

Naschrift



**AART
DE ZEEUW**

Hoogleraar aan
de Universiteit
van Tilburg en
verbonden aan het
Tilburg Sustainability
Center

Rob Aalbers en Herman Vollebergh schrijven het al in dit dossier: gedragseconomie is eigenlijk een pleonasme. Veel mensen denken dat economie alleen over geld, groeicijfers en aandelenkoersen gaat, maar in feite is het een gedragswetenschap zoals psychologie en sociologie dat ook zijn. Waarom dan die term ‘gedragseconomie’? Waarschijnlijk om te benadrukken dat er weer nieuwe accenten gelegd worden. De moderne economie zoals wij die kennen is sterk gefundeerd op maximalisatie van nut of welvaart en op algemeen evenwicht. Gedrag reageert dan vooral op prijzen. In de jaren tachtig van de vorige eeuw kwam het accent te liggen op strategisch gedrag en werd de speltheorie een belangrijk onderdeel van economie. Er was een prachtig theoretisch kader ontstaan, maar de vraag was wel of dat kader nog een adequate beschrijving gaf van het gedrag van mensen. Er werd vaak spottend gesproken over de *homo economicus*, die in het echt niet bestond.

GEDRAGSECONOMIE

Economie, psychologie en sociologie hadden zich ook verschillend ontwikkeld. Economie was sterk gematematiseerd, psychologie en sociologie veel minder. In de jaren negentig van de vorige eeuw kwam de terugkoppeling naar waarnemingen van gedrag, zoals een goede wetenschap ook behoort te doen. Laboratorium-experimenten met studenten lieten zien dat veel van de theorie geen stand hield (Goeree en Holt, 2001). Een samenleving is echter niet goed na te bootsen in een laboratorium, en de experimentele economie heeft zich daarom aan het begin van deze eeuw ontwikkeld in de richting van experimenten in de praktijk van alledag, ofwel veldexperimenten. Die zijn moeilijker en duurder, maar geven wel meer inzicht in het gedrag van mensen. Is het bestaande theoretische kader daarmee overbodig geworden? Uiteraard niet, wetenschap evolueert in de wisselwerking tussen theorie en praktijk.

Zoals Gerrit Antonides en Michel Handgraaf, en ook Jetske Bouma en Frank Dietz al in dit dossier beschrijven, zijn economie en psychologie weer dichter bij elkaar gekomen. Psychologie verschaft nieuwe inzichten die helpen om waargenomen gedrag te begrij-

pen. Vooral het werk van psycholoog Daniel Kahneman, die in 2002 de Nobelprijs voor economie kreeg, heeft veel invloed gehad. De gedragsmodellen zijn nu breder en kunnen veel meer verklaren, maar daarmee weten we in specifieke situaties nog niet wat mensen precies zullen doen. Prijsprikkels blijven belangrijk, hoewel ze ook andere gedragsmotivaties kunnen verdringen zoals Gneezy en Rustichini (2000) laten zien. Als er een (kleine) boete voor laat komen wordt gegeven, halen ouders hun kind nog vaker te laat op bij het kinderdagverblijf. Zich schuldig voelen werkt hier blijkbaar beter dan een boete waarmee je de schuld ‘afkoopt’. Er is nog veel onderzoek nodig om inzicht te krijgen in hoe mensen reageren in verschillende situaties. Overigens is het niet altijd nodig om nieuw onderzoek op te zetten. Ervaringen met beleid in het verleden kunnen al de nodige informatie verschaffen, zoals Rob Aalbers en Herman Vollebergh betogen.

OVERHEID EN MOTIVERING

Wat betekent dit allemaal voor beleid en meer specifiek voor milieubeleid? De vraag is dan even niet hoe het gedrag van de overheid verklaard kan worden, maar de vraag is hier normatief – in de veronderstelling dat de overheid wel rationeel opereert. Dit dossier gaat in verschillende richtingen. In de klassieke opvatting moet de overheid externe effecten internaliseren door de relatieve prijzen te veranderen. Erik Verhoef geeft een voorbeeld voor verkeerscongestie. Daar staat tegenover dat er aanwijzingen zijn voor het zelfregulerend vermogen van de samenleving. Elinor Ostrom, die in 2009 de Nobelprijs voor economie kreeg, bracht dit naar voren op basis van haar veldwerk in Nepal en van laboratoriumexperimenten. Daan van Soest en Jan Stoop laten echter zien dat voorzichtigheid geboden is. Vissers in een veldexperiment geven weer het klassieke resultaat, terwijl in het laboratorium sociaal gedrag – in zekere mate – zonder ingrijpen van buiten tot stand komt.

Het brede spectrum van gedragsmodellen roept vaak de vraag op: wat nu? Robert Dur en Ben Volvaard hebben in een veldexperiment onderzocht of een gemeente de schoonmaakfrequentie van de openbare ruimte nu wel of niet moet terugbrengen.

De standaardtheorie zegt dat overheidsingrijpen een *crowding-out*-effect heeft en dat burgers het dan niet zelf doen. Gedragseconomie voorspelt het tegenovergestelde: vuil trekt vuil aan. In dit geval kreeg de gedragseconomie gelijk.

SOCIALE OMGEVING

Het dossier besteedt uitgebreid aandacht aan de rol die de sociale omgeving speelt en de mogelijkheden die dat biedt voor beleid. Mensen zijn gevoelig voor wat anderen doen en voor wat anderen vinden. Het beleid kan dan volstaan met *nudging* (Thaler en Sunstein, 2008) ofwel een vriendelijk duwtje in de goede richting. Kim Failey *et al.* beschrijven het voorbeeld dat energiegebruik omlaag gaat als mensen te horen krijgen dat ze boven het gemiddelde zitten. Maar als ze onder het gemiddelde zitten gaan ze wellicht meer gebruiken. Dan is het belangrijk dat ze te horen krijgen dat dit niet op prijs wordt gesteld. Stephanie Rosenkranz *et al.* hebben een laboratoriumexperiment met verschillende doelgroepen gedaan om te zien welke *nudges* het gebruik van energie-efficiënte technologieën kunnen bevorderen. Dirk Brounen richt zich specifiek op energiegebruik in woningen en op de rol van informatie zoals energielabels. Bij de keuze van voedsel laten mensen zich ook sterk leiden door wat ze denken dat normaal is, zoals Henriëtte Prast betoogt.

Een ander deel van het dossier gaat over de discrepantie tussen wat mensen zeggen dat ze belangrijk vinden en wat ze daadwerkelijk doen (Kim Failey *et al.*). Marleen Onwezen en Gerrit Antonides concluderen dat het beleid zich daarom beter kan richten op het dichten van die kloof dan op de milieunormen zelf. Trots en schuld zijn belangrijke emoties die het gedrag beïnvloeden. Kees Vringer *et al.* laten in een experiment zien dat bij de keuze van voedsel, apparaten en isolatie het gedrag van andere consumenten een belangrijke rol speelt. Henry Meijdam *et al.* komen tot een vergelijkbare conclusie wat betreft de keuze hoe en wanneer mensen zich verplaatsen. Ook hier kan de sociale omgeving bijdragen via het dichten van de kloof.

MILIEUBELEID

De conclusie is niet dat milieubeleid via prijsprikkels nu plotseling niet meer goed is. Het is duidelijk dat mensen op prijsprikkels reageren, maar het is ook duidelijk dat het gedrag van mensen complexer is. Dus er rijzen vele vragen. Zijn overheid en beleid eigenlijk wel zo nodig, of kunnen we vertrouwen op het zelf-regulerend vermogen van een samenleving? Bedrijven kiezen in toenemende mate voor maatschappelijk verantwoord ondernemen, maar is er dan geen belasting meer nodig die de externe effecten internaliseert? Of hangt dit af van het aantal bedrijven en consumenten dat kiest voor een duurzaam traject? Kan de overheid hierin een rol spelen? Kan het succes van een kaartje in hotelkamers dat meldt dat de handdoeken door anderen ook langer dan een dag gebruikt worden, opgeschaald worden tot overheidsbeleid? Kunnen prijsprikkels andere (intrinsieke) motivaties van mensen verdringen, zodat het gedrag uiteindelijk minder duurzaam wordt? Vertaalt die motivatie zich wel in gedrag of moeten mensen vriendelijke duwtjes in de rug krijgen? Helpt het dan als ze weten wat anderen doen of hoe anderen over hen denken? Kan de overheid daar een rol in spelen? Dat is eenvoudiger en goedkoper dan traditioneel beleid, maar is het ook voldoende? Het doorlezen van dit dossier zet je aan het denken. Er zijn nog weinig 'panklare' oplossingen, en voor zover economie dacht zulke oplossingen te hebben, staan die nu wel ter discussie. Het denken hierover evolueert, en de economie floreert in de wisselwerking tussen theorie en praktijk met methoden die het laboratorium overstijgen. Dat is goed, want het vergroot de hoop op een duurzame toekomst.

LITERATUUR

- Gneezy, U. en A. Rustichini (2000) A fine is a price. *Journal of Legal Studies*, 29(1), 1–18.
- Goeree, J.K. en C.A. Holt (2001) Ten little treasures of game theory and ten intuitive contradictions. *American Economic Review*, 91(5), 1402–1422.
- Kahneman, D. (2011) *Thinking, fast and slow*. New York: Farrar, Straus & Giroux.
- Thaler, R.H. en C. Sunstein (2008) *Nudge: improving decisions about health, wealth and happiness*. New Haven, CT: Yale University Press.