

# Dag van het gedrag 2018

## The next level

Prof.dr. Robert Dur  
Erasmus School of Economics

# Nudging in een paar jaar heel populair geworden



*Erasmus*

# Nudging in een paar jaar heel populair geworden



# Nudging in een paar jaar heel populair geworden



# Nudging in korte tijd heel populair geworden



# Nederland één van de vijf koplopers in Europa



*Erasmus*

# Nederland één van de vijf koplopers in Europa

**Table 8:** A PRECIS for five leading European countries

	UK	NL	DE	FR	DK
Political support	High	Good	Good	Good	Sufficient
Resources	High	Sufficient	Low	Low	Low
Expertise	High	Sufficient	High	Sufficient	Sufficient
Coverage	High	Good	High	High	Low
Integration	Sufficient	High	High	High	High
Structure	High	Low	Good	Good	Low



**High**



**Good**



**Sufficient**



**Low**

# Mijn twee belangrijkste boodschappen vandaag

- Vooral doorgaan
- Kijk breder

*Erasmus*



# Kijk breder, want:

- **Verborgene kosten:** Nudges die op het eerste oog 'gratis' lijken, zijn dat vaak niet
- **Verborgene baten:** Nudges die op het eerste oog ineffectief lijken, zijn soms tóch de moeite waard
- Verlies traditionele instrumenten niet uit het oog.

# Presentatie aan de hand van (heel) recent werk

Over energierapporten (Allcott & Rogers 2014, Allcott & Kessler 2018)

Over financieel gedrag van huishoudens (Dur, Fleming, Van Garderen, en Van Lent 2018)

Over de tegenprestatie in de bijstand (Dur & Gielen 2018)

The Erasmus logo, featuring the word "Erasmus" in a stylized, cursive script.

# Presentatie aan de hand van (heel) recent werk

Over energierapporten (Allcott & Rogers 2014, Allcott & Kessler 2018)

Over financieel gedrag van huishoudens (Dur, Fleming, Van Garderen, en Van Lent 2018)

Over de tegenprestatie in de bijstand (Dur & Gielen 2018)

**Veel van de resultaten zijn voorlopig!**

The logo of Erasmus University, featuring the word "Erasmus" in a stylized, cursive script.

# Verborgen kosten van nudges

Edward Glaeser (2006):

Een nudge is soms als een emotionele belasting.

The logo of Erasmus University, featuring the word "Erasmus" in a stylized, cursive script.

# Verborgen kosten van nudges

Edward Glaeser (2006):

Een nudge is soms als een emotionele belasting.



*Erasmus*

# Verborgenen kosten van nudges

Edward Glaeser (2006):

Een nudge is soms als een emotionele belasting.

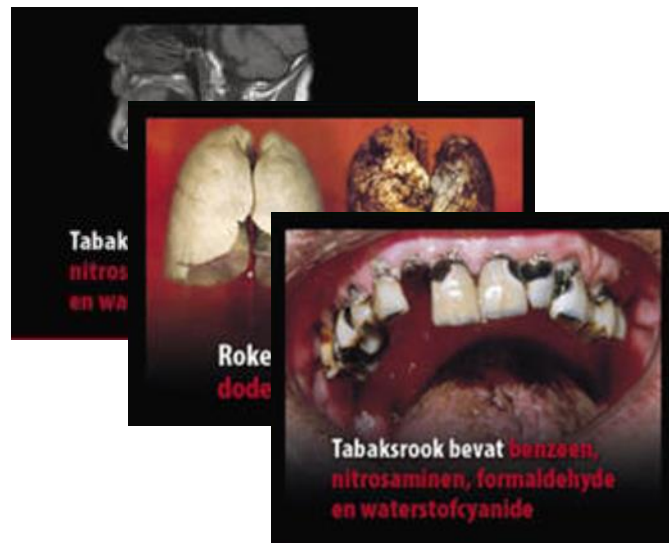


*Erasmus*

# Verborgen kosten van nudges

Edward Glaeser (2006):

Een nudge is soms als een emotionele belasting.



*Erasmus*

# Verborgen kosten van nudges

Edward Glaeser (2006):

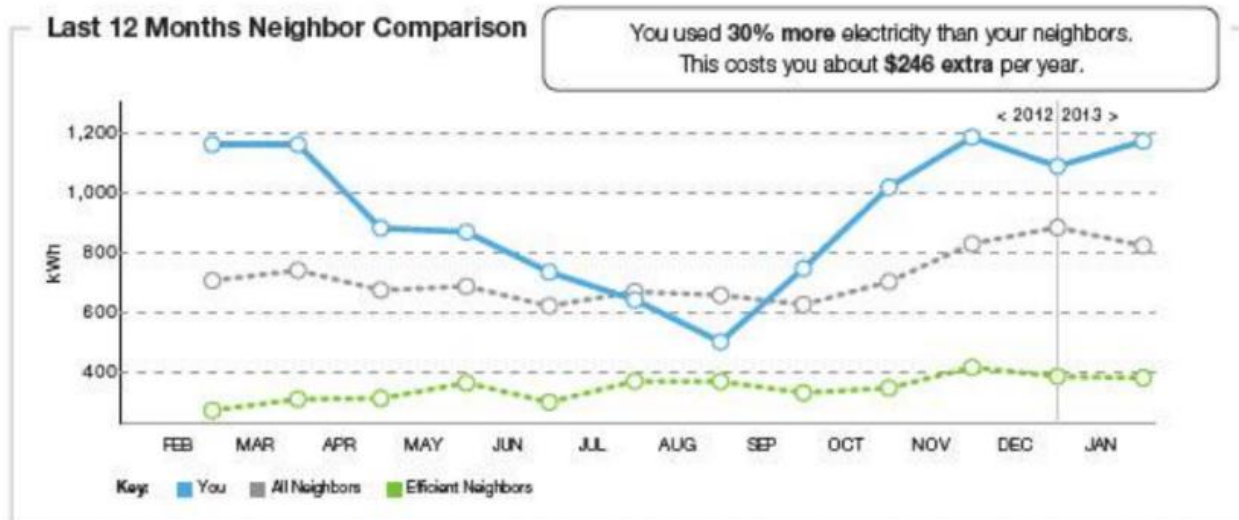
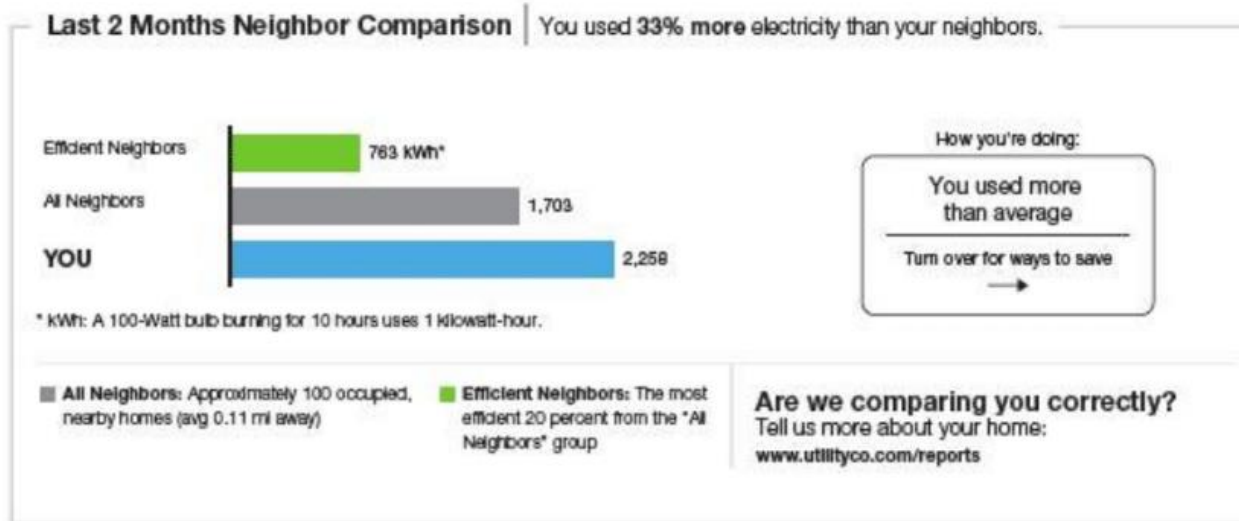
Een nudge is soms als een emotionele belasting.



*Erasmus*



# Ook minder extreme nudges kunnen irriteren



*Erasmus*

# Nuon zegt dat ik meer verstook dan de buren

📍 Louise O. Fresco © 9 april 2014



*Erasmus*

# Nuon zegt dat ik meer verstook dan de buren

Louise O. Fresco © 9 april 2014



“Beste Nuon, [...] Door me een **ongefundeerd schuldgevoel** te geven via de buren zet ik de thermostaat niet nog lager.”

*Louise O. Fresco*

# Energierapporten hebben forse bijdrage geleverd aan energiebesparing

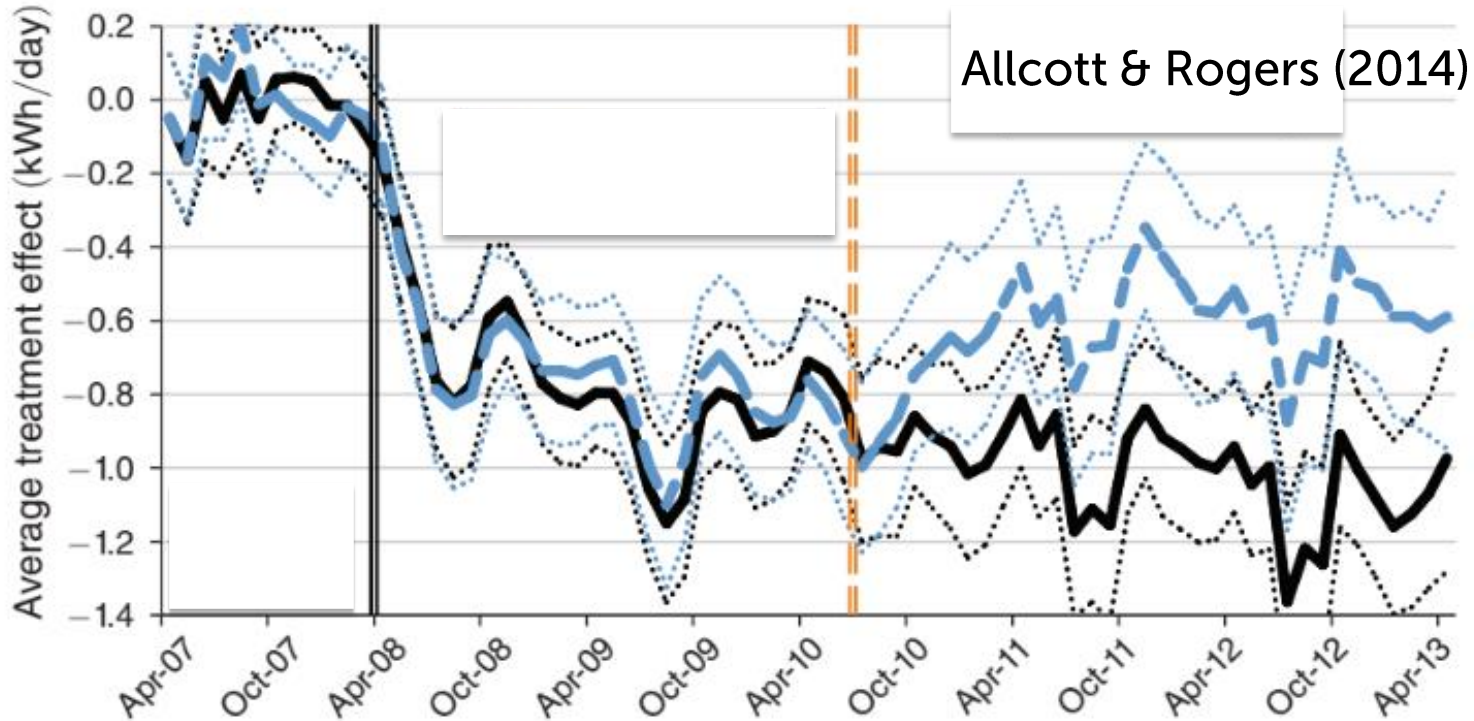


FIGURE 4. LONG-RUN EFFECTS

# Energierapporten hebben forse bijdrage geleverd aan energiebesparing

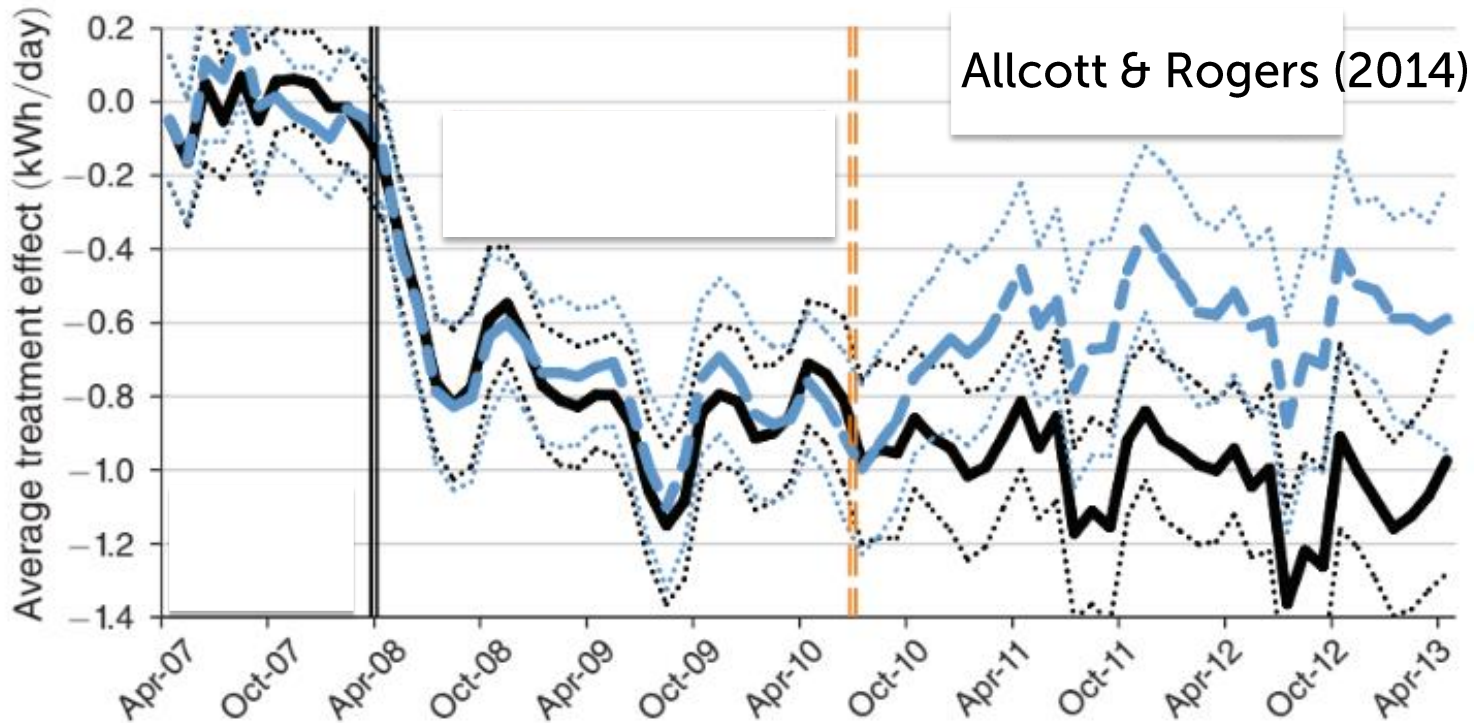


FIGURE 4. LONG-RUN EFFECTS

Maar hoeveel ergenis hebben ze veroorzaakt?

*Erasmus*



# Allcott & Kessler (2018)

## Tell us what you think — and earn a check for up to \$10!

Central Hudson has been sending you Home Energy Reports since last fall, and we want to know what you think about them. Would you take a moment to complete the survey below? For each question, please fill in one box with your answer.

### What happens next?

1. When you're finished, mail the survey back to us in the enclosed prepaid envelope.
2. We will use a lottery to draw one of the first seven questions, and we'll mail you what you chose in that question — either a check or a check plus four more Home Energy Reports.

### Thank you!

Your participation will help us make these reports even more useful for you. If you have any questions, please email us at [HERSurvey@cenhud.com](mailto:HERSurvey@cenhud.com) or call (845) 486-5221.

1. Which would you prefer?	<input type="checkbox"/> + \$10 4 more Home Energy Reports PLUS a \$10 check	<input type="checkbox"/> OR <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> \$1 A \$1 check
2. Which would you prefer?	<input type="checkbox"/> + \$10 4 more Home Energy Reports PLUS a \$10 check	<input type="checkbox"/> OR <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> \$5 A \$5 check
3. Which would you prefer?	<input type="checkbox"/> + \$10 4 more Home Energy Reports PLUS a \$10 check	<input type="checkbox"/> OR <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> \$9 A \$9 check
4. Which would you prefer?	<input type="checkbox"/> + \$10 4 more Home Energy Reports PLUS a \$10 check	<input type="checkbox"/> OR <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> \$10 A \$10 check
5. Which would you prefer?	<input type="checkbox"/> + \$9 4 more Home Energy Reports PLUS a \$9 check	<input type="checkbox"/> OR <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> \$10 A \$10 check
6. Which would you prefer?	<input type="checkbox"/> + \$5 4 more Home Energy Reports PLUS a \$5 check	<input type="checkbox"/> OR <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> \$10 A \$10 check
7. Which would you prefer?	<input type="checkbox"/> + \$1 4 more Home Energy Reports PLUS a \$1 check	<input type="checkbox"/> OR <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> \$10 A \$10 check

# Wat zou u doen?

Mentimeter

Hoeveel heeft u er maximaal voor over om genudged te blijven worden?

(negatieve bedragen: wat u maximaal wil betalen om van de nudge af te zijn)

A) + 9 euro

B) + 5 euro

C) + 1 euro

D) 0 euro

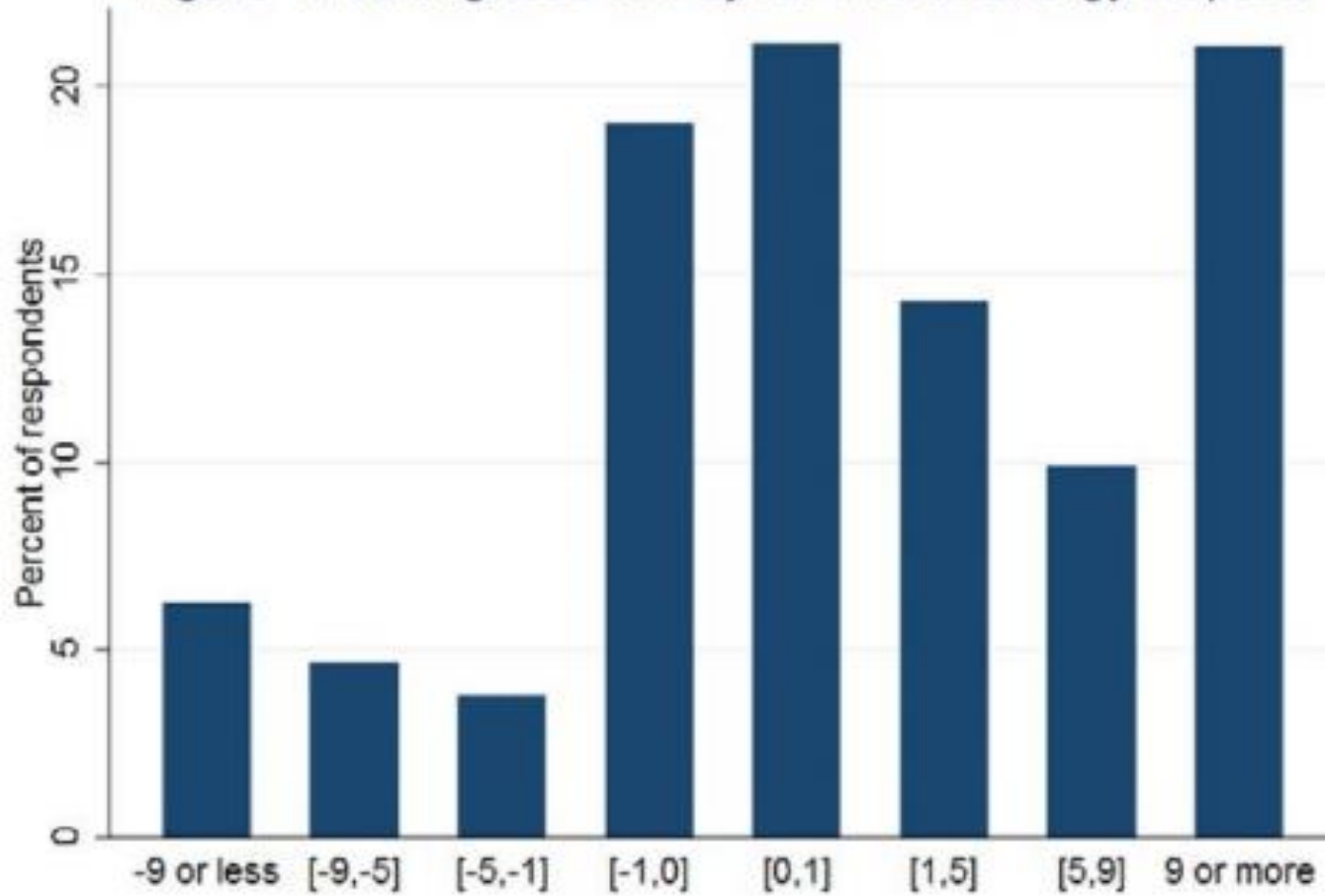
E) - 1 euro

F) - 5 euro

The logo for Erasmus University, featuring the word "Erasmus" in a stylized, cursive script.



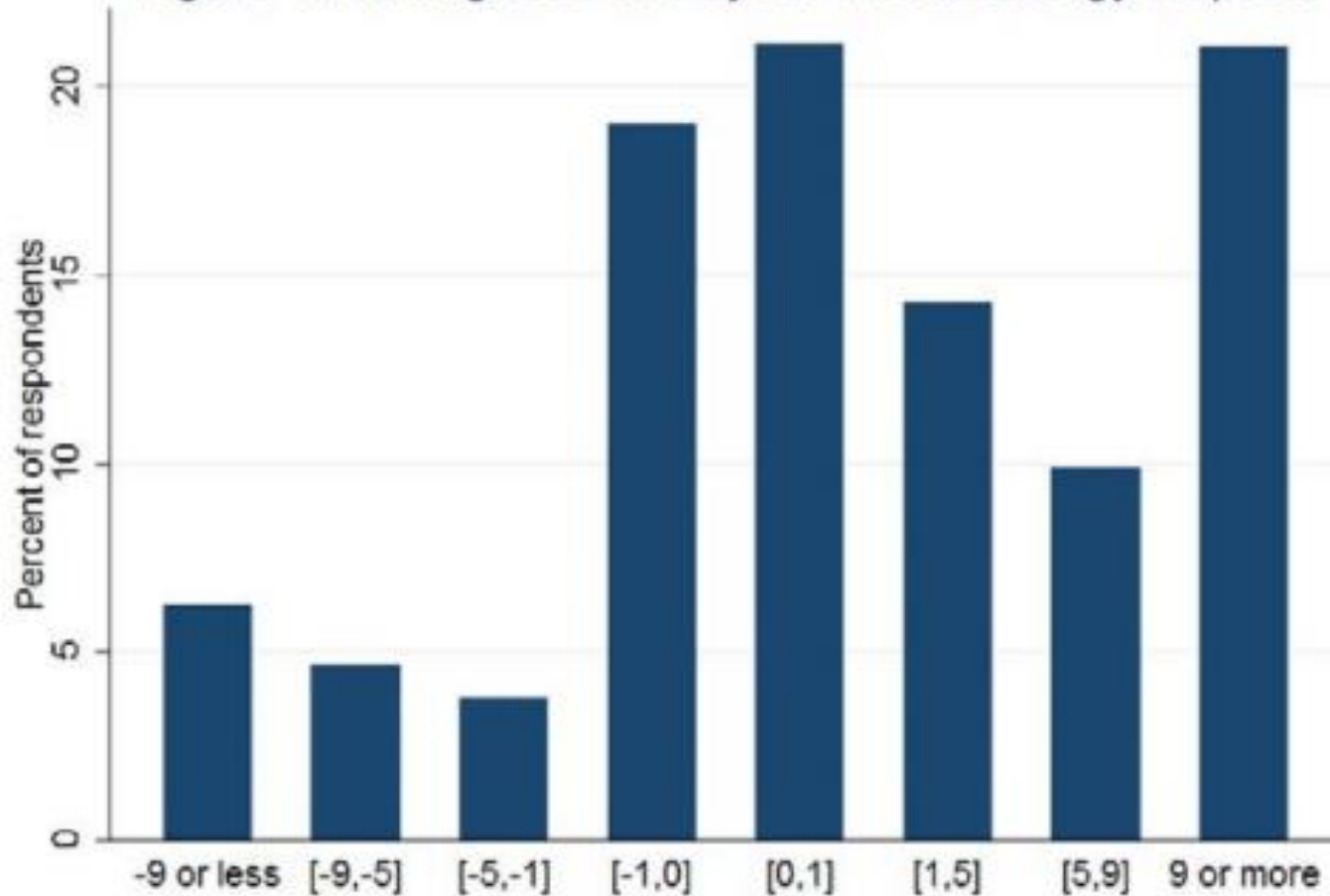
Figure 1: Willingness-to-Pay for Home Energy Reports



*Erasmus*

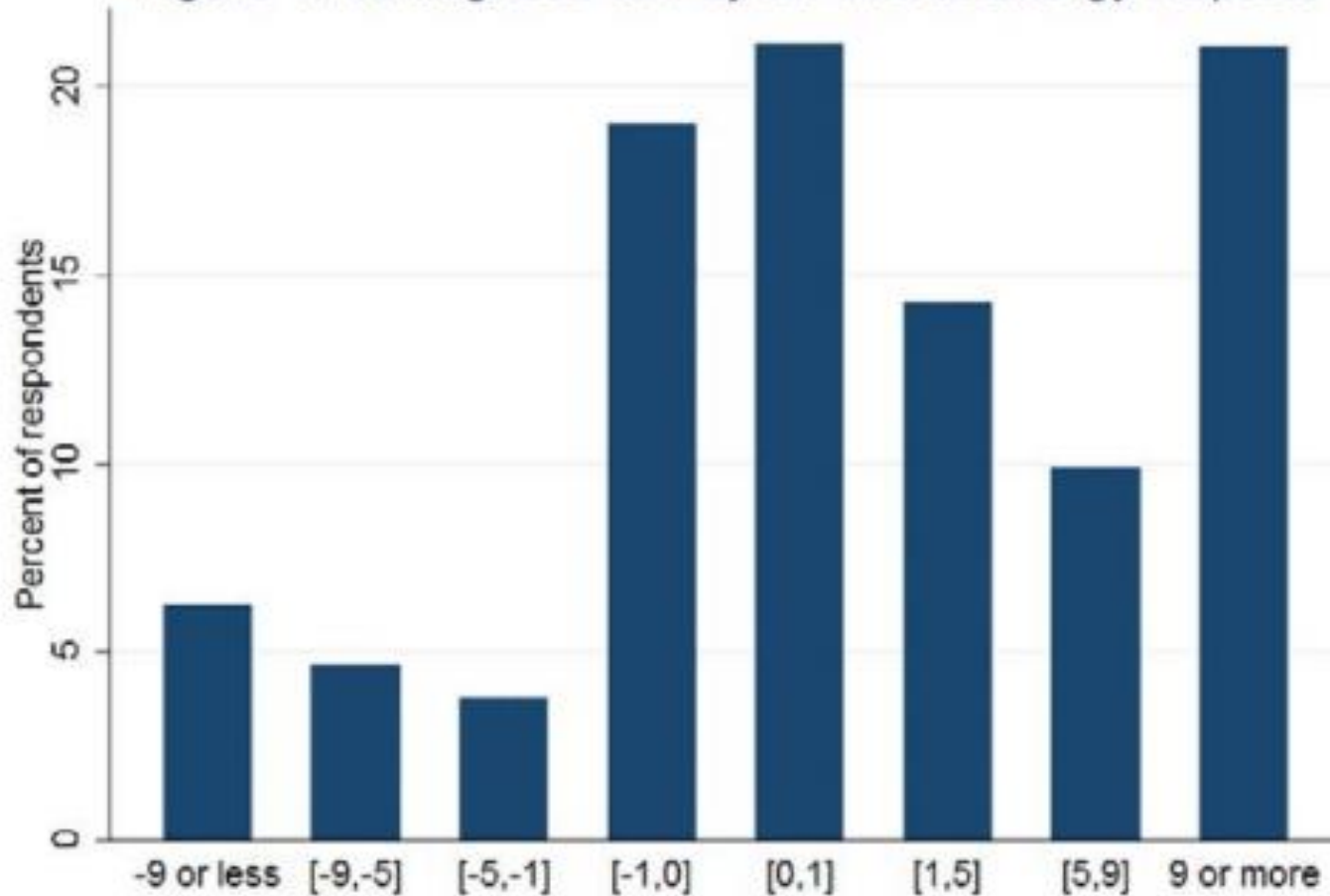


Figure 1: Willingness-to-Pay for Home Energy Reports



**34% bereid te betalen om van nudge af te zijn**

Figure 1: Willingness-to-Pay for Home Energy Reports

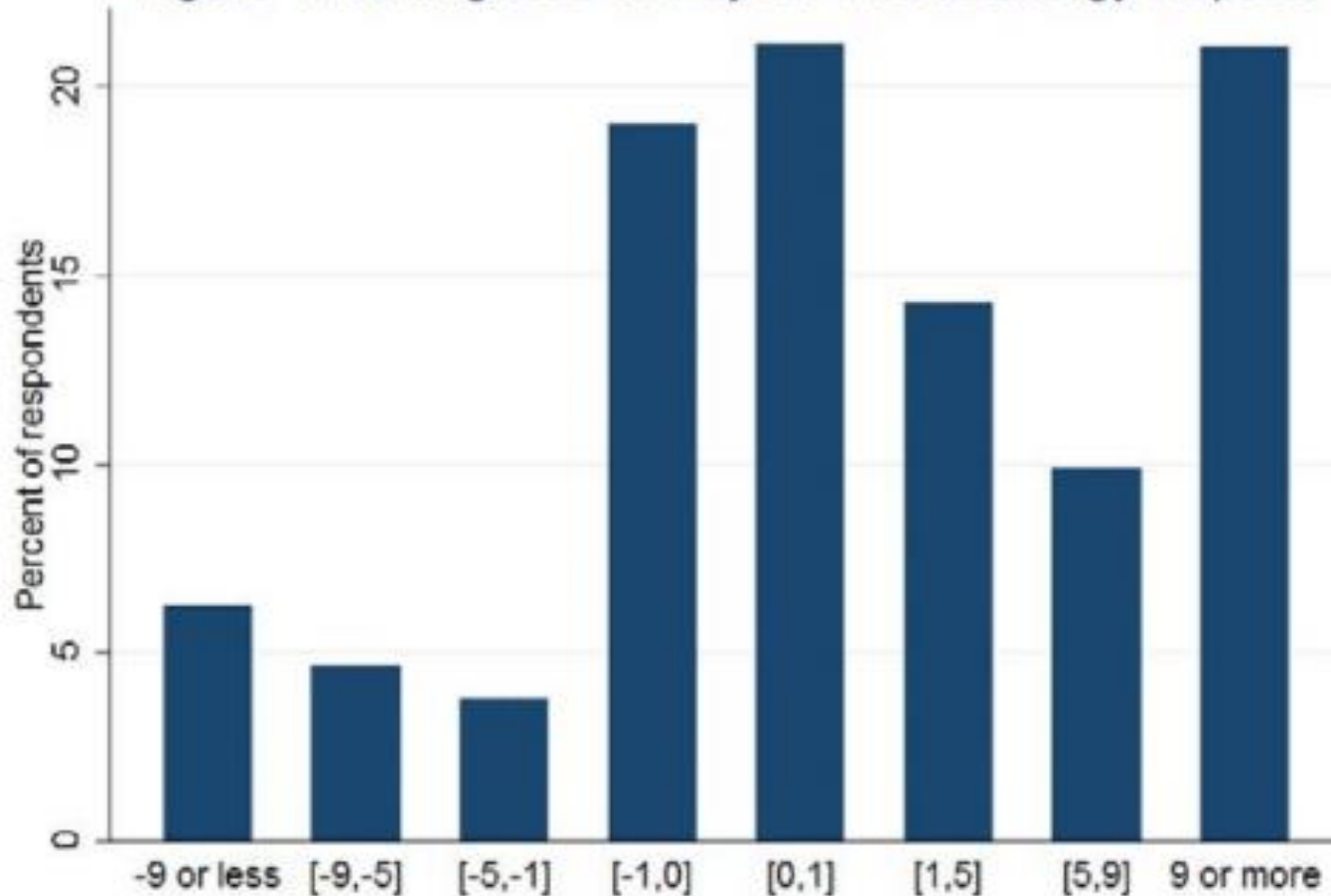


**34% bereid te betalen om van nudge af te zijn**

**44% bereid te betalen om nudge te houden**

*Erasmus*

Figure 1: Willingness-to-Pay for Home Energy Reports



**34% bereid te betalen om van nudge af te zijn**

**44% bereid te betalen om nudge te houden**

**Gemiddelde betalingsbereidheid = + 3 dollar**

*Erasmus*

# Implicaties

- Nudging brengt voor sommige mensen ergenis met zich mee
- Slimme targeting kan (onnodige) ergenis voorkomen
- Ook eenvoudig maken van "opt out" kan helpen

# Implicaties

- Nudging brengt voor sommige mensen ergenis met zich mee
- Slimme targeting kan (onnodige) ergenis voorkomen
- Ook eenvoudig maken van "opt out" kan helpen

Algehele beeld van deze nudge echter positief:

- Voor veel mensen werkt de nudge als een emotionele subsidie
- Sterk effect, zelfs bij herhaalde toepassing

The logo for Erasmus, featuring the word "Erasmus" in a stylized, cursive script.

# Implicaties

- Nudging brengt voor sommige mensen ergenis met zich mee
- Slimme targeting kan (onnodige) ergenis voorkomen
- Ook eenvoudig maken van "opt out" kan helpen

Algehele beeld van deze nudge echter positief:

- Voor veel mensen werkt de nudge als een emotionele subsidie
- Sterk effect, zelfs bij herhaalde toepassing

Is de 'sociale norm nudge' ook bij andere belangrijke vraagstukken toepasbaar?

The logo of Erasmus University, featuring a stylized, handwritten-style signature of the name 'Erasmus' in black.

# Social Norm Nudges and Buffer Savings: A Field Experiment

Robert Dur\*, Dimitry Fleming\*\*, Marten van Garderen\*\*, and Max van Lent\*\*\*

\* Erasmus University Rotterdam, \*\* ING Bank, \*\*\* Leiden University

November, 2018



# Het vraagstuk

1 op de 3 huishoudens heeft een te lage financiële buffer (NIBUD 2017).



# Het vraagstuk

1 op de 3 huishoudens heeft een te lage financiële buffer (NIBUD 2017).

Het blijkt lastig om dit te verbeteren door middel van advies en educatie.

# Het vraagstuk

1 op de 3 huishoudens heeft een te lage financiële buffer (NIBUD 2017).

Het blijkt lastig om dit te verbeteren door middel van advies en educatie.

Zou een sociale norm nudge kunnen helpen?

# Waarom zou een sociale norm nudge kunnen werken?

Theorie:

- Imitatie (Cialdini et al. 1990)
- Wens om te conformeren (Bernheim 1994)

# Waarom zou een sociale norm nudge kunnen werken?

Theorie:

- Imitatie (Cialdini et al. 1990)
- Wens om te conformeren (Bernheim 1994)

Bewijs in veel verschillende contexten (Schultz et al. 2007, Goldstein et al. 2008, Alcott & Rogers 2011, Hallsworth et al. 2017)

Nog nauwelijks toegepast op het gebied van financiële beslissingen van huishoudens (Beshears et al. 2018)

The Erasmus logo, featuring the word 'Erasmus' in a stylized, cursive script.

# E-mail zonder en met sociale norm nudge

ING 



Geachte heer

Lage rente of niet: sparen zorgt voor de zekerheid van een buffer die u altijd kunt aanspreken.

#### Spaar vanzelf

Wist u dat u bijna vanzelf kunt sparen? Stel één keer automatisch sparen in, dat kan binnen twee minuten. U kiest het bedrag, hoe vaak en tot wanneer. Klaar.

Doe het direct. Met Automatisch Sparen bouwt u dan vanzelf aan een buffer.

[Direct instellen >](#)

ING 



Geachte heer

Lage rente of niet: sparen zorgt voor de zekerheid van een buffer die u altijd kunt aanspreken.

#### Spaar vanzelf

Wist u dat u bijna vanzelf kunt sparen? Stel één keer automatisch sparen in, dat kan binnen twee minuten. U kiest het bedrag, hoe vaak en tot wanneer. Klaar.

Doe het direct. Met Automatisch Sparen bouwt u dan vanzelf aan een buffer.

[Direct instellen >](#)

*Erasmus*

# Pilot binnen online enquête met verschillende boodschappen

E-mail met spaarpromotie zonder social nudge (controlecel)



Alternatief: E-mail met spaarpromotie zonder social nudge - **low**



E-mail met spaarpromotie met social nudge - **medium**



Alternatief: E-mail met spaarpromotie zonder social nudge - **high**



Pilot uitgevoerd door DVJ Insights

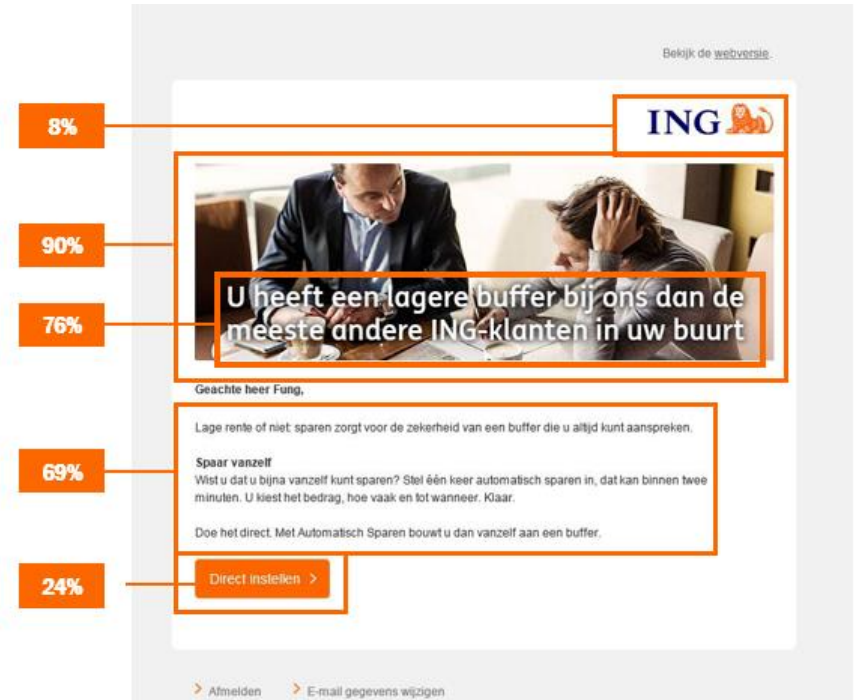
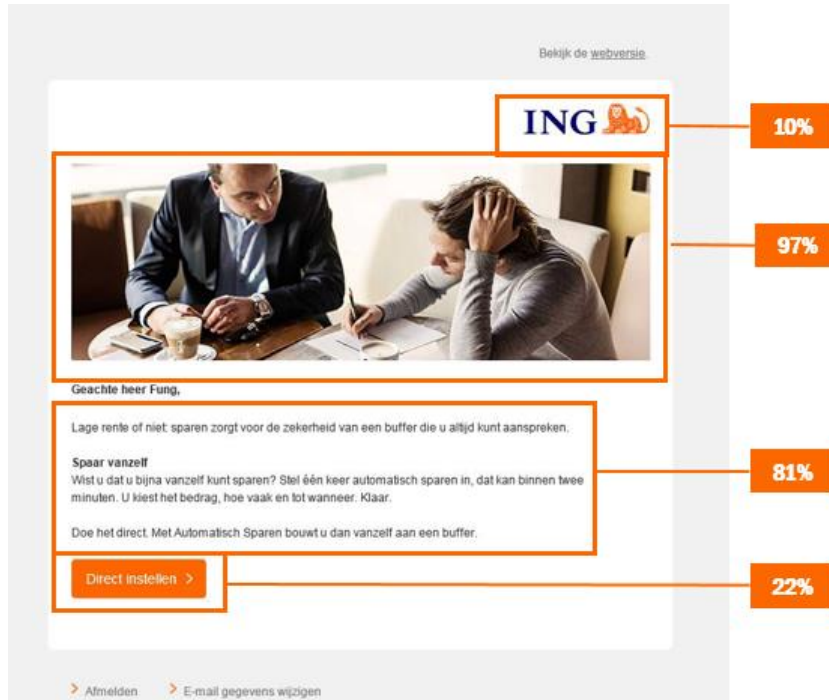


# Eye tracking: de boodschap wordt gezien



*Erasmus*

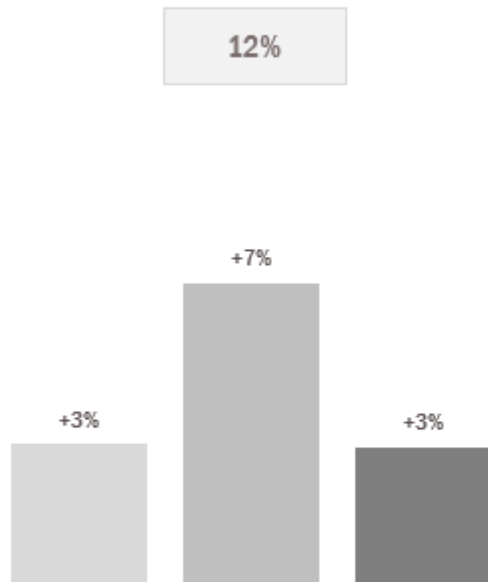
# Eye tracking: de boodschap trekt wat aandacht weg



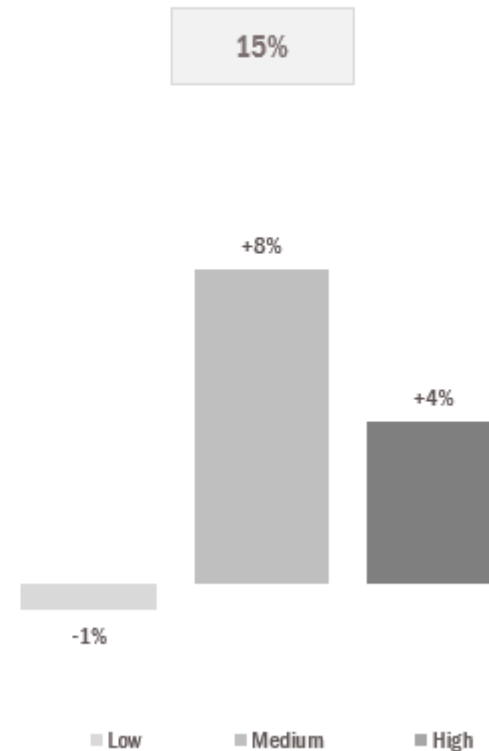


# Enquête-data suggereren dat de nudge werkt

...ben ik gemotiveerd om (meer) te sparen



...ben ik bereid om automatisch maandelijks een bedrag te sparen



# ...maar ook leidt tot meer irritatie

	Social Nudge Scenarios			
	Controlevel	Low	Medium	High
is positief	50%	-1%	-5%	-7%
is relevant voor mij	30%	+10%	+8%	-
is persoonlijk	44%	+2%	+7%	-5%
is geloofwaardig	57%	-4%	-5%	-10%
is gemakkelijk te begrijpen	84%	-3%	-9%	-12%
is irritant	19%	+20%	+9%	+22%
is informatief	56%	+8%	+1%	-9%
is acceptabel	61%	-9%	-6%	-21%

# Verandert het gedrag?

Begin januari 2018 zijn 40.000 emails verstuurd.

*Erasmus*

# Verandert het gedrag?

Begin januari 2018 zijn 40.000 emails verstuurd.

Target groep:

- Mensen die in homogene buurten wonen,
- minder hebben gespaard dan de mediaan in hun buurt,
- maar wel de mogelijkheid lijken te hebben om te sparen.

The logo for Erasmus University, featuring the word "Erasmus" in a stylized, cursive script.

# Verandert het gedrag?

Begin januari 2018 zijn 40.000 emails verstuurd.

Target groep:

- Mensen die in homogene buurten wonen,
- minder hebben gespaard dan de mediaan in hun buurt,
- maar wel de mogelijkheid lijken te hebben om te sparen.

20.000 met en 20.000 zonder de sociale norm nudge.

The logo for Erasmus University, featuring the word "Erasmus" in a stylized, cursive script.

# Verandert het gedrag?

Begin januari 2018 zijn 40.000 emails verstuurd.

Target groep:

- Mensen die in homogene buurten wonen,
- minder hebben gespaard dan de mediaan in hun buurt,
- maar wel de mogelijkheid lijken te hebben om te sparen.

20.000 met en 20.000 zonder de sociale norm nudge.

15.000 mensen openen de mail, waarvan de helft met en de helft zonder de sociale norm nudge.

The logo for Erasmus University, featuring the word "Erasmus" in a stylized, cursive script.

# Verandert het gedrag?

Gebruik data onder stricte voorwaarden van anonimiteit et cetera.

## Disclaimer

This report is based on anonymised data from customers of ING Netherlands. Data was treated in strict compliance with the General Data Protection Regulation. The report has been prepared by the author(s) for the TFI long-term research track. The views and opinions expressed in this report are solely those of the author(s) and do not necessarily reflect the official policy or position of the Think Forward Initiative - TFI - or any of its partners. Responsibility for the data analyses and content in this report lies entirely with the author(s). The primary purpose of the TFI Research Programme is to inspire practical research insights in the financial decision-making domain. It does not constitute any financial advice or service offer.

The logo for Erasmus, featuring a stylized, handwritten-style script of the word "Erasmus" in black.

# Verandert het gedrag?

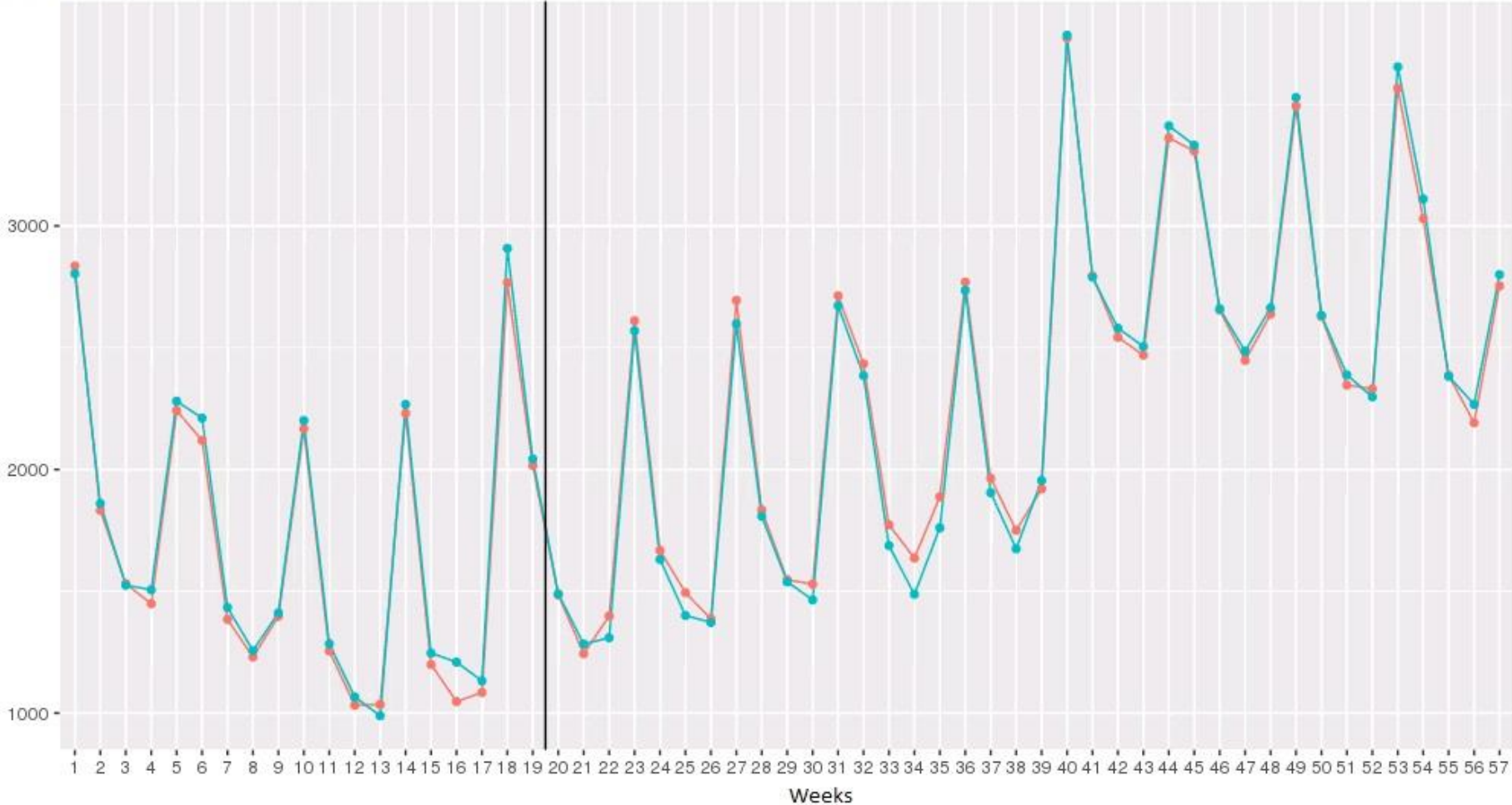
We zien dat significant meer mensen op de link naar de automatisch-sparen pagina klikken (3,4% vs. 2,7%).

Er is geen verschil in percentage dat op opt-out klikt (0,5% vs 0,5%).



# Geen effect sociale norm nudge op besparingen

Total savings



Control group  
Treatment group



# Implicaties

- Vertrouw niet te veel op intenties in online enquête  
Doe een veldexperiment!

# Implicaties

- Vertrouw niet te veel op intenties in online enquête  
Doe een veldexperiment!
- Vertrouw ook niet te veel op experimentele resultaten in andere contexten  
Doe een veldexperiment!

# Implicaties

- Vertrouw niet te veel op intenties in online enquête  
Doe een veldexperiment!
- Vertrouw ook niet te veel op experimentele resultaten in andere contexten Doe een veldexperiment!
- We gaan andere nudges een kans geven door middel van nieuwe veldexperimenten

# Verborgen baten van nudges

Soms falen nudges in het veranderen van het beoogde gedrag maar hebben ze onverwachte positieve neveneffecten.

Breder kijken helpt om die neveneffecten in het vizier te krijgen.

# Voorbeeld: Tegenprestatie in de bijstand

Effect dat meeste aandacht krijgt = uitstroom.

Maar wat doet het met het welzijn van de mensen in de bijstand?

*Erasmus*

# Voorbeeld: Tegenprestatie in de bijstand

Effect dat meeste aandacht krijgt = uitstroom.

Maar wat doet het met het welzijn van de mensen in de bijstand?

Opinies zijn zeer verdeeld.

The logo of Erasmus University, featuring the name 'Erasmus' in a stylized, cursive script.

# Voorbeeld: Tegenprestatie in de bijstand

Effect dat meeste aandacht krijgt = uitstroom.

Maar wat doet het met het welzijn van de mensen in de bijstand?

Opinies zijn zeer verdeeld.

Stapsgewijze uitrol in Rotterdam maakt het als een “natuurlijk experiment”.

The logo for Erasmus University, featuring the word "Erasmus" in a stylized, cursive script.



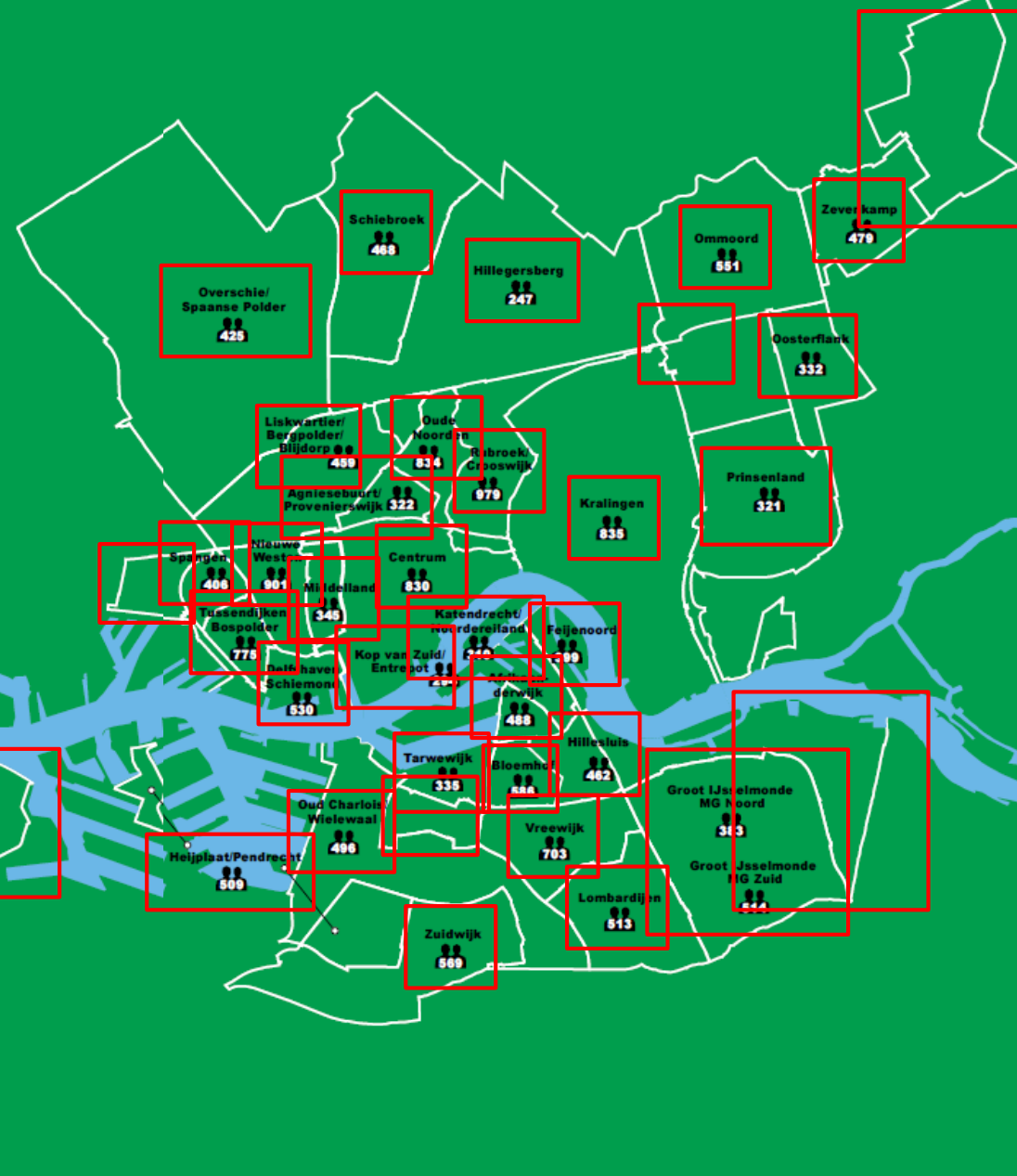
# Gefaseerde introductie in Rotterdam

2018:  
 Carnisse/Zuidplein  
 Oud Mathenesse/Witte Dorp  
 Beverwaard  
 Pernis  
 Het Lage Land  
 Nesselande

Hoek van Holland  
 119  
 ←

Rozenburg  
 105

Hoogvliet Noord  
 271  
 Hoogvliet Zuid  
 403



# Natuurlijk experiment

**Lopend onderzoek** met Anne Gielen

Twee uitkomsten:

1) Uitstroom

2) Medicijngebruik (ATC4 N, middelen die inwerken op het zenuwstelsel)

The Erasmus logo, featuring the word "Erasmus" in a stylized, cursive script.

# Natuurlijk experiment

**Lopend onderzoek** met Anne Gielen

Twee uitkomsten:

1) Uitstroom

2) Medicijngebruik (ATC4 N, middelen die inwerken op het zenuwstelsel)

Gekoppelde data Gemeente Rotterdam en CBS (geanonimiseerd).

The logo of Erasmus University, featuring the word 'Erasmus' in a stylized, cursive script.

# Natuurlijk experiment

**Lopend onderzoek** met Anne Gielen

Twee uitkomsten:

1) Uitstroom

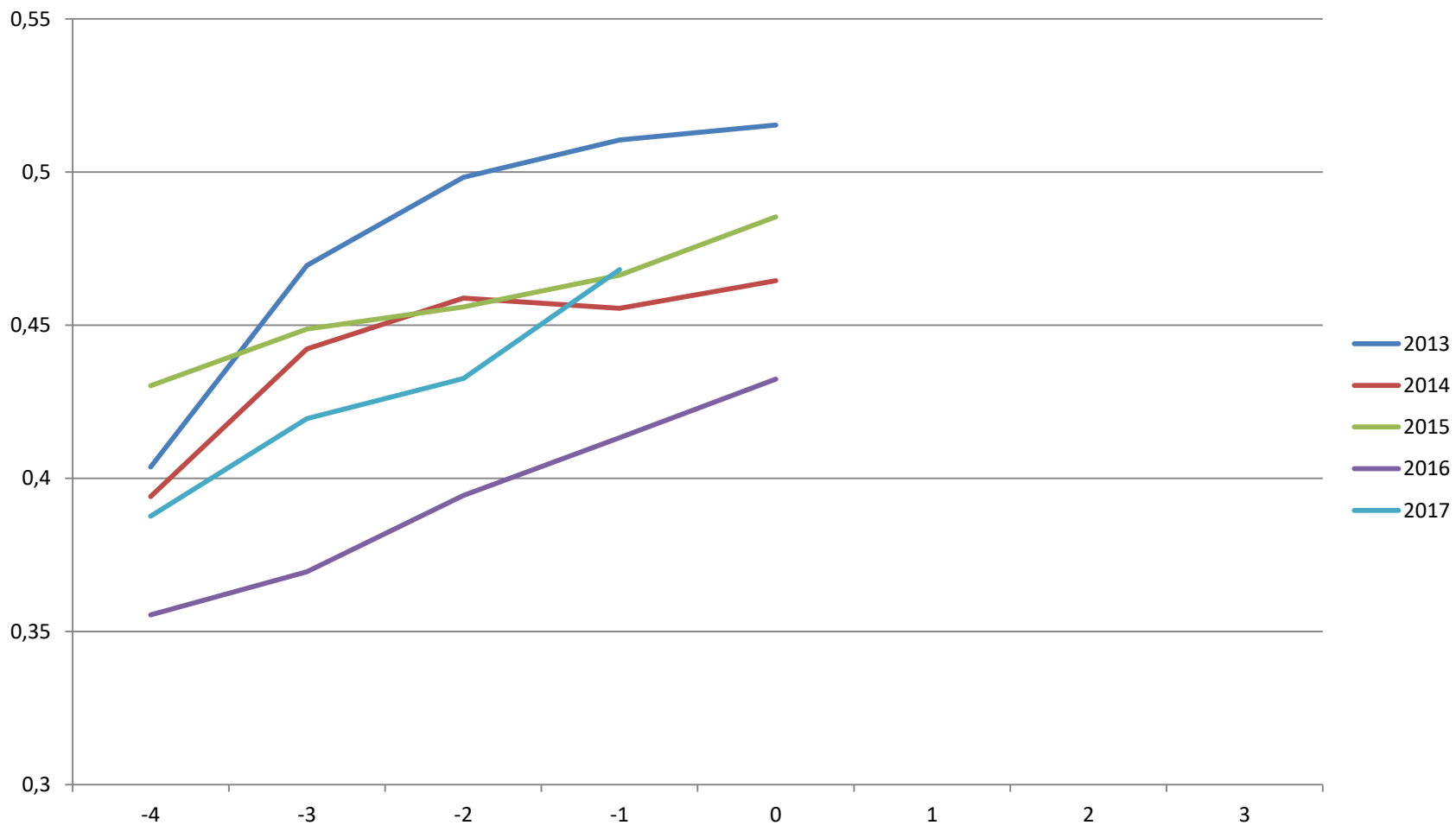
2) Medicijngebruik (ATC4 N, middelen die inwerken op het zenuwstelsel)

Gekoppelde data Gemeente Rotterdam en CBS (geanonimiseerd).

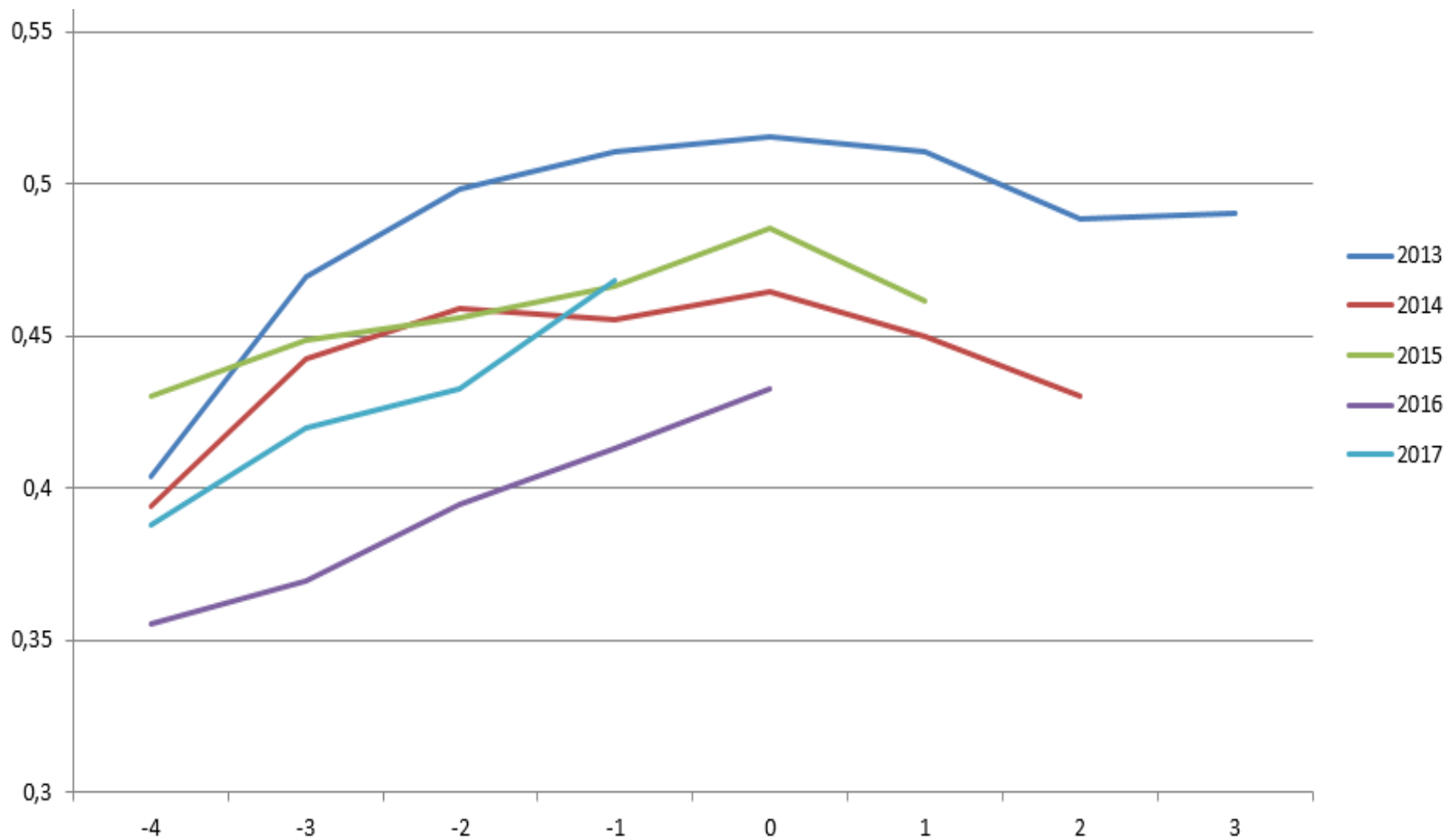
**Voorlopig resultaat 1:** Geen effect op uitstroom

The Erasmus logo, featuring the word 'Erasmus' in a stylized, cursive script.

## Voorlopig resultaat 2: ATC4 N



## Voorlopig resultaat 2: ATC4 N



# Conclusies

The next level?

Voor hen die al experimenten doen:

Vooral doorgaan, maar kijk breder!

Voor wie dat nog niet doet:

Overweeg het eens, en ga gerust te rade bij academici!

# Dag van het gedrag 2018

## The next level

Prof.dr. Robert Dur



[dur@ese.eur.nl](mailto:dur@ese.eur.nl)



[@durrobert](https://twitter.com/durrobert)