

Nudging in perspectief

Een verkennend kader voor de toepassing van gedragsinzichten in beleid

Pieter Raymaekers, Ellen Fobé,
Wouter van Acker & Marleen Brans



Vlaanderen
is vernieuwend bestuur

**STEUNPUNT
BESTUURLIJKE
VERNIEUWING**

Het Steunpunt Bestuurlijke Vernieuwing is een consortium van:



INSTITUUT VOOR DE OVERHEID

Parkstraat 45 bus 3609
B-3000 Leuven
Tel: 0032 16 32 32 70

Prof. dr. Geert Bouckaert
Promotor-coördinator
geert.bouckaert@kuleuven.be

Prof. dr. Annie Hondeghem
Verantwoordelijke KU Leuven
annie.hondeghem@kuleuven.be



Sint-Jacobstraat 2
B-2000 Antwerpen
Tel: 0032 3 265 53 87

Prof. dr. Wouter Van Dooren
Verantwoordelijke UAntwerpen
wouter.vandooren@uantwerpen.be



Campus Mercator G
Henleykaai 84
B-9000 Gent
Tel: 0032 9 243 29 04

Prof. dr. Joris Voets
Verantwoordelijke UGent
joris.voets@ugent.be



Martelarenlaan 42
B-3500 Hasselt
Tel: 0032 11 26 81 11

Prof. dr. Johan Ackaert
Verantwoordelijke UHasselt
johan.ackaert@uhasselt.be

Steunpunt Bestuurlijke Vernieuwing
Parkstraat 36 bus 3606 - 3000 Leuven - België
Tel: 0032 16 32 36 10 - E-mail: sbv@kuleuven.be - URL: <https://steunpuntbestuurlijkevernieuwing.be/>

© Steunpunt Bestuurlijke Vernieuwing

Niets uit deze uitgave mag, zelfs gedeeltelijk, openbaar gemaakt worden, gereproduceerd, vertaald of aangepast, onder enige vorm ook, hierin begrepen fotokopie, microfilm, bandopname behoudens uitdrukkelijke en voorafgaande toestemming van de uitgever.

Dit rapport vermeldt de mening van de auteur en niet deze van de Vlaamse overheid.

De Vlaamse overheid kan niet aansprakelijk worden gesteld voor het gebruik dat wordt gemaakt van de in deze bekendmaking opgenomen gegevens.





NUDGING IN
PERSPECTIEF
EEN VERKENNEND KADER
VOOR DE TOEPASSING VAN
GEDRAGSINZICHTEN IN BELEID

24.10.2019

Pieter Raymaekers, Ellen Fobé,
Wouter van Acker & Marleen Brans



FIGUREN

Figuur 1: De cognitive bias cheat sheet van Benson.....	15
Figuur 2: Een vierdelige typologie van nudges.....	17
Figuur 3: De wereldwijde, institutionele (ver)spreading van gedragsinzichten.....	21
Figuur 4: De drie basiswerken van het narratieve perspectief.....	22
Figuur 5: Gedragsinzichten en de beleidscyclus.....	27
Figuur 6: Het basisprincipe van een Randomised Controlled Trial (RCT).....	28
Figuur 7: Publieke acceptatie van hypothetische beleidsmaatregelen of nudges in % in Vlaanderen.....	45
Figuur 8: De drie basiswerken van het praktijkgerichte perspectief.....	49
Figuur 9: De gedragsverkenner van het DKB Team Gedragsinzichten.....	51
Figuur 10: Het BASIC model.....	53

TABELLEN

Tabel 1: De twee denksystemen: systeem I en systeem II.....	13
Tabel 2: Typologie van nudges toegepast op particulier energieverbruik - energy efficiency gap.....	18
Tabel 3: Typologie van nudges toegepast op gezonde voeding – obesity epidemic.....	18
Tabel 4: Typologieën van beleidsinstrumenten.....	23
Tabel 5: Een duwtje/nudge als vierde beleidsinstrument voor gedragsverandering.....	24
Tabel 6: Een overzicht van nudges als beleidsinstrument op basis van zeven beleidscriteria.....	25
Tabel 7: Een beknopt overzicht van concrete gedragsinterventies in Vlaanderen.....	34
Tabel 8: Een classificatie van nudges op basis van transparantie versus manipulatie.....	42
Tabel 9: Het Mindspace kader.....	47
Tabel 10: Het EAST kader.....	48

BOXEN

Box 1: Een greep uit een indrukwekkende lijst gedragsinzichten.....	14
Box 2: Cass Sunsteins catalogus met de 10 belangrijkste nudgetypes.....	19
Box 3: De 9 stappen van het Test, Learn, Adapt framework.....	31
Box 4: De 7 standaarden van de OESO voor de toepassing van gedragsinzichten.....	31
Box 5: Het nudging project van de FOD Financiën.....	37
Box 6: Een overzicht van de belangrijkste kaders om gedragsinzichten toe te passen.....	53

//

INHOUD

Inleiding	6
> De onderzoeksopzet: vijf perspectieven en vijf ambities	7
> De essentie: vijf pijlers	9
> De gedragsterminologie: vijf definities	10
1 Een narratief perspectief	11
1.1 De menselijke psyche	12
1.2 De baanbrekende nudgetheorie	15
1.3 De institutionele opmars	19
2 Een bestuurskundig perspectief.....	23
2.1 De beleidsinstrumentele strategie	23
2.2 De experimentele overheid	26
2.3 Het Vlaamse landschap	32
3 Een kritisch perspectief.....	38
3.1 Methodologische kanttekeningen: de grenzen	39
3.2 Ethische kanttekeningen: de risico's	41
3.3 Ideologische kanttekeningen: de bijbedoelingen	43
3.4 Publieke acceptatie in Vlaanderen en daarbuiten	44
4 Een praktijkgericht perspectief	46
4.1 MINDSPACE (2010)	46
4.2 EAST (2014)	47
4.3 BIAP (2016)	49
4.4 De gedragsverkenner (2018)	50
4.5 BASIC (2019)	52
Uitleiding.....	54
Referenties.....	55

INLEIDING

Elk moment van de dag moeten we keuzes maken, zelfs als we beslissen om helemaal niet te kiezen. Gelukkig gaat het meestal om een aaneenschakeling van banale keuzes en alledaagse routines. Hoeveel keer druk ik de snooze-knop van mijn wekker in? Welke kleren zal ik vandaag aandoen? Wat eet ik als ontbijt? Welk nieuws trekt mijn aandacht? Het is maar een fractie van de talloze bewuste en onbewuste beslissingen die we hebben genomen, nog voor we de deur achter ons hebben gesloten en een nog veel uitgestrektere keuzewereld betreden. Af en toe gaat het om meer gewichtige en complexe beslissingen die mogelijks de verdere koers van ons leven bepalen. Wat en hoeveel ga ik studeren? Voor welke partij ga ik deze keer stemmen? Waar ga ik wonen, en met wie? En welk verjaardagscadeau ga ik dit jaar voor mijn geliefde kopen? Als er meer op het spel staat, zijn we geneigd om de verschillende opties wat grondiger te bestuderen, de voor- en nadelen af te wegen om tot een weloverwogen besluit te komen. **Al die keuzes, de grote en de kleine, vormen samen de grondstof van ons gedrag.** Gedragsinzichten, en dus kennis over hoe mensen keuzes maken, staan in dit rapport centraal.

Hoe meer keuzes we kunnen en moeten maken, hoe groter de kans op keuzestress en zelfs keuzeverlamming (De Ridder & Tummers, 2019). Want hoe (zelf)zeker zijn we eigenlijk dat we altijd en overal de juiste, of de beste keuze maken? In de meeste gevallen hebben we immers onvoldoende tijd, capaciteit en motivatie om alle aspecten in rekening te brengen en doen we een beroep op onze intuïtie, ervaring en zelfkennis. Hoewel ons (voor)gevoel ons verbazend vaak in de juiste richting stuurt, zijn we niet onfeilbaar. Gedragseconomen en psychologen ontdekken nu al minstens een halve eeuw allerlei mentale omwegen en shortcuts, die afwijken van het perfecte, rationele keuzemodel. Die **kloof tussen het wenselijke en het menselijke gedrag** vormt het speelveld van de gedragswetenschappen. Lange tijd was er ook sprake van een andere kloof, met name die tussen de beschikbare en groeiende kennis van de gedragswetenschappen en de mate waarin overheden die kennis gebruikten in beleid (Van Humbeeck et al., 2015, 5). Al minstens een decennium en vooral sinds de publicatie van het boek *Nudge* door Richard Thaler en Cass Sunstein (2008) zijn beleidsmakers overal ter wereld die kloof in snel tempo aan het overbruggen.

Beleid is ontegensprekelijk gericht op gedragsbeïnvloeding. **Kennis van het menselijke gedrag is cruciaal voor succesvol overheidsbeleid.** "Watching behavior before writing the rules" luidt het credo van Richard Thaler. Geen wonder dat de toepassing van gedragsinzichten de laatste jaren in de lift zit. Wereldwijd zien we overheden – die nochtans onderling ideologisch, cultureel en qua beleidspraktijk sterk verschillen – optreden als keuze-architecten. Ze geven burgers gelijkaardige 'duwtjes' (de Nederlandse vertaling van een nudge) in de rug om hen te helpen voldoende te bewegen, gezond te eten, op tijd hun belastingen te betalen, goede doelen te steunen, niet te snel te rijden en duurzamer te leven. In dit rapport willen we nagaan wanneer, waar en waarom gedragsinzichten deze missie hebben meegekregen en hoe ze die opdracht vandaag vervullen. Daarop aansluitend willen we een verkennend kader meegeven voor de toepassing van gedragsinzichten in Vlaanderen en daarbuiten. Wie op zoek is naar inzicht en overzicht om aan de slag te gaan met gedragsinzichten, en wie bereid is hiervoor twee tot drie uur van zijn of haar kostbare (lees)tijd te investeren, willen we met het voorliggende kader een helpende hand bieden en, inderdaad, een duwtje in de goede richting geven.



> DE ONDERZOEKSOPZET: VIJF PERSPECTIEVEN EN VIJF AMBITIES

De centrale en overkoepelende **vraagstelling** van het onderzoeksproject luidt: *Hoe kan een overheid gedragsinzichten en nudging toepassen en verankeren in het beleid?* Als antwoord plaatsen we met dit onderzoeksrapport nudging in perspectief (Loewenstein & Chater, 2017). We bieden we een caleidoscopisch kader dat de narratieve wortels, de bestuurskundige positionering, de kritische toetsing en de concrete beleidspraktijk van gedragsinzichten omvat. Is er eigenlijk wel nood aan een zoveelste kader voor de toepassing van gedragsinzichten? Zoals we zullen zien bestaat er inderdaad al een kleine bibliotheek aan wetenschappelijke studies, bloemlezingen, kritische commentaren, kaders, tools, handleidingen, draaiboeken, stappenplannen, kompassen, gedragstoetsen en zelfs gedragswielen. We dompelen ons onder in die gelaagde bibliotheek en bouwen in grote mate voort op de rijke voorraad wetenschappelijke en beleidsmatige inzichten die voorhanden is om dit rapport vorm te geven.

Dit onderzoeksrapport is dus in essentie een **literatuurstudie**, waarmee we een *status quaestionis* opmaken van de beschikbare, wetenschappelijke kennis over het gebruik van gedragsinzichten en nudging als beleidsinstrument door de overheid. De opbouw van theorie staat in dit rapport centraal. De empirische toepassing en toetsing komt aan bod in de volgende onderzoeksfase. In deze fase schetsen we de contouren van het onderzoeksveld, verkennen we de methodologische en ethische grenzen, definiëren we de belangrijkste concepten en formuleren we een reeks onderzoeksvragen.

Daarbij hanteren we **vijf perspectieven**. Vier daarvan volgen de vierdelige structuur van dit rapport. Achtereenvolgens bekijken we de toepassing van gedragsinzichten in beleid door een narratieve, een bestuurskundige, een kritische en een praktijkgerichte bril. Een vijfde perspectief loopt als een rode draad doorheen de vier delen en richt zich op de ontwikkelingen binnen het Vlaamse landschap. De vijf perspectieven geven telkens aanleiding tot verschillende **onderzoeksvragen** die hieronder verder worden uitgesplitst.

1. Het narratief perspectief:

- Wat is de intellectuele oorsprong van gedragsinzichten?
- Welke rol speelde de nudgetheorie in de opkomst van gedragsinzichten in beleid?
- Welke types van nudges kunnen we onderscheiden?
- Hoe verloopt de institutionele opkomst en verspreiding van gedragsinzichten in beleid?

2. Het bestuurskundig (of beleidstheoretisch) perspectief:

- Welke positie en strategie veronderstellen nudges en gedragsinzichten als beleidsinstrument?
- Waar moeten we nudges en gedragsinzichten situeren binnen de beleidscyclus?
- Met welke methodologische en ethische aspecten moeten we rekening houden bij *Randomised Controlled Trials*?

3. Het kritisch perspectief:

- Waar liggen de grenzen op het vlak van effectiviteit, kostenefficiëntie en duurzaamheid?

- Welke ethische risico's zijn er op het vlak van transparantie, vrijheid en autonomie?
- Hoe staan burgers tegenover de toepassing van nudges en gedragsinzichten?

4. Het praktijkgericht (of beleidspraktisch) perspectief:

- Welke *frameworks* en *tools* bestaan er om gedragsinzichten toe te passen in beleid?
- Wat zijn de verdiensten en de uitdagingen van deze toepassingskaders?

5. Het Vlaams perspectief:

- Hoe ver staan Vlaanderen en België op het vlak van institutionalisering en beleidsinterventies?
- Welke Vlaamse *tools* zijn voorhanden om gedragsinzichten toe te passen in beleid?
- Hoe verhoudt Vlaanderen en België zich tot Nederland en wat kunnen we daaruit leren?

Deze vijf perspectieven kunnen we vervolgens koppelen aan de **vijf specifieke ambities** van dit rapport:

1. **Een synthese maken** van de belangrijkste output die gedragsexperten uit zowel de academische als de beleidswereld hebben geproduceerd. We willen doordringen tot de essentie en staan in de eerste twee delen stil bij elk van de vijf fundamentele pijlers die de toepassing van gedragsinzichten in beleid kenmerken. De vele kaders die door verschillende instanties werden ontwikkeld, komen in het vierde deel aan bod.
2. **Duidelijkheid scheppen in de gedragsterminologie**, door te focussen op de definities van enkele kernbegrippen zoals gedragseconomie, gedragsinzichten en nudging, om meteen de drie belangrijkste te noemen. Deze begrippen worden zelden duidelijk gedefinieerd en worden daarom ook te pas en te onpas door elkaar gebruikt. Daarbij aansluitend besteden we ook extra aandacht aan de typologie van nudges.
3. **Het bolwerk van kritieken analyseren** dat doorheen de jaren tegen de opkomst van gedragsinzichten in beleid werd opgetrokken. Niet iedereen is even enthousiast over de ideeën en de praktijken die dit nieuwe fenomeen met zich mee brengt. In het derde deel overlopen we de methodologische, ethische en ideologische kanttekeningen. Tegen dat licht bekijken we ook de publieke acceptatie van dit soort beleidsinterventies.
4. **Een stand van zaken opmaken van het Vlaamse en bij uitbreiding het Belgische landschap**. Tot op heden is het beeld op het gebruik van gedragsinzichten in ons land nog vaak te gefragmenteerd en te onduidelijk. We taxeren zowel de instellingen die gedrag in beleid vertalen, als de gedragsinterventies die daaruit voortvloeien.
5. **De gedragsverkenner** van het Vlaamse Team Gedragsinzichten onder de aandacht brengen. Zowel de structuur als de methodologie van de gedragsverkenner vormen een krachtig instrument om de theoretische onderbouw van dit rapport in een volgende onderzoeksfase naar de Vlaamse beleidspraktijk te vertalen.

////////////////////////////////////

> DE ESSENTIE: VIJF PIJLERS

Het toepassen van gedragsinzichten in beleid omspannt een ruim assortiment aan theoretische inzichten, ethische overwegingen, experimentele methodes, grootschalige praktijkprojecten, instellingen en instrumenten. Het voorbije decennium ontstonden er **verschillende benamingen en vertakkingen** die allen (een stuk van) hetzelfde fenomeen trachten te captureren: Nudge Theory (Thaler & Sunstein, 2008; Kosters et al., 2015), Behavioural Turn (Bogliacino et al., 2016), Behavioural Public Policy (Oliver, 2017; John, 2018), Behavioural Public Administration (Grimmelikhuijsen et al., 2017), Behavioural Government (Whitehead et al., 2018) Neuroliberalism (Whitehead et al., 2018), Behavioural Insights Movement (Feitsma 2019, 23-26) en de Behavioural State (Feitsma, 2019) - om enkel de belangrijkste pogingen tot synthese bij naam te noemen. Uit dit brede arsenaal kunnen we, naar analogie met het werk van Joram Feitsma (2019, 125-26; 229), vijf fundamentele pijlers ontwaren die de essentie van de gedragsinzichten vormen. In de twee eerste delen van dit rapport zoomen we met een narratieve en vervolgens een bestuurskundige blik in op elk van deze pijlers.

1. Het gebruik **van kennis uit de gedragswetenschappen** met een hoofdaandeel voor de gedragseconomie en de cognitieve psychologie. Deze nieuwe wetenschappelijke inzichten nemen niet langer de meest wenselijke, maar de meest menselijke manier van keuzes maken als maatstaf voor het bestuderen van gedrag.
2. De katalyserende rol van **nudging**, en de bijhorende begrippen 'keuze-architectuur' en 'libertair paternalisme'. De vertaling van de gedragswetenschappelijke kennis door Richard Thaler en Cass Sunstein heeft deze inzichten tastbaar en bruikbaar gemaakt voor overheden.
3. De **politieke en institutionele omarming en omkadering** van gedragskennis, met het Britse *Behavioural Insights Team* als referentiepunt. Hier gebeurt de verdere vertaling van theoretische ideeën en conceptuele instrumenten naar de beleidspraktijk.
4. De **strategische positionering als beleidsinstrument** ten opzichte van de bestaande beleidsinstrumenten-*toolbox* op basis van criteria zoals kostenefficiëntie, keuzevrijheid, effectiviteit en legitimiteit. De vraag stelt zich of gedragsinzichten een vervanging dan wel een versterking zijn van traditionele beleidsinstrumenten zoals regulering, taxering, subsidiering of sensibilisering.
5. Het pleidooi voor een **experimentele en empirische overheid**. De opkomst van gedragsinzichten in beleid gaat gepaard met een sterke vraag naar empirisch bewijsmateriaal, op basis van voorafgaande testen. Daarbij wordt vooral ingezet op *Randomised Controlled Trials* (RCT's). Deze wetenschappelijke onderbouwing van de beleidspraktijk sluit aan bij stromingen zoals *evidence-based policy making* en *what works*.



> DE GEDRAGSTERMINOLOGIE: VIJF DEFINITIES

Voordat we dieper ingaan op de vijf pijlers van gedragsinzichten, willen we eerst nog kort stilstaan bij de gedragsterminologie. Het gebrek aan **conceptuele duidelijkheid en heldere definities** is één van de meest fundamentele pijnpunten in het debat. Hausman en Welch (2010, 125) beweren bijvoorbeeld dat Thaler en Sunstein zelf niet altijd even consequent omsprongen met de definitie van nudge in het eigen, gelijknamige boek, en illustreren dit met het systeem van emissiehandel bij milieuvuiling (2018, 206). Het feit dat bepaalde beleidsmaatregelen onterecht als een nudge worden bestempeld, helpt natuurlijk ook niet. Het bekendste voorbeeld is de zogenaamde *Big Gulp Ban*, die Michael Bloomberg als burgemeester van New York in 2012 trachtte door te voeren. Uit gezondheidsoverwegingen voor zijn burgers verbood hij de grootste maat van sodabekers. Hij creëerde hierrond heel wat consternatie en werd later teruggefloten door de rechtbank. Bloomberg omschreef zijn maatregel zelf als een nudge, maar zowel Thaler als Sunstein namen er openlijk afstand van omdat het volgens hen een duidelijke vorm van regulering betrof (Sunstein, 2014a, 75-78). Op andere momenten schiepen de auteurs echter minder duidelijkheid, bijvoorbeeld over de verhouding tussen nudges en financiële prikkels of tussen nudges en neutrale informatiecampagnes (Hansen, 2016, 156-157; Oliver, 2017; Legett, 2014).

Vage, onvolledige, open of net afwezige definities ondermijnen volgens Oliver (2017, 174) de geloofwaardigheid van het hele veld. We gaan hier echter niet poneren dat we de volmaakte definities hebben gevonden en dat we erin geslaagd zijn deze over de hele lijn consequent toe te passen. Zeker de passages over het beleidsinstrumentarium, de kritieken en de typologieën vormen op dat vlak een pittige uitdaging. Daarentegen willen we op voorhand wel **vijf begrippen uit de gedragsterminologie definiëren** en zo alvast de betekenis meegeven die ze in dit rapport zullen aannemen.

- **Sociale marketing:** is de toepassing van commerciële marketing concepten door de overheid om sociale veranderingen te promoten (Pykett et al., 2014, 97).
- **Gedragseconomie:** is een stroming binnen de economische wetenschappen die psychologische inzichten toepast op menselijk gedrag en zo economische beslissingen tracht te verklaren die afwijken van de rationele keuzetheorie (Lourenço et al, 2016, 10; Oliver, 2017, 8).
- **Gedragsinzichten:**
 - is officieel een verzamelnaam voor inzichten uit de wetenschappen die het menselijke gedrag bestuderen zoals psychologie, sociologie, biologie, gedragseconomie en neurowetenschappen en die zo helpen te begrijpen hoe mensen zich gedragen (Lourenço et al, 2016, 10; Ruggeri, 2019, 60).
 - is in dit rapport tegelijk de verzamelnaam voor de vijf pijlers die we zopas hebben geschetst.
- **Nudge:** is een specifieke vorm van de gedragsinzichten op basis van keuze-architectuur en geldt als een duwtje in de goede richting om het gedrag van mensen op voorspelbare wijze te veranderen zonder opties te verbieden of de financiële stimulansen aanzienlijk te wijzigen (Thaler & Sunstein, 2018, 14).
- **Boost:** is een specifieke vorm van de gedragsinzichten en geldt als een niet-financiële en niet-dwingende interventie om keuzevermogen en –vaardigheden van mensen te verhogen zodat ze beter keuzes kunnen maken (Hertwig & Grüne-Yanoff, 2017, 1).



1 EEN NARRATIEF PERSPECTIEF

In dit eerste grote luik analyseren we de oorsprong, de opkomst en de ontvangst van gedragsinzichten in beleid, met een focus op het laatste decennium. Op wereldschaal kunnen we niet langer spreken van een vluchtige hype of een zoveelste trend binnen de bestuurskunde. Of zoals David Halpern, het hoofd van het Britse *Behavioural Insights Team* (BIT UK) het formuleerde: “**Love it, or hate it, nudging is here to stay**” (Halpen, 2015, 12). De kans is inderdaad reëel dat we de komende jaren het gebruik van gedragsinzichten door overheden nog verder zullen zien toenemen. Voor een beter begrip van de plaats die gedragsinzichten vandaag en morgen in de overheid innemen, richten we onze blik eerst naar het verleden.

Het is altijd handig om de opkomst van een fenomeen of beweging te kunnen vastbinden aan een specifieke datum en een specifieke locatie. Het ontbreekt de ontstaansgeschiedenis en de opkomst van gedragsinzichten binnen overheidsbeleid echter aan één duidelijke Rubicon. Afhankelijk van welk perspectief je hanteert, kan je de narratieve nadruk leggen op een baanbrekende naoorlogse ontdekkingen in de cognitieve psychologie en hun alliantie met de economische wetenschap, de impact van het *Mindspace* rapport, de politieke omarming ervan door wereldleiders als Barack Obama en David Cameron of de institutionele pioniers- en referentierol die het BIT UK heeft gespeeld (Whitehead et al, 2018, 23-24). Niettemin is er één jaartal dat wel vaker gezien wordt als het definitieve vertrekpunt. In **2008** waren er minstens drie noemenswaardige ontwikkelingen die het proces ontgensprekelijk sterk hebben beïnvloed en versneld.

Eerst en vooral wordt het jaar 2008 wereldwijd geassocieerd met de **financiële crisis**. De ergste crisis sinds de Grote Depressie zorgde voor diepe barsten in het denken over economie en beleid. De crisis dwong overheden in een besparingslogica. Ze versnelde ook de transitie van een *New Public Management* referentiekader, dat marktdenken centraal plaatst, naar een *New Public Governance* tijdperk, dat draait rond netwerken (Bouckaert, 2018). De oorzaken van deze bankencrisis waren veelvuldig en complex (haast zo complex als de onbevattelijke *credit defaults swaps* die aan de basis van de ellende lagen). Hoewel slechts weinigen de crisis van tevoren hadden zien aankomen, ontbrak het achteraf (ongetwijfeld geholpen door de *hindsight bias* of het *knew-it-all-along-phenomenon*) niet aan verklarende analyses. Die wezen onder andere in de richting van menselijke mankementen, die de producten niet helemaal hadden begrepen, niet konden weerstaan aan een deal die effectief te mooi bleek om waar te zijn en zich lieten meeslepen door het feit dat zoveel andere mensen hetzelfde deden. En laat de beperkte rationaliteit en wilskracht van de mens, in combinatie met sociale invloeden, nu net één van de belangrijkste uitgangspunten zijn van die tweede ontwikkeling in 2008. In dat jaar publiceerden de gedragseconoom Richard Thaler en de rechtsgeleerde Cass Sunstein, collega’s aan de universiteit van Chicago, hun *Nudge* boek. Nog in 2008 werd Barack Obama, eveneens afkomstig uit Chicago, verkozen tot president van de Verenigde Staten. President Obama benoemde Sunstein kort daarna tot hoofd van de *US White House Office of Information and Regulatory Affairs* (OIRA). Waarmee hij in één klap zowel de politieke omarming als het institutionele ontbolsteren van de gedragsinzichten in gang zette. Al zou het zwaartepunt van deze ontwikkeling zich al snel verplaatsen richting het Verenigd Koninkrijk, waar David Cameron zijn zegen en Richard Thaler zijn advies gaf bij de oprichting van het BIT UK.



1.1 DE MENSELIJKE PSYCHE

De intellectuele wortels van deze nieuwe beweging liggen in de opkomst van de zogenaamde *New School of Behavioural Economics* (Sent, 2004). Deze **nieuwe vorm van gedragseconomie** kwam op in de jaren 1970 en gaat ervan uit dat mensen lang niet zo rationeel denken en handelen als de neoklassieke economische modellen en rationale keuzetheorie ons hebben willen doen geloven. Al mogen de merites van de *Old School of Behavioural Economics* (Sent, 2004) met op kop de Amerikaanse, intellectuele duizendpoot Herbert Simon en zijn *bounded rationality* these niet onderschat worden. Andere, nog verder in de tijd verwijderde invloeden van de familie Bernouilli (expected utility theory); Adam Smith (het belang van emoties en onzekerheid in het keuzeproses) of John Maynard Keynes (animal spirits) laten we in wat volgt buiten beschouwing (Oliver, 2017; Ruggeri, 2019).

De interdisciplinaire ontstaansgeschiedenis van de nieuwe school wordt narratief vorm gegeven door de intellectuele ontmoeting tussen de Amerikaanse econoom Richard Thaler en de Israëlische cognitieve psycholoog Daniel Kahneman. Deze grondleggers van de gedragseconomie waren beiden bedreven in het **catalogiseren en categoriseren van 'eigenaardige' menselijke beslissingen** die in tegenspraak waren met de economische rationale keuzetheorie (Thaler, 2015). Kahneman werkte dit verder uit in de *Prospect Theory* (1979), die het maken van keuzes bij onzekerheid analyseert en waaruit onder andere bleek dat de emotionele waarde die we aan verlies hechten veelal groter is dan de waarde die we aan evenveel winst toekennen. Beide wetenschappers, die zich een leven lang ophielden op het raakvlak tussen economie en psychologie, zouden hiervoor uiteindelijk – net zoals Herbert Simon overigens – worden beloond met een Nobelprijs Economie.

Daniel Kahneman en Amos Tversky (1982) beschreven in hun boek *Judgment Under Uncertainty* hoe mensen onder condities van *bounded rationality* (te weinig tijd, informatie of aandacht) redeneren volgens een set **heuristieken**, intuïtieve vuistregels of 'mentale shortcuts' die ons desondanks toch in staat stellen zo efficiënt mogelijk te kiezen. Zo werken we bij cijferkundige opdrachten stevast met bepaalde referentiepunten of ankers (*verankering*). We geven meer aan goede doelen als de opties 100, 250, 1000 en 5000€ zijn dan wanneer de opties 50, 75, 100 en 150€ zijn (Thaler & Sunstein, 2008, 35). De *beschikbaarheidsheuristiek* houdt verband met het gemak waarmee we voorbeelden uit ons geheugen kunnen opdiepen. We kunnen ons immers niet alle mogelijke informatie voor de geest halen, maar baseren onze keuze op basis van de meest recente, de meest frequente, de meest opvallende of de meest negatieve ervaringen. De kans op overlijden door een auto-ongeval wordt bijvoorbeeld 300 keer groter geacht dan de kans op overlijden door suikerziekte, hoewel de daadwerkelijke verhouding 1:4 is (Kahneman, 2017, 146). Een derde, belangrijke heuristiek is die van de *representativiteit*. We vergelijken met en beoordelen via bekende stereotypen. Zo zullen we een onbekende man met opvallende tatoeages eerder inschatten als een professionele voetballer dan als een leerkracht, ook al lopen er statistisch gezien veel meer leerkrachten rond. We hebben immers de neiging om in keuzesituaties automatisch te reageren op één stukje informatie.

Dankzij Kahnemans magnum opus *Thinking Fast and Slow* (2011) weten we bovendien dat er **twee denksystemen** in onze hersenen opereren: een snel, automatisch en dus onbewust aan de ene kant (systeem 1) en een trager, reflectief en meer rationeel aan de andere (systeem 2). Dit wordt ook wel eens de *Dual Process Theory* genoemd. Beide systemen hebben voor- en nadelen, en bewijzen in verschillende omstandigheden hun nut. De automatische piloot treedt in werking als we een zak chips in snel tempo



verorberen, als we ons moeten bukken voor een tennisbal die abrupt onze richting uitkomt of als we in de ogen van een schattig baby kijken. Ook activiteiten zoals autorijden en typen kunnen we na verloop van tijd en voldoende oefening ten dele aan ons automatische systeem overlaten. Het tweede systeem is berekender en neemt alle opties in overweging vooraleer het tot een keuze overgaat. Het is meer een planner dan een doener. Het wordt ingezet als we moeilijke rekensommen krijgen voorgeschoteld, moeten manoeuvreren op onbekend terrein of verkennende rapporten dienen op te leveren. Het beeld van twee systemen is eigenlijk een heuristiek op zichzelf. Het is een vereenvoudigde weergave van een veel complexer proces. Dat maakt het echter niet minder ingrijpend, zeker nu blijkt dat we in de praktijk nog veel meer dan oorspronkelijk gedacht, gebruik maken van het automatische, intuïtieve en emotionele spectrum. En de kans is groot dat we hierop in de toekomst nog meer zullen moeten vertrouwen.

Bovendien blijkt dat mensen bij onzekerheid niet zomaar willekeurige of *random* keuzes maken. De afwijkingen van het rationale keuzemodel hebben een zekere systematiek, een patroon en dus ook een zekere **voorspelbaarheid**, waaruit je zoals Ariely (2008) zou kunnen concluderen dat mensen voorspelbaar irrationeel zijn. Toch dekt de term irrationeel niet helemaal de lading. Deze intuïtieve manier van denken en gedragen is namelijk door evolutie in het menselijk brein gevormd en hielp ons lang geleden al te overleven, en vandaag op zijn minst veel tijd te besparen die elders nuttiger kan besteed worden (Nelissen, 2015). Bovendien zijn heuristieken mogelijk niet alleen de snelste, maar net omwille van de begrensde rationaliteit ook soms de meest optimale manier van keuzes maken. Gerd Gigerenzer bedacht hiervoor de term **'ecologische rationaliteit'** (Gigerenzer & Brighton, 2009).

Tabel 1: De twee denksystemen: systeem I en systeem II

Systeem I: Automatischer	Systeem II: Reflectiever
Sneller	Trager
Onbewuster	Bewuster
Moeitelozer	Vermoeiender
Emotioneler	Rationeler
Dagelijkse keuzes	Complexe beslissingen
Feilbaarder	Betrouwbaarder

(Eigen bewerking naar Kahneman, 2011; Thaler & Sunstein, 2018, 30)

De snelste manier is echter niet altijd en overal de beste en kan mogelijk leiden tot bepaalde vooroordelen en zelfs denkfouten, in de literatuur ook wel *cognitive biases* genoemd. Gedragswetenschappers hebben niet minder dan zo'n **150 tot 175 denkfouten (cognitive biases)** in kaart weten te brengen (zie figuur 1 - Benson, 2016; Whitehead et al., 2018). Zo verkiezen we de weg van de minste weerstand en laten we de zaken graag zoals ze zijn (*status quo bias*), vinden we het idee iets te verliezen erger dan iets van dezelfde omvang te winnen (*loss aversion, endowment effect*), hebben we liever een kleinere beloning op korte termijn dan een grotere beloning op lange termijn, hechten we meer waarde aan het heden dan aan de toekomst (*present bias, hyperbolic discounting*), zijn we vaak overdreven optimistisch (*optimism bias, overconfidence effect*) en laten we ons sterk beïnvloeden door wat andere mensen doen of kiezen (*herd behaviour, bandwagon effect, sociale normen*). Tot slot kunnen we ook mechanismen zoals **priming** en **framing** hier onderbrengen.



Box 1: Een greep uit een indrukwekkende lijst gedragsinzichten

Rol van het onbewuste/gewoonte:

- *Priming*: ons gedrag wordt beïnvloed door het onbewuste, intuïtie, onze gemoedstoestand.
- *Framing*: onze keuzes hangen af van hoe die keuzes gepresenteerd worden.
- *Heuristics*: we hanteren vaker simpele vuistregels die snel een voldoende goed resultaat leveren dan dat we weloverwogen kiezen.
- *Saliency*: we zijn vooral gevoelig voor levendige en concrete informatie; onze aandacht wordt getrokken door wat nieuw en relevant lijkt.
- *Default bias*: we hebben de neiging om te blijven bij, of te kiezen voor de standaardoptie.
- *Emotions*: emotionele associaties bepalen mee ons gedrag (woorden, beelden, geuren).
- *Habits*: gewoontes zijn belangrijk (en moeilijk te veranderen, zelfs als we het willen).
- *Asymmetrie*: we horen graag informatie die bevestigt wat we toch al denken en sluiten de ogen voor informatie die indruist tegen onze opinie.

Voorspelbare 'mental shortcuts':

- *Simplification*: we ondernemen meer actie wanneer het gemakkelijk is om het te doen en als het duidelijk is wat er van ons verwacht wordt.
- *Reference point*: het startpunt is van belang (eerder dan absolute verandering).
- We zijn slecht in het inschatten van kansen en risico's. We overschatten kleine kansen.
- We hebben 'mental accounts' als we geld uitgeven/besparen.
- *Hyperbolic discounting*: we hechten meer belang aan voordeel nu dan voordeel later.
- *Time inconsistency*: we gaan inconsistent om met beslissingen in de tijd.
- *Risk aversion*: we willen onzekerheid het liefst vermijden.

'Houden wat we hebben':

- *Loss aversion*: we waarderen verlies en winst niet gelijk.
- *Sunk costs*: we blijven psychologisch verbonden met kosten die we al hebben gemaakt ondanks de huidige kosten en opbrengsten.
- *Status quo bias*: we zijn geneigd de voorkeur te geven aan het handhaven van de huidige situatie.
- *Endowment*: als we eenmaal iets bezitten, kennen we daaraan een hogere waarde toe dan toen we het nog niet bezaten.

Kuddegedrag, sociale normen, zelfbeeld en altruïsme:

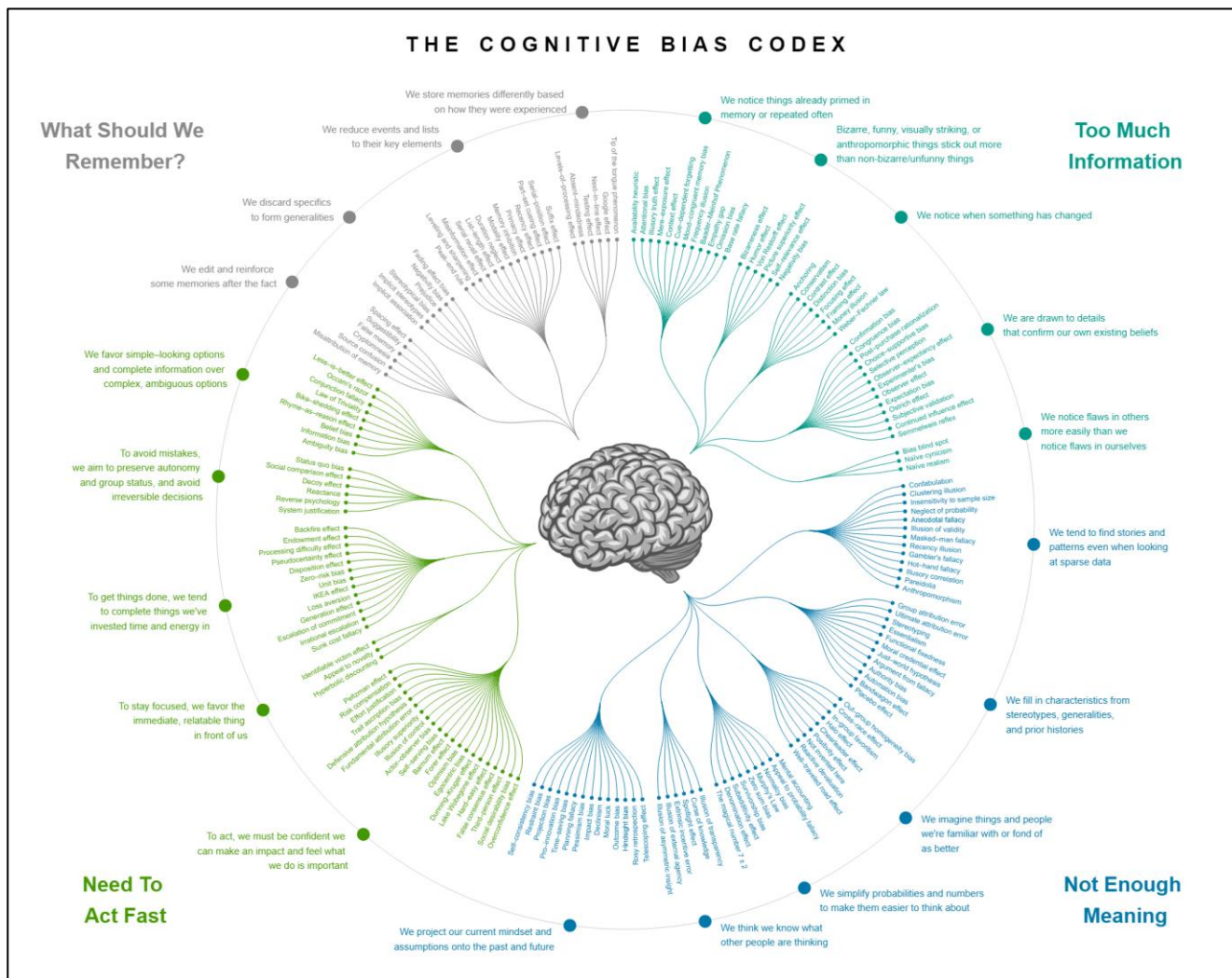
- Normen: we worden sterk beïnvloed door onze waarden en beloftes en door wat anderen doen en vinden;
- *Commitments*: we proberen consistent te zijn met publiek gemaakte beloftes.
- *Messenger*: wie informatie communiceert, is belangrijk.
- Zelfrechtvaardiging: we hebben de neiging om ons gedrag goed te praten voor onszelf en voor belangrijke mensen in onze omgeving.
- We zijn gemotiveerd om 'het goede' te doen. We doen dingen die ervoor zorgen dat we ons beter voelen.

Optimisme, zelfoverschatting en wilskracht:

- We overschatten systematisch onze eigen kennis.
- We overschatten ons vermogen om ons te houden aan zaken die we onszelf opleggen.
- *Ego depletion*: we zijn slecht in staat om wilskracht te blijven tonen bij het controleren van onszelf

Overgenomen uit Van Humbeeck et al., 2015, 7)

Figuur 1: De cognitive bias cheat sheet van Benson



(Ontworpen door John Manoogian III. Categorieën en beschrijvingen door Buster Benson, 2016)

1.2 DE BAANBREKENDE NUDGETHEORIE

Het is best aannemelijk dat de uitgebreide *heuristics & biases* catalogus vandaag nog steeds het exclusieve speelveld van academici en oplettende bedrijven zou gebleven zijn, indien Richard Thaler en Cass Sunstein nooit de bestseller *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness* (2008) op de wereld hadden losgelaten. Of indien ze hadden vastgehouden aan de oorspronkelijke titel van het boek - *Libertarian Paternalism* - en niet geluisterd hadden naar een uitgever, die meer waarde hechtte aan een *catchy* en minder aan een academische titel (Halpern, 2015, 39). Zo bleef een gelijkaardig opzet rond *Assymetric Paternalism* van gedragseconomen zoals Camerer en Loewenstein vijf jaar eerder nog onder de radar (Camerer et al., 2003). Voeg aan de titel *Nudge* nog een opvallende gele olifant op de cover toe en

een even humoristische als heldere ondertoon, en je begrijpt al iets beter waarom het *Nudge* boek ondertussen in velerlei talen werd vertaald en honderdduizenden keren over de toonbank ging (John, 2018, 59). Het woord nudge betekent in het Engels letterlijk een duwtje, en kreeg meteen het achtervoegsel 'in de goede richting' mee. Deze nudges of duwtjes in de goede richting, die zich ook nog als erg goedkoop en vrijheidslievend presenteerden, werden opvallend snel en gretig opgepikt door politici en beleidsmakers. De impact van de nudgetheorie ligt niet zozeer in een radicaal vernieuwende paradigmaverschuiving, maar veeleer in de manier waarop bestaande componenten worden samengevoegd en vertaald naar één coherent, appellerend en mobiliserend verhaal.

Nudge incorporeert in feite de volledige canon van de *New School of Behavioural Economics*, zoals we die hierboven geschetst hebben. Het uitgangspunt is opnieuw het verschil tussen *Econs* en *Humans*, tussen de *maximizers* en de *satisficers* van Herbert Simon (1957), tussen de meest wenselijke en de meest menselijke manier van keuzes maken, tussen het ideaalbeeld van de economische mens (*homo economicus*) en mensen van vlees en bloed in de echte wereld (*homo sapiens*). Of zoals Thaler en Sunstein (2018, 15) het sardonisch stellen: "Als je de economieboeken moet geloven, denkt de *homo economicus* als Albert Einstein, heeft hij net zoveel geheugen als de Deep Blue van IBM en heeft hij de wilskracht van Mahatma Gandhi. Maar de mensen die wij kennen zijn heel anders." Deep Blue kan in deze quote ondertussen probleemloos vervangen worden door de gemiddelde smartphone, maar het principe blijft tot vandaag overeind.

De *Nudge Theory* voegt hier nog enkele belangrijke elementen aan toe, zoals blijkt uit de onderstaande **definitie van een nudge**: "een duwtje in de goede richting dat betrekking heeft op alle mogelijke aspecten van de keuze-architectuur die het gedrag van mensen op voorspelbare wijze veranderen zonder opties te verbieden of de financiële stimulansen aanzienlijk te wijzigen (Thaler & Sunstein, 2018, 14)." Vooral het woord **keuze-architectuur** spreekt tot de verbeelding. De achterliggende idee was dat een overheid als een keuze-architect de mogelijke keuzes op een bepaalde manier kan ordenen en presenteren, om zo de maatschappelijk meest gewenste keuze op een eenvoudige, subtiele en niet dwingende manier naar voren te schuiven. Bij nudging gebeurt dit in principe trouwens 'bewust' op basis van het 'onbewuste' denken (Kahnemans automatische systeem 1), wat het voorspelbare element met zich meebrengt.

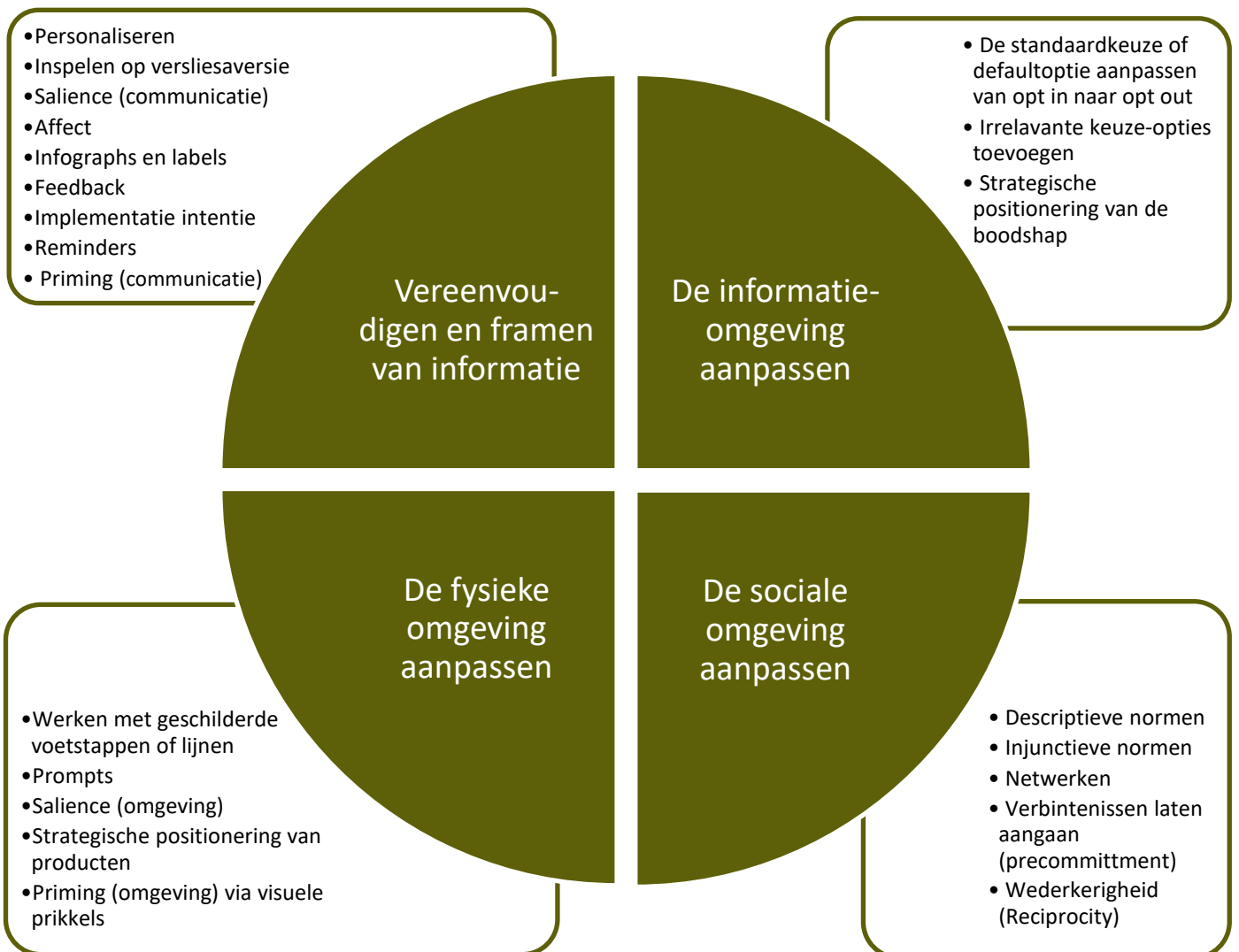
Vanuit een politiek filosofisch of economisch perspectief slaagden Thaler en Sunstein er met *Nudge* in om hun eigen beweging van het **libertair paternalisme** nog meer onder de aandacht te brengen. Het gaat om een softe vorm van overheidsingrepen, die niet alleen de keuzevrijheid van de burger vrijwaart, maar zelfs bevordert door het gedrag van burgers in een richting te sturen die hun leven beter maakt. Het paternalisme is geen doel, maar een middel. Het libertair paternalisme richt zich op keuzes die mensen graag willen maken, op lange termijn wensen die mensen zelf nastreven, maar niet bereiken door denkfouten, blinde vlekken, korte termijn visie, keuzestress, gebrekkige informatie of te weinig zelfcontrole (Sunstein, 2014a). Volgens hen gaat het allesbehalve om een oxymoron en nog minder om een *contradictio in terminis*, maar om een soort derde weg, een brug die in hun eigen land zelfs de polarisatie tussen Democraten en Republikeinen kon helpen overstijgen (Thaler & Sunstein, 2018, 13, 263-264).

Logischerwijs moet een nudge te allen tijde de keuzevrijheid respecteren en kan er dus op geen enkele manier sprake zijn van dwang. **Klassieke voorbeelden** van nudges zijn het plaatsen van fruit op ooghoogte, de vlieg in het urinoir of de default-optie bij orgaandonatie of pensioensparen. De open en soepel gehanteerde definitie van nudging heeft een sterke invloed op de typologie en dus op de verschillende



soorten nudges die circuleren. Allereerst vallen de soorten nudges uiteen in twee grote groepen: interventies die de keuze sturen via communicatie enerzijds en via de fysieke omgeving anderzijds. Er zijn vanzelfsprekend nog vele andere invalshoeken te bedenken om nudges te classificeren. Whitehead et al. (2014) kozen bijvoorbeeld voor drie groepen: communicatie, sociaal-culturele normen en design. Münscher et al (2016) van de universiteit van Heidelberg kwamen uit bij drie andere categorieën: beslissingsinformatie (bv. framing), beslissingsstructuur (bv. default) en beslissingshulp (bv. reminders of commitments). De kaders, die we in het laatste deel zullen bespreken, voegen hier nog een reeks opties aan toe. In dit rapport willen we echter een **vierdelige typologie van nudges** naar voren schuiven (House of Lord Report 2011, 10; Mont et al. 2015, 22):

Figuur 2: Een vierdelige typologie van nudges



(Eigen bewerking, geïnspireerd op House of Lord Report 2011, 10; Mont et al. 2015, 22)



Ter illustratie passen we deze vierdelige typologie toe op twee belangrijke beleidsuitdagingen: energieverbruik en gezonde voeding (Mont et al. 2015, 40,48)

Tabel 2: Typologie van nudges toegepast op particulier energieverbruik - energy efficiency gap

Type gedragsinzicht	Toegepaste gedragsinterventies
Vereenvoudigen en framen van informatie'	Feedback op energieverbruik via factuur, apps en slimme meters
	Energie labels zoals het EU Energy Label
De informatie-omgeving aanpassen	Standaard via opt out groene stroom aanbiedingen
De fysieke omgeving aanpassen	Prompts (geheugensteuntjes zoals stickers bij lichtschakelaars)
De sociale omgeving aanpassen	Sociale vergelijking en competitie via facturen (zoals de <i>Opower reports</i> - infra)

(Eigen bewerking, geïnspireerd op Mont et al. 2015)

Tabel 3: Typologie van nudges toegepast op gezonde voeding – obesity epidemic

Type gedragsinzicht	Toegepaste gedragsinterventies
Vereenvoudigen en framen van informatie'	Werken met voedingslabels zoals nutriscore of <i>traffic light system</i>
	De menukaart herschikken
De informatie-omgeving aanpassen	Het gezonde of vegetarische menu als de standaardoptie aanbieden
De fysieke omgeving aanpassen	De portiegrootte aanpassen via kleinere borden of smallere glazen
	De zichtbaarheid en toegankelijkheid van voedingsproducten aanpassen (fruit op ooghoogte)
De sociale omgeving aanpassen	Informatie delen over het gemiddelde eet- en drinkpatroon van anderen

(Eigen bewerking, geïnspireerd op Mont et al. 2015)



Hoewel het *Nudge* boek vol staat van snelle, simpele en succesvolle voorbeelden zullen we ontdekken dat het niet zo eenvoudig is om gedragsbewust beleid stevig te verankeren. Bovendien zullen we verderop zien hoe op institutioneel vlak beleidsmakers zich bewust gaan distantiëren van de meer controversiële term nudging. Ze willen gedragswetenschappelijke inzichten ruimer invullen en zullen steeds vaker spreken over de toepassing van gedragsinzichten in plaats van over nudging (De Smedt et al., 2018; BIN NL, 2017a, 3). Zo trachten ze op hun manier nudging in perspectief te plaatsen.

Box 2: Cass Sunsteins catalogus met de 10 belangrijkste nudgetypes

1. Default of standaardoptie: automatisch intekenen op basis van een opt out systeem
2. Vereenvoudiging: keuzecomplexiteit verminderen
3. Sociale normen: benadrukken wat de meeste mensen doen
4. Gebruiksvriendelijkheid en gebruiksgemak verhogen
5. Onthullen van informatie (*disclosure*) op een bevattelijke manier
6. Waarschuwingen (grafisch of op een andere manier)
7. *Precommitment* strategieën: mensen op voorhand een engagement laten aangaan
8. Reminders: kan gebeuren via mail of SMS
9. Implementatie intentie (actieplannen op voorhand laten opmaken)
10. Feedback

(Op basis van Sunstein, 2014b)

1.3 DE INSTITUTIONELE OPMARS

Overheden zijn lang niet de enige actoren die gedagskennis aanwenden om hun doelen te bereiken. De verstremgeling van de gedragsinzichten en (sociale) marketing is bij momenten innig. Van supermarkten waar geen enkel product willekeurig gepositioneerd is en kleur noch geur toevallig zijn gekozen, over fastfoodketens waarbij de inrichting van menukaart uw keuze in deze of gene richting stuurt tot de beruchte A/B testen van Google of Facebook, ze vormen stuk voor stuk prototypes van keuze-architectuur. Het werk van Robert B. Cialdini (2019) rond beïnvloeding en overtuiging wordt hierbij vaak als standaardwerk genoemd. Zijn ‘beïnvloedingswapens’ hebben zeker raakvlakken met de meer wetenschappelijk onderbouwde gedragsinzichten, maar dienen vooral commerciële doeleinden waardoor ze buiten de scope van dit rapport vallen. Tegen het einde van de twintigste eeuw werden diezelfde **marketingtechnieken** echter eveneens ingezet voor sociale doeleinden (Pykett et al., 2014). Vooral in het domein van de gezondheidszorg trachtten overheden via campagnes producten en levensstijlen aan de man of vrouw te brengen om bijvoorbeeld meer te sporten of veilig te rijden; of net preventiestrategieën te ontwikkelen om minder te roken of alcohol te drinken (Eagle, 2013). Deze synergie tussen overheidsbeleid en reclamewereld noemen we **sociale marketing** en heeft mee de weg geplaveid voor de latere doortocht van de gedragsinzichten (Whitehead et al., 2018).



De toename van wetenschappelijke inzichten over menselijk gedrag en de groeiende nood van overheden om dat gedrag effectief te kunnen sturen, heeft de opkomst van gedragsinzichten in beleid versneld. Niet lang na de publicatie van hun ophefmakende *Nudge* boek kregen de auteurs een uitgelezen kans om **hun nudge-ideeën binnen respectievelijk de Britse en de Amerikaanse overheid in de praktijk te brengen**. Washington beet al in 2009 de spits af met de benoeming van Cass Sunstein tot hoofd van het invloedrijke OIRA, een instelling die voornamelijk focust op regulering. Deze benoeming door kersvers president Barack Obama ging niet onopgemerkt en zonder tegenkanting voorbij. Uit vrees voor meer regulering, meer paternalisme en voor de manipulatieve dreiging die van de *Nudge Theory* zou uitgaan, kreeg Sunstein forse kritiek uit Republikeinse hoek te verduren. Door één commentator werd hem zelfs het etiket van “most dangerous man in America” opgekleefd (Sunstein, 2013, 24; Halpern, 2015, 42). Hoewel Sunsteins passage voor anderen dan weer onder de hooggespannen verwachtingen bleef, heeft hij toch een aantal nudgegeïnspireerde elementen geïntroduceerd. Denken we bijvoorbeeld aan de *Patient Protection and Affordable Care Act*, (beter bekend als Obamacare) of de vervanging van de complexe voedselpiramide door een vereenvoudigd bord. Op die manier heeft hij in die periode gezorgd voor een voorzichtige mentaliteitswijziging binnen de Amerikaanse overheid (Whitehead et al., 2018). Hoewel de Verenigde Staten te boek staan als de institutionele pionier was er, deels door het beperkter politieke draagvlak, nooit sprake van een echte doorbraak. In 2015 trachtte president Obama een nieuw elan te creëren met Executive Order 13707, dat overheidsinstellingen opdroeg om gedragsinzichten structureel te verankeren in beleidsprogramma's (OECD, 2017). Het besluit voorzag ook in de oprichting van een interdepartementaal **Social and Behavioral Sciences Team** (SBST). Sinds Donald Trump het Witte Huis heeft betreden, is het echter opvallend stil geworden rond dit team en de verdere uitbouw van gedragsinzichten in de Verenigde Staten.

Aan de andere kant van de Atlantische Oceaan stond Londen klaar om de voortrekkersrol van Washington over te nemen. De Britse overheid toonde al sinds het begin van de 21^{ste} eeuw interesse in de wereld van gedragsinzichten, maar pas met de publicatie van het *Mindspace* rapport (infra), de adviserende steun van Richard Thaler en vooral de ruggensteun van premier David Cameron volgde de echte doorbraak. In 2010 zag het **Britse Behavioural Insights Team**, ook wel de Nudge Unit genoemd, het levenslicht. David Halpern, die zijn strepen had verdiend als psycholoog, wetenschapper en topambtenaar, leek de geknipte persoon. Hij beschikte over een zevenkoppig polyvalent team, een beperkt budget en twee jaar tijd om het bestaan te rechtvaardigen. In zijn boek *Inside the Nudge Unit* beschrijft Halpern (2015) hoe het BIT UK de *Nudge* ideeën vanuit de veilige conceptuele nevelen naar de weerbarstige praktijk heeft gebracht. Het minste wat je kan zeggen is dat het BIT UK de opportuniteit met beide handen heeft gegrepen. Al tijdens de tweejarige ‘proefperiode’ werden een dozijn RCT experimenten uitgevoerd in uiteenlopende beleidsdomeinen. Het BIT UK heeft samengewerkt met andere overheidsinstellingen om mensen o.a. sneller richting een job te begeleiden, energiezuiniger te leven, minder snelheidsovertredingen te begaan, te stoppen met roken, de diversiteit binnen politiekorpsen te vergroten, de groei van KMO's te stimuleren, meer geld in te zamelen voor liefdadigheid of om burgers hun belastingen op tijd te laten betalen. In een klein decennium heeft het BIT UK zich bewezen als een rendabele return on investment. Gestart als een overheidsorganisatie met minder dan 10 werknemers en een budget van een half miljoen £ is het BIT UK vandaag uitgegroeid tot een vennootschap met sociaal oogmerk (beheerd door de overheid en de onafhankelijke innovatie-instantie Nesta) met meer dan 100 personeelsleden, een budget van meerdere miljoenen ponden (£) en kantoren in Londen, Sydney, Singapore en New York. Bovendien heeft de Britse BIT via haar jaarlijkse update rapporten en bevattelijke *frameworks* zoals *Minspace*, *East of TLA* (infra) in grote mate bijgedragen tot de mondiale verspreiding en doorbraak van de gedragsinzichten. Of zoals Halpern

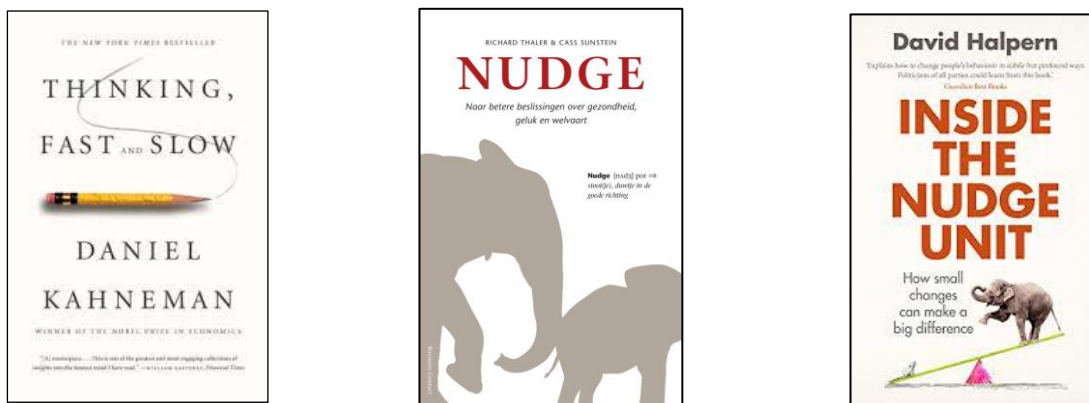


Om nadien de vergelijking met Vlaanderen te kunnen maken, zoomen we hier in op de **institutionalisering van de gedragsinzichten in Nederland** (Martens, 2019). In eerste instantie toonde vooral de Wetenschappelijke Raad voor Regeringsbeleid (WRR) zich bedrijvig met twee rapporten: 'De menselijke beslisser' (2009) en 'Hoe mensen keuzes maken' (2010). Ondertussen had de Nederlandse Belastingdienst al in 2009 een Team Gedragsverandering opgericht en ook bij de Ministeries voor Algemene Zaken, van Sociale Zaken en Werkgelegenheid en van Infrastructuur en Milieu groeide de interesse (BIN NL, 2017a). In 2014 schakelede de institutionalisering nog een versnelling hoger. Maar liefst vier verschillende adviesraden kwamen met een rapport dat de structurele inbedding van gedragsinzichten promoveerde. De Raad voor leefomgeving en infrastructuur publiceerde 'Doen en laten: effectiever milieubeleid door mensenkennis' (Rli, 2014). De Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling ging dieper in op de ethische bekommernissen in 'De verleiding weerstaan: grenzen aan beïnvloeding van gedrag door de overheid' (RMO, 2014). De Raad voor Volksgezondheid en Zorg (2014) richtte zich op een gezondere levensstijl. En opnieuw de WRR (2014) kwam in zijn rapport 'Met kennis van gedrag beleid maken' met concrete aanbevelingen.

De regering, onder impuls van minister Henk Kamp voor Economische Zaken en (inmiddels) Klimaat (EZK), reageerde positief en ging voortaan het gebruik van gedragswetenschappen en –interventies aanmoedigen. (Martens, 2019). Nog in hetzelfde jaar werd een interdepartementaal *Behavioural Insights Netwerk* (BIN NL) opgericht, dat de gedagsexperten binnen elke departement verbindt en coördineert. Het netwerk wordt aangestuurd door EZK en voorgezeten door EZK coördinator Thomas Dirkmaat. BIN NL komt maandelijks samen, voorziet opleidingsmodules, ontwerpt tools, houdt lezingen, organiseert jaarlijks de 'Dag van het Gedrag' en brengt in navolging van de Angelsaksische landen ook een update rapport uit met als titel 'Rijk aan gedragsinzichten' (BIN NL, 2017a).

Naast de activiteiten op het centrale overheidsniveau kent Nederland de laatste jaren ook een verdere **verspreiding op lokaal niveau** in steden zoals Amsterdam, Eindhoven, Rotterdam, Utrecht, Den Haag en Tilburg. Joram Feitsma concludeerde in zijn proefschrift dat de instellingen en praktijken van het Nederlandse landschap der gedragsinzichten zowel binnen de centrale als de lokale overheid vooralsnog opereren op een "onopvallende, ad hoc, netwerkachtige" manier (2019, 16-17). Al zijn er tekenen dat sommige grotere en meer ervaren eenheden zoals BIT EZK of de *Behavioural Insights Group* Rotterdam naar een volgend stadium evolueren. De titel van de Dag van het Gedrag – Next Level was in dat licht misschien wel profetisch. Verderop zullen we zien op welk level België en Vlaanderen zich momenteel bevinden.

Figuur 4: De drie basiswerken van het narratieve perspectief



(Boekcovers van Kahneman, 2011; Thaler & Sunstein, 2015; Halpern, 2015)



2 EEN BESTUURSKUNDIG PERSPECTIEF

De toepassing van nudges en gedragsinzichten in beleid wordt in de literatuur soms gelinkt aan **het tijdperk van New Public Governance** (Esmark, 2018; Feitsma, 2019, 27). Het gebruik van keuze-architectuur, met een expliciete focus op communicatie en informatie, gedijt wel binnen een overheid die inzet op netwerken en softe sturing. Dit zou dan een nieuwe, narratief antwoord bieden op beperkingen van het New Public Management (Hood, 1991; Bouckaert, 2018). In dit tweede luik willen we met een bestuurskundige blik kijken naar de positie van gedragsinzichten als beleidsinstrument, naar het belang van beleidsevaluatie en naar de focus op *evidence based policy making* (EBP). De beweging rond de gedragsinzichten gaat gepaard met een beweging van experimenteel onderzoek en pre-testen. Bestuurskunde heeft, in tegenstelling tot wetenschappelijke disciplines zoals psychologie, economie of geneeskunde, geen al te rijke traditie op het vlak van experimenten (Bouwman & Grimmelhuijsen, 2016). Recent pleiten echter steeds meer bestuurskundigen voor de toepassing van ‘experimenteel design’ binnen het onderzoeksveld, als aanvulling op bestaande, veelal kwalitatieve onderzoeksmethoden (James, Jilke & Van Ryzin, 2017). Tot slot willen we nog opmerken dat het beleids perspectief steeds extern is gericht, van de overheid naar de burgers toe, wat aansluit bij het *Behavioural Public Policy* onderzoeksveld. Een blik op de interne werking van de overheid en de rol die gedragsinzichten (en cognitieve bias) daarbij kunnen spelen, valt onder de ruimere *Behavioural Public Administration* noemer, maar valt ook buiten de scope van dit onderzoek (Lodge & Wegrich, 2016; Grimmelhuijsen et al., 2017).

2.1 DE BELEIDSINSTRUMENTELE STRATEGIE

Beleid is per definitie gericht op gedragsbeïnvloeding (De Smedt et al., 2018). Een overheid beschikt over verschillende instrumenten om gedragsverandering tot stand te brengen. Vaak wordt het beeld gebruikt van een beleidsmaker die beschikt over een *toolbox* met beleidsinstrumenten. Daarin zitten dan doorgaans drie overkoepelende types: juridische instrumenten (regelgeving), economische instrumenten (belastingen en subsidies) en communicatieve instrumenten (informatie- en sensibiliseringscampagnes (Van der Doelen, 1989; Fobé et al., 2015). Andere veel gebruikte classificaties zijn het NATO model van Hood (1984) en de “carrots, sticks and sermons” typologie van Vedung (1998), in het Nederlands omgezet naar de “wortel, de zweep en de preek” (Winsemius, 1986; Bovens et al., 2017). Telkens gaat het in wezen om min of meer dezelfde driedeling (zie tabel 4). Daarbij is het van belang te begrijpen dat deze drie klassieke beleidsinstrumenten telkens uitgaan van een rationeel beslissende burger.

Tabel 4: Typologieën van beleidsinstrumenten

Hood	Van der Doelen	Vedung
Authority	Juridische instrumenten	Sticks
Treasure	Economische instrumenten	Carrots
Nodality	Communicatieve instrumenten	Sermons
Organization	/	/

(Fobé et al., 2015, 31)

De vraag stelt zich waar we gedragsinzichten in het algemeen en meer specifiek nudges moeten situeren ten opzichte van deze drie traditionele beleidsinstrumenten. We onderscheiden twee verschillende visies. Een eerste visie vertrekt van de strikte definitie van nudges en beschouwt ze als **een afzonderlijk, vierde type beleidsinstrument** (House of Lords, 2011; Galle, 2014; Sunstein, 2014; Kosters & Van der Heijden, 2015; Tummers, 2019). Een nudge verbiedt geen opties, zoals een zweep, en verandert de kosten van een keuze niet significant, zoals een wortel. En in tegenstelling tot een preek gaat een nudge niet uit van een perfecte, maar van een begrensde rationeel beslissende burger. Naast twee zogenaamde harde beleidsinstrumenten (regels en financiële prikkels), plaatsen we dan twee zachtere of softere instrumenten: communicatie die inzet op het bewuste en communicatie die inzet op het onbewuste keuzeprocess (RMO, 2014, 141). Lars Tummers (2019) heeft recent deze vierdeling expliciet vorm gegeven (zie tabel 5).

Tabel 5: Een duwtje/nudge als vierde beleidsinstrument voor gedragsverandering.

	1. Wortel	2. Zweep	3. Preek	4. Duwtje/nudge
<i>Discipline</i>	Economie	Rechten	Communicatie	Psychologie
<i>Verandering via</i>	Prikkels	Geboden en verboden	Overtuiging	Keuze-architectuur
<i>Slogan</i>	Beloon gewenst gedrag!	Maak ongewenst gedrag illegaal!	Vertel wat gewenst gedrag is!	Maak gewenst gedrag gemakkelijk!
<i>Voorbeeld (aangepast)</i>	Subsidieer elektrische wagens	Verbied wapenbezit	BOB campagne	Standaardoptie bij orgaandonatie

(Op basis van Tummers, 2019, 15)

Op die manier kunnen we gedragsinzichten en nudges ook gaan beoordelen op verschillende **beleidscriteria**. Doorgaans worden de criteria van effectiviteit, kostenefficiëntie, rechtvaardigheid en legitimiteit gehanteerd als maatstaf voor de keuze voor een bepaald beleidsinstrument (Salomon, 2002, 19-24; Fobé et al, 2015, 45-55). Aanvullend en specifiek relevant voor het gebruik van gedragsinzichten kunnen we daar nog drie criteria aan toevoegen, die sterk met elkaar verbonden zijn: autonomie, keuzevrijheid en transparantie. De meeste van deze beleidscriteria komen later nog uitgebreid aan bod als we de kritieken behandelen. Voor de duidelijkheid beperken we ons hier tot nudges. En zelfs dan is het niet evident om algemene uitspraken te doen over het gediversifieerde palet aan nudges. Het gevaar bestaat dat we nudges vanuit een comparatieve logica beschouwen als één overkoepelende categorie, terwijl elk type nudge anders kan scoren op de verschillende criteria. Een default leunt bijvoorbeeld dichter aan bij regulering, framing via verliesaversie kan in verband gebracht worden met financiële instrumenten en campagnes die gebruik maken van vereenvoudiging en sociale normen verschillen niet altijd zo duidelijk van klassieke sensibiliseringscampagnes. Niettemin willen we in tabel 6 de oefening maken en een eerste overzicht aanreiken (Fobé et al., 2015, 45-55; RMO, 2014).



Tabel 6: Een overzicht van nudges als beleidsinstrument op basis van zeven beleidscriteria

Beleids criterium	Omschrijving	Nudges
Effectiviteit	De mate waarin vooropgestelde doelen worden bereikt.	<ul style="list-style-type: none"> • Eerder kleinschalige effecten • Korte versus lange termijn • Omgekeerd evenredig met transparantie?
Kosteneffectiviteit	De verhouding tussen de bekomen resultaten en de ingezette middelen.	<ul style="list-style-type: none"> • Mikken op goedkope interventies • Populair in tijden van besparingen • Absolute versus relatieve kostenefficiëntie
Rechtvaardigheid	De mate waarin de interventie voor iedereen gelijk is.	<ul style="list-style-type: none"> • Scoren hoog • In principe is het voor iedereen gelijk • In de praktijk heeft men soms veel tijd en competenties nodig
Legitimiteit	De mate waarin overheidsoptreden gewenst is en waarin de mogelijkheid tot publieke verantwoording vervat zit.	<ul style="list-style-type: none"> • Relatief hoge mate van publieke acceptatie • Belang van democratisch draagvlak • <i>Publicity Principle</i> (Rawles – infra)
Autonomie	De mate waarin de autonome beslissingsmacht van burgers gerespecteerd wordt.	<ul style="list-style-type: none"> • Scoren lager • Hoe onbewuster de nudge hoe lager de autonomie (bv. default)
Keuzevrijheid	De mate waarin burgers kunnen kiezen uit meerdere opties.	<ul style="list-style-type: none"> • Scoren hoog • Hoe krachtiger de nudge, hoe lager de keuzevrijheid (bv. default)
Transparantie	De mate waarin de interventie op het moment zelf zichtbaar is.	<ul style="list-style-type: none"> • Hoe onbewuster de nudge hoe lager de transparantie • Omgekeerd evenredig met effectiviteit?

(Eigen bewerking naar Fobé et al., 2015, Tummers, 2019)

Een tweede visie ziet nudges en gedragsinzichten minder als een afzonderlijk beleidsinstrument en meer als een techniek, een hefboom zelfs die de drie traditionele instrumenten effectiever kan maken (Zuure, 2014). De beleidsmaker kijkt via een ‘gedraglens’ naar het volledige beleidsplaatje om de effectiviteit ervan te verhogen (De Smedt, et al., 2018). Gedragsinzichten en nudges worden ingezet voor een proces van *refashioning*, *redesigning*, *refining* en *reshaping* van het bestaande instrumentarium (Halpern, 2015, 318-319; John, 2018, 7). Door bijvoorbeeld sociale normen toe te voegen aan een belastingbrief kan de zogenaamde *tax compliance* verhoogd worden (Nowaczynska, 2019). Door gebruik te maken van verliesaversie kunnen we de non take up van subsidies en andere steunmaatregelen reduceren (Van Mechelen & Janssens, 2017). Door informatie te vereenvoudigen en te kaderen op basis van verliesaversie kunnen we regelgeving beter doen naleven. Door gezondheidscampagnes aan te vullen met labels, waarschuwingen en reminders kunnen we gezonde voeding aanmoedigen en minder gezond gedrag zoals roken tegengaan.



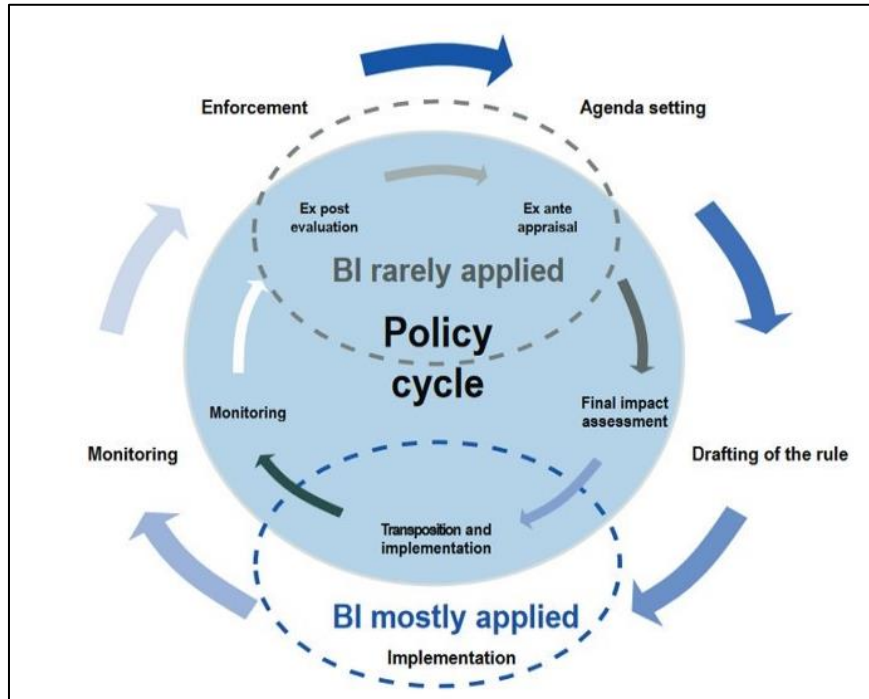
In geen geval mogen we nudges beschouwen als een volledige vervanging van bestaand beleid. De beleidspraktijk heeft meer baat bij een en-en verhaal in plaats van de of-of variant (RMO, 2014, 56). Gedragsinzichten en nudges, als afzonderlijk instrument of als lens, zijn **geen vervanging, maar een aanvulling op het bestaande instrumentarium**. Veelal is een combinatie van beleidsinstrumenten aangewezen en kunnen ze elkaar op die manier versterken (Dolan et al., 2010, 10). Beleidmakers opteren best voor een **duale strategie** door zowel in te spelen op de ecologische rationaliteit en onbewuste processen bij burgers als op rationele, bewuste keuzeprocessen (RMO, 2014, 57). Peter John (2018, 99) vat de voordelen van een duale, complementaire strategie als volgt samen: “The policy maker gets all the advantages of the existing tools of government with their proven advantages but with all the added value of behavioural insights”. Deze duale strategie leunt bovendien sterker aan bij een incrementele in plaats van een revolutionaire logica van beleid maken (Feitsma, 2019).

2.2 DE EXPERIMENTELE OVERHEID

De beleidsinstrumentele benadering bij het ontwerpen van beleid kan ook worden doorgetrokken naar de evaluatie van dat beleid. De OESO *Behavioural Insights Survey* (2017) verzamelde antwoorden van 60 publieke instellingen en bracht aan het licht dat beleidsinitiatieven op basis van gedragsinzichten nog te weinig gebruik maken van zowel **ex ante als ex post beleidsevaluatie** (zie figuur 5). Op dat vlak verschillen ze eigenlijk niet zoveel van de traditionele beleidsinstrumenten (De Peuter et al., 2007; Ruggeri, 2019). Op dit moment worden ook de bijkomende gedragsinzichten relatief laat opgenomen in de beleidsvoering, met name op een moment dat de voorbereiding van beleid eigenlijk al achter de rug is. Ze dienen dan om de beleidsimplementatie te finetunen, de instrumenten beter te maken en de effectiviteit ervan te verhogen. In de toekomst zouden gedragsinzichten volgens de OESO doorheen de hele beleidscyclus veel explicieter een plaats moeten krijgen, van de ontwerp/designfase wanneer wordt nagedacht over alle mogelijke beleidsalternatieven, over de uitvoering van die alternatieven, tot en met de monitoring en de finale beoordeling ervan (OECD, 2017, 53).



Figuur 5: Gedragsinzichten en de beleidscyclus



(OECD, 2017, 53)

Vooral op het gebied van ex ante evaluatie hebben de gedragsinzichten een belangrijke ontwikkeling op gang gebracht. Onder impuls van het **Britse BIT** en het **What Works netwerk** congrueert de beweging van de gedragsinzichten met een nieuwe beweging rond beleidsexperimenten en pre-testen. Halpern (2015, 339) stelt dat “the experimental methods that behaviourists have helped popularise may prove their greatest legacy of all.” Het is nog volgens Halpern (268-273) een slecht bewaard geheim dat de overheid van veel beleidsmaatregelen eigenlijk niet weet of ze nu effectief werken of niet. Net zoals experts in vele andere domeinen doen beleidsmakers aan ‘gut based policy making’ en hebben ze last van het ‘God complex’, de neiging om ervan uit te gaan dat hun inzichten en handelingen de juiste zijn. Net daarom zouden ze beleid maken zonder op voorhand of achteraf na te gaan of het eigenlijk wel kan werken of gewerkt heeft.

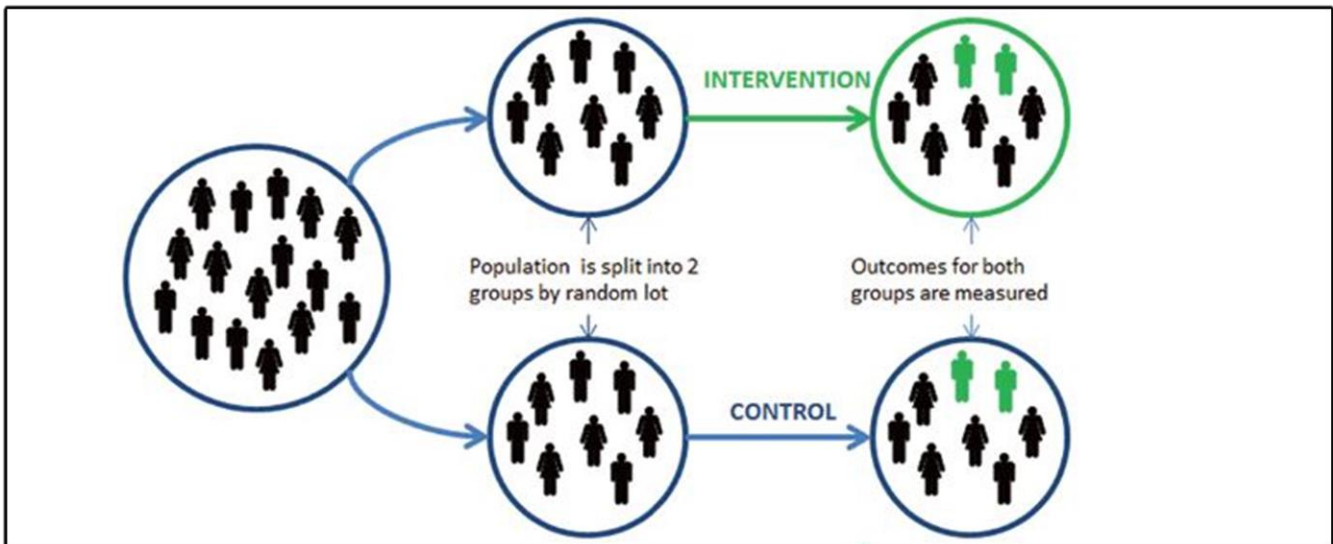
Om dit te vermijden, wordt teruggegrepen naar een niet zo nieuwe methode van beleidsevaluatie: **Randomised Controlled Trials (RCT’s)**. Het is overigens geen toeval dat RCT’s één van de favoriete methodologische praktijken zijn binnen de gedragswetenschappen (Whitehead et. al., 2018, 26). Enigszins ironisch moet al die empirische bewijskracht op ‘rationeel’ wetenschappelijke wijze aantonen dat gedragsinzichten – die net voortbouwen op de ‘niet-zo-rationele’ *condition humaine* – wel degelijk werken. BIT UK heeft RCT’s van bij de start als methodologische maatstaf genomen en gepromoot (John, 2013). Dit kristalliseerde in het toonaangevende draaiboek **Test, Learn, Adapt** (Haynes et al., 2012). Het valt op hoe Thaler (2016) en Sunstein (2014) de experimentele en empirische agenda nadien ook enthousiast hebben overgenomen. Wat nogmaals de kruisbestuiving tussen de wetenschappelijke en de ambtelijke circuits aantoont. Zoals vermeld sluit dit pleidooi voor RCT’s aan bij een rijkere en ruimere tendens rond **evidence-**



based policymaking (EBP), waarin men streeft naar een solide en zelfs rigoureuze wetenschappelijke onderbouw van de beleidspraktijk (Parsons, 2002; Clarence 2002).

Het uiteindelijke doel van een RCT is, kortweg, vast te stellen of een interventie werkt (zie figuur 6). De interventie (het beleid dat getoetst wordt) wordt willekeurig (random) 'toegediend' aan **de interventiegroep**, terwijl een soortgelijke groep (**de controlegroep**) de status quo blijft ontvangen. Regelmatig wordt ook naast die ene controlegroep gebruik gemaakt van verschillende interventiegroepen om verschillende variaties van eenzelfde beleidsmaatregel te testen. Een meting en analyse na een bepaalde tijd moet uitwijzen of er noemenswaardige verschillen tussen de twee groepen zijn ontstaan. Op die manier kan er tijdens de beleidsevaluatie op externe factoren gecontroleerd worden, en kan worden vastgesteld of de interventie ook echt werkt. Het idee lijkt simpel: geef één groep wel een nudge, en een ander niet. Onderzoek de verschillen, en je weet wat werkt of net niet.

Figuur 6: Het basisprincipe van een Randomised Controlled Trial (RCT)



(Haynes et al. 2012, 4)

RCTs vormen ongetwijfeld een krachtige methode om overheidsbeleid te toetsen en te versterken. Niettemin is er aanzienlijke discussie binnen de wetenschap (Deaton & Cartwright, 2018). Zo mogen ze niet gezien worden als dé heilige graal of dé gouden standaard. De specifieke context van een interventie en de algehele complexiteit van de samenleving moeten ons hoeden voor een al te sterk geloof in eenduidige, universele en definitieve antwoorden. Anders gesteld, RCT's vertellen meer iets over "*what worked*" in een specifieke setting, dan over *what works*, altijd en overall (Biesta, 2007). Daarom worden RCT's in de praktijk best aangevuld met kwalitatieve onderzoeksmethoden zoals interviews of focus groepen, om niet alleen te weten te komen wat werkt, maar ook waarom iets werkt. Willen we de kracht en het nut van RCT's ten volle inzetten, dan is het van het grootste belang om deze vormen beleidsexperimenten **methodologisch en ethisch goed te onderbouwen**. Deze methodologische en ethische aspecten zijn overigens nauw met elkaar verweven. Keuzes op basis van ethische argumenten hebben methodologische effecten, en omgekeerd.



Het onderstaande **stappenplan** is gebaseerd op en geïnspireerd door documenten van Haynes et al. (2012), Oakley et al. (2003), UNICEF (2014), John (2017), Fives et al. (2015). Het doel van dit stappenplan is om een kort overzicht te geven van de belangrijkste methodologische en ethische stappen in het opzetten en uitvoeren van een RCT.

De volgende **methodologische aspecten** zijn van belang bij het ontwerpen, uitvoeren en evalueren van RCT's:

➤ **Input (Methodologie en Design)**

1. Bepaal specifiek welk beleid of welke gedragsverandering getoetst dient te worden.
2. Stel vast welke toegevoegde waarde een RCT zou hebben.
3. Creëer uitkomstvariabelen die duidelijk, eenduidig, en meetbaar zijn.
4. Beslis welke personen, groepen, locaties of organisaties de treatment zullen ontvangen, en op welk niveau de effecten gemeten zullen worden.
5. Bereken de 'kracht' die de analyse dient te hebben.
6. Beslis op welke manier er gerandomiseerd zal worden.
7. Randomiseer degenen die de treatment krijgen, en zij die tot de controlegroep zullen behoren.
8. Overweeg de mogelijkheid voor het gebruik kwalitatieve methoden als toevoeging aan het kwantitatieve karakter van de RCT.
9. Verzamel data die de beginsituatie schetst (de baseline).
10. Beslis of er nood is aan een "stepped wedge" implementatie, het geleidelijk, op verschillende tijdstippen toedienen van de interventie aan de verschillende groepen, zodat op het einde iedereen de interventie heeft ontvangen.

➤ **Proces (Implementatie en Uitvoering)**

11. Implementeer de RCT, en verzamel data over de implementatie.
12. Verzamel zogenoemde 'endline data'.

➤ **Output (Analyse en Conclusies)**

13. Bereken de impact van de interventie.
14. Overweeg de mogelijkheid voor een post-endline survey.
15. Rapporteer de resultaten op een heldere, transparante manier.



De volgende **ethische aspecten** zijn van belang bij het ontwerpen, uitvoeren en evalueren van RCT's:

➤ **Twee kernvragen:**

○ *Worden specifieke rechten ingeperkt of aangetast?*

Mensenrechten mogen nooit ingeperkt of aangetast worden door een RCT. RCT's over fundamentele rechten, die substantiële impact hebben op iemands welzijn (zoals persoonlijke veiligheid, gezondheidszorg en onderwijs), dienen gepaard te gaan met de nodige ethische overwegingen en waarborgen.

○ *Is er bescherming nodig voor specifieke (kwetsbare) groepen?*

Onderzoek met kwetsbare groepen mag enkel plaatsvinden wanneer het onderzoek overeenkomt met de noden en prioriteiten van de doelgroep, en geen beroep kan worden gedaan op niet-kwetsbare groepen voor het onderzoek.

➤ **Tien ethische kwesties**

1. De theorie en methodologie achter de RCT dient telkens van hoge kwaliteit te zijn.
2. Er moet zoveel mogelijk (tenzij methodologisch niet acceptabel) gezocht worden naar RCT designs waarbij de deelnemers om toestemming wordt gevraagd, en waarbij er volledige informatie wordt verschaft over het experiment.
3. Risico-analyses moeten voor en tijdens de RCT uitwijzen welke risico's de deelnemers lopen.
4. De selectie en randomisatie van deelnemers dient eerlijk en anoniem te verlopen.
5. Er moet onderzocht worden of stepped-wedge implementatie een mogelijkheid is.
6. Een protocol dient vooraf inzicht te geven aan de doelstelling en methode van de RCT. Het dient publiek toegankelijk te zijn.
7. Bij voorkeur wordt er advies en goedkeuring gevraagd aan een onafhankelijke ethische adviescommissie.
8. Nazorg moet nadrukkelijk naar voren komen in het RCT protocol, en dient er voor te zorgen dat eventuele langetermijneffecten bij de deelnemers opgemerkt worden.
9. De privacy van de deelnemers dient te allen tijde gewaarborgd te worden.
10. De resultaten van de RCT zijn steeds openbaar en publiek toegankelijk.



Box 3: De 9 stappen van het Test, Learn, Adapt framework

TEST

- Stap 1: Kies twee of meer beleidsinterventies die je wil vergelijken (bv. een bestaande versus een nieuwe beleidsmaatregel of verschillende varianten)
- Stap 2: Bepaald op voorhand de uitkomst van de beleidsmaatregel en hoe je dit gaat meten
- Stap 3: Bepaal op welk niveau je wil randomiseren: individueel, institutioneel (bv. scholen) of geografisch gebied (bv. gemeenten)
- Stap 4: Bepaald hoeveel eenheden je nodig hebt voor een robuuste resultaat (grootte van de steekproef)
- Stap 5: Wijs elke eenheid toe aan één van de beleidsinstrumenten volgens een doeltreffende randomisatie methode
- Stap 6: Dien de beleidsinterventie toe aan de groepen (let op voor spillover en contaminatie effecten)

LEARN

- Stap 7: meet de resultaten en test de impact van de beleidsinterventies
- Stap 8: pas de beleidsinterventie aan op basis van je resultaten

ADAPT

- Stap 9: keer terug naar stap 1 en om je begrip over wat wel en niet werkt continue te verbeteren

(Haynes et al., 2012)

Box 4: De 7 standaarden van de OESO voor de toepassing van gedragsinzichten

1. Goede en betrouwbare data zijn noodzakelijk
2. Data en bewijs (*evidence*) zijn twee verschillende zaken
3. Herhaal de testen in dezelfde en een andere context (interne en externe validiteit)
4. Overweeg doelgerichte interventies bij een deel van de bevolking en niet altijd bij de hele bevolking (segmentatie)
5. Zorg voor permanente monitoring om op korte en lange termijn effecten te detecteren
6. Publiceer regelmatig resultaten met het oog op transparantie en verantwoording
7. Wees open over het kostenplaatje

(OECD, 2017,55-56)

2.3 HET VLAAMSE LANDSCHAP

In het luik rond institutionalisering hebben we gezien hoe de gedragsinzichten in de Angelsaksische beleidskringen doordringen tot de mainstream en hoe ze ook op het Europese continent stilaan vaste voet aan bestuurskundige grond krijgen. België, en dus ook Vlaanderen, blonk lange tijd uit in afwezigheid. In de internationaal comparatieve rapporten komt België niet of nauwelijks aan bod (BIAP Belgium Overview, 2016; OECD, 2017). De enige echte uitzondering op dat moment is een **RCT pilootproject binnen de FOD Financiën**, waarbij aanmaningsbrieven werden vereenvoudigd en voorzien van verschillende nudges zoals sociale normen en framing. (De Neve et al., 2017; 2019; Luts & Van Roy, 2018). Dit ambitieuze en wetenschappelijk sterk onderbouwde project werd samen uitgevoerd met de Belgische gedragseconomen Johannes Spinnewijn van de London School of Economics and Political Science en Jan-Emmanuel De Neve, op dat moment pas benoemd tot hoogleraar aan de University of Oxford (zie box 5).

Het was die laatste die in november 2015 een eerste schot voor de boeg loste. In een opgemerkt interview met het politieke tijdschrift *Samenleving en Politiek* (Sampol) gaf De Neve aan dat België nog in de kinderschoenen stond en dat het hoog tijd was om een “een federale en/of een Vlaamse Nudge Unit, naar Brits voorbeeld” te creëren (Vermeersch & Benyaich, 2015). Nog in datzelfde Sampol nummer hield **een opvallende alliantie uit de onderzoek- en beleidswereld** een pleidooi om gedragseconomie ook in ons land structureel te verankeren in de beleidsvorming (Van Humbeeck et al., 2015). De oprichting van een Nudge Unit was volgens hen niet voldoende, er moest worden ingezet op het herdenken van het volledige beleidsproces. De alliantie bestond uit personen die geïnteresseerd waren in het potentieel van gedragsinzichten en er vaak al op verschillende manieren mee aan de slag waren. Zo had de Sociaal-Economische Raad van Vlaanderen (SERV) eind 2014 al een SERV academie gehouden over gedragseconomie waar gedragsexperten, politici en beleidsmakers met elkaar in contact kwamen. Daarnaast kunnen we de onderzoekinstelling VITO vermelden met een project over real time feedback bij energieverbruik, de aanpak van zwerfvuil door OVAM, de ‘10.000 stappen per dag’ actie in Gent en nadien in heel Vlaanderen of het experiment met open versus gesloten winkeldeuren van Stadslab Antwerpen. In Vlaanderen lag de nadruk van deze sporadische gedragsinterventies toen vooral op de beleidsdomeinen gezondheid en milieu.

Ook de **academische wereld** mengde zich in het debat. Van Damme et al. (2015) publiceerden een rapport over de link tussen nudging en segmentatiestrategieën in Vlaanderen, waarin ze ook survey-experiment uitvoerden naar duurzaam gedrag via herbruikbare inktpatronen. Een synthese van dit onderzoek verscheen eveneens als een artikel in het Vlaamse Tijdschrift voor Overheidsmanagement (VTOM) (Van Damme et al., 2015; 2016). Daarin pleitten ze voor de duurzame integratie van gedragsinzichten in de Vlaamse beleidsontwikkeling en een verhoging van de beleidscapaciteit door de oprichting van een interdepartementaal nudge team, liefst met permanente, wetenschappelijke ondersteuning.

We mogen stilaan spreken van een momentum, want ook **uit politieke hoek** weerklonken soortgelijke echo's. In een uitgebreide conceptnota van Vlaams Parlementslid voor Open VLD Freya Saeys, (2015, 29) wordt opnieuw gesproken over de “institutionele verankering van het gedragswetenschappelijk perspectief.” Binnen de Vlaamse Overheid wordt uiteindelijk in 2017 een **Team Gedragsinzichten** (TG) opgericht. Dit team is onderdeel van het Departement Kanselarij en Bestuur (DKB), dat de rol opneemt van *Centre of Government*, en instaat voor de ondersteuning van het hoofd van de regering, maar ook inzet op innovatie binnen de besluitvorming (De Smedt et al., 2018). Het TG bestaat vandaag uit vier teamleden en wil in de



eerste plaats fungeren als een kenniscentrum voor alle Vlaamse ambtenaren. Ze coördineren de contacten met wetenschappers, onderzoeksinstellingen en onderzoeksbedrijven. Ze voorzien lezingen, werksessies en netwerkmomenten om kennis te delen en te faciliteren. Daarnaast bieden ze zelf ook advies, ondersteuning en begeleiding aan departementen en agentschappen binnen de Vlaamse overheid om gedragsinzichten toe te passen in concrete beleidsprojecten. Hiervoor heeft de Vlaamse overheid ook een raamovereenkomst met onderzoeksbureau Tempera, waarbij het TG optreedt als tussenpersoon. Er werden sinds 2017 zeven opdrachten besteld via deze raamovereenkomst (zie tabel 7).

Na een aarzelende start lijkt Vlaanderen de laatste jaren bezig aan een inhaalbeweging, zoals eind 2018 ook bleek uit **het themanummer rond gedragsinzichten in VTOM**. Deze publicatie belicht de werking van het TG en de toepassing van gedragsinzichten binnen verschillende Vlaamse beleidsdomeinen. Het bevat een uitgebreid experiment inzake milieuverantwoorde voedselconsumptie bij retail en bedrijfsrestaurants in opdracht van het Departement Omgeving in samenwerking met de UGent, Colruyt Groep en KBC (Slabbinkck et al., 2017; Rubens et al., 2018; Vandenbroele et al., 2018). In de periode 2016-2018 werd o.a. getest hoe men mensen meer seizoensgebonden, meer vegetarisch en minder grote vleesporties kon doen kopen op korte en op lange termijn. Het experiment werd in juni 2019 bekroond met een Publica Award in de categorie Corporate Responsibility. Verder vinden we in het themanummer o.a. een pilootproject van het Vlaams Instituut voor Gezond Leven (VIGL) rond milieu en gezondheid bij sociaal kwetsbare doelgroepen (Morrens et al., 2018). En we maken kennis met drie veldstudies waarbij nudging gebruikt wordt om trapgebruik te stimuleren in gebouwen van de Vlaamse overheid (Boen et al., 2018). In tabel 7 hebben we, op basis van de beschikbare informatie, een beknopt overzicht gemaakt van de projecten binnen de Vlaamse overheid die tot een concreet resultaat hebben geleid (website TG; VTOM, 2018; Martens, 2019; Geelen, 2019).



Tabel 7: Een beknopt overzicht van concrete gedragsinterventies in Vlaanderen

Instelling	Domein	Timing	Locatie	Interventie	Methode	Resultaat
OVAM Tempera	Zwerfvuil	2016	Oud-Turnhout	Een 'in-de-vuilbak' campagne langs 2 autosnelwegparkings	Voor en nameting + Observatie	Daling van afval met 25%.
OVAM Tempera	Zwerfvuil	2016-2017	Halle, Evere, Mechelen, Hoboken	Het plaatsen van afvaleilanden en andere vuilnisbakken op 4 supermarktparkings	64 metingen (voor en na) + Observatie	Daling van afval met 22%.
OVAM Tempera	Zwerfvuil	2017-2018	Vilvoorde	Aandachttrekkende kaders schilderen rond peukentegels	Tellen van het aantal peuken + 449 observaties	47% van de peuken belandt in de tegel
Facilitair Bedrijf en DKB Tempera	Gezondheid Energieverbruik	2017-2018	Elipsgebouw Brussel	Trapgebruik stimuleren via voetstickers, banner en posters	Twee torens: A en B (controle)	Stijging van 16% op gelijkvloers
Facilitair Bedrijf en DKB KU Leuven	Gezondheid Energieverbruik	2018	Herman Teirlinck, Kabinet minister-president en Boudewijngebouw Brussel	Trapgebruik stimuleren via voetstickers, banner en posters	3 veldstudies	2 x geen resultaat 1 x stijging, van 13,8 naar 25%
ILVO en DKB Tempera	Gezondheid Mobiliteit	2018	Melle	Fietsgebruik voor woonwerk aanmoedigen (<7 km) via herstelpunt en campagne	3 metingen (voor, effect en LT)	Geen effect, wel stijging bij controlegroep en daling op LT
AG Plantentuin Meise en DKB Tempera	Zwerfvuil	2017-2018	Meise	Vuilbakken zichtbaar maken met verkeersborden en fluorerende vlaggen	3 metingen (voor, effect en LT) op 2 locaties	1 x geen effect 1 x halvering

////////////////////////////////////

Departement Omgeving UGent Colruyt	Milieuverantwoorde consumptie	2016-2018	Supermarkten Colruyt Laagste Prijzen en Bio- Planet	Verduurzamen en vergroenen van consumptiegedrag op Korte Termijn (KT) 1 maand en Lange Termijn (LT) 9 maanden	Labo- en veldexperiment Portieverlaging, slimme positionering, priming	Portieverlaging vlees: KT +63% LT + 54% Vegetarisch: KT + 195% LT van 13% naar 17% Fruit + 18% Groenten + 43% Gevogelte + 14%
Departement Omgevig UGent, KBC	Milieuverantwoorde consumptie	2016-2018	Bedrijfsrestaurants KBC en UGent	Verduurzamen en vergroenen consumptiegedrag KT 1 maand en LT 6 maanden	Portieverlaging, slimme positionering, priming op KT en LT	KT KBC +5% KT Ugent +5,5% Geen LT effecten
DKB TG VIGL KU Leuven	Gezondheid	2019	Herman Teirlinck gebouw Brussel	Personeel meer laten bewegen op het werk via verstelbare tafels door posters, reminders, defaults	Voor- en nameting	Stijging van 3,7% naar 37%
OVAM Tempera	sluikstorten	2017-2019	10 pilootprojecten in Vlaanderen	Inzetten van camera's om sluikstorten te verminderen	Voor- en nameting, camerabeelden, sanctionering	3 metingen suggereren daling van het sluikstortvolume
DKB Tempera	Gebruik van overheidsmiddelen: printen	2018-2019	Herman Teirlinckgebouw	Wedstrijd op 4 verdiepingen, infographics op 1 verdieping	Voor- en nameting, interviews	Daling van aantal prints

(Eigen bewerking, op basis van website en input TG; VTOM, 2018; Martens, 2019; Geelen, 2019)



Het Vlaamse landschap is onlosmakelijk verbonden met het Belgische. Ondanks de oproep van De Neve heeft de federale overheid op dit moment nog geen team gedragsinzichten opgericht. Toch stellen we vast dat er binnen **verschillende federale beleidsdomeinen zaken aan het bewegen zijn**. Zo is er binnen de FOD Financiën, door het succes van het project met de aanmaningsbrief, ondertussen wel een functie Tax Compliance en Gedragsinzichten ingericht om toekomstige projecten te managen (Martens, 2019, 31). Binnen de gezondheidszorg werd er al in het voorjaar 2017 in de Kamer een resolutie ingediend om gedragsinzichten toe te passen (Somers et al., 2017). In navolging daarvan worden er op dit moment binnen de FOD Sociale Zekerheid experimenten ontworpen, bijvoorbeeld bij de Directie-generaal Personen met een handicap om het niet opdagen voor doktersafspraken te verminderen. De POD Maatschappelijke Integratie hield in 2017 een studievoormiddag. En ook de Dienst Administratieve Vereenvoudiging (DAV), als onderdeel van de FOD Kanselarij van de Eerste Minister, toont interesse in het onderwerp, zoals bleek op de studiedag die ze in het voorjaar van 2019 organiseerden met nationale en internationale experts. Het valt af te wachten of ook de Federale overheid in de toekomst die interesse zal omzetten in een meer structurele aanpak en in de oprichting van een kennis- en expertisecentrum

Op basis van een documentanalyse en interviews met Vlaamse gedragsexperten maakte Martens (2019) een **vergelijking tussen België/Vlaanderen en Nederland** op het vlak van instellingen, gedragsexperten en interventies. Zij concludeerde dat Nederland op dit moment verder staat qua institutionalisering en qua personeel. Er huizen gedragsexperten en soms zelfs hele gedragsteams in bijna alle ministeries. Ook de coördinerende rol van het BIN netwerk is een belangrijke factor. Het draagvlak is wel in beide landen aanwezig, mede dankzij de inspanningen van het Vlaamse TG en het succesvolle project van de FOD Financiën, maar dat wordt hier voorlopig nog niet omgezet in budget, capaciteit en personeel. Dat heeft dan weer een invloed op het aantal projecten en experimenten. Toch moeten we een onderscheid maken tussen kwantiteit en kwaliteit. Er zijn er "minder, maar ze zijn daarom niet per definitie minderwaardig (Martens, 2019, 60). Het Vlaamse project rond gezonde voeding en het Federale project rond de aanmaningsbrief scoren erg sterk op een aantal onontbeerlijke criteria voor de toepassing van gedragsinzichten in beleid: ze baseren zich op wetenschappelijke literatuur en expertise, ze werken samen met academische en andere partners, ze ambiëren een zo hoog mogelijke methodologische kwaliteit op basis van RCT's en quasi-experimenten, ze houden rekening met de korte én met lange termijn, en ze publiceren en communiceren open over de testen, de resultaten en zelfs het kostenplaatje. Op die manier hebben ze de lat voor toekomstige projecten alvast hoog genoeg gelegd.



Box 5: Het nudging project van de FOD Financiën

Sinds 2015 zet de Federale Overheidsdienst (FOD) Financiën gedragsinzichten in om burgers hun belastingen op tijd te laten betalen en dus de zogenaamde *tax compliance* te verhogen. In samenwerking met twee Belgische gedragseconomen voerden zij een reeks grootschalige en wetenschappelijke veldexperimenten uit rond de aanmaningsbrief. Op jaarbasis moeten ongeveer 1,8 miljoen burgers bijbetalen, voor een totale waarde van € 3,6 miljard. Wie binnen de twee maanden zijn belastingschuld niet inlost, ontvangt zo'n brief.

In 2015 werd een RCT uitgewerkt, die meteen op nationale schaal werd toegepast. In totaal ging het om 225.877 aanmaningsbrieven. De randomisatie gebeurde op basis van rijksregisternummer. De inspiratie kwam o.a. vanuit Engeland, waar de HMRC in samenwerking met BIT UK een succesvol experiment op basis van sociale en morele normen had uitgevoerd (Hallworth et al., 2014). De bestaande brief (de *Ancien*) werd gebruikt voor de controlegroep, en daarnaast werden er **acht varianten opgesteld op basis van verschillende nudges**: vereenvoudiging, sociale normen (95% van de Belgische belastingen worden op tijd betaald), public goods (positieve of negatieve morele boodschap die focust op de besteding van de belastingen) en explicit penalty (inspelend op de mogelijke kosten). De resultaten mochten gezien worden. In totaal werden na twee weken **16,9%** meer volledige betalingen genoteerd ten opzichte van de oude brief. Dit komt uiteindelijk neer op een meeropbrengst van € 21.698.016, gemeten op dag 14 na ontvangst van de brief. De vereenvoudiging bleek op zichzelf al erg effectief en bij de variaties stak vooral de afschrikkingsboodschap (explicit penalty) erboven uit (zie onderstaande tabel). Ook op het vlak van kostenefficiëntie kon het project mooie cijfers voorleggen.

Typebrief	Dagen sinds ontvangst brief		
	2	7	14
Ancien	21,06%	40,42%	53,24%
Controlenieuw	30,75%	52,27%	62,29%
Socialnorm (SN)	30,33%	52,34%	62,39%
Publicgoodsneg (PG-)	30,18%	51,74%	61,99%
Publicgoodspos (PG+)	29,34%	50,70%	61,07%
SN + PG	30,31%	51,63%	61,68%
Explicit Penalty (EP)	32,71%	54,47%	64,12%
Active Choice (AC)	30,72%	52,56%	62,51%
AC + EP	33,07%	54,45%	63,82%

Volgens het Test-Learn-Adapt principe werden de testen de daaropvolgende jaren verder verfijnd. Allereerst werden de oorspronkelijke effecten herbevestigd. In 2016 slaagde men er bovendien in om de best presterende EP brief nog te versterken via framing en verliesaversie. Er werd ondertussen ook geëxperimenteerd met het aanslagbiljet. En door de RCT over verschillende jaren te repliceren kon men bovendien **lange termijn effecten** detecteren. Op basis van deze positieve resultaten opteert de FOD Financiën recent voor een meer duurzame verankering van gedragsinzichten in haar werking.

(De Neve et al., 2017; 2019; Luts & Van Roy, 2018)



3 EEN KRITISCH PERSPECTIEF

In dit derde luik kijken we met een kritische blik naar de gedragsinzichten en vooral naar de meer controversiële onderafdeling der nudges. Als we de essentie van de gedragsinzichten met de vijf pijlers beschouwen als een beweging, kunnen we hier spreken van een tegenbeweging. Een overheid die gedragsinzichten wil toepassen, mag zich aan kritische geluiden verwachten vanuit academische, politieke en maatschappelijke hoek. Ze heeft hier idealiter oog voor en dient zoveel mogelijk te anticiperen. Het is echter nog belangrijker dat ze haar eigen beleidskeuzes aan **kritisch zelfonderzoek** onderwerpt. In wat volgt willen we daarom een aantal aandachts- en pijnpunten bespreken.

Bogliacino et al. (2016) hebben op basis van een meta-literatuuranalyse drie grote fasen ontwaard binnen wat ze de “behavioural turn in policy” noemen. Ten eerste, de wijdverspreide implementatie van gedragsinzichten in beleid, met het VK en de VS als voortrekkers. Ten tweede, een discussie binnen de economische wetenschap om de gedragsinzichten in de richting van *evidence based politics & economics* (Chetty 2015, Thaler, 2016) te leiden. Ten derde, een “explosieve groei” van het multidisciplinaire debat tussen voor- en tegenstanders van nudging en gedragsinzichten. De **voorstanders**, ook wel de *behaviouralists* (Whitehead et al, 2018) genoemd hebben we in de narratieve beschrijving al uitvoerig leren kennen. Het gaat om academici, voornamelijk afkomstig uit de psychologie en de gedragseconomie, zoals Sunstein en Thaler die de steun krijgen van de belangrijkste nationale en internationale instellingen zoals BIT UK, de Wereldbank, de OESO en de Europese Commissie. Zij geloven aan de ene kant dat de gedragsinzichten een enorm potentieel hebben om het beleid op basis van gedragskennis te versterken en menen aan de andere kant dat deze nieuwe beweging geen fundamenteel onoverkomelijke ethische of methodologische problemen met zich mee brengt. (Feitsma, 2019, 26-35).

Daartegenover staat echter een diverse groep **tegenstanders**, die ernstige kanttekeningen plaatsen bij de populariteit van de gedragsinzichten. Hen willen we hier aan het woord laten. Binnen het kritische bolwerk kunnen we verschillende stromingen ontwaren. We spreken bewust niet van onwrikbare kampen, maar van beweeglijke stromingen. Mede door het aangroeiende conceptuele en empirische bewijsmateriaal kunnen de “utopistische, dystopische en sceptische elementen” (Feitsma, 2019, 18) van elke stroming in elkaar overvloeien, een stroming van richting doen veranderen, de bedding doen verleggen of zelfs een volledig nieuwe stroming creëren. Overigens moeten we alvast opmerken dat de critici hun pijlen in de eerste plaats richten op nudges en minder op de ruimere toepassing van gedragsinzichten, al ontbreekt het ook hier nog te vaak aan een duidelijke definiëring van het doelwit. De expliciete kritiek op nudging is ook de reden waarom de term nudge gaandeweg een controversiële connotatie heeft meegekregen en waarom gedragsexperts binnen de overheid zich steeds vaker expliciet distantiëren van nudging of minstens aangeven dat ze inzetten op het breder kader van de gedragsinzichten en niet enkel op nudges (Nuyts, et al., 2018, 4; BIN NL, 2017a, 3).



3.1 METHODOLOGISCHE KANTTEKENINGEN: DE GRENZEN

Het leeuwendeel van de methodologische en epistemologische kritiek richt zich op de **effectiviteit** van gedragsinzichten. Werken ze eigenlijk wel? Een van de grootste methodologische hinderpalen was en is misschien nog steeds het gebrek aan voldoende bewijslast *à charge* of *à décharge* (Marteau et al. 2011; Kusters, 2015). Daarom beschouwden sommige vroege critici gedragsinzichten als een overschatte hype, die eigenlijk niet zoveel voorstelt, die niets nieuws toevoegt aan het beleid, en die in het beste geval wel weer vanzelf zou overwaaien (Selinger & Whyte, 2011). Naarmate er meer empirisch materiaal beschikbaar werd, kwam de nadruk vooral te liggen op de beperkte impact van gedragsinzichten. Er is inderdaad vaak sprake van kleine percentages, die misschien wel mooi en indrukwekkend ogen in aantrekkelijke grafieken, maar die ten opzichte van de beoogde beleidsdoelstellingen en in vergelijking met andere, hardere beleidsinstrumenten zoals regulering of financiële prikkels minder voorstellen (John, 2018, 91). Daarnaast zou er omwille van publicatiebias een te grote focus liggen op de succesverhalen, waardoor we een vertekend beeld krijgen van de effectiviteit. Sunstein (2017a) heeft in een paper met de titel '**Nudges that fail**' gewezen op het belang van kennisdeling. Ook experimenten zonder effect en zelfs negatieve of ongewenste effecten moeten publiek gemaakt worden. Het rapport van de Europese Commissie en ook de OESO delen die mening en breiden het *Test, Learn, Adapt* (TLA) motto uit met de 'S' van *Share* om kennisdeling en openheid te promoten (Lourenço et al., 2016, 13; OECD, 2017; OECD, 2019).

Een recente, kwantitatieve studie van Hummel en Maedche (2019) leverde een aantal concrete cijfers op over de effectgrootte van nudges. Op basis van een *systematic literature review* naar nudge-experimenten in verschillende beleidsdomeinen selecteerden ze 100 papers met in totaal 317 effectmetingen. In het algemeen hadden nudges een **mediaan relatief effect van 21%** en een gemiddeld relatief effect van 55%. Aangezien een aantal *outliers* het gemiddelde buitenproportioneel optrekken, is de mediaan van 21% in dit geval betrouwbaarder. Al moeten we er meteen bij vermelden dat de studie ook 1 op 3 effecten bevat die niet statistisch significant zijn. Als we kijken naar de verschillende nudgetypes blijken defaults doorgans betere resultaten voor te leggen. Qua beleidsdomein haalt financiën de hoogste score en energie de laagste. De resultaten van Hummel en Maedche (2019) mogen beschouwd worden als een stevige basis voor verder kwantitatief onderzoek naar de effectiviteit van nudges.

Verder wijzen de voorstanders op de **kostenefficiëntie** van gedragsinterventies. Deze nieuwe beleidstechnieken zetten het feit dat ze goedkoop zijn graag in de verf. In het mobiliserende artikel *Should Governments Invest More in Nudging?* bundelden een aantal van de meest toonaangevende gedragseconomen zoals Bernartzi, Sunstein en Thaler (2017) hun krachten om de relatieve kostenefficiëntie van nudges te staven. Ze vergeleken op systematische basis de kostenefficiëntie van nudges van het BIT UK en het Amerikaanse SBST met die van de traditionele beleidsinstrumenten. Anders gesteld, ze keken niet enkel naar de absolute resultaten, maar wogen de impact af ten opzichte van het gespendeerde budget. Ze onderzochten o.a. cases in verband met pensioensparen, energiezuinigheid en griepvaccins. Telkens scoorden de nudges het beste op het vlak van kostenefficiëntie. Ze concludeerden dat nudges en bestaande beleidsinstrumenten, die in absolute cijfers mogelijk effectiever zijn, moeten gecombineerd worden om nog effectiever te kunnen zijn. En dat overheden inderdaad meer moesten investeren in nudges.

De effectiviteitsvraag heeft nog een andere dimensie. Als nudges toch effect genereren, gelden die dan enkel op de korte of ook op **lange termijn**? Kunnen nudges structurele gedragsverandering realiseren of heeft



Peter John (2018, 94) gelijk wanneer hij stelt dat: *the warm glow given by a nudge can easily fade.* Duurzaamheid is inderdaad nog een ander belangrijk criterium bij beleidsevaluatie, zowel aan de ex ante als aan de ex post zijde. Deze kritische bedenking werd al vroeg geopperd in het House of Lords rapport (2011, 18) en komt sindsdien op geregelde tijdstippen terug naar boven (Madrian 2014, 16; Lourenço et al., 2016, 42; OECD, 2017, 56). Ook hier kampen we helaas voorlopig met een tekort aan voldoende empirisch materiaal. Zelden wordt het lange termijn perspectief meegenomen in het design van een gedragsexperiment. Een blik op de internationale overzichtsrapporten BIAP (2016) en OECD (2017) leert dat respectievelijk slechts 22% en 10% van de gedragsinterventies lange termijn effecten over een langere periode meten. Daarbij stellen we ook een duidelijk verschil in type interventie vast. Bij nudges die bijvoorbeeld gebruik maken van *priming* kan het inderdaad zijn dat het effect slechts kortstondig werkt. Andere nudges zoals het veranderen van de defaults of aanpassingen aan de fysieke omgevingen kunnen dan weer duurzamere effecten genereren, zoals bijvoorbeeld ook bij de experimenten van het Departement Omgeving het geval was.

De meest uitgebreide studie naar de lange termijn effecten van gedragsinterventies werd uitgevoerd door Allcott and Rogers (2014). Zij analyseerden de “home energy reports” van het Amerikaanse bedrijf Opower. Deze rapporten werden maandelijks verstuurd en maakten gebruik van feedback en sociale normen om het energieverbruik te verminderen. Ze namen op basis van RCT’s drie verschillende lange termijn programma’s onder de loep over een periode van vijf jaar bij 234.000 gezinnen. Zij stelden vast dat **herhaling** (*repeated treatment*) kan werken en dat er zelfs op termijn sprake is van **een blijvend effect** (*persistence*), wat wil zeggen dat het gedrag structureel is veranderd, ook na het wegnemen van de interventie, dus nadat er geen rapporten meer gezonden werden (Rogers & Frey 2014; 2016). Ook bij het project van de FOD Financiën, dat over verschillende jaren herhaald werd, zien we gelijkaardige resultaten op het vlak van herhaling en persistentie.

Niettemin zijn er in het huidige debat heel wat stemmen die menen dat nudges niet volstaan om echte, langdurige gedragsverandering tot stand te brengen. Daarvoor zijn ze te oppervlakkig en focussen ze te veel op individuele burgers zonder de onderliggende waarden en normen te willen wijzigen, zonder rekening te houden met het bredere sociaaleconomische en culturele plaatje en het collectieve aspect van beleidsvoering. Het belang van groepscultuur en **sociale identiteitsconstructie** bij gedragsverandering wordt onderschat (Mols et al. 2015). Peter John (2009; 2018) wijst al een decennium op de noodzakelijke synergie tussen de onbewuste *nudge (plus)* strategie aan de ene kant en bewuste *think* strategie aan de andere kant. Ook de introductie van een nieuwe term **boosts** door Hertwig and Grüne-Yanoff (2016;2017) past in die denkrichting. Een boost wil net het vermogen van mensen om eigen keuzes te maken versterken. Het idee is dat mensen zelf op een autonome manier kunnen kiezen. Dit kan bijvoorbeeld door grafisch de consequenties van een keuze inzichtelijk te maken, door implementatie en precommitment plannen op te stellen of door ze via trainingen te laten oefenen in het maken van keuzes bij onzekerheid. Deze visies op gedragsverandering stappen af van het automatische en onbewuste aspect van nudges en zetten in op vaardigheden, overleg en intrinsieke motivatie. Een boost is dan misschien geen nudge, het is wel degelijk een lid van de ruimere familie van gedragsinzichten. De aandacht voor boosts en Sunsteins (2015) ‘educatieve nudges’ neemt de laatste jaren ook fors toe.



3.2 ETHISCHE KANTTEKINGEN: DE RISICO'S

In de rapporten van de Nederlandse adviesraden (WRR; RMO, 2014) wordt uitgebreid stilgestaan bij het ethische luik van nudges. Ze identificeren vier ethische bezwaren. Ten eerste, het is een **inbreuk op de vrijheid en autonomie** van burgers en verhindert het maken van individuele keuzes. Volgens de bekende Britse socioloog Furedi (2011) perken nudges onze vrijheid danig in. Het recht om 'foute keuzes' in het leven te maken, en daaruit te leren, wordt mensen op deze manier ontnomen. Wat als mensen ongezond willen eten, amper bewegen, roken, weinig sparen en gokken? Verderop bij de ideologische kanttekeningen gaan we hier nog dieper op in.

Ten tweede, deze beleidsvorm leidt tot **betutteling en infantilisering**. Het ontslaat mensen van de plicht om zelf na te denken en keuzevaardigheden te ontwikkelen (*deskilling*). Niet de burgers zelf, maar experts nemen de beslissingen en moeten hiervoor geen verantwoording afleggen. Hierin klinken ook **technocratische en psychocratische verwijten** (Jones et al., 2013). De drijfveren en bedrijvigheden van de overheid blijven verborgen voor haar burgers. Feitsma (2018) heeft ons een blik gegund achter de schermen van de Nederlandse gedragsexperts waar we kunnen vaststellen dat de techno- en psychocratische claims tot op heden niet overeenstemmen met de dagdagelijkse realiteit van de beleidspraktijk.

Ten derde, de overheid kan niet weten wat de beste keuze is voor elke burger. Lodge en Wegrich (2016) bedachten hiervoor de term '**rationaliteitsparadox**', want wie of wat nudget nu eigenlijk die nudgers? Aan de ene kant gaan beleidsmakers gedragskennis over de begrensde rationaliteit van burgers aanwenden, en aan de andere kant denken ze van zichzelf dat ze wel perfect rationeel zouden denken en handelen en zo bepalen wat goed beleid is. Ook binnen de bureaucratische processen en interacties spelen onbewuste factoren inderdaad een rol.

Bovenstaande drie kritieken gelden in feite voor elke vorm van overheidsinterventie en zeker voor de hardere beleidsinstrumenten zoals regulering en belastingplicht. Bovendien speelt het verschil tussen de Amerikaanse en de Europese culturele en politieke context een belangrijke rol. In Europa worden doorgaans minder vragen gesteld bij de rol van een sturende overheid en wordt dit niet zo snel ervaren als een inbreuk op onze vrijheid, een vorm van betutteling of een opstap naar een technocratie (Van Humbeek et al., 2015). Er is altijd een bepaalde vorm van gedragsbeïnvloeding en **een neutrale keuze-architectuur bestaat niet** (Halpern, 2015, 306, Sunstein, 2014). Hoe je de cafetaria ook inricht, welke boodschap je op een overheidsformulier meegeeft of de keuze voor een opt out in plaats van een opt in systeem, er zal altijd een zekere vorm van keuze-architectuur meespelen.

De vierde en laatste vorm van kritiek ziet nudging als een vorm van **keuzemanipulatie** (White, 2013; Hansen & Jespersen, 2013). Nudges vormen immers een onzichtbare en onbewuste vorm van sturing. Men schetst het beeld van stiekeme keuze-architecten die bewust inspelen op het onbewuste en dus in feite psychologische trucjes en manipulatieve technieken gaan inzetten (Goodwin, 2012; Wilkinson, 2013). In één adem wordt vaak ook gewezen op een **gebrek aan transparantie en zichtbaarheid**. Het transparantievraagstuk speelt op twee niveaus. Op macroniveau moeten beleidskeuzes de democratische spelregels respecteren door open en transparant te communiceren en verantwoording af te leggen. Thaler en Sunstein (2008), en velen na hen (WRR, 2014, 67.; RMO, 2014, 76) beroepen zich hierbij op het *publicity*



principle van John Rawls uit zijn invloedrijke werk *A theory of justice*. De overheid moet elke beleidskeuze publiekelijk kunnen en willen verdedigen en het moet voor de burgers voldoende traceerbaar zijn.

Op microniveau betekent dit echter nog niet dat volledige transparantie ook vereist is op het specifieke moment dat de gedragsbeïnvloeding plaats vindt. Lange tijd werd inderdaad gedacht dat nudges het beste werken “in the dark” (Bovens, 2009). Anders geformuleerd betekent dit dat relatie tussen effectiviteit en transparantie omgekeerd evenredig zou zijn. Recent onderzoek, vooral rond defaults, plaatst echter twijfels bij die veronderstelling (Loewenstein et al., 2015; Bruns et al., 2018; Tutino, 2019). Nudges zouden wel degelijk tegelijk transparant en effectief kunnen zijn. Mensen zouden dus niet per definitie psychologische weerstand vertonen als ze geïnformeerd worden over de werking en het doel van de nudge. Meer onderzoek naar de **correlatie tussen transparantie en effectiviteit** is echter aangewezen. Hansen en Jespersen (2013, 23) ontwikkelden alvast een interessante matrix op basis van een classificatie tussen transparante en non-transparante nudges enerzijds en nudges die inspelen op het automatische denken (systeem 1) en het reflectieve denken (systeem 2) anderzijds. Op basis van onderstaande classificatie kunnen overheden en beleidsmakers nagaan of hun gedragsbeïnvloeding volledig transparant of volledig manipulatief is. Hansen en Jespersen (2013) formuleren bovendien richtlijnen en aanbevelingen voor elk van de vier types. Het zal niet verbazen dat de ethische bekommernissen zwaarder doorwegen bij het niet-transparante manipuleren van keuzes en van gedrag.

Tabel 8: Een classificatie van nudges op basis van transparantie versus manipulatie

	Transparant	Non-transparant
Systeem 2	Transparante beïnvloeding van consistente keuzes <i>Voorbeelden:</i> vlieg in het urinoir, feedback bij energieverbruik, snelheidsdisplays.	Niet transparante manipulatie van keuzes <i>Voorbeelden:</i> framing van risico’s bij medische beslissingen, het gebruik van ankers bij goede doelen, belastingloterijen
Systeem 1	Transparante beïnvloeding van gedrag <i>Voorbeelden:</i> virtuele verkeersdrempels, recto verso default printer, kalmerende muziek op openbare plaatsen	Niet transparante manipulatie van gedrag <i>Voorbeelden:</i> default opt out bij orgaandonatie, grootte van borden of glazen aanpassen

(Hansen & Jespersen, 2013)



3.3 IDEOLOGISCHE KANTTEKENINGEN: DE BIJBEDOELINGEN

Soms kunnen bovenstaande methodologische en ethische kanttekeningen niet volledig los worden gekoppeld van deze of gene ideologische bril. Of anders geformuleerd: dezelfde gedragsinzichten zullen voor de ene overkomen als té paternalistisch en voor de andere als té libertair.

De argumentatie dat nudges **te paternalistisch** zouden zijn, en dus eigenlijk té goed zouden werken, beroept zich hoofdzakelijk op de ethische implicaties. Te krachtige nudges kunnen niet alleen gebruikt, maar evengoed misbruikt worden door overheden en ambtenaren met slechte bedoelingen. Vooral in de Verenigde Staten, met een meer libertaire traditie, hebben Thaler en vooral Sunstein in zijn rol als hoofd van de OIRA een gevoelige snaar geraakt. Vandaar dat zij tot vandaag blijven hameren op het belang van de keuzevrijheid en de nood aan transparantie. In dat licht moeten we ook de continue, intellectuele armworsteling tussen het werk van de 19^{de} -eeuwse Engelse liberale filosoof en econoom John Stuart Mill en het meer recente werk van Sunstein begrijpen. Daarbij staat Mills Harm Principle (of Liberty Principle) steeds centraal: “The only purpose for which power may be rightfully exercised over any member of a civilized community, against his will, is to prevent harm to others. His own good, either physical or mental, is not a sufficient warrant (...) Over himself, over his own body and mind, the individual is sovereign (Mill, *On Liberty* 8, 1859).” Kortom, mensen moeten hun eigen keuze maken, want zij weten wat goed voor hen is. De overheid mag dit nooit in hun plaats doen, zolang hun keuze of gedrag geen schade berokkent aan anderen. Sunstein trekt dit principe in twijfel en stelt dat keuze-architectuur onvermijdelijk is en dat zogenaamde *behavioural market failures*, veroorzaakt door menselijke feilbaarheid, een softe vorm van paternalisme via nudges kan rechtvaardigen (Sunstein, 2014, 16-17).

De argumentatie dat nudges **te libertair** zouden zijn, en eigenlijk niet echt goed zouden werken, heeft meer aandacht voor de methodologische bedenkingen omtrent effectiviteit en kostenefficiëntie. Gedragsinzichten zouden een gewiekst afleidingsmanoeuvre kunnen zijn, een excuus om als overheid niet te moeten ingrijpen (Goodwin, 2012). De nadruk op lichtvoetige, softe en goedkope beleidsvarianten zou de publieke opinie afleiden van meer ingrijpende, effectieve en noodzakelijke beleidsmaatregelen (John, 2018, 99). In het ergste geval betreft het dan een bewuste, neoliberale strategie in het teken van een kleinere overheid (Han, 2017; Whitehead et al., 2018). Met enkel een paar nudges gaat een overheid inderdaad geen armoede kunnen bestrijden of het klimaat redden. Die stelling gaat er echter ten onrechte vanuit dat nudges per definitie minder effectief en minder duur zouden zijn dan andere beleidsinstrumenten en dat ze bovendien niet complementair in combinatie kunnen gehanteerd worden. Zoals gezegd gaan we echter uit van een duale strategie waarbij gedragsinzichten een aanvulling kunnen zijn op de bestaande *toolbox* van de overheid.

Tot slot willen we nog een laatste bedenking maken over de specifieke rol van een overheid in een wereld die steeds meer wordt gekenmerkt door gedragsbeïnvloeding. Overheden lopen namelijk niet voorop bij de toepassing van gedragsinzichten en bezitten geen monopolie. Integendeel, aangezien de publieke sector relatief laat op dit toneel verscheen, zeker ten opzichte van de private sector, holt ze vaak nog achter de feiten aan. Het specifieke gebruik van gedragswetenschappelijke kennis door bedrijven valt buiten de opzet van dit onderzoek. Niettemin kan een overheid, die ten opzichte van haar burgers de plicht heeft om regulerend op te treden bij misbruik, niet zomaar de andere kant opkijken. Volgens Yeung (2016) gedijt keuze-architectuur namelijk uitstekend in een continu geconnecteerde wereld van doorgedreven digitalisering, big data, alomtegenwoordige algoritmes en apps. De burger als individuele keuzeconsument



loopt het risico om blootgesteld te worden aan die zogenaamde **'hypernudges'** (Yeung, 2016). De burger heeft geen baat bij de struisvogelpolitiek van een overheid zonder een methodologisch en ethisch kader om deze ontwikkelingen te herkennen en er vervolgens tegen op te treden. "In a word of poachers and predators, you need a few gamekeepers, too (Halpern, 2015, 313)."

3.4 PUBLIEKE ACCEPTATIE IN VLAANDEREN EN DAARBUITEN

Nu de toepassing van gedragsinzichten, ondanks de kritiek, globaal gezien in de lift zit, rijst ook de vraag hoe burgers zelf denken over dit soort beleidsinterventies. Sunstein et al. (2017b) vroegen zich af of de wereldwijde verspreiding van gedragsinzichten gepaard ging met een wereldwijde consensus over gedragsinzichten. Op basis van een internationale enquête onderzochten ze de publieke acceptatie van nudges in 6 Europese landen (Reisch & Sunstein, 2016) en 8 andere landen (Sunstein et al. 2017b). Concreet legden ze per land een duizendtal representatieve respondenten 15 hypothetische beleidsmaatregelen voor - waaronder de meeste golden als nudges zonder echter de term expliciet te vermelden - en vroegen of ze deze accepteerden of niet. Zo kwamen ze in grote lijnen uit bij **drie categorieën**.

Ten eerste zijn er de **'princiële pro nudge landen'**, waar een substantiële meerderheid van de bevolking nudging aanvaardt. Het gaat voornamelijk om Westerse democratieën zoals Canada, Australië, Duitsland, Italië, Frankrijk, Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten, maar ook Rusland, Brazilië en Zuid-Afrika behoren tot deze categorie. Ten tweede zijn er de **'nudge enthousiastelingen'** (Beyst & Rubens, 2018, 56), zoals China en Zuid-Korea waar een zéér grote meerderheid van de bevolking bijna alle nudges goedkeurt. Deze hoge cijfers zouden in verband staan met een grote mate van vertrouwen in de overheid en een ver(der)gevoerd paternalistisch referentiekader. Een derde groep landen waaronder Hongarije, Denemarken en Japan zijn duidelijk minder enthousiast en worden omschreven als de **'voorzichtige pro-nudgelanden'**. Minder vertrouwen in de overheid kan een verklaring bieden, maar Denemarken past niet meteen in dat plaatje. Sunstein (2017b, 5) kwam tot de volgende conclusie: "The most general lesson is that majority support for nudges cuts across many nations with diverse cultures, political inclinations, and histories."

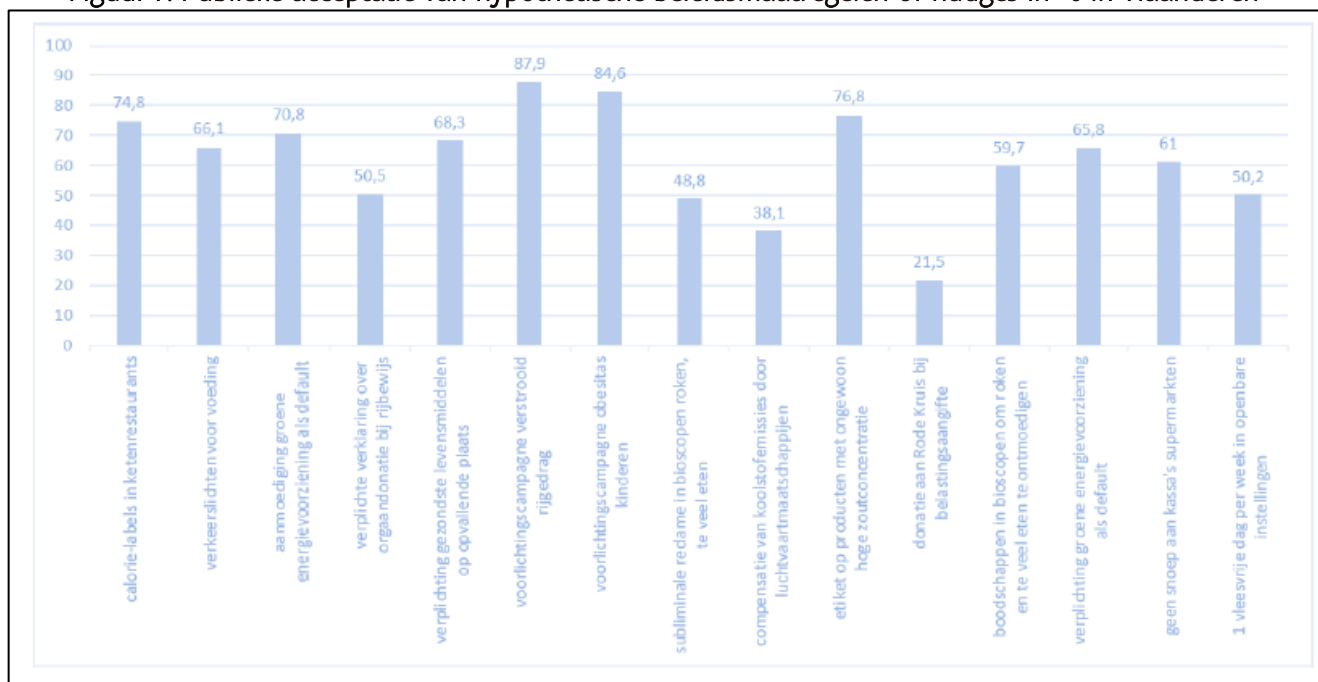
Vlaanderen behoort tot de principiële pro nudgelanden waar opnieuw volgens Sunstein et al. (2017b; 2018) **vijf algemene regels** gelden:

1. Burgers keuren nudges in het algemeen goed.
2. Burgers keuren nudges niet goed als die inconsistent zijn met hun belangen of waarden.
3. Burgers keuren nudges niet goed als ze een ongeoorloofd doel hebben en gelinkt zijn aan religie of politieke voorkeur.
4. Burgers verzetten zich tegen manipulatie, maar definiëren dit begrip nogal eng, zoals bij visuele illusies tegen te snel rijden of subliminale advertentietechnieken.
5. Politieke voorkeur is over het algemeen een zwakke voorspeller voor de reactie van burgers op nudges.



In Vlaanderen worden nudges dus in het algemeen goed aanvaard. Het **gemiddelde bedraagt 61,7%** en ligt zo iets hoger dan het gemiddelde van 59,6% bij de zes andere Europese landen (Beyst & Rubens, 2018, 58). Figuur 7 toont de publieke acceptatie per beleidsmaatregel in Vlaanderen.

Figuur 7: Publieke acceptatie van hypothetische beleidsmaatregelen of nudges in % in Vlaanderen



(Beyst & Rubens, 2018, 59)

We gaan hier niet alle details van het onderzoek overlopen, maar geven wel nog de belangrijkste bevindingen mee. Een meerderheid van de Vlamingen gaat akkoord met 12 van de 15 voorgelegde interventies. Enkel subliminale reclameboodschappen in bioscopen over een gezonde levensstijl, een ecologische compensatie bij vliegvlagen en een vooraf ingevulde donatie van 50 euro aan het Rode Kruis bij belastingaangifte konden niet de helft van de respondenten overtuigen. Verder worden de minst opdringerige nudges het beste aanvaard. Vrouwen gaan sneller akkoord dan mannen met maatregelen die gezond en ecologisch gedrag aanmoedigen. En ook leeftijd, opleiding, rookgedrag, BMI en bezorgdheid over het milieu spelen allemaal een rol. Het feit dat burgers geen fundamentele bezwaren hebben en over het algemeen het gebruik van nudging en gedragsinzichten aanvaarden is een belangrijk argument, maar biedt daarom nog geen vrijgeleide. Elke beleidsmaatregel, geïnspireerd op gedragsinzichten of niet, dient in zijn specifieke context geplaatst te worden en aan specifieke methodologische en ethische criteria te voldoen.



4 EEN PRAKTIJKGERICHT PERSPECTIEF

In de inleiding hebben we gewezen op de kloof die lange tijd bestond en eigenlijk nog steeds bestaat tussen de groeiende kennis van de gedragswetenschappen aan de ene kant en het gebruik ervan in beleid aan de andere kant. Daar zijn gegronde redenen voor. Het omzetten van de theoretische kennis en abstractere concepten in concrete beleidsprojecten is allesbehalve evident. Het is in de eerste plaats een kwestie van vertaling en ervaring. Een aantal toonaangevende instellingen uit het werkveld hebben op basis van hun eigen ervaringen die **vertaalslag** trachten te maken. Op die manier is er vandaag een aanzienlijke verzameling *best practices*, *frameworks* en andere beleidskaders ter beschikking. In de eerste drie delen, waar de beweging en tegenbeweging centraal stonden, hebben we de theoretische basis opgebouwd. In dit vierde en laatste deel willen we vijf van de meest invloedrijke toepassingskaders bespreken. Ook hier is het onze ambitie om ons per kader telkens te beperken tot de essentie.

4.1 MINDSPACE (2010)

Begin 2010 verscheen *Mindspace: Influencing Behaviour through Public Policy*, opgesteld door het *Institute for Government* in opdracht van *UK Government Cabinet Office*. Het rapport geeft duidelijke de **brede steun** binnen het topmanagement van de overheid om gedragsinzichten toe te voegen aan het instrumentarium. Onderstaande passage vat de drijfveren van de coalitie mooi samen: *For policy-makers facing policy challenges (...) behavioural approaches offer a potentially powerful new set of tools. Applying these tools can lead to low cost, low pain ways of 'nudging' citizens - or ourselves - into new ways of acting by going with the grain of how we think and act* (Dolan et al., 2010, 7)."

Naast een pleidooi, bracht het Mindspace rapport ook het eerste, echte *framework*, een kader voor de toepassing van gedragsinzichten in beleid. Het sloeg meteen aan en het zou uiteindelijk het meest gedownloade rapport van het *Institute for Government* worden (Halpern, 2015, 49). Mindspace is zowel een acroniem als een ezelsbruggetje (*mnemonic*). Het betreft technieken die gebruikt worden om zaken gemakkelijker te onthouden. Aan de ene kant is zo'n geheugensteuntje natuurlijk erg handig. Aan de andere kant kan men zich, zeker in dit geval, de vraag stellen of het ezelsbruggetje niet vooraf ging aan de checklist van negen gedragsinzichten, die weinig onderlinge samenhang vertonen en daardoor "een beetje geforceerd" overkomen (Oliver, 2017, 115). Toch mag de pioniersfunctie van Mindspace niet onderschat worden. Bovendien hield het Mindspace rekening met de ethische aspecten en had het met een 6E stappenplan ook al aandacht voor het toepassen van gedragsinzichten in de volledige beleidscyclus, van ex ante beleidsevaluatie (*Explore*) over beleidsimplementatie (*Enable*, *Encourage*, *Engage* en *Exemplify*) tot ex post beleidsevaluatie (*Evaluate*).



Tabel 9: Het Mindspace kader

Messenger	Mensen worden beïnvloed door wie hen de informatie geeft. Ze hechten meer belang aan informatie van experts, gelijken of van mensen die ze leuk vinden.
Incentives	Mensen reageren voorspelbaar op bepaalde prikkels omwille van heuristische zoals verliesaversie of het gebruik van referentiepunten.
Norms	Mensen worden beïnvloed door wat andere mensen doen. Ze kijken naar wat andere mensen doen en doen wat andere mensen doen.
Defaults	Mensen kiezen de weg van de minste weerstand en behouden vaker passief de standaardoptie in plaats van actief te veranderen.
Salience	Mensen richten hun aandacht op nieuwe of opvallende zaken die in het oog springen.
Priming	Mensen reageren sneller op een bepaalde stimulus (woorden, beelden, geuren en ervaringen) als ze deze eerder onbewust hebben waargenomen.
Affect	Mensen laten zich bij hun keuzes beïnvloeden door hun emoties. Mensen in een goede bui maken bijvoorbeeld eerder optimistische beslissingen en omgekeerd.
Commitment	Mensen zijn geneigd om sneller iets te doen en te blijven doen als ze het beloofd hebben aan zichzelf of via wederzijdse beloftes.
Ego	Mensen streven naar een positief zelfbeeld en gaan handelen in lijn met hun persoonlijke denkbeelden en voorkeuren.

(Op basis van Dolan et al., 2010, 8)

4.2 EAST (2014)

Tijdens de eerste jaren maakte BIT UK veelvuldig gebruik van het Mindspace kader als leidraad. Hoewel Mindspace net vóór de oprichting van BIT tot stand kwam, schreven prominente figuren, zoals BIT directeur David Halpern, mee aan het rapport. Na verloop van tijd merkten ze echter dat de negen elementen van Mindspace niet altijd aansloegen bij beleidsmakers en dat het aangereikte kader bovendien onsamenhangend en onvolledig was. In 2014 kwam het BIT met een nieuw kader: *EAST: four simple ways to apply behavioural insights*. Dit kader werd bedacht voor en uitgetest tijdens een reeks seminaries in Harvard en de East Coast van de Verenigde Staten, waaraan ook de naam werd ontleend Dit nieuwe ezelsbruggetje was niet alleen eenvoudiger, maar ook meer bescheiden en net daardoor meer coherent. Men pretendeerde niet het hele spectrum van de gedragswetenschappen te willen capteren in één acroniem.

Of anders geformuleerd: “East is a mental heuristic of mental heuristics, it will miss a few angles, but it should get you quite a long way (Halpern, 2015, 60-61).” De basisgedachte was simpel: als je een bepaald gedrag wil aanmoedigen, kan je het best zo **Easy, Attractive, Social, Timely**, zo EAST mogelijk maken. Het kader focust hoofdzakelijk op de communicatiecomponent van de keuze-architectuur en veel minder op design en aanpassingen in de fysieke omgeving. Niettemin is de toegankelijke EAST classificatie op dit moment ongetwijfeld het meest gekende en meest toegepaste kader door beleidsmakers. Vele andere kaders, waaronder bijvoorbeeld ook de Vlaamse gedragsverkenner, integreren de vier EAST elementen in hun eigen modellen. In onderstaande tabel hebben we die vier elementen van EAST samengebracht op basis van Halpern (2015, 149) en de jaarlijkse BIT updates.



Tabel 10: Het EAST kader

EAST	Basisprincipe	Toepassingen	Voorbeelden
Gemakkelijk Easy	Mensen zijn veel meer geneigd om iets te doen, als het eenvoudig is en weinig moeite kost.	<ul style="list-style-type: none"> • Vereenvoudigen • Frictie weghalen of toevoegen • Default aanpassen 	<ul style="list-style-type: none"> • Automatische inschrijving bij pensioensparen : 61% → 83 % • Verminderen van medische fouten via overzichtelijke schema's 11% → 96% • Vooraf ingevulde formulieren: USA studiebeurzen: 34 % → 42 %
Aantrekkelijk Attractive	Mensen worden aangetrokken door zaken die hun aandacht krijgen.	<ul style="list-style-type: none"> • Personaliseren: gebruik de (voor)naam • <i>Saliency</i>: laat iets in het oog springen • Zorg voor bepaalde prikkels • Emoties zijn belangrijk 	<ul style="list-style-type: none"> • "Pay Now" stempel belastingbrief (Sydney): 14% → 17 % • Kleur enveloppen (tax): 21,8% → 26 % • Autobelasting met afbeelding eigen wagen stijging ↑ 9%
Sociaal Social	Mensen worden sterk beïnvloed door wat andere mensen doen.	<ul style="list-style-type: none"> • Gebruik sociale normen • Zet de kracht van netwerken in • Speel in op wederkerigheid (<i>reciprocity</i>) en beloftes (<i>commitments</i>) • Laat mensen denken aan andere mensen (via de afbeelding van ogen) 	<ul style="list-style-type: none"> • Liefdadigheid via email collega: 2,9% → 6,4% • Flyer: 8 x meer kans op zwerfvuil als anderen het ook doen • Belastingen: 16% meer kans op tijdige betaling indien boodschap dat anderen dat ook doen
Tijdsgebonden Timely	Mensen zijn op bepaalde tijdstippen meer vatbaar voor gedragsbeïnvloeding.	<ul style="list-style-type: none"> • Kom tussen voordat iets een gewoonte wordt • Maak gebruik van bepalende momenten • Priming en ankers hebben invloed • Hou rekening met 'tijdsinconsequentie' 	<ul style="list-style-type: none"> • Eerlijkheid kilometrage autoverzekering: ↑ 10 % • Herinneringsberichten per SMS ↑ 10 % • Streefdata invoeren ↑ 7 %

(Op basis van Halpern, 2015, 149)



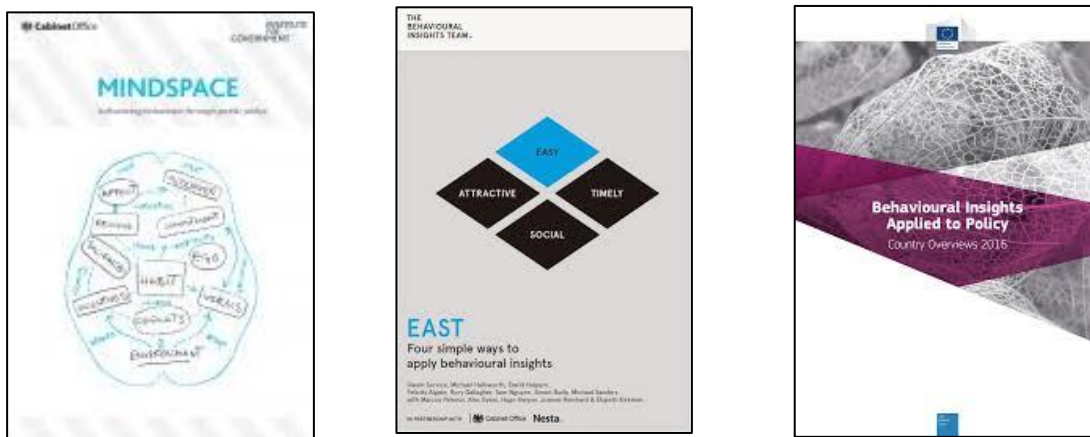
4.3 BIAP (2016)

In 2016 bundelde de *Foresight and Behavioural Insights Unit* van het *Joint Research Centre* van de Europese Commissie via een survey meer dan 200 beleidsinitiatieven en projecten (Lourenço et al., 2016). Zij voorzagen ook een stand van zaken per land in afzonderlijke *Country Overviews*. Het Europese rapport *Behavioural Insights Applied to Policy* (BIAP), maakte daarbij een origineel onderscheid tussen drie types gedragsinterventies:

- **Behaviourally-tested initiatives:** interventies die expliciet ex ante werden getest en pas uitgerold na een voorafgaand ad hoc experiment (zoals een RCT).
- **Behaviourally-informed initiatives:** interventies die werden ontworpen na een uitgebreide studie van bestaande gedragskennis en gedragsexperimenten, zonder een ad hoc experiment op voorhand.
- **Behaviourally-aligned initiatives:** interventies waarbij sporen van gedragsinzichten zijn terug te vinden, maar die niet expliciet voortbouwen op verworven gedragskennis en zonder voortest.

Het BIAP rapport richtte zich overigens niet enkel op gedragsinterventies, maar ontwikkelde ook een model om de institutionele structuur en capaciteit van vijf Europese landen in kaart te brengen. De landen in kwestie waren: VK, Nederland, Duitsland, Frankrijk en Denemarken. Ze bedachten voor de verandering een acroniem: **PRECIS**, dat stond voor **P**olitical support, **R**esources, **E**xpertise, **C**overage, **I**ntegration, **S**tructure. Een andere variant hierop is **APPLES**, waarbij de letters staan voor **A**ministrative support, **P**olitical support, **P**eople, **L**ocation, **E**xperimentation en **S**cholarship (Halpern, 2015, 58). In beide modellen bleek het BIT UK over de hele lijn voor te lopen op de andere Europese landen.

Figuur 8: De drie basiswerken van het praktijkgerichte perspectief



(Covers van de publicaties MINDSPACE, EAST en BIAP)



4.4 DE GEDRAGSVERKENNER (2018)

Het Vlaamse Team Gedragsinzichten heeft met de gedragsverkenner zelf een werkvorm ontwikkeld om de toepassing van gedragsinzichten in beleid te faciliteren. Deze tool is gebaseerd op *serious gaming* en bevat elementen van gamificatie, een domein dat zelf gedragskennis incorporeert en wel vaker geassocieerd wordt met nudging. Ambtenaren en beleidsmedewerkers leren op een speelse en interactieve manier hoe ze gedragskennis kunnen omzetten naar beleid (De Smedt et al., 2018, 13-14).

“Een werksessie met de gedragsverkenner helpt een team om een **beleidsuitdaging te vertalen in functie van gedragsverandering**. Het draagt bij om beter te begrijpen hoe mensen keuzes en beslissingen maken die niet alleen afhangen van hun persoonlijkheid maar ook van het moment en de omgeving. Op die manier ondersteunt de gedragsverkenner beleidsteams om aan de slag te gaan met concepten en principes uit de gedragswetenschappen (De Smedt et al., 2018, 14).” Een werksessie duurt doorgaans een halve dag en doorloopt drie **grote ronden of fasen**.

➤ **Fase 1:** verkennen van de gedragsbepalende factoren (Analysefase)

- Herkennen mensen het beleidsprobleem (kennis)?
 - Weten mensen wat ze kunnen doen (skills)?
 - Is het probleem maatschappelijk erkend (draagvlak)?
 - Voelen mensen zich persoonlijk aangesproken (motieven)?
 - Is de uitdaging obstakelvrij (drempels)?
 - Zijn stimulansen bestaand en effectief (incentives)?
- ❖ Bij nee - vraag meenemen naar de volgende ronde
 - ❖ Bij ja – stoppen
 - ❖ Bij onenigheid - opnemen bij suggesties voor dieper onderzoek en meenemen naar de volgende fase

➤ **Fase 2:** selecteren van de interventies (Selectiefase)

In de tweede fase van de gedragsverkenner worden mogelijke oplossingen verkend voor het beleidsprobleem door rekening te houden met de gedragsbepalende factoren. Dit gebeurt op basis van de EAST-principes. Om een gewenst gedrag aan te moedigen, maak je het makkelijk, aantrekkelijk, sociaal en tijdsgebonden. De gedragsverkenner voorziet zogeheten **EAST kaarten**, speelkaarten met voorbeelden van EAST geïnspireerde gedragsinterventies,

➤ **Fase 3:** testen of het werkt (Testfase)

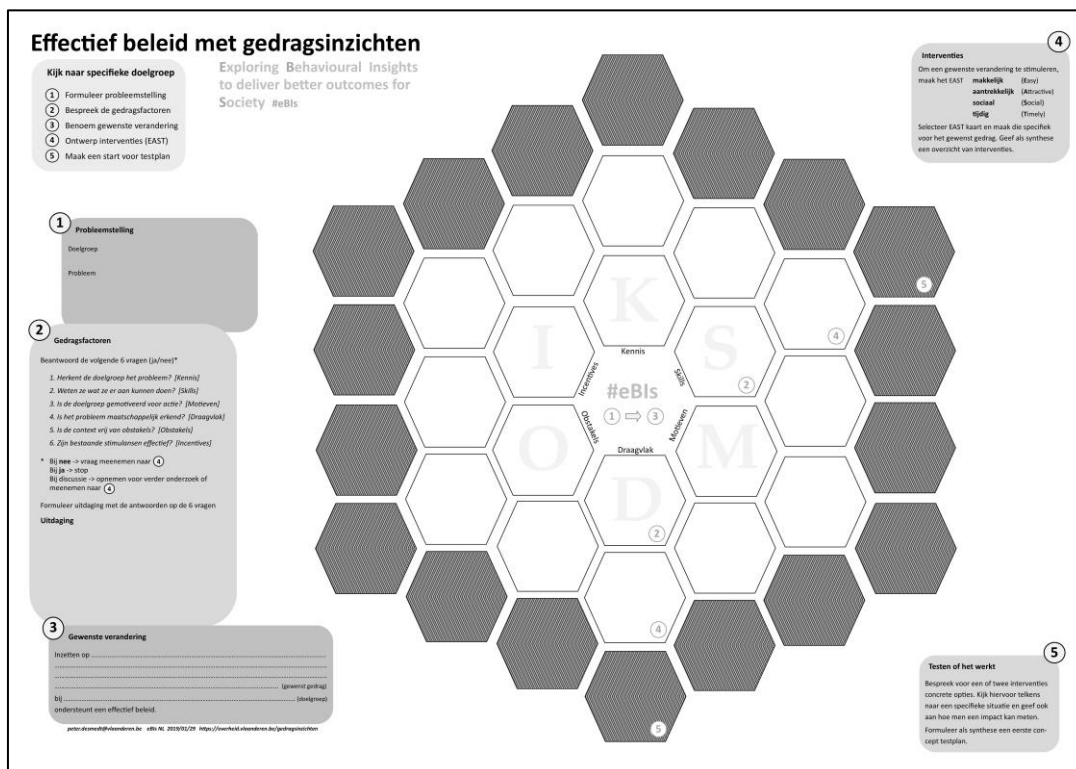
De derde fase sluit aan bij de experimentele dimensie van gedragsinzichten. Verschillende testopties worden uitgewerkt en geformuleerd op basis van SMART doelstellingen (Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch, Tijdsgebonden).

////////////////////////////////////

De gedragsverkenner heeft **drie troeven**. Ten eerste integreert deze tool de gedragsbepalende factoren van Mindspace (in de analysefase), de EAST principes (via de EAST kaarten in de selectiefase) de BIAP typologie (behaviourally informed en tested) en het BASIC kader, dat hierna volgt. Ten tweede gebeurt dit op een manier die ruimte geeft voor interactie, participatie en creativiteit, zonder de wetenschappelijke basis van de gedragsinzichten uit het oog te verliezen. Ten derde, houdt deze werkvorm zelf zowel qua inhoud als qua methode rekening met enkele van de belangrijkste gedragsinzichten door aan alle EAST criteria te voldoen.

De gedragsverkenner speelt bewust veeleer een verkennende rol bij de opstartfase van een beleidsinterventie. Er is nog ruimte om het basisschema van de gedragsverkenner te versterken in de tweede en de derde fase. In de selectiefase kan naast de generieke EAST principes ook gekeken worden naar gedragsliteratuur die inzoomt op één specifiek beleidsdomein. Het TG gebruikt hiervoor “factsheets”. Dit kan nog sterker aanbod komen in de tweede fase. De derde fase, cf. testfase, is op dit moment op methodologisch en ethisch vlak eerder beknopt uitgewerkt. De verschillende checklists die we in dit rapport bij het luik rond de experimentele overheid hebben opgesteld, kunnen hier een aanvulling bieden. Tot slot stopt de gedragsverkenner op dit moment na de testfase. Verdere richtlijnen rond schaalvergroting, beleidsevaluatie en monitoring komen wel aan bod in het BASIC kader, dat we hier als laatste zullen bespreken.

Figuur 9: De gedragsverkenner van het DKB Team Gedragsinzichten



4.5 BASIC (2019)

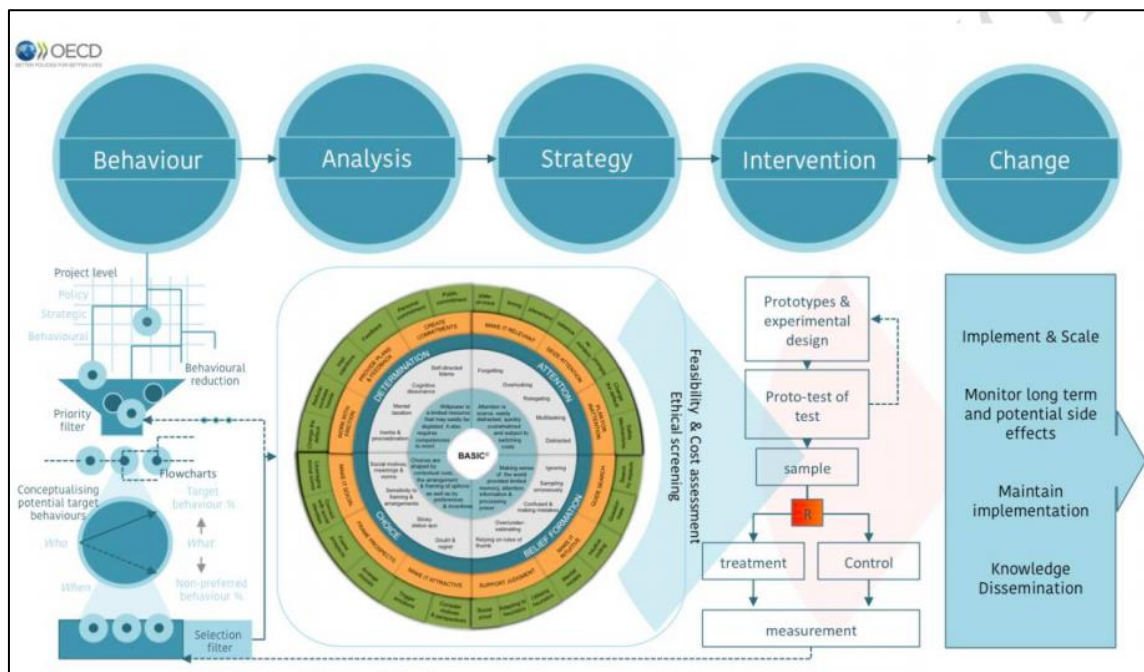
De *BASIC Toolkit - Tools and Ethics for Applied Behavioural Insights* is het meest recente kader voor de toepassing van gedragsinzichten in beleid. Dit toepassingskader werd opgesteld door de OESO (2019) in samenwerking met dr. Pelle Guldborg Hansen van de Deense Roskilde universiteit en één van de drijvende krachten achter het Deense *INudgeyou*. Deze handleiding biedt zowel een praktisch stappenplan als een reeks ethische richtlijnen. Het bouwt voort op de bevindingen van het OESO rapport (2017) dat we al eerder hebben besproken, en dat vaststelde hoe gedragsinzichten nog onvoldoende in alle fasen van de beleidscyclus worden toegepast. Om de cirkel van ex ante tot ex post beleidsevaluatie rond te maken **schuift BASIC vijf cruciale stappen** naar voren:

1. **Behaviour:** bepaal de fundamentele gedragsfactoren van een specifiek beleidsprobleem en doe dit zo vroeg mogelijk in het beleidsproces.
2. **Analysis:** onderwerp de bepalende gedragsfactoren aan een grondige analyse op basis van kennis uit de gedragswetenschappen en achterhaal wat de oorzaak is van het gedrag.
3. **Strategy:** maak een selectie van gedragsgeïnspireerde (*behaviourally informed*) beleidsoplossingen die het gedrag kunnen veranderen.
4. **Intervention:** ontwerp experimenten en pretesten om de effectiviteit van de gekozen strategie te evalueren.
5. **Change:** maak een zorgvuldige planning om implementatie, schaal, monitoring, beleidsevaluatie, opvolging en de verspreiding van de resultaten en hou steeds rekening met de lange termijn.

Het BASIC kader kan gezien worden als een coherente en heldere synthese van de bestaande kaders. Bovendien valt ook op hoe de drie fasen van de gedragsverkenner overeenstemmen met de eerste vier stappen van BASIC. We gaan de vijf stappen hier niet in detail ontleden. Binnen de opzet van dit rapport is het relevanter om te wijzen op **de vijf verdiensten**. Ten eerste, het biedt een integrale aanpak, dat alle aspecten van het beleidsproces omvat. Ten tweede, het geeft bij elke stap een overzichtelijke checklist van ethische overwegingen. Ten derde, het vervalt niet in methodologische rigiditeit. Zo geeft het nog steeds de voorkeur aan RCTs, maar als die omwille van logistieke, ethische of politieke redenen niet haalbaar zijn, wijst het in de richting van quasi-experimenten en meer kwalitatieve methoden. Ten vierde, het houdt consequent rekening met de lange termijn implicaties. Ten vijfde, het breekt een lans voor kennisdeling en het bekendmaken van alle resultaten, effecten en kosten, ook als die niet stroken met de verwachtingen. Ondanks de verscheidene verdiensten van BASIC blijken ook de schema's en handvatten van dit kader niet altijd even toereikend en inzetbaar voor het beantwoorden van concrete beleidsvraagstukken binnen een complexe beleidscontext. Dit blijft zonder meer dé uitdaging voor toekomstig beleidsonderzoek en beleidsuitvoering.



Figuur 10: Het BASIC model



Op basis van OECD 2019)

Box 6: Een overzicht van de belangrijkste kaders om gedragsinzichten toe te passen

- MINDSPACE – Institute for Government 2010
- Test, Learn, Adapt – BIT 2013
- EAST framework – BIT 2014
- World Development Report Mind, Society and Behaviour – Work Bank 2015
- BIAP: behaviourally tested, informed aligned – BIAP 2016
- Define, Diagnose, Design, Test – ideas42, 2017
- BIN NL zeven behavioural insights tools – BIN NL 2017
- Assess, Aim, Action, Amend - BEAR, 2018
- De Gedragsverkenner – DKB TG 2018
- BASIC - OESO 2019

(OECD, 2019, 10)



UITLEIDING

Ter gelegenheid van zijn benoeming als hoogleraar in de leerstoel Publiek Management en Gedrag aan de Universiteit Utrecht hield Lars Tummers (2019) een opmerkelijke rede met als titel “**Naar Gedragen Gedragsverandering**”. Zo wil hij de komende jaren zowel de effectiviteit als de legitimiteit analyseren van een overheid die gedragsinzichten toepast in beleid. Om dit te realiseren bepleit hij een nauwe samenwerking tussen bestuurskundigen, psychologen en beleidsmakers. Gedragen gedragsverandering vat meteen ook in grote mate de essentie en de ambitie van dit rapport. We hebben een verkennend kader aangereikt om de **effectiviteit en legitimiteit** van de toepassing van gedragsinzichten in Vlaanderen te versterken. Daarbij hebben we vier verschillende perspectieven gehanteerd, die overeenstemmen met de vier delen van het rapport.

Ten eerste hebben we stilgestaan bij **het narratief** van de gedragsinzichten. Dit narratief omvat drie componenten die nauw met elkaar verbonden zijn: de gedragswetenschappelijke kennis, de nudgetheorie, en de institutionele ontwikkeling. Dat narratief is gebaseerd op een dubbele vertaling. In eerste instantie vertaalden Thaler en Sunstein de canon van gedragswetenschappelijke inzichten naar een bevattelijke en toepasbare nudgetheorie. In twee instantie werd de nudgetheorie op haar beurt door overheidsinstellingen en beleidsmakers vertaald naar de beleidspraktijk.

Ten tweede hebben we de plaats van gedragsinzichten binnen **de bestuurskunde** geanalyseerd. We hebben de gedragsinzichten en nudges, als een afzonderlijk instrument of als een gedragslens, vergeleken met de drie klassieke beleidsinstrumenten en bevelen een duale strategie aan. Vervolgens hebben we vanuit de beleidsevaluatietheorie de rol van een experimentele en empirische overheid belicht en een methodologische en ethische checklist opgesteld voor het gebruik van RCT's binnen de EBP agenda.

Ten derde hebben we de grenzen, de risico's, de ideologische invalshoeken en de publieke acceptatie van gedragsinzichten in kaart gebracht. Een overheid die draagvlak wil creëren bij politici, academici en bij haar eigen burgers en ambtenaren kan zich best vergewissen van en anticiperen op **de veelvormige kritiek** die deze innovatieve en onorthodoxe beleidsvormen kunnen uitlokken. Inzetten op transparantie, wetenschappelijke onderbouw en samenwerking, empirische bewijskracht, kennisdeling, ethische ijkpunten en open dialoog zijn nodig om het draagvlak te versterken.

Ten vierde hebben we de bestaande theoretische ideeën, institutionele ontwikkelingen en uiteenlopende typologieën aan de **beleidspraktijk** gelinkt door een beknopt en essentieel overzicht te bieden van de belangrijkste, toepasbare kaders. Daarbij hebben we niet toevallig uitvoerig stilgestaan bij de gedragsverkenner, de praktijkgerichte tool, ontwikkeld door het DKB Team Gedragsinzichten (TG) van de Vlaamse overheid.

Niet alleen in naam, maar ook in methode en doel wil dit **verkennend kader voor gedragsverandering complementair zijn aan de gedragsverkenner**. Dankzij het Steunpunt Bestuurlijke Vernieuwing hebben we die kruisbestuiving tussen bestuurskundige theorie en beleidsvoorbereidende praktijk van meet af aan kunnen integreren. In een volgende fase willen we deze synergie verder uitwerken en toepassen op concrete beleidsproblemen binnen de verschillende beleidsdomeinen van de Vlaamse overheid.



REFERENTIES

Allcott, H. & Rogers, T. (2014). The Short-Run and Long-Run Effects of Behavioral Interventions: Experimental Evidence from Energy Conservation. *American Economic Review*, 104(10), 3003-3037.

Ariely, D. (2008). *Predictably Irrational. The Hidden Forces That Shape Our Decisions*. New York: Harper Colins USA.

Benson, B. (2016). *Cognitive bias cheat sheet*. Beschikbaar op: <https://medium.com/better-humans/cognitive-bias-cheat-sheet-55a472476b18>

Biesta, G. (2007). Why what works won't work: Evidence-based practice and the democratic deficit in educational research. *Educational Theory*, 57(1), 1-22.

BIN NL (2017a). *Rijk aan gedragsinzichten. Editie 2017*. Den Haag: Ministerie van Economische Zaken en Klimaat.

BIN NL (2017b). *Zeven behavioural Insights Tools*.

BIT (2014). *EAST: Four Simple Ways to Apply Behavioural Insights*.

BIT (2015). *Behavioural Insights Team Update Report 2013-2015*.

BIT (2016). *Behavioural Insights Team Update Report 2015-2016*.

BIT (2017). *Behavioural Insights Team Update Report 2016-2017*.

BIT (2019). *Behavioural Insights Team Update Report 2017-2018*

Benartzi, S. et al. (2017). Should Governments Invest More in Nudging? *Psychological Science*, 28(8), 1041-1055.

Beyst, V. & Rubens, K. (2018). Wordt nudging in het beleid aanvaard in Vlaanderen? *Vlaams Tijdschrift voor Overheidsmanagement*, 23 (4), 55-68.

Boen, F., Vanderyse, T. & Geldof, L. (2018). Werkt 'nudging' om trapgebruik te stimuleren? Drie veldstudies bij de Vlaamse overheid. *Vlaams Tijdschrift voor Overheidsmanagement*, 23(4), 21-32.

Bogliacino, F., Codagnone, C., & Veltri, G. A. (2016). An introduction to the special issue on "the behavioural turn in public policy: New evidence from experiments". *Economia Politica*, 33, 323-332.



Bouckaert, G. (2018). Overheid, management en omgeving. In G. Bouckaert et al. (Eds.). *Handboek overheidsmanagement. Samen werken aan een overheid in beweging*. Brugge: Uitgeverij Vanden Broele, pp. 23-62.

Bouwman, R. & Grimmelikhuijsen, S. (2016). Experimental public administration from 1992 to 2014: A systematic literature review and ways forward. *International Journal of Public Sector Management, 29*(2), 110-131.

Bovens, L. (2009). The ethics of nudge. In T. Grüne-Yanoff, & S. O. Hansson (Eds.). *Preference change: Approaches from philosophy, economics and psychology*. Dordrecht: Springer Science & Business Media, pp. 207-219.

Bovens, M., 't Hart, P., Van Twist, M.J.W., Van den Berg, C., Van der Steen, M. & Tummerts, L. (2017). *Openbaar Bestuur - Beleid, organisatie en politiek*. Wolters Kluwer: Alphen aan den Rijn.

Bruns, H., Kantorowicz-Reznichenko, E., Klement, K., Luistro Jonsson, M. & Rahali, B. (2018). Can Nudges Be Transparent and Yet Effective? *Journal of Economic Psychology, 65*, 41-59.

Camerer, C., Issacharoff, S., Loewenstein, G., O'Donoghue, T. & Rabin, M. (2003). Regulation for Conservatives: Behavioral Economics and the Case for 'Asymmetric Paternalism', *University of Pennsylvania Law Review, 151*(3), 1211-1254.

Chetty, R. (2015). Behavioral economics and public policy: A pragmatic perspective. *The American Economic Review, 105*(5), 1-33.

Cialdini, R.C. (2019). *Invloed. De zes geheimen van het overtuigen*. Amsterdam: Boom Uitgevers.

Clarence, E. (2002). Technocracy reinvented: The new evidence based policy movement. *Public Policy and Administration, 1*(3), 1-11.

Deaton, A. & Cartwright, N. (2017). Understanding and misunderstanding randomized controlled trials. *Social Science & Medicine, 210*, 2-21.

De Neve, J.-E., Imbert, C., Luts, M., Spinnewijn, J. & Tsankova, T. (2017). *Behavioural insights and tax compliance: evidence from large-scale field trials in Belgium*. LSE, Oxford, Warwick & FPS Finance Belgium.

De Neve, J.-E., Imbert, C., Luts, M., Spinnewijn, J. & Tsankova, T. (2019). *How to Improve Tax Compliance? Evidence from Population-Wide Experiments in Belgium*. CEPR Discussion Paper No. DP13733.

De Peuter, B., De Smedt, J. & Bouckaert, G. (2007). *Handleiding Beleidsevaluatie*. Leuven: Steunpunt Beleidsrelevant Onderzoek Bestuurlijke Organisatie Vlaanderen.

De Ridder, D. & Tummerts, L. (2019). *Nudging. Makkelijke oplossingen voor moeilijke keuzes*. Amsterdam: Prometheus.



De Smedt, P., Beyst, V., Vandenberghe, P. & Nuyts, S. (2018). Beter beleid maken met gedragsinzichten, een nieuw team binnen de Vlaamse overheid, *Vlaams Tijdschrift voor Overheidsmanagement*, 23 (4), 7-20.

De Smedt, P. (2018). *A serious game approach for exploring behavioural insights*, DKB Behavioural Insights team, Flemish administration, Brussels, Belgium.

Dolan, P., Hallsworth, M., Halpern, D., Dominic, K. en Vlaev, I. (2010). *MINDSPACE: influencing behaviour through public policy*, Londen: Institute for Government.

Eagle, L. (2013). *Social Marketing*, Harlow: Pearson Education Limited.

Esmark, A. (2018). Communicative governance at work: how choice architects nudge citizens towards health, wealth and happiness in the information age. *Public Management Review*, 21(1), 138-158.

Feitsma, J.N.P. (2016). Meer dan een nudge. Gedragsexperts bij de Nederlandse overheid. *Bestuurskunde*, 25(3), 24-32.

Feitsma, J.N.P. (2018). The Behavioural State – Critical Observations on Technocracy and Psychocracy. *Policy Sciences*, 51(3), 387-410.

Feitsma, J.N.P. & Schillemans, T. (2018). Behaviour experts in government. From newcomers to professionals? In S. Beck & H. Straßheim (Eds.). *Handbook of Behavioural Change and Public Policy*. Cheltenham: Edward Elgar, pp. 1-17.

Feitsma, J.N.P. (2019). *Inside the Behavioural State*. The Hague: Eleven International Publishing.

Fives, A., Russell, D.W., Canavan, J., Lyons, R., Eaton, P. et al. (2015). The ethics of randomized controlled trials in social settings: can social trials be scientifically promising and must there be equipoise? *International Journal of Research & Method in Education*, 38(1), 56-71.

Fobé, E., Brans, M. & Wayenberg, E. (2015). *Beleidsinstrumenten: theoretische perspectieven en keuzemodellen*, Brussel: Steunpunt Beleidsrelevant Onderzoek.

Furedi, F. (2011). *On tolerance: A defence of moral independence*. New York: Continuum International Publishing Group.

Galle, B. (2014). Tax, Command ... or Nudge? Evaluating the New Regulation. *Texas Law Review*, 92(4), 837-894.

Geelen, K. (2019) *Het gebruik van gedragsinzichten in de gezondheidszorg. Op welke manier kan de Vlaamse overheid via gedragsinzichten meer beweging promoten?* Masterproef tot het behalen van de Master in het overheidsmanagement- en beleid KU Leuven.



Hummel, D. & Maedche, A. (2019). How effective is nudging? A quantitative review on the effect sizes and limits of empirical nudge studies. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 80, 47-58.

Imbert, C., De Neve, J.E., Luts, M., Spinnewijn, H. & Tsankova, T. (2017). Behavioural insights and tax compliance: Evidence from large-scale field experiments in Belgium, NTA Conference, Philadelphia.

James, O., Jilke, S.R., & Van Ryzin, G.G. (Eds.) (2017). *Experiments in public management research. Challenges and contributions*. Cambridge: Cambridge University Press.

John, P., Smith, G. & Stoker, G. (2009). Nudge Nudge, Think Think: Two Strategies for Changing Civic Behaviour. *The Political Quarterly*, 80(3), 361-370.

John, P. (2017). *Field Experiments in Political Science and Public Policy*. London: Routledge.

John, P. (2018). *How Far to Nudge? Assessing Behavioural Public Policy*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

Jones, R., Pykett, J. & Whitehead, M. (2013). *Changing Behaviours: On the Rise of the Psychological State*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Kahneman, D. & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An analysis of Decision Under Risk. *Econometrica*, 47, 263-292.

Kahneman, D., Slavic, P. & Tversky, A. (1982) *Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases*. Cambridge: Cambridge University Press.

Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. Londen: Penguin.

Kosters, M. & Van der Heijden, J. (2015). From mechanism to virtue: Evaluating Nudge theory. *Evaluation*, 21(3), 276-291.

Leggett, W. (2014). The Politics of Behavior Change: Nudge, Neoliberalism and the State. *Policy & Politics*, 42 (1), 3–19.

Loewenstein, G. & Chater, N. (2017). Putting nudges in perspective. *Behavioural Public Policy*, 1(1), 26-53.

Loewenstein, G., Bryce, C., Hagmann, D., & Rajpal, S. (2015). Warning: You are about to be nudged. *Behavioral Science & Policy*, 1, 35-42.

Lodge, M. & Wegrich, K. (2016). The rationality paradox of nudge: Rational tools of government in a world of bounded rationality. *Law & Policy*, 38(3), 250–267.



- Oliver, A. (2017). *The Origins of Behavioural Public Policy*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Parsons, W. (2002). From Muddling through to Muddling up – Evidence Based Policy making and the Modernization of British Government. *Public Policy and Administration*, 17(3), 43-60.
- Pykett, J., Jones, R., Welsh, M. & Whitehead, M. (2014). The Art of Choosing and the Politics of Social Marketing. *Policy Studies*, 35(2), 97-114.
- Raad voor de leefomgeving en infrastructuur (2014). *Doen en laten: effectiever milieubeleid door mensenkennis*.
- Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling (2014). *De verleiding weerstaan: grenzen aan beïnvloeding van gedrag door de overheid*.
- Raad voor Volksgezondheid en Zorg (2014). *Leefstijlbeïnvloeding: tussen betuttelen en verwaarlozen*.
- Reisch, L. & Sunstein C. (2016). Do Europeans Like Nudges? *Judgment and Decision Making*. 1(4), 310–325.
- Rogers, T. & Frey, E. (2014). *Changing Behavior Beyond the Here and Now*, HKS Faculty Research Working Paper Series.
- Rogers, T. & Frey, E. (2016). Changing Behavior Beyond the Here and Now. In G. Keren & G. Wu (Eds.). *The Wiley Blackwell Handbook of Judgment and Decision Making*, John Wiley & Sons Ltd, pp. 725-748.
- Rubens, K., Criel, P. & Fleurbaey, F. (2018). Een duwtje in de goede richting naar een milieuverantwoord voedingspatroon. *Vlaams Tijdschrift voor Overheidsmanagement*, 23(4), 83 -102.
- Ruggeri, K. (2019). *Behavioral Insights for Public Policy Concepts and Cases*, New York: Routledge.
- Saeyns, F. (2015). *Conceptnota voor nieuwe regelgeving betreffende de introductie van nudging in Vlaanderen*.
- Salamon L. (2002). *The tools of government. A guide to the new governance*. Oxford: Oxford University Press.
- Selinger, E. & Whyte, K. (2011). Is there a right way to nudge? The practice and ethics of choice architecture. *Sociology Compass*, 5(10), 923–935.
- Sent, E-M. (2004). Behavioural economics: how psychology made its (limited) way back into economics. *History of Political Economy*, 36(4), 735-760.
- Simon, H. (1957). *Models of Man: Social and Rational*. Londen, John Wiley & Sons.



Slabbinck, H., Vandenbroele, J., Van Kerckhove, A. & Vermeir, I. (2016). *Het duwtje in de juiste richting: hoe de Vlaamse consument begeleiden naar een milieuverantwoord consumptiepatroon – case retail*, Universiteit Gent in opdracht van de Vlaamse overheid, Departement Leefmilieu, Natuur en Energie.

Somers, I., Janssens, D., Thiéry D. & Van Camp, Y. (2017). *Voorstel van resolutie tot toepassing van de inzichten van gedragswetenschappen in de gezondheidszorg in België*. Doc 54 2474/001.

Sunstein, C. (2013). *Simpler: The Future of Government*. New York: Simon & Schuster.

Sunstein, C. (2014a). *Why nudge? The Politics of Libertarian Paternalism*. New Haven: CT, Yale University Press.

Sunstein, C. (2014b). Nudging: A Very Short Guide. *Journal of Consumer Policy*, 37(4), 583-588.

Sunstein, C. (2015). Nudges, Agency, Navigability, and Abstraction: A Reply to Critics. *Review of Philosophy and Psychology*.

Sunstein, C. (2017a). Nudges that fail, *Behavioural Public Policy*, 1(1), 4-25.

Sunstein, C., Reisch, L. & Rauber, J. (2017b). A world-wide consensus on nudging? Not quite, but almost, *Regulation & Governance*, 12(1), 3-22.

Sunstein, C., Reisch, L. & Kaiser, M. (2018). Trusting Nudges? Lessons from an International Survey. *Journal of European Public Policy*.

Thaler, R. H. & Benartzi, S. (2004). Save More Tomorrow: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving. *Journal of Political Economy*, 112 (1), 164–187.

Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness*. Londen: Penguin.

Thaler, R.H. (2015). *Misbehaving. Misbehaving. The Making of Behavioral Economics*. New York: W.W. Norton & Company.

Thaler, R.H., (2016). Behavioral Economics: Past, Present and Future. *American Economic Review*, 106(7), 1577-1600.

The World Bank. (2015). *World development report 2015: Mind, society, and behavior*. Washington, DC: Author

Tummers, L. (2019). *Naar gedragen gedragsverandering: passende interventies in publiek management*. Utrecht.



Tutino, A. (2019). *Which Nudge is a “Good Nudge”?*. A classification of the nudging techniques employed by the Behavioural Insights Team and their effects., Master's thesis submitted to obtain the degree of Master of European Politics and Policies, KU Leuven.

UNICEF (2014). *Randomized Controlled Trials (RCTs). Methodological Briefs Impact Evaluation No. 7.*

Van Damme, J., Caluwaerts, D. & Brans, M. (2015). *Segmentatie & Nudging in Vlaanderen. Inzicht in houding en gedrag van burgers als katalysator voor een meer performante overheid*, Leuven: Steunpunt Bestuurlijke Organisatie Vlaanderen.

Van Damme, J., Caluwaerts, D., Brans, M. (2016). Nudging in Vlaanderen, *Vlaams Tijdschrift voor Overheidsmanagement*. 21(1), 5-16.

Vandenbroele, J., Slabbinck, H., Van Kerckhove, A. & Vermeir, I. (2018). Curbing Portion Size Effects by Adding Smaller Portions at the Point of Purchase. *Food Quality and Preference*, 64, 82-87.

Van der Doelen F. (1989). *Beleidsinstrumenten en energiebesparing*. Enschede: Universiteit Twente.

Van Gaalen, N., Wilde, A. de, Swart, R., Loef, J., Timmerman, R., & Rinzema G. (2015). *Gereedschap voor gedragsverandering*. Den Haag: Dienst Publiek en Communicatie Ministerie van Algemene Zaken.

Van Humbeeck, P., Benyaich, B., Vandenberghe, P., Franckx, L. & De Herdt, J. (2015). Effectiever beleid door gedragseconomie, *Samenleving en politiek*, 22(9), 4-17.

Van Mechelen, N. & Janssens, J. (2017). *Who is to blame? An overview of the factors contributing to the non-take-up of social rights*, WP n°17.08, CSB.

Vedung, E. (1998). Policy instruments: typologies and theories. In M. Bemelmans-Vidéc, R. Rist & E. Vedung (Eds.). *Carrots, sticks and sermons: policy instruments and their evaluation*. New Brunswick: Transaction Publishers, pp. 21-58.

Vermeersch, W. & Benyaich, B. (2015). Creëer een federale en Vlaamse Nudge Unit. Interview met Jan-Emmanuel De Neve (Gedragseconoom Oxford). *Samenleving en Politiek*, 9(22), 18-27.

Whitehead, M., Jones, R., Lilley, R., Pykett, J. & Howell, R. (2014). *Nudging all over the world. Assessing the global impact of the behavioural sciences on public policy*.

Whitehead, M., Jones, R., Lilley, R., Pykett, J. & Howell, R. (2018). *Neuroliberalism: Behavioural Government in the Twenty-First Century*. Oxford: Routledge.

Wilkinson, T.M. (2013). Nudging and manipulation. *Political Studies*, 61(2), 341-355.

Winsemius P. (1986). *Gast in eigen huis : beschouwingen over milieumanagement*. Alphen aan den Rijn: Samson.

//

WRR (2009). *De menselijke beslisser: over de psychologie van keuze en gedrag*. Amsterdam University Press: Amsterdam.

WRR (2010). *Hoe mensen keuzes maken. De psychologie van het beslissen*. Amsterdam University Press: Amsterdam.

WRR (2014). *Met kennis van gedrag beleid maken*. Amsterdam University Press: Amsterdam.

WRR (2017). *Weten is nog geen doen: een realistisch perspectief op redzaamheid*. Amsterdam University Press: Amsterdam.

Yeung, K. (2016). 'Hypernudge': Big Data as a mode of regulation by design. *Information, Communication and Society*. 20(1), 1-19.

Zuure, J. (2014). Een duwtje om over na te denken. *Bestuurskunde*, 23(3), 56-65.

