

# Hoe vragen de financiële doelen van consumenten kunnen sturen

“Er is een risico dat consumenten onbewust doelen overnemen”

Minou van der Werf, Thomas Post en Lisa Brüggem (Maastricht University)

---

## **Wat is onderzocht in het paper?**

Dit paper beschrijft een verkennend onderzoek, aan de hand van kwalitatieve diepte-interviews en kwantitatief survey-onderzoek, naar de volgende vragen: (1) hebben mensen financiële doelen?; en (2) heeft de manier waarop financiële doelen worden uitgevraagd (of besproken) invloed op het aantal doelen dat mensen noemen (en op de bereidheid om hiernaar toe te werken)?

## **Wat zijn de belangrijkste bevindingen?**

Uit het onderzoek blijkt dat consumenten weliswaar financiële doelen hebben maar dat de manier waarop naar deze doelen wordt gevraagd een grote invloed heeft op de antwoorden. Dit komt doordat consumenten verschillende definities hanteren voor financiële doelen en doordat niet alle doelen even prominent in hun gedachten aanwezig ('top of mind') zijn. Consumenten benoemen meer doelen naarmate een gesprek vordert en ze daarbij voorbeelden krijgen voorgelegd. Hoe minder voorbeelden consumenten krijgen, hoe minder doelen ze rapporteren, terwijl langere lijsten met doelen ook doelen activeren waar ze niet actief aan dachten. Bij de open antwoordcategorieën lijken vooral de doelen te worden getriggerd die consumenten het meest belangrijk vinden. Interessant is dat 'planners' minder beïnvloedbaar zijn door de vraagstelling dan 'niet-planners'.

## **Wat zijn de implicaties?**

- De manier waarop naar financiële doelen wordt gevraagd beïnvloedt sterk welke doelen consumenten rapporteren. Dat kan leiden tot onbedoelde sturing.
- Er is een risico dat consumenten onbewust financiële doelen overnemen die ze eigenlijk niet hebben. Dat kan leiden tot verkeerde financiële keuzes.
- Ontwerpers van financiële advies- en keuzebegeleidingstools moeten zich bewust zijn van de invloed van vraagformuleringen, zoals de lengte van lijsten en de volgorde waarin informatie en beslissingen worden aangeboden.

---

Meer weten? Lees het paper:

**De kracht van de juiste vraag: Financiële doelen en keuzebegeleiding**