



Wéér niks gewonnen

1126 woorden • leestijd is 6 minuten •  Opslaan

Verstandelijk weten we: de kans op die fantastische hoofdprijs is vrijwel nihil. Waarom kopen ruim vijf miljoen Nederlanders die dure loten dan toch? Journalist Michiel van Straten geeft 5 verklaringen.

We geven er meer geld aan uit dan aan bioscopen, theater, musea en zelfs sport: loterijen. Hoogleraar Ruud Koning van de Rijksuniversiteit Groningen onderzocht de winstkansen van de vijf grootste loterijen in Nederland. Die zijn niet groot. De bekendste en vanwege het dwingende karakter ervan ook de beruchtste is de Postcodeloterij. Daar maak je een kans van 1 op 240.000 om de hoofdprijs te winnen. **Bij een maandelijkse trekking moet je dan 20.000 jaar lang meedoen en in totaal 2.760.000 euro inleggen**, rekende Koning uit. Tot zover de ontvullende statistieken.

1 Wat zou ik doen met een miljoen?

Dergelijke minimale winstkansen roepen natuurlijk de vraag op: waarom doen hier zoveel mensen aan mee? Mensen kopen niet zozeer een lot, maar vooral een droom, zegt Ruud Koning. En die droom heet 'Wat zou ik doen met een miljoen?' En als we niet winnen, kunnen we onze deelname goedpraten met de opbrengst voor het goede doel. Daarnaast speelt angst een rol, om de enige in de straat te zijn die geen lot heeft en dus geen grote prijs wint. Een soort verliesaversie dus, in dit geval ten aanzien van iets wat je nog helemaal niet hebt – en zeer waarschijnlijk ook nooit zult krijgen.

2 Onvoorspelbaar is fijner

Maar zouden we niet liever de inleg op een spaarrekening zetten en zeker weten dat we aan het eind van de inlegperiode ons geld nog hebben? Dan kunnen we toch ook dromen van wat we met dat geld kunnen doen? Je zou zeggen van wel, maar miljoenen loterijdeelnemers bewijzen dat we vaak niet zo denken, of in elk geval niet zo handelen. Dat komt paradoxaal genoeg juist door het onverwachte van een eventuele winst. De beroemde Amerikaanse gedragspsycholoog B.F. Skinner (1904-1990) toonde het in zijn experimenten al aan: **onverwachte beloningen motiveren sterker dan verwachte, regelmatige beloningen.**

Gedragspsycholoog Dan Ariely zegt hierover: 'Het variabele schema van bekrachtiging doet wonderen voor het motiveren van mensen. Het is de magie die ten grondslag ligt aan gokken en meespelen met de loterij. Het plezier van gokken zit hem juist in de onvoorspelbaarheid van het winnen, waardoor we blijven spelen.' De neurotransmitter dopamine, die geluks- en genotsgevoelens genereert, speelt daar een grote rol in. Deze stof komt vrij bij prettige ervaringen. En bij verrassingsbeloningen blijken dopamineneuronen drie tot vier keer heftiger signalen af te vuren – en genot te doen ervaren – dan bij voorspelbare beloningen.

3 Toch graag die hoofdprijs

Daarnaast zijn we zeer irrationeel als het gaat om het afwegen van winstkansen. Als mensen moeten kiezen tussen een loterij met een winstkans van een honderdmiljoenste op de hoofdprijs van 10.000.000 euro en een loterij met een winstkans van een tienduizendste op een prijs van 10.000 euro, kiezen de meeste mensen voor de grootste prijs. Terwijl statistisch gezien de winkans bij de tweede loterij tien keer zo hoog ligt als bij de eerste loterij. 'De verwaarlozing van de waarschijnlijkheid', noemt de Zwitserse psycholoog en zakenman Rolf Dobelli deze denkfout.

4 Marketingtruc

'Hier is een winnend lot verkocht,' staat vaak op de deur van winkels die staatsloten verkopen. Het is een truc die gebruikmaakt van weer een andere denkfout die we vaak maken, namelijk de 'beschikbaarheidsfout'. **Je laat je bij het maken van keuzes leiden door informatie die gemakkelijk voorhanden is, zelfs als die informatie niet het meest waardevol is.** Hoe die fout werkt? Denk maar eens níét aan een groen voetbalveld. Gelukt? Nee: door het voetbalveld te noemen, zie je het waarschijnlijk voor je. Er is geen ontkomen aan. Op een vergelijkbare manier denken we bij het lezen van de tekst 'Hier is een winnend lot verkocht' aan een winnend lot. Dat idee beklijft, in elk geval meer dan de minimale kans op die winst. Als er zou staan 'Uw winstkans is verwaarloosbaar klein', zou dat idee beschikbaar komen en blijven in je hersenen. Maar ja, de communicatiemedewerkers van de Staatsloterij zijn natuurlijk ook niet gek.

5 Waarom ik niet?

En dan is er ook nog zoets als de 'loterijparadox', een term die bedacht is door hoogleraar morele filosofie Henry Kyburg (1928-2007). De paradox is dat een lot een verwaarloosbaar kleine kans heeft om te winnen, en dat dat voor elk lot geldt, dus dat er in zijn totaliteit geen enkele individuele lothouder lijkt te kunnen winnen. Maar omdat er toch één winnaar zal zijn, breidt de paradox zich verder uit, namelijk naar alle deelnemers die denken: 'Er moet iemand winnen, dus waarom kan ik dat niet zijn?' Lastige logica? Het heet niet voor niets een paradox.

Een vroegere collega van mij was een regelmatige bezoeker van het casino. Hij legde mij zijn strategie uit en liet me een notitieboekje zien, vol minuscule rijen cijfertjes. 'Ik houd alle uitkomsten van de roulettetafel bij. Je moet kijken wat er al gevallen is, want alle getallen komen aan bod. Dus als het balletje vijf keer achter elkaar op rood is gevallen, zet ik in op zwart.'

Mijn collega was ten prooi gevallen aan wat de 'gokkersdwaling' heet. Dat is het onterechte idee dat roulettetafels of dobbelstenen of opgeworpen munten een geheugen hebben voor vorige uitkomsten en daar voor de volgende worp rekening mee zullen houden om de statistieken recht te trekken. Maar zelfs als een (zuiver) muntstuk al tien keer achter elkaar op kop is gevallen, is de kans dat hij in de elfde worp op munt zal vallen nog steeds maar 50 procent, en niet meer.

Hoe hardnekkig de psychologische fenomenen zijn die ons stimuleren om aan een loterij mee te doen, blijkt voor mijzelf wel uit het feit dat ik nog steeds meedoe met een goededoelenloterij. En dat terwijl ik over al die onderzoeken die zeggen dat gokken irrationeel is, heb gelezen en geschreven. Misschien moet ik maar naar Almere verhuizen om me iets rationeler te voelen. Dat is tenminste wat wiskundige Ionica Smeets in een van haar *Volkscrant*-columns heeft voorgerekend voor deelnemers aan de Postcodeloterij. 'Verhuis naar een postcode met zo min mogelijk huishoudens,' stelt ze, om vervolgens enkele postcodes te noemen waar volgens het CBS relatief weinig mensen wonen. Zoals een wijk in Almere met postcode 1327.

Pardon, ik wil toch winnen? Nee, legt Smeets uit, ik zal moeten kiezen: tussen de grootste kans om in de prijzen te vallen (in een postcode met veel bewoners) en de kans op de grootste opbrengst door die met weinig mensen te hoeven delen (in een postcode met weinig bewoners).

Zo wordt het dus toch nog ingewikkeld. Maar het kan eenvoudiger, concludeert Smeets. 'Gelukkig is er ook een derde mogelijkheid: niet meedoen en gegarandeerd een aardig bedrag overhouden.' //



Dit artikel is een bewerkt fragment uit het nieuwe boek *Dagelijks irrationeel. Over de psychologie van zelfbedrog* (Het Spectrum, € 19,99), over hoe we ons gedrag laten beïnvloeden door allerlei vormen van irrationaliteit. Journalist Michiel van Straten schrijft over wetenschap en geschiedenis. We mogen 5 exemplaren van dit boek weggeven. [Meeloten?](#)