

Inhoud

Spectrum maakt deel uit van Uitgeverij Unieboek | Het Spectrum bv
Amstelplein 34
1096 BC Amsterdam

© 2026 Eva van den Broek en Tim den Heijer
© 2026 Uitgeverij Unieboek | Het Spectrum bv, Amsterdam

Eerste druk februari 2026

Omslagontwerp: Deborah Bosboom, B.R.A.I.N. Creatives
Opmaak: Elgraphic

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd bestand, of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Tekst- en datamining van (delen van) deze uitgave is uitdrukkelijk niet toegestaan.

All rights are reserved, including those for text and data mining, AI training and similar technologies.

Deze uitgave kwam tot stand door bemiddeling van Sebes & Bisseling Literary Agency te Amsterdam.

ISBN 978 90 00 39977 2
ISBN 978 90 00 39978 9 (e-book)
NUR 770

www.spectrumnonfictie.nl

Inleiding	5
1. Hoe je met plezier je bankapp opent	11
Brainhack: betaal om en om (en tos erom)	13
Brainhack: vertrouw niet op dagelijkse wilskracht. Verander je omgeving	17
Brainhack: reken met de totale kosten	19
Brainhack: betaal een weekje cash	21
2. Hoe jij het salaris krijgt dat je verdient	22
Brainhack: onderhandel voor een ander	23
Brainhack: koop condooms	25
Brainhack: zorg dat je geld verdient aan iets leuks	26
3. Hoe jij in de webshop een labrat wordt	28
Brainhack: maak jezelf minder kwetsbaar in 10 minuten	34
Brainhack: spaar impulsief	36
4. Hoe jij wint van Kansino	37
Brainhack: maak het jezelf moeilijk	39
Brainhack: doorbreek de illusie van controle	39
Brainhack: benut je zelfoverschatting	40

5. Hoe je schulden van je afschudt	41
Brainhack: begin met kleine schulden afbetalen	43
Brainhack: maak een klein noodfonds	43
Brainhack: 48 euro? 48 uur	44
Brainhack: leen niet aan familie of vrienden	45
Brainhack: zoek hulp	48
 6. Hoe je slapend rijk wordt – of slechter slaapt	49
Brainhack: jongens, stop met daytraden	52
Brainhack: WZTAD, ofwel: wat zou tante Anna doen?	55
Brainhack: begin een beleggingsdagboek	58
 7. Hoe economisch nieuws jou beïnvloedt	60
Brainhack: kijk eens wat minder naar de cijfers	63
Brainhack: beslis als je relaxed bent	64
Brainhack: praat eens wat meer over geld	64
 8. Hoe geld wel gelukkig maakt	66
Brainhack: volg de wet van het vierde bolletje	67
Brainhack: stop even met wat je leuk vindt	68
Brainhack: koop tijd van je vakantiegeld	70
Brainhack: maak vrienden	70
 Dankwoord	71
Boeken van Eva van den Broek en Tim den Heijer	73

Inleiding

Of je nou vindt dat het spreekt, stinkt, moet rollen of de wortel van alle kwaad is: weinig houdt ons mensen zó bezig als geld. Vrijwel elk probleem van onze tijd drukken we uit in euro's. Door burn-outs lopen bedrijven miljarden mis. Een dakloze kost de samenleving bijna een ton per jaar. En we moeten iets doen aan obesitas, anders rijzen de zorgpremies de pan uit. Nieuwssites staan vol met berichten over de inflatie, huizenprijzen, belasting in box 3 en het percentage van het bbp dat ons land bijdraagt aan de NAVO. Politici discussiëren of uitkeringen omhoog of omlaag moeten en of er minder of meer geld naar ontwikkelingssamenwerking moet. En vervolgens soebatten ze eindeloos over waar dat geld dan vandaan moet komen. Maar dát de oplossing om geld draait, daarover zijn ook in gepolariseerde tijden links en rechts het roerend eens. In de iconische woorden van rapper Method Man: 'Cash Rules Everything Around Me'*. Begrijpelijk, want normen, waarden, belangen en intenties zijn vaak ongrijpbaar. Met de harde cijfers van financiën kan je sturen. Geld geeft grip. In theorie dan.

In de praktijk is geld voor velen van ons een ongrijpbaar rijtje cijfers in je bankapp, dat soms meevalt, maar vaak ook tegen. Dat heeft te maken met andere getallen op je telefoon, zoals de prijzen die langsflitsen voordat je gezichtsherkenning weer een betaling goedkeurt. Het probleem is dat ons brein, gemaakt om knollen te verzamelen op de steppe, die cijfers niet hele-

* Roep je nu 'C.R.E.A.M. – get the money, dollar dollar bill y'all'? Dan ben je van de generatie die haar geld aan cd's uitgaf.

maal begrijpt. Afhankelijk van aanleg en opleiding kunnen onze breinen matig (Tim) tot uitstekend (Eva) rekenen. Maar echt snappen wat die getallen betekenen, zodat je met vertrouwen de juiste financiële keuzes kan maken? Zover zijn we helaas nog niet in de evolutie. Ons brein slaat automatisch alarm bij een eng insect, maar niet bij een enge *finfluencer*. Dus nemen we belangrijke financiële beslissingen via een wonderlijke verzameling mentale shortcuts, die daar eigenlijk niet voor gemaakt zijn. Die shortcuts noemen wij bromvliegen. Oftewel: kleine dingen die ongemerkt je keuzes beïnvloeden. En daar komen we bij de titel van dit boek.

Misschien vind je jezelf niet zo goed met geld, maar het is eigenlijk een klein wonder als je relatief ongeschonden het einde van de maand haalt. Je moet met een brein dat daar totaal niet voor is gemaakt, verstandige financiële beslissingen nemen in een wereld die is ingericht op het omgekeerde. Onderzoekers zijn het niet helemaal eens over hoeveel reclame een mens per dag ziet. Maar 5000 verleidingen is zeker niet het hoogste cijfer dat we tegenkomen.

Naast dat er al veel verleidingen zijn, zijn die verleidingen ook nog eens afgestemd op de zwakke plekken van je brein. Dat focust bij een bedrag bijvoorbeeld vaak op de cijfers voor de komma. Dus de chips van 1,99 verkopen beter dan die van 2 euro, terwijl niet alleen rijke mensen eurocentmuntjes direct in de vuilnisbak mikken. Maar een luxe tas verkoopt juist beter voor 5000 euro dan voor 4999. En nog gekker, soms ook beter voor 5000 dan voor 1500. Misschien wil je niet naar een bruiloft in een jurk van 20 euro, maar wel in een jurk van 200 euro, waarvoor jij in de uitverkoop 20 euro betaalde. Veel mensen zouden dan zelfs denken dat ze vervolgens 180 euro extra te besteden hebben (is niet zo, daar komen we op terug) en dáárvan schoenen kopen die ze anders te duur zouden vinden. En dit zijn nog maar de bekende winkelvoorbeelden waar je oma ook in trapte.

Tegenwoordig doen we online pas écht gek met ons geld. Tim werkte mee aan campagnes van banken in de jaren '10. Niet zo lang geleden dus, maar toen was de regel nog: betrouwbaarheid staat voorop. Mensen zouden hun geld alléén toevertrouwen aan instanties met een vlekkeloze reputatie. Tien jaar later steken mensen spaargeld met plezier in de memecoin van een meisje dat viraal ging met een gore grap (Hawk Tuah Coin, voor de liefhebbers). Of delen ze trots op Reddit-forums screenshots van hun verliezen door bewust domme beleggingen: geen stocks, maar *stonks*. 20.000 euro kwijt, lachen! Weer anderen gebruiken aandelen-apps voor activisme, om geliefde bedrijven te beschermen tegen gehate hedgefondsen – met gevaar voor eigen spaargeld.

Je kan ook denken aan spelen in de online casino's, die met hun legers van digitale bromvliegen mensen steeds dieper in de problemen brengen. En beleggen in bitcoin, dat meer met gokken gemeen heeft dan je traderneefje wil toegeven. Gretige start-ups verzinnen steeds weer nieuwe manieren om te zorgen dat jouw geld op hun bankrekening terechtkomt.

Geen wonder dus dat steeds meer mensen, en met name jongeren, in geldproblemen komen. Het aantal jonge Nederlanders dat deurwaarders op zich af krijgt, groeide in 5 jaar tijd met 50 procent, tot 45.000. Ze geven meer uit dan ze hebben door op 'koop nu, betaal later' te klikken. Spelen urenlang door op goksites. Maken verlies op online investeringen die 'passief inkomen' beloven en sluiten online leningen af met fikse rentepercentages. Waarom dat aantal groeit? Daarvoor is niet één oorzaak aan te wijzen. Maar wat zeker niet helpt, is hoe makkelijk het is geworden om geld uit te geven.

Ons brein kiest graag de weg van de minste weerstand – het bromvlieg-effect van luiheid. Dit werkt twee kanten op: maak betalen een beetje moeilijker en mensen haken af. Maar maak geld uitgeven makkelijker en mensen besteden meer. Contant geld uit de pinautomaat halen was een prima manier om je uitgaven wat af te remmen. Maar die manier is na het geheel con-