

HET SPROOKJE OVER GRATIS GELD

Tikken, klikken, kopen… en later schrikken

Even je telefoon tegen het pinapparaat houden, een gratis proefmaand starten of iets bestellen via een achteraf betaaldienst: makkelijker kan het bijna niet. Maar dat gemak heeft een keerzijde. Jongeren raken snel het overzicht kwijt en geven ongemerkt meer uit dan ze kunnen missen. Want als je geen contant geld ziet verdwijnen, of niet op je bankrekening kijkt, voelt het al gauw alsof het niets kost. Maar één ding is zeker: gratis geld bestaat niet.

Jenna Barrett



Ik shop, de achteraf betaaldienst betaalt.' 'Zolang ik niet in m'n bankapp kijk, is het geld er nog.' Jongeren zeggen het gekscherend, maar het vat de tijd perfect samen. In een paar klikken bestel je online een hoodie, neem je een gratis proefperiode op een streamingdienst of koop je een game-upgrade die je eigenlijk niet nodig hebt. Geen portemonnee, geen briefjes, geen muntjes, en dus ook geen directe betaalpijn. Zo verdwijnt langzaam het gevoel dat je écht geld uitgeeft en lijkt de aankoop bijna gratis.

'Op het moment zelf wint het gevoel het van het verstand'

Totdat de realiteit toeslaat: de 'gratis' hoodie blijkt duurder door extra kosten, de proefperiode verandert in een betaald abonnement, en de game-upgrade die was gekocht met creditcard? Die wordt een maand later alsnog afgeschreven. Welkom in het sprookje van '*Gratis geld*', waar gemak koning is, maar de rekening altijd volgt.

JONGEREN EXTRA GEVOELIG VOOR VERLEIDINGEN

"Jongeren zijn opvallend gevoelig voor al die ogenschijnlijk voordelige aanbiedingen", zegt gedragsonderzoeker Jenna Barrett. Zij onderzoekt financieel gedrag van consumenten en richt zich hierbij ook op jongeren. "Dat heeft alles te maken met hoe hun brein werkt. Zo zijn jongeren extra vatbaar voor directe beloningen: een aankoop geeft meteen een goed gevoel. Het idee van 'dat regel ik later wel' overheerst. Alleen later komt altijd sneller dan je denkt."

Die gevoeligheid hangt samen met de ontwikkeling van de hersenen. De prefrontale cortex, het gebied dat helpt plannen te maken, impulsen te remmen en gevolgen in te schatten, is tot je 25e volop in ontwikkeling. Jenna: "Jongeren weten vaak best dat een impulsaankoop niet slim is, of dat achteraf betalen risico's heeft, maar op het moment zelf wint het gevoel het van het verstand."

Ook sociale druk speelt een belangrijke rol. "Uit onderzoek weten we dat jongeren sterk gericht zijn op sociale relaties. Ze willen erbij horen en nemen makkelijker risico's om sociaal goed voor de dag te komen", legt Jenna uit. Social media versterkt dat effect. "Bijna alles wat jongeren daarop zien, draait om consumptie. Slimme algoritmes tonen precies wat leeftijdgenoten en influencers kopen of dragen. Het gevolg? Een voortdurende drang om mee te doen."

Ronit van der Schaaf



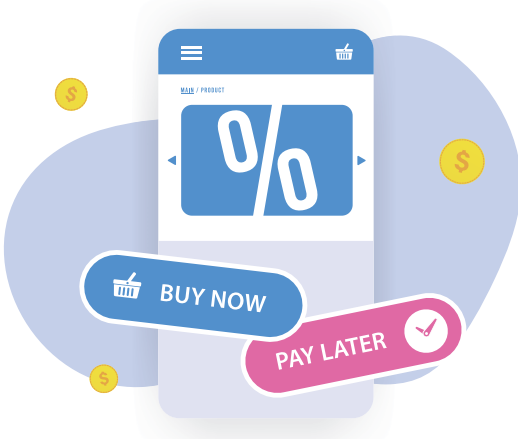
GEMAK VERSUS IMPULSBEHEERSING

Met digitale betaalmethodes is een wereld van gemak geopend. Zie je een verleidelijke aanbieding? Met een paar klikken plaats je een bestelling en vaak heb je het de volgende dag al in huis. Maar juist dat gemak kan voor jongeren een valkuil vormen: wie een drang tot impulsaankopen voelt, kan er veel makkelijker aan toegeven.

"Vroeger voelde je de pijn van een betaling veel sterker", zegt Jenna. "Je zag letterlijk het papiergeld uit je portemonnee verdwijnen. Dat is bij digitale betalingen niet meer het geval." Ronit van der Schaaf, adviseur financiële gezondheid bij de Nederlandse Vereniging van Banken vult aan: "Daar komt bij dat via achteraf betaaldiensten je ook geld kunt uitgeven dat je nog niet hebt. Dit maakt jongeren financieel kwetsbaar." Jenna: "Achteraf betalen is handig als je niet zeker weet of je een webshop wel kan vertrouwen of als je meerdere maten bestelt, maar het kan snel leiden tot financiële problemen als je het overzicht verliest of vergeet op tijd te betalen of te retourneren."

BEWUST MAKEN VAN VALKUILEN

Renée Audier, coördinator burgerschapsonderwijs en docent aan het Albeda College (mbo), vertelt dat ze studenten bewust proberen te maken van de valkuilen van al die financiële verleidingen. "We laten onze studenten ervaren hoe snel schulden kunnen ontstaan. Tijdens de workshop 'Eén uur in de schulden' merken ze hoe kleine bedragen snel kunnen opstapelen. Dat maakt indruk." Daarnaast gebruiken zij en haar collega's lesmateriaal van Wijzer in geldzaken om gesprekken op gang te brengen in de klas.



"Herkenning helpt: als studenten merken dat ze niet de enigen zijn met (dreigende) financiële problemen, durven ze eerder te praten."

Initiatieven zoals op het Albeda College om jongeren financieel weerbaarder te maken zijn er in het hele land. "De banken hebben een eigen educatieprogramma *Bank voor de Klas*", vertelt Ronit. "Jaarlijks geven zo'n drieduizend bankmedewerkers gastlessen op basisscholen, middelbare scholen en mbo's. De lessen gaan onder meer over sparen, fraude en het omgaan met de verleiding van aankopen via achteraf betaaldiensten."

'Als studenten merken dat ze niet de enigen zijn met (dreigende) financiële problemen, durven ze eerder te praten'

AANDACHT IN DE KLAS

Financiële educatie verdient volgens Renée structurele aandacht in het onderwijs. "Een deel van onze studenten wordt bij ons op het mbo letterlijk volwassen. Ze krijgen te maken met zorgverzekeringen, toeslagen en rekeningen. Sommige jongeren leren dat thuis, anderen moeten alles zelf uitzoeken."

Renée pleit om per leerjaar te kijken waar de kennisbehoefte ligt. "Wat een eerstejaars moet weten, verschilt van wat een vierdejaars nodig heeft. De één leert hoe je een zorgtoeslag aanvraagt, de ander hoe je vaste lasten beheert." Jenna adviseert: "Richt je op zogenoemde *just-in-time-educatie*: leren op het moment dat je het nodig hebt. Geen les over hypotheken voor middelbare scholieren, maar uitleg over online betalen, het afsluiten van abonnementen met stilzwijgende verlenging, en de invloed van reclame gericht op impulsaankopen."

Renée Audier



Ronit benadrukt tot slot: "Laat als leraar, docent of ouder ook je eigen fouten zien. Het gevoel van 'gratis geld' speelt niet alleen bij jongeren, maar ook bij volwassenen. Door eerlijk te zijn, verlaag je de drempel om over geld te praten en doorbreek je de taboes rond geldzorgen."