geld? Nemen ze niet te veel risico? Kunnen werknemers niet beter zelf voor hun oude dag sparen?” Den Haag gooit daar nog eens een politiek sausje overheen. “We vergrijzen en ontgroenen. We werken te weinig en lenen te veel. Terwijl we allemaal weten dat het nooit meer wordt zoals het was.” En zo kan het gebeuren dat één van de beste pensioenstelsels ter wereld – waarin zowel werknemer als werkgever geld in de pensioenpot storten – op de schop moet. Verzekeraar noch werkgever, noch werknemer weet meer waar hij aan toe is. En dan komt de roep om transparantie. Maar willen we dat wel? Of beter gezegd, schieten we daar wat mee op?

Sparen voor een pensioen is in Nederland verplicht, en dat heeft een goede reden. In landen waar deze verplichting niet geldt, zijn veel werknemers niet in staat gebleken een fatsoenlijk pensioen op te bouwen. Mensen vinden wel dat een goed pensioen belangrijk is, maar geven als het er op aankomt toch liever hun geld uit aan een nieuwe auto of een vakantie. Wat is daarvan eigenlijk de reden? Tal van onderzoeken uit de hersenwetenschap en psychologie maken duidelijk waarom zelf sparen voor het pensioen niet kán werken.

Iedereen die wordt gevraagd of het verstandig is voor een goed verzorgde oude dag te zorgen, zal daar bevestigend op antwoorden. In de praktijk blijkt echter een grote kloof tussen denken en doen. Ons brein neemt geen beslissingen op basis van onze gedachten of op basis van rationele overwegingen. Juist als het gaat om onze financiën spelen allerlei onbewuste

emoties en irrationele motieven een dominante rol. Het werk van bijvoorbeeld Daniel Kahneman en Dan Ariely heeft onweerlegbaar laten zien dat de rationele *homo economicus* niet bestaat. We denken dat we zelf voor ons pensioen kunnen zorgen. En laten we eerlijk zijn: u en ik denken ongetwijfeld dat we het zelf beter zouden doen als we het zelf in de hand zouden hebben. Maar alleen al deze gedachte, laat staan maatregelen die op basis van dit soort heersende opinies genomen worden, zijn ronduit levensgevaarlijk.

// Een beloning in het nú – vakantie of een nieuwe auto – wint het altijd van een vrijwillige inleg in het pensioenfonds //

### NIET LATER, MAAR NU

Een prachtig onderzoek – vele malen herhaald – laat zien dat het brein veel minder gevoelig is voor een beloning in de toekomst dan voor een beloning in het nu. Wie de keus krijgt tussen 1.000 euro nú of 2.000 euro over twee jaar kiest vrijwel altijd voor de 1.000 euro nú. Terwijl een beetje geduld hier toch veel verstandiger is. Dit fenomeen dat in de psychologie ‘delay discounting’ wordt genoemd, is bovendien nog veel sterker aanwezig bij jonge dan bij oude mensen. Een irrationele paradox, want voor oude mensen zou de toekomst minder belangrijk moeten zijn dan voor jongen mensen. Alleen al deze laatste conclusie zou de beleidsmakers de schrik om het hart moeten doen slaan. Ons brein heeft niets met pensioenen, het is een uitgestelde beloning in de verre toekomst, waaraan geen waarde wordt toegekend. En daarom wint een beloning in het nú – de vakantie, de nieuwe auto – het altijd van een vrijwillige inleg in het pensioenfonds, zeker bij jonge mensen.



**EXPERT IN NEUROMARKETING**

Prof. dr. Victor Lamme (1959) is hoogleraar cognitieve neurowetenschappen aan de Universiteit van Amsterdam, expert op het gebied van perceptie en bewustzijn, auteur van onder meer het boek *De vrije wil bestaat niet* en partner in Neurensics, onderzoeks- en adviesbureau voor neuromarketing. Hij studeerde geneeskunde aan de Universiteit van Amsterdam en promoveerde aan het Interuniversitair Oogheelkundig Instituut. Daarna was hij postdoc op MIT in Boston, KNAW-fellow in Amsterdam en hoofdonderzoeker aan het Nederlands Instituut voor Neurowetenschap. Sinds 2002 is hij hoogleraar Cognitieve Neurowetenschap bij de afdeling Psychologie aan de Universiteit van Amsterdam, waar hij aantrad met zijn oratie 'Weg met de Psychologie!'. Hij publiceerde bijna honderd internationale artikelen en hoofdstukken over de werking van het brein, visuele waarneming en het bewustzijn, onder meer in gezaghebbende tijdschriften als Nature en Science. Zijn ideeën over bewustzijn worden als baanbrekend gezien, en hij ontving voor zijn werk de meest prestigieuze subsidie van de Europese Unie.

**SPAREN DOEN WE LATER WEL**

Het pensioen is bedoeld als een periode van welverdiende rust, lekker op vakantie en eindelijk die boeken lezen. Maar onbewust wordt het pensioen door veel mensen met heel andere dingen geassocieerd: een impliciete associatietest heeft laten zien dat het pensioen door ons brein vooral wordt gekoppeld aan negatieve woorden als 'dood', 'ziekte' en 'armoe'. Dat maakt alles wat met pensioen te maken heeft een bijzonder lastig aan de man te brengen product. Vooral voor jonge, werkende mensen, die juist hun werk associëren met plezier, status en rijkdom. Daar komt nog eens bij dat we in ons hoofd langer jong blijven dan dat we in werkelijkheid zijn. De spaarbehoefte loopt zo altijd achter op ons uitgeefpatroon. "Sparen? Gaan we binnenkort mee beginnen."

**GOKANGST EN KEUZESTRESS**

Mensen houden niet van risico. Wie de keus krijgt tussen 200 euro in het handje of 25 procent kans op 1.000 euro, kiest in 80 procent van de gevallen voor de zekerheid van de 200 euro. En dat is best gek, want de 25 procent kans op 1.000 euro heeft toch echt een hogere verwachtingswaarde, namelijk 250 euro. Ons brein is risico-avers. De angst voor risico maakt ons ongeschikt voor het zelf zorgen voor een lange termijn investering als een pensioen, waarbij er verwacht wordt dat we ons als het ware als een particuliere belegger gaan gedragen. Want zonder risico geen rendement, dat hard nodig is om voldoende opbouw te kunnen behalen. Particuliere pensioenbeleggers zullen in periodes van hoge volatiliteit massaal overstappen op laag renderende spaarrekeningen, en pas weer terugkeren naar hoger renderende maar riskantere beleggingen als het te laat is.

Maar zonder spreiding geen risicobeheersing en dan komt een ander brein-fenomeen om de hoek kijken. Te veel keuze geeft stress, soms zoveel stress dat we maar liever niets doen. In een aardig experiment, waarbij de zes merken jam in een supermarkt werden aangevuld tot 24 merken jam, daalde de jam-omzet met een schrikbarende 90 procent. De spaarpot moet dus groot genoeg zijn om én te kunnen spreiden én risico's te kunnen lopen. Er zijn maar weinig individuele spaarpotten groot genoeg om dat te kunnen lijden.

**WAT NIET WEEET, DAT NIET DEERT**

De huidige golf van transparantie die door de pensioenwereld waart, heeft ervoor gezorgd dat er allerlei onzekerheid over pensioenen wordt gecom-

## MASTERCLASS NEUROMARKETING

VVP organiseert op 11 september onder leiding van Victor Lamme een Masterclass Neuromarketing. "Onze hersenen bepalen wat we doen – en niet onze gedachten. De meest directe toepassing van dat idee is neuromarketing. Als je weet wat de impact is op het brein van producten, reclame, verpakkingen of covers, dan weet je ook of de consument erdoor zal worden verleid of niet." Deze exclusieve Masterclass is een must go voor marketeers uit de financiële sector. Voor meer informatie over het werk van Victor Lamme of deze Masterclass kun je contact opnemen met Alexander van Loon, associate Neurensics (E: alexander@neurensics.com).

municeerd. Ineens worden we gewezen op onze upo. Een heel verhaal dat eigenlijk zegt dat het voorspelde pensioen ook maar een schatting is: het kan vriezen, het kan dooien. Niemand weet meer wanneer hij met pensioen zal gaan – met 65, 67 of 70? En iedere maand zijn er weer andere berichten over dekkingsgraad, korting of premieverhoging.

## // Transparantie over pensioenwereld leidt tot het omgekeerde van wat is beoogd: minder vertrouwen, meer afkeer //

Alle communicatie rondom pensioenen is door de toenemende transparantie één groot onzekerheids-circus geworden. En we hadden net al gezien dat het brein niet van onzekerheid houdt. Onzekerheid activeert onze angstcircuits, en die hebben maar één functie: wegwezen! Het brein sluit zich af voor deze prikkels en de burger denkt letterlijk: "Ik zie het later nog wel eens met dat pensioen." Transparantie over de pensioenwereld – bedoeld om mensen bewust te maken van hun situatie – leidt dus tot het omgekeerde van wat is beoogd: minder vertrouwen, meer afkeer.

### WAT NU?

Er zijn dus allerlei mechanismen aan het werk die er voor zorgen dat vrijwillig sparen voor het pen-

sioen een mythe is. Het druist zó sterk in tegen de menselijke natuur dat niet van mensen mag worden verwacht dat zij de goede keuze zullen maken. En zeker in deze tijden van onzekerheid zal niemand ook maar iets met het product 'pensioen' te maken willen hebben. Nu overstappen op vrijwillig pensioensparen zal zonder enige twijfel een generatie van juist jonge mensen voor de rest van het leven opzadelen met een verkeerde keuze.





Er is veel voor te zeggen om het huidige stelsel te handhaven. Te verbeteren in plaats van te veranderen. En dat vindt het brein weer fijn: geen revolutie, maar evolutie. Wie kan de beleidsmakers overtuigen van hun ongelijk?

### WAT U?

Invloed uitoefenen op het denken van onze beleidsmakers is lastig (al was het maar omdat daar niet altijd even logisch wordt gedacht). Maar als professional in financiële dienstverlening is uw invloed op de consument groot. Dus als Mohammed niet naar de berg komt, dan moet de berg maar naar Mohammed. Help uw klanten bij hun keuzes en zorgen voor de lange termijn. Geef ze een advies waar ze u over 20, 30 of 50 jaar dankbaar voor zullen zijn. En niet een advies dat mee hobbelt met de waan van de dag of de elke vier jaar weer wisselende politieke agenda.

De vraag is alleen: hoe krijgt u dat advies bij de consument tussen de oren? Rationele argumenten zullen niet werken. En hoe gaan we om met de wettelijke voorschriften en de verplichte transparantie, terwijl we weten dat die klanten alleen maar angst en onzekerheid aanjagen, en ze de verkeerde keuze zal laten maken? De kunst is hier vooral: verdiep u in het brein van de consument. Ontdek op welke knoppen u moet drukken in zijn brein, om voor elkaar te krijgen dat hij wel de juiste keuze maakt. Lees eens een boek over hersenen of psychologie. Een paar tips staan hieronder. ■

Dan Ariely, *Volkomen onlogisch* (2012)  
Daniel Kahneman, *Ons feilbare denken* (2013)  
Victor Lamme, *De vrije wil bestaat niet* (2010)  
Robert Cialdini, *Invloed* (2009)  
Martin de Munnik, *De koopknop* (2013)

 [www.victorlamme.com](http://www.victorlamme.com)  
 Victor Lamme op YouTube 1  
 Victor Lamme op YouTube 2  
 Victor Lamme op YouTube 3