

Laat mensen nadenken over hun spaardoel

Artikel: Burke, J., Luoto, J., & Perez-Arce, F. (2018). Soft versus hard commitments: A test on savings behaviors. *Journal of Consumer Affairs*, 53, 733–745.

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/joca.12170>

Het artikel in het kort

In dit artikel werd onderzocht of het werkt om mensen op een “zachte” manier aan hun spaardoelen te committeren. De deelnemers werd gevraagd om aan hun spaardoelen te denken, hoe ze zich zouden voelen als ze deze doelen zouden bereiken, en om een belofte af te leggen om aan deze doelen te werken. Er waren geen “harde” beperkingen aan deze rekening, ze konden hun geld op elk moment van de rekening halen. Het bleek dat bij mensen die gewoonlijk moeite hebben met het behalen van hun spaardoelen (i.e., ongeduldige mensen), een “zachte” commitment hielp om meer te sparen.

Achtergrond

Veel mensen sparen te weinig. Dit kan negatieve consequenties hebben, zoals niet in staat zijn voldoende pensioen op te bouwen, of om te gaan met een financiële tegenvaller.

Eerdere onderzoeken hebben aangetoond dat geduld en zelfcontrole positieve voorspellers zijn van verantwoord financieel gedrag, waaronder sparen. Wanneer mensen weinig geduld en zelfcontrole hebben, kunnen commitment mechanismen een oplossing bieden. Deze mechanismen die toekomstig gedrag beperken, zoals spaarrekeningen waarbij het voor een bepaalde tijd niet mogelijk is om geld op te nemen, blijken effectief te zijn in het verbeteren van spaargedrag. Er zijn echter maar weinig mensen die zich in zo’n sterke mate aan iets willen committeren. “Zachtere” commitment mechanismen kunnen daarom een effectieve manier zijn om meer te sparen voor diegene die geen restricties op hun toekomstige acties willen plaatsen. Psychologen hebben ontdekt dat mensen het prettig vinden als hun woorden en intenties consistent zijn met hun gedrag. Dit geldt vooral als een belofte opgeschreven is, waargenomen is door anderen, en als er een bepaalde inspanning nodig is om deze belofte waar te maken. Daarnaast lijken “zachtere” commitment mechanismen geschikter voor een breder publiek. Met name voor mensen die vatbaar zijn voor korte-termijn verleidingen of meer waarde hechten aan korte-termijn consumptie.

Het onderzoek

Het onderzoek is uitgevoerd bij 450 mensen in de Verenigde Staten die aangaven dat ze onvoldoende spaarden en graag meer zouden willen sparen. De deelnemers werden aan een van de drie onderzoeksgroepen toegewezen, met elk een ander soort spaarrekening.

De deelnemers in alle groepen kregen bij aanvang van het onderzoek een bedrag waarvan ze konden kiezen hoeveel procent ze op de spaarrekening wilden zetten.

De drie types spaarrekening waren:

- (1) De traditionele spaarrekening (zonder opnamebeperkingen).
- (2) De “commitment spaarrekening”; hierbij was het niet mogelijk geld op te nemen tot het einde van het experiment (6 maanden later).
- (3) De “doelspaarrekening”; Aan deze deelnemers werd gevraagd waarom ze graag wilden sparen. Ze moesten in één woord beschrijven hoe het zou voelen om hun spaardoelen te halen. Tenslotte moesten ze de volgende tekst typen: “Ik kan goed sparen. Ik zal mij inzetten om mijn spaardoelen te behalen.”

De resultaten

Bij de “doelspaarrekening” was de inleg bij aanvang het hoogst: 83% van het gekregen bedrag. Bij de “commitment spaarrekening” en de traditionele spaarrekening was de inleg significant lager (75% en 72%). Aan het einde van het onderzoek (6 maanden later) bleek dat mensen met de “commitment spaarrekening” het meeste hadden gespaard, omdat hier geen geld van kon worden opgenomen.

Geduldige mensen sparen over het algemeen meer. En bij geduldige mensen bleek het type spaarrekening niet uit te maken. Voor ongeduldige mensen was dit wel het geval.

Ongeduldige deelnemers in de groep met de “doelspaarrekening” spaarden significant meer dan ongeduldige personen met een traditionele spaarrekening (15 procentpunten) of ongeduldige personen met een “commitment spaarrekening” (13 procentpunten).

Conclusie

Uit dit onderzoek bleek dat simpele technieken kunnen helpen om spaargedrag te bevorderen. Naast restricties aan het bedrag dat kan worden opgenomen, bleek het formuleren van een spaardoel ook effectief. Veel organisaties zijn niet in staat (of niet bereid) om commitment mechanismen te implementeren die beperkingen opleggen aan de toegang van spaargeld, en veel consumenten zijn niet bereid om aan dit soort projecten deel te nemen. De “zachte” technieken die in dit onderzoek zijn getest (zoals het formuleren van een spaardoel), kunnen echter makkelijk geïmplementeerd worden door verschillende organisaties.

1. DOEL VAN HET ONDERZOEK

Bepalen welke type opnamebeperkingen beter werkt bij spaarrekeningen: “harde” of “zachte”.

2. OPMERKELIJK

Vooraf ongeduldige mensen hebben belang bij een doelspaarrekening.

3. NUT

Dit onderzoek laat zien dat er simpele manieren zijn om mensen meer geld te laten sparen, zonder dat je “harde” opnamebeperkingen aan een spaarrekening hoeft te koppelen.

4. BELANGRIJKSTE BEVINDING

Alleen al door mensen na te laten denken over hun spaardoel (en hoe ze zich daarbij voelen) kun je ze meer laten sparen.