Veel interesse maar weinig kennis: de paradox van duurzaam beleggen

Datum	18.8.2026
Subjekt	Radboud Universiteit
Region	Netherlands
Kategorie	Banking, Science and research, Ecology

Licht- en donkergroen beleggen, wat betekent dat precies? Stefan Zeisberger, hoogleraar financiële economie, deed met collega's onderzoek naar wat mensen weten over duurzaam beleggen. Conclusie: de basiskennis valt tegen. Dit werpt een drempel op om voor deze vorm van beleggen te gaan. 'Als je kennis hebt, kun je beter kiezen of je iets wil of niet wil. Dan is iedere keuze weloverwogen.'

Als je over een bepaald onderwerp weinig of niets weet, maakt dat je onzeker en dit zorgt ervoor dat je er negatief tegenover staat. Het is een psychologische wetmatigheid die voor veel zaken geldt, vertelt Stefan Zeisberger. 'Of het nu gaat om het kopen van je eerste aandelen of het uitproberen van een buitenlands gerecht dat je nog niet kent. Als je onbekend bent met iets, doe je het minder snel.'

Enquête

Dit komt ook terug in het onderzoek van Stefan en zijn collega's naar wat mensen weten over duurzaam beleggen. Hiervoor hielden ze een enquête onder 310 Nederlanders. 'Het algemeen bewustzijn over dit thema is best hoog. Mensen zijn geïnteresseerd in duurzaam beleggen. Ze weten bijvoorbeeld wat greenwashing inhoudt en wat het hoofddoel is van duurzaamheid.' Maar over de noodzakelijke basisregels die hierbij horen, is de kennis zeer gering. 'Dat zorgt voor een grote drempel om duurzaam te gaan beleggen. Ik heb daar geen oordeel over, toch is het jammer te noemen. Want als je kennis hebt, kun je beter kiezen of je iets wil of niet wil. Dan is iedere keuze weloverwogen.'

Aanleiding voor het onderzoek zijn Europese regels die voorschrijven dat consumenten naar hun duurzaamheidsvoorkeuren moeten worden gevraagd. Financieel adviseurs en banken zijn hiertoe wettelijk verplicht, en ook pensioenfondsen willen hier beter zicht op krijgen. 'Op deze manier probeert de EU mensen te bewegen duurzaam te beleggen, zonder ze te dwingen.' Momenteel is ongeveer 20 procent van alle beleggingen wereldwijd duurzaam. 'Het is een relatief nieuw thema. Twintig jaar geleden was het nog een niche. Vijf jaar geleden was het heel populair. Nu vlakt het wat af.'

Licht- en donkergroen

Bij duurzaam beleggen is kennis over licht- en donkergroene beleggingen essentieel. Die kennis ontbreekt, blijkt uit het onderzoek. 'Bij een financieel product dat lichtgroen is, wordt duurzaamheid wel meegenomen maar is het niet het hoofddoel. Bij een donkergroen product is duurzaamheid het hoofddoel. Dat is belangrijke informatie, maar weinig mensen kennen het. Als je dat niet weet, is het moeilijk om een juiste keuze te maken.' Transparantie is daarbij niet voldoende, stelt Stefan, omdat het een heel technisch verhaal blijft. 'Deze informatie moet duidelijker zichtbaar zijn. Vaak kopen

mensen op basis van de titel zonder te begrijpen wat er in het product zit, omdat het zoeken naar details veel moeite kost.'

Ook over ESG-beleggen weten mensen weinig. ESG staat voor Environment, Social and Governance, maar vaak denken ze dat de S en G voor Sustainable Goals staan. 'Bij ESG-beleggen gaat het er vooral om in hoeverre een financieel product blootstaat aan risico's op het gebied van milieu, maatschappelijke verantwoordelijkheid en goed bestuur, bijvoorbeeld het risico van een belegging in olie. Dat is net iets anders dan duurzaam beleggen, waarbij het echt draait om het maken van impact.'

Altruïsme

Naast kennis is rendementsverwachting een andere factor om wel of niet te kiezen voor duurzaam beleggen. 'Ongeveer de helft van de mensen doet het uit financiële redenen. De andere helft uit altruïsme. Als je een partner en kinderen hebt, is de kans groter dat je duurzaam belegt. Er is eigenlijk maar een kleine groep die helemaal niet duurzaam wil beleggen, ook als de rendementsverwachting hetzelfde is.'

Stefan en zijn collega's ontdekten verder dat de genderkloof niet aanwezig is bij duurzaam beleggen, in tegenstelling tot beleggen in het algemeen. 'Mannen hebben gemiddeld gezien meer kennis van beleggen, maar als het gaat om duurzaamheid is dat niet het geval.' Overigens zijn vrouwen meestal betere beleggers, zo toonde eerder onderzoek aan. 'Dat komt omdat ze niet vaak van portfolio wisselen. Mannen doen dat wel en dat is doorgaans een rendamentskiller.'

Communicatie

Om de kennis over duurzaam beleggen te verbeteren, zouden pensioenfondsen en adviseurs informatie kunnen geven via brochures en nieuwsbrieven. 'Maar dat is maar één stap', zegt Stefan. 'Je kunt ook nadenken over kennisclips op social media.' Al zal het niet makkelijk zijn om mensen zover te krijgen om deze clips te bekijken. Bij *finfluencers* (financiële influencers) is duurzaamheid vaak geen thema. 'Dat levert waarschijnlijk te weinig clicks op. Ze hebben het vooral over thema's die nu van belang zijn, zoals SpaceX, de Iranoorlog en Bitcoin.'

Duurzaamheid is ook moeilijker uit te leggen, geeft Stefan aan. 'Als je meer geld in duurzaamheid stopt, betekent het niet automatisch dat de CO2-uitstoot daalt. Het ligt een stuk complexer, maar mensen moeten tenminste begrijpen dat producten meer of minder duurzaam kunnen zijn. Regelgeving moet ervoor zorgen dat informatie zo eenvoudig mogelijk beschikbaar is.'

In een volgend onderzoek zou Stefan willen bekijken hoe dit gebrek aan kennis valt op te lossen. Wat is de belangrijkste informatie die je wilt overbrengen en hoe kun je dit het beste doen. 'Daarmee zet je de bevindingen van dit onderzoek om naar de praktijk. Misschien moet er een korte uitleg komen die je precies kunt geven op het moment dat mensen erom vragen. *Just in time*.'

https://www.ru.nl/onderzoek/onderzoeksnieuws/veel-interesse-maar-weinig-kennis-de-paradox-van-duurzaam-beleggen-0