

Voorwoord
Door Astrid Joosten

Toen ik Spaanse taal- en letterkunde studeerde aan de Universiteit van Amsterdam, was die faculteit in één gebouw gehuisvest samen met de economische faculteit. Een weinig voor de hand liggende combinatie. Mijn studiegenoten waren voor 97 procent vrouwelijk, de populatie van de toekomstige economen bestond voor 98 procent uit mannen. Is het een wonder dat niet alle hispanisten aan een econoom zijn blijven hangen? Nee, want het mengde totaal niet. In de kantine schoven we zelfs niet samen aan één tafel.

Ik moest hieraan denken toen mijn samenwerking met Henriëtte Prast begon bij mijn tv-programma *Alles draait om geld*. Henriëtte studeerde destijds economie aan de andere kant van de stad. Ze was een van de drie vrouwen tussen tweehonderd economiestudenten. Kan het toeval zijn dat ik haar koos uit de stroming economen die hun vak zien als een gedragswetenschap, waardoor het voor ons allemaal opeens ook een leuk vak is geworden?

De tijd dat economen de mens zagen als een rationeel denkend wezen ligt definitief achter ons. Economie is vooral een gedragswetenschap en daarmee ook complexer dan lang werd aangenomen. Er komt veel psychologie bij kijken. De toekenning van de Nobelprijs voor economie in 2002 aan een psycholoog was een duidelijk signaal dat in de economie de aandacht naar het emotionele aspect verschuift. Geld en geluk beïnvloeden elkaar systematisch,

zoals we bijvoorbeeld konden lezen in een van de vorige boeken van Henriëtte.

Aan de frontlinie van de wetenschap is dit de dominante benadering geworden en Henriëtte was daarin een voorloper. Dat maakt haar niet alleen geschikt voor een functie bij de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, maar ook voor televisie, een niet zo vanzelfsprekende combinatie. Economie uitleggen en aantrekkelijk maken voor gewone mensen is veel moeilijker dan je zou denken. Immers, een deskundige is vaak bezig zijn kennis te etaleren aan zijn vakbroeders, daarbij de geïnteresseerde leek vergetend. Henriëtte kan het wel. Zij legt op televisie en in haar columns met gemak uit waarom mannen en vrouwen verschillend tegen geld aan kijken, waarom we zo jaloers zijn als een ander meer bezit dan wij en waarom we bij dood en scheiding oorlog voeren over bezittingen. Zij heeft voor mij een bètawetenschap tot aantrekkelijke kost gemaakt. Ik verheug me al op het lezen van dit boek.

Inhoud

Inleiding	II
Emoties op de werkvloer	15
Dom blondje zoekt werk	17
(Un)dress for success	19
De meerdimensionale mens	21
Doodknuffelen	23
Noblesse oblige	25
Gelukkig in het werk, gelukkig in de liefde	27
Status en inkomen	29
Prikkels	31
De emotionele consument	33
Tussen de oren	35
Een waardeloze tip	37
Alle waar is naar zijn geld	39
Waarom we goed geld naar kwaad geld gooien	41
Als de wijn is in de man...	43
Man van de rekening	45
Hebberige rijken	47
Ja, ik wil (niet)	49
Afvallen	51
Kiloknaller	53
Psychologie op de beurs	55
Economie en psychologie: liaison dangereuse of mariage de raison	57
Sense and sensibility	59

Het is j�ouw schuld	61
Vrouw belegt beter	63
Het staat in de sterren	65
Mode op de beursvloer	67
Rationeel kortzichtig	69
De aandelenpremie is geen puzzel meer	71
De illusie van invloed	73
Had ik maar...	75
Ego's en erfenissen	77
De economie van huiselijk geluk	79
Diamant niet voor altijd	81
Gulle vrouwen	83
Zakenpartners	85
Mannen verliezen werk �n vrouw	87
Help, het is een meisje	89
Boterbriefje is goud waard	91
Je werk of je leven	93
Angst voor recessie maakt ongelukkig	95
Vrijwilliger in plaats van familielid	97
Liefde voor geld	99
Financieel fatsoen	101
Wij willen ww	103
Geweten en geloof	105
Een rentegeschiedenis	107
Religie en corruptie	109
Handel in organen	111
Pijnlijke kennis	113
Heilige prikkels	115
Economie van de religie	117
Religie en corporate governance	119
Vette en magere jaren	121

De economie van misdaad en straf	123
Marktwerking in de misdaad	125
De economie van misdaad en straf	127
Economisch correct straffen	129
Vertrouwenseffecten	131
Onbewust kreukbaar	133
Verdraagzaamheid	135
Reputatieverlies als straf	137
Niets doen met voorkennis	139
Scheve schaatsen	141
Discriminatie	143
Handdrukken	145
Gevoel en geld	147
Een zonnige tip	149
Vrijdag de dertiende	151
Slapeloosheid beïnvloedt aandelenkoersen	153
De financiële waarde van het weer	155
Daglicht en aandelenkoersen	157
Geen zorgen voor de dag van morgen	159
Dure vakantiepret	161
De economie van het geduld	163
Carpe diem: het mag	165
Verwijten	167
Geldziekten	169
De markt voor magie en hoop	171
In de schoot der goden	173
Van de kaart	175
Oniomanie	177
Zelfbeheersing	179
Verborgten verleiders	181
Geldziekte	183

Jaloezie maakt mannen rijk en vrouwen arm	185
Jaloers op de rijken	187
Overlevingsdrang voedt concurrentie	189
Geven en krijgen	191

Inleiding

De wetenschap besteedde tot voor kort weinig aandacht aan de relatie tussen geld en emoties. Geld was het terrein van economen en die beperkten zich, een enkeling als Keynes daar gelaten, tot het materiële en rationele. Natuurlijk zijn hebberigheid en angst om te verliezen emoties die een hoofdrol spelen in het gedrag waar economen een verklaring voor proberen te geven, maar in de economie noemen we dat anders. Streven naar rendement, afkeer van risico, dat klinkt een stuk zakelijker. Emoties behoorden tot het onderzoeksgebied van psychologen en die dachten niet aan geld, althans niet als ze bezig waren met onderzoek. Freud was daarop een uitzondering, zoals zal blijken.

De gedragseconomie – een samenwerkingsverband tussen economen en psychologen – laat nu zien dat we ons bij de verwerking van informatie onbewust laten leiden door emoties, stereotypen en vooroordelen, zowel over onszelf als over anderen. Daardoor zijn we niet altijd in staat informatie zuiver te beoordelen. We hebben de neiging informatie die ons niet uitkomt te mijden en informatie die onze opinie bevestigt te omarmen. Eerst geloven, dan zien.

Dit fenomeen werpt een nieuw licht op het gedrag van mensen op financiële markten en op de afwegingen die we maken bij onze aankopen. Ook op de arbeidsmarkt kan de onbewuste wens een eigen vooroordeel bevestigd te zien tot irrationele resultaten leiden. Zo wordt een fictief curriculum vitae gunstiger beoordeeld als er de naam van een

man boven staat dan wanneer de werkgever denkt dat het om een vrouw gaat. Dit vormt misschien een van de verklaringen voor de blijvende achterstand van vrouwen als het gaat om loopbaan en salaris.

Maar de relatie tussen emoties en economie is geen eenrichtingsverkeer. Keuzes in ons gevoelsleven worden soms beïnvloed door economische afwegingen. De columns in deze bundel laten zien dat sommige tradities waaraan wij nu een emotionele, romantische betekenis toekennen, bij nader inzien ontstaan zijn uit economische motieven. Zo heeft het gebruik dat de man zijn aanstaande een diamanten ring cadeau doet, een financiële achtergrond: de ring was onderpand, als materiële zekerheid voor het geval dat de man de vrouw, na haar zwanger te hebben gemaakt, in de steek liet. Ons liefkozende woord 'schat' heeft geen romantische, maar een financiële oorsprong: het was ooit de aanduiding van het hek rond het vee dat als bruidsschat werd meegegeven. En de kans op huwelijksgeluk en echtscheiding wordt meer dan we denken beïnvloed door zakelijke afwegingen.

Ten slotte is er de wisselwerking tussen emoties, economie en ethiek. Soms laten we ons bij het innemen van een standpunt geheel door emoties leiden terwijl het geen kwaad zou kunnen meer aandacht te besteden aan economische afwegingen. Vanuit dit gezichtspunt plaats ik vraagtekens bij de gangbare bezwaren tegen de doodstraf. Ook sommige maatschappelijke spelregels hebben een economische grondslag, terwijl we denken dat ze geheel bepaald zijn door emotionele of ethische overwegingen.

De stukken in dit boek geven een beeld van de feiten. Wetenschappelijk onderbouwd, maar luchtig gepresenteerd laten ze zien hoe geld en emoties elkaar over en weer beïnvloeden. Met soms verrassende conclusies. Bijvoor-

beeld dat geluk te koop is, maar wel heel erg duur. En dat wie zich gelukkiger voelt, anders met geld omgaat.

De columns verschenen eerder wekelijks in *Het Financieele Dagblad* onder het kopje 'Geld en Gevoel' en zijn soms bewerkt. Na het verschijnen van een eerdere bundeling bleek dat ze niet alleen aanslaan bij lezers van het *FD*, maar ook bij vele anderen die, econoom of niet, geboeid zijn door de wisselwerking tussen economie en psychologie. Dit boek is voor hen samengesteld.

Emoties op de werkvloer

Dom blondje zoekt werk

Eerst geloven, dan zien. Dat is volgens de sociale psychologie hoe mensen de wereld interpreteren. Onze indrukken zijn niet objectief, maar doordrenkt van stereotypen waarvan we het bestaan niet of nauwelijks beseffen. In sommige gevallen is dit onschuldig, of zelfs weldadig. Denk aan de moeder die haar baby hoe dan ook schattig vindt. Onvoorwaardelijke liefde. Maar uit experimenteel onderzoek in de sociale psychologie blijkt dat deze vertekende waarneming ook een minder vertederend effect kan hebben.

Aan vier vergelijkbare groepen middelbareschoolmeisjes in de Verenigde Staten werd een gefingeerd curriculum vitae van een medicijnenstudent voorgelegd. Twee groepen kregen een identieke successtory, met als enige verschil dat in het cv van de ene groep de verzonnen hoofdpersoon een vrouw (Jane) was, in het andere geval een man (John). Ook de twee andere groepen kregen de loopbaan van respectievelijk Jane en John ter beoordeling voorgelegd, maar nu waren het *failure stories*. De schoolmeisjes moesten hun visie op de loopbaan van de hoofdpersoon geven.

Het wetenschappelijk verantwoorde resultaat: het succes van John werd hoofdzakelijk toegeschreven aan zijn capaciteiten, dat van Jane aan geluk, terwijl de mislukking van John kwam door pech, die van Jane door haar gebrek aan kwaliteit. Een voor de arbeidsmarktpositie van vrouwen verontrustend resultaat.

Want natuurlijk waren de proefpersonen zich niet bewust van hun vertekende interpretatie van de loopbaan-

verhalen, net zomin als werkgevers zich dat zijn bij de beoordeling van sollicitatiebrieven en cv's. Zorgwekkend ook, omdat de oplossing kennelijk niet ligt in een groter aantal vrouwen aan de top: het waren vrouwelijke scholieren die de cv's kregen voorgelegd.

Een vergelijkbaar experiment biedt mogelijk een verklaring voor het kleine aantal vrouwelijke hoogleraren, een verschijnsel dat in Nederland zorgwekkend is. Een wetenschappelijk artikel werd ter beoordeling voorgelegd aan een groep proefpersonen. Bij de ene helft van de groep stond boven het artikel de naam van een vrouwelijke auteur, bij de andere helft die van een man. En natuurlijk: het artikel van de mannelijke auteur werd significant vaker geschikt geacht voor publicatie dan dat van de vrouw.

Deze uitkomsten zijn van belang, niet alleen voor vrouwen en hun loopbaan, maar ook voor alle vragers op de arbeidsmarkt. Want blijkbaar misleiden we onszelf bij de beoordeling van menselijk en vooral vrouwelijk kapitaal, en benutten we de productiefactor arbeid dus inefficiënt.

De genoemde onderzoeken dateren van twee decennia terug en werden verricht in de Verenigde Staten. Maar vermoedelijk zal Nederland het anno nu niet heel anders doen.

Want, om weer terug te keren naar de sociaal-psychologische wetenschap, onze vertekende waarneming heeft een functie: door stereotypen kunnen we de wereld om ons heen beter in kaart te brengen. Anders zouden we in de war raken met de vele informatie die ons bereikt. Kortom, we raken niet vanzelf af van het domme blondje. Laten we haar dan maar met voorrang een baan geven.

(Un)dress for success

Er is goed nieuws voor vrouwen die graag geld uitgeven aan kleding en make-up. Deze schijnbaar frivole uitgaven zijn namelijk te beschouwen als een investering, althans voor werkende vrouwen. Econoom David Hamermesh (naar verluidt klein en lelijk) verrichtte eerder al studies naar het verband tussen uiterlijk en inkomen, met als conclusie dat een aantrekkelijk uiterlijk leidt tot een hoger inkomen en dat dit economisch efficiënt is omdat aantrekkelijkere mensen een grotere productiviteit leveren. En nu heeft hij in een onderzoek aangetoond dat werkende vrouwen meer verdienen naarmate ze een groter deel van hun inkomen uitgeven aan kleding en make-up.

Een mooi uiterlijk zit natuurlijk voornamelijk in de genen, maar iedereen kan zijn best doen om zo goed mogelijk voor de dag te komen. Of, zoals Hamermesh het, bijna poëtisch, zegt: 'Making efforts to ameliorate deficiencies in pulchritude.' En dat blijkt te lonen, net zoals een investering in een opleiding dat doet. Hamermesh komt tot zijn conclusie op grond van onderzoek met een dataset waarin van huishoudens met tweeverdieners was bijgehouden hoeveel er werd uitgegeven aan tabak en alcohol voor de man, respectievelijk kleding en cosmetica voor de vrouw. Verder waren de deelnemers aan het onderzoek door interviewers gerangschikt op een schaal variërend van erg mooi tot lelijk en was van hen de lichaamsmassa-index (gewicht gedeeld door lichaamslengte) bekend. Deze informatie was belangrijk, juist om het effect van kleding en

make-up los van de aangeboren aantrekkelijkheid te kunnen bepalen.

De gunstige invloed van de verfraaiingsuitgaven op het inkomen is overigens beperkt. Van elke euro komt 10 cent terug in de vorm van een hoger inkomen. Maar dat is alleen het arbeidsmarkteffect. Volgens Hamermesh zouden vrouwen ook op de huwelijksmarkt van deze 'investering' kunnen profiteren. Dát effect zou echter wel eens tegen (of mee?) kunnen vallen.

In haar leerzame boek *How to make anyone fall in love with you* betoogt Leil Lowndes dat goed gekleed gaan van groot belang is voor succes op het liefdespad: niet voor de vrouw, maar voor de man. Dat heeft een biologische en culturele achtergrond. Wat de vrouw aanheeft maakt niet uit, de man kleedt haar onmiddellijk met zijn ogen uit. Omgekeerd beoordeelt de vrouw de man wel op grond van wat hij draagt: dat is immers een indicatie van wat hij zich kan veroorloven en hij moet in staat zijn het toekomstige gezin te onderhouden. Leerzame resultaten voor vrouwen en mannen.