

Autoriteit
Consument & Markt



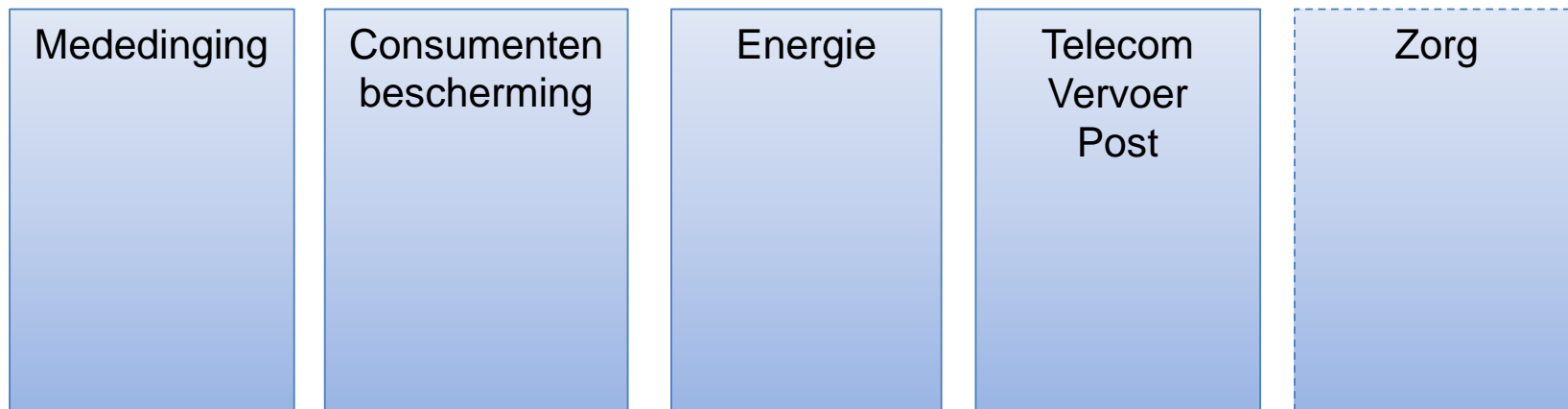
Gedragsinzichten bij ACM

Annemieke Tuinstra

Kennis voor gedragsbewust beleid, 23 juni 2016

ACM in het kort

- 2013: Autoriteit Consument en Markt (NMa + Opta + CA)
- “Europe’s most innovative and interesting enforcer” (GCR)
 - Probleemoplossend toezicht
 - Gedragsinzichten en effectmeting hoog op de agenda



Organisatie gedragskennis

- Kennisnetwerk Gedragsbeïnvloeding
- Medewerkers met gedragswetenschappelijke achtergrond:
 - sociale psychologie
 - criminologie
 - gedragseconomie
 - experimentele economie
- EZ Gedragsnetwerk, Markttoezichthoudersberaad

Welk gedrag?

Nalevingsgedrag
bedrijven

Actief, kritisch
consumentengedrag



Voorbeeld: **REMIT**

Doel: Regelmatige rapportage 'near miss' situaties

Aanpak:

- weerstand wegnemen
- gezamenlijk belang benadrukken
- positieve prikkel (relaxter toezicht bij verdachte transacties)

Effect: eerste resultaten positief, effectmeting volgt

Welk gedrag?

Nalevingsgedrag
bedrijven

Actief, kritisch
consumentengedrag

Voorbeeld: **Vinkje uit**

Doel: Geen vooraf aangevinkte opties op reiswebsites, zodat consumenten actief eigen keuze maken.

Aanpak: Gericht op reisaanbieders, voorkomen default bias

Effect: Betere naleving = betere consumentenkeuzes?

Voorbeeld: **'Kies bewust'**

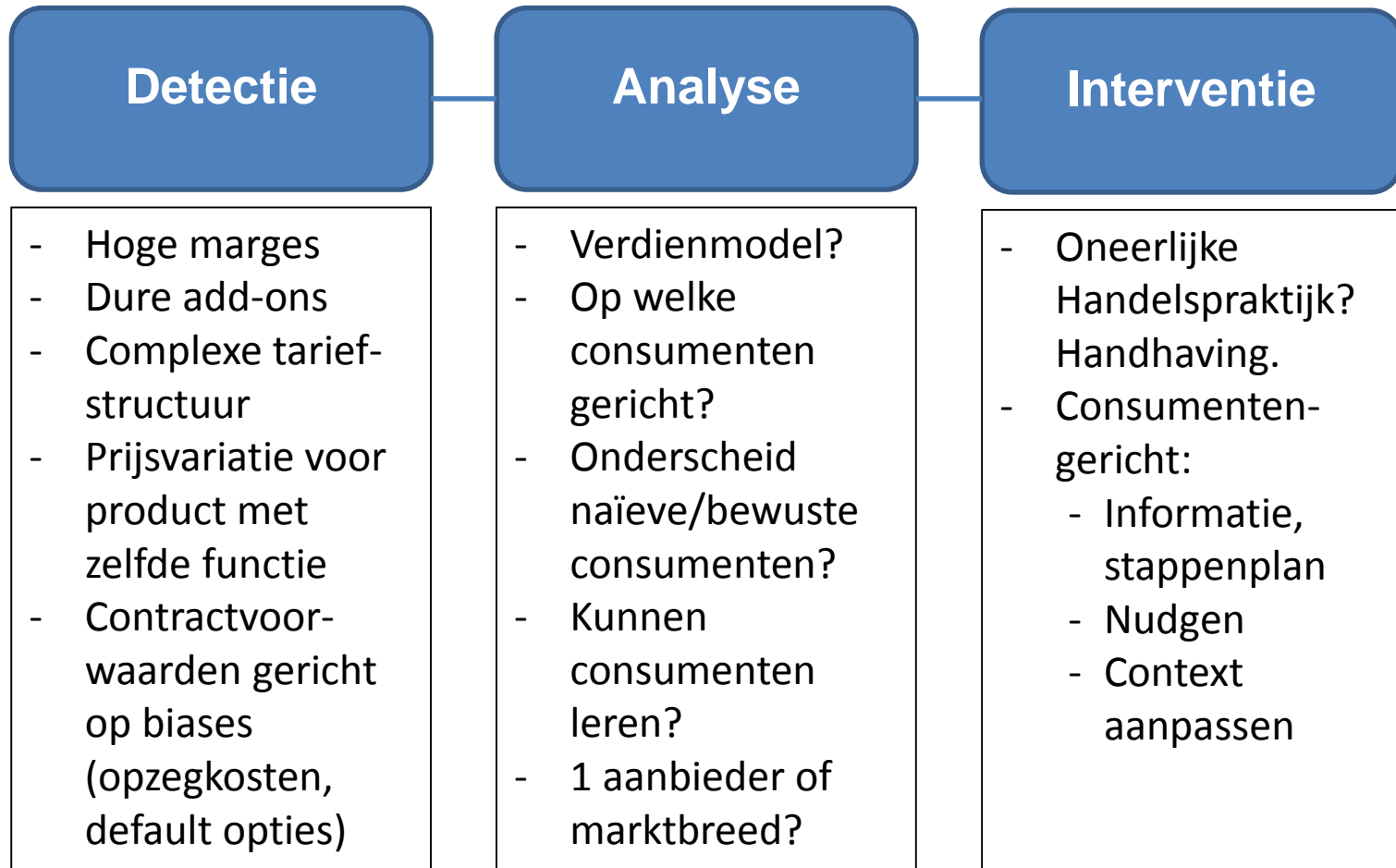
Doel: Zorgverzekerden bewust maken, hulp bij keuzeprocess.

Aanpak: Gericht op consumenten, publieke campagne, aanpak status quo bias

Effect: Geen aantoonbaar effect o.b.v. beschikbare data

Gedragsinzichten in toezichtsstijl ACM

Voorbeeld: misbruik van consumentenbiases door bedrijven

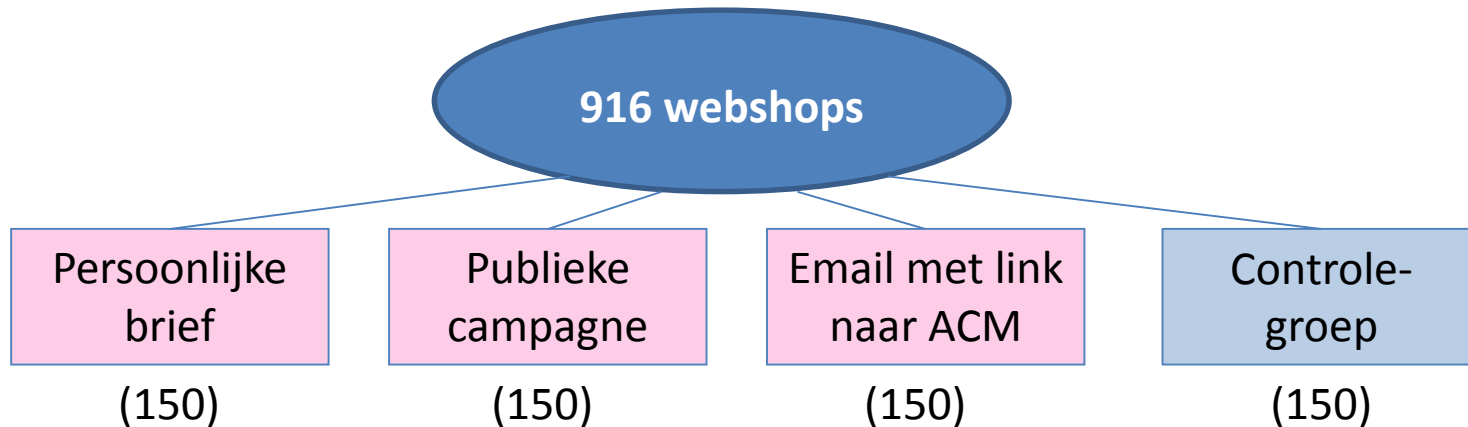


Toezihtsstijl fase 4: Effect

- Effectmeting gaat hand in hand met inzet gedragsinzichten.
- Lerend vermogen en externe verantwoording
- Verschillende methoden, gebruiken hele pallet
- ACM-congres Effectmeting najaar 2016

Voorbeeld: Experiment webshops

Hypothese: informatie = meer naleving



NB: Enige verschil tussen deze 4 groepen is het type interventie!

Conclusie: geen significante effecten vergeleken met controlegroep ☹️

Gedragsaanpak inbedden in organisatie

- Aangepakt als gedragsbeïnvloedingsproject
- Kennisoverdracht (workshops, ACM Academie, Wiki)
- Leidinggevendensessie
- Weetje van de Week
- Sparren + meedraaien in projecten
- TOOL

TOOL screenshot

[Welkom bij ACM Samenwerken](#) ▶ [ACM Breed](#) ▶ [Gedragsbeïnvloeding tool](#) ▶ Onderzoek ▶ [Gedragsanalyse maken](#) ▶

Gedragsanalyse maken

Bij een gedragsanalyse worden de factoren blootgelegd die invloed hebben op het probleemgedrag van je doelgroep. Door stil te staan bij de factoren die het gedrag van de ondertoezichtgestelde of consument beïnvloeden, kan je een effectieve en afgebakende interventie ontwerpen. In de interventie kun je het best inspelen op de factoren die het meest van invloed zijn op het probleemgedrag.

Nadat je een gedragsanalyse hebt gemaakt, kan het zijn dat je doelgroep iets verandert. Dit kan je aanpassen in het eerder ingevulde document 'doelgroep bepalen'.

De gedragsanalyse hoeft je niet helemaal zelf te verzinnen. Het is in sommige situaties lastig om te achterhalen welke factoren er precies spelen. De derde vraag is 'welke factoren dragen bij aan het gedrag'. Om daar achter te komen, kan je eerst wat achtergrond lezen over mogelijke factoren. Dan kun je door data te verzamelen specifiek te onderzoeken welke factoren er bij jouw doelgroep spelen.

Je kunt hiervoor een marktonderzoeksbureau in te schakelen. Je kunt ook zelf aanvullend onderzoek doen. Hoe je dat kan doen en concrete aanknopingspunten voor vragen staan in dit [document](#).

De volgende vragen horen bij de gedragsanalyse:

Omschrijf in een paar zinnen welk (probleem)gedrag de doelgroep vertoont.

Gaat het om onbewust of bewust gedrag (of een combinatie van beide)?

Welke factoren dragen bij aan het gedrag?

Is er nader onderzoek nodig om het gedrag van de doelgroep(en) goed te begrijpen?

Is je doelgroep veranderd naar aanleiding van de gedragsanalyse?

Start de Gedragsanalyse

Wiki screenshot

[Welkom bij ACM Samenwerken](#) ▶ [ACM Breed](#) ▶ [Gedragbeïnvloeding tool](#) ▶ [Gedragbeïnvloeding](#) ▶ [Introductiepagina](#)

Wiki Gedragbeïnvloeding

Welkom op de Wiki Gedragbeïnvloeding. Hier kun je terecht voor informatie over alles wat te maken heeft met Gedrag. Hoe het tot stand komt, hoe je het kunt in de TOOL te ondersteunen of om je honger naar meer informatie te stillen. Je kunt de Wiki op twee manieren navigeren. Je kunt de onderstaande zoekfun

Zoeken op deze site...



Om het geheel overzichtelijk te houden hebben we de wiki onderverdeeld in vier hoofdcategorieën:

[Gedragfactoren](#)

[Interventiecategorieën](#)

[Sociaal-Psychologische Beïnvloedingstechnieken](#)

[Psychologische theorieën](#)

Onder **gedragfactoren** vind je wat we, met name vanuit de psychologische wetenschap, weten over de oorzaken en verklaringen voor gedrag.

De **interventiecategorieën** geven je een inzicht in wat voor soort instrumenten je kunt gebruiken om het gedrag van je doelgroep onder handen te nemen.

De **beïnvloedingstechnieken** zijn de gereedschappen die een invloed hebben op het gedrag van anderen en je in de interventie kunt verwerken.

Psychologische theorieën kunnen je een wat diepergaand beeld geven van waar bepaald gedrag vandaan komt.

Vooruitblik

- Aansluiting blijven houden bij wetenschap
- Gedragskennis blijven inzetten, eigen kennisbasis uitbreiden
- Kennisdelen met collega-toezichthouders en beleidsdepartementen in binnen- en buitenland
- Effectmeting verder ontwikkelen

- *Dank voor uw aandacht* -