



# Financiële veerkracht op de oude dag | 2020

Hoe zetten we mensen aan tot actie?

Deel 4



Maastricht University



Wijzer in geldzaken

# Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Interactiviteit in online pensioenplanners vergroot betrokkenheid	5
Pensioenbeleggingskeuzes hangen af van de manier van informeren	8
Effectieve spaarprikkels hoeven niet ingewikkeld te zijn	11
De invloed van persoonskenmerken op pensioenbeslissingen hangt af van het pensioenregime	14
Leren door adviseren	17
Over Maastricht University	20
Over Wijzer in geldzaken	20

# Voorwoord



**prof. dr. Lisa Brüggem**  
*Professor of Financial Services*



**dr. Thomas Post**  
*Assistant Professor Finance*

Vijf jaar geleden vatten wij het plan op om wetenschappelijk onderzoek op het gebied van pensioencommunicatie bij elkaar te brengen in een leesbare publicatie en zo een brug te slaan tussen onderzoek en de praktijk. We hadden toen niet voorzien dat het een traditie zou worden, maar inmiddels is dit de vierde editie van Financiële veerkracht op de oude dag. Wij vermoeden dat dit ook niet de laatste editie zal zijn. De gevolgen van COVID-19 en de uitwerking van het Pensioenakkoord zullen de komende jaren veel verschil maken in pensioenland. Het blijft belangrijk om onderzoek te doen naar effectieve manieren om mensen voor te bereiden op hun pensioen.

In de vorige editie meldden we dat de meeste onderzoeken naar pensioencommunicatie en –gedrag in het buitenland gedaan zijn. Het afgelopen jaar zagen we gelukkig een toename van Nederlands onderzoek. Dat zien we ook terug in deze publicatie: twee van de vijf onderzoeken die we voor u uitkozen zijn in Nederland gedaan. De andere drie onderzoeken werden uitgevoerd in de Verenigde Staten.

Bij het eerste Nederlandse onderzoek dat we voor u samenvatten waren twee van de auteurs van deze publicatie zelf betrokken. Zij lieten zien dat **interactiviteit in pensioenplanners** een positief effect heeft op de betrokkenheid van deelnemers. Opvallend daarbij is dat bij mannen geldt: hoe interactiever hoe beter, terwijl vrouwen voorkeur hebben voor een wat lagere mate van interactiviteit.

Het andere Nederlandse onderzoek keek naar de effecten van verschillende soorten communicatieboodschappen op **doorbeleggen na pensionering**. Wanneer daarin de nadruk wordt gelegd op “winst” of “vergelijking met anderen” leidt dit tot een hoger risicoprofiel. Wanneer de nadruk wordt gelegd op “verlies” heeft dit geen invloed op het risicoprofiel.





**Olaf Simonse**

*Hoofd Wijzer in geldzaken*



**Marieke van Daal**

*Gedragveranderaar Wijzer in geldzaken*

Uit een Amerikaans onderzoek blijkt dat pensioeninterventies soms niet zo ingewikkeld hoeven te zijn. Een **beknopte toevoeging** in mails aan deelnemers leidde tot een **wezenlijke toename** van het bedrag dat deelnemers inlegden in hun pensioenpot.

We weten al langer uit onderzoek dat zowel de keuze-omgeving van pensioen als persoonskenmerken bepalen hoe mensen met pensioen omgaan. Het vierde onderzoek koppelde deze twee aan elkaar en kijkt wat voor effect verschillende pensioenomgevingen (“opt-out” en “opt-in”) hebben voor verschillende typen deelnemers. De belangrijkste conclusie is dat **defaults** kunnen werken, maar wel moeten worden **afgestemd op de persoonskenmerken** van deelnemers.

Het laatste onderzoek in deze publicatie gaat niet direct over pensioencommunicatie, maar over de manier waarop mensen leren. We weten dat mensen die moeite hebben met het behalen van hun doelen baat hebben bij het krijgen van motiverend advies. Maar de onderzoekers draaiden het om: ze lieten studenten advies geven aan andere studenten en keken welk effect dit had op de adviserende studenten. Het blijkt dat **het geven van advies de cijfers** van de adviserende studenten **verhoogt**. Wellicht is dit inzicht ook toe te passen op het onderwerp pensioen.

Wij zijn ervan overtuigd dat het delen van deze wetenschappelijke inzichten helpt om te blijven vernieuwen in de manier waarop we mensen pensioenbewuster maken. Deze inzichten roepen ook weer nieuwe vragen op. Zoals: hoe zorgen we dat mensen die financieel kwetsbaar zijn zich in hun pensioen verdiepen? En: hoe bereiken we jongeren met dit lastige thema? We hopen dan ook dat deze publicatie aanzet tot nieuw onderzoek. Dat kunnen wij dan volgend jaar in de jubileumeditie van Financiële Veerkracht opnemen.

Wij wensen u veel leesplezier!

Prof. dr. Lisa Brüggem  
Dr. Thomas Post  
*Maastricht University*

Olaf Simonse  
Marieke van Daal  
*Wijzer in geldzaken*



# Interactiviteit in online pensioenplanners vergroot betrokkenheid

**Artikel:** Brüggem, E. C., Post, T., & Schmitz, K. (2019). Interactivity in online pension planners enhances engagement with retirement planning – but not for everyone. *Journal of Services Marketing*, 33(4), 488–501.

## Het artikel in het kort

Er komen steeds meer technologische mogelijkheden om mensen inzicht te geven in hun pensioen, bijvoorbeeld door middel van pensioencomputers. In een online omgeving bevordert de interactiviteit het gericht lezen en opvragen van informatie. De verwachting is ook dat interactiviteit de betrokkenheid en kennis vergroot. Uit het onderzoek blijkt dat interactiviteit een positief effect heeft op het aantal keren dat gebruikers klikken op opties. Interactiviteit heeft ook een positief effect op het voornemen van deelnemers om in de komende drie tot zes maanden hun pensioensituatie te checken. De effectiviteit van het ontwerp van een pensioenplanner kan niet worden gegeneraliseerd. Mannen prefereren bijvoorbeeld hoge niveaus van interactie, terwijl vrouwen een gemiddeld niveau verkiezen.

## Achtergrond

Volgens recente cijfers van de Verenigde Naties zal het aantal mensen dat ouder is dan 60 jaar in 2050 zijn verdubbeld ten opzichte van het jaar 2007. In combinatie met de zeer lage rente zal dit de pensioenstelsels wereldwijd onder druk zetten. Bovendien wordt van pensioendeelnemers steeds meer zelfstandigheid verwacht bij de pensioenplanning.

Toch voelt het leeuwendeel van de pensioengerechtigden zich niet actief betrokken bij de eigen pensioenplanning. Onderzoek toont aan dat mensen vaak nog meer tijd besteden aan het uitzoeken van een restaurant of nieuwe televisie dan aan hun pensioen. Al deze zaken kunnen leiden tot een onvoldoende oudedagsvoorziening. Maar hoe krijgen we de mensen in beweging?

‘Interactiviteit’ is de mate waarin een gebruiker direct invloed heeft op het wijzigen van de vorm en inhoud van de omgeving waarin beslissingen kunnen worden genomen. In zogenaamde ‘high involvement settings’ (zoals bijvoorbeeld het geval is bij online winkelen) leidt een hogere interactiviteit tot een positief effect op de koopattitude, betrokkenheid en het voorgenomen gedrag van de gebruikers. Bij pensioenen is echter sprake van een ‘low involvement setting’. In tegenstelling tot de winkelervaring leidt een inspanning op het gebied van pensioenen niet tot een direct merkbare opbrengst voor de gebruiker. Ook ervaart de pensioengerechtigde geen

directe druk om actie te ondernemen. Bovendien zijn pensioenbeslissingen - en daarvoor noodzakelijke informatie - complex van aard. Het is geen leuke bezigheid, in tegenstelling tot winkelen. Dit zijn allemaal redenen die leiden tot het uitstellen van pensioenbeslissingen.

Het is een interessante en belangrijke vraag of het toevoegen van interactiemogelijkheden aan pensioenapplicaties (bijvoorbeeld een online pensioen planner), net als bij ‘high involvement settings’, een positief effect heeft op de pensioen-‘drive’ en het gebruik van online pensioenplanners. Of leidt meer interactie juist tot meer verwarring?

**‘Mannen handelen bij hoge interactiviteit, vrouwen bij een lager niveau van interactiviteit.’**

### Het onderzoek

In deze studie is onderzocht of interactiviteit effect heeft op het ‘pensioengedrag’. 285 mensen van een Nederlands online panel namen deel aan het onderzoek: 162 mannen en 123 vrouwen, gemiddeld 52 jaar oud. Ze waren ongeveer gelijk verspreid over drie experimentele situaties: (1) geen interactiviteit, (2) een gemiddeld niveau van interactiviteit en (3) een hoog niveau van interactiviteit. De verschillende versies van de online pensioenplanner zijn ontwikkeld samen met een bedrijf dat is gespecialiseerd in het ontwerpen van dergelijke planners.

De versie zonder (extra) interactiviteit gaf enkel de optie om de hoogte van het pensioen te bekijken (door erop te klikken). De versie met gemiddelde interactiviteit gaf tevens de mogelijkheid om variabelen aan te passen, zoals gewenste pensioenleeftijd, parttime-werkfactor en wijzigingen in het uitkeringsverloop.



De versie met hoge interactiviteit gaf daarnaast nog de mogelijkheid om aan te klikken 'heb ik een pensioentekort?' Dat gaf de mogelijkheid om een budgettool te gebruiken die het verschil inzichtelijk maakte tussen de verwachte uitgaven na het pensioen en het beschikbare pensioen.

Voorgenomen gedrag is gemeten aan de hand van antwoorden op zes vragen over de intentie om de eigen pensioensituatie te gaan bekijken en de intenties om informatie in te winnen bij werkgever, familie, vrienden, financieel adviseurs en eigen onderzoek. Het daadwerkelijke klikgedrag is gemeten aan de hand van het aantal klikken dat de deelnemers deden tijdens het gebruik van de online pensioenplanner.

## De resultaten

Interactiviteit heeft een positief effect op het aantal keren dat gebruikers klikken op opties in de pensioenplanningstool. Er bestaat met name verschil in effect tussen de groep die geen interactiviteit ervoer en de twee groepen die wel een vorm van interactiviteit kregen aangeboden. Tussen de twee groepen met interactie (gemiddeld en hoog) vonden de onderzoekers geen wezenlijke verschillen voor het aantal klikken. Interactiviteit heeft ook een positief effect op het voornemen van deelnemers om in de komende drie tot zes maanden hun pensioensituatie te checken.

Mannen en vrouwen verschillen in voorkeur voor interactie. Mannen prefereren hoge niveaus van interactiviteit en vrouwen een gemiddeld niveau. Het effect van interactiviteit op het voorgenomen gedrag van deelnemers was bovendien verschillend tussen mannen en vrouwen. Mannen handelen met name bij hoge interactiviteit, terwijl vrouwen dat doen bij een lagere niveau van interactiviteit.

Hieruit blijkt dat de effectiviteit van het ontwerp van de pensioenplanner ten aanzien van interactiviteit niet kan worden gegeneraliseerd. Het hangt af van de sociale en economische omstandigheden (hier: het geslacht van de deelnemer).

## Conclusie

De mogelijkheid tot interactiviteit binnen een omgeving waarin pensioendeelnemers beslissingen moeten/kunnen nemen over hun pensioen leidt tot meer aandacht en actief gedrag bij de deelnemers. Mannen en vrouwen verschillen hierin echter. Dat vraagt om een toegespitste benadering van mannen en vrouwen en mogelijk zijn nog andere factoren van invloed.

### 1. DOEL VAN HET ONDERZOEK

Dit onderzoek probeert duidelijkheid te scheppen in de vraag of de onderzochte relaties in een pensioensetting anders verlopen dan in een 'high involvement' setting, zoals online winkelen.

### 2. OPMERKELIJK

Mannen en vrouwen reageren verschillend. Het is tevens belangrijk om andere karakteristieken van consumenten te ontdekken die leiden tot een andere reactie op communicatie(middelen).

### 3. NUT

Dit is het eerste onderzoek dat de effectiviteit test van interactiviteit op pensioengedrag. Interactiviteit is een veelbelovende optie in het stimuleren van de betrokkenheid en het beïnvloeden van gedrag bij pensioendeelnemers.

### 4. BELANGRIJKSTE BEVINDING

Meer interactiviteit bij pensioenkeuzes leidt tot meer aandacht en actief gedrag bij de deelnemers.





# Pensioenbeleggingskeuzes hangen af van de manier van informeren

**Artikel:** Van Putten, M., Van Dijk, E., Turlings, M., & Potters van Loon, R. (2018). Framing in pensioenkeuzes. Het effect van framing in de keuze voor beleggingsprofiel in DC-plannen naar aanleiding van de Wet verbeterde premieregeling. *Netspar Industry Series, Design Paper 112.*

## Het artikel in het kort

In twee veldstudies is onderzoek gedaan naar het effect van drie manieren van communiceren (zogenaamde 'frames') op 'pensioenactie' bij pensioendeelnemers: (1) de mededeling dat doorbeleggen kan leiden tot hogere winsten en dus een groter pensioen (winstframe), (2) de mededeling dat doorbeleggen ertoe kan leiden dat toekomstige verliezen worden voorkomen (verliesframe) en (3) een vergelijking met het gedrag van andere pensioendeelnemers (sociale vergelijkingsframe).

Mensen die het verliesframe te zien kregen, klikten eerder door naar hun profiel op de website van de pensioenuitvoeringsinstantie (ze 'verdiepten' zich dus meer) en pasten hun profiel vaker aan dan mensen die de andere frames te zien kregen. De gemaakte pensioenkeuzes waren echter niet meer of minder risicovol.

## Achtergrond

De directe aanleiding van het onderzoek is het van kracht worden van de Wet verbeterde premieregeling. Die wet maakt het voor pensioendeelnemers mogelijk om na de pensioendatum door te beleggen, in plaats van op dat moment een levenslange maandelijkse uitkering vast te leggen.



Dat kan zeer ingrijpende gevolgen hebben. Het benutten van de wettelijke mogelijkheden biedt een kans verliezen te voorkomen. Het nemen van enig risico kan daarbij verstandig zijn.

Meer specifieke redenen voor de wet waren dat: (1) deelnemers dan in staat zijn om te kiezen tussen een vaste en variabele uitkering, (2) doorbeleggen met (een deel van) het opgebouwde pensioenkapitaal tot een hoger pensioen kan leiden en (3) het pensioen minder afhankelijk wordt van de marktrente op pensioendatum, hetgeen heel belangrijk is gezien de extreem lage rente van de laatste jaren.

**‘Met name de groep die het verliesframe onderging, vulde het profiel in.’**

Aangezien mensen, zeker op het gebied van pensioenen, geneigd zijn weinig actie te ondernemen, is het belangrijk om na te gaan op welke manier ze in actie komen om de nieuwe wettelijke mogelijkheden te onderzoeken en eventueel te benutten. De boodschappen vanuit de pensioenuitkeringsinstantie richting de pensioendeelnemer kunnen op verschillende wijzen worden ingekleed (zogenaamde ‘framing’). Een winstframe benadrukt het feit dat er winst kan worden behaald door actief te handelen. Een verliesframe benadrukt het feit dat het achterwege laten van handelen kan leiden tot een verlies. De meeste studies tonen aan dat een verliesframe leidt tot een bereidheid tot meer risicovol gedrag, terwijl een winstframe mensen risicomijdend kan maken. Een derde type frame is ‘sociale vergelijking’, waarbij mensen wordt getoond hoe andere mensen omgaan met bepaalde situaties.



### Het onderzoek

De twee onderzoeksvragen zijn: welke perspectieven leiden tot meer verdieping in variabele uitkeringen na pensioendatum en welke perspectieven leiden tot aanpassing van het profiel van de pensioendeelnemer?

Het onderzoek omvatte twee steekproeven. Het eerste onderzoek werd in 2017 verricht bij bijna 95.000 deelnemers van een grote pensioenuitvoerder. De respons was 2,2 procent. Het tweede onderzoek werd ook in 2017 verricht bij bijna 70.000 deelnemers van een (andere) grote pensioenuitvoerder. De respons was 11,3 procent. De uitnodiging voor het onderzoek werd gedeeltelijk per post verstuurd en gedeeltelijk via email.

In beide onderzoeken werd de invloed van het winstframe, het verliesframe en het vergelijkingsframe onderzocht. Het winstframe bestond uit de mededeling dat doorbeleggen kan leiden tot hogere winsten en dus een groter pensioen. Het verliesframe bestond uit de mededeling dat doorbeleggen ertoe kan leiden dat toekomstige verliezen worden voorkomen. Het vergelijkingsframe (de vergelijking met het gedrag van andere pensioendeelnemers) betrof in het eerste onderzoek een verlies ten opzichte van andere deelnemers ('vergeleken met anderen bouwt u mogelijk minder pensioen op') en in het tweede onderzoek betrof het een zogenaamde 'sociale norm' ('kies net als 11.000 andere deelnemers'). Er was ook een groep die een neutrale variant ontving (de controlegroep), waarbij enkel werd gezegd dat de pensioenbeleggingen konden worden gewijzigd. Er waren in totaal dus vier varianten.

De deelnemers werden uitgenodigd om hun risicoprofiel te bepalen aan de hand van een aantal meerkeuzevragen, onder andere over risicovoorkeuren. De deelnemers konden kiezen voor het uiteindelijke risicoprofiel of een ander profiel kiezen (de categorieën waren: laag risico, gemiddeld risico, hoog risico en hoogste risico). Ze konden er ook voor kiezen niet door te klikken naar het profiel.

## De resultaten

In het eerste onderzoek vulde met name de groep die het verliesframe onderging het profiel in. Het verliesframe is het enige perspectief dat hier significant afwijkt van de groep die neutrale informatie heeft ontvangen. De winstvariant en de sociale vergelijkings-variant leiden uiteindelijk tot meer riskante profielkeuzes dan de neutrale variant. Er is geen verschil tussen het verliesframe en het neutrale frame op de profielkeuze. Uit het aanvullende tweede onderzoek blijkt hetzelfde beeld.

## Conclusie

Het gebruik van frames heeft invloed op de manier waarop pensioendeelnemers beslissingen nemen. Dit is het eerste onderzoek naar de effecten van framing op: (a) het doorklikken naar een website met meer informatie, (b) het onderzoeken of de eerdere pensioenkeuze nog steeds past bij de voorkeur en (c) het indien nodig aanpassen van de situatie naar aanleiding van de informatie. Vooral de laatste component (het daadwerkelijke gedrag) is een belangrijke bijdrage aan eerder onderzoek.

### 1. DOEL VAN HET ONDERZOEK

Het bestuderen hoe de manier van formuleren van doelen invloed heeft op het bekijken van bestaande pensioenregelingen en op het nemen van beslissingen met betrekking tot die pensioenregelingen.

### 2. OPMERKELIJK

Evenals in eerder pensioenonderzoek lijkt een sociale vergelijkingsframe geen invloed te hebben op gedrag.

### 3. NUT

De beoogde werking van de Wet verbeterde premieregeling kan worden vergroot door gebruik te maken van 'framing': de manier van het brengen van de informatie richting de pensioendeelnemer. De framing kan een behoorlijke impact hebben.

### 4. BELANGRIJKSTE BEVINDING

Mensen die het verliesframe te zien kregen, verdiepten zich meer en pasten hun profiel vaker aan dan mensen die de andere frames te zien kregen. De gemaakte pensioenkeuzes waren echter niet meer of minder risicovol.

# Effectieve spaarprikkels hoeven niet ingewikkeld te zijn

**Artikel:** Choi, J. J., Haisley, E., Kurkoski, J., & Massey, C. (2017). [Small cues change savings choices](#). *Journal of Economic Behavior & Organization*, 142, 378–395.

## Het artikel in het kort

Beknopte toevoegingen van een à twee zinnen aan e-mails aan pensioendeelnemers, hebben een wezenlijke invloed op de beslissingen van deelnemers over hun pensioeninleg. Zelfs als die zinnen amper additionele informatie bevatten.

In een experiment waarin pensioendeelnemers beslissingen namen over hun pensioen, werden drie van dit soort prikkels onderzocht: (1) verankering, (2) spaardrempels en (3) spaardoelen (uitleg volgt hierna). Uit het experiment blijkt dat prikkels die veel sparen benadrukten, leidden tot een verhoging van de pensioeninleg tot wel 2,9 procent van het inkomen. Prikkels die weinig sparen benadrukten daarentegen, leidden tot een daling van de pensioeninleg tot 1,4 procent van het inkomen. De effecten van deze prikkels blijven aanhouden tussen twee maanden en een jaar na het ontvangen van de e-mails.

## Achtergrond

Het passief zijn van pensioendeelnemers op het gebied van pensioensparen is een belangrijk aandachtspunt voor overheid, pensioenfondsen en werkgevers. Het inactief zijn, kan namelijk belangrijke negatieve gevolgen hebben voor het inkomen bij pensionering.





Het uitdelen van prikkels in de communicatie (met betrekking tot sparen) richting de pensioendeelnemers kan hier een positieve invloed op hebben. Drie groepen prikkels komen in dit onderzoek aan de orde:

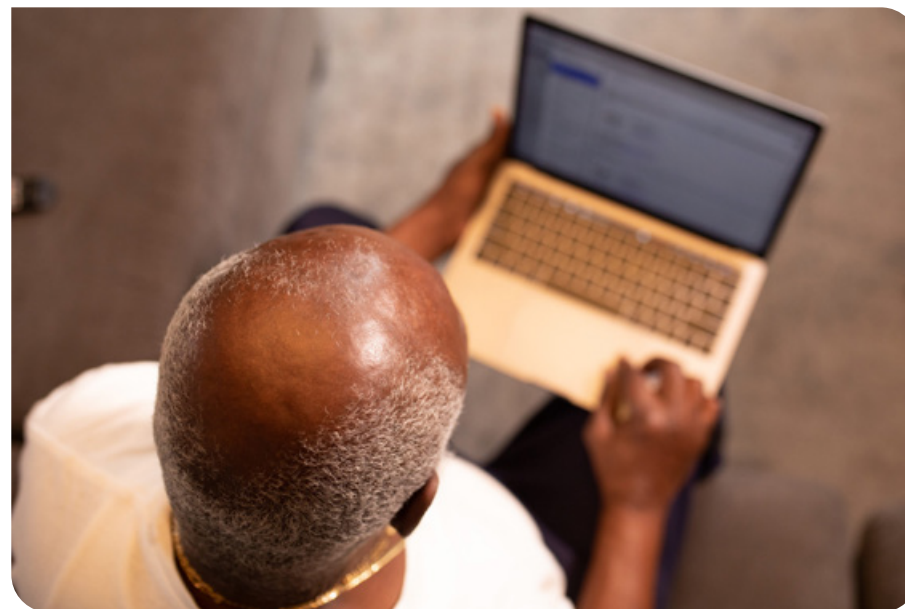
1. **Verankering.** Dit is het fenomeen dat iemand een beslissing baseert op een arbitrair aangereikt cijfer (in het onderzoek een percentage van het inkomen waarmee het pensioenspaarbedrag zou kunnen worden verhoogd), waarbij wordt gezegd dat het slechts gaat om een voorbeeldpercentage. Het idee is dat mensen zich toch richten op het voorbeeldpercentage bij het maken van hun keuze. Het meeste onderzoek op dit gebied heeft tot dusver in een laboratoriumomgeving plaatsgevonden en niet in de echte praktijk. Daar brengt deze studie verandering in;
2. **Spaardrempels.** Pensioenregelingen/plannen bevatten grenzen die het maximaal benutten van de 'matching' door de werkgever aangeven. Eerder onderzoek heeft aangetoond dat pensioendeelnemers deze grenzen als vuistregel beschouwen bij het bepalen van hun pensioeninleg. Het idee is dat het meer duidelijk maken van deze grenzen een invloed heeft op het spaargedrag, en dat weergeven van een hogere grens een groter effect heeft dan het weergeven van een lagere grens. De gedachte is ook dat het werken met prikkels in de vorm van spaardrempels wellicht beter werkt dan het weergeven van arbitraire ankers zonder context;
3. **Spaardoelen.** Onderzoek heeft aangetoond dat het prikkelen aan de hand van concrete en lastig te bereiken spaardoelen beter werkt dan het geven van algemene 'doe je best'-doelen of minder ambitieuze doelen. Deze set prikkels vormt daarom ook onderdeel van het onderzoek: werken spaardoelen beter dan ankers en drempels?

### Het onderzoek

Het onderzoek vond in 2009 en 2010 plaats aan de hand van e-mails die werden gericht aan enkele duizenden werknemers van een groot

technologiebedrijf. Een deel van de e-mails bevatte alleen de essentiële informatie over de te maken pensioenkeuzes (de 'controlegroep'): een overzicht van het opgebouwde pensioen, de 'matching' status vanuit de werkgever en de mogelijkheid om de pensioenbijdrage aan te passen.

'Verankeringsprikkels hebben pas na enkele maanden effect, maar houden wel het langst aan.'



De overige mails bevatten daarnaast een extra prikkel in de vorm van een of enkele zinnen tekst, verdeeld over drie groepen. De drie groepen prikkels hadden betrekking op verankering, spaardrempels en spaardoelen.

Voor verankering werden vier bijdragepercentages (ten opzichte van het inkomen) getest: 1 procent, 3 procent, 10 procent en 20 procent. Voor de drempels werden drie cijfers getest: 60 procent van het inkomen, 3000 dollar en 16.500 dollar. Voor de spaardoelen werden getest: 7.000 dollar en 11.000 dollar.

## De resultaten

Prikkels die veel sparen benadrukten leidden tot een verhoging van de pensioeninleg tot wel 2,9 procent van het inkomen, ten opzichte van de controlegroep die geen prikkels te zien kreeg. Prikkels die weinig sparen benadrukten daarentegen, leidden tot een daling van de pensioeninleg tot wel 1,4 procent van het inkomen.

De effecten van de verankeringsprikkels treden pas na enkele maanden op, maar houden wel het langst aan van de drie groepen prikkels (tot wel een jaar). De hoger ankers hebben geen groter effect dan de middelhoge ankers.

De drempel- en doelprikkels hebben effect op de kortere termijn, maar ebben weg tussen de 2 en de 7 maanden na de ontvangst van de email. Bovendien zijn deze prikkels vooral effectief wanneer de getoonde pensioenbedragen/cijfers verder verwijderd zijn van de status quo van de pensioendeelnemer (als de pensioenleeftijd nog ver weg is).

## Conclusie

Het toevoegen van enkele zinnen aan de communicatie richting pensioendeelnemers beïnvloeden hun gedrag op te voorspellen wijze. Vooral verankering heeft een effect op de langere termijn.

### 1. DOEL VAN HET ONDERZOEK

Het doel van het onderzoek is het bestuderen van alternatieve, en vooral eenvoudige mogelijkheden om 'pensioengedrag' effectief te beïnvloeden.

### 2. OPMERKELIJK


De effecten van het toevoegen van eenvoudige prikkels zijn groter dan andere manieren om pensioenbijdragen te stimuleren, bijvoorbeeld educatie.

### 3. NUT

Het toevoegen van vrij eenvoudige zinnen aan berichten aan pensioendeelnemers is een eenvoudig en goedkoop alternatief voor andere manieren om het pensioensparen te beïnvloeden (bijvoorbeeld het aanpassen van 'default' opties of het verkleinen van keuzemenu).

### 4. BELANGRIJKSTE BEVINDING

Het toevoegen van vrij eenvoudige zinnen aan berichten aan pensioendeelnemers kan effectief zijn in het beïnvloeden van het pensioenspaargedrag.



# De invloed van persoonskenmerken op pensioenbeslissingen hangt af van het pensioenregime

**Artikel:** Goda, G. S., Levy, M., Manchester, C. F., Sojourner, A., & Tasoff, J. (2019). [Who is a Passive Saver Under Opt-In and Auto-Enrollment?](#) (No. w26078; p. w26078). *National Bureau of Economic Research*.

## Het artikel in het kort

Deze studie koppelt individuele karakteristieken aan (additionele) pensioenspaarbeslissingen binnen twee pensioenregimes: 'auto-enrollment' (men komt automatisch in de regeling terecht) en 'opt-in' (men moet er actief voor kiezen). De karakteristieken die worden bestudeerd zijn de 'present bias' (neiging om vooral in het heden te denken: huidige kosten en baten worden overgewaardeerd ten opzichte van toekomstige kosten en baten), financiële geletterdheid (hoe goed is men ingevoerd in financiële planning), en de exponentiële groei bias (neiging om te onderschatten hoe vermogen op langere termijn aangroeit).

De resultaten laten zien dat de invloed van de individuele karakteristieken afhangt van het pensioenregime. Onder de 'opt-in' regeling heeft financiële geletterdheid een invloed op het actief nemen van spaarbeslissingen, op de totale pensioenbijdrage en op het maximaal benutten van de fiscale mogelijkheden.



Onder de 'auto-enrollment' regeling is de neiging om vooral in het heden te denken de belangrijkste factor in het voorspellen van het pensioenspaargedrag (hoe groter de present bias hoe groter de kans dat men bij de default optie blijft). Daarnaast suggereren de bevindingen dat de 'auto-enrollment' het sparen vooral verhoogt voor deelnemers met een lage financiële geletterdheid.

### Achtergrond

De 'default-optie' bij pensioenregelingen is de deelnamesituatie waarin een pensioendeelnemer terecht komt als geen actieve keuze wordt gemaakt. Onderzoek laat zien dat de default een grote invloed heeft op het uiteindelijke spaargedrag (en dus ook op het gespaarde bedrag). Er is echter weinig bekend over waarom defaults werken en welke pensioendeelnemers het meest door defaults worden geraakt.



Een basale vraag daarbij is of het wel of niet volgen van een default vooral afhangt van een stabiele persoonlijkheidskarakteristiek of dat de keuze vooral afhangt van de keuzeomgeving (de omstandigheden, bijvoorbeeld de manier waarop informatie wordt aangeboden). Er komt steeds meer bewijs voor het feit dat de keuzeomgeving invloed heeft op pensioengedrag.

**'De present bias heeft sterke invloed op het wel of niet volgen van de default voor het auto-enrollment regime, maar niet voor het opt-in regime.'**

### Het onderzoek

In het onderzoek wordt bekeken of de default contribution rate (de procentuele bijdrage ten opzichte van het salaris: 0 procent in het opt-in regime en 3 procent in het auto-enrollment regime), de present bias, de exponentiële groei bias en financiële geletterdheid een invloed hebben op verschillende spaargedragingen: (1) het volgen van de default contribution rate, (2) de hoogte van de jaarlijkse bijdrage (absoluut en relatief ten opzichte van het inkomen), (3) het al dan niet doen van een bijdrage, (4) het maximaal benutten van de werkgeversbijdrage en (5) het maximaal benutten van de fiscale ruimte.

Present bias is gemeten door op enkele manieren de vraag te stellen of men liever 100 dollar in een eerder stadium heeft dan X dollar in een later stadium. De exponentiële groei bias is gemeten aan de hand van enkele vragen over welke waarde een gegeven investering heeft op een bepaald moment.

Financiële geletterdheid is gemeten aan de hand van een bestaande meetschaal die meet in hoeverre mensen iets weten over onder andere inflatie, samengestelde interest en hypotheekbetalingen. Het onderzoek vond plaats in 2017 en gaat over daadwerkelijke beslissingen die pensioen-deelnemers hebben genomen met betrekking tot hun aanvullend pensioen. De gegevens met betrekking tot de persoonskenmerken zijn verzameld door middel van een vragenlijst. Aan het onderzoek werkten ongeveer 1500 mensen mee.

### De resultaten

Uit de resultaten blijkt dat de invloed van de karakteristieken die op individueel niveau zijn gemeten sterk verschilt tussen de twee default regimes. De present bias bepaalt voor een belangrijk deel het volgen van de default voor het auto-enrollment regime: hoe groter de present bias hoe groter de kans dat men bij de default optie blijft. De present bias heeft echter geen invloed op het volgen van de default in het opt-in regime. Bij het opt-in regime heeft financiële geletterdheid een positieve relatie met de jaarlijkse contributie (absoluut en relatief) en het kiezen voor een positieve bijdrage in het regime. In het auto-enrollment regime lijkt toenemende contributie vooral plaats te vinden voor de groep deelnemers die weinig financieel geletterd zijn. Deelnemers zijn ook meer geneigd om bij de default te blijven 'hangen' als het contributiepercentage van die default dichterbij het optimale contributiepercentage ligt.

### Conclusie

De relevantie van bekende voorspellers van spaargedrag, zoals de present-bias en financiële geletterdheid, hangt af van kenmerken uit de keuzeomgeving. De bevindingen suggereren dat de default-bijdrage die wordt bepaald

door het pensioenregime een belangrijke factor is in het begrijpen van de relatie tussen de voorspellers en het spaargedrag. Hoe dichterbij de default-bijdrage zich bevindt bij het optimale spaargedrag in de regeling, hoe minder waarschijnlijk het is dat werknemers actie zullen ondernemen.

#### 1. DOEL VAN HET ONDERZOEK

Het doel van het onderzoek is om te bekijken of de invloed van de individuele karakteristieken op pensioenbeslissingen afhangt van het pensioenregime.

#### 2. OPMERKELIJK

Er komt steeds meer bewijs voor het feit dat de keuzeomgeving een invloed heeft op pensioengedrag.

#### 3. NUT

De mate van vasthouden aan de default door pensioendeelnemers verschilt per onderliggende default. Hier moet rekening mee worden gehouden. Het verlagen van de present bias en het verbeteren van de financiële geletterdheid kunnen daarbij een belangrijke rol spelen.

#### 4. BELANGRIJKSTE BEVINDING

De keuze-architectuur moet worden afgestemd op de persoonskenmerken.



# Leren door adviseren

**Artikel:** Eskreis-Winkler, L., Milkman, K. L., Gromet, D. M., & Duckworth, A. L. (2019). [A large-scale field experiment shows giving advice improves academic outcomes for the advisor.](#) *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(30), 14808–14810.

## Het artikel in het kort

Dit artikel is een vreemde eend in de pensioenartikelenbijt. Maar *out-of-the-box-denken* is belangrijk, ook in de pensioensector. Het is algemeen aanvaard dat iemand die moeite heeft met het maken van keuzes en het bereiken van doelen baat heeft bij het krijgen van advies. Maar zou dat fenomeen ook andersom werken? Presteert iemand die zelf advies geeft over een bepaald onderwerp, al is het maar een zeer korte sessie, zelf ook beter? Die interessante invalshoek vormt het onderwerp van dit onderzoek. De studie is verricht in een onderwijsomgeving. Studenten brachten advies uit aan andere studenten, met als doel ze te motiveren voor bepaalde vakken. De rapportcijfers van de adviseurs werden daarna vergeleken met de cijfers voorafgaand aan het geven van het advies. De resultaten tonen aan dat het geven van advies over bepaalde vakken leidt tot een verbetering van de cijfers voor die vakken.

## Achtergrond

Mensen blijven vaak achter in het behalen van doelen, die worden gesteld door overheid, organisaties en individuen zelf. Dat ondermijnt in potentie resultaten van beleid en verhoogt maatschappelijke kosten. Standaardoplossingen vanuit de theorie voor deze problemen zijn het geven of verhogen van beloningen voor het behalen van de doelen of het verstrekken van meer informatie/instructie omtrent het behalen van de doelen. In een onderwijscontext bestaan die oplossingen bijvoorbeeld uit het betalen van studenten voor betere prestaties en het geven van studiebegeleiding.



Beide aanpakken voorzien dus in een gebrek bij de ontvanger. Een nadeel van deze aanpak is dat deze vaak niet werkt en bovendien duur is. Ook kunnen afnemers het idee krijgen dat ze niet zelfredzaam zijn.

Onderzoek uit de sociale psychologie suggereert dat het geven van advies (ook) nuttig is voor de adviseur zelf, en wel om verschillende redenen: (1) adviseurs gaan zelf ook meer geloven in wat ze propageren, (2) het geven van adviezen leidt ertoe dat adviseurs zelf ook plannen maken om de adviezen in hun eigen leven toe te passen en (3) het geven van advies vergroot het zelfvertrouwen.

Het verbeteren van de schoolprestaties is een wezenlijke investering, zeker ook voor de overheid. De prestaties op de middelbare school zijn goede voorspellers voor toekomstig inkomen, werkgelegenheid en gezondheid.

### Het onderzoek

De steekproef bestond uit 1982 leerlingen van 7 middelbare scholen in de Verenigde Staten. De studenten werden zodanig verdeeld in het onderzoek dat oudere studenten advies gaven aan jongere studenten of aan studenten in een controleconditie (verdeling ongeveer 50/50).

**‘Advies geven verhoogt de cijfers van de adviserende studenten.’**

De verwachting was dat het geven van het advies de prestaties zou verbeteren in twee geselecteerde vakken. Een van de vakken was een vak waarin de adviserende student zelf beter wilde worden (en waarvoor deze dus extra gemotiveerd was). Het tweede vak was wiskunde (dat door de meeste studenten als stressvol/lastig wordt ervaren) en was voor iedere



deelnemer aan het onderzoek gelijk. Voor wiskunde was de verwachting dat een prestatieverbetering zou optreden, omdat het geven van advies het zelfvertrouwen vergroot. De afhankelijke variabele was het behaalde cijfer. Cijfers zijn bij uitstek het gevolg van de inspanningen van een student.

Het advies vond plaats in een laboratorium op school, waar de adviesgevende studenten 14 open vragen en multiplechoicevragen beantwoorden voor de twee vakken. Die vragen hadden betrekking op het adviseren over optimale studielocaties en studiestrategieën. Het beantwoorden van de vragen kostte gemiddeld 8 minuten. De adviesgevende studenten schreven tevens een motivatiebrief voor studenten die beter willen presteren op school. Daarna volgde een set demografische vragen en een taak (dat was tevens het enige dat de studenten uit de controlegroep invulden).

## De resultaten

De resultaten bevestigen de verwachting: het geven van advies verhoogt de cijfers van de adviserende studenten voor beide vakken, ten opzichte van de studenten in de controlegroep. De bevindingen worden niet beïnvloed door geslacht, etnische bevolkingsgroep, socio-economische status, cijferniveau en eerdere prestaties. Voor wiskunde is het effect zelfs een kwartaal erna nog merkbaar.

## Conclusie en gevolgtrekkingen voor de pensioensector

Adviseren doet leren (althans in een schoolsituatie). Maar goed, hoe is dat van belang voor pensioenen? Het goede nieuws is dat deze aanpak het best lijkt te werken bij iets dat als stressvol en lastig wordt ervaren. En zo wordt pensioen zeker gezien. De hamvraag is natuurlijk of dit fenomeen ook zou werken als pensioendeelnemers elkaar adviseren over hun pensioen, in welke omstandigheden en over welke onderwerpen. En stel dat het inderdaad zo is, dan is de uitdaging om een systeem te bedenken waarin mensen zich gestimuleerd voelen om te gaan adviseren over pensioenen. Wellicht bestaat hiervoor ruimte binnen pensioendiscussieplatforms, waarbij het delen van verantwoordelijkheden op het gebied van kennisdeling een uitgangspunt zou kunnen zijn. Maar misschien moeten we nog meer fundamenteel/basaal denken: laat leerlingen op basisschool en/of middelbare school hier bijvoorbeeld al mee aan de slag gaan.

### 1. DOEL VAN HET ONDERZOEK

In deze studie is onderzocht of studenten die andere studenten adviseren over studievakken zelf ook beter presteren bij die vakken.

### 2. OPMERKELIJK

De auteurs stellen dat het geven van advies de potentie heeft om ook uitkomsten in andere situaties te verbeteren, waarbij het motiveren van anderen de sleutel tot succes is.

### 3. NUT

Het nut van dit artikel voor de pensioensector is nog onontgonnen terrein. Maar het laten adviseren over pensioenen om er als ‘adviesgever’ zelf van te leren vormt interessante stof tot nadenken.

### 4. BELANGRIJKSTE BEVINDING

Het adviseren van anderen kan leiden tot zelfmotivatie. Zoals de filosoof Seneca al zei: ‘mensen leren terwijl ze lesgeven’.



## Over Maastricht University

Wij geloven dat een deelnemersgerichte organisatie de sleutel is tot succes. Onze missie is om evidence-based inzichten te genereren over innovatieve pensioencommunicatie-oplossingen, die deelnemers aanzetten tot actie, in staat stellen de hoogte van hun opgebouwde pensioenen te begrijpen en pensioenplanning te vergemakkelijken. We zijn een groep van acht onderzoekers en combineren de kracht en inzichten uit onderzoek in communicatie, consumentengedrag, gedragseconomie, financiën en pensioen. Wij voeren zowel fundamenteel als toegepast onderzoek uit waarbij we gebruik maken van verschillende methodes, zoals kwalitatieve interviews, lab en veldexperimenten, enquêtes en administratieve gegevens. We delen onze kennis via academische publicaties, maar ook in workshops, rondetafelgesprekken en trainingen.

## Over Wijzer in geldzaken

Wijzer in geldzaken is een initiatief van het ministerie van Financiën, waarin partners uit de financiële sector, de wetenschap, de overheid en onderwijs-, voorlichtings- en consumentenorganisaties hun krachten bundelen om financiële fitheid in Nederland te bevorderen. Dit is nodig, want uit onderzoek blijkt dat veel mensen onvoldoende grip hebben op hun inkomsten en uitgaven en dat veel mensen niet voorbereid zijn op financiële tegenvallers. Het platform richt zich op jong en oud. Wijzer in geldzaken pleit ervoor dat kinderen vanaf een jonge leeftijd leren omgaan met geld. Zowel ouders als scholen spelen hierbij een belangrijke rol. Daarnaast helpt Wijzer in geldzaken volwassenen bij het maken van keuzes, door het bieden van laagdrempelige en betrouwbare informatie, tips en tools. Hare Majesteit Koningin Máxima is erevoorzitter van Wijzer in geldzaken.

Op onze website [www.wijzeringeldzaken.nl](http://www.wijzeringeldzaken.nl) helpen we iedereen met antwoorden op financiële vragen waar je gedurende je leven tegenaan kunt lopen.



### Vorige edities

Financiële veerkracht op de oude dag: deel 1, 2 en 3 vindt u in de online bibliotheek van Wijzer in geldzaken: [www.wijzeringeldzaken.nl/bibliotheek](http://www.wijzeringeldzaken.nl/bibliotheek)

## Colofon

### Teksten

Luc Quadackers, *Margila*

Olaf Simonse en Marieke van Daal, *Wijzer in geldzaken*

Lisa Brüggem en Thomas Post, *Maastricht University*

Dit is een gezamenlijke uitgave van:

### Maastricht University

Tongersestraat 53  
Postbus 616  
6200 MD Maastricht

### Wijzer in geldzaken

Korte Voorhout 7  
Postbus 20201  
2500 EE Den Haag

