

# Overheidsbeleid gericht op gedragsverandering: meer dan een mooi streven?

## Een analyse van gedragsbeïnvloedende overheidsinitiatieven in de domeinen gezondheid, mobiliteit en financiën

Baukje Stinesen<sup>1</sup> en Reint Jan Renes<sup>1,2</sup>

Den Haag, maart 2014

R A A D V O O R  
M A A T S C H A P P E L I J K E  
O N T W I K K E L I N G

1 Hogeschool Utrecht, Lectoraat Crossmediale Communicatie in het  
Publieke Domein

2 Wageningen Universiteit, Leerstoelgroep Strategic Communication

De Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling is de adviesraad van de regering en het parlement op het terrein van participatie van burgers en stabiliteit van de samenleving. De RMO werkt aan nieuwe concepten voor de aanpak van sociale vraagstukken.

De Raad bestaat uit onafhankelijke kroonleden: de heer mr. S. Harchaoui (voorzitter), de heer drs. B.J. Drenth, de heer prof. dr. P.H.A. Frissen, de heer dr. E. Gerritsen, mevrouw drs. J.G. Manshanden MPA, de heer prof. dr. L.C.P.M. Meijs en mevrouw prof. dr. I. van Staveren. De heer dr. R. Janssens is algemeen secretaris van de Raad.

Rijnstraat 50  
Postbus 16139  
2500 BC Den Haag  
Tel. 070 340 52 94  
Fax 070 340 70 44  
[www.adviesorgaan-rmo.nl](http://www.adviesorgaan-rmo.nl)  
[rmo@adviesorgaan-rmo.nl](mailto:rmo@adviesorgaan-rmo.nl)



NUR 740  
Zet- en binnenwerk: Textcetera, Den Haag  
Basisontwerp: Christoph Noordzij, Wierum

© Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling, Den Haag, 2014  
*Niets in deze uitgave mag worden openbaar gemaakt of verveelvoudigd,  
opgeslagen in een dataverwerkend systeem of uitgezonden in enige vorm  
door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welk wijze dan ook zonder  
toestemming van de RMO.*

# Voorwoord

Diverse maatschappelijke ontwikkelingen maken gedragsbeïnvloeding tot een relevant thema voor de overheid. Denk aan obesitas, energieconsumptie en schuldenproblematiek. Ook is er steeds meer kennis over gedragsbeïnvloeding beschikbaar vanuit verschillende disciplines, zoals de psychologie, communicatiewetenschappen en gedragseconomie.

Het is echter nog niet altijd even duidelijk wat deze kennis betekent of zou moeten betekenen voor het beleid van de overheid ten aanzien van de genoemde problemen. Hierbij spelen verschillende overwegingen, onder meer afhankelijk van de gekozen strategie en het desbetreffende beleidsdomein. Gedragsbeïnvloeding door de overheid is daarnaast een gevoelig thema dat dikwijls leidt tot heftige debatten.

Ter voorbereiding van zijn advies over beïnvloeding van gedrag door de overheid heeft de Raad Baukje Stinesen en Reint Jan Renes gevraagd een verkennend onderzoek te doen naar overheidsinitiatieven die zich richten op gedragsbeïnvloeding van de burger in de domeinen gezondheid, mobiliteit en financiën.

De inhoud van de achtergrondstudie valt onder de verantwoordelijkheid van de auteurs en geeft niet noodzakelijkerwijs het standpunt van de Raad weer. De Raad dankt de auteurs voor hun onderzoek.



Sadik Harchaoui  
Voorzitter



Rienk Janssens  
Algemeen secretaris



# Inhoud

1	Inleiding	7
2	Beleid als onderdeel van een complexe keuzecontext	12
2.1	Motivatie en vermogen als voorwaarden voor gedrag	12
2.2	Beleidsinstrumenten voor sturing van gedrag	12
2.3	Bewuste en onbewuste sturing	13
3	Gedragbeïnvloeding in de praktijk: De Gezonde Schoolkantine	20
3.1	Welke beleidsinstrumenten worden ingezet om gezonde voedselkeuzes onder scholieren te stimuleren?	21
3.2	Welke beleidsinstrumenten worden ingezet om medewerking van betrokken partijen te stimuleren?	25
3.3	Zijn de gekozen beleidsinstrumenten congruent met de beleidsdoelstelling?	29
4	Gedragbeïnvloeding in de praktijk: infrastructuur beter benutten	33
4.1	Welke beleidsinstrumenten werden ingezet om spitsmijden te stimuleren?	34
4.2	Welke beleidsinstrumenten worden ingezet om medewerking van betrokken partijen te stimuleren?	40
4.3	Zijn de gekozen beleidsinstrumenten congruent met de beleidsdoelstelling?	40
5	Gedragbeïnvloeding in de praktijk: schuldpreventie	44
5.1	Welke beleidsinstrumenten worden ingezet om financieel verantwoord gedrag te stimuleren?	45
5.2	Welke beleidsinstrumenten worden ingezet om medewerking van betrokken partijen te stimuleren?	54
5.3	Zijn de gekozen beleidsinstrumenten congruent met de beleidsdoelstelling?	54
6	Discussie en conclusie	58
	Literatuur	66



# 1

## Inleiding

In 2012 stond 50% van de huishoudens rood en het aantal leningen neemt alleen nog maar toe (Nibud, 2012). Zo'n 6 miljoen Nederlanders hebben overgewicht en het aantal mensen met diabetes is ten opzichte van 2001 verdubbeld (CBS, 2012). Het tijdverlies voor weggebruikers in Nederland als gevolg van filezwaarte bedroeg in de periode september 2011 tot en met augustus 2012 rond de 50 miljoen uur (IenM, 2012). Nederlanders zien de toename in  $\text{CO}_2$ -uitstoot – grotendeels te wijten aan een toename in het wegverkeer – steeds minder als een persoonlijk probleem (KiM, 2010).

Of het nu gaat om welvaart, gezondheid, mobiliteit of duurzaamheid, veel maatschappelijke problemen hangen samen met een cumulatie van concrete individuele keuzes en gedragingen. Aangezien individuen zich in de keuzes die ze dagelijks maken meestal niet van nature richten op het collectief en de lange termijn, blijven deze problemen bestaan.

Op diverse vlakken en via verschillende wegen probeert de Nederlandse overheid dan ook het gedrag van burgers te beïnvloeden (Aarts en Van Woerkum, 2008; Hofmann, Friese en Wiers, 2008; Siepel, Regtvoort, Morssinkhof en Ruiters, 2012). Hiertoe heeft zij een aantal beleidsinstrumenten tot haar beschikking. Ze maakt bijvoorbeeld gebruik van *regelgeving* die ongewenst gedrag verbiedt of gewenst gedrag verplicht stelt. Daarnaast beschikt ze over een *financieel instrumentarium*: ze kan gedrag financieel aantrekkelijker of onaantrekkelijker maken door middel van subsidies of heffingen. Ook probeert de overheid maatschappelijke problemen in belangrijke mate aan te pakken met *communicatieve interventies*.

Veel van het beleid gericht op gedragsverandering gaat uit van 'rationele burgers' die hun keuzes weloverwogen maken. Zo is het gebruik van het financiële instrumentarium gestoeld op de aanname dat economische overwegingen bepalend zijn voor de intenties van burgers om gedrag wel of niet uit te voeren. Bij regelgeving gaat men ervan uit dat de rationele burger sancties zal willen voorkomen. Communicatieve interventies nemen als

uitgangspunt dat burgers met de juiste informatie kunnen worden overtuigd van wat goed voor hen is.

Een belangrijke aanname aan de basis van dit rationele perspectief op gedrag is dat het veranderen van intenties ook daadwerkelijk zal leiden tot het gewenste gedrag (Aarts en Van Woerkum, 2008). Echter, hoewel uit onderzoek blijkt dat intenties inderdaad een belangrijke drijfveer vormen voor gedrag en ze ons gedrag grotendeels kunnen verklaren, weten we ook dat we onze goede voornemens lang niet altijd waarmaken. Zo blijkt uit een aantal studies dat bijna 50% van de deelnemers met een bepaalde intentie tot gezond gedrag (bijvoorbeeld: een condoom gebruiken, deelnemen aan kankerscreening of zorgen voor een bepaald niveau van lichaamsbeweging) er uiteindelijk niet in slaagt dit gedrag ook daadwerkelijk uit te voeren (Sheeran, 2002). Er bestaat z gezegd een behoorlijke kloof tussen intenties en gedrag (Sheeran, 2002; Webb en Sheeran, 2006).

Aan deze kloof ligt een samenspel van factoren ten grondslag. Allereerst komt een rationele afweging pas tot stand binnen bepaalde randvoorwaarden. Mensen moeten bijvoorbeeld bereid en in staat zijn om de informatie die tot hen komt te verwerken (Aarts en Van Woerkum, 2008; Hofmann et al., 2008). Bovendien moeten ze hun overwegingen op het juiste moment weten te reproduceren. In de hectiek van het dagelijkse leven vragen echter zo veel zaken hun aandacht dat dit vaak niet het geval is. Daarnaast kan men voor dilemma's komen te staan als het nastreven van het ene goede voornemen het waarmaken van het andere in de weg staat (Aarts en Van Woerkum, 2008; Sheeran, 2002). Goede voornemens, bijvoorbeeld rond duurzaam of gezond gedrag, conflicteren bovendien nog eens met allerlei dagelijkse verleidingen. Zo blijken volwassenen veel sterke verleidingen te ervaren bij dagelijkse behoeften als eten, drinken en slapen (Hofmann, Vohs en Baumeister, 2012). Het maken van de juiste keuze vereist dus veel wilskracht. Hoewel mensen in staat zijn vele verleidingen succesvol te weerstaan wanneer deze conflicteren met hun doelen, blijkt het vermogen tot zelfcontrole niet onuitputtelijk (Hofmann et al., 2012). Als gevolg daarvan laten mensen zich in hun gedrag vaak leiden door allerlei impulsen en automatische processen. Moeilijk te doorbreken gewoontes (Sheeran, 2002; Webb en Sheeran, 2006) en het feit dat mensen zich onbewust laten leiden door hun fysieke (Wansink, 2004) en sociale (Lapinski en Rimal, 2005) omgeving houden ongewenst gedrag in stand.



Zelfs wanneer ze het zelf graag zouden willen, blijken mensen dus lang niet altijd in staat hun gedrag te veranderen. Bij gedragsveranderingen die noodzakelijk zijn om maatschappelijke problemen te tackelen blijkt de zaak vaak extra complex. Er bestaat namelijk vaak een spanningsveld tussen de effecten voor het individu en voor het collectief, en tussen die op de korte en op de lange termijn. Over het algemeen levert de gewenste gedragsverandering het individu op korte termijn meer nadelen dan voordelen op. Denk aan minder flexibele en langere reistijden wanneer men uit milieuoogpunt zou kiezen voor het openbaar vervoer in plaats van de auto. De voordelen van gedragsverandering op maatschappelijk niveau (minder CO<sub>2</sub>-uitstoot) zullen zich pas openbaren op langere termijn en bovendien alleen als er voldoende mensen meedoen (Klandermans, 1992).

Volgens de *impersonal impact*-hypothese is het moeilijk mensen er de noodzaak van te laten inzien dat ze hun gedrag moeten aanpassen voor collectieve doelen. Zelfs als ze zich ten volle bewust zijn van een maatschappelijk probleem schatten ze het effect van hun individuele gedrag vaak laag in (Tyler en Cook, 1984). Zien ze het nut van hun gedragsverandering wel voldoende in, dan lukt het vaak niet die door te voeren doordat ze te sterk gericht blijken op de effecten op de korte termijn (Cabinet Office Behavioural Insights Team, 2010; Downs, Loewenstein en Wisdom, 2009). Dit fenomeen, ook wel *heden-bias* genoemd, zorgt ervoor dat de *tastbare* voordelen op korte termijn voor het individu vaak doorslaggevend zijn, en niet de *mogelijke* voordelen op lange termijn voor het collectief. Daardoor kan iemand die heel milieubewust is, 's ochtends als de wekker gaat toch nog beslissen in plaats van het openbaar vervoer de auto pakken, om zo net nog wat langer in bed te kunnen blijven liggen.

In de praktijk blijkt gedrag dus vaak intuïtief of impulsief van aard (Aarts en Van Woerkum, 2008; Hofmann et al., 2008). Beleid dat een rationeel handelende burger als uitgangspunt neemt, is dan ook maar beperkt effectief. Veel communicatieve interventies gericht op kennisoverdracht en bewustwording, zoals de Postbus 51-campagnes, blijken nauwelijks effect te hebben op gedrag (Siepel et al., 2012). Ook rookt nog steeds meer dan een kwart van de Nederlanders ondanks de accijns op tabak (RIVM, 2012a). En het riskeren van een fikse boete weerhoudt zo'n 38% van de fietsers er niet van de weg op te gaan zonder goede verlichting (Boxum et al., 2008 in RIVM, 2012b). Inzichten uit onder andere sociale psychologie, communicatiewetenschappen en gedragseconomie laten dan ook zien dat

gedragsbeïnvloeding vraagt om een bredere aanpak die rekening houdt met de automatische processen die een rol spelen bij het tot stand komen van gedrag (Conforth, 2009; Dolan et al., 2012).

Dit besef heeft de afgelopen jaren ook bij de overheid geleid tot een kritische blik op de huidige beleidspraktijk. Naast sturing van gedrag op basis van weloverwogen beslissingen wordt sturing via onbewuste mechanismen verkend (zie bijvoorbeeld de WRR-rapporten van Faddegon, 2011; Tiemeijer, Thomas en Prast, 2009). Daarbij is er veel aandacht voor sturing door aanpassingen in de fysieke of sociale omgeving die op het kritieke moment aansporen tot bepaald gedrag, ook wel *nudging* genoemd (Marteau, Ogilvie, Roland, Suhrcke en Kelly, 2011). Een voorbeeld hiervan is de trap meer in het zicht plaatsen dan de lift om lichaamsbeweging te stimuleren. Naast regelgeving, financiële instrumenten en communicatieve interventies zijn daarmee ook *voorzieningen* een belangrijke rol gaan spelen in het instrumentarium van de overheid om het gedrag van burgers te sturen.

In dit verkennend onderzoek houden we de wijze waarop de overheid dit instrumentarium inzet om het gedrag van burgers te sturen nader tegen het licht. De centrale vraag luidt: *Wat is het beleid en de huidige praktijk van de overheid ten aanzien van gedragsbeïnvloeding?* Bij het beantwoorden van deze vraag bekijken we hoe de inspanningen van de overheid en de beleidsmaatregelen die zij treft, aansluiten bij de dagelijkse realiteit van de burger waarin het gedrag tot stand komt. Hiertoe zullen een aantal deelvragen worden beantwoord:

- (1) *Welke beleidsinstrumenten voor gedragsbeïnvloeding zijn er te onderscheiden?*
- (2) *Welke beleidsinstrumenten voor gedragsbeïnvloeding zet de overheid momenteel in?*
- (3) *Hoe verhouden deze instrumenten zich tot elkaar?*
- (4) *Is het gebruik van de verschillende instrumenten voor beïnvloeding congruent met de beleidsdoelstellingen van de overheid?*
- (5) *Welke instrumenten zijn in het huidige beleid dominant en welk effect sorteren ze?*

In het volgende hoofdstuk bespreken we het beleidsinstrumentarium van de overheid (deelvraag 1) en plaatsen we dit instrumentarium binnen een breder kader. We introduceren een *framework* dat laat zien hoe verschillende processen, vaak onbewust, hun uitwerking hebben op de uiteindelijke effectiviteit van de beleidsinstrumenten. In hoofdstuk 3 tot en met 5

brengen we het beleid en de huidige praktijk van de overheid bij gedragsbeïnvloeding in kaart aan de hand van drie casussen in de domeinen gezondheid, mobiliteit en financiën. Van elke casus bespreken we de inspanningen van de overheid om een bepaald gedrag onder burgers te bevorderen of juist te ontmoedigen. We kijken welke beleidsinstrumenten hiertoe worden ingezet (deelvraag 2) en hoe de gekozen maatregelen zich tot elkaar verhouden (deelvraag 3). Ook bezien we in hoeverre de gekozen beleidsinstrumenten congruent zijn met de gestelde beleidsdoelstellingen (deelvraag 4). In hoofdstuk 6 blikken we terug op de drie casussen. We bespreken welke beleidsinstrumenten in het huidige overheidsbeleid dominant zijn, en op basis van de inzichten uit de verschillende casussen en literatuur bediscussiëren we de gevolgen die dit heeft voor de uiteindelijke effectiviteit van het overheidsbeleid (deelvraag 5).

# 2

## *Beleid als onderdeel van een complexe keuzecontext*

### 2.1 Motivatie en vermogen als voorwaarden voor gedrag

De overheid probeert een aantal maatschappelijke problemen aan te pakken door bepaalde gedragingen van burgers aan te moedigen en andere te ontmoedigen. Bij het tot stand komen van gedrag vormen *motivatie* (wil men het?) en *vermogen* (kan men het?) belangrijke voorwaarden. Daarnaast is het van belang dat er op het kritieke moment, als men tot het gewenste<sup>1</sup> gedrag wordt uitgedaagd, een duidelijke *trigger* of prikkel is (Fogg, 2009). Een beleidsmaatregel kan zo'n prikkel vormen. Afhankelijk van de situatie en het soort gedrag (bijvoorbeeld nieuw, incidenteel of gewoontegedrag) zijn er prikkels mogelijk die motiverend en/of faciliterend zijn. Een BOB-sleutelhanger kan bijvoorbeeld een automobilist die vertrekt naar een feestje herinneren aan zijn voornemen om zichzelf en zijn vrienden na afloop veilig thuis te brengen.

### 2.2 Beleidsinstrumenten voor sturing van gedrag

Met het eerdergenoemde beleidsinstrumentarium stimuleert de overheid de motivatie en het vermogen van burgers om bepaald door haar gewenst gedrag te vertonen. Allereerst poogt zij door middel van *regelgeving* bepaald gedrag af te dwingen, bijvoorbeeld door ongewenst gedrag te verbieden (geen alcohol onder de 16 jaar) of gewenst gedrag te verplichten (het voeren van fietsverlichting). Stevige verzwarende van de straffen voor rijden onder invloed van alcohol in 1992 bleek niet te leiden tot een afname van dit gedrag. Dit kwam onder andere doordat het toezicht was afgenomen (Mathijssen, 1994 in SWOV, 2011). Regelgeving is dus alleen zinvol wanneer

de overheid die handhaaft en overtreding bestraft. Dit beleidsinstrument werkt dus niet als de middelen voor toezicht niet beschikbaar zijn of als het gedrag per definitie onzichtbaar is voor de overheid (zoals bij (on)veilig vrijen) (Aarts en Van Woerkum, 2008).

Via het *financiële instrumentarium* maakt de overheid gedrag aantrekkelijker of onaantrekkelijker (Aarts en Van Woerkum, 2008). Zo probeert zij ongewenst gedrag te remmen door het te belasten (het gebruik van alcohol en tabak) of gewenst gedrag te stimuleren door het te subsidiëren (de aanschaf van zonnepanelen). Het subsidiëren van wenselijk gedrag kan de overheid veel geld kosten. Bij belastingen bestaat soms het risico dat mensen ervoor kiezen bepaalde producten uit het buitenland te halen.

Ook zijn er *communicatieve interventies* (Aarts en Van Woerkum, 2008). Kennisoverdracht stelt de burger in staat tot het maken van een geïnformeerde keuze. Daarnaast probeert de overheid middels informatievoorziening over de voordelen van gewenst gedrag (30 minuten bewegen per dag geeft energie) of de gevaren van ongewenst gedrag (drank maakt meer kapot dan je lief is) burgers te motiveren of te demotiveren tot het uitvoeren ervan. Burgers moeten niet alleen gemotiveerd zijn, maar ook over de bekwaamheid beschikken om hun gedrag te veranderen. Hiertoe zet de overheid dit beleidsinstrument ook regelmatig in om burgers te instrueren.

Tot slot zijn er bepaalde *voorzieningen* mogelijk om het gedrag van burgers te sturen (Aarts en Van Woerkum, 2008). Fysieke aanpassingen in de omgeving faciliteren gewenst gedrag (de ov-fiets) of inhiberen ongewenst gedrag (verkeersdrempels). Men spreekt van verruimende voorzieningen wanneer deze gedrag gemakkelijker maken en van beperkende voorzieningen wanneer ze gedrag juist bemoeilijken. Waar de eerdergenoemde instrumenten vaak worden ingezet in de fase die voorafgaat aan het gedrag (en zich bijvoorbeeld richten op voorbereiding en intentievorming), spelen voorzieningen meestal een rol op het kritieke gedragsmoment.

### 2.3 Bewuste en onbewuste sturing

Wanneer de overheid de eerdergenoemde beleidsinstrumenten inzet om het gedrag van burgers te sturen, gaat men er zoals eerder besproken veelal van uit dat keuzes rationeel gemaakt worden. Bij het tot stand komen van

gedrag spelen echter vaak ook allerlei onbewuste processen een rol, in gang gezet door prikkels uit de omgeving. Doordat prikkels soms het gedrag de verkeerde kant op sturen, bereikt beleid niet altijd het beoogde doel. Een gemeente kan bijvoorbeeld het plaatsen van fietsen buiten de stallingen verbieden, maar door het ontbreken van controle of voldoende rekken gebeurt het toch. De aanblik van de vele fietsen buiten de stalling zet een sociale norm en nodigt anderen uit dit voorbeeld te volgen.

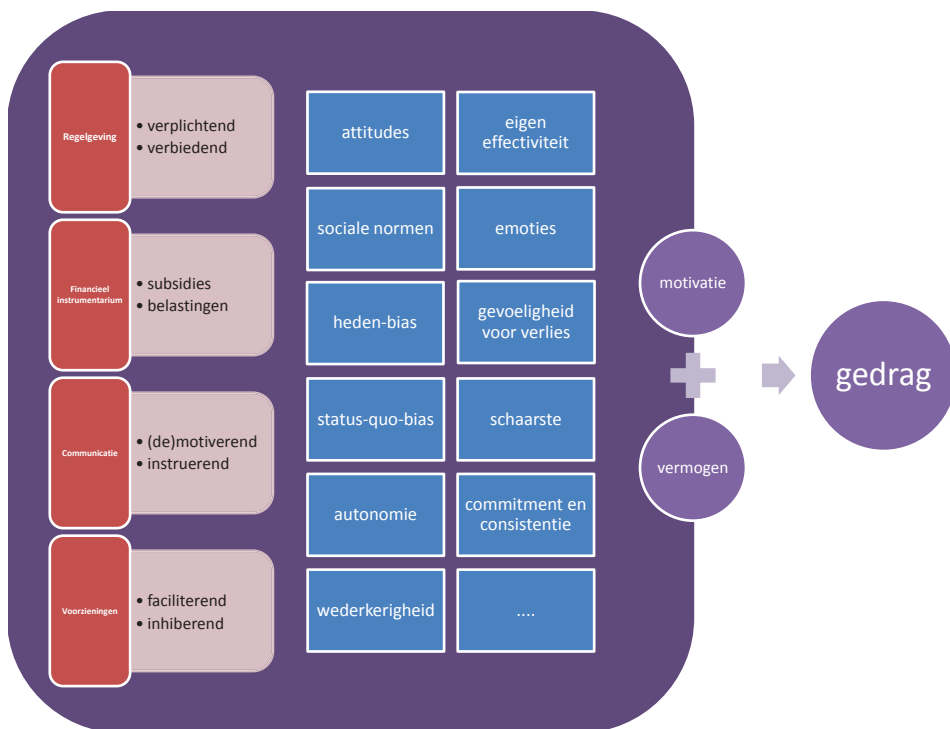
De omgeving of 'keuzecontext' waarin mensen (vaak grotendeels automatisch) daadwerkelijk handelen, blijkt een aanzienlijk effect te sorteren op het uiteindelijke gedrag (Dolan et al., 2012). Beleidsmaatregelen vormen maar een zeer beperkt onderdeel van deze keuzecontext. Vele andere, vaak onbewuste prikkels zijn van invloed op de motivatie en het vermogen tot handelen.

De complexiteit van de keuzecontext wordt niet alleen veroorzaakt door de veelheid aan prikkels en invloeden, maar ook door het feit dat deze onderling op elkaar kunnen inwerken. Onbewuste invloeden kunnen zodoende het effect van beleidsmaatregelen op motivatie en vermogen in belangrijke mate mediëren. Een descriptieve sociale norm – iets wat men anderen ziet doen – kan regelgeving bijvoorbeeld ondermijnen (fietsen zonder licht mag niet, maar iedereen doet het). En de neiging van mensen de huidige situatie te handhaven, ook wel *status-quo-bias* genoemd, kan tegenwerken wanneer standaardopties haaks staan op beleidsdoelstellingen (in Nederland ben je geen orgaandonor, tenzij je anders aangeeft).

Onbewuste invloeden, zoals sociale normen en *status-quo-bias*, kunnen bepalend zijn voor het succes van beleid gericht op gedragsverandering. We noemen deze invloeden ook wel intermediaire factoren, omdat ze het effect van beleidsmaatregelen – veelal via onbewuste mechanismen – kunnen mediëren of modereren. Zo heeft bijvoorbeeld het verbod op roken mogelijk niet alleen een direct negatief effect op roken (het kan en mag niet meer overal), maar ook een indirect, gemedieerd effect. Een verbod maakt expliciet dat roken sociaal ongewenst gedrag is en kan ervoor zorgen dat rokers zich ongemakkelijk gaan voelen. Ze wijken af van de norm en dat voelt onprettig. Een verbod kan ook modererend werken op gedrag van meerokers. Gesteund door het rookverbod geven ze misschien sneller aan het vervelend te vinden dat iemand rookt. In het beleids- en gedragsbeïnvloedingsframework (figuur 2.1) staan deze intermediaire factoren dan ook tussen de vier beleidsinstrumenten en het uiteindelijke (beoogde) effect op motivatie, vermogen of gedrag. Ze worden toegelicht in tekstbox 1.

#### 14. Overheidsbeleid gericht op gedragsverandering

*Figuur 2.1*  
Beleids- en gedragsbeïnvloedingsframework



Effectief aansturen op gedragsverandering vereist een beleidsaanpak die rekening houdt met de intermediaire factoren uit het *framework*. Gebeurt dit niet, dan lopen beleidsmaatregelen het risico impliciet iets anders te communiceren dan ze beogen. Hoewel bijvoorbeeld de op de volgende pagina weergegeven verzameling van zwerfafval bij bushaltes in Nieuw Zeeland tot doel had burgers aan te sporen tot het gebruik van de afvalbak, werd onbewust juist de onwenselijke huidige norm onderstreept. Een klassieke studie naar de preventie van diefstal van kostbaar versteend hout toonde aan dat de tekst ‘Veel bezoekers nemen versteend hout mee, dit brengt schade toe aan het bos’ bezoekers juist stimuleerde om hetzelfde te doen (Cialdini et al., 2006). Het is dus van belang om in de beeldsvorming rekening te houden met dergelijke onbewuste factoren die mede van invloed zijn op motivatie en vermogen. Waar mogelijk zullen deze met de

beleidsdoelstellingen op één lijn moeten worden gebracht. Zo kunnen communicatieve interventies burgers beter motiveren door gewenst gedrag bij anderen zichtbaar te maken (steeds meer Nederlanders scheiden hun afval) en kan regelgeving soms bijdragen aan het gunstiger voorstructureren van de keuzes van burgers (Faddegon, 2011) (je bent wél orgaandonor, tenzij je anders aangeeft).

In de volgende drie hoofdstukken bekijken we de beleidspraktijk voor gedragsverandering in de domeinen gezondheid, mobiliteit en financiën. Hiertoe nemen we drie casussen onder de loep. We bekijken hoe de overheid gezonde voedselkeuzes onder jongeren probeert aan te moedigen middels gezondere schoolkantines, hoe ze automobilisten door middel van financiële prikkels tijdens de spits van de weg probeert te houden en hoe ze burgers probeert te stimuleren tot verantwoord financieel gedrag. Bij deze casusbeschrijvingen functioneert het *framework* (figuur 2.1) als leidraad. Per casus brengen we in kaart welke beleidsinstrumenten worden ingezet om de betreffende beleidsdoelstellingen te bereiken en bespreken we per maatregel welke factoren het uiteindelijke effect (bedoeld of onbedoeld) zouden kunnen mediëren. Ook kijken we hoe de gekozen instrumenten zich tot elkaar verhouden (zijn ze bijvoorbeeld gelijkwaardig of wordt het ene instrument ingezet ter ondersteuning van het andere?). Op basis van onze bevindingen bediscussiëren we in hoeverre de gekozen beleidsinstrumenten congruent zijn met de gestelde beleidsdoelstellingen.



#### Noot

- 1 N.B. in deze verkenning zullen we verder niet ingaan op de normatieve vraag wie de ‘definitiemacht’ van gewenst gedrag heeft.



### Tekstbox 1

#### *Intermediaire factoren bij gedragsbeïnvloedende beleidsmaatregelen*

Beleidsmaatregelen vormen maar een fractie van de complexe keuzecontext waarin gedrag wordt vertoond. In de praktijk blijken diverse factoren het effect van de beleidsinstrumenten op motivatie en vermogen te mediëren. Hierna bespreken we er een aantal. Belangrijke elementen uit traditionele sociaalpsychologische gedragsmodellen en inzichten in de automatische sturing van gedrag uit onder andere de gedragseconomie zijn hiervoor als uitgangspunt genomen.

*Wat vind ik ervan?* Een factor die in belangrijke mate bijdraagt aan onze motivatie om gedrag wel of niet uit te voeren is onze *attitude* of houding ten opzichte van het gedrag (Ajzen en Madden, 1986 in Aarts en Van Woerkum, 2008). Veel beleidsmaatregelen richten zich dan ook op het beïnvloeden van de attitudes van burgers.

*Kan ik het wel?* Ook de *eigen effectiviteit*, het vertrouwen in het eigen handelen, is van invloed (Ajzen en Madden, 1986, in Aarts en Van Woerkum, 2008). Het gaat hierbij om een subjectief oordeel dat men heeft over de uitvoerbaarheid van het gedrag, dat niet per se overeen hoeft te komen met de controle die men werkelijk heeft. Als mensen het gevoel hebben dat het hun waarschijnlijk toch niet zal lukken het gedrag uit te voeren, zullen ze minder geneigd zijn het te proberen.

*Wat doen en vinden anderen?* Mensen laten zich in hun gedrag tevens leiden door *sociale normen*. Ze zijn gevoelig voor wat anderen van hen verwachten (injunctieve normen), maar laten zich vooral ook leiden door wat ze andere mensen zien doen (descriptieve normen) (Lapinski en Rimal, 2005). Voor het verleiden tot het uitvoeren van gedrag is het dus belangrijk dat hun perceptie van wat van hen verwacht wordt en die van hetgeen anderen doen met elkaar in overeenstemming zijn.

*Wat voel ik erbij?* Emoties zijn van grote invloed op ons gedrag. Negatieve gevoelens, zoals angst, kunnen belemmerend werken, terwijl positieve associaties juist aantrekken. Van belang is hierbij het feit dat onbewuste zintuiglijke gewaarwordingen (bijvoorbeeld door beelden of geuren) gevoelens en associaties kunnen oproepen, die vervolgens van invloed zijn op de manier waarop mensen handelen (Bargh, 2006, Bargh en Chartrand, 1999 en Williams en Bargh, 2008 in Dolan et al., 2012). Emoties zijn bovendien van invloed op de manier waarop men keuzes maakt. Als mensen goed geluimd zijn, laten ze zich vaak meer leiden door impulsen, en in een negatieve bui meer door rationele afwegingen (Hofmann et al., 2008).

*Wat zie ik ervoor terug?* De zogenoemde *heden-bias* is van invloed op keuzegedrag: men laat zich vooral leiden door de directe uitkomsten van gedrag en veel minder door de consequenties op de lange termijn (Dolan et al., 2012; Faddegon, 2011).

*Blijft alles wel bij het oude?* Vaak zijn de consequenties van gedrag uit te drukken in termen van winst of verlies. De *gevoeligheid voor verlies* (volgend op falen) blijkt groter dan de gevoeligheid voor winst (volgend op succesvol gedrag) (Conforth, 2009). De motivatie om te behouden wat men al heeft, kan daardoor groter zijn dan de motivatie om iets nieuws te verkrijgen. Ook *status-quo-bias*, de neiging om de situatie zoals deze is niet te veranderen, zorgt er vaak voor dat standaardopties leidend zijn voor gedrag (Dolan et al., 2012; Faddegon, 2011).

*Is het exclusief?* Of het nou komt door een verlangen ons te onderscheiden (bijvoorbeeld met dat unieke handgemaakte sieraad), door kuddegedrag (deze bijna uitverkochte truien zijn duidelijk hip!) of uit angst de boot te missen (wees er snel bij, want op is op!), vaak voelen we ons aangetrokken door zaken die schaars zijn. Motivatie kan daardoor sterk worden gedreven door (een gevoel van) *schaarste* (Cialdini et al., 2005).

*Mag ik dat zelf bepalen?* Mensen hechten veel waarde aan *autonomie*. We doelen hier op de intrinsieke behoefte aan zelfbepaling (Ryan en Deci, 2000). Mensen willen graag zelf beslissingen kunnen nemen. Wanneer ze voelen dat ze worden beïnvloed en hun keuzevrijheid wordt ingeperkt, kan dit tot weerstand leiden (Miller, Lane, Deatrick, Young en Potts, 2007).

*Is dit waar ik voor sta?* Het gevoel van *commitment* speelt een belangrijke rol bij de keuzes die burgers maken. Mensen streven naar *consistentie* van hun gedrag met hun identiteit (Baumeister et al., 1994 en Festinger, 1957 in Cialdini et al., 2005). Het moet passen bij wie ze zijn en waar ze voor staan. Ze handelen graag in overeenstemming met hun waarden, overtuigingen en de beloften die ze aan anderen gedaan hebben. Hierbij speelt het principe van *wederkerigheid* een belangrijke rol. Wanneer mensen van een ander iets krijgen (bijvoorbeeld een cadeau, een helpende hand of een compliment), zijn ze geneigd hiervoor iets terug te geven (Cialdini et al., 2005).

# 3

## *Gedragbeïnvloeding in de praktijk: De Gezonde Schoolkantine*

Gezondheid is een van de terreinen waarop de overheid het gedrag van burgers probeert te beïnvloeden, en dan vooral de preventie van overgewicht en obesitas onder kinderen en jongeren. Deze groepen, die anders dan volwassenen niet in staat zijn zelfstandig gezond te kiezen, hebben extra inspanningen nodig (vws, 2009). De aandacht gaat daarbij in toenemende mate uit naar het creëren van een leefomgeving die gezond eten en voldoende beweging gemakkelijker moet maken. Het project Jongeren Op Gezond Gewicht (JOGG), gericht op jongeren in de leeftijd van 0-19 jaar, gaat uit van een aanpak waarbij verschillende publieke en private partijen op gemeentelijk niveau samenwerken aan een gezondere leefomgeving. Daarnaast lopen er initiatieven die zich specifiek richten op het stimuleren van gezonde voedselkeuzes gesegmenteerd naar leeftijd. Zo is er veel aandacht voor jongeren in de leeftijd van 12-20 jaar, die veelal een ongezond voedingspatroon hebben, met veel verzadigde vetten en suikers en onvoldoende vezels (CBS, 2011 in Mensink, Schwinghammer en Smeets, 2012). Eetgewoontes die op jonge leeftijd worden aangeleerd blijven vaak ook op latere leeftijd bepalend voor het eetgedrag (Kelder et al., 1994 in Mensink et al., 2012). De overheid ziet de jonge jaren dan ook als de sleutelperiode voor de preventie van overgewicht op latere leeftijd (vws, 2009).

Omdat jongeren een groot deel van hun dag op school doorbrengen en daar voedsel tot zich nemen, nam de Tweede Kamer in 2009 de motie-Vendrik aan. Het daarin gestelde doel is dat in 2015 alle schoolkantines gezond zijn. In de realisatie van dit doel speelt Stichting Voedingscentrum Nederland een belangrijke rol. Sinds 2002 verzorgt die De Gezonde Schoolkantine, een programma dat scholen voor voorgezet onderwijs en voor mbo ondersteunt bij het gezonder maken van het voedselaanbod in de schoolkantine, om zo scholieren te stimuleren gezonde(re) keuzes te

maken. Hierna bespreken we de beleidsinstrumenten die hiertoe worden ingezet, en op welke manier dat gebeurt. We maken hierbij onderscheid tussen de uiteindelijke doelgroep (de leerlingen en studenten) en een aantal andere betrokken partijen van wie medewerking wordt verwacht. Per maatregel bespreken we welke factoren het uiteindelijke effect op gedrag (bedoeld of onbedoeld) zouden kunnen mediëren. Afsluitend bediscussieren we in hoeverre de gekozen set van beleidsinstrumenten congruent is met de beleidsdoelstelling.

### 3.1 Welke beleidsinstrumenten worden ingezet om gezonde voedselkeuzes onder scholieren te stimuleren?

*Voorzieningen: een nieuwe keuzearchitectuur om gezonde voedselkeuzes te faciliteren*

Bij het doen van gezondere aankopen in de schoolkantine speelt zowel motivatie als vermogen een belangrijke rol. Het Voedingscentrum gaat ervan uit dat veel jongeren graag gezonder *willen* eten, maar dat zij de verleiding van allerlei ongezonde snacks in de kantine moeilijk kunnen weerstaan (IPM KidWise, 2009 in Mensink et al., 2012). De Gezonde Schoolkantine richt zich daarom in de eerste plaats op het scheppen van een gezonder voedselaanbod om het vermogen van scholieren en studenten om gezonde keuzes te maken te vergroten. Snoep, snacks en frisdranken worden zo veel mogelijk vervangen door aantrekkelijke, gezonde producten. Daarnaast is er aandacht voor de presentatie van voedingsmiddelen (gezonde keuzes op ooghoogte) en een gezellige inrichting van de kantine. De Gezonde Schoolkantine zet dus primair in op het creëren van voorzieningen die gezonde keuzes faciliteren en ongezonde keuzes inhiberen.

De Gezonde Schoolkantine speelt in op het idee dat eetgedrag in grote mate wordt bepaald door allerlei impulsen en onbewuste processen die worden aangestuurd door de omgeving. Verschillende onderzoeken laten zien dat bijvoorbeeld de aanwezigheid, bereikbaarheid en presentatie van voedingsmiddelen van grote invloed zijn op consumptie (zie bijvoorbeeld Diliberti et al., 2004, Rolls et al., 2002, Rozin et al., 2011 en Wansink, 2004 in Mensink et al., 2012). De voedselomgeving beïnvloedt zowel wat men kiest als

hoeveel men daar vervolgens van eet (Wansink, 2004). Verschillende van de intermediaire factoren uit het *framework* spelen hierbij een rol. Denk aan attitudes ('ik vind gefrituurde snacks lekker'), emoties (de geur van appeltaart die herinnert aan een lieve oma) en de neiging om voor de meest voor de hand liggende optie te kiezen (een broodje frikadel is gemakkelijk en goedkoop).

De Gezonde Schoolkantine probeert het keuzegedrag in de kantine gunstig te beïnvloeden door op dergelijke intermediaire factoren in te spelen. Door gezonde keuzes aantrekkelijker te presenteren wordt geprobeerd attitudes ten opzichte van gezonde voeding positief te beïnvloeden. Een aantrekkelijke presentatie van producten en een gezellige kantine-inrichting spelen in op het gevoel dat de jongeren hebben bij een gezonde schoolkantine. In De Gezonde Schoolkantine liggen gezonde producten voor het grijpen en zijn producten zoals gesuikerde frisdrank en candybars minder gemakkelijk bereikbaar (bijvoorbeeld door ze onzichtbaar aan te bieden achter de balie). Uit onderzoek blijkt namelijk dat gezonde keuzes te stimuleren zijn door deze gemakkelijker te maken en ervoor te zorgen dat ongezonde keuzes maken net wat meer moeite kost (Downs et al., 2009).

Met het programma De Gezonde Schoolkantine wordt door het creëren van de juiste voorzieningen geprobeerd de voedselomgeving zodanig aan te passen dat deze verleidt tot het maken van de gezonde keuze. De eigen effectiviteit van de leerlingen tot het maken van gezonde voedselkeuzes wordt hiermee vergroot. Met de nieuwe keuzearchitectuur wordt een nieuwe standaard gezet. Door de veranderingen worden bestaande patronen zichtbaar doorbroken. Dit blijkt volgens de beheerders van de schoolkantes soms in de eerste weken tot wat weerstand te leiden, waarna men de nieuwe situatie over het algemeen accepteert als een dagelijkse realiteit. Voor nieuwe leerlingen, die instromen nadat de veranderingen zijn doorgevoerd, is deze realiteit echter de eerste waar ze mee te maken krijgen.

#### *Financiële prikkels: aantrekkelijke prijzen om gezonde aankopen te stimuleren*

Ook door middel van financiële prikkels wordt geprobeerd de aankoop van gezonde producten onder scholieren te stimuleren. Hiertoe adviseert het Voedingscentrum scholen om gezonde producten goedkoper aan te bieden. Op dit moment zet de overheid hiervoor geen subsidies in, maar regelen de scholen en kantinebeheerders die dit willen het zelf.

De voordelen van minder gezonde voedselkeuzes (bijvoorbeeld het gemak of de smaak van een product) openbaren zich vaak al op het moment van consumptie en zijn daardoor over het algemeen bepalend voor de keuze. De effecten van voedselkeuzes op gezondheid zullen pas blijken op de langere termijn en spelen daardoor een minder prominente rol op het keuzemoment (heden-bias). Door gezonde producten goedkoper te maken en ongezonde producten duurder (vettaks) levert de gezonde keuze een direct financieel voordeel op.

Hoewel er nog relatief weinig onderzoek is verricht naar de effectiviteit van dergelijke maatregelen, zijn er aanwijzingen dat prijsvariëaties inderdaad kunnen aansporen tot het maken van gezondere keuzes. Wetenschappers die de conclusies van een aantal verschillende onderzoeken hebben gebundeld, concluderen bijvoorbeeld dat het subsidiëren van groente en fruit een positief effect heeft op de aankoop ervan (Eyles, Ni Mhurchu, Nghiem en Blakely, 2012). Ze waarschuwen er echter ook voor dat subsidies en belastingen soms ongewenste effecten kunnen hebben op de aankoop van andere producten die het uiteindelijke effect op de gezondheid teniet zouden kunnen doen. Zo zouden subsidies op groente en fruit kunnen leiden tot een verminderde aankoop van vis, en de belasting op suikerhoudende frisdranken zou kunnen resulteren in een toename van de consumptie van fruitdranken, die net zo veel suiker bevatten.

Ook in de praktijk blijkt het werken met subsidies en belastingen op voedsel een complexe materie. In Denemarken werd in 2011 een vettaks ingevoerd om de consumptie van ongezonde producten te ontmoedigen. Een jaar later werd de maatregel alweer afgeschaft vanwege de nadelige bijeffecten (Foodlog, 2013). De vettaks zou hebben geleid tot het verdwijnen van vele banen in de detailhandel en de voedingsmiddelenindustrie, doordat veel Denen hun inkopen over de grens gingen doen (EVM1, 2012). Hoewel het subsidiëren van gezonde en het belasten van ongezonde producten in potentie krachtige maatregelen kunnen zijn, blijkt de implementatie ervan in de praktijk dus zeer complex.

*Communicatie: kennisoverdracht om motivatie en vermogen te vergroten*

Hoewel er toenemende aandacht is voor elementen in de fysieke omgeving die aansporen tot (on)gezonde keuzes, wil de overheid ook graag dat jongeren het belang inzien van gezonde voeding en dat zij beschikken over

de juiste kennis en vaardigheden om gezonde keuzes te (blijven) maken. Daarom wil ze ook kennis en bewustwording over gezonde voeding vergroten. Hiervoor worden verschillende communicatiemiddelen – zowel motiverend als instruerend – gebruikt.

Scholen hangen bijvoorbeeld posters op om gezonde voeding bij leerlingen positief onder de aandacht te brengen. Door bijvoorbeeld de injunctieve (voorgeschreven) norm voor het maken van de gezonde keuze te benadrukken en aan de voordelen van gezonde voedselkeuzes te herinneren, probeert men de attitude van scholieren ten opzichte van De Gezonde Schoolkantine gunstig te beïnvloeden. Hoewel dit geen onderdeel is van het programma, besteedt een deel van de scholen ook in de lessen (bijvoorbeeld biologie of verzorging) aandacht aan gezonde voeding met behulp van speciale lespakketten van het Voedingscentrum.

In tegenstelling tot fysieke aanpassingen in de schoolkantine die inspelen op onbewuste keuzeprocessen van jongeren, zijn de communicatieve interventies van De Gezonde Schoolkantine dus met name gericht op bewuste sturing. Wanneer de poging tot gedragsbeïnvloeding er echter dik bovenop ligt, kan de ervaren autonomie of de intrinsieke behoefte aan zelfbepaling (Deci en Ryan, 2000) in het gedrang komen (Miller et al., 2007). Het risico op weerstand is dan groter.

*Regelgeving: een stok achter de deur als motivatie niet toereikend is*

In de praktijk blijkt enkel inzetten op communicatie en voorzieningen in de schoolkantine niet in alle gevallen voldoende om scholieren aan te sporen tot het maken van de gezonde keuze. Wanneer de motivatie of het vermogen om ongezonde verleidingen te weerstaan ontbreekt, kan dit problemen opleveren. Bijvoorbeeld wanneer scholieren de mogelijkheid hebben om uit te wijken naar een supermarkt of snackbar. Op dit moment is er op overheidsniveau nog geen sprake van regelgeving over de vestiging van snackbars in de buurt van scholen, maar de discussie over de vraag of er een vestigingsverbod zou moeten komen laait langzamerhand op. Op het niveau van de school zien we al wel regelgeving om snackmogelijkheden in te perken. Sommige middelbare scholen verbieden leerlingen om tijdens de pauzes het schoolterrein te verlaten of om bepaalde producten (zoals chips en energiedrankjes) mee de school in te nemen.



Hoewel regelgeving in bepaalde situaties zal worden gezien als een noodzakelijke stok achter de deur, heeft het instrument ook belangrijke beperkingen. Een verbod op het verlaten van het schoolterrein is bijvoorbeeld geschikter voor (de onderbouw van) het voortgezet onderwijs dan voor het mbo. Bovendien is het de vraag of het inperken van de keuzevrijheid bij leerlingen die al minder gemotiveerd zijn niet juist weerstand tegen de gezonde keuze zal oproepen. Dan bestaat het risico dat ze het tegenovergestelde gaan doen dan wat van hen gevraagd wordt, om hun gevoel van autonomie te herstellen (Miller et al., 2007). Experimenteel onderzoek onder jongeren naar het effect van een expliciet beïnvloedende maatregel die de keuzevrijheid aantastte, liet een direct effect zien op de houding van de jongeren ten aanzien van de maatregel (die werd negatiever), hun oordeel over de bron van de maatregel (die werd ook negatiever) en de mate waarin zij actief tegen de maatregel in gingen (die nam toe) (Silvia, 2006).

### 3.2 Welke beleidsinstrumenten worden ingezet om medewerking van betrokken partijen te stimuleren?

Het stimuleren van gezonder keuzegedrag door leerlingen en studenten in de schoolkantine vraagt ook om medewerking en dus gedragsverandering van een aantal andere betrokken partijen, zoals het schoolteam, kantinebeheerders, cateraars en ouders. Deze intermediaire doelgroepen moeten immers worden gemobiliseerd om de beoogde voorzieningen ook daadwerkelijk te treffen. Zij bepalen welke van de maatregelen worden ingevoerd en hoe de concrete invulling eruit zal zien. De overheid probeert hen in dit proces aan te sporen en richting te geven. Hierna bespreken we de beleidsinstrumenten die hiertoe worden ingezet.

*Communicatie: argumenten ter motivatie en instructies voor uitvoering*

Om scholen te motiveren tot deelname en ze te helpen bij het realiseren en behouden van een gezonde schoolkantine wordt sterk ingezet op communicatie. Hierna bespreken we een aantal manieren waarop communicatie binnen De Gezonde Schoolkantine wordt gebruikt om te motiveren en instrueren.

#### *Een persoonlijk advies om te motiveren tot deelname*

Om te motiveren tot het verbeteren van het voedingsaanbod wordt zo veel mogelijk gebruik gemaakt van persoonlijke communicatie. De Schoolkantine Brigade van het Voedingscentrum bezoekt scholen op locatie om het aanbod in de kantine te beoordelen en advies op maat te geven, en organiseert inspiratiesessies. Daarnaast verstrekt het Voedingscentrum informatie over het programma via zijn website<sup>4</sup> en e-nieuwsbrieven.

Om scholen te motiveren het voedingsaanbod in de kantine te verbeteren, wordt onder andere ingezet op rationele overwegingen. Door middel van overtuigende argumenten (bijvoorbeeld: '6 redenen om nu te beginnen!') probeert men de bij schoolleiding, docenten, kantinebeheerders en cateraars heersende bezwaren weg te nemen en een positieve attitude te scheppen ten opzichte van een gezonde schoolkantine. Daarnaast worden barrières geslecht, zoals de gevreesde extra tijdsinvestering. Daartoe krijgen scholen praktische handvatten en tips aangereikt die het verbeteringsproces vergemakkelijken. Tot slot tracht men betrokkenen te inspireren en hun gevoel van eigen effectiviteit te vergroten door het delen van succesverhalen van voorbeeldscholen.

#### *Een pakket van instruerende materialen voor een planmatige aanpak*

Wanneer een school heeft besloten in actie te komen, zullen verschillende betrokkenen moeten samenwerken om De Gezonde Schoolkantine te realiseren. Om deze samenwerking te bevorderen, ontvangen deelnemende scholen een stappenplan en verschillende instructiematerialen. Een eerste advies is het samenstellen van een Gezonde Schoolkantineteam, bestaande uit een directielid, een leerling of student, een ouder (wanneer het programma wordt uitgevoerd in het voortgezet onderwijs), de cateraar of de kantinebeheerder, een docent en een medewerker van de GGD.

Het Gezonde Schoolkantineteam speelt een belangrijke rol in de concrete uitvoering van het project. Om het team hierbij te ondersteunen wordt via verschillende wegen, zowel zendend als vraaggestuurd, instruerend gecommuniceerd. Er is bijvoorbeeld een algemene handleiding en er is online informatie beschikbaar en een set tools, zoals een inventarisatietool om de huidige stand van zaken van beleid tot lesactiviteiten in kaart te brengen en een kantinescan om het aanbod te screenen, waarna scholen concrete tips en adviezen krijgen. Scholen met specifieke vragen kunnen

contact opnemen met de Schoolkantine Brigade van het Voedingscentrum of met de GGD, die op lokaal niveau begeleiding kan bieden. Tot slot kunnen deelnemende scholen ideeën en ervaringen uitwisselen tijdens zogenoemde inspiratiesessies.

Via de verschillende communicatiemiddelen krijgen de scholen niet alleen instructies over de fysieke omgeving (wat moet er concreet veranderen in de kantine?), maar ook over de sociale omgeving. Hoe bijvoorbeeld draagvlak te creëren onder leerlingen of studenten, ouders en het schoolteam? Daarbij blijken vooral heel bevlogen directieleden of docenten een sleutelrol te kunnen vervullen. Ook is er binnen De Gezonde Schoolkantine speciale aandacht voor het actief betrekken van de primaire doelgroep – de leerlingen en studenten – bij de concrete invulling aan het programma (bijvoorbeeld door het organiseren van een prijsvraag).

Om daadwerkelijk tot een gedragsverandering te komen, is het belangrijk dat men het gedrag *kan* uitvoeren en dat men er bovendien ook zelf vertrouwen in heeft dit te kunnen. Bij de implementatie van De Gezonde Schoolkantine komt behoorlijk wat kijken. Geloof in eigen effectiviteit is dus een belangrijke intermediaire factor voor het vermogen en de motivatie om aan de slag te gaan. Goede instructies kunnen hier in belangrijke mate aan bijdragen, ook bij intermediaire doelgroepen. Evenzo kan het deelnemen aan het Gezonde Schoolkantineteam bijdragen aan een gevoel van betrokkenheid (commitment) en op die manier de motivatie om zich actief in te zetten voor De Gezonde Schoolkantine vergroten. Ook het opstellen van een concreet stappenplan kan hieraan bijdragen. Mensen streven immers naar consistentie in woord en daad (Baumeister et al., 1994 en Festinger, 1957 in Cialdini, Maner en Gerend, 2005). Het evaluatierapport van De Gezonde Schoolkantine laat inderdaad zien dat het instellen van een werkgroep en het opstellen van een stappenplan bijdragen aan de intentie tot bestendiging van het programma (iResearch, 2010). Het idee dat een gevoel van betrokkenheid van invloed is op motivatie ondersteunt ook de instructie om alle leerlingen of studenten van de school zo veel mogelijk te betrekken bij het programma. Bovendien vormen leerlingen of studenten die actief meedoen een voorbeeld voor andere scholieren. Ze dragen met andere woorden bij aan een positieve descriptieve sociale norm (Mensink et al., 2012).

### *Aanmoediging van en hulp bij bestendiging*

Om de kans te vergroten dat de aanpassingen blijvend zijn, is het belangrijk dat de scholen voedingsbeleid ontwikkelen en vastleggen binnen hun school(gezondheids)beleid. Ze kunnen er bijvoorbeeld voor kiezen om afspraken over het aanbod vast te leggen en lessen over gezonde voeding op te nemen in het curriculum. Om dit te bereiken wordt communicatie zowel motiverend als instruerend ingezet. In de handleiding staan argumenten voor het formuleren van een visie op gezonde en duurzame voeding en de vertaling daarvan naar beleid. Er is een voorbeeldtekst beschikbaar en de GGD en De Brigade bieden ondersteuning bij het schrijven van beleid.

De aangedragen argumenten hebben in eerste instantie tot doel de attitude ten opzichte van het opnemen van De Gezonde Schoolkantine in het beleid gunstig te beïnvloeden. De instructies en voorbeelden hiertoe moeten een bijdrage leveren aan de eigen effectiviteit. Als deze communicatievormen succesvol worden toegepast en daadwerkelijk leiden tot beleidsvorming door scholen, gaan ook andere intermediaire factoren een rol spelen, zoals de behoefte aan consistentie. Men gaat ervan uit dat het vastleggen in het schoolbeleid van een visie op gezonde voeding zal bijdragen aan de motivatie om hier in de toekomst aan vast te houden en naar te handelen.

### *Het financiële instrumentarium: een prijs om deelname te stimuleren*

Om scholen te motiveren tot deelname aan De Gezonde Schoolkantine werd tussen 2006 en 2011 naast communicatie ook het financiële instrumentarium ingezet. Deelname werd financieel aantrekkelijk gemaakt met subsidie. In 2006/2007, 2008/2009 en 2009/2010 konden scholen zich inschrijven voor de zogenoemde Stimuleringsprijs. Wanneer ze een goed stappenplan inleverden bij het Voedingscentrum, ontvingen zij een werkbudget van 1000 euro. De drie scholen die de meest structurele stappen hadden ondernomen naar een gezonde schoolkantine, ontvingen een geldprijs om verdere stappen te bekostigen, zoals de verbouwing van de kantine, de aanschaf van een nieuwe koelkast of de aanleg van een moestuin. In 2010/2011 werd er voor het laatst een prijs uitgereikt (dit keer zonder werkbudget), de Schoolkantine Award.

De Stimuleringsprijs had als doel meer scholen te motiveren tot deelname aan De Gezonde Schoolkantine. Aan de idee dat een financiële prikkel scholen over de streep zou kunnen trekken, ligt de aanname ten grondslag dat economische overwegingen belangrijk zijn in de keuze van scholen om wel of niet deel te nemen. Behalve rationele overwegingen spelen hierbij ook onbewuste processen een rol, zoals de sterkere invloed op gedrag van directe uitkomsten dan van consequenties op de lange termijn (heden-bias) (Dolan et al., 2012; Faddegon, 2011). Deelname aan De Gezonde Schoolkantine vraagt scholen en kantinebeheerders flink te investeren op de korte termijn, terwijl de positieve effecten op de gezondheid van de leerlingen en de omzet van de kantine pas later zichtbaar worden. Het kortetermijnvoordeel van het werkbudget en de stimuleringsprijs kan motiverend werken.

In de praktijk bleek de financiële prikkel echter maar een beperkte bijdrage te leveren aan de motivatie tot deelname (iResearch, 2010). Interessant genoeg bleken scholen die meededen aan de Stimuleringsprijs wel een actievere aanpak te hanteren (iResearch, 2010). Dit kan komen doordat vooral zeer gemotiveerde scholen zich inschreven voor de prijs, maar het is ook goed mogelijk dat het wedstrijdelement een effect heeft gehad op het gevoel van commitment van deelnemende scholen. Desondanks wordt de prijs nu niet meer uitgereikt. Voor scholen die niet deelnamen aan De Gezonde Schoolkantine bleek overigens het niet kunnen opbrengen van de kosten van het programma een belangrijke reden (iResearch, 2010). Om scholen aan te sporen tot deelname aan De Gezonde Schoolkantine zit de potentie van het financiële instrumentarium dus mogelijk meer in het bevorderen van vermogen dan van motivatie.

### 3.3 Zijn de gekozen beleidsinstrumenten congruent met de beleidsdoelstelling?

Uit evaluatieonderzoek naar De Gezonde Schoolkantine blijkt dat zowel schooldirecties als leerlingen van deelnemende scholen positieve veranderingen hebben waargenomen in het aanbod van voedingsmiddelen in de schoolkantine. Ze gaven aan dat er na de invoering van De Gezonde Schoolkantine naar verhouding meer gezonde dan ongezonde producten beschikbaar waren, terwijl dat ervoor juist het tegenovergestelde was (Mensink et al., 2012). Toch is de effectiviteit van het programma moeilijk

te beoordelen. Er zijn namelijk geen metingen van het daadwerkelijke aanbod van de kantines, en nog belangrijker: er zijn geen gegevens bekend over (veranderingen in) het eetgedrag van de scholieren. Niettemin wordt de aanpak van De Gezonde Schoolkantine om scholieren aan te sporen tot gezonde(re) keuzes in de kantine door diverse wetenschappelijke literatuur onderschreven. Onderzoeken laten zien dat onze omgeving van grote invloed is op ons eetgedrag (zie bijvoorbeeld Diliberti et al., 2004, Rolls et al., 2002, Rozin et al., 2011 en Wansink, 2004 in Mensink et al., 2012) en er is bewijs dat een gezonder voedselaanbod kan leiden tot gezondere keuzes bij scholieren (TNO, 2008 en Schwartz et al., 2009 in Mensink et al., 2012).

Zoals eerder besproken is gedrag vaak intuïtief of impulsief van aard (Aarts en Van Woerkum, 2008; Hofmann et al., 2008). Zeker bij eten laten mensen zich grotendeels leiden door allerlei (impliciete) prikkels, zoals geuren en kleuren of het zien van anderen die eten. Goede voornemens kunnen daar vaak niet tegenop. De overheid lijkt er vanuit het perspectief van effectiviteit<sup>2</sup> dus goed aan te doen om met De Gezonde Schoolkantine vooral in te zetten op voorzieningen die grotendeels via onbewuste processen inspelen op het keuzegedrag van jongeren. Wel is het van belang er daarbij rekening mee te houden dat balieverkoop in de kantine niet de enige plek in de school is waar scholieren worden blootgesteld aan ongezonde verleidingen. Het percentage scholen dat een snoepautomaat heeft is de afgelopen jaren onveranderd hoog gebleven: 80% (Mikolajczak, Van den Berg en Bemelmans, 2012). Ook hier is dus nog werk te verrichten.

De focus van de overheid ligt op onbewuste sturing middels voorzieningen. Communicatiemiddelen, het financiële instrumentarium en regelgeving (die zich meer richten op rationele overwegingen van de doelgroep) vervullen een ondersteunende rol. Bovendien kunnen ze eraan bijdragen dat de doelen van het programma transparant zijn. Echter, ook deze beleidsinstrumenten kunnen impliciet communiceren. Zoals we hebben gezien: regels die de norm van gezonde voeding op school onderstrepen, kunnen averechts uitpakken wanneer de doelgroep te zeer het gevoel krijgt te worden beperkt in keuzevrijheid. Met name onder jongeren, die extra gevoelig zijn voor autonomie, leidt dit nogal eens tot verzet (Grandpre et al., 2003 en Miller et al., 2006 in Miller et al., 2007).

In de besproken aanpak, die zich grotendeels richt op het creëren van voorzieningen, moeten ook intermediaire doelgroepen in beweging worden gebracht. Met name bevlogen en intrinsiek gedreven directieleden of

docenten blijken een cruciale rol te spelen. Wanneer intrinsiek betrokken personen gedurende het proces wegvallen, kan dit grote consequenties hebben.

#### *Vasthoudendheid aan 'bewuste sturing'*

Wat opvalt is de verschillende benadering van de primaire en de intermediaire doelgroepen. Terwijl bij de scholier of student onbewuste sturing het toegepaste middel is, is de benadering van de intermediaire groepen juist heel rationeel. Is die benadering passend? Wordt daarmee het ambitieuze doel van de motie-Vendrik behaald – alle schoolkantine gezond in 2015? Uit de laatste meting van de RIVM over de periode 2007-2011 bleek dat nog maar 28% van de scholen in het voortgezet onderwijs meedeelde aan De Gezonde Schoolkantine (Mikolajczak et al., 2012). Uit dit onderzoek blijkt bovendien dat de bereidheid van scholen om overgewicht meer aan de orde te stellen de afgelopen jaren aanzienlijk is gedaald (Mikolajczak et al., 2012). Dit roept de vraag op of er ook op het niveau van school en kantine-beheerder niet meer moet worden ingezet op *verleiding* in plaats van op ratio alleen.

#### *De noodzaak van een optimale beleidsinstrumentenmix*

Uit onderzoek naar De Gezonde Schoolkantine blijkt dat niet enkel een gebrek aan motivatie, maar ook een gebrek aan vermogen een belangrijke rol speelt voor scholen die niet meedoen aan het programma. Het niet kunnen opbrengen van de kosten die met het programma gepaard gaan blijkt voor niet-deelnemende scholen een belangrijke beperkende factor (iResearch, 2010). Wanneer belangrijke randvoorwaarden voor deelname (zoals voldoende budget) niet aanwezig zijn, schiet communicatie tekort. Om scholen over de streep te trekken is het daarom noodzakelijk op zoek te gaan naar een uitgebalanceerde instrumentenmix, gericht op zowel motivatie als vermogen.

Al eerder is aangekaart dat er mogelijk een belangrijke rol is weggelegd voor het financiële instrumentarium om scholen beter in staat te stellen deel te nemen aan het programma. Ook de rol van regelgeving over kantine op scholen zou men kunnen overwegen. We hebben gezien dat bij de primaire doelgroep regelgeving door scholen wordt ingezet als stok achter

de deur, om te voorkomen dat scholieren die te weinig gemotiveerd zijn of de verleiding niet kunnen weerstaan naar andere plekken uitwijken. Ook op overheidsniveau zou regelgeving uitkomst kunnen bieden nu pogingen om middels communicatie draagvlak te creëren bij intermediaire doelgroepen te weinig effectief blijken. In verschillende Europese landen is er al sprake van regelgeving, bijvoorbeeld voor wat wel en niet verkocht mag worden in kantines en automaten op scholen (Weichselbaum, Gibson-Moore, Ballam en Buttriss, 2011). Hoewel dergelijke regels in eerste instantie tot doel hebben de medewerking van scholen af te dwingen, is het belangrijk om op te merken dat regelgeving bovendien een impliciet signaal afgeeft. Regels die een gezond aanbod verplichten, stellen immers ook een norm. De overheid laat ermee zien wat ze belangrijk vindt. Zo kunnen regels, indien goed gehandhaafd, helpen bij het zetten van een nieuwe standaard.

#### Noot

- 1 [www.voedingscentrum.nl/gezonde-schoolkantine](http://www.voedingscentrum.nl/gezonde-schoolkantine)
- 2 Echter, vanuit het normatieve perspectief kunnen er ook argumenten tegen zijn.



# 4

## *Gedragbeïnvloeding in de praktijk: infrastructuur beter benutten*

Een ander gebied waarop de overheid het gedrag van burgers probeert te sturen is mobiliteit. In juni 2011 onderstreepte de minister Schultz van Haegen van Infrastructuur en Milieu in haar brief aan de voorzitter van de Tweede Kamer (TK, 2011) het belang van een goed functionerende infrastructuur van wegen, spoor- en vaarwegen en openbaar vervoer. Daarbij benadrukte ze de noodzaak van een optimale bereikbaarheid voor reizigers en bedrijven om de economie structureel te versterken. Bijvoorbeeld: in 2010 bedroeg de economische schade op de 'top twintig trajecten met de meeste economische schade voor het vrachtverkeer' 182 miljoen euro (TLN/EVO, 2011).

Om de mobiliteit van reizigers en transporteurs van goederen te bevorderen neemt de overheid verschillende stappen. Enerzijds investeert ze in infrastructuur, bijvoorbeeld door de aanleg en uitbreiding van wegen. Zo werd er voor extra capaciteit tussen Utrecht en Amersfoort een derde rijstrook aangelegd op de A28. Anderzijds wil de overheid er middels het programma Beter Benutten voor zorgen dat de gebruikers de huidige infrastructuur optimaal benutten. Een belangrijk uitgangspunt van dit programma is een gunstigere spreiding van verplaatsingen om de filedruk te verminderen. Hiertoe probeert de overheid de mobiliteitskeuzes van reizigers zodanig te beïnvloeden dat er minder verkeer op de weg is tijdens spitsuren. Dit gebeurt bijvoorbeeld door te stimuleren dat men vroeger of later vertrekt, thuis werkt of zich verplaatst per fiets of openbaar vervoer. De afgelopen jaren zijn er in een aantal van de drukste regio's in het land 'spitsmijdenprojecten' uitgevoerd.

In dit hoofdstuk nemen we een van deze projecten onder de loep: Spitsvrij in Utrecht. Dit project ging van start in augustus 2011 en eindigde in december 2012. Het richtte zich op het bevorderen van de doorstroming

op de snelwegen in de driehoek Utrecht, Hilversum en Amersfoort. De A1, A27, A28, A12 en alle tussenliggende wegen maakten deel uit van dit project. Hierna bespreken we de beleidsinstrumenten om 5000 deelnemende automobilisten te stimuleren hun reisgedrag aan te passen en deze wegen tijdens de spits (dat wil zeggen tussen 06.30 uur en 09.30 uur en tussen 15.30 uur en 18.30 uur) te mijden. Ook hier bespreken we de rol van intermediaire factoren die het effect van de beleidsmaatregelen (bedoeld of onbedoeld) kunnen hebben beïnvloed. Tot slot bediscussiëren we in hoeverre de gekozen set van beleidsinstrumenten effectief is om spitsmijdend gedrag te bevorderen.

#### 4.1 Welke beleidsinstrumenten werden ingezet om spitsmijden te stimuleren?

*Financieel instrumentarium: een beloning om spitsmijden aantrekkelijker te maken*

Bij het project Spitsvrij stond het financiële instrumentarium centraal. Deelnemers ontvingen een beloning van maximaal 100 euro per maand als ze de drukke wegen in de spits meden. Ze begonnen de maand met een startsaldo, berekend op basis van het aantal kilometers dat ze normaal gesproken in het gebied aflegden tijdens de spits. Wanneer de zogenoemde S-Box, een gps-systeem dat voor de duur van het project in hun auto werd geplaatst, spitsritten registreerde, werd het saldo lager.

De deelnemers kregen een smartphone met daarop verscheidene diensten die het spitsmijden gemakkelijker maakten. Die smartphone gaf ook een extra prikkel: ze konden ervoor kiezen om met hun saldo te sparen voor de smartphone. Ze konden dan instellen dat ze per 5 euro beloning 1 euro opzij legden. Wanneer een deelnemer 100 euro had gespaard en minimaal een jaar had deelgenomen, werd de smartphone zijn eigendom.

Het gebruik van het financiële instrumentarium is gebaseerd op de aanname dat economische overwegingen bijdragen aan de motivatie tot het uitvoeren van gedrag. Het gaat hierbij niet alleen om bewuste en rationele processen. Ook een aantal onbewuste factoren mediëren het effect van deze beleidsprikkel op het uiteindelijke gedrag. Wederom speelt de zogenoemde

heden-bias een belangrijke rol. Hoewel het mijden van de spits duidelijke voordelen heeft, bijvoorbeeld een betere doorstroming en daarmee tijdswinst, zijn deze voor de individuele reiziger relatief onzeker. Immers, alleen als voldoende andere reizigers hun gedrag ook aanpassen, treden de gewenste effecten op. Door spitsmijden financieel te belonen worden er zekere kortetermijnvoordelen aan het gedrag verbonden, die mensen net dat nodige duwtje kunnen geven om hun gedrag aan te passen.

De financiële beloning speelt bovendien in op het feit dat mensen gevoelig zijn voor beloning en straf (Dolan et al., 2012). Mensen blijken gevoeliger te zijn voor een verlies (gevolgd op falen) dan voor winst (gevolgd op succesvol gedrag) (Dolan et al., 2012). Simpel gesteld waarderen we dat wat we bezitten hoger dan dat wat we niet hebben. Het werkt daarom vaak beter om mensen te belonen door ze iets te laten behouden wat ze al hebben. Spitsvrij maakt gebruik van de gevoeligheid voor verlies doordat deelnemers hun startsaldo en smartphone kunnen behouden door de spits te mijden en door deze af te waarderen of op te eisen wanneer ze onwenselijke mobiliteitskeuzes maken.

Van belang bij de wijze van toepassen van het financiële instrumentarium is ook het feit dat burgers autonoom blijven over hun mobiliteitskeuze. De keuze wordt hun niet opgedrongen. Met Spitsvrij erkent de overheid de bestaande verschillen in motivatie en vermogen tussen burgers. Niet iedere burger is bereid of in staat om zijn reisgedrag aan te passen. Automobilisten die de mogelijkheid hebben hun reisgedrag aan te passen en gemotiveerd zijn, kunnen meedoen, en als ze daarvoor kiezen kunnen ze elke dag opnieuw bepalen hoe ze zullen reizen. Door de ervaren keuzevrijheid is de kans op weerstand kleiner dan wanneer bijvoorbeeld kilometerheffing zou worden toegepast en daardoor alle automobilisten, ook degenen die hun reisgedrag simpelweg niet kunnen aanpassen, voor het rijden in de spits zouden worden bestraft.

Het is mogelijk dat door de beperking van het aantal deelnemers de wens om mee te doen werd aangewakkerd. De subsidie was niet oneindig, waardoor reizigers snel moesten beslissen of ze mee wilden doen. Het creëren van schaarste is een krachtig beïnvloedingswapen om twijfelaars over de streep te trekken. Als een product of dienst zeldzaam is, wordt het in de beleving meer waard. Door de schaarste te benadrukken, creëerde Spitsvrij aandacht en speelde het programma in op zowel de angst van het verlies als de behoefte aan autonomie. Wanneer alles al is vergeven, is de reiziger niet

langer meer zelf aan zet. Door op tijd mee te doen, blijft de controle behouden en is (nog) niks verloren. De keuze blijft aan de reiziger.

*Communicatie: feedback op gedrag als motiverende prikkel*

Om deelnemers op deze manier te (blijven) prikkelen hun reisgedrag aan te passen, werden ze steeds op de hoogte gehouden van de financiële gevolgen van hun keuzes. Via een persoonlijke webpagina en op een mobiele versie van Spitsvrij.nl voor smartphonegebruikers konden ze altijd zien hoeveel ze nog van hun startsaldo over hadden. Behalve informatie over de gevolgen van hun gedrag voor hun eigen portemonnee ontvingen de deelnemers ook informatie over de algemene resultaten van het project (bijvoorbeeld over de effecten op de doorstroming op de weg en op de CO<sub>2</sub>-uitstoot).

Onderzoek naar gedragsveranderende gezondheidsinterventies heeft laten zien dat het geven van individuele feedback op het gedrag (hoe het zich heeft ontwikkeld, hoe het zich verhoudt tot het gedrag van anderen) een positieve bijdrage kan leveren aan de gedragsverandering (Noar, Benac en Harris, 2007). Afhankelijk van het soort feedback kunnen aan dit effect verschillende processen ten grondslag liggen. Het communiceren van individuele informatie over de gevolgen van het spitsmijden op de inhoud van de portemonnee kan bijvoorbeeld simpelweg helpen om deze financiële prikkel terug in herinnering te brengen en de directe effecten van het gedrag nog eens zichtbaar maken (en daarmee inspelen op heden-bias en gevoeligheid voor verlies). Bij de communicatie over de gevolgen van het gedrag van de groep deelnemers als geheel spelen ook andere intermediaire factoren een rol. Zien dat men werkelijk een bijdrage levert aan het oplossen van het mobiliteitsprobleem in de regio kan bijvoorbeeld het zelfvertrouwen of de ervaren eigen effectiviteit vergroten. Bovendien laat dergelijke berichtgeving deelnemers zien dat er sprake is van gedragsverandering onder een grotere groep weggebruikers en benadrukt ze dus ook een gunstige descriptieve sociale norm.

Een mogelijk negatief effect van individuele feedback kan zijn dat bij een schamel financieel resultaat als gevolg van onvoldoende spitsmijden een 'what the hell'-effect optreedt. Hoe negatiever iemand over zichzelf denkt door te veel 'misstappen' (toch steeds in de spits rijden) en daar ook de negatieve consequenties van ziet, hoe groter de kans is dat iemand af-

haakt (Baumeister en Tierney, 2011). Omdat het toch geen zin meer heeft, besluit iemand er maar helemaal mee te stoppen. Daarbij komt nog de behoefte tot het reduceren van zogenoemde cognitieve dissonantie. Wanneer gedrag (in de spits rijden) niet overeenkomt met eigen overtuigingen ('het is goed om de spits te mijden') ontstaat een onprettig gevoel. Om dit gevoel te reduceren moeten gedrag en overtuiging in balans worden gebracht (cognitief consonant). Als het gedrag lastig bij te stellen is, zou de behoefte aan consistentie dus tot bijstelling van de overtuiging kunnen leiden ('waarom zou ik eigenlijk de spits moeten mijden?').

*Informatievoorziening: interactieve diensten om gunstige mobiliteitskeuzes te stimuleren*

Naast inzicht in hun saldo om ze te motiveren kregen deelnemers op hun persoonlijke pagina verschillende diensten aangeboden om het spitsmijden gemakkelijker te maken. De meeste boden actuele reisinformatie ten behoeve van het vermogen van reizigers om gunstige mobiliteitskeuzes te maken. Er was een routeplanner voor de meest efficiënte route met de auto en een reisplanner om de te verwachten reistijd per auto, openbaar vervoer en fiets te vergelijken. Deze planner gaf informatie over verschillende vertrekmomenten en vervoerscombinaties om deelnemers te helpen bij het maken van de meest efficiënte keuze. Op basis van de ingegeven informatie in de reisplanner konden deelnemers ook via sms (tegen betaling) of e-mail zogenoemde alerts met actuele informatie ontvangen over hun persoonlijke route, bijvoorbeeld over verkeershinder door werkzaamheden, omleidingen of treinvertraging. Met behulp van de functie Go About konden deelnemers daarnaast automatisch de verwachte heen- en terugreis aan afspraken in de Outlook-agenda koppelen. Tot slot was er een functie om deelnemers te helpen bij het vinden van een carpoolpartner op basis van bestemming en gemeenschappelijke interesses.

Hoewel de hiervoor beschreven diensten er in eerste instantie op gericht waren het spitsmijden te faciliteren en dus aangemerkt kunnen worden als voorzieningen, is de scheidslijn tussen de beleidsinstrumenten voorzieningen en communicatie in dit geval niet geheel eenduidig. Sommige van deze diensten, zoals de reisplanner, gaven de deelnemers namelijk ook achteraf feedback op de uiteindelijk gemaakte keuze: hoeveel heeft deze keuze opgeleverd of hoeveel had een andere keuze *kunnen* opleveren (bijvoorbeeld

in termen van geld en tijdsbesparing)? De informatievoorziening had in dit geval dus ook duidelijk een motiverende rol.

De meeste van deze voorzieningen richtten zich op het verstrekken van op maat gesneden informatie om deelnemers te helpen bij hun mobiliteitskeuzes. Ze speelden dus in op de eigen effectiviteit van reizigers om een bewuste mobiliteitskeuze te maken op basis van rationele overwegingen. Diverse onderzoeken naar personalisatie van gedragsveranderende gezondheidsinterventies tonen aan dat de mate waarin rekening wordt gehouden met de specifieke situatie van het individu sterk bijdraagt aan de uiteindelijke effectiviteit (Noar et al., 2007). Stinesen, Renes, Meinetten en de Bruin (2013) benadrukken in relatie hiertoe het belang om interventies wat betreft zowel inhoud als timing nauw af te stemmen op de gebruiker en het specifieke keuzemoment waarvoor hij of zij staat. Interventies moeten zich niet alleen richten op het van tevoren bevorderen van de motivatie en het vermogen om het gewenste gedrag uit te voeren. Juist ook op kritieke keuzemomenten moet de doelgroep ondersteuning krijgen en moet er een duidelijke prikkel worden geleverd die inspeelt op de motivatie of het vermogen om het gewenste gedrag uit te voeren (Fogg, 2009). De juiste prikkel op het juiste moment stimuleert bewustwording van de keuzecontext en kan zodoende helpen om onwenselijk gewoontegedrag te doorbreken (Tiemeijer et al., 2009). De verschillende diensten van Spitsvrij zijn er duidelijk op gericht te faciliteren op het kritieke moment. De motiverende prikkel als gevolg van de feedback komt uiteraard pas achteraf. Mogelijk kan de effectiviteit van deze feedback worden vergroot door deze precies op een volgend keuzemoment te geven ('Gisterenmorgen koos u de trein en bespaarde daarmee 20 minuten reistijd').

Het is niet onwaarschijnlijk dat de informatievoorziening van Spitsvrij op kritieke momenten, naast de bewustwording van de keuzecontext, ook de ontvankelijkheid van de doelgroep heeft vergroot. Door de persoonlijke relevantie van de reisinformatie zal de motivatie om dergelijke informatie te bekijken, te verwerken en te gebruiken naar alle waarschijnlijkheid groter zijn geweest dan wanneer er bijvoorbeeld alleen algemene tips waren gegeven om de spits te mijden (Hawkins, Kreuter, Resnicow, Fishbein en Dijkstra, 2008).

Daarnaast kunnen de variatie aan diensten en voorgestelde reismogelijkheden en het feit dat de overheid in dit geval niet 'ongevraagd' zendt, maar het initiatief bij de gebruiker laat, bijgedragen hebben aan de ontvankelijkheid

van de doelgroep. Zoals al eerder besproken kan beperking van de keuzevrijheid tot weerstand leiden en kunnen mensen zelfs in een poging hun gevoel van autonomie te herstellen juist het tegenovergestelde doen van het gewenste gedrag (Miller et al., 2007; Silvia, 2006). Wanneer de overheid mensen gaat vertellen wat ze moeten doen is de kans dus groot dat dit averechts uitpakt. Door burgers echter zelf de keuze te geven om van de informatievoorziening gebruik te maken en binnen de voorzieningen rekening te houden met verschillende alternatieve mobiliteitskeuzes, blijft de keuzevrijheid van de reiziger behouden en is weerstand te voorkomen. Sterker nog: de variëteit aan diensten en reisopties kan zelfs stimulerend werken. Diverse studies laten zien dat consumenten positief reageren op assortimenten met veel opties (o.a. Hoch, Bradlow en Wansink, 1999). Over het algemeen is een hoge variëteit in aanbod aantrekkelijk, omdat die niet alleen een gevoel van keuzevrijheid oproept, maar ook de kans vergroot om te slagen en een geschikt product of passende dienst te vinden.

*Voorzieningen: het nieuwe werken om spitsmijden te faciliteren*

Weggebruikers moeten niet alleen gemotiveerd zijn, maar ook in staat zijn om hun reisgedrag aan te passen. Dit betekent dat ook de omgeving het gedrag moet faciliteren. Zo werd de projectleiding van Spitsvrij er bij de start van het project zelf mee geconfronteerd dat ze, wanneer ze vóór de spits vertrok, bij aankomst bij het Provinciehuis nog een half uur voor een gesloten deur moest wachten. Spitsvrij werkt daarom ook samen met werkgevers om werknemers beter in staat te stellen hun reisgedrag te veranderen. Bijvoorbeeld door kantoren eerder open te stellen of door werknemers de ruimte te bieden flexibeler om te gaan met hun werktijden en thuis te werken.

Hoewel dergelijke veranderingen in de sociale en fysieke omgeving van werknemers een directe invloed hebben op hun vermogen om hun reisgedrag aan te passen, kunnen ook hier andere intermediaire factoren bijdragen aan de uiteindelijke effectiviteit van de getroffen maatregelen. Wanneer grote werkgevers zich committeren aan Spitsvrij en de nodige voorzieningen treffen, zendt dit ook het signaal uit dat men het belang ziet van veranderingen in het reisgedrag. De injunctieve norm dat het mijden van de spits wenselijk is, wordt zo door een steeds bredere groep

uitgedragen. Gevaar is echter dat leidinggevers om diverse redenen hun eigen reisgedrag niet aanpassen en daarmee impliciet communiceren dat de nieuwe norm alleen voor ondergeschikten geldt. Dit laatste kan weerstand oproepen en tegenovergesteld gedrag oproepen.

#### 4.2 Welke beleidsinstrumenten worden ingezet om medewerking van betrokken partijen te stimuleren?

Het ministerie van Infrastructuur en Milieu speelt een belangrijke rol als initiator en financier van het landelijke programma Beter Benutten. Bij de uitvoering van de diverse spitsmijdenprojecten die vallen binnen dit programma, waaronder Spitsvrij, zijn verschillende regionale stakeholders betrokken. Zo spelen bijvoorbeeld bestuurders van overheidsorganisaties en vertegenwoordigers van het bedrijfsleven in de regio een faciliterende rol. Zoals we hiervoor constateerden, vraagt het nieuwe werken bijvoorbeeld om medewerking van werkgevers. Net als bij De Gezonde Schoolkantine zien we dus ook hier dat bij het treffen van de juiste voorzieningen een intermediaire groep een rol speelt. Om werkgevers aan te sporen hun werknemers beter in staat te stellen hun reisgedrag te veranderen, was bij Spitsvrij vooral communicatie het toegepaste middel. Om de motivatie van een aantal grote bedrijven te vergroten werden zij bijvoorbeeld uitgenodigd voor een startbijeenkomst waarin onder andere het belang van een goede bereikbaarheid voor het bedrijfsleven werd besproken. Ook kregen werkgevers bepaalde voorzieningen, zoals ICT-faciliteiten, ter beschikking om hun vermogen om werknemers tegemoet te komen te vergroten.

#### 4.3 Zijn de gekozen beleidsinstrumenten congruent met de beleidsdoelstelling?

Uit de maatschappelijke kosten-batenanalyse van Spitsvrij komt naar voren dat de deelnemers aan Spitsvrij ruim 40% van de spitsperiodes op de wegen meden (Goudappel Coffeng, 2012). Dit deden ze door op een ander tijdstip te reizen, door te kiezen voor een andere vervoerswijze of een andere route of door thuis te werken. Door een gedragsverandering van een relatief kleine groep automobilisten (enkele procenten) ontstonden files niet of later en waren ze eerder opgelost. De financiële beloning, in combinatie



met de communicatie van gerichte feedback en een aantal ondersteunende voorzieningen, blijkt dus effectief te zijn geweest om voldoende automobilisten aan te sporen tot het mijden van de spits. Van regelgeving is in dit geval geen sprake en de gedragsverandering is geheel vrijwillig.

Het Spitsvrij-project zoals dat hiervoor is beschreven is inmiddels afgerond. In april 2013 is het programma weer opgepakt. Deelnemers kunnen nu niet meer sparen voor geld, maar voor punten om mee te winkelen in een webshop. Op termijn is het de bedoeling de financiële beloning helemaal af te bouwen. Hierna bediscussiëren we wat dit zal betekenen voor het geboekte succes. Zal met het verdwijnen van de financiële prikkel niet ook de motivatie van automobilisten om de spits te (blijven) mijden wegvallen? Vervolgens bespreken we een ander potentieel probleem rond het mobiliteitsbeleid: hoe te voorkomen dat de verbeterde situatie op de weg automobilisten verleidt om juist weer naar de spits terug te keren?

#### *Een tijdelijke financiële prikkel voor blijvende gedragsverandering?*

Mensen kunnen op verschillende manieren worden gedreven tot gedrag. Ze kunnen iets doen omdat het gedrag zelf hen voldoening of plezier geeft: intrinsieke motivatie. Heel vaak is gedrag echter extrinsiek gemotiveerd, namelijk op grond van de consequenties. Zo ook bij Spitsvrij, waarbij het mijden van de spits (in ieder geval grotendeels) wordt gemotiveerd door de financiële consequenties ervan. De mate waarin extrinsiek gemotiveerd gedrag vanuit vrije wil en innerlijke drijfveren wordt uitgevoerd kan behoorlijk verschillen. Gedrag kan bijvoorbeeld geheel extern gereguleerd zijn, wanneer het wordt opgelegd door anderen. Het kan ook vrijwillig plaatsvinden onder (een gevoel van) druk vanuit de sociale omgeving, bijvoorbeeld wanneer het samenhangt met het nastreven van status of populariteit. Een derde mogelijkheid is dat gedrag wordt opgeroepen door innerlijke waarden en interesses, zoals de behoefte aan persoonlijke ontwikkeling of het nastreven van een goede gezondheid en persoonlijke relaties. Hoe sterker nieuw gedrag gebaseerd is op innerlijke drijfveren en gekoppeld is aan persoonlijke waarden, hoe groter de kans op een blijvende gedragsverandering (Ryan en Deci, 2000).

Hoewel de gedragsverandering bij Spitsvrij geheel vrijwillig is (de automobilist kiest er zelf voor om aan het project mee te doen en is iedere dag vrij in zijn mobiliteitskeuzes), wordt het gedrag in eerste instantie extern

gemotiveerd door een financiële prikkel en niet zozeer door persoonlijke waarden. Om de kans te vergroten dat automobilisten, ook na wegvallen van de financiële beloning, gemotiveerd blijven om het nieuwe reisgedrag te behouden, is het belangrijk dat het gedrag wordt gekoppeld aan persoonlijke waarden en interesses. De deelnemers moeten dus ook voldoende andere voordelen zien van het mijden van de spits.

Mogelijk is een tijdelijke financiële prikkel voor (een deel van) de automobilisten voldoende motiverend om hun oude patroon (status-quo) te doorbreken en worden tijdens het project ook niet-financiële motieven voor het mijden van de spits voldoende voelbaar. Uit het evaluatieonderzoek naar Spitsvrij (Projectteam Spitsvrij, 2012) komen bijvoorbeeld besparing van tijd en reiskosten, minder stress tijdens het reizen, meer fietsen en milieuaspecten naar voren als belangrijke voordelen. Om de kans te vergroten dat het nieuwe reisgedrag wordt geïnternaliseerd, probeert men daarom onder deelnemende automobilisten bewustwording te creëren over dergelijke motieven, bijvoorbeeld door enthousiaste deelnemers een stuk te laten schrijven in de Spitsvrij-nieuwsbrief. Hoewel nog moet blijken bij hoeveel automobilisten de gedragsverandering daadwerkelijk stand houdt, zijn de resultaten van het onderzoek hoopvol: slechts 13% van de deelnemers geeft aan na het beëindigen van de financiële beloning weer tijdens de spits te zullen gaan rijden. Het overgrote deel is van plan de spits in dezelfde mate (34% van de deelnemers) of in mindere mate (53%) te blijven mijden (Projectteam Spitsvrij, 2012).

#### *Investerings in infrastructuur en het terug-naar-de-spits-effect*

Door het project Spitsvrij heeft gedragsverandering van een kleine groep deelnemende reizigers ook winst opgeleverd voor de overige automobilisten en het vrachtverkeer in de regio, in de vorm van een betere doorstroming. Hoewel deze verandering uiteraard wenselijk is, is het niet ondenkbaar dat de verbeterde situatie op de weg vervolgens ook van invloed is op het gedrag van niet-deelnemende weggebruikers. Het is mogelijk dat door de verbeterde doorstroming anderen de spits weer gaan opzoeken, wat weer een ongunstig effect kan hebben op de doorstroming (Goudappel Coffeng, 2012). Waar mensen meer ruimte krijgen, zullen ze die ruimte naar alle waarschijnlijkheid ook nemen. Dit zogenoemde terug-naar-

de-spits-effect is moeilijk te voorkomen, maar zou op zijn minst zo veel mogelijk moeten worden beperkt.

Dit roept de vraag op of investeren in infrastructuur effectief is met het oog op de inspanningen om het spitsmijden aan te moedigen. Zoals al eerder duidelijk werd, kan de overheid burgers op verschillende manier proberen aan te sturen tot gedragsverandering. Haar beleid kan erop gericht zijn ongewenst gedrag te ontmoedigen, zoals het geval is bij het tabaks-ontmoedigingsbeleid. Ook kan worden geprobeerd gewenst gedrag aan te moedigen, zoals dit gebeurt bij bewegen. Vaak valt de keuze op een combinatie. Wanneer we de spitsmijdenprojecten binnen een bredere context van het mobiliteitsbeleid bekijken, zien we echter een tegenstrijdigheid. Enerzijds moedigen de spitsmijdenprojecten de burger aan de spits te verlaten, anderzijds doen investeringen in infrastructuur (de extra rijstrook op de A28, onderdeel van het Spitsvrij-gebied) deze aanmoediging weer teniet. Verschillende maatregelen binnen hetzelfde beleidsterrein kunnen elkaar dus bijten.

# 5

## *Gedragbeïnvloeding in de praktijk: schuldpreventie*

Zoals eerder vermeld stonden het afgelopen jaar zo'n 50% van de Nederlandse huishoudens rood en is het toenemend aantal leningen volgens het Nibud verontrustend (Nibud, 2012). De afgelopen vijftien jaar is het aantal huishoudens met problematische schulden sterk toegenomen. Er is zelfs sprake van een verdriedubbeling ten opzichte van 1999 (Jungmann, 2012). De gevolgen van de kredietcrisis en grote bezuinigingen van de overheid zijn voor burgers te voelen. Voldoende aanleiding voor de overheid om aandacht te schenken aan schuldpreventie. Nieuwe inzichten vanuit de wetenschap tonen aan dat verschuldiging niet zo zeer een technisch probleem is ('je krijgt schulden als je te weinig geld hebt'), maar een gedragsprobleem (Jungmann, 2012). De manier van handelen van het individu is in grote mate bepalend voor het al dan niet ontstaan van financiële problemen. Daarbij spelen motivaties (willen bezuinigen op boodschappen of een sportabonnement) en vaardigheden (in staat zijn voorzieningen aan te vragen), maar ook de context (scheiding, ontslag of werkloosheid) en onbewuste processen (sociale normen of gevoeligheid voor beloningen) een rol.

Om de schuldenproblematiek te beperken, stimuleert de overheid burgers om op een verantwoorde manier met geld om te gaan. Bij de initiatieven hiervoor staat het gedachtegoed van Nederland als participatiestaat, waarin burgers moeten kunnen meedoen maar ook zelf verantwoordelijk zijn, centraal. Dit betekent dat de aandacht vooral uitgaat naar het verbeteren van financiële kennis van burgers en het stimuleren van een actieve houding die het maken van bewuste financiële keuzes mogelijk maakt.

Financieel gedrag bestaat uit een breed scala aan deelgedragingen, zoals leengedrag, vooruitkijken (naar het pensioen), het op orde hebben van de huishoudfinanciën enzovoort. Anders dan bij de vorige twee casussen zien we hier dan ook een grote versnippering van activiteiten en strategieën.

Bovendien is het niet alleen de overheid die maatregelen treft, maar zijn het ook de banken en het bedrijfsleven die dit doen. Voor deze casus kiezen we ervoor de breedte in te gaan en vooral de variatie aan overheidsinitiatieven gericht op gezond financieel gedrag in beeld te brengen. Wederom stellen we de verschillende gebruikte beleidsinstrumenten aan de orde en bespreken we welke factoren het effect van de beleidsmaatregelen (bedoeld of onbedoeld) kunnen mediëren. We eindigen de casusbeschrijving met een discussie over de geschiktheid van de gekozen set beleidsinstrumenten om het gewenste effect te sorteren.

#### 5.1 Welke beleidsinstrumenten worden ingezet om financieel verantwoord gedrag te stimuleren?

*Communicatie: bewust maken, motiveren en instrueren*

Om burgers bewust te maken van de consequenties van hun financiële keuzes en hen aan te sporen en in staat te stellen tot verantwoord financieel gedrag, zet de overheid in belangrijke mate in op communicatie. Hierna bespreken we verschillende manieren waarop communicatie wordt gebruikt om bewustwording te creëren, om te motiveren en om te instrueren.

*Een informatief platform om burgers te helpen bij hun financiële keuzes*

In 2006 richtte het ministerie van Financiën het platform Wijzer in Geldzaken op. In dit platform werkt de overheid samen met zo'n 40 partners uit de financiële sector, voorlichtings- en consumentenorganisaties en de wetenschap. Wijzer in Geldzaken heeft tot doel de financiële kennis van burgers te verbeteren en een actieve houding bij het maken van financiële keuzes te stimuleren.

Op de website Wijzeringeldzaken.nl kunnen burgers informatie vinden over hun geldzaken. Ze kunnen zoeken op onderwerp of op levensfase. De website legt zich voornamelijk toe op zakelijke informatievoorziening. Rondom verantwoord lenen is er bijvoorbeeld informatie over het treffen van voorbereidingen, het kiezen van een geschikte lening en de risico's die aan lenen zijn verbonden. Ook verwijst de site door naar een aantal tools zoals de Risicometer Lenen van het Nibud en een stappenplan van

de Autoriteit Financiële Markten (AFM). Een filmpje over de zogenoemde Pensioenschijf-van-Vijf geeft voorlichting over pensioenopbouw.

In aanvulling op deze online communicatie organiseert Wijzer in Geldzaken jaarlijks landelijke activiteiten om de bewustwording rond bepaalde financiële thema's te vergroten. Sinds 2011 is er de Pensioen3daagse. Deze heeft tot doel Nederlanders aan te sporen zich te verdiepen in hun pensioen en zo nodig actie te ondernemen. Er zijn verschillende activiteiten, zoals pensioenvoorlichting op de werkvloer, pensioensprekuren en een pensioendebat, en er zijn adviseurs die actief voorlichting geven. Een tweede project, de 'Week van het geld', is erop gericht kinderen vanaf jonge leeftijd te leren omgaan met geld. Tijdens deze week zijn er op basisscholen verschillende activiteiten omtrent het thema omgaan met geld, zoals gastlessen, workshops en debatwedstrijden. Daarnaast is er extra aandacht voor omgaan met geld tijdens jeugdprogramma's op tv.

Wijzer in Geldzaken speelt door middel van communicatie in op zowel motivatie als vermogen en richt zich sterk op kennisoverdracht. Met informatie op de website probeert men bewustwording te vergroten en zo onder burgers een kritische houding, bijvoorbeeld bij het aangaan van een lening, te stimuleren. De kennisoverdracht is er niet alleen op gericht burgers te motiveren tot het maken van verantwoorde financiële keuzes, maar ook op het vergroten van de eigen effectiviteit hiertoe. De tools op de website zijn over het algemeen instruerend en richten zich dus vooral op het vergroten van het vermogen om financieel verantwoorde keuzes te maken.

Het vrijblijvend aanbieden van informatie via een website vraagt om een actieve houding van de doelgroep. De doelgroep moet 1) zelf naar de website gaan, 2) alle relevante informatie lezen, en 3) vervolgens de eigen wilskracht en het eigen vermogen aanboren om iets met de verworven kennis te doen. Talloze onderzoeken laten zien dat deze 'drietrup' voor de meeste mensen te veel gevraagd is (zie o.a. Baumeister en Tierney, 2011; McGonigal, 2012).

Ook de programma's waarmee Wijzer in Geldzaken het land in gaat zijn gericht op bewustwording. Via kennisoverdracht probeert men vooraf in te spelen op attitudes en eigen effectiviteit om de motivatie en het vermogen te bevorderen voor bijvoorbeeld het regelen van het pensioen. Eenmaal thuis, te midden van alle andere dagelijkse besommeringen en zaken die aandacht vragen, moet de burger zelf aan de slag met de ingewonnen informatie.

### *Massamediale initiatieven om onverantwoord leengedrag te ontmoedigen*

Het ontmoedigen van onverantwoord leengedrag speelt een belangrijke rol bij de initiatieven die de overheid neemt voor schuldpreventie. Zoals eerder genoemd is op de website van Wijzer in Geldzaken informatie over dit onderwerp te vinden. Daarnaast heeft de overheid via verschillende massamediale campagnes aandacht besteed aan dit thema. Zo startte het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid in 2007 de campagnes 'Hoe diep kun je gaan?' en 'Blijf Positief' om burgers bewust te maken van de risico's van schulden. Daarnaast werd in 2009 de kredietwaarschuwing ingevoerd. Hierna bespreken we deze drie initiatieven één voor één.

#### *– Hoe diep kun je gaan?*

De campagne 'Hoe diep kun je gaan?' richtte zich specifiek op de aanpak van de schuldenproblematiek onder jongeren. Op de website [Hoediepkunjegaan.nl](http://Hoediepkunjegaan.nl) verschenen filmpjes<sup>1</sup> met in de hoofdrol student Thijs, die zijn kamer vol hing met flatscreentelevisies (zijn idee: televisies kun je op afbetaling krijgen, een rol behang moet je meteen afrekenen). Aan het eind van het filmpje verschenen op de flatscreens diverse uitzendingen van nieuws- en actualiteitenprogramma's die aandacht besteedden aan de toenemende schuldenproblematiek.

Het doel dat de overheid heeft gehad met deze campagne is glashelder: studenten bewust maken van de risico's van onverantwoord lenen en een kritische houding stimuleren ten opzichte van lenen. De injunctieve (voorgeschreven) sociale norm die in dit filmpje doorklinkt is duidelijk: geef geen geld uit dat je niet hebt. Maar is heel hard roepen wat je *niet* wil wel de manier om dit doel te bereiken? Vanuit verschillende disciplines wordt het tegenovergestelde beweerd (Mies, 2013). Zo stellen opvoedkundigen en gedragswetenschappers dat het veel duidelijker is om aan te geven wat je juist *wél* van iemand verwacht, en dat een positieve boodschap in plaats van mensen vertellen dat ze iets niet mogen bovendien minder snel weerstand zal oproepen. Daarnaast blijkt uit hersenonderzoek dat mensen moeite hebben het 'niet'-gedeelte van een negatieve boodschap te registreren, waardoor zo'n boodschap er vooral voor zorgt dat er extra aandacht wordt gevestigd op het onwenselijke gedrag, in dit geval lenen.

Daar komt bij dat in deze commercial de descriptieve norm, 'studenten consumeren volop op afbetaling', regelrecht tegen de injunctieve norm

ingaat. Het onwenselijke gedrag wordt in het filmpje zelfs op ludieke wijze extra dik aangezet. Daarin schuilt gevaar, want mensen laten zich in hun gedrag juist sterk leiden door het gedrag dat ze bij anderen zien (Lapinski en Rimal, 2005). Hoewel de overheid met deze campagne tot doel heeft gehad de ernst van schulden te communiceren, heeft ze met dit filmpje onbedoeld mogelijk onderstreept dat kopen op afbetaling heel normaal en bovendien ontzettend gemakkelijk is. Iets wat vaak ook nog wordt onderschreven door ervaringen in de praktijk. Veel mensen blijken iedere dag weer relatief eenvoudig geld uit te kunnen geven dat ze niet hebben.

Tot slot kan een kritische kanttekening worden geplaatst bij de wat ongenueanceerde manier waarop in dit filmpje de burger verantwoordelijk wordt gehouden voor het ontstaan van financiële problemen. Faddegon (2011) stelt dat bij responsabilisering het gevaar van stigmatisering op de loer ligt. Het is in dat licht dan ook niet verwonderlijk dat de commercial met student Thijs tot behoorlijk wat commotie leidde (J. den Hartogh, persoonlijke communicatie, 7 maart 2013). Het filmpje zou de oorzaak van financiële problemen te ongenueanceerd in beeld hebben gebracht door de 'schuld' van de schuldenproblematiek in de schoenen te schuiven van de burger die zich onverantwoord zou hebben gedragen. Mensen komen immers ook door onvoorziene gebeurtenissen of zelfs pure misleiding in de problemen. Hier zien we hoe het inzetten op eigen verantwoordelijkheid en eigen autonomie door de overheid doorschiet en leidt tot negatieve emoties en weerstand.

#### – *Blijf Positief*

De campagne 'Blijf Positief' richtte zich op een breder publiek. Ook hier probeerde de overheid via televisiecommercials en een website bewustwording te creëren over de risico's van rood staan, en werden er tips gegeven om uit het rood te blijven. In verschillende commercials<sup>2</sup> zien we winkelbezoekers die, ondanks onvoldoende saldo op hun rekening, in de verleiding komen tot het doen van aankopen op afbetaling. Ze horen verschillende stemmen in hun hoofd: stemmen die aanmoedigen tot kopen worden gevolgd door een stem die waarschuwt 'rood staan is niet zonder risico', en die voor tips verwijst naar de website [Blijfpositief.nl](http://Blijfpositief.nl). Een ander filmpje laat zien hoe een man nerveus afwacht bij de kassa, zweetdruppels op zijn gezicht, de blikken van winkelmedewerkers en andere bezoekers op hem gericht.<sup>3</sup> Er klinkt muziek die de spanning nog extra opbouwt, waarna een



voice-over vraagt 'Is het bij jou ook zo spannend of je nog kunt pinnen?' en vervolgens voor tips naar de website verwijst.

Wederom zien we dat de overheid via de 'bewuste route' probeert in te spelen op attitudes (de zorgelijkheid van lenen wordt onderstreept) en eigen effectiviteit (er worden tips gegeven), om zo de motivatie en het vermogen van burgers om hun geldzaken goed te plannen te vergroten.

Ook in deze filmpjes is er sprake van incongruentie tussen de injunctieve en de descriptieve sociale norm. Hoewel enerzijds wordt benadrukt dat rood staan niet zonder risico is, laat men tegelijk ook zien dat het heel normaal is om in de verleiding te komen. De vraag 'Is het bij jou ook zo spannend of je nog kunt pinnen?' suggereert dat de man in het filmpje en de kijker niet de enige zijn met dit probleem.

Het feit dat de incongruentie tussen de waargenomen en voorgeschreven norm in deze commercials minder sterk zichtbaar is, maakt het risico op een averechts effect op gedrag misschien nog wel groter. Het gedrag van student Thijs is immers zo buitensporig dat er weinig relativiseringsvermogen voor nodig is om in te zien dat de kans klein is dat hij werkelijk de gemiddelde student representeert. (Dat blijkt ook wel uit de commotie die op het filmpje volgde.) In de filmpjes van 'Blijf Positief' komt juist een subtielere, maar nog steeds onwenselijke norm naar voren, waarvoor het gemakkelijk is om begrip op te brengen. In een omgeving die ons aan alle kanten 'kopen kopen kopen!' toeschreeuwt is de verleiding immers moeilijk te weerstaan.

#### *– Let op! Geld lenen kost geld*

Naast de twee genoemde massamediale campagnes heeft de overheid in 2009 ook de zogenoemde kredietwaarschuwing ingevoerd voor kredietreclames. Met een slogan ('Let op! Geld lenen kost geld') en een waarschuwingssymbool probeert de overheid bij consumenten bewustzijn te creëren over de gevolgen van lenen (AFM, 2013). De kredietwaarschuwing is verplicht voor alle kredietreclames in gedrukte media en op televisie, radio en internet.

Uit onderzoek is gebleken dat de kredietwaarschuwing bij veel burgers bekend is (AFM, 2010b). Een jaar na de introductie van de waarschuwingszin kon driekwart van de consumenten die recent een lening hadden afge-

sloten de zin spontaan noemen. Nog eens 22% kon dat niet, maar gaf wel aan de zin wel eens gehoord te hebben. Dat een zeer groot gedeelte van de consumenten de waarschuwingzin kent, betekent uiteraard niet dat deze zijn doel ook heeft bereikt: het blijft de vraag of de kredietwaarschuwing consumenten tot ander gedrag heeft aangezet. Heeft de zin hen kunnen motiveren om voor het aangaan van de lening de voor- en nadelen nog eens op een rijtje te zetten?

De vraag is ook, als het om gedragsbeïnvloeding gaat, of de zin 'Let op! Geld lenen kost geld' gelukkig gekozen is. De zin levert geen nieuwe informatie op, geeft geen duidelijk advies en is nog steeds een vrijbrief voor de doelgroep om geld te lenen. Een vergelijkbare waarschuwingstekst 'Geen 16? Geen druppel' over het drinken van alcohol maakt niet alleen bewust, maar trekt ook duidelijk een grens. In tegenstelling tot de kredietwaarschuwing geeft 'geen druppel' wél een duidelijke injunctieve norm mee ('dit mag niet'). Onderzoek laat zien dat duidelijkheid hierover meer effect heeft dan een onduidelijk geformuleerde waarschuwingstekst (Cialdini et al., 2006).

#### *Voorzieningen: schuldregeling voor burgers met financiële problemen*

Wanneer burgers eenmaal schulden hebben, kunnen ze bij de meeste gemeentes aankloppen voor een zogenoemde minnelijke schuldregeling. De voorziening is dus niet preventief, maar reactief van aard. Bij het doorlopen van het minnelijke traject probeert een schuldhulpverlener een regeling te treffen met de schuldeiser. Daarnaast wordt bekeken wat de oorzaak van de schulden is en hoe deze kunnen worden opgelost, bijvoorbeeld door in kaart te brengen waar men op zou kunnen besparen of hoe iemand voor meer inkomen zou kunnen zorgen (Nibud, 2013).

De minnelijke schuldregeling is echter geen recht waar de burger per definitie een beroep op kan doen. Gemeenten zijn vrij om te bepalen onder welke voorwaarden ze burgers helpen. De minnelijke schuldregeling kan bijvoorbeeld worden geweigerd wanneer de aanvrager te weinig inkomen heeft of al eerder gebruik heeft gemaakt van het traject.

Als het niet lukt om via het minnelijke traject tot een oplossing te komen met schuldeisers, kan een beroep worden gedaan op de wettelijke schuldregeling. Om hiervoor in aanmerking te komen moet echter aan veel voor-

waarden worden voldaan. Een hiervan is dat men het minnelijke traject al heeft doorlopen.

Vrijwillige schuldregeling kan worden gezien als een slapende voorziening die de overheid aan burgers met schulden biedt om uit de problemen te raken. Het initiatief om deze slapende voorziening wakker te maken, ligt geheel bij de burger. Zoals we eerder hebben gezien binnen deze casus, wordt van de burger een actieve houding gevraagd. Men zal op eigen (wils) kracht en met eigen motivatie aan de slag moeten. Daarbij is succes niet gegarandeerd. Vanwege de vele voorwaarden aan het traject is het niet gemakkelijk om van de voorziening gebruik te maken. Hoewel het doorlopen van het traject op termijn perspectief kan bieden, is goed voor te stellen dat de opgeworpen drempels de motivatie doen afnemen (heden-bias). Afgezien daarvan kan het feit dat het traject moeizaam te doorlopen is, afbreuk doen aan de eigen effectiviteit. Om te kiezen voor schuldhulpverlening is het immers niet alleen van belang dat men de noodzaak hiervan inziet, maar ook dat men er vertrouwen in heeft en houdt dat deze voorziening daadwerkelijk een oplossing biedt.

Een belangrijk onderdeel van de schuldregeling richt zich op het komen tot een betalingsregeling met de schuldeisers. Of dit lukt, bepaalt of het traject succesvol kan worden doorlopen. Behalve voor dit technische aspect is er binnen de schuldregeling aandacht voor het financiële *gedrag* van de schuldenaar. De schuldhulpverlening richt zich vooral op het vergroten van het vermogen om dit gedrag aan te passen. Ook hier zien we een rationele aanpak (samen met een hulpverlener kijken wat er nodig is om het financiële probleem op te lossen) die er vooral op gericht is de eigen effectiviteit te vergroten voor het maken van verantwoorde financiële keuzes.

Om terug te kunnen betalen moet de schuldenaar concessies doen en verleidingen weerstaan. Dit vraagt niet alleen om inzichten en vaardigheden rond het eigen financiële gedrag, maar ook om een behoorlijke dosis zelfinzicht, monitoringcapaciteiten en wilskracht. De kans is groot dat juist een gebrek hieraan de problemen heeft veroorzaakt. Het vermogen onszelf voor de gek te houden – zeker wanneer het goede voornemens betreft – is zo krachtig dat het ons ertoe brengt het ongewenste te doen als we een goed voornemen hebben. Zo blijkt uit experimenten dat wie zich nu voorneemt om volgend weekend de zolder op te ruimen, straks eerder een biertje neemt. ‘*Moral license*’ noemt McGonigal (2012) dat: een morele vrijbrief.

Bij een schuldenregeling komen ook nog eens veel emoties kijken. Hoe blijf je gemotiveerd als je van 40 euro per week moet rondkomen en je je kind moet teleurstellen omdat er geen geld is voor een verjaardagsfeestje (Jungmann, 2012)? Wanneer de schuldhulpverlener gedrag probeert af te dwingen is het risico zeer groot dat de motivatie als gevolg van weerstand nog verder wegebt en mensen het traject verlaten. Er is daarom veel voor te zeggen om, met het oog op behoud van autonomie, zelfsturing centraal te stellen in de schuldhulpverlening. De overheid doet hiermee wel een groot beroep op de wilskracht en het vermogen van de burger, maar wanneer zelfsturing gepaard gaat met medeleven en empathie, in combinatie met een gedegen uitleg over waarom het gewenste gedrag verstandig is (de 'rationale'), wordt de houding ten aanzien van het gedrag positiever en neemt de kans toe dat het tot stand komt (Chatzisarantis, Hagger en Smith, 2007).

*Regelgeving: wettelijke kaders om het vermogen tot onverantwoord lenen te beperken*

Hoewel de overheid veel waarde hecht aan de eigen verantwoordelijkheid van burgers bij het maken van hun financiële keuzes, zet ze in beperkte mate naast communicatie ook regelgeving in om onverantwoord leen-gedrag te beperken. Hierna bespreken we hiervan twee voorbeelden.

*Verplichte schuldregeling voor burgers met financiële problemen*

We bespraken hiervoor de schuldverlening als slapende voorziening, waarvan burgers met financiële problemen in sommige gevallen op vrijwillige basis gebruik kunnen maken. In bepaalde situaties, bijvoorbeeld wanneer mensen met een bijstandsuitkering schulden hebben die hen belemmeren bij het vinden van betaald werk, kan een schuldregeling verplicht worden opgelegd. Als men ervoor kiest het traject niet in te gaan, dan volgen maatregelen (zoals het stopzetten van de uitkering).

Zoals al is aangestipt is de schuldregeling een reactieve en geen preventieve maatregel. Anders dan bij vrijwillige schuldregeling is hier duidelijk sprake van overheidsingrijpen dat de autonomie van de burger inperkt. Dit ingrijpen vindt echter pas plaats op het moment dat de overheid last krijgt van de financiële problemen van de burger. De maatregel lijkt daarvoor in eerste instantie gericht op het beschermen van de overheid tegen

onnodige uitgaven (bijvoorbeeld in uitkeringssituaties) en in mindere mate op het beschermen van de burger. Bovendien is het de vraag wat het effect is van de sancties die worden opgelegd wanneer burgers hun verplichtingen niet nakomen. Het stopzetten van een uitkering zou kunnen leiden tot nieuwe betalingsachterstanden en in het ergste geval tot het aangaan van nieuwe leningen. De kans is aanwezig dat ook hier het eerdergenoemde *'what the hell'*-effect optreedt (zie p. 36). Hoe negatiever iemand over zichzelf denkt door te veel 'misstappen' en negatieve consequenties, hoe groter de kans is dat hij afhaakt (Baumeister en Tierney, 2011).

#### *BKR-toetsing om het aangaan van nieuwe leningen te reguleren*

Om te voorkomen dat consumenten te veel of te hoge leningen aangaan registreert het Bureau Krediet Registratie (BKR) de leningen en aflossingen van consumenten in Nederland. Het BKR is opgericht door het financiële bedrijfsleven. Als mensen een lening willen afsluiten, is de bank of kredietverlener verplicht om het BKR te raadplegen. Het BKR kan zien of er al leningen lopen en hoe de betreffende persoon in het verleden met leningen is omgegaan. Op basis van die gegevens kan een bank of kredietverlener besluiten wel of geen geld te lenen. Kredietverleners zijn echter niet verplicht om een lening te weigeren wanneer de aanvrager zich in een problematische financiële situatie bevindt.

Doordat er geen harde consequenties zijn verbonden aan de BKR-registratie en -toetsing lijkt deze maatregel er vooral op gericht om banken en bedrijfsleven in staat te stellen zich te beschermen, en veel minder op het daadwerkelijk beperken van het vermogen van de burger om onverantwoord te lenen. Bovendien is regelgeving, zoals in hoofdstuk 2 al werd aangekaart, alleen zinvol wanneer de overheid controles uitvoert en indien nodig sancties oplegt. Hiervan lijkt met betrekking tot de BKR-registratie nauwelijks sprake. In de praktijk blijken lang niet alle kredietverleners alle leningen die worden aangegaan te registreren. Ook vindt er niet bij elke nieuwe lening een BKR-toetsing plaats. Sterker nog, er wordt door kredietverleners grootschalig geadverteerd voor lenen zonder BKR-toetsing: via een paar klikken aan te vragen via internet of per sms. Ook in deze advertenties wordt de onwenselijke norm rondom het lenen sterk bevestigd, ook voor iemand die al in de problemen zit. Wanneer de heersende sociale norm lijnrecht ingaat tegen de doelstellingen waaraan de regelgeving ten grond-

slag ligt, is dit op zichzelf al problematisch. De situatie wordt echter nog moeilijker wanneer de overheid bij een gebrek aan naleving geen duidelijk signaal uitzendt door op te treden. Diverse studies laten zien dat wanneer regels zichtbaar niet nageleefd worden en er niet wordt opgetreden, dit – ook voor anderen – een signaal is om nog minder de regels na te leven (Keizer, Lindenberg en Steg, 2008).

### 5.2 Welke beleidsinstrumenten worden ingezet om medewerking van betrokken partijen te stimuleren?

Net zoals bij de vorige twee casussen zien we dat ook voor het stimuleren van verantwoorde financiële keuzes onder burgers de keuze valt op een aantal maatregelen die medewerking of gedragsverandering vereisen van intermediaire groepen. Zo vragen de landelijke programma's van het platform Wijzer in Geldzaken om medewerking op lokaal niveau, van bijvoorbeeld basisscholen bij het programma 'Week van het geld'. Bij de initiatieven van de overheid om het leengedrag van burgers binnen de perken te houden vormen vooral de kredietverstrekkers een belangrijke intermediaire doelgroep. Zij spelen een rol bij de uitvoering van de BKR-registratie en -toetsing en zullen de kredietwaarschuwing bij hun reclames moeten plaatsen. De overheid probeert dit middels regelgeving af te dwingen door BKR-toetsing en de kredietwaarschuwing verplicht te stellen. Echter, zoals we in de vorige paragraaf al constateerden, is het slecht gesteld met de naleving van de BKR-toetsing door kredietverstrekkers, mede doordat de regels vanuit de overheid niet erg hard zijn. Dit geldt ook voor de naleving van de kredietwaarschuwingsregels. Uit onderzoek van de AFM blijkt dat slechts 43% van de online kredietaanbieders zich hieraan houdt (AFM, 2010a).

### 5.3 Zijn de gekozen beleidsinstrumenten congruent met de beleidsdoelstelling?

Het overheidsbeleid voor schuldpreventie kenmerkt zich door een versnippering van activiteiten gericht op verschillende doelgroepen en deelgedragingen. Binnen de hiervoor belichte initiatieven zien we echter een duidelijke lijn in de gehanteerde aanpak. Er is een dominante rol weggelegd

voor het beleidsinstrument communicatie. Regelgeving en voorzieningen worden beperkt ingezet en vooral reactief. Van het financiële instrumentarium wordt geen gebruik gemaakt. De nadruk van de verschillende communicatieve interventies ligt sterk op het middels kennisoverdracht stimuleren van bewustwording en het aanleren van vaardigheden. Een positieve houding ten opzichte van financieel verantwoord gedrag en een verhoogde eigen effectiviteit moeten leiden tot zelfregulatie.

Hoewel de tegengestelde krachten die de omgeving op de burger uitoefenen erkenning lijken te krijgen (zo zagen we onder andere in de tv-commercials van 'Blijf Positief'), wordt er in deze omgeving nauwelijks ingegrepen. Afgezien van een vrij krachteloze kredietwaarschuwing bij het aangaan van een lening en enkele (vooral passieve en reactieve) maatregelen waarmee burgers te maken kunnen krijgen als ze al problemen hebben, blijft de financiële keuzecontext vrijwel onveranderd.

Door volop in te zetten op zelfregulering doet de overheid een groot beroep op de eigen verantwoordelijkheid van de burger. Waar de overheid de burger bij zijn gezondheid nog wel eens een helpende hand toereikt, moet de burger op financieel gebied zelf zijn mannetje staan. De afgelopen jaren is het aantal mensen met een problematische schuldsituatie toegenomen, en ook de hoogte van de schulden nam fors toe. In de periode 2010-2011 steeg de groep met een achterstand van meer dan 10.000 euro van 4% naar 11% (Westhof et al., 2011 in Jungmann, 2012). Het is dus zeer de vraag of het huidige overheidsbeleid zijn doel voldoende bereikt. Zijn bewustwording, kennis en vaardigheden voldoende om alle prikkels die ons uitnodigen tot kopen en lenen te doorzien en te weerstaan? Of moet er mogelijk ook wat worden gedaan aan de omgeving, die ons onbewust steeds de verkeerde kant uit stuurt? En in hoeverre draagt de overheid eigenlijk zelf (onbedoeld) bij aan al die consumptieprikkels?

#### *Van een instrumentele aanpak naar effectieve gedragsbeïnvloeding*

Jungmann (2012), lector Schulden en Incasso bij de Hogeschool Utrecht, benadrukt in haar openbare rede over de schuldenproblematiek dat verschuldiging vooral een gedragsprobleem is en niet zozeer een technisch probleem. Dit betekent dat de oplossing van dit probleem moet worden gezocht in gedragsbeïnvloeding en niet in een instrumentele aanpak. Voor een effectieve aanpak zijn motivatie en vaardigheden van groot belang,

maar het is ook cruciaal om de rol van context en onbewuste processen mee te nemen (Jungmann, 2012). Uit onze casus wordt duidelijk dat dit laatste nog nauwelijks gericht gebeurt. Sturing via de bewuste route is vaak de weg, en er is weinig aandacht voor de rol van de omgeving en factoren die financieel gedrag via onbewuste processen kunnen mediëren. Echter, hoewel de overheid niet bewust kiest voor impliciete sturing, lijkt ze op sommige vlakken (zie hierna) wel *onbedoeld* impliciet signalen af te geven die strijdig zijn met haar eigen beleidsdoelstelling.

#### *Tegengestelde signalen vanuit de overheid*

Reclame is overal, zowel in de publieke ruimte (billboards, uithangborden) als in de privésfeer (televisie, tijdschriften, internet). We worden doorlopend uitgenodigd tot kopen. Waar de overheid in het geval van ongezond eten expliciet ingrijpt in de omgeving (zie De Gezonde Schoolkantine), doet ze dat als het gaat om onze financiële gezondheid niet. In dit geval legt ze de verantwoordelijkheid voor het probleem en de oplossing in het geheel bij het individu en laat ze de omgeving of keuzecontext vrijwel onveranderd. Ze probeert bij te dragen aan de bewustwording, kennis en vaardigheden van burgers om hen in staat te stellen tot verantwoord financieel gedrag.

Als gevolg hiervan wordt de burger vanaf diverse kanten met verschillende boodschappen toegeschreeuwd. Enerzijds is er de overheid die roept 'nee, pas op!', anderzijds wordt ze continu geconfronteerd met een omgeving die roept 'kopen kopen kopen' en 'ja, leen gerust!'. De signalen waarmee de burger bij geld uitgeven te maken krijgt, zijn dus behoorlijk ambigu. Die ambiguïteit beperkt zich bovendien niet enkel tot de verschillende boodschappen die worden uitgedragen door heersende sociale normen en uitnodigende advertenties versus waarschuwingen van de overheid. Ook de verschillende boodschappen die de overheid uitzendt geven tegengestelde signalen. Enerzijds geeft de overheid aan gebaat te zijn bij financieel krachtige burgers en maakt ze duidelijk dat ze het leengedrag wil beperken. Anderzijds confronteert zij studenten met een sociaal leenstelsel en soms zelfs met een premier die burgers oproept 'te stoppen met somberen' en weer te gaan besteden.<sup>4</sup> In die context wordt het aangaan van een lening gepresenteerd als een goede investering in de toekomst. Met de financiële crisis zijn daar nieuwe tegenstrijdige signalen bijgekomen. Om als collectief uit de crisis te komen zou men het geld weer moeten laten rol-



len en zouden we juist meer moeten gaan consumeren. Tegelijkertijd wordt van het individu gevraagd zich voorzichtiger op te stellen. Deze complexe keuzecontext, waarin zowel de overheid als commerciële partijen verschillende normen uitdragen, brengt de burger in een lastig parket.

## Noten

- 1 <http://www.creatie.nl/creatie/select/expression/24761.do>
- 2 <http://www.creatie.nl/creatie/select/expression/28682.do>
- 3 <http://www.creatie.nl/creatie/select/expression/42962.do>
- 4 Oproep van premier Rutte op 10 april 2013 tijdens het debat in de Tweede Kamer over het sociaal akkoord.

# 6

## *Discussie en conclusie*

Diverse maatschappelijke problemen, zoals op het gebied van duurzaamheid en gezondheid, hangen sterk samen met het gedrag van burgers. In een poging deze problemen aan te pakken probeert de overheid bepaalde gedragingen van burgers te beïnvloeden. Zo worden burgers op diverse manieren gestimuleerd gezond te eten en genoeg te bewegen, niet met z'n allen in de spits te rijden, en verstandig met geld om te gaan. Vanuit verschillende disciplines (onder andere de sociale psychologie en de gedrags-economie) is steeds meer kennis over gedragsbeïnvloeding beschikbaar. Daarbij groeit de aandacht voor onbewuste processen die een rol spelen bij het tot stand komen van gedrag. Het is nog niet duidelijk wat deze kennis betekent of zou moeten betekenen voor overheidsbeleid dat gericht is op maatschappelijke problemen die vragen om gedragsverandering. Nieuwe inzichten over de complexiteit van gedrag en de beperkte invloed van beleid hebben geleid tot een meer kritische blik op initiatieven van de overheid om het gedrag van burgers te beïnvloeden. Vaak nemen deze een rationeel handelende burger als uitgangspunt. In hoeverre bereiken dergelijke initiatieven hun doel?

In deze verkenning hielden we het beleid en de huidige praktijk van de overheid bij gedragsbeïnvloeding tegen het licht. Om te beginnen zetten we de verschillende beleidsinstrumenten van de overheid om gedrag te beïnvloeden op een rij (deelvraag 1). Zoals weergegeven in ons *framework* (figuur 2.1, p. 15) heeft de overheid vier beleidsinstrumenten tot haar beschikking: regelgeving, een financieel instrumentarium, communicatie en voorzieningen. Aan de hand van drie specifieke casussen, in de domeinen gezondheid, mobiliteit en financiën, bestudeerden we hoe deze beleidsinstrumenten in de praktijk worden toegepast. Per casus brachten we in kaart welke van de vier beleidsinstrumenten werden ingezet (deelvraag 2), hoe deze zich tot elkaar verhielden (deelvraag 3) en in hoeverre de gekozen

set beleidsinstrumenten congruent was aan de beleidsdoelstelling (deelvraag 4).

De drie casusbeschrijvingen laten zien dat er tussen de verschillende gedragsdomeinen variatie bestaat in de wijze waarop de overheid invloed probeert uit te oefenen op gedrag en de mate waarin het overheidsbeleid aandacht schenkt aan de onbewuste processen die een rol spelen bij de totstandkoming van gedrag. In dit hoofdstuk bespreken we deze observatie en bediscussiëren we de gevolgen hiervan voor de effectiviteit van het beleid (deelvraag 5).

#### *Overheidsinitiatieven verschillen in de mate van ingrijpen op keuzecontext*

Wanneer we de verschillende casusbeschrijvingen met elkaar vergelijken, zien we duidelijke verschillen in de mate waarin de overheid expliciet ingrijpt in de keuzecontext van de burger om gedrag te stimuleren dan wel te ontmoedigen. Voor het stimuleren van gezonde voedselkeuzes onder jongeren op school doet ze bijvoorbeeld zeer concrete ingrepen in de fysieke omgeving door de kantine ter plekke aan te passen. De overheid erkent dus dat deze omgeving onbewust van grote invloed is op het eetgedrag van jongeren en dicht slechts in beperkte mate verantwoordelijkheid en zelfreguleringscapaciteit toe aan het (jonge) individu. Daartegenover zien we dat de overheid bij de schuldenproblematiek de omgeving waarin burgers financiële keuzes maken juist vrijwel ongemoeid laat. Burgers mogen nog steeds zonder beperkingen zelf bepalen wat ze uitgeven en waaraan. En via reclames, aanbiedingen, talloze voorzieningen (pin, chip en krediet) en soms zelfs aanmoedigingen van de premier worden ze volop gestimuleerd geld uit te geven. Bij financieel gedrag ligt de nadruk dan ook sterk op eigen verantwoordelijkheid en zelfregulering. Bij hun financiën worden burgers geacht, op basis van de juiste informatie, zelf tot een verantwoorde keuze te (kunnen) komen. Het overheidsbeleid voor financieel gedrag lijkt daarmee te veronderstellen dat de verantwoordelijkheid voor schulden vooral bij de burger ligt en veel minder bij de omgeving. Op het gebied van mobiliteit zien we, bij het project Spitsvrij, een standpunt dat ergens in het midden ligt. Door spitsmijdend gedrag financieel te belonen hanteert de overheid een verleidings- en voorkeursstrategie die verder gaat dan alleen zakelijk informeren. Door daarnaast bepaalde (informatieve) voorzieningen aan te bieden op het moment dat mobiliteitskeuzes gemaakt moeten

worden (bijvoorbeeld een interactieve reisplanner), grijpt de overheid, net zoals bij De Gezonde Schoolkantine, concreet in op de context waarin het gedrag plaatsvindt. Het ingrijpen is in dit geval echter niet zodanig dat de mogelijkheden van de burger om het ongewenste gedrag ('spitsrijden') uit te voeren, worden beperkt. De invloed van de keuzecontext op het mobiliteitsgedrag wordt dus wel erkend en ook doelbewust omgevormd om op het gewenste gedrag aan te sturen, maar de verantwoordelijkheid voor de beslissing blijft bij de automobilist.

#### *Directe en indirecte effecten van beleid*

In onze verkenning hebben we gezien dat de keuze om al dan niet expliciet in te grijpen in de dagelijkse keuzecontext van de burger niet alleen directe, maar ook indirecte effecten kan hebben op het gedrag. Voorzieningen en regelgeving kunnen worden gebruikt om een direct effect uit te oefenen op het vermogen om bepaald gedrag uit te voeren, en waar de overheid streeft naar zelfregulering zagen we regelmatig het gebruik van communicatie en het financiële instrumentarium. Op welk(e) beleidsinstrument(en) de keuze ook valt, de relatie tussen de maatregel en het uiteindelijke effect op het gedrag is zelden in een schematische tekening met één simpele rechte pijl te verbeelden. Verschillende invloeden kunnen het uiteindelijke effect van beleid op gedrag mediëren of modereren. In ons *framework* hebben we dergelijke intermediaire factoren dan ook geplaatst tussen de beleidsinstrumenten en motivatie, vermogen en gedrag.

Veel onbewuste prikkels vanuit de omgeving kunnen het effect van de beleidsmaatregel beïnvloeden. Zo zagen we in hoofdstuk 5 dat het gemak waarmee burgers lenen (de zichtbare sociale norm) de communicatieve inspanningen van de overheid om dit gedrag te ontmoedigen kan ondermijnen. Soms blijken bovendien verschillende door de overheid getroffen beleidsmaatregelen (tussen of binnen een gedragsdomein) incongruent met elkaar. In hoofdstuk 4 zagen we bijvoorbeeld dat overheidsbeleid gericht op het ontmoedigen van het weggebruik tijdens de spits en beleid gericht op verbetering van infrastructuur en een aantrekkelijkere situatie op de weg, naast elkaar bestaan. Soms ook creëert de overheid zelf verwarring over haar eigen beleid. Zo tracht de overheid via diverse campagnes en maatregelen burgers te stimuleren op een verantwoorde manier om te gaan met hun geldzaken en roept de premier tegelijkertijd burgers op om meer

te gaan besteden. Ook brengen beleidsmaatregelen zelf indirect (en vaak onbedoeld) allerlei processen op gang bij de burger. Een belangrijk indirect en onwenselijk effect dat kan optreden bij beleidsmaatregelen gericht op gedragsbeïnvloeding is bijvoorbeeld weerstand. Zodra burgers voelen dat hun vrijheid wordt beperkt om zelf te bepalen wat ze eten, wanneer ze waar rijden en hoeveel geld ze uitgeven, roept dat vrijwel meteen een verzetsrespons op en worden weerstandsstrategieën geactiveerd. Autonomie, de intermediaire factor die hier nauw mee samenhangt, komt dan ook in alle drie de casusbeschrijvingen aan bod. In de volgende paragraaf besteden we daarom extra aandacht aan dit thema.

### *Gedragsbeïnvloeding en behoud van autonomie*

Wanneer de overheid het gedrag van burgers probeert te sturen, kan er weerstand ontstaan. Zoals we al eerder aangaven is de kans dat dit gebeurt kleiner wanneer het individu zich vrij voelt om zijn eigen keuzes te maken. Met andere woorden, wanneer de autonomie van de burger gerespecteerd wordt, zal de ontvankelijkheid voor gedragsverandering groter zijn. Het is belangrijk om op te merken dat het hierbij niet per se gaat om daadwerkelijke, maar om ervaren zelfbepaling en keuzevrijheid. De ervaren keuzevrijheid zal niet alleen worden beperkt door het daadwerkelijk ingrijpen in de keuzecontext, maar misschien nog wel meer door de zichtbaarheid hiervan. Hoe explicieter de poging tot gedragsbeïnvloeding, hoe meer men het gevoel zal hebben iets opgelegd te krijgen. Vrijwel direct, en vaak onbewust (Boogaard en Fransen, 2011), worden strategieën geactiveerd die de vrijheid en zelfbepaling proberen vast te houden of te herstellen. Bijvoorbeeld om de eigen status-quo te behouden negeert men onwelkome informatie (*'selective exposure'*), of worden redenen opgevoerd die de maatregel onderuit halen (*'counterarguing'*), wordt de bron in diskrediet gebracht (*'source derogation'*) of het bestaande gedrag gelegitimeerd (*'attitude bolstering'*). Ook kan men steun zoeken bij anderen (*'social validation'*) voor het eigen gedrag ('wat ik doe is toch normaal?') of tegen de maatregel ('jullie vinden het toch ook belachelijk?'), of wordt simpelweg het zelfvertrouwen om tegen de maatregel in te gaan versterkt (*'assertions of confidence'*: 'ze kunnen zeggen wat ze willen, ik doe het toch').

Hoewel met een gezonde schoolkantine de voedselkeuzevrijheid van jongeren werkelijk wordt ingeperkt (er zijn immers minder ongezonde

producten beschikbaar) is deze vorm van sturing via de omgeving mogelijk toch effectief, omdat er weinig ruimte is voor de hiervoor beschreven individuele weerstandsstrategieën. Men kan mopperen, boos worden of proberen ergens anders te lunchen, maar dit is vaak ineffectief en kost extra energie. Ervaring (onder andere van de kantinebeheerders) leert dat de nieuwe situatie snel default wordt, vaak al na een paar weken. Net als met niet binnen de school roken, wordt gezond lunchen de norm en vraagt ongezonder lunchen om een plan en wilskracht. Het beleid voor financieel gedrag dat we hebben gezien is objectief gezien minder sturend – want er wordt nauwelijks ingegrepen in de keuzecontext van de burger – maar roept mogelijk vanwege de expliciete persuasieve massamediale boodschappen meer destructieve weerstand op. Hoewel de autonomie van de burger hier feitelijk behouden blijft, kan de wijzende vinger van de overheid bij een gebrek aan concrete gedragsfaciliterende of -inhiberende maatregelen een heel ander gevoel oproepen ('wie denken ze dat ze zijn om mij te vertellen wat ik wel of niet mag doen?'). Het overheidsbeleid gericht op het mijden van de spits ligt ergens tussen beide. In dit geval *vertelt* de overheid haar burgers niet wat zij zouden moeten doen, maar *vraagt* zij hun wel expliciet hun gedrag aan te passen. Daarmee benadrukt ze het behoud van keuzevrijheid (die ook terugkomt in naam Spitsvrij). Tegelijkertijd past ze wel zeer concreet (maar in vergelijking met De Gezonde Schoolkantine vrijblijvender en subtieler) ingrijpen in de keuzecontext toe, door middel van motiverende en faciliterende maatregelen.

#### *Het creëren van een gunstige keuzecontext: timing van de interventie*

De mate van ingrijpen in de daadwerkelijke keuzecontext (daar waar burgers in de dagelijkse realiteit beslissen wat ze doen) kan van belangrijke invloed zijn op de uiteindelijke effectiviteit van beleid. Zoals we hebben gezien, richten de initiatieven van de overheid om de financiële keuzes van burgers te sturen zich vooral op de voorbereidingen die aan het gedrag voorafgaan. In dit domein ligt de focus vooral op kennisoverdracht door het creëren van bewustwording en het aanleren van vaardigheden, en vrijwel niet op het beperken van de individuele vrijheid om geld uit te geven. Hoewel op deze manier mogelijk invloed kan worden uitgeoefend op de motivatie en het vermogen van burgers om verantwoorde financiële keuzes te maken, zien we dat het effect gering is. De schuldenproblematiek is de

afgelopen jaren alleen maar toegenomen (Jungmann, 2012). Het activeren van goede voornemens en goede voorbereidingen alleen lijkt niet voldoende om daadwerkelijk aan te zetten tot gedragsverandering. Uit onderzoek blijkt dat wanneer de tijd tussen intentievorming ('dit ga ik doen') en het moment van overgaan tot actie groter wordt, de kans dat het gedrag wordt uitgevoerd afneemt (Sheeran, 2002; Webb en Sheeran, 2006). Op het moment dat het gedrag werkelijk zou moeten worden uitgevoerd, lijken veel goede voornemens en voorbereidingen vaak weer vergeten en nemen onbewuste processen, situationele invloeden en ingesleten gewoontes de overhand. Behalve de motivatie en het vermogen om het voorgenomen gedrag uit te voeren, is er om echt invloed uit te oefenen een duidelijke trigger nodig op het kritieke keuzemoment (Fogg, 2009 in Stinesen et al., 2013).

Bij de overheidsinitiatieven die we bestudeerden binnen de domeinen gezondheid en mobiliteit waren dergelijke triggers expliciet aanwezig. Bij De Gezonde Schoolkantine kwamen deze vanuit de voedselomgeving zelf (gezond was default), en bij Spitsvrij werden om het Spitsmijden te stimuleren informatieve prikkels geleverd via interactieve media, bijvoorbeeld over de situatie op de weg en in de portemonnee van de deelnemer. Prikkel op kritieke momenten spelen effectief in op gedragsdestructieve psychologische mechanismen als '*moral licensing*' (voor jezelf goedpraten wat eigenlijk fout is) en 'onrealistisch optimisme' (tegen beter weten in positief zijn) waarmee we onszelf vaak in slaap sussen ('morgen ga ik echt hardlopen') (McGonigal 2012). Deze mechanismen parasiteren op onze diepgewortelde overtuiging dat wij onze toekomst zelf kunnen plannen en bepalen. Echter, wij (en de overheid met ons) schatten onze toekomstige ik consequent te rooskleurig in. In de toekomst doen we wel wat we nu nog even niet doen en spelen we wel klaar wat we nu niet voor elkaar krijgen. Volgens McGonigal (2012) beschouwen we onze toekomstige ik onbewust zelfs als een *ander*. Onze toekomstige ik eet gezond, is duurzaam en gaat verstandig met geld om. Door via concrete, situationeel gebonden maatregelen in het heden de toekomst uit te schakelen (de prikkel gaat over gedrag dat nú uitgevoerd moet worden) ontstaat doelgericht beleid dat daadwerkelijk ingrijpt op gedrag.

Om beleid van de overheid goed te laten aansluiten bij de context van het beslissende moment waarop het gewenste gedrag moet worden uitgevoerd, is het noodzakelijk om deze momenten goed in beeld te hebben en precies te weten wanneer individuen kritieke beslissingen nemen die van invloed

zijn op het collectief en de lange termijn. Dit is niet gemakkelijk, omdat we steeds beter beseffen dat keuzes van mensen en individuele gedragingen zich lastig laten vangen en moeilijk zijn te voorspellen. Nog moeilijker is het als de overheid bij het vaststellen van beleid zelf niet duidelijk heeft omkaderd op welk gedrag ze zich precies richt (soms zelfs of ze zich überhaupt wel op gedrag richt). Waar de doelgedragingen bij De Gezonde Schoolkantine en Spitsvrij behoorlijk specifiek zijn (gezonde voedselkeuzes worden gedefinieerd op basis van concrete aanbevelingen van het Voedingscentrum, en Spitsmijden wordt gekenmerkt door een duidelijke plaats en tijd), omvat verantwoord financieel gedrag een breed scala aan deelgedragingen. Als het te beïnvloeden gedrag niet is geconcretiseerd, zal beleid vooral op papier bestaan en niet in de dagelijkse realiteit. Het is dan vrijwel onmogelijk om voor gedragsverandering effectief te werk te gaan en interventies adequaat op te zetten en goed te timen. Overheidsbeleid rond de gewenste gedragsverandering zal in dat geval vooral fungeren als morele vrijbrief ('we zijn er serieus mee bezig') in plaats van doelgerichte actie ('we grijpen nu in').

*Tot slot*

We sluiten deze verkenning af met een terugblik op de vraag die tijdens ons onderzoek centraal stond: *Wat is het beleid en de huidige praktijk van de overheid ten aanzien van gedragsbeïnvloeding?* De drie casussen hebben laten zien dat er rond het beleid en de praktijk van de overheid verschillen bestaan tussen de bestudeerde gedragsdomeinen (gezondheid, mobiliteit en financiën). De beleidsaanpak verschilt in de keuze voor bepaalde beleidsinstrumenten en de mate waarin de inzet van bepaalde instrumenten leidt tot concrete veranderingen in de keuzecontext van de burger. Door op basis van ons *framework* per casus niet alleen de beleidsinstrumenten, maar ook belangrijke intermediaire factoren in kaart te brengen, werd duidelijk dat de gekozen instrumenten niet altijd congruent waren met de doelstellingen van de overheid. Onbedoelde effecten ontstaan bijvoorbeeld door een sterk rationele aanpak en een gebrek aan aandacht voor de alledaagse realiteit waarin burgers hun keuzes maken. In de dagelijkse praktijk blijken burgers verre van rationeel en zijn tal van onbewuste, irrationele processen, die kunnen worden getriggerd door diverse situationele factoren, van



invloed op gedrag. Dit besef is essentieel om te komen tot doeltreffend overheidsbeleid gericht op gedragsbeïnvloeding.

Beleidsvorming voor gedragsbeïnvloeding van burgers vraagt om een aanpak die rekening houdt met alle bewuste en onbewuste processen die een rol spelen bij het tot stand komen van gedrag. Voor het in kaart brengen van deze processen is het noodzakelijk het betreffende gedrag specifiek te omschrijven, zodat ook de context waarin dit gedrag optreedt nauwkeurig in beeld kan worden gebracht: waar en wanneer treedt het gedrag op en welke individuele en omgevingsfactoren spelen bij het gedrag een rol? Dit is nodig om te kunnen bepalen welke processen door de inzet van bepaalde beleidsinstrumenten direct of indirect zouden kunnen worden getriggerd. Vervolgens kan men zich afvragen of deze (potentiële) effecten congruent zijn met de beleidsdoelstelling, hoe eventuele negatieve effecten kunnen worden beperkt of omgebogen, en of gunstige (impliciete) prikkels bewust onderdeel te maken zijn van de strategie. Kortom, effectief gedragsveranderend overheidsbeleid vraagt om een concrete aanpak waarbij de (ir)rationaliteit en dagelijkse realiteit van burgers centraal staat.

## Literatuur

- Aarts, N. en C. van Woerkum (2008). *Strategische communicatie. Principes en toepassingen*. Assen: Uitgeverij Van Gorcum.
- AFM (2010a). Op weg naar een 10 met een griffel? *InZicht*, nr. 23, p. 16.
- AFM (2010b). Waardering waarschuwingszin gestegen. *InZicht*, nr. 23, p. 19.
- AFM (2013). Informatie over kredietwaarschuwing en downloadbestanden. Geraadpleegd op 11 maart 2013 via <http://www.afm.nl/nl/professionals/regelgeving/informatieverstrekking/kredietwaarschuwing.aspx>
- Baumeister, R. F. en J. Tierney (2011). *Willpower: Rediscovering the greatest human strength*. New York: Penguin Press.
- Boogaard, C.R. en M.L. Fransen (2011). *Resistance towards persuasion: differences between non-profit and commercial advertising*. Paper presented at the 10<sup>th</sup> International Conference on Research in Advertising (ICORIA), Berlin.
- Cabinet Office Behavioural Insights Team (2010). *Applying behavioural insight to health*. Londen: Cabinet Office.
- CBS (2012). Smakelijk weten. Trends in landbouw, voeding en gezondheid. Persbericht, geraadpleegd op 17 december 2012 via <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/gezondheid-welzijn/publicaties/artikelen/archief/2012/2012-069-pb.htm>
- Chatzisarantis, N. L., M.S. Hagger en B. Smith (2007). Influences of perceived autonomy support on physical activity within the theory of planned behavior. *European Journal of Social Psychology*, vol. 37(5), p. 934-954.
- Cialdini, R., J. Maner en M. Gerend (2005). Persuasion. In: J. Kerr, R. Weitekunt en M. Moretti (red.), *ABC of behavior change. A guide to successful disease prevention and health promotion* (p. 247-257). Edinburgh: Elsevier Churchill Livingstone.
- Cialdini, R. B., L.J. Demaine, B.J. Sagarin, D.W. Barrett, K. Rhoads en P.L. Winter (2006). Managing social norms for persuasive impact. *Social Influence*, vol. 1(1), p. 3-15.

- Conforth, A. (2009). Behaviour change. Insights for environmental policy making from social psychology and behavioural economics. *Policy Quarterly*, vol. 5(4), p. 21-28.
- Dolan, P., M. Hallsworth, D. Halpern, D. King, R. Metcalfe en I. Vlaev (2012). Influencing behaviour. The mindspace way. *Journal of Economic Psychology*, vol. 33, p. 264-277.
- Downs, J. S., G. Loewenstein en J. Wisdom (2009). Strategies for promoting healthier food choices. *The American Economic Review*, vol. 99(2), p. 159-164.
- EVMI, Eisma Voedingsmiddelenindustrie (2012). Deense vettax mogelijk afgeschaft. Geraadpleegd op 18 maart 2013 via <http://evmi.nl/voeding-gezondheid/deense-vettax-mogelijk-afgeschaft/>
- Eyles, H., C. Ni Mhurchu, N. Nghiem en T. Blakely (2012). Food pricing strategies, population diets, and non-communicable disease. A systematic review of simulation studies. *PLOS Medicine*, vol. 9(12), doi: 10.1371/journal.pmed.1001353
- Faddegon, K. J. (2011). *Landelijk overgewichtbeleid gespiegeld aan kennis uit de gedragswetenschappen*. Verkennende studie voor het WRR-project keuze, gedrag en beleid. Webpublicatie nr. 60. Den Haag: Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid.
- Fogg, B. (2009). A behavior model for persuasive design. *Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive Technology*, doi: 10.1145/1541948.1541999
- Foodlog (2013). Denemarken schaft vettax af. Geraadpleegd op 18 maart 2013 via <http://www.foodlog.nl/artikel/denemarken-schaft-vettax-af/>
- Goudappel Coffeng (2012). *MKB-A-onderzoek Spitsvrij*. In opdracht van de provincie Utrecht. Deventer: Goudappel.
- Hawkins, R. P., M. Kreuter, K. Resnicow, M. Fishbein en A. Dijkstra (2008). Understanding tailoring in communicating about health. *Health Education Research*, vol. 23(3), p. 454-466.
- Hoch, S. J., E.T. Bradlow en B. Wansink (1999). The variety of an assortment. *Marketing Science*, vol. 18(4), p. 527-546.
- Hofmann, W., M. Friese en R.W. Wiers (2008). Impulsive versus reflective influences on health behavior. A theoretical framework and empirical review. *Health Psychology Review*, vol. 2(2), p. 111-137.

- Hofmann, W., K.D. Vohs en R.F. Baumeister (2012). What people desire, feel conflicted about, and try to resist in everyday life. *Psychological Science*, vol. 23(6), p. 582-588.
- IenM (2012). *Publieksrapportage Rijkswegennet, 2e periode 2012*. Den Haag: Rijkswaterstaat, Dienst Verkeer en Scheepvaart.
- iResearch (2010). *Evaluatieonderzoek De Gezonde Schoolkantine*. Intern document.
- Jungmann, N. (2012). *Schuldenproblematiek: een vraagstuk in transitie*. Utrecht: Hogeschool Utrecht.
- Keizer, K., S. Lindenberg en L. Steg (2008). The spreading of disorder. *Science Express*, vol. 322(5908), p. 1681-1685.
- KiM, Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (2010). *Mobiliteitsbalans 2010*. Den Haag: Ministerie van Verkeer en Waterstaat.
- Klandermans, B. (1992). Persuasive communication. Measures to overcome real-life social dilemmas. In: W. Liebrand, D. Messick en H. Wilke (red.), *Dilemmas: Theoretical issues and research findings* (p. 307-318). Oxford: Pergamon Press.
- Lapinski, M. K. en R.N. Rimal (2005). An explication of social norms. *Communication Theory*, vol. 15(2), p. 127-147.
- Marteau, T.M., D. Ogilvie, M. Roland, M. Suhrcke en M.P. Kelly (2011). Judging nudging. Can nudging improve population health? *BMJ*, vol. 342, p. 263-265.
- McGonigal, K. (2012). *De kracht van wilskracht. Hoe zelfbeheersing werkt en wat je eraan kunt doen*. Amsterdam: Uitgeverij Nieuwezijds.
- Mensink, F., S.A. Schwinghammer en A. Smeets (2012). The healthy school canteen programme. A promising intervention to make the school food environment healthier. *Journal of Environmental and Public Health*, vol. 2012, doi:10.1155/2012/415746
- Mies, J. (2013). De onbedoelde kracht van de ontkenning. Zeg niet wat je níet wilt. *Tekstblad*, nr. 1 2013.
- Mikolajczak, J., S.W. van den Berg en W.J.E. Bemelmans (2012). *Overgewichtpreventie in het voortgezet onderwijs in 2010-2011. Een landelijke vervolgstudie*. Rapport nr. 260701007/2012. Bilthoven: Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu.
- Miller, C. H., L.T. Lane, L.M. Deatrick, A.M. Young en K.A. Potts (2007). Psychological reactance and promotional health messages. The effects

- of controlling language, lexical concreteness, and the restoration of freedom. *Human Communication Research*, vol. 33(2), p. 219-240.
- Nibud (2012). *Geldzaken in de praktijk 2011-2012*. Utrecht: Nibud.
- Nibud (2013). Het minnelijke traject. Geraadpleegd op 11 maart 2013 via <http://www.nibud.nl/omgaan-met-geld/schulden/het-minnelijke-traject.html>
- Noar, S. M., C.N. Benac en M.S. Harris (2007). Does tailoring matter? Meta-analytic review of tailored print health behavior change interventions. *Psychological Bulletin*, vol. 133(4), p. 673-693.
- Projectteam Spitsvrij (2012). *Presentatie resultaten enquête onder deelnemers, voorjaar 2012*.
- RIVM (2012a). Nationaal kompas volksgezondheid. Hoeveel mensen roken? Geraadpleegd op 10 december 2012 via <http://www.nationaalkompas.nl/gezondheidsdeterminanten/leefstijl/roken/hoeveel-mensen-roken/>
- RIVM (2012b). Nationaal kompas volksgezondheid. Hoeveel mensen vertonen onveilig verkeersgedrag? Geraadpleegd op 10 december 2012 via <http://www.nationaalkompas.nl/gezondheidsdeterminanten/leefstijl/verkeersgedrag/hoeveel-mensen-vertonen-onveilig-verkeersgedrag/>
- Ryan, R. M. en E.L. Deci (2000). Intrinsic and extrinsic motivations. Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, vol. 25, p. 54-67. Doi: 10.1006/ceps.1999.1020.
- Sheeran, P. (2002). Intention-behavior relations. A conceptual and empirical review. *European Review of Social Psychology*, vol. 12(1), p. 1-36.
- Siepel, H., F. Regtvoort, G. Morssinkhof en F. de Ruiter (2012). *Congruente overheidscommunicatie. Aansluiten bij communicatiebehoeften van burgers*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Silvia, P. J. (2006). Reactance and the dynamics of disagreement. Multiple paths from threatened freedom to resistance to persuasion. *European Journal of Social Psychology*, vol. 36(5), p. 673-685.
- Stinesen, B. B., R.J. Renes, J. Meinetten en H. de Bruin (2013). Interactieve media voor gedragsverandering. Een hedendaags perspectief op gezondheidscommunicatie. *Tijdschrift Voor Gezondheidswetenschappen*, jg. 91(1), p. 18-21.
- swov (2011). *swov-factsheet: Rijden onder invloed van alcohol*. Leidschendam: Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Verkeersveiligheid.

- Tiemeijer, W. L., C.A. Thomas en H.M. Prast (2009). *De menselijke beslisser. Over de psychologie van keuze en gedrag*. Den Haag/Amsterdam: Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid / Amsterdam University Press.
- TK (2011). *Beter benutten*. Brief van de minister van Infrastructuur en Milieu, 14 juni 2011. Tweede Kamer, vergaderjaar 2010/2011, kenmerk: IenM-BSK/2011-88715 .
- TLN/EVO (2011). *Economische wegwijzer. Economische schade door files blijven aanpakken*. ( No. 15531.1111107.EVO Economische Wegwijzer 2011.indd). Transport en Logistiek Nederland/ EVO.
- Tyler, T. R. en F.L. Cook (1984). The mass media judgments of risk. Distinguishing impact on personal and societal level judgments. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 47(4),693-708.
- vws (2009). *Nota Overgewicht. Uit balans: de last van overgewicht*. Den Haag: vws.
- Wansink, B. (2004). Environmental factors that increase the food intake and consumption volume of unknowing consumers. *Annual Review of Nutrition*, vol. 24, p. 455-479.
- Webb, T. L. en P. Sheeran (2006). Does changing behavioral intentions engender behavior change? A meta-analysis of the experimental evidence. In: *Psychological Bulletin*, vol. 132(2), p. 249-268.
- Weichselbaum, E., H. Gibson-Moore, R. Ballam en L.J. Buttriss (2011). Nutrition in schools across Europe. A summary report of a meeting of European nutrition foundations, Madrid, april 2010. *Nutrition Bulletin*, vol. 36(1),p. 124-141.