

# Inhoud

	Voorwoord	7
	Inleiding	9
I	<b>Geven</b> en onbaatzuchtigheid	19
II	<b>Nemen</b> en eerlijkheid	31
III	<b>Gokken</b> en kans berekenen	39
IV	<b>Verzekeren</b> en gevaar lopen	51
V	<b>Sparen</b> en boekhouden	63
VI	<b>Lenen</b> en bevrediging	77
VII	<b>Kopen</b> en prijswaarneming	91
VIII	<b>Beleggen</b> en interpreteren	103
IX	<b>Raadgeven</b> en bemiddelen	121
X	<b>Voorlichten</b> en kennis	139
XI	<b>Handelen</b> en overmoed	153
XII	<b>Zeebellen</b> en illusies	171
	Noten	185
	Over dit boek	201
	Literatuur	203
	Verklarende woordenlijst	209
	Over de auteur	221

# Voorwoord

Dit boek gaat over onze onevenwichtige omgang met geld, en daarmee deels ook over de diepere achtergronden van crisis en recessie, herstel en groei. Die oorzaken liggen immers voor een deel in het feit dat we vaak 'Gek met geld' zijn. Ons geldbrein blijkt namelijk vaak 'scheef' te zijn: mank, scheel en half doof. Een belangrijke voorwaarde voor verbetering is meer kennis over onze eigen beperkingen. We moeten ons dus meer verdiepen in financiële psychologie.

Het onderwerp is de laatste jaren steeds meer in de aandacht gekomen. In Nederland bijvoorbeeld door periodieke columns van econome Erica Verdegaal in het *NRC Handelsblad*, en van economiehoogleraar Henriëtte Prast in *Het Financieele Dagblad*, later gebundeld. Ikzelf kwam vanuit een andere kant (psychologie, communicatie en beïnvloeding) op diezelfde vragen uit. En besloot een overzichtsboek over het onderwerp te maken dat systematisch maar ook onderhoudend moest zijn.

Een boek als dit lokt overigens altijd de bekende tegenwerping uit: 'Als jij zo slim bent, waarom ben je dan niet rijk?' Ik geef het toe: het is allemaal wijsheid achteraf. Ik wou dat ik dit boek had gelezen, veertig jaar voordat ik het heb geschreven. Ik heb namelijk zélf ook veel van de geldelijke blunders begaan die hier terloops beschreven staan. Heb veel tijdelijke en deeltijdbanen gehad, dus veel pensioenbreuken en pensioengaten. Heb tegelijk geleend en gespaard, voor sterk uiteenlopende rentes. Ben bijna opgelicht met een grote nep Spaanse lottoprijs van vele tonnen, en voor twintig mille opgelicht door een keurige grote Franse verzekeraar. 'Een beetje dom', maar het is in deze jaren veel meer mensen overkomen.

Het boek is dus geschreven voor een breed publiek. Dat wil zeggen het hele scala van leken tot aan mensen die door hun beroep veel met geldzaken te maken krijgen: winkeliers en zakenmensen, managers en beleggers. Het is bedoeld om ze de ogen te helpen openen voor alle valstrikken die ons eigen 'scheve geldbrein' elke dag voor ons opzet. Net zoals we gemakkelijk slachtoffer worden van visuele

illusions, zoals dubbelzinnige plaatjes met verscholen boodschappen, zo worden we namelijk ook steeds opnieuw slachtoffer van financiële illusions. Die maken dat we te gemakkelijk geld uitgeven aan de verkeerde dingen, en bij het aandelen kopen bijvoorbeeld denken dat we alle anderen gemakkelijk te slim af kunnen zijn.

Mijn dank gaat uit naar een zevental vrienden en bekenden met kennis van uiteenlopende zaken, dat bereid was het voorlaatste manuscript te lezen en van commentaar te voorzien: Oda van Ginneken, Kees de Kort, Edward Loef, Willem Middelkoop, Diederik van Nieuwenhuysse, Laurens Rook en Arnout Weeda. Ik heb dat zo veel mogelijk verwerkt, maar blijf natuurlijk alleen zelf aansprakelijk voor de eindafweging en mogelijke resterende 'slips of the pen'. Verder gaat mijn bijzondere dank uit naar redacteur Pim van Tol, die ook de uiteindelijke titel heeft bedacht.

Het boek heeft een praktisch doel. We zullen verderop zien wat de geheimzinnige aantrekkingskracht van het etiket 'gratis' is. Als het goed is, wordt dit boek vanzelf gratis. Want dan verdien je de prijs in de nabije toekomst al snel weer dubbel en dwars terug door allerlei besparingen. Maar ondertussen moet het ook leuk zijn. Dus veel leesplezier gewenst.

JvG, Villeneuve Loubet (Fr.),  
voorjaar, 2010.

# Inleiding

*'Het is maar goed dat de burgers van het land ons banksysteem niet begrijpen. Ik denk dat er nog vóór morgenochtend een revolutie zou uitbreken.'* (Henry Ford, automobielfabrikant)

Het internetmarketingbedrijf Mailorama in Parijs, dochter van Rentabiliweb in Brussel, bedacht kortgeleden een lollig publiciteitsstuntje. Ze zouden met een rode Britse dubbeldekkerbus door de Franse hoofdstad rijden en vanuit de ramen een ton aan bankbiljetten in de rondte strooien. Een ton!

Vanwege de verkeersveiligheid besloten ze zich echter uiteindelijk te beperken tot één enkel plein bij de Eiffeltoren, in het chique zevende arrondissement, en daar vijfduizend enveloppen uit te reiken met tussen de vijf en vijfhonderd euro elk. Op het aangekondigde tijdstip bleken zich maar liefst zeventuizend mensen te hebben verzameld. Merendeels opgewonden jonge mannen uit de armere voorsteden. De politie vond het daarom te gevaarlijk en verbood de distributie op het laatste moment. Wat voorspelbaar tot grote rellen leidde. Want we zijn allemaal 'gek met geld'.

## **Geld: de grotere dwaas, fido en fata morgana's**

Geld. Wij zijn erdoor geobsedeerd, maar geven ons mede daardoor ook over aan allerlei waandenkbeelden. Dat blijkt iedere dag opnieuw. Bijvoorbeeld als we ons vergeten oude speelgoed willen verkopen op Marktplaats of eBay: de bouwdozen of poppen uit onze jeugd, onze eerste Lego of Barbies. Het is duidelijk dat die in strikte zin waard zijn 'wat de gek ervoor geeft'. Dat staat ook wel bekend als de theorie van *the greater fool*. Zolang er iemand meer wil betalen, zit je goed. Dat geldt ook voor waardepapieren, zoals aandelen. Veel minder duidelijk is dat dit soms ook enigszins geldt voor gewoon contant geld.

In vroegere tijden kwam de waarde van een munt immers vaak nog min of meer overeen met de waarde van de edele metalen die

erin waren verwerkt. De bekendste Europese munten werden later gemaakt van zilver uit de mijnen in het Joachimsthal in Bohemen. In het Duits werden die dan ook ‘Thaler’ genoemd, in de Scandinavische talen ‘daler’, en in het Nederlands ‘daalder’. In het oorspronkelijke Tsjechisch was het de ‘tolar’, en in het latere Amerikaans de ‘dollar’. Het woord ‘gulden’ verwijst op zijn beurt oorspronkelijk naar een gouden munt.

Later verschoof de nadruk echter naar het feit dat de waarde van een bronzen, koperen of nikkelen munt door de vorst of regering van een land werd gegarandeerd. Zo was de bekendste vroege Britse munt de ‘sovereign’. En om dat verder kracht bij te zetten stond op de rand van de gulden, net als op de Amerikaanse dollar, een verwijzing naar ons vertrouwen in onze God. Bij papiergeld is dat alles natuurlijk nog veel duidelijker: zonder ons vertrouwen en geloof is dat niet meer waard dan een beduimd vodge papier.

Geld is dus in het diepste wezen een ‘confidence trick’: een soort magische goocheltruc van de gezamenlijke overheden over de hele wereld. Het is alleen iets waard als algemeen ruilmiddel, zolang we met zijn allen nog vertrouwen hebben in de autoriteit en effectiviteit van diezelfde overheden. Het woord ‘confidence’ stamt niet voor niets van het Latijnse *fido* of ‘ik vertrouw’. Het woord ‘krediet’ stamt op zijn beurt niet voor niets van het Latijnse *credo* of ‘ik geloof’.

Je zou dus kunnen opperen dat het economische en financiële stelsel soms in zekere zin ook een *fata morgana* of luchtspiegeling wordt, uitsluitend gebaseerd op ons goede vertrouwen en geloof. Bij een ongunstige samenloop van omstandigheden kunnen die namelijk ook snel wegwijnen. Zoals bij de superinflatie na de Eerste Wereldoorlog, veroorzaakt door de reusachtige herstelbetalingen opgelegd aan verliezers Duitsland en Oostenrijk. Of in slecht bestuurde ontwikkelingslanden, zoals Zimbabwe in het recente verleden.

De geldillusie is echter zózeer ingeburgerd geraakt, dat in stabiele landen niets zo volledig materieel en substantieel lijkt als uitgerekend geld. Volgens de Amerikaanse hersenonderzoeker Brian Knutson maakt ook niets zóveel indruk op ons brein als geld: zelfs blote of dode lichamen niet. Geld is voor velen dan ook een soort drug geworden, een verslaving. Op 90 procent van alle dollarbiljetten zitten

trouwens tegenwoordig sporen van cocaïne. (Een derde meer dan twee jaar geleden, en het meest in regeringscentrum Washington D.C. zelf).<sup>1</sup>

Geld is echter ook een hersenspiegeling: het wordt als solider gezien dan het feitelijk is. De geldillusie is geleidelijk aan steeds verder opgerukt in de financiële sector en in de economische wetenschap. Sommige economen benaderden hun vak daarom als een ‘harde’ natuurwetenschap, aan de hand van theoretische en mathematische modellen, over optimale evenwichten tussen onze verondersteld ‘rationele’ gedragingen. De afgelopen decennia is echter langzaam duidelijk geworden dat mensen zich lang niet altijd zo ‘rationeel’ gedragen, en dat ze juist vaak slachtoffer zijn van allerlei waarnemings-illusies. Die elkaar zelfs onderling kunnen versterken.

Dat heeft binnen de economie geleid tot de verdere doorbraak van empirische gedragsstudies, naar het voorbeeld van de overige psychosociale wetenschappen. En bijvoorbeeld naar een aansluiting bij gelijksoortige specialisaties elders, zoals de experimentele en ‘cognitieve’ sociale psychologie. De laatste jaren zijn daar bovendien nog neurologische studies bijgekomen, bijvoorbeeld met behulp van ‘live’ fMRI en andere hersenscans. Daardoor zijn inmiddels tientallen systematische vertekeningen in kaart gebracht. Over die onevenwichtigheden gaat dit boek.

Ik vat ze samen onder de noemer van ‘het scheve geldbrein’. Telkens weer blijkt namelijk dat onze waarnemingen en gedragingen niet symmetrisch zijn, daar waar je dat eigenlijk zou moeten verwachten. Dat geldt bijvoorbeeld voor zoiets simpels als ‘de hoop op winst’ en ‘de angst voor verlies’. Maar het geldt bijvoorbeeld ook voor onze omgang met getallen en waarschijnlijkheden, die op allerlei manieren vertekend blijkt. We zullen ze de een na de ander onder de loep leggen.

### **Opzet van het boek**

Dit boek *Gek met geld* heeft een beetje een sandwichformule. Enerzijds biedt het een tamelijk compleet overzicht van de kernbegrippen en de belangrijkste onderzoeken uit de financiële psychologie. Anderzijds heb ik de onvermijdelijke ernstige alinea’s en paragrafen welbewust afgewisseld met meer onderhoudende, die handelen over

vreemde proefjes en rare voorvallen. Extreme en absurde anekdotes worden daarbij niet geschuwd, ook al zijn die natuurlijk niet representatief voor hoe het dagelijks met financiën toegaat.

Om het boek zo toegankelijk mogelijk te houden ben ik bij de hoofdstukindeling vertrokken vanuit concrete geldhandelingen waarmee iedereen vertrouwd is. De even en de oneven hoofdstukken kijken daarbij steeds naar twee verschillende kanten van overigens verwante zaken: geven en nemen, gokken en verzekeren, sparen en lenen, kopen en beleggen – uiteindelijk vooral in aandelen. Vervolgens raad geven en voorlichten daarover, en ten slotte handel erin en zeepbellen op de beurs. Hierbij een eerste schets en indruk.

Hoofdstuk I gaat over *Geven en onbaatzuchtigheid*. Deze lijken in strijd te zijn met het standaardbeeld van de ‘Rationele Economische Mens’, die altijd alléén maar egoïstisch en berekenend, nooit altruïstisch en grootmoedig zou zijn. In feite geven wij echter graag fooien en cadeautjes – ook al blijkt een groot deel daarvan volgens onderzoek in feite verspild te zijn. We geven ook aan bedelaars en goede doelen – ook al blijken die op hun beurt onze goedgeefsheid steeds behendiger te misbruiken. Bijvoorbeeld door ons bij inzamelingsacties op een computergestuurde melkmachine aan te sluiten, om een maximum aan bijdragen uit ons te halen. We zullen zien hoe dat gaat.

Hoofdstuk II gaat over het tegenovergestelde: *Nemen en eerlijkheid*. We nemen wat ons toekomt, en vaak ook wat ons eigenlijk niet echt toekomt. Door ‘de tweestrijd van gevangenen’ en ‘ultimatumspellen’ werden zaken onderzocht als ‘het gevoel dat je ergens recht op hebt’ en het ‘begiftigingseffect’. Mensen worden namelijk woest over oneerlijke verdelingen: ze werken niet langer mee, of proberen het anderen zelfs ‘betaald’ te zetten. Apen en honden doen dit trouwens ook. Als we eenmaal iets verworven hebben, houden we er bovendien angstvallig aan vast. Je blijkt mensen trouwens eerlijker te kunnen krijgen, door ze bijvoorbeeld eerst de Tien Geboden te laten opschrijven. En een portemonnee wordt véél vaker terugbezorgd wanneer daarin een foto van een lachende baby zit.

Hierna komen we op het volgende begrippenpaar. Hoofdstuk III gaat over *Gokken en kans berekenen*. We zijn daar heel slecht in, maar raken er toch snel aan verslaafd. Bijvoorbeeld omdat we ons in de

luren laten leggen door denkfouten, zoals die ‘van de speler’ en van de waan van een ‘goede dag’. Dit soort zaken is onder meer onderzocht vanuit een bredere theorie over het effect van ‘subjectieve psychologische vooruitzichten’. Als we zélf met dobbelstenen mogen gooien of een loterijnummer mogen uitkiezen, blijken we daar ook véél meer van te verwachten dan wanneer een ánder dat voor ons doet en dat verder te omgeven met bijgelovige handelingen. We hebben ook blinde vlekken. Wanneer je een lottoprijs steeds verder verhoogt, blijken de betreffende hersendelen steeds feller op te lichten – dat is logisch. Maar wanneer je de kans steeds verder verkleint, is er merkwaardigerwijs nauwelijks een overeenkomstige verandering – en dat is onlogisch.

Hoofdstuk iv gaat over *Verzekeren en gevaar lopen*. Het blijkt dat we allerlei risico’s enorm óver- en ónderschatten, en ook bereid zijn ons daar enorm voor óver of ónder te verzekeren. Onder andere door de rol van zaken als ‘mentale beschikbaarheid’, ‘representativiteit’ en ‘saillantie’. De gevaren komen bijvoorbeeld uit een heel andere hoek dan wij steeds denken: ten aanzien van dieren en mensen, ziekten en ongevallen. We zijn bijvoorbeeld veel banger voor vliegtuigen dan voor auto’s: door engte- en ruimtevrees. We zijn ook geobsedeerd met terrorisme. Na de aanslagen in New York vielen er zo nog eens 50 procent meer dodelijke slachtoffers doordat mensen bij Thanksgiving Day en Kerstmis niet meer de lucht in wilden en dus de weg op gingen.

De beide volgende hoofdstukken gaan over sparen en lenen. Hoofdstuk v gaat over *Sparen en boekhouden*. Allerlei vertekeningen spelen daarbij een rol. Door het geheimzinnige ‘vertrouwdheidseffect’ belegden veel Noord-Amerikanen bijvoorbeeld hun pensioenen in hun eigen bedrijf, zodat ze bij faillissement niet alleen hun baan maar ook hun oudedagsvoorziening kwijt waren. West-Europeanen hadden als vanzelf vertrouwen in een nieuwe bank uit een noordelijk, Scandinavisch en protestant land, die op internet een procentje meer rente bood. Nederlandse belastingbetalers staan na het overheidsingrijpen bij banken overigens voor duizenden euro’s garant voor grote banken als ABN AMRO en ING in plaats van andersom. Hoe werkt dat allemaal?

Hoofdstuk vi gaat over *Lenen en bevrediging*. We hebben moeite met uitstel van lustbevrediging, willen alles meteen hier en nu: zoals



de krekel in plaats van de mier. Daarom zijn we de laatste jaren ook steeds meer op de pof gaan leven: eerst in de VS, en vervolgens ook in de EU. Dat geldt zowel voor kleine uitgaven met creditcards als voor grote uitgaven als huizenkoop. Makelaars gebruiken allerlei psychologische trucs, zoals ‘spookkeuzes’ en ‘het compromiseffect’. Hypotheekbemiddelaars gebruiken allerlei psychologische trucs om zelfs zogeheten ‘Ninja’s’ te laten tekenen. Huizenprijzen en hypotheekverschuldiging zijn nu in Nederland veel hoger dan elders – ook al zien wij onszelf nog steeds als veel degelijker dan alle anderen.

Kopen en beleggen zijn de volgende etappe. Hoofdstuk VII kijkt naar *Kopen en prijswaarneming*. We blijken met etiketten als ‘gratis’ en ‘reductie’ heel gemakkelijk een fuik binnen te trekken. Bij psychologische prijzen overheerst verder alom het getal negen. Onbewuste prikkels kunnen ons daarbij gemakkelijk nog guller of gieriger maken: zoals vrolijke of chagrijnige gezichten. Een duur merk blijkt zelfs te kunnen werken als pijnstillers. Sommige prijzen lijken overigens volstrekt willekeurig. Bij kaartjes betalen mensen bijvoorbeeld grif de helft of dubbel voor dezelfde plaats. Bij veilingen bijten we ons vast en kunnen moeilijk meer loslaten. Zo blijkt je zelfs een biljet van twintig te kunnen verkopen voor honderd. Europese telecoomaanbieders betaalden bij een veiling honderden miljarden voor het gebruik van de lucht. Sommige moesten die schulden later in het diepste geheim weer kwijtgescholden krijgen.

Hoofdstuk VIII gaat over *Beleggen en interpreteren*. Beleggers van aandelen zien namelijk voortdurend allerlei patronen in de koersen, die op een aanstaande stijging of daling lijken te duiden. Dat blijkt overigens veel moeilijker te voorzien dan het lijkt. Volgens onderzoekers volgt maar één op de vijf onlinebeleggers een juiste strategie en is er bij velen bijna een garantie van bankroet. Waardoor laten zij zich alsmaar in de luren leggen? Zijn vrouwen betere beleggers dan mannen? Wat te denken van terugkerende beursproblemen op vrijdag de dertiende? Waarom bewegen koersen mee met de zittingsjaren van een Amerikaanse president? Waarom zijn LUV of China Internet goede symbolen en bedrijfsnamen? Waarom zijn er zo vaak overreacties en op- of neerwaartse spiralen op de beurs?

Dat brengt ons op de rol van professionals bij dat alles. Hoofdstuk IX gaat over *Raad geven en bemiddelen*, door beursanalisten en

fondsbeheerders. 'Market timers', zoals technisch analisten of grafieklezers, mikken op op- en neergaande golven volgens de 'gouden snede'-verhouding. Aanhangers van de 'Efficiënte Markthypothese' werpen tegen dat apen die met pijltjes op een dartboard gooien beter aandelen kunnen selecteren. Een nieuwe stijl van investeren probeert op zijn beurt gebruik te maken van de denkfouten en illusies van beleggers die hier beschreven worden. Maar psychologisch onderzoek plaatst grote vraagtekens bij de deskundigheid van deskundigen in het algemeen. Op verschillende plaatsen zien we ook dat insiders die waarschuwen tegen het naderende onheil van de dotcom bubble, de pensioentekorten en de kredietcrisis er uitgewerkt, ontslagen of zelfs gearresteerd werden. We willen niet horen dat de keizer geen kleren aanheeft.

Hoofdstuk x gaat over *Voorlichting en kennis*. Via conversaties blijken zich al ruim vóór fusies en overnames 'inside information' en geruchten te verspreiden, die koersen beïnvloeden. De aandelen in handen van Amerikaanse senatoren blijken toevallig 12 procent rendabeler dan die van anderen. Op internet blijkt veel spam nog steeds tot doel te hebben aandelen omhoog te praten, en dergelijke 'pump & dump schemes' blijken ook nog steeds redelijk winstgevend. Financiële nieuwsbrieven blijken er vaak naast te zitten, net als gespecialiseerde kranten en bladen, en vooral de gespecialiseerde programma's en tv-kanalen. Zij staan in de vs vaak in het teken van de waan van de dag en mediahypes. Het ergste wat managers en bedrijven trouwens kan overkomen is een heel enthousiast omslagverhaal. Op zo'n moment blijkt de terugslag vaak nabij – de laatste jaren ook in Nederland.

Dit alles spitst zich ten slotte toe in de laatste twee hoofdstukken. Hoofdstuk xi gaat over *Handelen en overmoed*. Het gaat vooral over het topje van de geldberg: de investment banks op Wall Street en de hedge funds, professionele beurshandelaren en 'afgeleide financiële producten' zoals derivaten. Bij de jacht op steeds meer rendement blijken ze steeds meer risico te hebben genomen, en bij typefoutjes werden miljarden verspeeld. Nieuwe traders blijken sinds kort trouwens bij uitstek te worden gezocht onder professionele pokerspellers. Mooie psychologische experimentjes met romantiek en porno, seks en zelfbevrediging, onderzochten hoe gemakkelijk opwinding bij

mannen tot grensoverschrijding leidt. Ingewikkelde wiskundige en computermodellen ondersteunden ondertussen de illusie dat risico's volledig konden worden afgedekt, iets wat telkens werd doorkruist door 'zwarte zwanen' ofwel onvoorziene gebeurtenissen.

Hoofdstuk XII over *Zeebellen en illusies* rondt deze hele redenering uiteindelijk af. Steeds opnieuw blijken speculanten geleidelijk aan hun hand te overspelen, om dan met een schok uit hun droom wakker te worden. Het laatste dozijn jaren bij achtereenvolgens de valutazeepebel in Azië, de dotcom-zeepebel met aandelen, de hypotheekzeepebel in de vs en ten slotte de oerknal van de wereldwijde kredietcrisis. Ik heb eerder laten zien dat complexe, dynamische en chaotische processen daarbij een kernrol spelen. Toch is het begrip daarvan allerm minst nieuw: het is al beschreven sinds de overbekende tulpenbollenmanie in de Nederlandse Gouden Eeuw. De processen blijken steeds opnieuw dezelfde zes ingrediënten te hebben, die tot slot geanalyseerd worden. Want de volgende zeepebel rond China en vormen van 'groene technologie' is misschien al weer in de maak.

Een paar woorden over de gebruikte terminologie en documentatie. Er komen in dit boek regelmatig Engelse termen voor, hoewel ik deze altijd heb vertaald en uitgelegd – vooral de eerste keer. Ook zijn ze terug te vinden in de verklarende woordenlijst achter in het boek. Het ligt voor de hand dat het jargon van de nieuwe interdisciplines halverwege economie en psychologie in de belangrijkste wetenschappelijke taal ter wereld is gesteld. Daar komt nog bij dat de Verenigde Staten natuurlijk ook nog steeds de meest invloedrijke economische en financiële mogendheid zijn, net als Groot-Brittannië dat in Europa is. Veel onderzoek en voorbeelden komen dus bij uitstek daarvandaan, hoewel ik mijn best heb gedaan om ook verwijzingen naar situaties in Nederland, Frankrijk en een hele waaier aan andere landen op te nemen.

Naast eigen denkbeelden over psychologie en communicatie, die ik deels al eerder en elders heb uiteengezet, heb ik mij gebaseerd op een groot aantal boeken, tijdschriften en kranten. De belangrijkste gebruikte boeken staan in de literatuurlijst, en worden aangeduid met de eerste auteursnaam. In de laatste versie van het manuscript heb ik alleen de allerbelangrijkste van de oorspronkelijke voetnoten over

bronnen gehandhaafd. Ze verwijzen in het algemeen rechtstreeks naar originele wetenschappelijke tijdschriftartikelen. Voor algemene nieuwsfeiten heb ik mij in eerste instantie gebaseerd op mijn eigen grote knipselarchief van de *International Herald Tribune* en *The New York Times*, de dagelijkse elektronische nieuwsbrieven van de BBC en het *NRC Handelsblad*, en van die laatste ook de weekeditie op papier.