



Omgaan met schaarste

Haal mensen die rondkomen van een klein budget uit hun tunnelvisie

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?.

Auteurs:

Tamara Madern

Minou van der Werf

De artikelen behandelen een theorie die aansluit of wordt benoemd in het boek **Geld & Gedrag, de theoretische basis**. Het artikel licht toe wat de praktische implicaties van de betreffende theorie zijn. Wat kunt u ermee? Waarop moet u letten? Het artikel licht de theorie verder toe, geeft voorbeelden uit de praktijk en geeft de professional aanbevelingen mee.

VERBINDING MET GELD & GEDRAG: de invloed van de omgeving

In **Geld & Gedrag, de theoretische basis** (hoofdstuk 1) staat beschreven dat iemands houding en zijn persoonlijkheid van invloed zijn op zijn gedrag. Daarnaast speelt de omgeving waarin iemand leeft een rol, zowel de economische omgeving als de fysieke en sociaal-culturele omgeving. Met een klein budget (door een laag inkomen of door schuldenproblematiek) is rondkomen bijvoorbeeld lastiger. Dit is echter niet het enige: het gebrek aan geld laat iemand nooit met rust en beïnvloedt zijn gedrag. Consumenten die weinig te besteden hebben, denken voortdurend aan hoe ze moeten rondkomen. Ze zijn constant bezig met vragen als: “Hoe moet ik de rekeningen betalen?” en “Waar haal ik geld vandaan om de rest van de week te kunnen eten?”. Uit onderzoek van onder andere Mullainathan en Shafir (2013) blijkt dat het gevoel van schaarste, zoals gebrek aan geld, een groot deel van het denkvermogen inneemt. Dit geeft naast allerlei materiële problemen ook mentale problemen.

DE THEORIE: de gevolgen van gebrek aan geld

Verklaring gedrag arme mensen

Van oudsher zijn er twee perspectieven die het gedrag van mensen met een klein budget proberen te verklaren:

- 1) Armen zijn, net als andere mensen in de maatschappij, individuen die op een rationele manier hun doelen nastreven. Deze gedachte komt voort uit de rationele-keuzetheorie: een persoon baseert zijn keuze op rationeel en bewust denken. Deze theorie maakt geen onderscheid tussen mensen met veel of weinig geld. Arme mensen zouden zich niet anders moeten gedragen dan rijke(re) mensen. Op de
- rationele-keuzetheorie kwam kritiek, omdat dit model vaak geen goede weergave is van de manier waarop mensen keuzes maken (Tiemeijer, Thomas & Prast, 2009). (Zie over de uitleg van deze theorie en de kritiek daarop hoofdstuk 2 van Geld & Gedrag, de theoretische basis.)
- 2) ‘De cultuur van armoede’ is een andere - omstreden - theorie die veronderstelt dat individuen met een laag inkomen een ander waardesysteem hebben dan mensen met een hoger inkomen. Volgens deze theorie zijn arme mensen pathologisch onbekwaam om weloverwogen keuzes te maken (Lewis, 1959; Lewis, 1966). Door

deze onbekwaamheid zijn arme mensen arm en zullen ze ook arm blijven. Voor deze theorie is weinig wetenschappelijk bewijs.

Shah, Mullainathan en Shafir (2012) stellen een derde, vernieuwende theorie over armoede voor: het geldgebrek zorgt ervoor dat mensen andere keuzes maken. Volgens deze theorie zijn arme mensen dus niet arm omdat ze onbekwaam zijn (persoonskenmerk) en daarom dommere beslissingen nemen, maar het gebrek aan geld (de omgeving) zorgt ervoor dat ze andere keuzes maken.

Beperkte mentale capaciteit

Hoe zorgt een gebrek aan geld ervoor dat mensen andere keuzes maken? Hoe beïnvloedt geldgebrek het gedrag? Volgens Mullainathan en Shafir (2013) neemt armoede zodanig bezit van iemands denken, dat hij minder ruimte over heeft om aan andere dingen te denken. De mentale capaciteit van mensen is namelijk beperkt (Baddeley & Hitch, 1974; Luck & Vogel, 1997; Miller, 1956; Neisser, 1976). Mensen die rond moeten komen van een klein budget zijn constant bezig met vragen zoals “Hoe moet ik de rekeningen betalen?” en “Waar haal ik geld vandaan om de rest van de week te kunnen eten?”. Dit neemt een deel van de cognitieve capaciteit in beslag, waardoor ze dus minder capaciteit over hebben voor andere dingen. Mullainathan en Shafir (2013) noemen dit bandbreedte.

Het gebrek aan geld laat mensen die rond moeten komen van een klein budget nooit met rust. Zelfs als ze niet direct bezig zijn met rondkomen, zoals op hun werk, dan nog zullen deze gedachten zich constant opdringen. Vergelijk het met een voorbijdenderende trein: als je aan het werk bent en er raast een trein voorbij, dan zul je je even minder goed kunnen concentreren. Zo werkt het ook met mensen die moeten rondkomen van een laag besteedbaar inkomen: schaarste eist de aandacht onvrijwillig en onbewust op, waardoor mensen die een gebrek aan geld ervaren zich minder goed kunnen concentreren op andere dingen. Onze gedachten richten zich namelijk automatisch en onbewust op behoeften die niet zijn vervuld, dus waaraan iemand schaarste ervaart

(Mullainathan & Shafir, 2013). Voor mensen die honger hebben is dit eten, voor mensen die het druk hebben is dit tijd en voor mensen die arm zijn is het de behoefte aan geld.

Een deel van de bandbreedte van mensen met gebrek aan geld, wordt dus constant in beslag genomen door wat ze niet hebben: geld. Hierdoor is er minder of geen bandbreedte meer over voor andere dingen die ze normaal gesproken ook belangrijk zouden vinden, zoals gezond eten of de kinderen goed opvoeden.

Het effect van schaarste geldt niet alleen voor geldgebrek, maar voor alle vormen van schaarste (Mullainathan & Shafir, 2013). Denk bijvoorbeeld aan schaarste bij een deadline of dieet. Als iemand een deadline heeft en hij moet nog veel doen (hij heeft tijd tekort), dan denkt hij alleen maar aan datgene wat nog moet gebeuren. Wilde hij een vergadering verplaatsen om zo meer tijd te creëren en is dat niet gelukt, dan kan hij zich tijdens die vergadering slechter concentreren en is hij alleen maar bezig met die ene taak die nog af moet. Ook als de buurvrouw aan het lijnen is, kan ze alleen maar denken aan datgene waaraan ze een tekort heeft: eten.

Het grote verschil met een gebrek aan geld is echter dat iemand daar niet onderuit kan. Bij drukte op het werk en daardoor schaarste aan tijd, is het mogelijk even pauze te nemen door op vakantie te gaan. Of het langverwachte weekend is eindelijk daar. Ook met diëten is op elk moment te stoppen. Het is immers een vrijwillige keuze om minder te eten. Bij schaarste aan geld is dit echter vaak niet zo. Iemand die arm is, kan niet opeens besluiten om even te stoppen met arm zijn.

Bandbreedte

De al eerder genoemde ‘bandbreedte’ is eigenlijk voor vrijwel al ons gedrag nodig: als iemand een film kijkt, een boek leest, een cadeautje moet bedenken of wil inschatten of iemand boos of ernstig kijkt. Neem als voorbeeld een student die een nacht heeft doorgezakt en de volgende dag niet meer helemaal helder is door vermoeidheid, dan kan hij zich slechter concentreren tijdens college. Om mensen met gebrek aan geld te begrijpen moet je je voorstellen dat je je constant zo voelt als de student die moe is. Je bent afwezig, met je gedachten elders en het kost veel

moeite om je te focussen. En dat iedere dag. Naast de materiële problemen hebben arme mensen dus ook nog een mentaal probleem (Mani, Mullainathan, Shafir & Zhao, 2013).

Wat betekent bandbreedte hier precies?

Mullainathan en Shafir (2013) bedoelen hiermee twee componenten van het mentale proces die aan elkaar zijn gerelateerd:

- Cognitieve capaciteit
- Executieve controle.

Beide componenten zijn gevoelig voor schaarste.

Cognitieve capaciteit

Cognitieve capaciteit is een psychologisch mechanisme waarmee mensen problemen kunnen oplossen, informatie kunnen opslaan, logisch kunnen redeneren et cetera. Een belangrijk kenmerk daarvan is vloeibare intelligentie. Dit is het vermogen waarmee mensen abstract denken en redeneren, en problemen oplossen, zonder dat ze specifieke kennis of ervaring hebben (Mullainathan & Shafir, 2013).

Executieve controle

Executieve controle hebben mensen nodig om goed te kunnen functioneren. Daarmee kunnen ze orde scheppen in hun cognitieve activiteiten. Denk aan vooruitdenken, aandacht aan iets besteden, beginnen of onderdrukken van gedrag en impulsen beheersen. Executieve controle is dus tamelijk divers. Het bepaalt het vermogen van mensen om zich ergens op te concentreren, hun aandacht te verplaatsen, dingen te onthouden, dingen tegelijkertijd te doen en om zelfreflectie toe te passen.

Een verminderde executieve controle heeft dan ook een negatieve invloed op iemands zelfbeheersing (Mullainathan & Shafir, 2013).

Effecten van schaarste

Het ervaren van schaarste heeft voor- en nadelen. Doordat een deel van de mentale capaciteit voortdurend is gericht op het gebrek aan geld, kunnen mensen met gebrek aan geld zich concentreren op wat hen echt te doen staat: overleven met het geld dat ze hebben. Schaarste zorgt ervoor dat mensen alerter en efficiënter zijn, om het probleem dat nu speelt op te lossen. Als iemand een deadline heeft en tijd tekort komt, kan hij beter elke minuut zo

goed mogelijk benutten dan wanneer hij nog een halve maand de tijd heeft. Arme mensen zijn er dan ook erg goed in om de eindjes aan elkaar te knopen op de korte termijn. Daar gaat namelijk hun aandacht constant naar uit (Shah e.a., 2012).

Door dit positieve effect van schaarste (het zorgt immers voor een betere concentratie op het probleem), ontstaat echter ook een negatief effect: tunnelvisie (Mullainathan & Shafir, 2013). Het enige wat iemand nog ziet en waarmee hij bezig is, is het probleem dat op dat moment moet worden opgelost. Alles wat niet met dat probleem te maken heeft, valt buiten de tunnel. Ook de toekomst is niet in beeld.

Neem als voorbeeld het verhaal van Patrick: Patrick betaalt zijn huur elke keer nét voordat hij zijn huis wordt uitgezet. Doordat hij het betalen elke keer uitstelt tot op het laatste moment, zijn de huurkosten veel hoger. Er komen immers nog incassokosten bovenop. Toch gaat het al jaren zo door. De effecten van tunnelvisie zijn hier goed te zien. Op het moment dat huisuitzetting dreigt, komt de huur in de tunnel van Patrick terecht. Het heeft nu prioriteit nummer één en hij zorgt er voor dat hij het geld voor de huur bij elkaar krijgt. Zodra het gevaar is geweken, verdwijnt de huur weer uit zijn gezichtsveld. Dan krijgen andere rekeningen weer prioriteit. Hij is niet bezig met de incassokosten die er in de toekomst weer aankomen. Daar denkt hij niet aan, want die ziet hij niet. Die zijn weer buiten de tunnel beland. Door zich volledig te focussen op het oplossen van het gebrek verdwijnt het langetermijnperspectief.

Mullainathan en Shafir (2013) gebruiken een mooie metafoor in hun boek om het effect van tunnelvisie te illustreren. Stel iemand is aan het jongleren met vier balletjes. Hij moet zijn uiterste best doen om ze allemaal in de lucht te houden. Welk balletje heeft zijn aandacht? Het balletje dat hij op dat moment moet opvangen. Want als dat valt, moet hij opnieuw beginnen. Het balletje daarna krijgt pas aandacht als het ene balletje in zijn hand ligt. Een langetermijnperspectief is hier dus niet mogelijk; hij heeft alleen aandacht voor het balletje dat op dat moment het belangrijkste is: dat zit in zijn tunnel, de rest is op dat moment niet belangrijk.

Andere keuzes

Mensen die rond moeten komen van een klein budget zijn dus niet dom, lui of ongemotiveerd, maar ze maken andere keuzes doordat ze een gebrek aan geld hebben. Niet de persoonskenmerken, maar de situatie zorgt er dus voor dat ze zich anders gedragen. Door

de druk van schaarste op hun denkvermogen hebben ze minder denkcapaciteit over voor andere beslissingen of taken, waardoor ze deze minder goed kunnen uitvoeren. Het is zelfs bewezen dat wanneer mensen schaarste ervaren, het IQ effectief lager is dan wanneer ze geen gebrek aan iets hebben.

DE PRAKTIJK: Hoe iemand te helpen met schaarste?

Mensen met financiële vragen die bij u komen voor hulp, kunnen last hebben van tunnelvisie. Het is voor hen lastig om buiten de tunnel te kijken. Door hier in uw advisering en gesprekken rekening mee te houden, kunt u aansluiten bij hun belevingswereld. Een voorbeeld: wat is voor mensen met geldgebrek aantrekkelijker, nu betalen of over twee maanden? Het antwoord is simpel: over twee maanden, ondanks de rente die er dan bovenop komt. Door de tunnelvisie zien ze namelijk alleen de voordelen van de lening op dit moment en niet de gevolgen over een paar maanden. Mensen die in de tunnel zitten zijn niet gevoelig voor een beloning of straf in de toekomst. De behoeften van vandaag hebben prioriteit; die van over een maand zijn ver weg en abstract en dringen nog niet tot hen door. Over een aantal jaar rente ontvangen op vastgezet spaargeld is leuk, maar niet voor mensen die nauwelijks kunnen rondkomen. Zij hebben wel wat anders aan hun hoofd. Sparen mag dan belangrijk zijn, maar is in hun ogen absoluut niet urgent. Het valt buiten hun tunnel en ze kunnen dat heel lang negeren. Een prikkel werkt pas als mensen hem ook kunnen zien. Anders zijn ze onzichtbaar en ondoeltreffend (Mullainathan & Shafir, 2013).

Maar hoe zorgt u ervoor dat een prikkel binnen de tunnel valt? Hierna volgen enkele suggesties.

Herinneringen sturen

Het effect van het sturen van een herinnering wordt vaak onderschat (Mullainathan & Shafir, 2013). Sparen vinden veel mensen met een klein budget bijvoorbeeld wel belangrijk, maar met een geldgebrek is dit vaak lastig. Hoe kunt u deze mensen helpen om toch wat geld te reserveren? Uit onderzoek van Karlan, McConnell, Mullainathan en

Zinman (2014) blijkt dat het sturen van een herinnering mensen (meer) kan laten sparen. Ze hebben geprobeerd om sparen in de tunnel te krijgen bij arme mensen in Peru, Bolivia en de Filipijnen. Hierbij gingen ze ervan uit dat arme mensen wel willen sparen, maar dat ze het deels door tunnelvisie vergeten. In het onderzoek vestigden ze simpelweg de aandacht op sparen door een herinnering te sturen. Daarmee probeerden ze sparen in de tunnel te krijgen. Ze vroegen arme mensen waarvoor ze zouden willen sparen en hoeveel. Aan het einde van elke maand kregen ze een herinnering van hun doel per sms of brief. Alleen al door deze herinnering steeg het gespaarde bedrag met 6 procent. Dus door mensen simpelweg te herinneren aan iets wat ze wel belangrijk vinden, maar door de tunnelvisie vergeten, kan hun gedrag veranderen.

Implementatie-intenties

Tunnelvisie leidt tot onoplettendheid – dingen die buiten de tunnel vallen worden immers vaak niet waargenomen. Hier zal iemand zich tegen moeten proberen te wapenen (Mullainathan & Shafir, 2013). Dit kunt u doen door bijvoorbeeld gebruik te maken van implementatie-intenties ('als-dan'-plannen) kan iemand effectief zijn gedrag aanpassen. Hij denkt dan van tevoren al na over de verleidingen die op zijn pad kunnen komen en wat hij er op dat moment aan gaat doen. Door implementatie-intenties te gebruiken maakt u het voor de consument gemakkelijker om keuzes te maken die voor hem gunstiger zijn, doordat gedragingen vooraf bewuster worden gemaakt. Op het moment van de gedraging hoeft de consument minder op te letten en dus is dan minder bandbreedte nodig.

Wilt u meer weten over hoe deze implementatie-intenties werken en hoe u ze kunt gebruiken? Lees dan het artikel Hoe slaagt een goed voornemen?, ook verschenen in deze reeks artikelen.

Flexibele automatische incasso

Een andere manier om onoplettendheid te omzeilen, is door de consument - waar mogelijk - handelingen die veel aandacht vragen om te laten zetten in eenmalige acties. Als hij bijvoorbeeld elke maand de rekeningen moet betalen, moet hij hier telkens op letten. Adviseer hem dan een automatische incasso in te stellen. Dat hoeft hij maar één keer te doen en daarna kan hij het laten gaan. Het wordt gemakkelijker voor hem als hij de zaken die hij mogelijk vergeet, omzet naar eenmalige acties.

Een automatische incasso komt echter niet altijd op de gewenste momenten. Voor mensen die moeite hebben om rond te komen, kan dat een drempel zijn om het in te stellen. Als een rekening wordt afgeschreven net voordat het salaris binnenkomt, dan is dit niet handig en wenselijk. Zowel huishoudens mét als zonder automatische incasso vinden dat een incassobedrag vaak op onhandige tijdstippen wordt afgeschreven (Madern, Van der Werf & Van Gaalen, 2014). Een flexibele automatische incasso kan dit oplossen. Zorgt u ervoor dat de consument meer dan één keuze krijgt voor de datum waarop de rekening wordt afgeschreven. Er kan met hem worden afgestemd welke datum het beste uitkomt, zodat het bijvoorbeeld samenvalt met de datum waarop het salaris binnenkomt. Niet iedereen krijgt dat namelijk op dezelfde dag.

Laat mensen sparen: niet vandaag, maar morgen

Zoals al eerder aangegeven, valt sparen vaak buiten de tunnel van mensen met een beperkt budget. Als iemand er moeite mee heeft om nu te sparen, maar aangeeft dat wel belangrijk te vinden en het in de toekomst te willen gaan doen, stimuleert u hem dan om nu alvast een maandelijks automatische incasso in de toekomst vast te zetten. Spreek bijvoorbeeld met hem af dat hij bij een loonsverhoging een percentage van deze verhoging automatisch naar de spaarrekening verplaatst. Zo merkt hij niets van de verminderde bestedingsruimte en

spaart hij wel meer.

Thaler en Benartzi (2004) hebben dit toegepast in Amerika, om sparen voor het pensioen te stimuleren. In plaats van mensen nu meteen te laten sparen, lieten ze mensen vastleggen dat ze per 1 januari een vast bedrag per maand zouden gaan sparen voor hun pensioen. Ook werd het spaarbedrag automatisch verhoogd als iemand een loonsverhoging kreeg. Door dit vast te leggen is het spaarbedrag van de deelnemers aan dit spaarplan flink verhoogd. Maar waarom werkt dit zo goed? Het is gebaseerd op de aanname dat mensen sparen belangrijk vinden en dat ze het vaak in de toekomst wel willen gaan doen. Ze onderschatten de schaarste die ze in de toekomst zullen ondervinden en denken dan wel ruimte te hebben om te sparen (Mullainathan & Shafir, 2013). Daarnaast vinden mensen sparen ook vaak pijnlijk, omdat ze bestedingsruimte verliezen. Ze vinden verliezen erg vervelend en doen harder hun best om een verlies te vermijden dan om hetzelfde te winnen. De psychologische impact van verliezen is zelfs ongeveer twee keer zo groot als die van winnen (Kahneman & Tversky, 1979). Deze inzichten kunt u dus gebruiken om spaargedrag van consumenten te bevorderen.

Al die goede beslissingen die mensen nemen voor de toekomst (als ze denken dat de zaken er beter voor staan), zullen ze waarschijnlijk niet nemen als die toekomst eenmaal daar is en het leven opnieuw zwaar is. Zoals hierboven al kort is aangestipt: mensen onderschatten de schaarste die ze in de toekomst zullen ondervinden. Hier kunt u echter ook goed gebruik van maken. Ga samen met de consument preventief te werk en probeer verstandige koppelingen te leggen. Doe dit door op momenten waarop hij zich bewust is van zijn 'onverstandige' gedrag preventieve maatregelen te bedenken. Zoals inplannen dat hij over twee maanden begint met sparen of door implementatie-intenties te bedenken. Deze preventieve acties maken het gemakkelijker voor de consument om 'goed' gedrag vol te houden op momenten dat hij in de tunnel zit en niet let op zaken die daarbuiten vallen.

Sluit aan bij moment dat mensen zelf willen veranderen

Uit onderzoek van Madern en anderen (2014) komt naar voren dat mensen bij een inkomensterugval zelf al aan de slag gaan met hun financiën. Daarbij is vaak een andere partij betrokken, bijvoorbeeld het UWV bij verlies van een baan of mediators of advocaten bij een echtscheiding. Bij een inkomensterugval wordt echter zelden een overzicht van de hele financiële situatie gemaakt. Mensen die aankloppen voor begeleiding bij hun financiën kunnen worden gewezen op tools. Denk aan de online huishoudboekjes die banken aanbieden of het persoonlijk budgetadvies van het Nibud. Deze tools geven overzicht en kunnen input geven aan het gesprek dat de ketenpartner kan voeren. Bij inkomensterugval staan mensen meer open voor verandering dan wanneer de eerste financiële problemen ontstaan (Madern e.a., 2014). Het hangt uiteraard van het type inkomensterugval en de persoon zelf af, wanneer hij klaar is voor verandering. In een wereld van tunnelvisie en onoplettendheid is een goede timing heel belangrijk (Madern e.a., 2014; Mullainathan & Shafir, 2013).

Variërende bandbreedte

Een ander voorbeeld van goede timing is om aan te sluiten bij een grote bandbreedte. Op momenten waarop schaarste het minst voelbaar is - bijvoorbeeld na het ontvangen van inkomen - is de bandbreedte van mensen het grootst. Mensen zijn op dat moment het meest ontvankelijk voor nieuwe informatie en hebben de meeste bandbreedte om 'goede' beslissingen te nemen. Hierop kunt u letten bij het versturen van brieven met belangrijke informatie, het uitnodigen van de consument voor een gesprek en dergelijke.

Uit de onderzoeken die zijn gedaan naar schaarste blijkt namelijk dat de bandbreedte van iemand kan variëren. Mani en anderen (2013) laten dit in een veldonderzoek onder Indiase boeren duidelijk zien. Interessant is dat deze boeren hun inkomen in één keer ontvangen na de oogsttijd. Ze krijgen twee of zelfs maar één keer per jaar geld binnen. De boeren ervaren dus in de maanden

voor de oogst schaarste en in de maanden na de oogst niet. Mani en anderen (2013) onderzochten de bandbreedte van deze boeren. Zoals verwacht presteerden de boeren voor de oogst veel slechter dan na de oogst. Het verschil kwam zelfs overeen met een verschil van ongeveer 9 punten op de IQ-schaal. Dit is een uniek onderzoek, omdat dezelfde personen gedurende een bepaalde periode zijn onderzocht. De intelligentie en persoonskenmerken zijn dezelfde, alleen het inkomen verandert.

Succes en trots

Met een relatief gemakkelijke interventie kunt u ervoor zorgen dat consumenten (tijdelijk) meer bandbreedte hebben. Volgens onderzoek helpt het om mensen met een laag besteedbaar inkomen een persoonlijke ervaring te laten beschrijven die ze trots maakt en waarin ze zich succesvol voelen. Hierdoor nemen hun cognitieve prestaties toe en staan ze opener voor nieuwe informatie (Hall, Zhaom & Shafir, 2014; Legault, Al-Khindi & Inzlicht, 2012).

Naast belasting van bandbreedte hebben mensen met een beperkt budget namelijk ook te maken met negatieve stereotypering. Ze worden gezien als een last voor de maatschappij ("Die zit lekker thuis op de bank te profiteren van mijn belastingcenten"), ze zijn lui, ongemotiveerd en dom (Hall e.a., 2014; Fiske, 2011; Kerbo, 1976). Dit negatieve beeld tast hun zelfwaarde en integriteit aan (Steele, 1988). Als hun zelfwaarde wordt bedreigd, gebruiken mensen bandbreedte om zichzelf te verdedigen en om negatieve gedachten en emoties te onderdrukken (Schmader, Johns & Forbes, 2008). Dit kan er ook voor zorgen dat ze minder goed presteren (Spencer, Steele, & Quinn, 1999; Steele, 1997). Als iemands positieve eigenschappen worden bevestigd, dan wordt zijn zelfwaarde weer hersteld. Onderzoek van Hall en anderen (2014) laat dan ook zien dat door de herinneringen van arme mensen aan gevoelens van succes en trots, hun cognitieve prestaties verbeterden. Bij rijkere mensen had het beschrijven van deze ervaring geen invloed op de cognitieve prestaties.

Maak het gemakkelijk

Ook zonder schaarste is het invullen van formulieren een vervelende klus. Als iemand ook nog eens een verminderde bandbreedte heeft, dan is het nog lastiger om zich hiertoe te zetten. De consument heeft minder cognitieve capaciteit over om zich met deze ingewikkelde zaken bezig te houden. Het valt buiten zijn tunnel, dus zal het invullen worden uitgesteld. Zorg er dus voor dat dit soort ‘praktische’ overwegingen (bijvoorbeeld de tijd die het kost) zo veel mogelijk worden weggenomen. Dit lijken kleine dingen, maar voor mensen die te maken hebben met schaarste kunnen

dit ware struikelblokken vormen. Als u formulieren mee naar huis geeft, worden ze vaak vergeten. Laat ze ter plekke invullen, dan zal het aantal reacties enorm stijgen. Maak de formulieren daarnaast zo duidelijk en gemakkelijk mogelijk. Soms kan dit niet, maar dan is het misschien een optie om gegevens van de consument te gebruiken die al beschikbaar zijn (zoals bijvoorbeeld bij de belastingaangifte), zodat hij zelf zo weinig mogelijk extra werk hoeft te verrichten. Of bied hulp aan bij het invullen van de formulieren.

Literatuurlijst

- Baddeley, A.D., & Hitch, G. (1974).** Working memory. In G.H. Bower (Ed.), *The psychology of learning and motivation: Advances in research and theory*. New York: Academic Press.
- Fiske, S. (2011).** *Envy up, scorn down: How status divides us*. New York, NY: Russell Sage Foundation.
- Hall, C.C., Zhao, J., & Shafir, E. (2014).** Self-affirmation among the poor: Cognitive and behavioral implications. *Psychological Science*, 25(2), 619-625.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979).** Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-292.
- Karlan, D., McConnell, M., Mullainathan, S., & Zinman, J. (2014).** *Getting to the top of mind: How reminders increase saving*. NBER/Yale University Working Paper. Geraadpleegd op 3 februari 2015, van <http://karlan.yale.edu/p/Top-of-Mind-Oct2014.pdf>.
- Kerbo, H.R. (1976).** The stigma of welfare and a passive poor. *Sociology and Social Research*, 60, 173-187.
- Legault, L., Al-Khindi, T., & Inzlicht, M. (2012).** Preserving integrity in the face of performance threat self-affirmation enhances neurophysiological responsiveness to errors. *Psychological Science*, 23, 1455-1460.
- Lewis, O. (1959).** *Five families; Mexican case studies in the culture of poverty*. New York: Basic Books.
- Lewis, O. (1966).** Culture of Poverty. *Scientific American*, 215(4), 19-25.
- Luck, S.J., & Vogel, E.K. (1956).** The capacity of visual working memory for features and conjunctions. *Nature*. 390, 279-281.
- Madern, T., Werf, M. van der & Gaalen, C. van (2014).** *Controle houden over de uitgaven: administratie en verleidingen*. Utrecht: Nibud.
- Mani, A., Mullainathan, S., Shafir, E., & Zhao, J. (2013).** Poverty impedes cognitive function. *Science*, 341, 976-980.
- Miller, G.A. (1956).** The magical number seven, plus or minus two: some limits on our capacity for processing information. *Psychological Review*, 63(2), 81-97.
- Mullainathan, S., & Shafir, E. (2014).** *Schaarste: Hoe gebrek aan tijd en geld ons gedrag bepalen*. Amsterdam: Maven Publishing.
- Neisser, U. (1976).** *Cognition and Reality: Principles and Implications of Cognitive Psychology*. San Francisco: Freeman.
- Schmader, T., Johns, M., & Forbes, C. (2008).** An integrated process model of stereotype threat effects on performance. *Psychological Review*, 115, 336-356.
- Shah, A.K., Mullainathan, S., & Shafir, E. (2012).** Some consequences of having too little. *Science*, 338, 682-685.
- Spencer, S.J., Steele, C.M., & Quinn, D.M. (1999).** Stereotype threat and women's math performance. *Journal of Experimental Social Psychology*, 35, 4-28
- Steele, C.M. (1988).** The psychology of self-affirmation: Sustaining the integrity of the self. *Advances in Experimental Social Psychology*, 21, 261-302.
- Steele, C.M. (1997).** A threat in the air: How stereotypes shape the intellectual identities and performance of women and African Americans. *American Psychologist*, 52, 613-629.
- Thaler R.H., & Benartzi, S. (2004).** Save more tomorrow: Using behavioral economics to increase employee saving. *Journal of Political Economy*, 112(1), S164-S187.
- Tiemeijer, W.L., Thomas, C.A., & Prast, H.M. (2009).** *De menselijke beslisser: Over de psychologie van keuze en gedrag*. Den Haag/ Amsterdam: WRR/ Amsterdam University Press.