

# Verander de wereld, verander (bijna) niets

## Column

*Peter De Keyzer*

Een nieuw jaar is aangebroken en dus kunnen we er niet onderuit: goede voornemens. Overal waar je kijkt of leest, elke receptie of nieuwjaarsborrel waar je rondloopt, word je ermee om de oren geslagen. Goede voornemens voor het nieuwe jaar: stoppen met roken, beginnen met sporten, gewicht verliezen of gewoon gelukkiger zijn.

Naar schatting maakt meer dan 80 procent van de bevolking goede voornemens voor het volgende jaar. Toch lijken we er moeilijk in te slagen ze na te komen. Hoe radicaler de voornemens en hoe groter de vastberadenheid, hoe groter de kans op mislukking. Hoe groter de voornemens of hoe radicaler de beoogde gedragswijziging, hoe moeilijker de verandering.

De meest duurzame en doeltreffende manier om je leven te veranderen bestaat uit twee elementen: een blijvende focus op de lange termijn en kleine veranderingen aan je levenspatroon. Wie probeert af te vallen met een streng dieet, mislukt bijna altijd. Wie stopt met koekjes of suiker bij de koffie, bereikt vaak meer en heeft een grotere kans om het vol te houden.

Mensen zijn gewoontedieren, maar willen tegelijk graag verandering zien. Die twee werken elkaar vaak tegen: als we niets veranderen aan onze gewoontes, gaat er niets veranderen. Radicale veranderingen daarentegen botsen op onze conservatieve natuur. De mens is niet gemaakt om zich steeds nieuwe patronen of gewoontes aan te meten. Old habits die hard.

Goede voornemens aan het begin van het nieuwe jaar zijn goed vergelijkbaar met verkiezingsbeloftes. Pleidooien voor grote veranderingen, een betere wereld, minder files, lagere belastingen, noem maar op. Allemaal worden we verblind door mooie beloftes, en keer op keer zijn we teleurgesteld als die plannen niet uitgevoerd raken. In het geval van onze eigen gebroken goede voornemens zijn we vooral teleurgesteld in onszelf. Als verkiezingsbeloftes niet uitgevoerd raken, worden we in het beste geval boos op politici, in het slechtste geval apathisch of cynisch.

Toch zijn de mechanismen achter het falen dezelfde: te weinig focus op de lange termijn, te veel hoop op grote, radicale veranderingen en een overschatting van de bereidheid tot verandering van individuele burgers. Heel veel mensen willen verandering. Slechts weinigen kunnen of willen zelf veranderen. Zo beseft iedereen dat de files en de verkeersdruk ons levenskwaliteit en welvaart kosten. Veel minder mensen zijn bereid hun gedrag zelf aan te passen, laat staan te betalen voor verplaatsingen in de file.

Toch zijn er manieren om verandering te laten werken. Een eerste manier is de keuze voor het gewenste gedrag makkelijker maken - het zogenaamde nudging. Zet de koekjes op het hoogste schap en zet de gezonde zaken binnen handbereik. In sommige restaurants werden de borden kleiner gemaakt, waardoor er minder eten op paste. Het gevolg: de voedselverspilling werd met zowat 20 procent gereduceerd, terwijl de tevredenheid van de klanten gelijk bleef.

Ook op beleidsniveau werkt dat. Zo is iedereen in Vlaanderen standaard orgaandonor, tenzij je expliciet vraagt dat niet te zijn. Maak de wenselijke optie standaard en de rest een afwijking: gratis parkeren in de stad voor elektrische auto's, betalen voor wie met een diesel of benzine rijdt.

Een tweede manier om verandering teweeg te brengen, is kleine aanpassingen doorvoeren en die lang genoeg volhouden. Een klimaatbeleid dat bukt van de radicale of zogenaamd ambitieuze ingrepen, is gedoemd te mislukken. Kies voor geleidelijke inspanningen: emissienormen die elk jaar strenger worden, brandstofprijzen die elk jaar een beetje stijgen, kleine gedragswijzigingen per keer. Dat is de beste manier om veranderingen lang vol te houden én effect te behalen op langere termijn.

Collectief willen veel mensen verandering zien. Individueel zijn we vaak veel minder enthousiast. Zelfs als we echt willen veranderen, falen we vaker wel dan niet.

Echte verandering komt zelden van grote revoluties en begint heel klein. Wil je écht de wereld veranderen? Verander dan iets (maar niet teveel) aan jezelf.

*Peter De Keyzer    Managing partner Growth Inc.*