



Vlaams
Parlement

ingediend op **380** (2014-2015) – Nr. 2
14 maart 2016 (2015-2016)

Verslag van de hoorzitting

namens de Commissie voor Welzijn, Volksgezondheid en Gezin
uitgebracht door Cindy Franssen en Danielle Godderis-T'Jonck

over de conceptnota voor nieuwe regelgeving

van Freya Saeys

betreffende de introductie van nudging
in Vlaanderen

Samenstelling van de Commissie voor Welzijn, Volksgezondheid en Gezin:

Voorzitter: Bart Van Malderen.

Vaste leden:

Caroline Croo, Danielle Godderis-T'Jonck, Lies Jans, Lorin Parys, Peter Persyn, Tine van der Vloet;
Griet Coppé, Cindy Franssen, Vera Jans, Katrien Schryvers;
Freya Saeys, Martine Taelman;
Freya Van den Bossche, Bart Van Malderen;
Elke Van den Brandt.

Plaatsvervangers:

Björn Anseeuw, Vera Celis, Cathy Coudyser, Koen Daniëls, Ingeborg De Meulemeester,
Manuela Van Werde;
Sonja Claes, Dirk de Kort, Kathleen Helsen, Tinne Rombouts;
Jo De Ro, Emmily Talpe;
Jan Bertels, Ingrid Lieten;
Elisabeth Meuleman.

Toegevoegde leden:

Ortwin Depoortere.

Documenten in het dossier:

380 (2014-2015) – Nr. 1: Conceptnota voor nieuwe regelgeving

INHOUD

I.	Uiteenzetting door Ignaas Devisch, professor Ethiek en (Medische) Filosofie, UGent en Arteveldehogeschool	4
	1. Vooronderstelling	4
	2. Twee stromingen	4
	3. Ethische uitdagingen en risico's	4
	3.1. Moraliseren	4
	3.2. Paternalisme vermijden	5
	3.3. Heteronomie vs. paternalisme	5
II.	Uiteenzetting door Tim Smits, hoofddocent Sociale Wetenschappen, KU Leuven	6
	1. Enkele voorbeelden	6
	2. Enkele werkzame principes	7
	3. Overheid en gedragsbeïnvloeding?	7
III.	Uiteenzetting door Sara Willems, onderzoeksgroep Sociale ongelijkheid in de gezondheidszorg, UGent	7
	1. Randvoorwaarden voor nudging	8
IV.	Vragen van de leden	9
V.	Uiteenzetting door Olaf Moens, senior stafmedewerker Gezondheidsbevordering, VIGeZ.....	14
	1. Nudging = gezondheidsbevordering?	14
	2. Gezondheidsbevordering in Vlaanderen: enkele goede toepassingen	14
	3. Meerwaarde van nudging	15
	4. Randvoorwaarden	15
	5. Ethische vraagstukken: drie assen	16
	6. Expertise gezondheidsbevordering in Vlaanderen	16
VI.	Uiteenzetting door Fran Bambust, communicatiespecialiste en auteur van 'Het 7E-Model'.....	17
VII.	Uiteenzetting door Peter Van Humbeeck, medewerker Universiteit Antwerpen	18
	1. Think big	18
	2. Start small, move fast	20
	3. Mogelijke rol voor het Vlaams Parlement	20
VIII.	Vragen van de leden	20
	Gebruikte afkortingen	25

Op woensdag 17 februari 2016 hield de Commissie voor Welzijn, Volksgezondheid en Gezin een hoorzitting over de conceptnota voor nieuwe regelgeving betreffende de introductie van nudging in Vlaanderen.

De commissie hoorde achtereenvolgens Ignaas Devisch, professor Ethiek en (Medische) Filosofie, UGent en Arteveldehogeschool, Tim Smits, hoofddocent Sociale Wetenschappen, KU Leuven, Sara Willems, onderzoeksgroep Sociale ongelijkheid in de gezondheidszorg, UGent, Olaf Moens, senior stafmedewerker Gezondheidsbevordering, VIGeZ, Fran Bambust, communicatiespecialiste en auteur van 'Het 7E-Model', en Peter Van Humbeeck, medewerker Universiteit Antwerpen.

1. Uiteenzetting door Ignaas Devisch, professor Ethiek en (Medische) Filosofie, UGent en Arteveldehogeschool

1. Vooronderstelling

De vooronderstelling van nudging is dat niemand autonome keuzes maakt over levensstijl, voeding of leven in het algemeen, aldus Ignaas Devisch. De mens mag dan een rationeel wezen zijn, zijn keuzeautonomie wordt onder meer beïnvloed door advertenties of door overheidsboodschappen. Nudging kan toegespitst zijn op het sturen van individuele keuzes. Tegelijk rijst de vraag hoe de omgeving dient te veranderen in enkele nudges die zich beperken tot het versterken van bepaalde individuele keuzes. Al te eng opgevat dreigt de brede context aan de aandacht te ontsnappen.

2. Twee stromingen

Nudging bevindt zich tussen twee stromingen. Enerzijds het liberalisme, dat het beste uit de mens denkt te halen door hem zoveel mogelijk vrijheid, dus zoveel mogelijk keuzes, te geven. Hoe meer keuzes, hoe meer kans dat het met het individu en bij uitbreiding de samenleving goed komt. Het paternalisme is er dan weer van overtuigd dat mensen niet spontaan tot de juiste keuzes komen. Anderen moeten hen helpen of de keuze voor hen maken.

Nudging wil mensen zonder dwang of beperking stimuleren om juiste keuzes te maken, bijvoorbeeld voor een gezonde leefstijl. Niet beperken maar steunen, lijkt de ideale wereld, maar waakzaamheid is nodig om niet in paternalisme te vervallen.

3. Ethische uitdagingen en risico's

Er zijn ethische kwesties waar het beleid zich bij nudging voor moet hoeden. Vooreerst is er het risico dat het gedrag van mensen wordt gemoraliseerd. Mensen kunnen in de richting van een gezonde levensstijl gestuurd worden, maar hoe reageren overheid en samenleving op mensen die de aansturing niet volgen. Schuldinductie omdat ze niet in volle vrijheid de keuzes hebben gemaakt die ze verwacht werden te maken? In ethiek speelt daarnaast het hellende vlak: namelijk een actie veroorzaakt een reeks andere, soms ongewenste gebeurtenissen, in het geval van nudging kan dat paternalisme zijn. Tot slot komt het erop aan misverstanden tussen heteronomie en paternalisme te vermijden.

3.1. Moraliseren

Bij moraliseren bestaat het risico dat er een te eenzijdige nadruk gelegd wordt op de verantwoordelijkheid van het individu. Nudging probeert de omgeving herin te richten. Moet men zich beperken tot de keuzes aan het einde van de voedsel-consumptieketting of kunnen bij de bron afspraken worden gemaakt, bijvoorbeeld over gezonde ingrediënten? Daardoor moeten er op het einde van de rit minder correcties gebeuren, wat niet betekent dat nudging overbodig wordt. Het lijkt

vreemd als de overheid het in het begin laat mislopen en dan op het einde wil corrigeren. Nudging staat niet op zichzelf. Het hoort in een omvattend beleid waarbij de volledige sociale, maatschappelijke en economische context in rekening wordt gebracht.

In de gezondheidssector zal nudging in de eerste plaats de open beschikbaarheid van ongezonde producten aanpakken. Mensen maken echter keuzes om meerdere redenen. Gedrag is danig complex dat het onduidelijk is hoe dat verrekend kan worden. Roken is op korte tijd gemarginaliseerd. Het is duidelijk dat elke sigaret er één te veel is. Voor voeding is dat complexer. Zal iedereen die ongezonde voedingskeuzes maakt ook gemarginaliseerd worden? Zullen ze voortdurend aangesproken worden op hun verkeerde keuzes? De overheid moet zich ernstig bezinnen zodat ze niet vervalt in moralisme.

3.2. Paternalisme vermijden

Volgens het criterium van Thaler en Sunstein is een ingreep niet paternalistisch als de maatregel het welzijn van de persoon, zoals hij dat zelf beoordeelt, ten goede komt. Uiteraard zijn er de sociale druk en maatschappelijke normen. Daarnaast kunnen de zogenaamde keuzearchitecten (die op een of andere manier mee de keuzes aansturen) geneigd zijn de rol van expert in te nemen en welzijn zo te omschrijven dat het de individuele keuze inperkt. De kwestie is wie, naast die architecten, bepaalt welke de juiste keuzes zijn en hoe die te omschrijven?

De spreker citeert Sugden die zich zorgen maakt over de mogelijke normativiteit van het inrichten van de voedselomgeving. Nudging wil mensen steunen in de keuzes die ze zelf rationeel vinden maar niet altijd nemen omdat andere motieven spelen. Consumenten zijn allesbehalve coherent in de keuzes die ze maken. Het komt erop aan te streven naar zoveel mogelijk coherentie in een gezonde levensstijl. De kwestie is echter of de experts en de keuzearchitecten de rol niet overnemen van diegenen die de keuzes maken.

3.3. Heteronomie vs. paternalisme

Ervan uitgaande dat mensen nooit volledig autonoom beslissingen nemen, is het goed heteronomie en paternalisme van elkaar te scheiden. Een mens mag dan autonoom zijn, het is een relationeel wezen, afhankelijk van een bepaalde context. Die afhankelijkheid van anderen, omgeving, opvoeding of onderwijskansen wordt heteronomie genoemd. Heteronomie werkt op basis van wederkerigheid want ook de omgeving is afhankelijk van het individu. Dat limiteert de autonomie van het individu. Sociale determinanten bepalen mee de keuzes. Zo denken mensen vaak vrij te zijn in hun keuze maar uiteindelijk blijken die keuzes goed overeen te komen met de sociale klasse waartoe ze behoren.

De vrees is dat als mensen gepusht worden in de richting van meer rationele autonome keuzes, er te weinig met die heteronomie rekening zal worden gehouden. Als mensen niet de verwachte autonome keuzes maken, kan het dat de rol van de keuzearchitecten groter wordt, richting paternalisme, of zelfs dat er andere gedragsturende maatregelen genomen worden, bijvoorbeeld de faciliteiten beperken voor wie niet het gewenste gedrag stelt.

II. Uiteenzetting door Tim Smits, hoofddocent Sociale Wetenschappen, KU Leuven

Tim Smits begint met zijn conclusie: het is onmogelijk niet te nudgen. Om die reden kan er maar beter goed genudged worden. Vervolgens legt hij het systeem uit met een prent van een vork met daarnaast het raadseltje: 'Ork, ork, ork, soep eet je met een?' Zowel de prent als het rijmpje maken dat het onbewuste systeem het overneemt en mensen geneigd zijn 'vork' te antwoorden, terwijl het bewuste systeem het juiste antwoord kent maar lui is. Dat is onder andere beschreven door Nobelprijswinnaar Daniel Kahneman in 'Ons feilbare denken'. Het boek bevat interessante achtergrondinformatie over waarom nudging zou werken. Volgens de spreker een betere start dan het boek over nudging van Sunstein en Thaler. Kahneman maakt een onderscheid tussen bewust en onbewust denken. Hij noemt bewust denken 'systeem 2-denken' omdat het op de tweede plaats komt. Mensen doen dat soms, als ze energie en motivatie hebben, maar meestal denken ze onbewust, het zogenaamde 'systeem 1-denken'. Dat is de reden waarom nudging werkt. Nudges zijn zetjes in de rug die je subtiel helpen zonder dat je hard moet nadenken om een bepaalde keuze te maken, eerder dan een andere keuze.

Heath and Heath hebben dat idee uitgewerkt in een minder wetenschappelijk boek dat de interessante metafoor oplevert dat menselijk handelen is als rijden op een olifant. De olifant staat voor het onbewuste systeem met eigen routines. De berijder denkt na en moet moeite doen om de olifant in een andere richting te sturen. De overheid kan het bewuste systeem sturen door regels op te leggen die de rijder moet proberen te volgen of campagnes die de rijder proberen te sensibiliseren. Nudging verleidt de olifant subtiel om andere dingen te doen of legt het pad zo aan dat de olifant in een bepaalde richting geleid wordt. Nudging is de omstandigheden aanpassen of subtiel psychologische trucjes toepassen.

Met nudging wordt ingegrepen op de gedragssomstandigheden, fysiek in de architectuur of communicatief in boodschappen, om de kans te vergroten op een algemeen wenselijke gedragsoptie. Hierbij rijst de vraag wat algemeen wenselijk is. Die ingrepen worden bepaald op basis van inzichten uit enkele wetenschappelijke disciplines.

Nudges moeten volgens Thaler transparant en niet-misleidend zijn. De overheid moet duidelijk maken dat ze nudges gebruikt, maar niet elke nudge uitleggen want dan werken ze niet meer. Mensen moeten een nudge gemakkelijk kunnen negeren zonder beschuldigd te worden. Nudges moeten het welzijn van mensen verbeteren.

1. Enkele voorbeelden

Stappende voeten links en staande voeten rechts op een roltrap geven aan wat de norm is: op een roltrap sta je rechts stil en links wandel je naar boven. Een expliciete en opvallende nudge, die weinig uithaalt. Niemand wordt beboet omdat hij dit negeert.

Het meest voorkomende voorbeeld is het vliegje in het urinoir.

Soms loopt het echter niet als gewenst. Op een brug in Seoul, die bekendstond om de vele zelfdodingen, heeft Samsung Life Insurance spirituele boodschappen geprojecteerd in de hoop suïcide te verhinderen maar met nog meer zelfdodingen tot gevolg.

Een ander minder geslaagd voorbeeld is een Britse campagne in 1972 met als slogan 'Don't have that fifth pint!', waarmee impliciet gezegd wordt dat vier glazen bier prima is. Die laatste voorbeelden staven de uitspraak dat het onmogelijk is niet

te nudgen, want het gebeurt toch, zij het ongewild. Hetzelfde geldt voor snelheidsborden, die een limiet aangeven die dan als norm beschouwd wordt.

2. Enkele werkzame principes

Voorts raakt de spreker de sociale normen aan als gedragsturend element: suggereren wat anderen doen. Hij werkt aan een studie over hoe mensen te stimuleren om tijdens zittend werk geregeld recht te staan. De beste methode blijkt andere mensen te laten rechtstaan. Hoe meer mensen er rechtstaan, hoe meer mensen dat een goed voorbeeld vinden en zich er niet langer voor schamen. In een ander onderzoek heeft hij op de verpakking van ontbijtgranen de kom kleiner gemaakt. Kinderen die uit de oorspronkelijke verpakking eten, eten 30 percent meer. Ook als er een dikker belegde boterham op een verpakking van chocopasta of smeerkaas staat, smeren kinderen veel meer.

3. Overheid en gedragsbeïnvloeding?

Vooralsnog mikt de overheid vooral op het 'systeem 2-denken', het bewuste denken, met campagnes, wetten en regels. Het ironische effect is dat sommige campagnes ongewenst gedrag uitlokken: de promillegrens zorgt ervoor dat wie niet drinkt omdat hij rijdt, te horen krijgt dat hij toch twee alcoholische consumpties mag. Omdat elk ingreep een nudge is, is het beter bewust te nudgen. De overheid kan de slechte nudges reguleren, wat normatiever is. Ze kan ook zelf ingrijpen in de keuzearchitectuur en positieve voorstellen formuleren.

III. Uiteenzetting door Sara Willems, onderzoeksgroep Sociale ongelijkheid in de gezondheidszorg, UGent

Sara Willems zal ingaan op de invloed van nudging op de sociale kloof. De conceptnota ziet nudging als een antwoord op nieuwe uitdagingen: bezuinigingen, betere besteding van middelen en meer evidencebased beleid. De nota waarschuwt voor de nevenwerking van een beleid dat uitgaat van rationaliteit, wilskracht en eigen verantwoordelijkheid. Wat de spreker graag leest, is dat de indieners mensen een duwtje in de goede richting willen geven maar ook hun weerstand willen versterken tegen verleidingen die niet in overeenstemming zijn met bepaalde waarden en doelen. Tegelijk is waakzaamheid geboden. De vraag is welk effect nudging heeft op de sociale kloof in de gezondheid. Kan nudging ervoor zorgen dat ook het gedrag van de meest kwetsbare groepen in de goede richting geduwd wordt?

Bij de vrouwen die de laatste drie jaar een uitstrijkje lieten nemen, is er een duidelijke sociale gradiënt. Ongeveer 75 percent van de hoger opgeleiden laat zich screenen (een groot aandeel daarvan zelfs te veel) terwijl lager opgeleiden zich veel te weinig laten screenen. Kan de achterliggende gedragscomponent beïnvloed worden door nudging?

Ook het aantal jongeren met een problematisch lichaamsgewicht is hoger in de lagere sociale klassen. Kan nudging gedrag in de goede richting sturen, maar ook ervoor zorgen dat de invloed van klasse geneutraliseerd wordt? Of bestaat het risico dat nudging die sociale kloof zal vergroten?

De spreker vond wereldwijd slechts ongeveer negentien wetenschappelijke artikelen over nudging en sociale klasse, en ook in die artikelen wordt de vraag hoe nudging de sociale kloof beïnvloedt, amper beantwoord. Slechts drie zeggen er iets over. Een studie in de Verenigde Staten heeft aangetoond dat als hulpverleners opgeleid om borstvoeding te stimuleren, nudging gebruiken het aantal vrouwen dat borstvoeding geeft in de lagere sociale klassen stijgt. Al denken de auteurs dat vooral de opleiding over borstvoeding dat bewerkstelligde.

Een andere paper zegt dat de sociale kloof mogelijk met enkele nudgingtechnieken kan worden aangepakt. De derde studie zegt dat defaults gebruiken, een gangbare techniek in nudging, de sociale kloof kan vergroten. De wetenschappelijke literatuur zegt niet dat nudging de maatschappelijke kloof vergroot maar maant wel tot voorzichtigheid aan.

Daarom is het nuttig naar nudging te kijken vanuit mechanismen die sociale ongelijkheid in gezondheid verklaren. Mensen stellen het gedrag dat logisch is in de context waarin ze zich bevinden, wat niet altijd betekent dat het rationeel is. Dat geldt voor mensen op de onderste sporten van de sociale ladder, voor hen die te veel roken, minder gezond eten of zich minder laten screenen. Dergelijk gedrag wordt vaak als irrationeel omschreven. Voor velen is roken, minder gezond eten en zich niet laten screenen een logisch gedrag, gezien hun context.

Gezondheid is niet voor iedereen het hoogste goed. Voor velen zijn veiligheid, overleven, kopen of zorgen voor de kinderen belangrijker. Bij lagere klassen zijn basale behoeften niet vervuld zodat ze de luxe niet hebben om gezondheid op de eerste plaats te zetten. Het laatste uitgangspunt om het effect van nudging te analyseren is dat gezondheid door meer bepaald wordt dan het individuele gedrag.

De spreker werkt deze uitgangspunten uit aan de hand van een casus. Sandra is zestien jaar, heeft een BMI van achtentwintig en rookt tien sigaretten per dag. Van de CLB-arts krijgt ze steeds te horen dat ze moet afvallen en stoppen met roken, maar bij haar laatste controle was haar gewicht alweer toegenomen. De onderzoekers interviewden Sandra en kregen te horen dat haar ouders gescheiden zijn en dat ze bij haar moeder woont. Die werkt als nachtpoetshulp waardoor Sandra vaak alleen instaat voor haar broer van acht en zus van elf met een autismespectrumstoornis. Sandra wil aan haar broer en zus geven wat ze zelf niet had: elke dag een warme maaltijd en liefde. Het gezin heeft een minimaal elektriciteitsdebiet, waardoor ze moet kiezen tussen twee kookplaatjes of de microgolfoven. Er is geen geld om een voorraad eten aan te leggen, maar er is altijd pasta in huis. Een pot saus warmen kan in de microgolfoven. Zoals alle kinderen die van school komen, zijn broer en zus dan hongerig en zeurderig. Sandra moet ervoor zorgen dat huiswerk gemaakt wordt, maar ook dat ze eten op tafel krijgt. Chips en televisie helpen haar daarbij. Ze zijn goed en goedkoop. Sigaretten helpen haar tegen de honger en tegen gewichtstoename. De arts geeft haar een tegenstrijdige boodschap als hij zegt dat ze moet vermageren en stoppen met roken. Als de kinderen in bed liggen, is Sandra uitgeblust. Ze heeft ook ernstige slaapproblemen. Ze zoekt en vindt troost bij een volle maag. Ze heeft trouwens nooit anders gezien. Sandra is maar een van de groep jongeren met lage welvaart en een hoge BMI. Sandra stelt logisch gedrag door elke dag pasta op tafel te zetten en door te roken, hoewel het allicht niet rationeel is.

Het tweede uitgangspunt is dat gezondheid door meer dan het individuele gedrag bepaald wordt. Sandra groeit op in omstandigheden waar gezond leven niet evident is. Nudging probeert meestal enkel het individuele gedrag te beïnvloeden terwijl de context van grotere invloed is. Ze leert geen gezonde kookwijzen, noch gezonde copingstrategieën. Haar sociale netwerk zet haar aan tot ongezond gedrag. De fysieke omstandigheden zijn zo dat ongezond gedrag logischer is.

1. Randvoorwaarden voor nudging

Volgens de conceptnota moet bij nudging de burger steeds kunnen kiezen voor andere dan de standaardoptie van de overheid. Vooral voor mensen op de lagere sporten is van belang wat de gevolgen zijn als zij voor dat alternatief gaan, bijvoorbeeld ongezond eten. Zullen zij dan bepaalde rechten verliezen? Als mensen het gevoel hebben dat ze niet mee kunnen met de gemiddelde keuze, krijgen ze vaak het gevoel gediscrimineerd te worden. Ze ontwikkelen een gevoel van minder-

waardigheid. Omdat ze er niet in slagen de norm te halen, laten ze die mogelijk volledig los. Omdat ze er niet in slaagt haar broer en zus een gezonde keuze voor te zetten, krijgt Sandra nog meer het gevoel dat ze niet voldoet aan de norm en faalt. En dan moet ze ook 's avonds het ongezonde eten laten, wat haar troost. Nudging houdt een risico in op een toename van gezondheidsverschillen. Er is een duidelijke samenhang tussen slaapstoornissen en sociale klasse. Als die mensen het gevoel krijgen niet aan de norm te kunnen voldoen, bestaat het gevaar dat het aandeel van depressie, slaap- en angststoornissen in die groep nog groter wordt.

De conceptnota zegt ook dat nudges ingezet moeten worden in het belang van de burger. Dat lijkt logisch, maar wie is de burger. Hoe wordt zijn belang bepaald? Is er geen risico op eenheidsworst? De wetenschappelijke literatuur waarschuwt voor een algemene norm voor de algemene populatie. Is het niet beter de norm aan te passen aan de context en de mogelijkheid tot differentiatie in te bouwen? Essentieel is op zijn minst stil te staan bij de sociale differentiatie.

Tot slot staat in de conceptnota dat de nudges wetenschappelijk onderbouwd moeten zijn. Dat klopt, maar ook de context, de mogelijkheden of de draagkracht moeten wetenschappelijk onderzocht worden. Daarnaast moet het effect van nudging absoluut gemonitord worden. Niet alleen op de algemene populatie, maar zeker op kansengroepen. Neveneffecten moeten in kaart worden gebracht.

Sara Willems is voor nudging. Nudging kan ervoor zorgen dat ook sociaal kwetsbare groepen in een gezonde richting geduwd worden. Tegelijk is voorzichtigheid geboden en moet over onbedoelde neveneffecten gewaakt worden.

IV. Vragen van de leden

Danielle Godderis-T'Jonck vraagt de heer Smits of open overheidscommunicatie het effect van nudging zal tegenwerken. Hoe de transparantie anders te waarborgen? Ze pendelt met de trein en ziet 's ochtends heel wat rokende kinderen met een grote zak chips en een cola. Aan mevrouw Willems vraagt ze hoe die groep, allicht zonder veel stimulansen van thuis, aangemoedigd kan worden om gezond te eten.

Freya Saeys vraagt de heer Devisch wat de voorwaarden zijn om nudging aanvaardbaar te maken. Kan nudging in elk domein? En verschillen de randvoorwaarden naargelang het domein? Zijn er onderwerpen waarvoor nudging uitgesloten is?

Nudging wordt gebruikt voor alle beïnvloedingstechnieken gebaseerd op nieuwe gedragswetenschappelijke inzichten. Is dat volgens de heer Smits wenselijk? Moet er een nieuwe term gevonden worden? Of moet nudging beter omschreven worden? Kan de overheid over alle maatregelen die gedrag beïnvloeden, transparant zijn? Wat zijn de voorwaarden voor nudging? Hoe ver kan en mag de overheid gaan? In welke domeinen kunnen er betere resultaten met nudging gehaald worden? Hoe kan nudging best ingebed worden in Vlaanderen? Wat zijn valkuilen van buitenlandse ervaringen?

Sociale druk is alom, ook zonder nudging. Ze geeft de voorbeelden van roken, slanke modellen of Dagen Zonder Vlees. De overheid legt roken aan banden, maar wie blijft roken, zal toch behandeld worden bij ziekte. Nudging is geen wondermiddel, eerder een bijkomende ingreep. Het zal zeker niet het armoedeprobleem oplossen, maar kan wel het gedrag sturen omdat het inspeelt op het onbewuste en het automatische systeem. Door nudging zullen bevolkingsonderzoeken ook de zwakke sociale groepen bereiken. Die onbewuste beïnvloeding heeft allicht net meer invloed op die doelgroep. Tot slot wil ze weten hoe de gezondheidsgeletterdheid bij specifieke doelgroepen kan verbeteren. Zijn daarover al experimenten geweest met nudging en wat was het resultaat ervan?

Cindy Franssen vraagt wat te verstaan onder transparantie van nudges. Is onderzocht in welke mate de Vlaamse campagnes bijdragen tot gewenst of leiden tot ongewenst gedrag?

Niet alles wat traditioneel is, is noodzakelijk slecht. Nudging is niet zaligmakend, soms is een verbod gewoon beter. Het klopt dat de overheid oog moet hebben voor gezonde voeding van bij de producent. Ook gezondheidsgeletterdheid is sociaal bepaald. Zo werd in de Senaat ooit geopperd op babyproducten te vermelden of er bisfenol A in zit, maar wie het product niet kent, wordt daar niet door afgeschrikt. Dan is een verbod beter dan nudging.

Ook de deelname aan gezondheidsonderzoeken is sociaal bepaald. Volgens ervaringsdeskundigen is het niet zo dat mensen in armoede niet weten dat een mammografie gratis is. Ze willen niet weten dat ze kanker hebben omdat ze de dure behandeling niet kunnen betalen. Het is niet alleen een kwestie van kennis, maar ook een kwestie van luxe en tijd om de gezonde keuze te maken. Zo hebben mensen die voor een chronisch ziek persoon zorgen, ook uit de hogere klassen, niet altijd tijd om voor zichzelf de juiste keuzes te maken. Er zijn met andere woorden grenzen aan nudging.

De overheid begeeft zich op dat vlak vaak op glad ijs. Wie bepaalt wat maatschappelijk relevant is? Wie bepaalt wat in het belang is van de burger? De overheid kan dan wel de burger gezonder en milieubewuster willen maken, maar is ook vaak de speelbal van de bedrijven. Welke producten dan te nudgen? Waar liggen de grenzen van gedragsbeïnvloeding door de overheid? Nudging houdt ook het gevaar in dat de verzorgingsstaat voorwaardelijk wordt. Heeft iemand nog recht op een verzekering als hij bijvoorbeeld door te skiën het risico loopt een been te breken? Ze vraagt ook aandacht voor de sociale gradiënt.

Overheden kunnen op verschillende wijzen gedrag sturen. De kwestie is hoe het beeld van de overheid wijzigt als ze haar toevlucht zoekt tot nudging. Zorgt dat voor meer of net minder vertrouwen in de overheid? Het risico bestaat dat beleidsmakers zich zullen onderwerpen aan inzichten van gedragswetenschappen die de indruk wekken dat ze exacte wetenschappen zijn. Wat valt er te zeggen over het evidencebased karakter van nudging? Is daar onderzoek naar gevoerd?

Bart Van Malderen gaat ervan uit dat de middelen van de overheid voor nudging beperkt zijn en er keuzes nodig zijn. Nudging is daarnaast maar een deel van een beleidsmix. In geval van grote ongelijkheid bevrijdt de wet, dus moeten andere stappen zoals een verbod mogelijk blijven.

Dat de sociale context gedrag bepaalt, hebben alle sprekers benadrukt. Alsook het risico dat er gemoraliseerd wordt of dat het slachtoffer de schuld krijgt. De overheid moet transparant, niet-moraliserend, wetenschappelijk, alsook democratisch optreden, wat netelig is. Voor het verbieden van roken op heel wat plaatsen is er een groot maatschappelijk draagvlak, voor alcohol is dat er veel minder. Dat is cultureel en tijdsgebonden. Een referendum zou heel andere conclusies opleveren dan de wetenschappelijke evidentie. Bestaat er een instrument voor de overheid om te bepalen waar nudging toe te passen?

Een andere kwestie is hoe lang nudging toegepast wordt. Als het beleid afgestemd wordt op modes en rages, zal het vaak wijzigen. De laatste kwestie is hoe een en ander te coördineren. Iedereen promoot sport als onderdeel van een gezonde levensstijl. Als sport echter arbeidsongeschiktheid met zich meebrengt, twijfelen sommigen eraan of de sociale zekerheid daarvoor moet opdraaien. Ook of verstokte rokers en zwaarlijvige mensen vanaf een bepaalde leeftijd nog wel recht hebben op een operatie, zeker betaald door de sociale zekerheid, wordt soms betwist.

Als nudging gericht zou worden op vierdewereldproblemen, is de potentiële gezondheidswinst allicht het grootst. De wetenschappelijke literatuur zegt daar niet veel over, wat de stelling bewijst dat nudging vooral voor eerstewereldproblemen wordt toegepast. Is het niet nodig daar proefprojecten voor te organiseren om kennis te verwerven? Wat is volgens mevrouw Willems een goed thema om daar op relatief korte termijn mee aan de slag te gaan?

Jan Bertels vindt dat de overheid transparantie moet creëren, ook over de nudging-technieken die door de industrie worden gebruikt. Hoe die transparantie best te creëren? Als de overheid nudging toepast, moet ze vooral het doel duidelijk communiceren. Overheidsnudging vertrekt altijd uit een waardenpatroon. Wie legt dat vast en wie bepaalt de grootste gemeenschappelijke deler? En is dat dan wel het correcte waardenpatroon? Vroeg of laat vervalt de overheid in paternalisme of zal ze ongewenst gedrag bestraffen. Dat doet ze trouwens ook al met haar wetten.

Iedereen pleit voor een integraal beleid dat rekening houdt met de omgeving en met de sociale differentiatie. Is het dan mogelijk om nudging toe te passen, want dat richt zich immers altijd maar op een deel van dat integrale beleid? Zal er dan niet altijd van nudgingonderwerp gewisseld moeten worden, bijvoorbeeld omdat een inzicht voorbijgestreefd is of niet meer onder het waardepatroon valt? Kan nudging zich richten tot een individu of enkel tot een groep, die niet noodzakelijk precies kan worden omschreven? Provocerend vraagt hij of nudging weliswaar gepresenteerd wordt als een nieuwe techniek, terwijl het al algemeen toegepast wordt.

Sara Willems vindt dat nudging gezien moet worden als een instrument in een bredere aanpak van de sociale kloof. Wezenlijk is dat de overheid zich bewust is dat ze permanent nudget, in alle domeinen en in alle campagnes. Nudging en de sociale druk die het meebrengt, is geen probleem, ook niet voor lage klassen, wel integendeel want daar valt de meeste winst te boeken. Hoe meer bewuste keuzes uit handen genomen worden en de gezonde keuze de gemakkelijkste is, hoe beter. Gezonde voeding in het midden van de schappen leggen, op trappen pianotoetsen aanbrengen of de kom op de verpakking van ontbijtgranen kleiner maken, beïnvloedt de sociale kloof niet.

Als nudging echter bij dient te dragen tot het verkleinen van de sociale kloof, dient ze aangepast te zijn aan de sociale context, zo niet zal nudging invloed hebben op de hele populatie. De impact ervan zal klassiek groter zijn op de hogere sociale klasse. Elk gezondheidsingrijpen zoals borstkankerscreening, heeft een impact op de volledige bevolking, maar meer op de hogere sociale klasse waardoor de gradiënt vergroot. De overheid moet niet alleen het algemene effect maar ook het effect op die kloof in kaart brengen. Nudging is best sociaal gedifferentieerd, aansluitend bij de context, zodat ze voor lagere sociale klassen nog beter werkt.

Ze verwijst naar een recent project voor gezonde tanden in Gent vanuit de vaststelling dat de gemiddelde interventie wel helpt bij de middenklasse en hoge klasse maar niet bij de lage klasse. Tandartsen willen dat kinderen twee keer per dag hun tanden poetsen, maar voor kansengroepen is dat niet haalbaar waardoor ze helemaal niet poetsen. Daarom is de prent op de affiche aangepast. Nog altijd is de slogan 'Poets twee keer per dag', maar op de prent staat een gezin dat 's avonds samen in de badkamer de tanden poetst. Kansengroepen krijgen zo de boodschap dat als ze hun tanden één keer per dag poetsen – en dan bij voorkeur 's avonds – ze het goed doen. Omdat ze dat haalbaar vinden, is het effect bij hen groter. Het komt erop aan bij elke campagne na te denken hoe aan te sluiten bij de realiteit van de bevolkingsgroep.

Zij ziet geen domein waar nudging tot onmiddellijke winst kan leiden. Het kan een effect ressorteren in mobilisatie voor bevolkingsonderzoeken, maar de winst

is daar niet het grootst. Vrouwen laten zich niet screenen om andere redenen dan dat ze niet weten dat het onderzoek gratis is. Vaak willen ze zich niet laten onderzoeken omdat ze een negatieve uitslag er niet bij kunnen nemen. Dat valt niet op te lossen met nudging. De grootste winst valt te boeken in domeinen waar automatisch gedrag het meeste voorkomt zoals voeding en roken.

Om gezondheidsgeletterdheid te bevorderen, is nudging ook nuttig. Enkele van het beperkte aantal wetenschappelijke artikelen gaan daar net over. Wellicht is een meetbare proefproject gericht op het bevorderen van de gezondheidsgeletterdheid haalbaar.

Een van de belangrijkste lessen die ze als beginnende professional leerde van een ervaren sociaal werker is dat er altijd een kleinere stap is. Grote doelstellingen zijn voor mensen uit lagere sociale klassen vaak niet haalbaar, waardoor ze de neiging hebben helemaal af te haken. Het komt er dan op aan een minder ambitieus doel te stellen. Nudging is daar een goed instrument voor. Hen twee uur per week intens laten sporten is niet haalbaar, hen de trap laten nemen in plaats van de roltrap wel.

Nudging kan nut hebben, ook voor het dichten van de sociale kloof, maar acties moeten goed worden gemonitord.

Ignas Devisch beaamt dat de rol van de overheid en de manier waarop informatie gegeven wordt moeilijke kwesties zijn. Bepaalde campagnes hebben immers onbedoelde uitlokkende effecten. De vzw De Maakbare Mens heeft campagnes voor spermadonatie in het buitenland onder de loep genomen en enkele foute voorbeelden gezien. Zo is mannen op hun viriliteit aanspreken niet de manier om de juiste kandidaten te krijgen. Jon Elster bespreekt in 'Local Justice' hoe wetgeving tot stand komt en hoe de burger er vervolgens alles aan doet om wetgeving te omzeilen. Als mensen met een vingerkootje minder geen legerdienst hoeven te doen, zullen er altijd zijn die hun vingerkootje om die reden afsnijden.

Randvoorwaarden voor nudging zijn dat het nooit een conditie mag zijn om iets anders te verkrijgen. De zogenaamde conditionele solidariteit, iets doen om iets te kunnen krijgen, maakt ook de spreker bezorgd. Niet alleen werkt de overheid zo aan de ideale burger, die dan uit specifieke sociale klassen komt, maar bovendien hebben dergelijke normen de neiging op te schuiven als bepaalde groepen ze halen, waardoor de gezondheidskloof groter wordt. Een tweede voorwaarde is de opt-outmogelijkheid. Een derde voorwaarde is wetenschappelijk onderbouwing, met het bewustzijn dat die niet voor alle terreinen haalbaar is. Over heel wat aspecten is er immers geen wetenschappelijke consensus, bijvoorbeeld over het aantal glazen wijn per week. Meestal is duidelijk wat zeer slecht is, maar het is moeilijker te bepalen wat goed is, zeker omdat het vaak gaat over (geconsumeerde) hoeveelheid. Voorts dient er gestreefd naar een duurzaam effect. Hoe meer de industriële partners mee zijn, daartoe eventueel met nudging aangezet zijn, hoe groter de kans op een breder draagvlak.

Het belang van een democratisch draagvlak toont de spreker aan met het voorbeeld van de voedseltaks. In Denemarken is die snel afgevoerd omdat de maatregel niet goed voorbereid was, complex bleek en geen enkele partij hem wou promoten. In Finland is de taks grondig voorbereid en wetenschappelijk onderbouwd maar vooral was er een democratisch draagvlak en politieke consensus waardoor duidelijk was dat elke partij dat beleid zou voortzetten, ook na de verkiezingen. Een draagvlak wordt van bij de voorbereiding gecreëerd door sensibilisering, informatie en goede keuzes.

Hoe meer in de private sfeer of hoe dichter aanleunend bij de kernwaarden van individuen, culturele tradities, religieuze overtuigingen, hoe lastiger nudging wordt. Vooral op terreinen waar al veel nudges zijn, waar de beïnvloeding sterk is en waar

gedrag gesteld wordt vanuit automatismen, is het potentieel om die keuzes bij te sturen met nudging groot. Op terreinen waar er minder beïnvloeding is, is de barrière groter om gedwongen te worden in een bepaald keuzepatroon.

Tim Smits zegt dat gedragswetenschappen exacte wetenschappen zijn, maar zoals alle exacte wetenschappen ook een kansberekening. Omdat gedragswetenschappen over mensen gaan, die wispelturiger zijn, is de foutmarge groter.

De grootste valkuil van nudging is dat er nudges gebruikt worden die voorheen de hemel werden ingeprezen maar niet repliceerbaar zijn of niet werken. Wetenschappelijke input kan dat verhinderen. Er zijn goede statistische methoden om een nudgingtraject te determineren. Eens een nudging gestart kan het effect na een vooraf bepaalde periode op basis van vooraf bepaalde criteria in kaart gebracht worden. Als dat effect groter is dan een bepaald niveau, kan met zekerheid gezegd worden dat de nudging effectief is. Ook negatieve effecten kunnen zo vermeden worden.

Welzijn is een domein bij uitstek voor nudging, maar er zijn er nog veel meer. Hij is het er niet mee eens dat de overheid maar beperkte middelen heeft om te nudgen. Hij denkt dat de overheid bij elke actie een zekere intentie heeft. In elke communicatie leest hij trouwens die intentie. Die intentie kan worden genudged, waardoor het logischer is dat mensen kiezen voor het gedrag dat overeenstemt met de intentie. Als de overheid vindt dat drinken en rijden niet samengaan, moet ze niet halfslachtig nudgen en zeggen dat twee glazen wel mag. De overheid heeft heel wat mogelijkheden maar een nudgingaanpak zou eigenlijk alle communicatie kunnen optimaliseren.

De overheid kan daarnaast regels opleggen om ervoor te zorgen dat er meer genudged wordt. Ze kan trappen mooier aankleden maar ook regels opleggen dat de trap in gebouwen prominenter aanwezig moet zijn dan de lift. Er zijn tal van overheidsgebouwen waar het zoeken is naar de trappen.

Tim Smits getuigt over een doctoraatsstudie die hij mee begeleidde over de rol van de apotheker in een therapie met antidepressiva. Doorgaans schrijft een arts pillen voor, zelfs voor zes maanden in één keer. In een doctoraatsstudie werd bestudeerd wat het gevolg was als de apotheker een bemiddelende rol kreeg met training in optimale communicatie (lees: nudging). Kunnen daar morele bezwaren tegen zijn? Niemand is verplicht medicatie te nemen. In de proef werd niet alleen de therapietrouw groter, de patiënt behield ook een goede relatie met de apotheker, waardoor hij het zelfs durfde te zeggen als hij de therapie opgaf. Zo kreeg de apotheker een kans om de therapie te versterken. Dergelijke nudges die focussen op individueel gedrag kunnen belangrijk zijn om sociale ongelijkheid tegen te gaan. Op gedrag focussen, betekent dat wie het gedrag veel stelt of net niet veel stelt, gestimuleerd wordt. Dat is soms effectiever dan groepen te stigmatiseren door er een campagne op te enten.

De landen waar het meest genudged wordt, zijn niet meteen de landen die een reputatie van paternalisme hebben: namelijk het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten. Zij hebben er openlijk over gecommuniceerd, zij het dan op een hoog en collectief niveau. Er wordt een draagvlak gecreëerd, iedereen kan de rapporten inkijken, en er wordt gecommuniceerd, ook in de pers. Over de enige grote overheidsnudging in België wordt trouwens ook openlijk gecommuniceerd: de belastingdienst schakelt nudging in om de betalingen te bevorderen. Het is eigenlijk niet meer dan een beperkte aanpassing van de herinneringsbrief.

De term nudging zal blijven bij gebrek aan beter alternatief. Als het een overheidskeuze wordt, is het wel zaak te beseffen dat academici die term amper gebruiken.

Het concept is zo breed dat zoeken op de term nudging allicht niet veel oplevert. In Vlaanderen is er heel wat expertise.

V. Uiteenzetting door Olaf Moens, senior stafmedewerker Gezondheidsbevordering, VIGeZ

1. Nudging = gezondheidsbevordering?

Olaf Moens zegt dat de term nudging recent doorbreekt in Volksgezondheid, wat bij VIGeZ de vraag doet rijzen of nudging gelijkstaat aan gezondheidsbevordering. De historische ontwikkeling van beide vertoont wel wat gelijkenissen. Gezondheidsbevordering is gegroeid uit het failliet van de klassieke gezondheidsvoorlichting en -opvoeding. Nudging uit het failliet van het rationele economische denken. Beide leggen de klemtoon op duurzame gedragsverandering en een gezonde leefomgeving. Nudging gebruikt dezelfde baseline als gezondheidsbevordering: van de gezonde keuze de meest evidente keuze maken en van de ongezonde de minder eenvoudige maken. Beide systemen gebruiken gedragswetenschappen als basis voor een multidisciplinaire aanpak.

Beide systemen spelen in op determinanten van gedrag, vaak gezondheidsgerelateerd gedrag. Nudging speelt net zoals gezondheidsbevordering sterk in op (on)mogelijkheden uit de omgeving en op motivatie, maar dan vooral op automatische motivatie, maar is in tegenstelling tot gezondheidsbevordering minder gericht op de competenties bij groepen en individuen en het versterken ervan.

Nudging maakt gebruik van een mix van strategieën die in vergelijking met de mix van strategieën van gezondheidsbevordering meer beperkt is. Nudging zet net zoals gezondheidsbevordering in op omgevingsgericht werken, maar is momenteel vooral gericht op de fysieke omgeving en minder op de sociale omgeving. Het richt zich vooral op sensibilisering op een onbewust niveau en minder op beredeneerde motivaties zoals de voorlichting en educatie van de gezondheidsvoorlichting. Nudging legt de klemtoon op keuzevrijheid, net zoals gezondheidsbevordering en wil in die zin emancipatorisch zijn, maar het werkt niet participatief. Nudging vraagt net zoals gezondheidsbevordering een ondersteunend overheidsbeleid. Specifiek voor gezondheid zet nudging in tegenstelling tot gezondheidsbevordering dan weer niet in op de (re)organisatie van de gezondheidszorg.

2. Gezondheidsbevordering in Vlaanderen: enkele goede toepassingen

De conceptnota geeft hoog op van goede praktijken uit Nederland en is eerder negatief over de werking in Vlaanderen, wat de spreker enigszins nuanceert met enkele cijfers waarin hij voorbeelden uit Nederland vergelijkt met gelijkwaardige Vlaamse voorbeelden. Voor gezonde voeding op school hanteert VIGeZ, samen met de Vlaamse overheid de centrale methodiek Kieskeurig, met onder andere aanbevelingen over de producten, de portiegrootte, de plaats van de automaat en de prijspolitiek. Een indicatie voor de kwaliteit van deze methodiek is de aanwezigheid van automaten op scholen, waarbij er in Vlaanderen beduidend minder secundaire scholen zijn met dranken- en snoepautomaten dan in Nederland.

Door een kwaliteitsvol laagdrempelig aanbod van fruit in scholen en goede afspraken met ouders, is het bereik van de actie Tutti Frutti in Vlaanderen veel groter dan in Nederland: deelname van 50 percent van de basisscholen, tegenover 15 percent in Nederland. Een bijeffect in Vlaanderen is bovendien dat het project het aankoopgedrag van de ouders significant in positieve zin beïnvloedt.

De strategie Gezonde Gemeente met het 10.000 stappendoel werkt ook met nudges, bijvoorbeeld: vloerstickers geven aan waar de trappen zijn of hoeveel calorieën men verbrandt op een parcours. De campagne heeft een breed bereik

en is effectief gebleken. Twee op drie gemeenten herhalen de acties jaarlijks en plaatsen ze in een breder geheel van maatregelen.

Ook de methodiek Rookvrije School met een combinatie van strategieën, ook wettelijke bepalingen, is effectief: terwijl in Vlaanderen twee op drie secundaire scholen rookvrij zijn, zijn dat in Nederland iets meer dan één op drie scholen. Nederland denkt er trouwens aan om de Vlaamse wetgeving met betrekking tot een rookverbod op het schooldomein en de mix van interventies van de methodiek rookvrije school over te nemen.

3. Meerwaarde van nudging

Nudging mag niet beperkt zijn tot wat techniekjes, maar moet passen in een bredere aanpak, bijvoorbeeld gezondheidsbevordering. Een meerwaarde kan zijn dat door de huidige aandacht voor nudging de toepassing van gedragswetenschappen – en dus ook van gezondheidsbevordering – meer ingang vindt buiten het beleidsdomein Volksgezondheid en Welzijn. Met nudging worden daarnaast nieuwe inzichten van de gedragswetenschappen, onder andere uit de neurowetenschappen in praktijk gebracht. Nudging heeft sterke aandacht voor automatische motieven en voor de (subtiele) beïnvloeding door de inrichting van de fysieke omgeving.

Naast een mogelijke meerwaarde van nudging, blijft er ook een aantal vragen. Het is de vraag of nudging voldoende aandacht zal behouden voor de mix van strategieën, die zo belangrijk is voor een duurzame gedragswijziging. Nudging zet sterk in op subtiele boodschappen en de fysieke omgeving maar heeft weinig aandacht voor aanpassingen in de sociale omgeving.

Mogelijks kan de huidige aandacht voor nudging een breekijzer zijn voor enkele randvoorwaarden die vanuit de visie van volksgezondheid thans niet of onvoldoende vervuld zijn.

4. Randvoorwaarden

Als eerste randvoorwaarde waaraan de aandacht voor nudging kan bijdragen, ziet de spreker de verdere uitbouw van het facettenbeleid met betrekking tot gezondheid tussen de beleidsdomeinen en bestuursniveaus. Inspiratie kan hiervoor ook gezocht worden bij het middenveld dat al veel ruimer intersectoraal werkt.

De aandacht voor nudging kan mogelijk ook een integrale aanpak van de preventieve gezondheidszorg met een mix van strategieën verder stimuleren, hetgeen zorgt voor meer effectiviteit. Een settinggerichte aanpak is daarbij de beste optie: doelgericht bepalen in welke leef-, leer- en werkomgevingen van mensen de strategieën en activiteiten ontplooid worden. Een integrale aanpak verhindert een thematische werking niet: de thematische werking rond bijvoorbeeld voeding, beweging, tabak, geestelijke gezondheid enzovoort wordt ingevuld binnen elke setting. Daarbij dient gebruikgemaakt te worden van de referentiekaders en kadermethodieken van die settings. In het domein van de gezondheid zijn dat bijvoorbeeld de Gezonde School en de Gezonde Gemeente, voor onderwijs de eindtermen, voor werk de welzijnswetgeving enzovoort. Om de einddoelgroepen te bereiken, werken Volksgezondheid en Welzijn met de structuren en intermediairs in andere settings. Zo werkt VIGeZ bewust samen met de structuren en intermediairs in andere settings voor de organisatie van de terreinwerking en noemt dat de koekoekstrategie.

De derde randvoorwaarde is aandacht voor kwetsbare groepen in functie van de gezondheidsongelijkheid, vanuit het proportioneel universalisme: universele methodieken als het kan, specifieke als het moet. Initiatieven en methodieken

– ook bij nudging – moeten minstens een even groot effect en bereik hebben bij de kwetsbare groepen.

De verantwoordelijkheid voor een bepaald (gezondheids)doel mag niet enkel liggen op het einde van het productie- of consumptieproces of enkel bij het individu. In het proces van gedragsverandering heeft elke partner zijn eigen verantwoordelijkheid en rol.

Elk beleidsdomein en setting zal hiertoe bijdragen. Hiervoor dient naar win-win-situaties gezocht te worden waarbij zowel gezondheidswinst geboekt wordt, als de specifieke opdrachten van de beleidsdomeinen en settings vooruitgang boeken. Bijvoorbeeld: volksgezondheid heeft het doel de bevolking gezond te maken en gezondheidswinst te boeken. Onderwijs wil jonge mensen onderwijzen en opvoeden tot kritische burgers. Zij kunnen tot gemeenschappelijke doelen komen die ze samen uitdragen.

Ook de profitsector heeft zijn rol in de samenstelling van producten, de juiste informatie op verpakkingen, correcte reclameboodschappen, en een goede inrichting van de distributie. De sociale invloed van de media kwam bij de andere sprekers nog niet aan bod, maar moet hierin zeker meegenomen worden. Niet alleen hebben de media zelf een verantwoordelijkheid, nudging kan ook hen beïnvloeden.

De conceptnota focust op een slim beleid, dat tot besparingen zou leiden. Nochtans is een slim beleid niet automatisch kosteloos. Omgevingsgericht werken op grote schaal, een ingreep in de fysieke omgeving heeft een prijs, die beperkt kan zijn, bijvoorbeeld voor het plaatsen van bloembakken, maar ook duur, bijvoorbeeld het overkappen van een ring. De overheid met haar beperkt budget moet vaak opboksen tegen commerciële initiatieven en bijhorende grote budgetten die nudging ook gebruiken om net de ongezonde keuzes te vergemakkelijken.

5. Ethische vraagstukken: drie assen

De ethische aspecten van nudging evolueren langs drie assen. Vooreerst is er de reikwijdte van de autonomie van het individu die voortdurend door zijn omgeving bespeeld wordt. Daar de context doorslaggevend is voor het gezondheidsgerelateerd gedrag, is er de vraag hoe ver de autonomie van onder meer kwetsbare groepen gaat. Aandacht voor toegankelijkheid en bereikbaarheid voor kwetsbare groepen van het aanbod in de omgeving is nodig.

Een tweede as is de gedeelde verantwoordelijkheid en de verdeelde capaciteit. Hoewel samenwerking met de profit noodzakelijk is, moet belangenvermenging vermeden worden. In Nederland is één van de grootste bewegingsacties voor schoolkinderen opgezet door Coca Cola, wat minder wenselijk is. De voedingsindustrie hoort zich ook niet op te werpen als de kwaliteitsbewaker van gezondheidsprojecten. Elke partner moet zijn verantwoordelijkheid nemen, maar er niet buiten gaan.

De derde as is het spanningsveld tussen de publieke versus de private omgeving. Vaak zijn de einddoelen identiek, namelijk van gezonde keuzes de meest evidente maken, maar de vraag is of de strategieën anders zijn in de private dan in de publieke omgeving. De media penetreren bijvoorbeeld diep in de private omgeving. Kan de overheid ze gebruiken voor nudging of niet?

6. Expertise gezondheidsbevordering in Vlaanderen

Het laatste deel van de conceptnota gaat over expertisebundeling. Voor gezondheidsbevordering is de expertise gestructureerd in het Preventiedecreet van 21 november 2003, dat partnerorganisaties voor gezondheidsbevordering en

ziektepreventie aanstelt. Zo heeft VIGeZ naast een thematische werking ook een algemene aanpak voor leefstijl, gezondheidsbevordering en gezondheidsongelijkheid. Het instituut is tevreden dat bij de meest recente oproep voor partnerorganisaties van einde 2014 voor het eerst algemene gezondheidsbevordering als brede methodologie formeel erkend werd als een apart expertisegebied binnen het preventief gezondheidsbeleid van de Vlaamse overheid.

VI. Uiteenzetting door Fran Bambust, communicatiespecialiste en auteur van 'Het 7E-Model'

Fran Bambust stelde als social marketeer vast dat rond 2009 iedereen het beu leek slechte campagnes te maken. De lectuur van Sunstein, Thaler, Kahneman, Cialdini en nog heel wat anderen leerde dat hun campagnes alles behalve effectief waren. Zij waren trouwens de enige niet, ook Fogg's Behavior Model, The Behavioural Insights Team en Mind Space sloten nauw aan bij wat toen bekend werd als nudging.

In 2009 verscheen ook het eigen Vlaamse 7E-Model, niet vanuit de academische wereld maar vanuit de praktijk. Reclamebureaus, toen was de term 'sociale marketing' nog niet gangbaar, kregen opdrachten om ervoor te zorgen dat mensen niet meer oversteken bij rood, dat mensen hun huizen isoleren, of dat ook allochtone vrouwen deelnemen aan borstkankerscreening. Ministers lossen dergelijke problemen doorgaans op met een sensibiliseringscampagne. Ze geven budget voor reclamespotjes, voor stickers op de bus of voor sexy websites. Al in 2009 wist de sociale marketing dat dergelijke campagnes niet werken en daarom hebben ze het 7E-Model gemaakt: een methodiek of een kapstok om inzichten praktisch in te bedden in een geïntegreerde aanpak.

Het model telt zeven hefbomen, maar behelst meer dan dat. In een eerste fase, de envisionfase, worden de doelstellingen geformuleerd. Omdat elke groep andere kenmerken heeft, wordt in een tweede fase, de explorefase, de doelgroep onderzocht. Daarna worden er hefbomen gezocht. De hefbomen moeten wetenschappelijk onderbouwd zijn, en vormen de nudges. De houding die de overheid aanneemt, is belangrijk. Zo moet ze het goede voorbeeld geven, in gedrag, maar ook in consistent handelen. Voorts speelt de interne, de externe, maar ook de sociale motivatie. Hoewel het in 2009 zijdelings in de term nudging werd begrepen, is er gaandeweg meer en meer aandacht voor het sociale effect. Dat blijkt uit het letterwoord EAST: eenvoudig, aantrekkelijk, sociaal en tijdig, wat betekent dat de triggers op het juiste moment moeten komen.

Soms moet er iets opgelegd worden, de volgende E staat dan ook voor enforce. De volgende fase is de envelopfase. In die fase wordt het plan uitgewerkt en daarbij worden alle belanghebbenden, de beïnvloeders maar ook onder meer de uitvoerders, de beslissers en de medeburgers betrokken. Daarvoor is er ook een systeem want het moet planmatig gebeuren. De laatste fase is de evaluatiefase.

Net zomin als academici gebruiken marketeers het woord nudging, ook omdat ze er al voor 2009 mee bezig waren. Zij hebben het over keuzeoptymalisatie, wat een andere inhoud heeft dan keuzearchitectuur. Keuzeoptymalisatie maakt duidelijk dat de keuzes beïnvloed worden. Bij mensen in kansarmoede bijvoorbeeld moet de druk van de omgeving gecounterd worden waardoor hun keuze geoptimaliseerd wordt. Mensen in kansarmoede worden door de sociale reclamewereld ook wel eens mensen in keuzearmoede genoemd. Zij raadt de lectuur aan van het World Development Report 2015 van The World Bank dat gaat over nudging, 'behavioural insights' en mensen in kansarmoede, met heel wat praktische voorbeelden hoe te nudgen voor mensen in de derde wereld. Ook dat rapport gaat over de technieken die keuzes optimaliseren.

Reclamebureaus kunnen het meeste uit nudging halen als het beleid meewerkt, doorgaans vooral in gemeenten waar samenspraak mogelijk is. Bij grotere, loggere overheden krijgen ze doorgaans alleen de toestemming om communicatie bij te werken nadat beslissingen genomen zijn. Zij geeft het voorbeeld van de kinderopvang die duurder wordt. Sommigen kunnen geld terugkrijgen als ze de juiste formulieren bij de juiste diensten binnenbrengen en enkele maanden geduld oefenen. Nadat over die hele ingewikkelde ketting beslist is, wordt aan communicatiebureaus gevraagd om dat in een begrijpelijk tekst te gieten, terwijl als gedragswetenschappen van bij het begin bij de beslissing betrokken waren, het vast nooit zo ingewikkeld was geworden. Ook dat is nudging.

In sommige gevallen is dat gebeurd, zoals in Sint-Pieters-Leeuw toen de Warme Lijn, een OCMW-dienst die warm eten aan huis brengt bij ouderen en kansarmen, een Koude Lijn werd. In de meeste gemeenten viel het aantal klanten terug tot 70 percent, maar in Sint-Pieters-Leeuw steeg het naar 110 percent. Dat was omdat niet alleen de communicatie anders aangepakt werd, met infomomenten voor klanten en hun sociaal netwerk, ook uitvoerders werden opgeleid en mensen kregen microgolfovens ter beschikking gesteld.

Voorts is door OVAM gevraagd zich te buigen over de GroeneVentscan, een poging festivals groener te maken. De site was zo ontoegankelijk dat er welgeteld vier festivals aan deelnamen. Door het toegankelijker, leuker, aantrekkelijker, eenvoudiger, socialer en tijdig te maken, zijn er ondertussen vijftig deelnemers. In Limburg heeft haar bureau ervoor gezorgd dat de deelname aan kankerscreening gevoelig toenam. Over bevolkingsonderzoeken in het algemeen heeft het bureau een rapport geschreven over het nut van nudges.

Sinds 2014 pleit Fran Bambust voor een nudge-unit, die zal zorgen voor evidence-based optreden, die zowel de communicatiebureaus als de beleidsmakers en -uitvoerders zal ondersteunen en opleiden, en handige gebruiksklare richtlijnen zal uitvaardigen.

VII. Uiteenzetting door Peter Van Humbeeck, medewerker Universiteit Antwerpen

Peter Van Humbeeck weet dat gedragseconomie een snel groeiende discipline is die dankzij de conceptnota op de beleidsagenda komt te staan. Dat is uitermate belangrijk omdat het beleid effectiever en efficiënter kan maken. Hij zal nudging vooral vanuit beleidsmatig en bestuurskundig opzicht benaderen. Die inzichten zijn gebaseerd op een artikel in Samenleving en Politiek dat hij samen met vier anderen schreef en waarin de beleidsrelevantie van gedragseconomie beschreven wordt, alsook enkele vragen en bedenkingen overlopen worden, de stand van zaken in België en andere landen beschreven wordt, maar ook enkele aanbevelingen gedaan worden. Sindsdien hebben de auteurs al diverse contacten gehad met Vlaamse ambtenaren die ermee aan de slag willen, maar ook met Nederland en met het Britse Behavioural Insights Team. De baseline van zijn presentatie is: 'Think big, start small, move fast'.

1. Think big

In de conceptnota staat terecht dat nudging maar het topje van de ijsberg is. Daarmee wordt bedoeld dat er in discussies en voorbeelden vaak veel aandacht is voor nudging, maar dat zich onder de waterspiegel de ruimere betekenis van gedragswetenschappelijke kennis voor het beleid bevindt, met name op vlak van mindset en methode.

Het is een grote misvatting gedragseconomie te beschouwen als een extra instrument van de overheid naast verplichtingen, subsidies, heffingen, communicatie-

campagnes enzovoort. Het is een nieuwe extra dimensie bij het ontwerpen van beleidsmaatregelen: een andere mindset, lens of bril waarmee er naar het beleid en de werkelijkheid gekeken wordt. De gedragseconomie maakt het mogelijk met kennis van gedrag beleid te ontwerpen, meer realistische veronderstellingen te maken hoe mensen zich zullen gedragen, en hoe ze reageren op een wettelijke verplichting of op een communicatiecampagne. De ervaring in andere landen is dat het beleid erdoor efficiënter en effectiever wordt.

Als een subsidie niet aanslaat bijvoorbeeld, heeft het beleid de neiging aan het bedrag te sleutelen, terwijl de gedragseconomie de onderliggende gedragsmechanismen zoekt en daarop inspeelt.

Het gaat niet om nudges op zich, maar wel om hoe gedragswetenschappelijke kennis structureel aan bod te laten komen in de beleidsvoorbereiding, bij het beleidsontwerp, net zoals gebeurt met juridische of budgettaire aspecten.

Het tweede deel van de ijsberg onder water is de methode. Omdat menselijk gedrag zo complex is en de kennis erover nog beperkt, moet er bij het ontwerpen van beleid empirischer tewerk gegaan worden. Het beleid moet vooraf uitgetest worden met zogenaamde 'randomised controlled trials' (gerandomiseerd onderzoek met controlegroepen). Zo heeft de VDAB onlangs twee systemen voor werkzoekenden op kleine schaal getest vooraleer een ervan uit te rollen. Dat uittesten zou meer ingang moeten vinden.

In Vlaanderen groeit de belangstelling voor gedragseconomie en voor nudging. Dat blijkt uit de conceptnota, maar ook uit enkele beleidsnota's. Diverse Vlaamse administraties zijn ermee bezig. Ook ambtenaren van provincies en gemeenten tonen interesse. De ideeën slaan aan maar er is een risico op amateurisme. Inzichten uit de gedragseconomie mogen dan wel duidelijk zijn, maar ze naar de praktijk vertalen, zeker het uitvoeren van testen, is specialistenwerk. Die kennis is niet in grote mate aanwezig bij de overheid. Daarnaast loert inefficiëntie om de hoek, namelijk dat diverse diensten naast elkaar op zoek gaan naar kennis en dingen uitproberen zonder dat de ervaringen met elkaar worden gedeeld. Zonder duidelijk kader dreigt ook implosie. Gedragswetenschappelijke inzichten werpen ook ethische kwesties op. Een fout gebruik kan het hele idee in diskrediet brengen. Daarom is er behoefte aan een instantie die beleidsdomeinen stimuleert, die faciliteert door advies en begeleiding en die organiseert, namelijk het overzicht houdt, dubbel werk vermijdt, ervaringen deelt en lessen trekt, en die ten slotte zorgt voor een kader met wetenschappelijke validatie, transparantie en experimenteerwetgeving.

Er hoeft geen transparantie te zijn over elke nudge, want dan riskeert de werking ervan tenietgedaan te worden, maar wel algemeen. Wat experimenteerwetgeving betreft, wijst hij op een doctoraat aan de UA over onder andere de spanning tussen experimenten en het gelijkheidsbeginsel.

De instantie die moet zorgen voor stimulering, facilitering en organisatie, is in veel landen een Behavioural Insights Team of een nudge-unit. Daarvoor zijn enkele randvoorwaarden heel belangrijk.

De randvoorwaarden zijn door het Britse Behavioural Insights Team samengevat in het letterwoord APPLES. A staat voor 'administrative support', steun en commitment van de overheid tot op het hoogste niveau. De eerste P staat voor 'political support' of steun van het politieke niveau. Met de tweede P wordt 'people' bedoeld: een goeie mix van mensen die weten hoe de overheid functioneert, hoe politieke processen werken, hoe de ambtenarij werkt maar ook mensen die over gedragswetenschappelijke expertise beschikken. De L van 'location' duidt aan dat het belangrijk is waar die cel terechtkomt, zowel fysiek als organisatorisch.

Kernwoorden daarbij zijn netwerking, samenwerking en partnerschappen. Met de E van 'experimentation' wordt bedoeld dat men al doende leert. De S staat voor 'scholarship': het komt erop aan mensen met kennis van gedragswetenschappen te engageren die de kennis verder opbouwen en actueel houden.

2. Start small, move fast

Op de vraag hoe Vlaanderen dit best aanpakt, is het antwoord van landen die al verder gevorderd zijn: 'start small, move fast'. Het advies is pragmatisch tewerk te gaan. Het komt erop aan te starten met weinig complexe, niet controversiële zaken zodat gaandeweg meer ambtelijke en politieke steun kan groeien, en capaciteit, kennis en ervaring kunnen worden opgebouwd. Daarnaast komt het er ook op aan snel te zijn: een sneeuwbaaleffect op gang brengen door samen te werken, expertise halen waar ze te vinden is, netwerken en partnerschappen opzetten met de academische wereld en andere experts, leren van andere landen, zowel op het vlak van de organisatie van de Behavioural Insights Teams als van het lesmateriaal of de lessen uit gedragsexperimenten.

De conceptnota en de hoorzitting zijn een goede aanzet om de koppen bij elkaar te steken. Een minimum op korte termijn is een duidelijk aanspreekpunt, dat kan stimuleren, faciliteren en de zaak organiseren, zonder te veel te betonnen in administratieve structuren en regels. Het mag geen bottleneck worden waar alles moet passeren en het initiatief moet bij de beleidsdomeinen zelf liggen. Het beleid hoort dat te motiveren en te ondersteunen, en zelf EAST te werken: maak het voor beleidsdomeinen en lokale besturen die ermee aan de slag willen gemakkelijk om dat te doen, aantrekkelijk, sociaal in de zin van samen en tijdig in de zin van op het juiste moment met de juiste informatie, begeleiding en adviezen komen.

3. Mogelijke rol voor het Vlaams Parlement

Het Vlaams Parlement dient een drievoudige rol te vervullen. Vooreerst de Vlaamse Regering aanjagen en er zo mee voor zorgen dat het thema wordt opgepikt, bijvoorbeeld met een resolutie. Daarnaast kan het Vlaams Parlement meer aandacht hebben voor gedragswetenschappen en voor empirie bij zijn controlefunctie, in parlementaire vragen of bij besprekingen van ontwerpen van decreet. Het kan erover waken dat bij nudgingtechnieken de maatschappelijke toetsing gebeurt en de transparantie verzekerd is. Een derde rol is een decretaal kader ontwikkelen. Dat gebeurt best zo bescheiden mogelijk. Het decreet bevat best een 'sunset'-clausule zodat het Vlaams Parlement verplicht is na verloop van tijd de zaak te herbekijken.

VIII. Vragen van de leden

Danielle Godderis-T'Jonck weet dat noch de minister van Welzijn, noch die van Onderwijs voor drankautomaten op school zijn, maar ze niet kunnen verbieden. Ze leveren een school tot 10.000 euro per jaar op. In scholen met het MOS-label kunnen leerlingen fruit en water kopen, en krijgen ze folders over gezonde voeding. Daarnaast is het geen grote uitgave voor een werkgever in de private of publieke sector om zijn werknemers een stappenteller cadeau te doen in plaats van een fles wijn.

Cindy Franssen informeert of het zinvol is de huisarts op te leiden om met nudging zijn taak te ondersteunen. Van de heer Van Humbeeck wil ze weten of nudging gebruikt kan worden om roken in de auto te ontraden.

Freya Saeys vraagt mevrouw Bambust hoe ze de opleiding van ambtenaren ziet. Bedoelt ze met evidencebased werking dat er controlegroepen moeten zijn? Bij de heer Van Humbeeck informeert ze of de instantie die zich met nudging bezig zal

houden, zich dient te beperken tot één thema of het volledige Vlaamse beleid kan bestrijken. Nog meer dan een nudge-unit wil hij dat de procesflows bij de beleidsontwikkeling herdacht worden. Ook daar wil ze graag wat meer details van horen.

Bart Van Malderen waarschuwt ervoor dat bij een integrale aanpak de kosten niet noodzakelijk renderen op het investerende beleidsniveau. Zo renderen ingrepen in de openbare ruimte misschien in de sociale zekerheid, wat niet mag verhinderen dat ze gebeuren.

Aan mevrouw Bambust zegt hij dat in deze commissie niet de minister maar de parlementsleden geregeld pleiten voor bewustmakingscampagnes waarop de minister antwoordt dat hij het onderwerp op de agenda van de gezondheidsconferentie zal plaatsen. Hij feliciteert haar voor haar analyse van de kinderopvangbijdragen. Het is belangrijk om te meten wat de impact is op het bereik van de kinderopvang.

Wat is volgens de sprekers het beste voorbeeld in binnen- of buitenland, waar Vlaanderen meteen mee aan de slag zou kunnen?

Fran Bambust antwoordt dat de MOS-scholen geen gevolg zijn van een verbod maar van nudging. Het is een voorbeeld van hoe het de uitvoerders, in dit geval de scholen, gemakkelijk te maken om een gezond voedingsaanbod op school te geven. De overheid zou kunnen overwegen een fruitautomaat ter beschikking te stellen.

Bij de bevolkingsonderzoeken heeft haar bureau een spiekbriefje voor de huisarts ontwikkeld, dat hij kan meegeven met zijn patiënten, bijvoorbeeld in kansarmoede. Zo wordt het hem gemakkelijker gemaakt.

Dat een nudge-unit moet ondersteunen, betekent voor haar dat er advies bij kan worden ingewonnen en liefst op een heel eenvoudige manier. Evidencebased heeft voor haar twee onderdelen. Een ingreep moet gebaseerd zijn op bestaande studiewerk en op ervaringen maar ook uitgetest worden. Dan rijst natuurlijk de vraag of er met de bevolking geëxperimenteerd mag worden. In sommige gevallen, bij kleinere ingrepen, is experimenteren niet nodig. De spreker geeft het voorbeeld van het anders positioneren van matten zodat bezoekers naar de trap in plaats van naar de lift geleid worden. Ook de maaltijddienst in Sint-Pieters-Leeuw werd niet uitgetest. Het is wat de spreker een 'natural experiment' noemt. Dat brengt haar bij het tweede noodzakelijke onderdeel van evidencebased werken: evaluatie.

De uitvoerders moeten op zijn minst EAST leren denken. Opleiden houdt ook in dat ze hun weg kennen naar de nudge-units, die voldoende capaciteit moeten hebben. Daarnaast moeten ze simpele hulpmiddeltjes hebben zoals de spiekbriefjes. De affiche van het 7E-Model hangt al hier en daar aan de muur in Vlaamse agent-schappen. Het boek zelf is ook een inspiratiebron.

Voor *Olaf Moens* is een automaat geen neutraal distributiekanaal. Het is een promotiekanaal voor bepaalde dranken of tussendoortjes. Het is doorgaans aantrekkelijker dan bijvoorbeeld een schoolwinkel. Scholen hebben daar opbrengsten van, vooral van drankenautomaten, hoewel die gelukkig over de jaren afgenomen zijn. VIGeZ, nochtans pleitbezorger voor rookverbod, is niet voor een wettelijk verbod op frisdrankautomaten of frisdranken in scholen. De reden is de al of niet directe gezondheidsschade van het product: één sigaret schaadt maar één blikje frisdrank niet; voor dat laatste product is het gedrag, bijvoorbeeld hiervan regelmatig weinig of veel drinken, doorslaggevend. Scholen worden verleid om automaten te plaatsen en jongeren om ervan gebruik te maken. Daarom is een mix van maatregelen nodig om een alternatief aanbod te geven dat even aantrekkelijk is. Zo bestaan er methodes om water even aantrekkelijk te maken als frisdrank.

Het voortschrijdende inzicht en de veranderende normen in de maatschappij hebben tijd nodig. Waar twintig jaar geleden roken algemeen aanvaard was, is het dat thans niet meer. Nu tekent zich een gelijksoortige (snelle) evolutie af voor suiker en suikerhoudende producten. Meer en meer zijn scholen, ouders en leerlingenraden tegen een aanbod van frisdrank en snoep op school. Voor frisdranken op school pleit VIGeZ niet voor een wettelijk verbod, maar wel voor een uitdoofscenario en verbod op schoolniveau waarvan het initiatief ligt bij de school in samenspraak met leerlingen en ouders. Een draagvlak voor dergelijk verbod op het terrein, vermijdt dat wat verboden wordt meteen een verboden vrucht wordt.

Een stappenteller zou een mooi relatiegeschenk zijn. Er is nog een drempel omdat een goede stappenteller nog duur is. Het is een nudge, een sensibiliseringsmateriaal, maar op een gegeven moment wordt hij overbodig omdat de prikkel geïnternaliseerd is. Zo gaat VIGeZ er ook vanuit dat fruit aanbieden op school op een gegeven moment niet meer nodig zal zijn, maar het de gewoonte zal zijn om bijvoorbeeld het kind dagelijks een stuk fruit naar school mee te geven.

MOS-scholen zijn een mooi voorbeeld van winst op verschillende beleidsdomeinen, hoewel het ook tot conflicten tussen de doelen van die domeinen kan leiden. Zo is het project vanuit milieuzorg voorstander van herbruikbare recipiënten terwijl vanuit gezondheid vanwege laagdrempeligheid en praktische redenen een PET-flesje dat een tiental keren hergebruikt wordt, aanbevolen wordt. OXFAM-automaten zijn goed voor het bewustzijn over de noord-zuidverhoudingen maar bevatten chocolade en kunnen daarom niet als een gezondheidsproject beschouwd worden tenzij het aanbod veranderd wordt. Dat is een van de redenen waarom de spreker pleit voor een gezondheidstoets bij beleidsbeslissingen in de verschillende beleidsdomeinen van de Vlaamse overheid.

Ook de huisarts speelt een rol in de gezondheidsbevordering, maar zeker voor kwetsbare groepen zijn de levensnabije intermediairs belangrijker. Wat mensen als de poetshulp of de gezinshelper zeggen, wordt vaker gevolgd omdat de verhouding gelijk is en deze kortgeschoolde professionals heel diep in het dagelijkse leven, zeer dicht op het vel van mensen komen. Terwijl Volksgezondheid traditioneel zijn (vormings)pijlen richt op langgeschoolde intermediairs zoals leraren, (para)medici enzovoort.

Ingrepen moeten kosteneffectief zijn, ook gezondheidsvoorlichting. De effecten daarvan zijn met de klassieke modellen echter moeilijk te meten. VIGeZ verwacht dat de gezondheidseconomen de juiste modellen aanleveren om dat te evalueren. Daarnaast is het inderdaad de kwestie of zij die investeren in preventieve gezondheidszorg er ook de vruchten van plukken. Zo vloeien relatief weinig opbrengsten van taksen op tabak of alcohol naar preventie. Binnen de huidige staatsstructuur zou het blijkbaar moeilijk zijn die stromen te wijzigen.

Bart Van Malderen zegt dat in dat voorbeeld de kosten en winsten tenminste nog op hetzelfde bevoegdheidsniveau zitten.

Dat het domein Volksgezondheid via het werken met gezondheidsbevordering vertrouwd is met de nudgemechanismen, maakt dat er binnen dit domein minder voor loutere informatiecampagnes gepleit wordt, aldus *Olaf Moens*. Exemplarisch voor de vertrouwdheid van Volksgezondheid met deze mechanismen is het feit dat in de landen die naar het voorbeeld van het Verenigd Koninkrijk recent een Behavioural Insights Team installeerden, dit team ressorteert onder de eerste minister, de ministers van Economie en van Financiën, maar niet onder de minister van Volksgezondheid. Zijn opmerking tijdens een contact met een coördinator van het Behavioural Insights Team, dat hij dat begreep omdat er al preventieve gezondheidszorg en -bevordering is, werd niet in dank afgenomen, maar klopt wel. Naast de gezondheidstoets zouden de andere beleidsdomeinen ook meer

aandacht voor evidencebased werken kunnen hebben, bijvoorbeeld door evaluatie. Hij hoorde tijdens de hoorzitting al heel wat over 'sciencebased evidence', evidence gebaseerd op wetenschappelijk onderzoek, niets over 'practisebased evidence', evidence gebaseerd op praktijkervaring, maar wel over 'valuebased evidence', hier democratisch draagvlak genaamd. Dus naast oog voor kosteneffectiviteit pleit de spreker voor voldoende aandacht voor bewijzen uit de praktijk. In Nederland is er bijvoorbeeld wel ruimte om vanuit de praktijk te evalueren. De spreker merkt op dat sommige evaluaties, bijvoorbeeld 'randomised controlled trials' duur zijn en meestal ook worden betaald door de overheid. Ze zijn daarenboven niet altijd de geschikte evaluatiedesigns voor interventies preventieve gezondheidszorg.

Peter Van Humbeeck weet niet hoe roken in de auto best wordt ontraden, maar weet wel hoe hij de beste oplossing kan vinden. Dat is meteen een antwoord op de vraag over de procesflow. Het komt erop aan niet voor elk probleem dadelijk te beginnen brainstormen maar stap voor stap tewerk te gaan, niet voor elke kleinigheid maar zeker voor de grote problemen. Die stappen zijn universeel, ook het 7E-Model hanteert ze. De eerste stap is een grondige analyse van het probleem en de redenen ervan. Daarna wordt het doel bepaald en worden de alternatieven, de beleidsopties vergeleken, soms met testen, soms op andere manieren. Daarvoor moet een ambtenaar van achter zijn bureau komen en meningen vragen aan anderen, waaronder experts. Eigenlijk is het stappenplan een regulerings-impactanalyse die thans te veel een maatregel aan het einde van de procedure is.

Momenteel wordt er aan een groenboek over advies en overleg gewerkt, over het betrekken van stakeholders bij het beleid, en over meer maatwerk om de goede oplossing te vinden. Voor gezondheidstoetsen of andere toetsen is de spreker niet te vinden omdat die overbodig zijn als het proces goed is. Beleid maken moet veel meer gezien worden als een project waar goed over nagedacht wordt. Dan zijn de toetsen overbodig. Als in de procesflow een link gelegd wordt met gedrag en beleidsmakers een beroep kunnen doen op een Behavioural Insights Team, dan wordt een mooie stap vooruitgezet.

Overall hangt laaghangend fruit: gezondheid, voeding, klimaat, energie, mobiliteit of armoede. Iemand moet de bal aan het rollen brengen, en dat zou een Behavioural Insights Team kunnen zijn. In het Verenigd Koninkrijk is er in 2010 gestart met een heel kleine cel. Thans werken er veertig mensen, en zijn er vestigingen in Londen, Sydney en New York. De cel is verzelfstandigd en verdient geld. Net dat rendement is het bewijs dat er veel laaghangend fruit is.

Olaf Moens ziet in Volksgezondheid twee sectoren die moeilijk bereikbaar zijn: de distributie en de horeca, wat logisch is omdat hun belangen niet altijd stroken met de klassieke gezondheidsaanbevelingen. In het buitenland is met nudging wel een en ander in beweging gebracht: het stimuleren van gezonde voeding door winkelinrichting en het stimuleren van water drinken in uitgaansgelegenheden, door inrichting maar bijvoorbeeld ook door dansmogelijkheden.

Fran Bambust ziet laaghangend fruit niet in een bepaalde sector, maar in kleine ingrepen alsook voor bepaalde groepen. In de explorefase wordt onderzocht waarom bepaalde mensen iets al doen of waarom niet. Soms is het omdat iets te moeilijk is en volstaat het een en ander eenvoudiger maken. Het volgende niveau van laaghangende fruit zijn de mensen die anderen kunnen motiveren een handeling te stellen.

Bart VAN MALDEREN,
voorzitter

Cindy FRANSSEN
Danielle GODDERIS-T'JONCK,
verslaggevers

Gebruikte afkortingen

BMI	body mass index
CLB	centrum voor leerlingenbegeleiding
KU Leuven	Katholieke Universiteit Leuven
MOS	milieuzorg op school
OCMW	Openbaar Centrum voor Maatschappelijk Welzijn
OVAM	Openbare Vlaamse Afvalstoffenmaatschappij
PET	polyethyleentereftalaat
UA	Universiteit Antwerpen
UGent	Universiteit Gent
VDAB	Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling en Beroepsopleiding
VIGeZ	Vlaams Instituut voor Gezondheidspromotie en Ziektepreventie