

de keuzemaatschappij

Ooit zat de wereld eenvoudig in elkaar: de mens maakte verstandige keuzes, simpelweg omdat hij het kón. Nu deze aan de stress lijkt te bezwijken, is de overheid weer aan zet, vindt gedragsconoom **Arno Riedl** van de Universiteit Maastricht. „Jarenlang is ervoor gezorgd dat mensen meer konden kiezen. Nu is het tijd voor de volgende stap: ervoor zorgen dat mensen ook goede keuzes maken.”

Stressbestrijding

BIJ DE HOMO ECONOMICUS

door Roel Ophelders

De economische wetenschap zit in een spannende fase, vindt hij. Noem het gerust een verandering van een tijdperk. De ooit zo voorspelbare mens blijkt in zijn keuzepatroon ineens grilliger dan voor mogelijk werd gehouden. „Lange tijd is ervan uitgegaan dat de mens een *homo economicus* is, een *profit-maximaliserende* individu die consequent rationele keuzes maakt. Een mens die om de simpele reden dat hij voor hemzelf goede afwegingen kan maken, dat ook steeds opnieuw doet. We komen er echter steeds meer achter dat de mens niet over alles rationeel nadenkt en soms daarin gemakzuchtig kan zijn. Met als gevolg dat hij niet altijd optimale, en daarmee moeilijk voorspelbare keuzes maakt.”

Daar zijn ze dan mooi klaar mee op de economische faculteiten. Was er

De keuzemaatschappij
De keuzemaatschappij
De keuzemaatschappij
De keuzemaatschappij
De keuzemaatschappij
De keuzemaatschappij
De keuzemaatschappij
De keuzemaatschappij
De keuzemaatschappij

een model dat op veel verschillende terreinen en situaties toepasbaar was, blijkt het ineens niet anders te zijn. Met dank aan de wetenschappers die begin jaren negentig op het idee kwamen om het zwaard van de psychologie te bewandelen. Pioniers zoals Arno Riedl, die het plan hadden opgevat om de voorspellingen van economische modellen eens met experimenten te gaan testen. Met echte mensen van vlees en bloed, zowaar in een laboratorium. Experimenten waarin mensen telkens weer in besluitvormingssituaties worden geplaatst. Riedl: „Economie is immers de wetenschap van keuzes maken. Iets dat mij altijd heeft gefascineerd. Ik wil begrijpen waarom mensen bepaalde keuzes maken, en wat hen daarbij beïnvloedt.” Zijn nieuwsgierigheid dreef hem in 1998 vanuit zijn geboorteland Oostenrijk naar Amsterdam, waar enkele jaren eerder op de universiteit één van de eer-

ste experimentele economische groepen van Europa gevormd was. Een periode van roeien tegen de stroom in, waarin getwijfeld werd aan het nut van de psychologische inzichten, en al helemaal aan de methodiek van de experimenten. Inmiddels is er veel veranderd. Riedl is inmiddels hoogleraar Openbare Financien aan de Universiteit Maastricht, en de tegendraadsheid is inmiddels wel van experimenteel onderzoek af. „Eigenlijk is het al een beetje mainstream geworden.”

Het heeft de psychologische kennis over het maken van keuzes sterk verhoogd. Een van de belangrijkste conclusies: een grotere keuzevrijheid betekent vaak niet dat mensen ook gelukkiger worden. Integendeel. „Uit onderzoek blijkt dat keuzes maken een enorme stress oplevert voor het brein, en die stress wordt groter als er meer keuzes zijn. Daar zijn verschillende verklaringen voor. Ten eerste wordt bij de toename van keuzemogelijkheden de kans groter dat je het verkeerde kiest. Daar komt nog bij dat je zelden voldoende tijd hebt om alle keuzemogelijkheden te vergelijken. Dat levert bij voorbaat een gevoel van spijt op, je gaat twijfelen. Het resultaat is dat mensen vaak hun *default-keuze* laten ingaan. Ze kiezen niet bewust, of dat nou betekent dat ze dan maar vasthouden aan hun oude keuzepatroon, helemaal niet meer kiezen of juist vaak van keuze wisselen. Dat laatste zagen onderzoekers bij een experiment in Amsterdam, waarin mensen tussen zorgverzekeringen moesten kiezen. Mensen maakten minder goede keuzes wanneer het aanbod groter was. Tijdens de proef wisselden ze te vaak van keuze.” Bij keuzestress is gedeelde smart lang niet altijd halve smart. Riedl deed zelf veel onderzoek naar besluitvormingsprocessen in groepen. Zijn belangrijkste bevinding: mensen zijn conditionele dieren. Ze gedragen zich pro-sociaal, zo lang ze er maar van overtuigd zijn dat anderen in de groep dat ook doen. „Ze stemmen daardoor in met beslissingen die in het belang van de groep zijn, ook al zijn ze in strijd met hun eigenbelang.”

„Het besef dat mensen beperkt zijn in het maken van keuzes, dringt lang-

zaam door. Je ziet al dat supermarkten het aantal soorten dat ze van een productgroep aanbieden reduceren, omdat ze zien dat mensen niet meer, of zelfs minder gaan kopen als de variëteit groot is.” Dat klinkt als zelfregulering in de keuzemaatschappij. Mag je trouwens wel van dat laatste spreken? Riedl lacht. „Ik weet het niet zo goed. Niemand heeft mij ooit een goede definitie van de kennisconoom kunnen geven, en hetzelfde heb ik een beetje met de keuzemaatschappij. Als er mee bedoeld wordt dat er meer individuele verantwoordelijkheid wordt gevraagd bij het maken van keuzes, dan is dat zeker flink toegenomen ten opzichte van twintig jaar geleden. Al is dat ook deels regionaal gebonden. In een van oudsher liberaal land als Nederland wordt veel eigen verantwoordelijkheid gevraagd, net zoals in de Verenigde Staten. Tervijl je dat in Zweden veel minder ziet. Het is de laatste tijd in de mode om op het neoliberalisme in te hakken, maar eerlijk is eerlijk: het was zinvol om fors meer keuzevrijheid na te streven. Al was het alleen maar omdat mensen verschillen. Als het aanbod hoger is, wordt de kans dat je een product vindt dat beter bij je past groter. Maar vijftig aanbieders zijn niet noodzakelijk beter dan vijf aanbieders, terwijl vijf aanbieders zeker beter zijn dan één aanbieder. Dat ligt al helemaal complex bij de toegenomen keuzevrijheid die de overheid heeft nagestreefd.”



En daarom moeten overheden nu doorpakken, vindt hij. Het ervoor zorgen dat mensen in toegenomen mate hun eigen keuzes kunnen maken, was één. Maar de volgende stap is de vraag stellen hoe je ervoor kunt zorgen dat ze ook goede keuzes maken. Een stroef proces. Maar er is zeker beweging, constateert Riedl. „Barack Obama heeft in zijn staf economische deskundigen ook een hoop gedragsconoomen opgenomen, die juist het psychologische aspect van de economie belichten. Ook in Nederland zie ik initiatieven. Zo is er in Den Haag nog niet zo lang geleden een bijeenkomst georganiseerd door de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid. Voorzittende deskundigen wetenschappers waren uitgenodigd om

Hoogleraar Arno Riedl: „Het was zeker zinvol om fors meer keuzevrijheid na te streven.”

met ambtenaren van verschillende ministeries hun inzichten te delen over hoe mensen keuzes maken. Zo heb ik zelf op het ministerie van financiën een presentatie gegeven hoe je psychologische aspecten kunt laten meewegen bij het maken van beleid. Daar werd geopperd om dat het Centraal Plan Bureau dit soort inzichten voortaan ook zou moeten meenemen in hun berekening. Voor zover ik weet gebeurt dit op dit moment om technische redenen nog niet, maar de vraag waarom dat is dat in de toekomst dat zou doen is terecht. Als je weet dat mensen niet altijd volgens de vooronderstellingen hun keuzes maken, moet je nieuwe modellen

gebruiken waarin dit wel wordt meegenomen. Nederland is vrij vooruitstrevend op dat gebied. Er is in ieder geval beweging, er is een begin. Zeker als ik het vergelijk met Oostenrijk, want daar wordt hierover in regeringskringen nauwelijks gesproken.” Het structureel toepassen van gedragsconoomische bevindingen zou meer kunnen opleveren dan betere voorspellingen alleen. Je zou dan tot nieuwe inzichten kunnen komen hoe je een controversiële maatregel als de kilometerheffing met een succes kunt maken. Riedl. „Als omstandigheden veranderen, dan veranderen mensen hun keuze niet meteen, ook al is een nieuwe keuze het meest optimaal. Daar zit een

vertraging in. Verder speelt de zichtbaarheid van de gevolgen een rol: des te zichtbaarder de gevolgen van een keuze, hoe bewuster je de afweging maakt. Op dit gebied is er onderzoek gedaan in de VS, waar de prijzen in de supermarkt zonder belasting staan vermeld. Als je uitgaat van het principe van de rationele *homo economicus*, zou je denken dat mensen de belasting er in hun hoofd al bijtellen, waardoor er niets zou veranderen als je op de prijskaartjes wel de prijs inclusief belasting zou zetten. Niets is minder waar. Mensen bleken ineens minder te kopen. Die principes van vertraging en zichtbaarheid zijn belangrijk om in het achterhoofd te houden als je bijvoorbeeld straks rekeningrijden wilt introduceren. Je zult je moeten realiseren dat mensen hun auto-gebruik echt niet meteen zullen aanpassen. De grootste kans om dat wel te bereiken, heb je als je de heffing zichtbaar maakt. Als je de bedragen pas na een maand op afschriften ziet, werkt dat niet. Veel beter zou zijn als je een soort taximeter in de auto aanbrengt, waar de prijs ziet oplopen. Kijk bijvoorbeeld naar de vliegtuiks, die was heel zichtbaar en had vrijwel meteen een verandering van keuzes tot gevolg. In dat specifieke geval voor Nederland averechts werkende keuzes, maar toch.”

Meer informatie bieden dus. Maar wordt de stress niet juist veroorzaakt door het gegeven dat we naast een keu-

zemaatschappij ook een informatie-maatschappij hebben? Met andere woorden: zou het probleem naast de toename van keuzemogelijkheden ook gelegen kunnen zijn in de toename van beschikbare informatie over die keuzemogelijkheden? Riedl peinst. „Goede vraag. Ik heb daar geen pasklaar gefundeerd wetenschappelijk antwoord op, maar ik denk dat je die twee dingen sowieso niet los van elkaar kunt zien. Om een gefundeerde keuze te maken, heb je altijd informatie nodig.” Informatie die anno 2010 met een muisklik uit elke uithoek van de wereld vandaan kan worden gehaald. En de producten desnoods ook, waardoor per productgroep een keuzeaanbod van duizenden mogelijkheden ontstaat. Het vergt volgens Riedl een voor sommigen moeilijke omslag in denken bij het maken van keuzes. „In een maatschappij waarin steeds meer keus is, zul je steeds vaker moeten accepteren dat de optimale keuze vaak niet haalbaar is. Omdat je in de zoektocht daarnaar zoveel tijd kwijt bent, dat je nooit een keuze maakt. Bepaal dus wat je ongeveer wilt hebben. Kom je dan vervolgens ergens en zie je iets dat enigszins goed lijkt, durf dan op dat punt gewoon te zeggen oke, dit is het. Natuurlijk, nieuwe informatie kan er later toe leiden dat je spijt krijgt. Bedenk dan dat extra informatie het wellicht alleen maar moeilijker had gemaakt om de optimale keuze te maken.”

foto Peter Schols