

VU Research Portal

Gedragseconomie en het vriendelijk terugdringen van autogebruik

van den Assem, M.J.

published in

Factor D

2013

document version

Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication in VU Research Portal](#)

citation for published version (APA)

van den Assem, M. J. (2013). Gedragseconomie en het vriendelijk terugdringen van autogebruik. *Factor D*, 31(3), 24.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

E-mail address:

vuresearchportal.ub@vu.nl

Gedragseconomie en het vriendelijk terugdringen van autogebruik

Martijn J. van den Assem

Hoe kan autogebruik worden teruggebracht zonder het invoeren van rekeningrijden, verhogen van brandstofaccijns, of heffen van parkeergelden door bijvoorbeeld werkgevers? Ik heb een extreem eenvoudig idee, dat verwaarloosbare implementatiekosten heeft en automobilisten geen belastingen oplegt of hun keuzevrijheid anderszins beperkt.

Gedragseconomie is een relatief jong vakgebied, dat veel te danken heeft aan onderzoek van psychologen. Het bracht een realistische kijk op menselijk keuzegedrag, die botste met extreme uitgangspunten als perfecte rationaliteit en zelfzucht van de meer traditionele economische disciplines. Gedragseconomisch onderzoek was en is vooral descriptief: het brengt gedrag in kaart en probeert stelselmatige imperfecties daarin te verklaren met nieuwe theorieën over verwachtingen, preferenties, en beslissingsprocessen. Inmiddels hebben ook de oude, gerenommeerde wetenschappelijke tijdschriften de gedrags-economische invalshoek omarmd, en voltrekt zich een nieuwe ontwikkeling: de opgedane kennis wordt ingezet om mensen te helpen keuzes te maken die goed zijn voor hen zelf, voor de mensen om hen heen, en voor de maatschappij. Het vakgebied heeft er een nieuwe, prescriptieve rol bij.

Liberaal paternalisme

Deze ontwikkeling is vooral in gang gezet door Richard Thaler en Cass Sunstein. In 2008 brachten zij hun boek *Nudge*¹ uit, waarin ze uitleggen hoe het mogelijk is om onze keuzes te verbeteren zonder onze vrijheden in te perken. Liberaal paternalisme noemen ze het, een label dat bij weinig mensen

weerstand oproept. Door gebruik te maken van inzichten uit de psychologie en gedragseconomie laten zij zien hoe eenvoudige aanpassingen in omgeving of keuzeprobleem ons - vaak onbewust - aanzetten tot beter keuzegedrag. Denk bijvoorbeeld aan keuzes op het vlak van orgaandonatie, verkeersveiligheid, voeding, en spaargedrag. Een grappig voorbeeld is de sticker van een bromvlieg in een urinoir, die geen man iets oplegt maar hem toch verleidt zijn aandacht erbij te houden en hygiënisch verantwoord te richten. Het boek werd een bestseller, en in vele politieke en ambtelijke kringen wordt getracht werk te maken van de ideeën.

Terug naar het terugdringen van autogebruik. Wat is het idee? Geef autobezitters na afloop van iedere rit informatie over de gemaakte brandstofkosten. Sunstein en Thaler zouden het een nudge (zetje) noemen. Hoe werkt het? Het idee rust op het afnemende marginale nut dat we ervaren bij grotere verliezen (en winsten). Een groot verlies van bijvoorbeeld €100 voelt minder rot dan 10 afzonderlijke verliezen van €10 na elkaar. Als autorijder krijgen we normaal gesproken af en toe een groot verlies voor onze kiezen: we ervaren de kosten van brandstof alleen aan de pomp. Een keer slikken bij het afrekenen van een volle tank (zeg €100), maar daarna kost het gevoelsmatig niks om boodschappen met de auto te doen of het gaspedaal even lekker diep in te trappen.

Ritkosten zichtbaar maken

Door de brandstofkosten na iedere rit onder de aandacht te brengen verandert

de evaluatiehorizon. Confrontatie met de kosten van een afzonderlijk ritje (zeg €10) creëert bewustheid en leidt tot mildgedrag: de autobezitter zal gaan zoeken naar manieren om deze te vermijden of beperken. Met als gevolg een kostenbesparing voor hemzelf (en meer lichaamsbeweging als de fiets gepakt wordt), minder drukte op het wegennetwerk voor andere automobilisten, en minder CO₂ uitstoot ten gunste van iedereen. Natuurlijk, op leaserijders die gezegend zijn met een werkgever die alle kosten draagt zal de informatie weinig invloed hebben, maar dat geldt ook voor alternatieven waarbij financiële sancties voor autogebruik worden opgelegd.

De implementatie is buitengewoon simpel en vrijwel kosteloos: weergave op dashboard of navigatiescherm vraagt slechts het combineren van de actuele brandstofprijs met ritverbruiksdata. Brandstofprijzen hoeft een rijder niet zelf in te voeren, het zal technici niet veel moeite kosten deze net als bijvoorbeeld file-informatie automatisch beschikbaar te maken. Ritverbruiksdata wordt vaak al gemeten. Zelfs mijn eigen eenvoudige auto heeft een boordcomputer die ieder moment aangeeft hoeveel diesel ik verbruik.

Zal er iemand bezwaar hebben tegen deze kleine aanpassing in de informatievoorziening in onze auto? Ik denk het niet, maar voor alle zekerheid is het goed om de optie te bieden de ritkostenvermelding 'uit' te zetten. Ook hier helpt gedragseconomie: zolang de standaard-keuze 'aan' is ben ik niet bang dat dat veel zal gebeuren. Voor wie is de default optie geen invloedrijke nudge in zijn besluitvorming? ■

Martijn van den Assem is als universitair hoofddocent verbonden aan de sectie finance van de Erasmus School of Economics. Zijn onderzoeksinteresses betreffen financiële economie en gedragseconomie.

¹ Richard Thaler en Cass Sunstein. *Nudge, naar betere beslissingen over gezondheid en welvaart, vertaald door C. Zijlemaker. ISBN13: 9789047001263*