

Geld & gebeurtenissen

Financiële psychologie in de praktijk: over generaties, levensloop
en life-events

Geld & gebeurtenissen

Financiële psychologie in de praktijk: over generaties, levensloop
en life-events

Erna Knipscheer

Colofon

Eerste druk, juni 2026

Copyright © 2026 Erna Knipscheer

Tekst: Erna Knipscheer

Financieel Vitaal Opleidingen

Uitgegeven via Brave New Books

Alle rechten voorbehouden

ISBN: 9789465467832

Inhoudsopgave



Inhoudsopgave

1	Inleiding.....	13
2	De generatietijlijn	17
3	De levensloop van de mens	53
4	Life-events of levensgebeurtenissen	107
5	Uit de praktijk	185
6	Bonus: toolkit voor financieel professionals.....	199
7	Nawoord.....	213

1. Inleiding



1 Inleiding

Dit boek gaat over de levensreis van de mens, de generatiekloof en de financiële uitdagingen en vraagstukken die mensen op een bepaald moment in hun leven tegenkomen. Het vertelt je meer over verschillen in generaties, de levensloop van mensen en life-events. Ook biedt het inzicht in hoe belangrijke levensgebeurtenissen, de generatie en de levensfase waarin iemand zich bevindt invloed hebben op financiële beslissingen en uitdagingen.

1.1 Na het lezen van dit boek begrijp je beter:

- Welke invloed levensgebeurtenissen hebben op financiële vitaliteit, financieel advies en financiële planning.
- Hoe generatieverschillen doorwerken in geldgedrag en financiële besluitvorming.
- Welke vraagstukken kunnen ontstaan in het integrale klantbeeld wanneer generatie, levensfase en life-events samenkomen.
- Hoe je in financiële coaching, advisering, planning of hulpverlening rekening kunt houden met de samenhang tussen levensloop, life-events, generaties en financiën.

Sinds 1945 zijn individuele levenslopen aanzienlijk veranderd. Opeenvolgende generaties vertonen verschillende trends. Zo gingen mensen vaker ongehuwd samenwonen en stelden het ouderschap langer uit. Scheidingen, eenouder- en samengestelde gezinnen zijn in de huidige tijd geen uitzondering meer. De gemiddelde levensverwachting nam geleidelijk aan toe. Zowel mannen als vrouwen volgden een hogere opleiding waarbij de stijging onder vrouwen sterker was dan bij mannen. Bij de huidige jongere generaties zijn vrouwen vaak zelfs hoger opgeleid dan mannen.

Geld betekent in elke levensfase en voor elke generatie weer iets anders. In elke generatie speelt geld wel een cruciale rol. Het beïnvloedt levenskeuzes, carrièremogelijkheden en sociale status. Voor oudere generaties was geld bijvoorbeeld een middel voor stabiliteit en zekerheid. Jongere generaties zien het vooral als een instrument voor persoonlijke ontwikkeling en ervaringen. Individuele levenslopen zijn tegenwoordig niet langer lineair en voorspelbaar. Ze worden beïnvloed door een veranderende tijdsgeest waarin mensen van verschillende geboortegeneraties naast elkaar opgroeien, naar school gaan, met elkaar samenleven, al dan niet een gezin stichten, een baan krijgen, met pensioen gaan en uiteindelijk overlijden. In dit boek neem ik je mee in deze menselijke levensreis en de financiële consequenties van vraagstukken en obstakels die mensen onderweg tegenkomen.

2. De generatietijdlijn



2 De generatietijdslijn

2.1 Inleiding



Wat denk jij?

Hoe kun je als financieel professional bewust rekening houden met de invloed van generaties op gedrag, voorkeuren en communicatie zonder te generaliseren?

2.1.1 Generatiebewustzijn

Het woord generatiebewustzijn verwijst naar een houding of werkwijze waarbij je als financieel professional bewust rekening houdt met de invloed van generaties op gedrag, voorkeuren en communicatie zonder daarbij te vervallen in generalisaties.

Dit gaat over:

- de context begrijpen: je verdiept je in de maatschappelijke en culturele context waarin een klant is opgegroeid. Iemand uit bijvoorbeeld de babyboomgeneratie heeft andere ervaringen met werk, pensioen en sparen dan iemand uit generatie Z.

- het bewustzijn van verschillen: je beseft dat leeftijd alleen niet alles zegt. Twee mensen van 60 jaar kunnen totaal verschillend denken en handelen. Dit is afhankelijk van hun generatie, persoonlijkheid en hun individueel levensloop.
- de communicatie afstemmen: als financieel professional pas je de taal, toon en middelen aan. Een klant uit de stille generatie waardeert misschien een papieren overzicht en een persoonlijk gesprek terwijl een Millennial liever een app gebruikt en snel schakelt.
- geen hokjesdenken: gebruik je generatiekennis als een lens en niet als een label. Blijf altijd nieuwsgierig naar het unieke verhaal van de klant en toets of je veronderstellingen kloppen.

Uit de praktijk: 'generatie bewuster' worden

Klantcase 1

Jeroen (48) is een financieel planner met een brede klantenkring. Hij is gewend om zijn advies af te stemmen op leeftijd, gezinssituatie en financiële doelen. Onlangs had hij een intakegesprek met mevrouw Van Dijk (58). Zij is een succesvolle ondernemer die haar bedrijf wil verkopen. Jeroen ging automatisch uit van een aanpak die hij vaker gebruikt bij klanten uit de

generatie van mevrouw Van Dijk: focus op pensioen, zekerheid en vermogensbehoud.

Tot zijn verbazing reageerde mevrouw Van Dijk anders dan verwacht. Ze was ambitieus en sprak over investeren in startups. Mevrouw van Dijk wilde haar geld 'laten werken' en had een uitgesproken visie op duurzaamheid die kenmerkend is voor de huidige jongere generaties. Jeroen merkte dat zijn standaardvragen en adviezen haar niet aanspraken. Mevrouw Van Dijk vond ze te behoudend en zeker niet van deze tijd.

Na het gesprek bleef het knagen. Jeroen besepte dat hij zich had laten leiden door leeftijd zonder stil te staan bij de persoonlijke omstandigheden waarin mevrouw Van Dijk is opgegroeid. Hij dook in de literatuur over generaties en ontdekte dat zij behoort tot de jongste babyboomers of vroege generatie X. Deze groep is gevormd door economische groei, individualisering en de opkomst van technologie. Veel mensen uit deze generatie zijn ondernemend, zelfsturend en maatschappelijk betrokken.

Tegelijkertijd realiseerde Jeroen zich dat generatiekenmerken slechts een lens en geen stempel mogen zijn. Niet iedereen uit een bepaalde generatie denkt of handelt hetzelfde. Persoonlijke ervaringen, opvoeding, opleiding en karakter spelen minstens zo'n grote rol. Sommige klanten van 58 jaar

zijn behoudend en risicomijdend maar anderen blijkbaar vooruitstrevend en vernieuwend.

Bij het vervolgesprek koos Jeroen voor een andere benadering. Hij stelde open vragen over de visie van mevrouw Van Dijk op geld, haar waarden en haar toekomstbeeld. Hij liet ruimte voor haar ondernemerschap en bood scenario's aan die pasten bij haar behoefte aan impact en groei. Mevrouw Van Dijk voelde zich gehoord en serieus genomen. Ze besloot met Jeroen verder te werken aan een plan dat haar financiële en maatschappelijke doelen ondersteunt.

Deze financieel planner heeft geleerd dat leeftijd slechts een getal is. Het gaat erom in welk tijdsgewricht iemand is gevormd in combinatie met welke persoonlijke reis iemand heeft afgelegd. Mijn tip? Generatiekennis helpt om sneller aansluiting te vinden maar blijf altijd nieuwsgierig naar het unieke verhaal van de klant.

Klantcase 2

Sanne (32) is een financieel planner die veel werkt met jonge professionals. Tijdens een klantgesprek met ICT'er Daan (26 jaar) ging Sanne ervan uit dat hij, net als zoveel andere klanten uit zijn leeftijdsgroep, vooral geïnteresseerd zou zijn in flexibiliteit, beleggen en financiële groei. Ze had

een redelijk offensief voorstel voorbereid waarin zij onder andere crypto-investeringen had opgenomen.

Maar ook Daan reageerde anders dan verwacht. Hij vroeg direct naar vaste structuren, een duidelijke spaarstrategie en een plan voor het aflossen van zijn studieschuld. Hij gaf aan dat hij niet zoveel heeft met risico's en liever gewoon weet waar hij aan toe is. Sanne was verrast. De reactie van Daan leek niet te passen bij het beeld dat ze had van generatie Z.

Na het gesprek ging Sanne reflecteren. Ze realiseerde zich dat ze Daan had benaderd op basis van de algemene kenmerken van generatie Z: digitaal vaardig, ondernemend, flexibel en gericht op impact. Maar Daan bleek juist behoefte te hebben aan stabiliteit en zekerheid. Dit zijn kenmerken die vaak worden geassocieerd met oudere generaties.

Sanne verdiepte zich verder in generatiekenmerken en ontdekte dat hoewel generatie Z is opgegroeid in een digitale wereld, deze generatie ook gevormd is door economische onzekerheid, klimaatverandering en sociale druk. Dit leidt bij sommigen tot een sterke behoefte aan controle en veiligheid. Tegelijkertijd beseft ze dat Daan zijn persoonlijke levensloop, zoals bijvoorbeeld het opgroeien in een gezin met financiële zorgen, een grote rol speelt in zijn persoonlijke voorkeuren.

Bij het vervolgesprek koos Sanne daarom voor een andere insteek. Ze bood een financieel plan aan met duidelijke stappen, vaste spaarmomenten en een overzicht van risico's versus zekerheden. Ze liet ruimte voor groei maar binnen kaders die Daan rust gaven. Daan voelde zich serieus genomen en gaf aan dat hij nu eerst echt grip had op zijn geld.

Ook deze financieel planner heeft geleerd dat generatiekenmerken richting kunnen geven maar dat het persoonlijke verhaal van de klant altijd leidend moet zijn. Daan is een kind van zijn tijd maar ook van zijn persoonlijke ervaringen. Door beide perspectieven te combineren kon de financieel planner hem echt helpen.

2.1.2 Generaties en hun (financiële) behoeften



Wat denk jij?

Wat heeft een financieel professional aan de algemene kennis over de verschillende generaties waartoe hun klanten behoren?