

De verborgen motieven van ons gedrag

door Dave van Ooijen¹



Vanwege academische tradities en het feit dat economie een wetenschappelijke discipline is die wordt overheerst door theorie en kwantitatief onderzoek, wordt er eigenlijk nooit goed gekeken naar wat onderliggende motieven zijn van gedrag. Meestal wordt er vanuit gegaan dat gedrag, en dan heb ik het niet direct over koopgedrag, wordt bepaald door emoties, meningen en opvattingen waar geen rationele basis voor bestaat. Zo lijkt discriminatie op het eerste oog te worden bepaald door aversie, afkeer of onomwonden haat. Wordt evenwel goed gekeken naar de motieven van discriminerend gedrag, bij voorbeeld op de arbeidsmarkt, dan blijkt dat achter discriminatie niet altijd afkeer schuil gaat, maar dat het soms ook te maken heeft met sociale voorkeuren die men vanuit huis heeft meegekregen of de wens om extra geld te verdienen. Het zoeken naar de verborgen motieven van gedrag is de essentie van wat de Amerikaanse hoogleraren Uri Gneezy en John List in het economisch vakgebied doen. In het zeer toegankelijke boek 'Alles is economie. De verborgen motieven van ons gedrag' laten beide gedragseconomen op een verbluffende manier zien hoe we door middel van veldexperimenten meer te weten kunnen komen over de onderliggende motieven van gedrag en de werking van prikkels. En hoe de uitkomsten kunnen worden gebruikt om beleid vorm te geven en op praktische wijze maatschappelijke vraagstukken op te lossen. Een verbazend rijk boek vol verrassende inzichten over hoe vanuit de economie bijgedragen kan worden de wereld te veranderen.

Drijfveren

Gneezy en List hebben het boek geschreven om ons wat verder te laten kijken dan alleen anekdotes en broodje-aapverhalen. En daar zijn zij op een voortreffelijke manier in geslaagd. Op basis van tal van interessante veldexperimenten onthullen zij op een kleurrijke manier hoe menselijke motieven écht in elkaar zitten. Ten aanzien van tal van maatschappelijke vraagstukken hebben zij met behulp van veldexperimenten, waarbij met interventie- en controlegroepen wordt gekeken welke prikkels het meest effectief zijn, het beleid van overheden, scholen en zorginstellingen helpen aanscherpen. Of het nu gaat om de vraag of mannen competitiever zijn dan vrouwen, de reden waarom vrouwen minder verdienen dan mannen, de achterstand op scholen tussen kinderen van rijke en arme ouders, de vraag waarom mensen discrimineren, de cultuur in een bepaald bedrijf of de reden waarom mensen geld voor goede doelen doneren. Om de daadwerkelijke drijfveren van mensen te onthullen hebben ze over de hele wereld veldexperimenten uitgevoerd. Daarbij hebben ze mensen geobserveerd in het dagelijks leven, zonder dat deze wisten dat ze werden geobserveerd. Door wat voor soort prikkels gaan mensen wel of niet anders handelen? De conclusies die zij op basis van hun

¹ Dave van Ooijen studeerde sociologie en politicologie aan de Universiteit van Amsterdam. Zijn blogs en artikelen verschijnen onder meer op zijn website: www.davevanooijen.nl.

baanbrekende aanpak trokken waren soms van een verbijsterende eenvoud. In heel veel gevallen hebben hun experimenten nieuw licht geworpen op het effect van prikkels om met beleid het handelen van mensen sturen.

Experimenten

Negatieve prikkels in de vorm van straffen en boetes kunnen mensen weerhouden ongewenst gedrag te vertonen. Positieve prikkels, vaak in de vorm van financiële beloningen, kunnen mensen ertoe brengen bergen te verzetten, hun gedrag te veranderen en zich 'netjes' te gedragen. Maar prikkels zijn erg lastig, zo laten Gneezy en List zien. Het zijn complexe instrumenten en werken niet altijd zoals we denken dat ze werken. Zo kunnen prikkels als beloningen en straffen in de ene omgeving een heel andere uitwerking hebben dan in een andere omgeving. Hun conclusie uit de talloze veldexperimenten die ze in landen als de VS, India, Marokko en Israël hebben uitgevoerd, is dat als je iemand iets wil laten doen, je goed moet nadenken over wat je precies voor elkaar wilt krijgen en hoe je dat wil doen. Geld kan daarbij werken, maar alleen in de juiste gevallen en in de juiste hoeveelheden. Bij een veldexperiment wordt, om het causale effect van beleid te meten, de uitkomst van een interventie vergeleken met de uitkomst zonder interventie. Een mooi voorbeeld van zo'n veldexperiment deden ze bij een van de attractieparken van Disney. In dat experiment werd een traditionele betaalmethode vergeleken met het nieuw prijsmodel 'Geef wat je er voor over hebt'. In dit veldexperiment ontdekten ze dat als het nieuwe prijsmodel 'betaal-wat-je-wilt' wordt gecombineerd met een bijdrage aan een goed doel, mensen bereid zijn veel meer te betalen, zelfs veel meer dan met conventionele prijsmodellen.

Prikkels

Dat aan onze keuzen om extra uit te geven prikkels ten grondslag liggen, laten Gneezy en List goed zien. Ze behoren tot een nieuwe generatie economen die niet het laboratorium maar innovatieve veldexperimenten gebruiken om de wereld te begrijpen. De veldexperimenten hoeven niet alleen door academici, zoals economen, sociologen en psychologen te worden uitgevoerd. Ook u en ik kunnen de methode in afgeslankte vorm gebruiken om te ontdekken wat wel werkt en wat niet. Gneezy en List noemen een aantal leuke voorbeelden over wat u zelf kan doen. Bijvoorbeeld over hoe u gebruik kunt maken van de hen ontwikkelde methode van het economische veldexperiment om een auto of een fototoestel te kopen. Een aardig voorbeeld om uit te leggen hoe een veldexperiment werkt is hoe u zelf de prijs kunt bepalen voor het goed schoonmaken van de door u gehuurde hotelkamer. Laat op de eerste dag geen fooi achter en kijk hoe grondig de kamer is schoongemaakt. Op de tweede dag laat je enkele euro's achter. Is de kamer schoner dan eerst? Laat de derde dag een nog grotere fooi achter. Na de derde dag zal je waarschijnlijk een paar chocolaatjes aantreffen op je kussen. Dankzij dit experiment kan je aan de knoppen van gedrag draaien en precies vaststellen hoeveel fooi je tijdens je volgende bezoek moet achterlaten. Gneezy en List, de laatste behoorde tot de selecte groep van dertig wetenschappers in het VPRO-programma 'The mind of the universe', laten op basis van tal van veldexperimenten zien wanneer en in welke mate financiële en niet-financiële prikkels werken. Ze laten zien dat de door hen ontwikkelde aanpak in tal van situaties kan worden gebruikt.

Evidence based

Op basis van de door Gneezy en List besproken veldexperimenten kunnen we concluderen dat veldexperimenten, mist correct uitgevoerd, een verantwoorde methode is om het causale effect van

interventies in te schatten. Met veldexperimenten kunnen de effecten van prikkels om prangende maatschappelijke opgaven op te lossen goed worden bestudeerd. Zeker nu steeds vaker door overheden wordt gevraagd om 'evidence based' beleid, met een wetenschappelijk verantwoorde onderbouwing van de te verwachten causale effecten, kunnen veldexperimenten heel nuttig zijn. Ook omdat er steeds minder geld beschikbaar is voor grootschalige onderzoeken. Niet alleen voor beleidsmakers op het gebied van sociale zekerheid, ook voor ondernemers en besturen van scholen en in de zorg kunnen veldexperimenten een handig middel zijn om snel uit te proberen wat de gevolgen van interventies zijn. En op deze wijze al werkende weg tot steeds effectievere interventies te komen. In Nederland worden veldexperimenten zoals door Gneezy en List uitgevoerd, nog sporadisch toegepast. Toch zijn veldexperimenten in zorg, onderwijs en sociale zekerheid een verantwoorde manier om te achterhalen welke prikkels wel en niet werken. Gneezy en List hebben met hun boek overtuigend aangetoond dat met veldexperimenten heel goed de verborgen motieven van gedrag inzichtelijk kunnen worden gemaakt. Met name bestuurders en beleidsadviseurs in het (semi) publieke domein zou ik willen oproepen: lees dit boek als u echt wilt weten hoe u achter de motieven van burgers wilt komen. Ten tweede: maak meer gebruik van veldexperimenten als u door middel van gerichte prikkels wil sturen op het veranderen van gedrag.

Uri Gneezy en John List, 'Alles is economie. De verborgen motieven van ons gedrag', Meulenhof, 312 pagina's, 2014, € 19,99