

Et årti med nudging: Hvad er effekterne?

Mette Trier Damgaard

Adjunkt, Aarhus Universitet

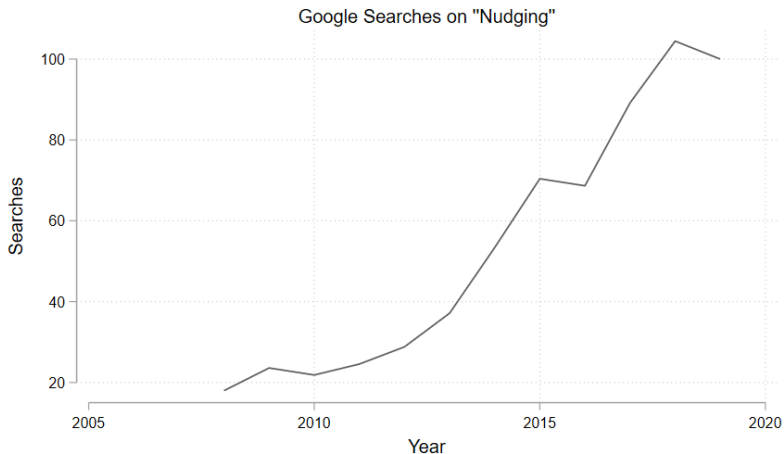
Nationaløkonomisk Forenings årsmøde

10. januar 2020



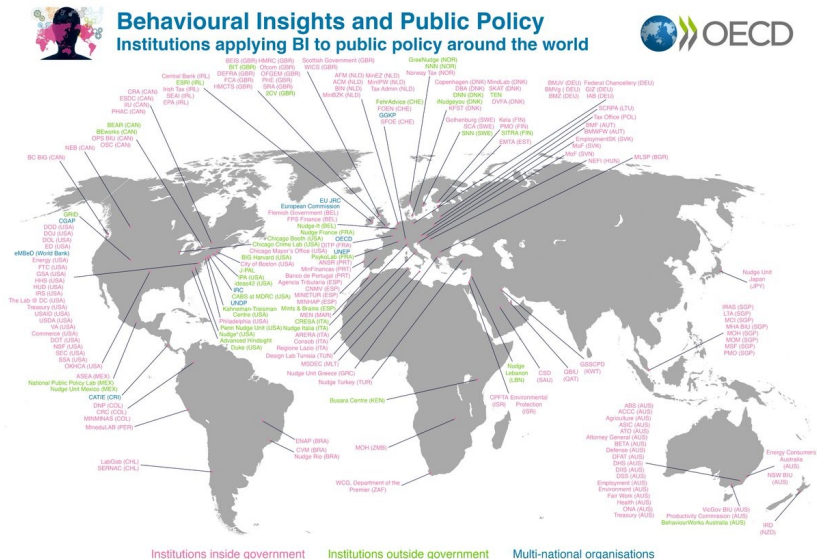
INSTITUT FOR ØKONOMI
AARHUS UNIVERSITET

Nudging voksede i løbet af sidste årti



Source: <https://trends.google.dk/trends>
(2019=Index 100)

Stor geografisk udbredelse (2018)



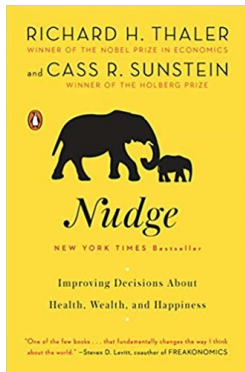
Nudging er en ny tilgang til adfærdspåvirkning

Nudging er ændringer i et beslutningsmiljø som påvirker folks adfærd på en forudsigelig måde uden at begrænse handlemuligheder eller ændre væsentligt ved de økonomiske incitamenter.

THALER & SUNSTEIN (2008)

Fokus på

- **Forudsigelighed:** Rodfæstning i teori
- **Valgfrihed:** Ingen forbud eller krav
- **Lave implementeringsomkostninger:** Ingen tilskud, rabatter, administration af forbud osv.



Forskningsspørgsmål:

Hvad er effekterne af nudging?

Adfærdseffekter, ustilsigtede effekter, velfærdseffekter og heterogene effekter.

Mange eksempler på nudging der virker

Positive primære adfærdseffekter af

- **Ændring af defaults** Deltagelse i pensionsordninger (Maderian & Shea, 2001)
- **Sociale nudges** Energiforbrug (Schultz, 2007)
- **Framing/simplificering** Ansøgning om uddannelsesstøtte (Bettinger et al., 2012)
- **Påmindelser:** Tandlægebesøg (Altmann and Traxler, 2014), skattefradrag (Bhargava and Manoli, 2013), donation til velgørenhed (Huck and Rasul, 2010).

Men de seneste år er dette billede blevet nuanceret....

Manglende primære adfærdseffekter (Damgaard & Gravert, 2017)

- Kan vi nudge folk til at give til velgørenhed ved give en kort deadline?
- Eksperimentelt design:



29057 E-Mails



Donation + 10 DKK



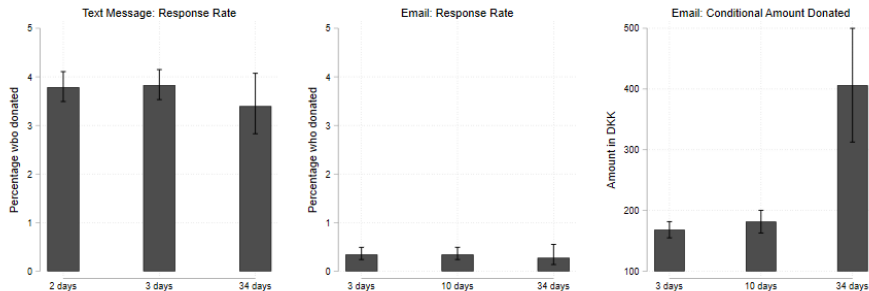
33055 Texts

XXX needs your donation to support the world's poorest. A collaborator will give 5kr to every person that gives to XXX before **DEADLINE**. Give before **DEADLINE** and make an impact. Send GIV25 to XXX to donate 25kr. To unsubscribe: STOP to XXX



Donation + 5 DKK

Manglende primære adfærdseffekter (Damgaard & Gravert, 2017)

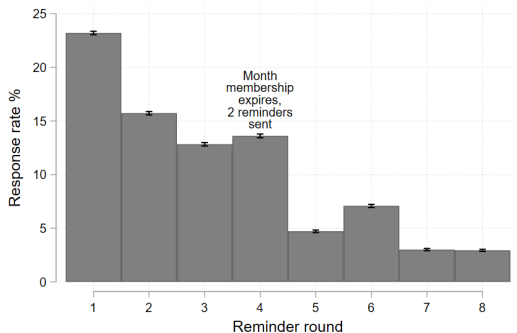


Notes: Reproducerer Figur 1 i Damgaard & Gravert (2017). Gennemsnitlig donationsstørrelse tilføjet.

- Ineffektivt eller måske endda skadeligt nudge
- Lignende resultater for deadlines i Bertrand et al. (2010), for sociale nudges i Beshears et al. (2015) og for påmindelser i Damgaard & Gravert (2018).

Aftagende adfærdseffekter (Damgaard, Gravert & Villalobos, 2018)

- Hjælper det at gentage nudget?
 - Medlemskaber og ekstra gaver for 113.652 personer i perioden 2011-2014 for Smithsonian Institution.
-
- Gentagne påmindelser
 - Aftagende effekt
 - De der fornyr sent, er mindre generøse
 - Og fornyr man sent, giver man mindre gaver næste år



Notes: Tilpasset fra Figur 11.2 i Damgaard, Gravert & Villalobos (2018).

Utsigtede afledte effekter (Damgaard & Gravert, 2018)

- Kan vi nudge folk til at give til velgørenhed vha. påmindelser?
- Eksperimentelt design:



17391 E-mails

Støt inden 7. juni

Kære Knsud

Et af Folkeinstituttets samarbejdspartnere giver 20 kr. for hver person, der donerer inden d. 7. juni.

Udløst inden 08. afsluttet

Lønning kan sammen med alle udløst hos dig bedstefar. Hvis familien er stor, vil det være en løsning, der kan være en fordel, og det kan være med at betale. Det er ikke en mulighed for dig, som du gerne vil have en lille gave til. Derfor går lønning til dig eller mine, som jeg gerne vil have en lille gave til.

1.000 mennesker vil give 10.000 kr. til et godt projekt, der kan gøre en forskel for et stort antal mennesker. Hvis du kan gøre det samme, kan du gøre en forskel for et stort antal mennesker. Hvis du kan gøre det samme, kan du gøre en forskel for et stort antal mennesker. Hvis du kan gøre det samme, kan du gøre en forskel for et stort antal mennesker.

Venlig hilsen

STØT NU

Hvis du ikke har givet din donation, vil det betyde yderligere 10.000 kr. til verdens bedste.

Folkeinstituttet København
Nørrebro 10
1185 København N
Tlf. +45 33 12 30 30
E-mail: info@fi.dk

Støt inden 7. juni

Kære Knsud

Et af Folkeinstituttets samarbejdspartnere giver 20 kr. for hver person, der donerer inden d. 7. juni.

Udløst inden 08. afsluttet

Lønning kan sammen med alle udløst hos dig bedstefar. Hvis familien er stor, vil det være en løsning, der kan være en fordel, og det kan være med at betale. Det er ikke en mulighed for dig, som du gerne vil have en lille gave til. Derfor går lønning til dig eller mine, som jeg gerne vil have en lille gave til.

1.000 mennesker vil give 10.000 kr. til et godt projekt, der kan gøre en forskel for et stort antal mennesker. Hvis du kan gøre det samme, kan du gøre en forskel for et stort antal mennesker. Hvis du kan gøre det samme, kan du gøre en forskel for et stort antal mennesker.

Venlig hilsen

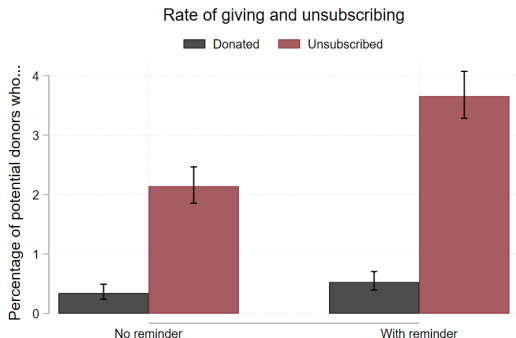
STØT

Hvis du ikke har givet din donation, vil det betyde yderligere 10.000 kr. til verdens bedste.

Folkeinstituttet København
Nørrebro 10
1185 København N
Tlf. +45 33 12 30 30
E-mail: info@fi.dk

Reminder!

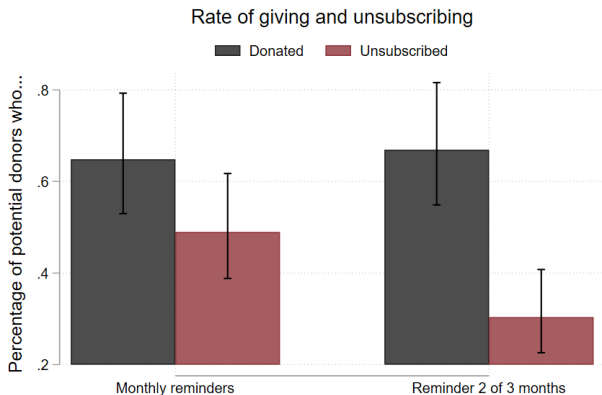
Utilsigtede afledte effekter (Damgaard & Gravert, 2018)



Source: Damgaard & Gravert (2018)

- Meget lille men positiv effekt på primær adfærd
- Stor negativ afledt adfærdseffekt = “Træls” at blive nudget
- Også negativ afledt adfærd i Adams et al (2019) for ændring af defaults

Utilsigtede afledte effekter - og gentagne nudges



Source: Tilpasset fra Damgaard & Gravert (2018)

- Udsigten til færre påmindelser → færre afmeldinger

Velfærdseffekter (Damgaard & Gravert, 2018)

- Afmeldinger tegn på omkostning ved blive nudget.
- Vi estimerer omkostningen til 12,95 kr pr påmindelse \Rightarrow afmeldinger \Rightarrow langsigtede omkostninger for afsender

Table: Velfærdseffekter

	Velfærd i DKK pr individ
For dem der nudges	
Velfærd for donorer	1.191,02
Velfærd for ikke-donorer	-12,95
Gennemsnit	1,50
For dem der nudgear (2-10% diskontering)	
Øjeblikkelige indtægter	3,07
Tab fra afmeldinger på langt sigt	[1,75;5,27]
Nettoeffekt	[-2,19;1,33]

Source: Tilpasset fra Damgaard & Gravert (2018)

- Tilsvarende resultater i Allcott & Kessler (2019)

Heterogene effekter

- Meget forskellige velfærdseffekter for donorer og ikke-donorer
- Allcott og Kessler (2019) viser store forskelle i betalingsvillighed for nudges
- **Målretning af nudges!**
- Nudges kun effektive for personer med plads til adfærdsforbedringer og hvis nudge fjerner relevant adfærdsmæssig barriere (Damgaard & Nielsen, 2018)

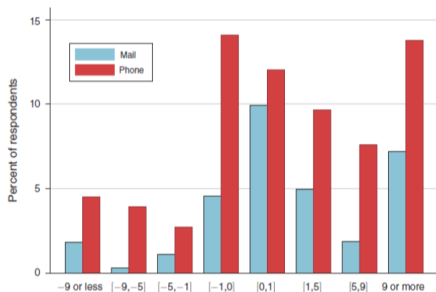


FIGURE 6. WILLINGNESS-TO-PAY FOR HOME ENERGY REPORTS

Source: Allcott & Kessler (2019)

Konklusion

- 1 Nudging *kan* have positive adfærdseffekter
- 2 Men primære adfærdseffekter er ikke nødvendigvis positive
- 3 Der kan være utilsigtede afledte effekter for både dem der nudges og dem der nudger
- 4 Velfærdseffekterne er ikke nødvendigvis store eller positive
- 5 Effekterne er heterogene \Rightarrow målretning

\Rightarrow Nudging er måske ikke nok!

Mette Trier Damgaard
mdamgaard@econ.au.dk



INSTITUT FOR ØKONOMI
AARHUS UNIVERSITET