

Denkraam

Mensen nemen dagelijks beslissingen, emotionele of rationele beslissingen, met grote of kleine gevolgen, gevolgen die voorspelbaar zijn of niet voorspelbaar. Veel beslissingen nemen we zonder al te veel voorbereiding. We doen of kopen iets omdat ons ooit is verteld dat iets goed, gezond, lekker of bij ons passend is. Zo lopen we in de supermarkt en pakken zonder al te veel na te denken de producten uit het schap of – indien u uw inkopen goed hebt voorbereid – wat op het boodschappenbriefje staat. Bij de keuze die we maken speelt een groot aantal zaken een belangrijke rol: de plaats in het schap, de toegevoegde waarde van het product (veel producten pretenderen bijvoorbeeld gezond te zijn, wat dan vaak weer later door testen wordt gelogenstraft), de kleur van de verpakking, het merk en de prijs. Hebben we eenmaal iets gekocht, dan blijven we dat doorgaans kopen tot er iets – in onze ogen dan – beters op de markt komt. Herhalingsaankopen noemen marketeers dat. Daarbij proberen we zogenaamde cognitieve dissonantie te vermijden met andere woorden: we proberen te vermijden dat we achteraf spijt hebben van onze aankoop. Dat doen we door ons bij met name *shopping goods* (een nieuwe jas) en helemaal bij *speciality goods* (een nieuwe auto) van te voren goed te oriënteren ten einde het risico dat we lopen te minimaliseren en achteraf die informatie tot ons te nemen die er voor zorgt dat onze keuze positief bevestigd wordt. Gekscherend wordt wel gesteld dat iemand die zojuist een koelkast of matras heeft gekocht meer over deze producten leest dan iemand die op het punt staat een dergelijk product te kopen.

Willem Landman



teerde op 7 januari 1950 in de Nederlandse taal, in aflevering 870 van verhaal 38, de Breinbaas. Heer Bommel ontmoet Kwetal en vraagt hoe hij heet, maar Kwetal begrijpt hem verkeerd.



Neem me niet kwalijk!”, mompelde de oude, „er schijnt een fout in mijn denkraam te zijn! Ik volg u niet. Ik heb daar trouwens meer last van, van mijn denkraam bedoel ik.”

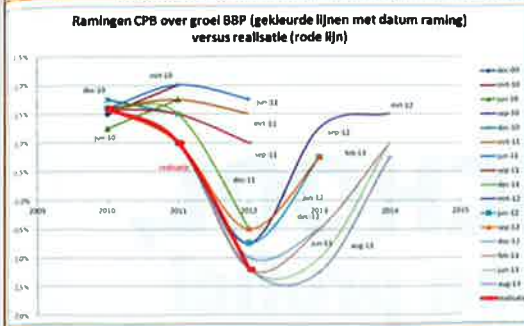
Het denkraam is dus het mentale kader van waaruit wij opereren. De laatste tijd is er vanuit de gedragseconomie, maar

ook vanuit andere takken van wetenschap, veel aandacht voor hoe ons brein werkt. Victor Lamme bijvoorbeeld, hoogleraar aan de Universiteit van Amsterdam bij de faculteit psychologie, doet onderzoek naar het menselijke bewustzijn en constateert op grond van hersenonderzoek dat ons brein (ons denkraam) grotendeels een eigen wil leidt en de baas is ons hoofd. In een zeer leesbaar boek getiteld *‘De Vrije Wil Bestaat Niet’* doet hij verslag van zijn bevindingen. Een nieuwe tak van de economische wetenschap wordt dan ook de neuro-economie genoemd, waarbij men ervan uitgaat dat het merendeel van onze beslissingen niet doelrationeel genomen wordt maar door de autonome werking van ons brein. Ook Nobelprijswinnaar Daniel Kahneman schreef recentelijk over de werking van het menselijke brein een boek, getiteld *‘Thinking Fast and Slow’*, dat de illusie van een rationeel handelende mens naar het rijk der fabelen verwees.

Beïnvloeding

Nu zijn mensen bij het maken van hun keuze uitermate beïnvloedbaar. Ons denken en handelen is stuurbaar. Een aantal voorbeelden. Aan een groep mensen werd gevraagd aan een rad van fortuin te draaien. De uitkomst lag tussen de nul en de honderd. Vervolgens werd hen de vraag gesteld: Hoeveel procent van de VN leden bestaat uit een Afrikaans land? Wat bleek? Hoe hoger het getal dat de respondent bij het Rad van Fortuin had gedraaid, hoe hoger het percentage Afrikaanse landen werd ingeschat. Of aan groep studenten werd de vraag gesteld: Neem de laatste drie getallen van je telefoonnummer en tel daarbij 400 op. Vervolgens stelde men ze de vraag waarvan niet iedereen het antwoord paraat zal hebben namelijk: In welk jaar werd Atilla de Hun verslagen? De uitkomst van de eerste som bepaalde in hoge mate het gekozen jaartal: hoe hoger de uitkomst, hoe later het jaartal.

In de gedragseconomie noemt men dit *‘framing’* en er wordt veelvuldig gebruik van gemaakt. Mensen zijn te sturen



Grafiek 1

door informatie op een bepaalde wijze of volgorde aan te bieden. Sommige kleurcombinaties roepen associaties van zuiverheid bij ons op zoals de kleuren van Nivea (blauw/wit), een kleurstelling die door ook veel andere merken in het segment persoonlijke lichaamsverzorging wordt gebruikt. Bepaalde geuren wekken honger op. Zo is bekend dat een grote winkelketen die voorgebakken brood verkoopt (wat dus niet uit zichzelf de geur van versgebakken brood heeft) gebruik maakt van een zogenaamde geurpaal waarin was wordt verwarmd die de geur van versgebakken brood over de straat verspreidt.

Voorspelling

Een van de beste vragen die ik de laatste tijd door een student kreeg voorgelegd was: als toch langzamerhand bekend is dat ons gedrag zo wispelturig en onvoorspelbaar is, waarom blijven economen dan modellen gebruiken die rationeel gedrag als uitgangspunt hebben? Ik stond even met mijn mond vol tanden en kon eigenlijk alleen maar het klassieke voorbeeld dat Bernstein beschrijft in zijn boek *‘Against the gods’*, over de geschiedenis van het denken over risico, als antwoord geven. Kenneth Arrow, de grondlegger van het huidige riskmanagement, kreeg ooit van het Amerikaanse ministerie van defensie de opdracht de juistheid van voorspellingen van meteorologen, in dienst van het ministerie, op korte, middellange en lange termijn te onderzoeken; voorspellingen die door de generaals gebruikt zouden worden om aanvalsplannen in onder andere Zuid Oost Azië voor te bereiden. Wat bleek? Hun voorspellingen waren continu fout en hij confronteerde de weerkundigen met de uitkomsten van zijn onderzoek. Zij beaamden zonder meer de door hem geconstateerde tekortkomingen. Op de vraag van Arrow waarom ze dan toch door gingen met het maken van dergelijke voorspellingen antwoordden zij: *‘The generals need them in order to make the plans’*.

Ook economen zitten in een bepaald *‘denkraam’* van waaruit ze maar moeilijk zijn te verplaatsen. Zo maakt de regering gebruik van de voorspellingen van het Centraal Plan Bureau om een plan te maken voor de Nederlandse economie op korte, middellange en lange termijn. Eigenlijk is de naam van het CPB niet correct: zij maken geen plan maar een voorspelling op grond waarvan de regering een plan maakt, maar dit terzijde. Hoe goed zijn hun voorspellingen of zijn ze vergelijkbaar met die van de Amerikaanse meteorologen? Uit recent onderzoek komt naar voren dat van de 23 voorspellingen door het CPB ze er 23 keer naast zaten (zie grafiek 1).

De foute voorspellingen van het CPB waren allen te positief. Sinds 2011 is het BBP altijd minder gegroeid dan de rekenwonders voorspelden. Dat roept twee vragen op: waarom past het CPB haar rekenmodel niet aan en waarom maakt het kabinet nog beleid op basis van deze cijfers? In een interview met de *‘The Post On Line’* stelt CPB persvoorlichter Edwin van der Haar dat deze uitkomst hem niet verbaast, enerzijds omdat de crisis langer duurt dan verwacht en anderzijds omdat voorspellen sowieso een afgeleide van de werkelijkheid blijft. Het denkraam waarbinnen de CPB'ers werken is niet zo maar aan te passen. Waarom de overheid gebruik maakt van de voorspellingen van de CPB'ers? Ik denk hetzelfde als bij de Amerikaanse generaals: je moet toch wat en wij zijn met z'n allen te grillig in ons gedrag om een voorspelling op los te laten. Zoals Mark Twain al schreef: *‘Voorspellen is moeilijk, zeker wanneer het de toekomst betreft.’*

Willem Landman is docent Behavioral Finance /Beleggingsadvies aan de HvA, promovendus aan Nijenrode op het onderwerp ‘Risicoperceptie van beleggers’ en onderzoeker bij het CAREM Lectoraat ‘Corporate Governance and Leadership’ (Center for Applied Research on Economy and Management). j.w.landman@hva.nl

Ps het percentage Afrikaanse leden is 30% en Atilla werd in 451 na Chr. verslagen.

Ingezonden

Geachte redactie

In tegenstelling tot wat de heren Bos en Kurz melden op blz. 31 van uw/ons tijdschrift van juli 2013, moet de tweedegraadvergelijking wel gekend worden.

Syllabus centraal examen 2014 blz 9:
A2. Rekenkundig en/of grafisch onderbouwen het bepalen van een eerstegraadsvergelijking als afgeleide van een tweedegraadsvergelijking: alleen bij domein D

Met vriendelijke groet
Frans Etman
Docent economie Walburg College Zwijndrecht

Naschrift van de redactie

De heer Etman heeft gelijk, althans wat het vwo betreft. Het is overigens begrijpelijk dat hier misverstand over bestaat. In *The Wealth of Education* van de commissie-Teulings II uit 2005 wordt nadrukkelijk over uitsluitend eerstegraads vergelijkingen gesproken. Dat is ook nog het geval in de expliciteringssyllabus van de commissie-Hinloopen uit 2006.

In een later stadium heeft het College voor Examen besloten de wiskunde voor het vwo toch wat zwaarder aan te zetten. Deze ingreep heeft uitsluitend betrekking op het domein ‘Markten’. Tot de stof van het centraal examen behoort nu ook de bepaling van MO- en MK-vergelijking als eerste afgeleide van een tweedegraads TO-, resp. TK-vergelijking.

Het lijkt verstandig, met name bij het monopolie, ook de bepaling van de prijs die maximale winst met zich meebrengt, algebraïsch af te leiden.

Zie ook de Syllabus economie vwo 2014, te vinden op de website van het College voor Examen.