

Databaseopdatering for **N**æringsbasen



Indhold

Baggrund	3
Eksperiment.....	4
Resultater	11
Konklusioner	14
Anbefaling.....	15

Denne rapport er udarbejdet på baggrund af resultaterne fra et eksperiment gennemført i 2013. Anbefalingerne i rapporten er alene udarbejdet af projektgruppen. Erhvervsstyrelsen har ikke på nuværende tidspunkt taget stilling til anbefalingerne.

Det er efter eksperimentets afslutning blevet besluttet at lukke Næringsbasen. Resultaterne kan overføres til andre lignende registre.

Kontakt

Kristine Poulsen-Hansen, Katrine Brems Olsen, Lasse Nielsen
Erhvervsstyrelsen
Erhvervs- og Vækstministeriet

Publiceret

2014

Databaseopdatering for Næringsbasen

Offentlige myndigheder administrerer en række registre. Registerne er oftest oprettet for at sikre gennemsigtighed og bedre kontrol med særlige grupper af virksomheder. Hvis formålet med registreringen skal understøttes bedst muligt, er det nødvendigt, at de korrekte virksomheder er registreret.

Denne rapport beskriver erfaringer og resultater fra eksperimentet "Næringsbase opdatering". Afrapporteringen fokuserer på de erfaringer, som Erhvervsstyrelsen kan overføre til andre forretningsområder. Eksperimentet gik ud på at afprøve nogle nudging-elementer i et brev. Læringen fra eksperimentet kan bruges til at forbedre andre breve, som styrelsen sender til virksomheder for at få dem til at tilmelde sig lovpligtige ordninger eller registre.

Baggrund

Næringsbasen

Næringsbasen er et offentligt tilgængeligt register i Erhvervsstyrelsen, hvor alle, der sælger eller transporterer fødevarer til forbrugere, herunder catering, restaurationer og fødevareengrosvirksomheder, skal være optaget for lovligt at kunne drive deres virksomhed. Alle virksomheder, der sælger fødevarer for mere end 50.000 kr. om året, skal som udgangspunkt registreres i Næringsbasen. Det betyder også at virksomheder, der ikke opfatter sig selv som næringsvirksomheder, skal være i databasen. Det gælder f.eks. byggemarkeder, der sælger slik ved kassen. Fødevarer opfattes i denne sammenhæng som madvarer af enhver art f.eks. øl, vin, sodavand, slik og andre fødevarer.

Den normale procedure

Typisk er det myndigheder som fx Fødevarestyrelsen og SKAT, der på kontrolbesøg konstaterer at en fødevarevirksomhed ikke er registreret i Næringsbasen. Herefter sender de en indberetning Erhvervsstyrelsen's Erhvervsservice. Erhvervsstyrelsen indleder herefter en såkaldt myndighedssag:

1. Erhvervsstyrelsen sender et orienterende myndighedsbrev til virksomheden, som gør opmærksom på, at virksomheden ikke er registreret i Næringsbasen
2. Hvis virksomheden ikke reagerer ved enten at lade sig registrere i Næringsbasen eller ved at sende en begrundet indsigelse, som forklarer hvorfor den ikke er omfattet af kravet inden ca. fire uger/20 arbejdsdage sender Erhvervsstyrelsen yderligere et myndighedsbrev, hvori virksomheden får to ugers frist for at blive optaget i Næringsbasen, hvorefter Erhvervsstyrelsen vil indgive politianmeldelse med påstand om bødestraf på som udgangspunkt 10.000 kr.
3. Medfører det heller ikke nogen reaktion fra virksomhedens side, politianmeldes virksomheden med påstand om bødestraf.

Problemstilling

Da Erhvervsstyrelsen stod overfor en større opdatering af databasen i samarbejde med Fødevarestyrelsen var det relevant, at se på hvordan styrelsen kunne opnå de bedst mulige resultater og få så mange virksomheder som muligt til at melde sig ind i Næringsbasen med brug af så få ressourcer som muligt. I et test forløb valgte Erhvervsstyrelsen at udsende breve til 37 antal virksomheder. Af disse reagerede kun godt 50 pct. af virksomhederne. Hvis Erhvervsstyrelsen ikke hører fra virksomhederne, skal styrelsen bruge administrative ressourcer på at udsende endnu et brev og derudover ofte også foretage en politianmeldelse af virksomheden. Det betyder store udgifter, som kunne reduceres, hvis det var muligt at øge andelen af virksomheder der reagerer.

Den ønskede adfærd

I forbindelse med oprydningskørsel og opdatering af Næringsbasen har Erhvervsstyrelsen i 2013 kontaktet godt 10.000 virksomheder Fødevarestyrelsen. Fødevarestyrelsen forventer at 70 - 75 pct. af de virksomheder man sender breve ud til, har forpligtigelse til at blive optaget i Næringsbasen. Derfor er målet med eksperimentet også, at få de rette virksomheder til at registrere sig, således optagelsesraten nærmer sig det forventede niveau. Hvis virksomhederne af legitime årsager ikke skal optages i Næringsbasen ønsker Erhvervsstyrelsen, at de henvender sig. Virksomhederne gør indsigelse via kontaktformularen, så de kan fjernes fra fremtidige lister. Både Erhvervsstyrelsen og virksomheden vil derigennem blive sparet yderligere besvær og tidsforbrug.

Eksperiment

For at opnå den ønskede adfærd og øge svarraten har vi valgt at ændre i brevet. Ændringerne er lavet på baggrund af diagnosen. I eksperimentet blev der udsendt fem forskellige breve:

1. Det oprindelige brev
2. Et nyt brev med en række ændringer (Nudgede brev)
3. Det nye brev på rødt papir (Rødt brev)
4. Det nye brev med social sammenligning (Social norm)
5. Det nye brev med omskrivning af forpligtelserne omkring nødvendige kompetencer ("What's in it for me?")

Brevene blev sendt ud over ti runder. I hver runde blev forskellige breve udsendt og der blev aflæst data på hvor mange virksomheder, der reagerede og hvor mange virksomheder, der meldte sig ind i Næringsbasen. I runde fem og seks blev der kun udsendt det nye nudgede brev.

Runde	Oprindeligt brev	Nudgede brev	Rødt brev	Social norm	What's in it for me?
1	X	X	X		
2	X	X	X		
3	X	X	X		
4	X	X	X		
5		X			
6		X			
7		X		X	X
8		X		X	X

9		X		X	X
10		x		X	X

Diagnose af det oprindelige brev

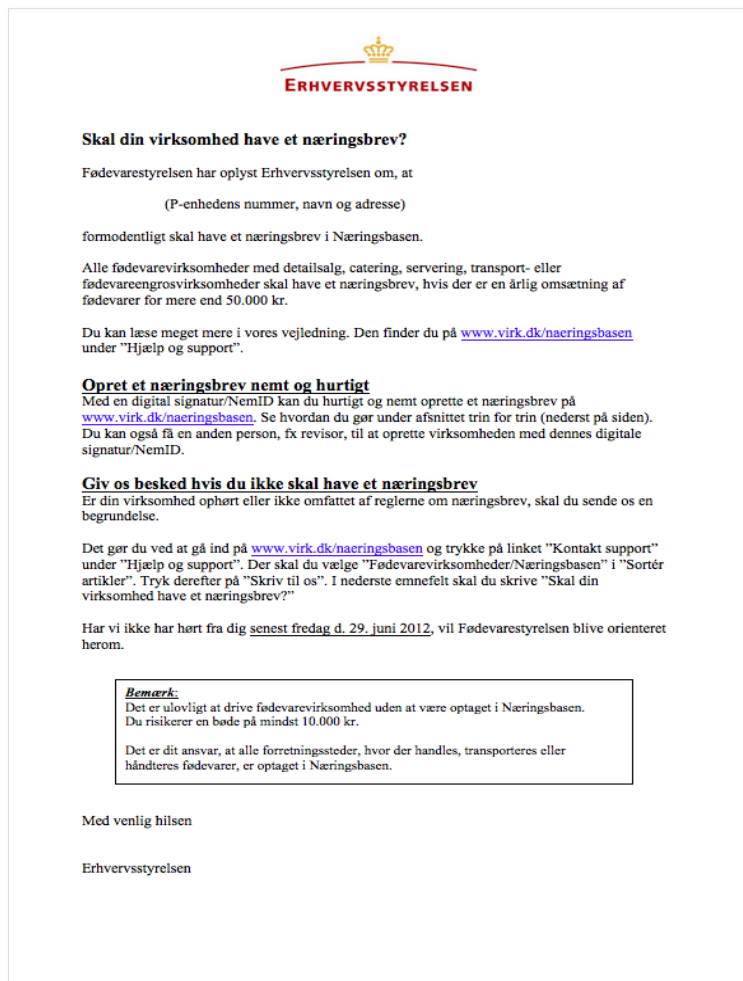
I diagnosearbejdet er brevet blev analyseret, kategoriseret og evalueret med henblik på at identificere de fordelagtige steder at foretage ændringer. Diagnosticering blev foretaget af iNudgeyou/DNN. Princippet bag dette arbejde er at identificere de områder, hvor man udgangspunkt i viden om adfærd fra bl.a. adfærdsøkonomi, kognitiv psykologi og socialpsykologi mener der er potentiale for forbedringer. Helt konkret bestod denne diagnosticering af flere dele. En del af diagnosen involverede viden om interventioner, som virker/har virket i andre sammenhænge. En anden del bestod i at benytte de handlinger, som brevet gerne vil have modtageren til at foretage som løftestang i en genskrivning.

Overordnet er der visse faktorer, som vi antager, er gældende for modtagere af langt de fleste breve fra det offentlige (og private for den sags skyld):

- Begrænset tid til at læse brevet
- Begrænset opmærksomhed på brevets indhold
- Sandsynlighed for flere trin mellem modtagelsen af brevet og eksekvering af de handlinger, som brevet angiver – f.eks. skal et brev modtaget i postkassen bruges ved en computer, hvis handlingen foregår på nettet.
 - Risiko for forlæggelse
- Tvivl om vigtigheden af brevet

Det oprindelige brev indeholder informationer om Næringsbasen, om betingelserne for at skulle optages i næringsbasen (fødevarevirksomhed + 50.000,-), om hvorfor man modtager brevet, om hvad man skal gøre (efterleve eller reagere), om procedurerne for reaktion eller efterlevelse, om hvad der sker, hvis man ikke reagerer eller efterlever, en vejledning, samt en deadline.

Det oprindelige brev:



Første diagnoseelement: Spørgsmålet, "Skal din virksomhed have et næringsbrev?"

Skal din virksomhed have et næringsbrev?

Fødevarestyrelsen har oplyst Erhvervsstyrelsen om, at

I diagnosen antages, at spørgsmålet "skal din virksomhed have et næringsbrev?" åbner op for et mentale forhandlingsrum, på trods af at man opfylder betingelserne for at skulle have et næringsbrev. Basalt set kan man sige at spørgsmålet tillader modtageren at svare – og det svar ville kunne bøjes i modtagerens mentale forhandlingsrum, således at svaret bliver "nej, tak".

En af hjernens centrale funktioner er at processere vores opfattelse af verden på en måde, så den optræder meningsfuldt og sammenhængende. Dette betyder helt konkret at i tilfælde, hvor der er modstridende informationer eller inkompatible måder at handle på afklarer vi det i vores 'mentale forhandlingsrum'. Modstridende informationer leder til det, der kaldes kognitiv dissonans. I det mentale forhandlingsrum forhandler vi virkeligheden, så den bedst tjener os selv – oftest vores kortsigtede præferencer. F.eks. betyder dette at man sagtens kan være på slankekur og spise kage samtidig, hvis man i det mentale

forhandlingsrum har lovet sig selv at løbe en tur næste dag (desuagtet om denne begivenhed faktisk indtræffer).

Andet diagnoseelement: Brug af ordet "formodentlig"

(P-enhedens nummer, navn og adresse)

formodentligt skal have et næringsbrev i Næringsbasen.

Ordet 'formodentlig' i sætningen "Fødevarestyrelsen har oplyst Erhvervsstyrelsen om, at [virksomhed] formodentlig skal have et næringsbrev", er ligeledes med til at understøtte den kognitive dissonans, som beskrevet ovenfor, og dermed muligheden for åbning af det mentale spillerum.

Tredje diagnoseelement: Brug af betingelser

Alle fødevarevirksomheder med detailsalg, catering, servering, transport- eller fødevareengrosvirksomheder skal have et næringsbrev, hvis der er en årlig omsætning af fødevarer for mere end 50.000 kr.

Betingelserne for, hvornår man som virksomhed opfylder kravene om at skulle oprette et næringsbrev er ikke highlightet og står ikke særligt tydeligt frem. Dette er problematisk af to grunde: Først og fremmest er det det centrale stykke information, der forklarer *hvorfor* modtageren modtager brevet og skal oprettes i næringsbasen. Det er hypotesen bag interventionen, at siden vi generelt gerne vil kunne forklare eller retfærdiggøre vores handlinger, at grunde til hvorfor man skal agere, bør stå tydeligt og utvetydigt frem. Dernæst er de ikke-ekspliciterede grunde med til at understøtte graden af kognitiv dissonans.

Fjerde diagnoseelement: Udformning og vægtning af handlinger

Opret et næringsbrev nemt og hurtigt

Med en digital signatur/NemID kan du hurtigt og nemt oprette et næringsbrev på www.virk.dk/naeringsbasen. Se hvordan du gør under afsnittet trin for trin (nederst på siden). Du kan også få en anden person, fx revisor, til at oprette virksomheden med dennes digitale signatur/NemID.

Giv os besked hvis du ikke skal have et næringsbrev

Er din virksomhed ophørt eller ikke omfattet af reglerne om næringsbrev, skal du sende os en begrundelse.

Det gør du ved at gå ind på www.virk.dk/naeringsbasen og trykke på linket "Kontakt support" under "Hjælp og support". Der skal du vælge "Fødevarevirksomheder/Næringsbasen" i "Sortér artikler". Tryk derefter på "Skriv til os". I nederste emnefelt skal du skrive "Skal din virksomhed have et næringsbrev?"

Brevet opfordrer til at virksomhederne foretager en af to handlinger. Virksomhederne kan enten oprette et næringsbrev eller give besked, hvis de mener de ikke skal have et næringsbrev. Disse handlingsmuligheder er beskrevet i to afsnit "Opret et næringsbrev nemt og hurtigt" og "Giv os besked hvis du ikke skal have et næringsbrev". Udformningen af disse afsnit angiver *hvad* der skal gøres, men viser ikke *hvordan*. Det vil

sige, at de(n) konkrete handling(er), der forventes af modtageren ikke er angivet. Ved at angive klare procedurer for handlinger minimeres det oplevede besvær og har i andre eksperimenter vist sig mere effektivt end at motivere folk med argumenter og holdningspåvirkning.

Femte diagnoseelement: *Præsentation af deadline*

Har vi ikke hørt fra dig senest fredag d. 29. juni 2012, vil Fødevarestyrelsen blive orienteret herom.

I brevet er deadline for den forventede handling understreget, men står trods det ikke helt tydeligt frem. Desuden er det ikke helt klart, om deadline kun angår respons til Erhvervsstyrelsen, eller også gælder for oprettelsen af næringsbrevet (qua ”har vi ikke hørt fra dig”). Konsekvensen af manglende ’høren fra sig’ er derudover ikke tydelig, udoer at Fødevarestyrelsen underrettes.

Sjette diagnoseelement: *Beskrivelse af risiko*

Bemærk:

Det er ulovligt at drive fødevarer virksomhed uden at være optaget i Næringsbasen.
Du risikerer en bøde på mindst 10.000 kr.

Det er dit ansvar, at alle forretningssteder, hvor der handles, transporteres eller håndteres fødevarer, er optaget i Næringsbasen.

Risikoen ved at forblive inaktiv - en bøde på mindst 10.000 kr. – er placeret i en boks nederst i brevet. Fra studier af folk i eye-tracking scannere, falder mange læsere fra inden de når bunden af brevet. Dvs. at selvom boksen i princippet er en highlight af risikoen, er det sandsynligvis ikke den mest effektive måde i praksis.

Det nye nudgede brev

Dette brev er udformet på baggrund af diagnosen. Brevet er udformet ved brug af fem greb.

The diagram illustrates the components of a letter from the Danish Business Authority (Erhvervsstyrelsen) to Karsten Schmidt. Handwritten annotations in red include:

- A drawing of a monkey in a frame, with an arrow pointing to the recipient's name: "TIL KARSTEN SCHIMDT".
- A yellow highlighter pointing to the date: "senest fredag d. 29. juni 2012".
- A red circle around two checkboxes: and .
- A red bracket grouping a list of five steps: "GOR DET FOR DU GLEMMER DET! (det tager 2 minutter):".
- The word "Action" written in red, with an arrow pointing to the list of steps.
- The word "Reduction" written in red, with an arrow pointing to the checkboxes.

The letter content includes:

ERHVERVSSTYRELSEN

TIL KARSTEN SCHIMDT
[Senderjysk Grænsehandel]
[adresse]
[P-enhedens nummer]

Fodevarestyrelsen har indstillet til Erhvervsstyrelsen at deres virksomhed skal have et næringsbrev i Næringsbasen idet det vurderes at din virksomhed:

Har en årlig omsætning på mere end 50.000 kr.

Er en fodevarevirksomhed med detailsalg, catering, servering, transport- eller fodevarengrosvirksomhed

Du skal derfor have oprettet et næringsbrev senest fredag d. 29. juni 2012 med mindre du gør ellers. Bemærk: Det er ulovligt at drive fodevarevirksomhed uden at være optaget i Næringsbasen. Du risikerer en bøde på mindst 10.000 kr.

GOR DET FOR DU GLEMMER DET! (det tager 2 minutter):

- Gå ind på www.virk.dk/naeringsbasen
- Vælg "Opret, ændring eller ophør af fodevareneringsbrev(alle typer)"
- Vælg "Bliv optaget i Næringsbasen"
- Log på med NemID eller Digital Signatur
- Accepter betingelserne

Med venlig hilsen
ERHVERVSSTYRELSEN

De første to greb havde ikke været afprøvet i dansk kontekst tidligere.

Første greb: Begrænsning af mentalt spillerum

Det nye brev fremhævede betingelserne for optagelse i Næringsbasen. Dette blev gjort med afkrydsede "kasser". Ved at lade kasserne være afkrydsede og ikke tomme indikerer man overfor læseren, at man mener, at denne opfylder betingelserne. En yderligere funktion er at dæmme op for kunstige indsigelser.

"Formodentlig" blev slettet og erstattet med "skal", da det efter Fødevarestyrelsens vurdering var 70-75 % af virksomhederne der var omfattet.

Andet greb: Handlingsanvisende information

Vejledningen til Næringsbasen blev præsenteret med grafik. Det tydeliggjorde den påkrævede handling overfor modtageren.

De næste tre greb er veldefinerede og har i andre kontekst tidligere bevidst deres værd.

Tredje greb: *Personliggørelse*

Det oprindelige brev henvendte sig til firmaet. For at øge ansvarsfølelsen, er det nye brev personliggjort og henvender sig i stedet direkte til den relevante medarbejder.

Fjerde greb: *Fremhævelse af nøgleinformation*

Den seneste svardato er fremhævet med brug af en highlight farve og et enkelt ord var skiftet ud: "begrundelse" er erstattet af "indsigelse". Den samlede effekt fremstår som en skærpelse af tonen.

Femte greb: *Fremhævelse af risiko*

Bøden på 10.000 DKK er ligeledes fremhævet ved brug af en highlight farve.

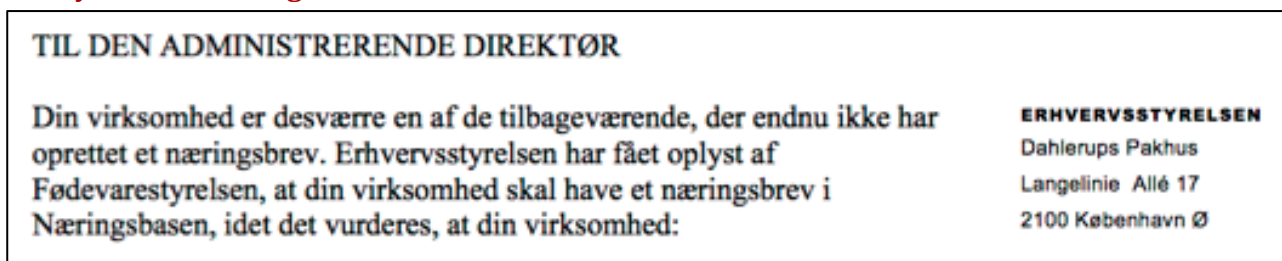
Herudover er der gjort brug af en side 2. På side to fremgår det, hvordan det er muligt at gøre indsigelser. Ved at flytte disse over på side 2 fjernes de fra fokus. Hvis Fødevarestyrelsens vurdering er korrekt vil handlemuligheden være relevant for 25-30 % af virksomhederne.

Varianter over det nye nudgede brev

Rødt brevpapir

Den eneste forskel på denne variant og det nye nudgede brev er, at brevet blev printet på rødt brevpapir. Den røde farve er en signalfarve, som er kendt fra eksempelvis trafiktavler og lyskryds. Farven var tiltænkt som et greb, der skulle modvirke at brevet blev forlagt.

Det nye brev med en grad social norm



Fra andre sammenhænge er det et velkendt greb at tilskynde til social sammenligning. Grebet fungerer fordi mennesker i høj grad navigerer i verden ud fra, hvordan det vi gør, relaterer sig til det vores ligesindede gør. Det er i brevskrivningssammenhæng set ved f.eks. at skrive "9 ud af 10 betaler deres skat til tiden".

I brevet blev den sociale sammenligning introduceret i en omskrivning af det indledende afsnit. Teksten blev ændret fra "Fødevarestyrelsen har indstillet til Erhvervsstyrelsen, at din virksomhed skal have et næringsbrev i Næringsbasen, idet det vurderes, at..." til "Din virksomhed er desværre en af de tilbageværende, der endnu ikke har oprettet et næringsbrev".

Det nye brev med "What's in it for me?"

Styrelsen møder en del indvendinger og frustrationer fra borgere, der er utilfredse med at skulle bestå en næringsprøve. Argumentationen er oftest, at de har bestået et hygiejnekursus, hvorfor borgerne anser det som dobbeltkonfekt.

Mange virksomheder kan først optages i Næringsbasen, når de har taget Næringsprøven. Næringsprøven indeholder en lang række spørgsmål om reglerne inden for:

- Skat og afgifter, herunder pant på emballage
- Arbejdsmiljø
- Fødevarerlovgivningen

Næringsprøven er altid opdateret i forhold til den nyeste lovgivning. Derfor vil man altid kunne holde sig opdateret på de nyeste regler ved at holde sig ajour med materialet til prøven. Dette understreges ved brug af "Få overblik over de primære regler via gratis selvstudium".

For at illustrere at der er forskel på et hygiejnekursus og en næringsprøve, blev sætningen "Hvis du ikke tidligere har været optaget i Næringsbasen, skal du enten have en godkendt uddannelse eller bestå næringsprøven" skrevet ind på forsiden af brevet.

På bagsiden henvises også til hvor man kan læse om undtagelser til pligten om optagelse i Næringsbasen; herunder kantiner, momsfratagne virksomheder, primærproducenter, m.v.

I brevet tilføjes på forsiden:

Hvis du ikke tidligere har været optaget i Næringsbasen, skal du enten have en godkendt uddannelse eller bestå næringsprøven.

På bagsiden følges dette op med:

FÅ OVERBLIK OVER DE PRIMÆRE REGLER VIA GRATIS SELVSTUDIUM

Du kan forberede dig til næringsprøven ved at tage et online selvstudium, der handler om de gældende regler, du skal have indsigt i, når du driver fødevarer virksomhed. Du kan derudover med fordel bruge materialet til løbende at holde dig ajour med de væsentligste regler for fødevarer virksomheder.

*Du kan finde selvstudiet samt læse mere om næringsprøven og godkendte uddannelser på:
<http://www.erhvervsstyrelsen.dk/naeringsproeven>*

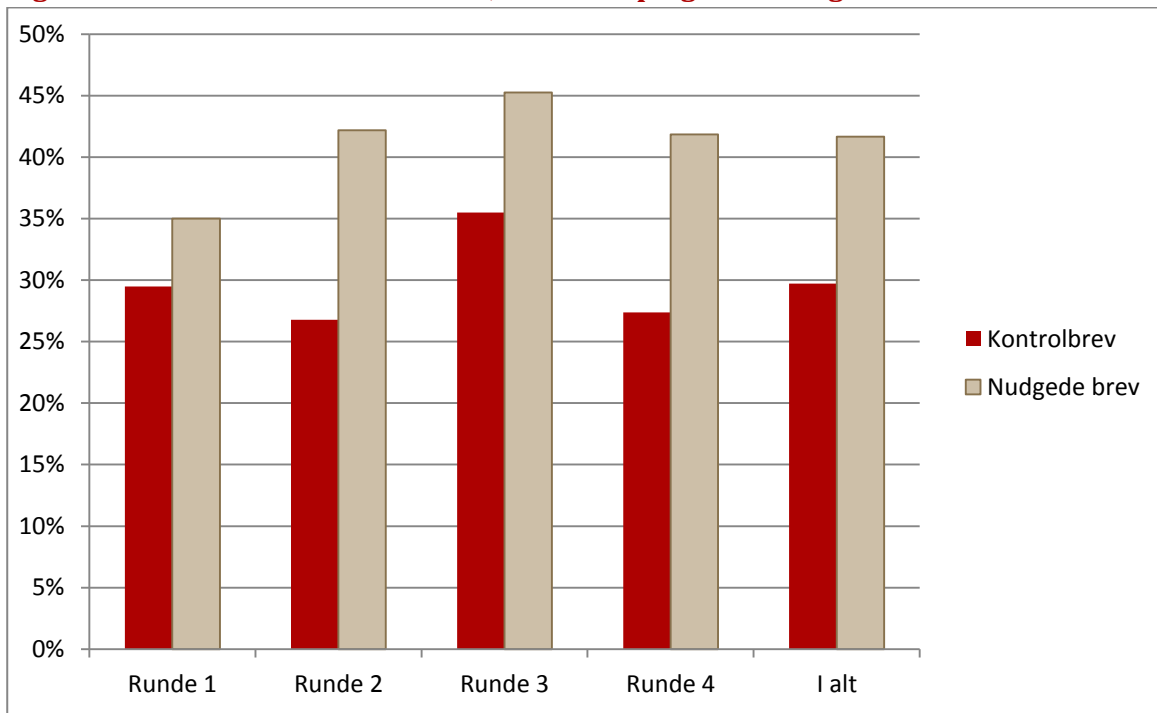
Resultater

Hvad gjorde det af forskel at ændre i brevet?

Det gjorde en stor forskel at ændre i brevene. En forskel, som holder på tværs af alle udsendelsesrunder. Over de fire første udsendelser, hvor det oprindelige kontrolbrev blev udsendt ser billedet ud som præsenteret i figur 1 og 2. Det nudgede brev opnåede samlet optag på 42 %, hvilket var 12 procentpoint mere end kontrolbrevet. Der er en meget høj statistisk sikkerhed ved dette tal¹.

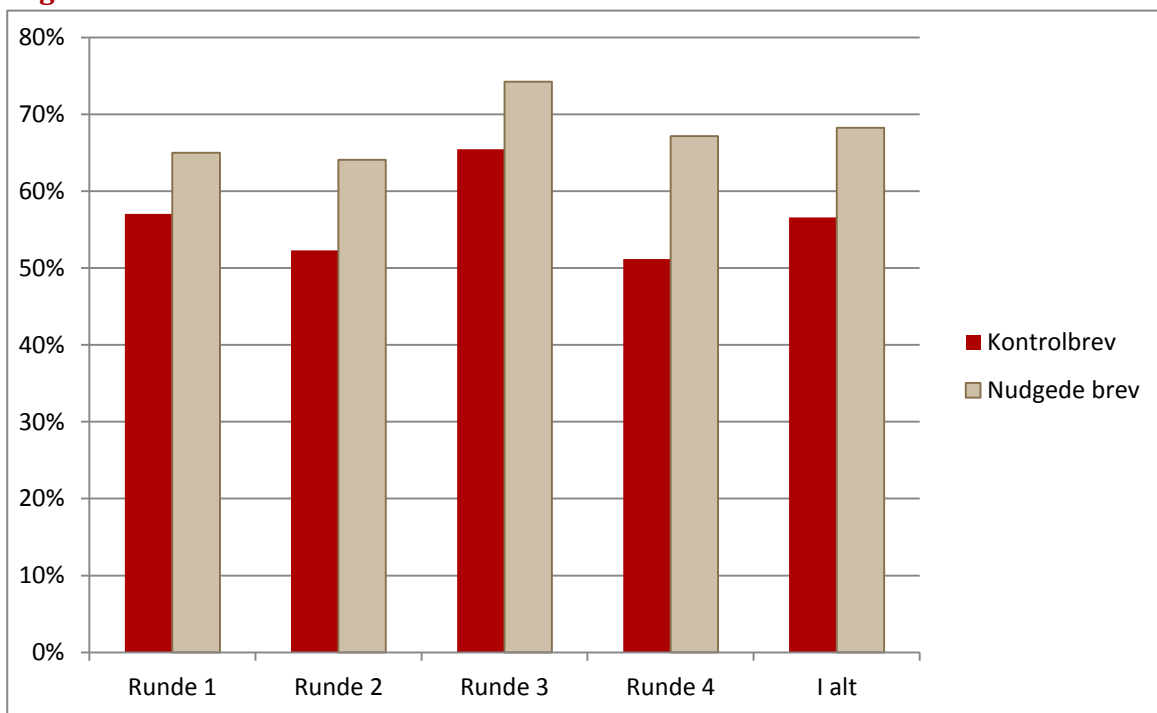
¹ Signifikant ved 1 %.

Figur 1: Samlet andel virksomheder, der blev optaget i Næringsbasen



Som det ses i figur 2, var den samlede andel af virksomheder der reagerede på det nudgede brev 68 % mod 57 % for kontrolbrevet. Forskellen er signifikant, men skyldes udelukkende forskellen i andelen, der blev optaget. Andelen af virksomheder der reagerede på anden vis var ens på tværs af de to grupper.

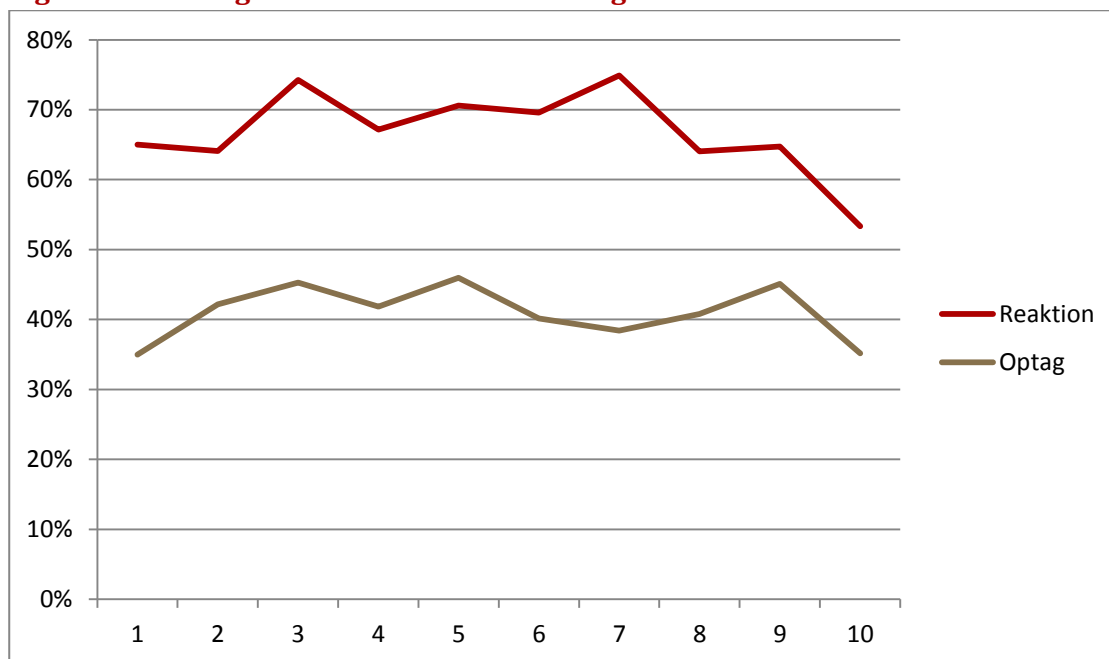
Figur 2: Samlet andel reaktioner



Holdt effekten af det nudgede brev?

Andelen af virksomheder, der reagerer og andelen af virksomheder der bliver optaget i databasen på baggrund af det nudgede brev, holder sig relativt stabilt på tværs af alle ti udsendelser, jf. figur 3. Dog med et fald i runde 10.

Figur 3: Udviklingen i reaktionen for det nudgede brev

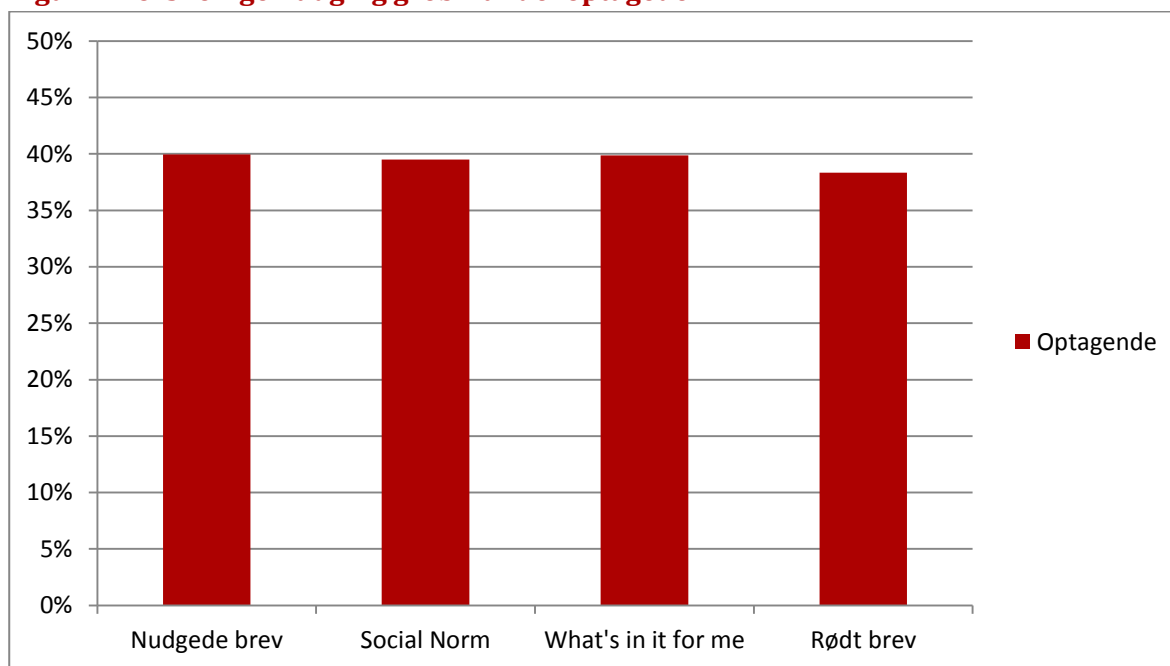


Havde yderligere ændringer af brevet effekt?

Undervejs i eksperimentet har projektgruppen afprøvet forskellige andre varianter af det nudgede brev med det formål at se om det var muligt at hæve antallet af virksomheder, der bliver optaget i databasen.

De andre varianter bidrager ikke yderligere til at opnå at en større andel af virksomhederne bliver optaget i databasen. Hverken Social Norm brevet eller "What's in it for me?" brevet klarede sig signifikant forskelligt fra det nudgede brev, mens det røde brev havde et lille, men signifikant mindre optag end det nudgede brev, jf. figur 4.

Figur 4: Forskellige nudging greb – andel optagede



Fremadrettet vil det derfor give god mening at skrive breve om, ved brug af de samme principper, som i det oprindelige nudgede brev. Data fortæller os, at det ikke giver merværdi at bruge sociale normer eller "What's in it for me?". Det kan dog stadig være en relevant parameter at afprøve, i særdeleshed på områder, hvor gevinsten for virksomheden er tydeligere eller hvor den forventede effekt af fællesskab er større.

Konklusioner

Eksperimentet var det første, som Erhvervsstyrelsen gennemførte med brug af indsigter fra adfærdsøkonomisk teori. Som resultaterne illustrerer, er der et potentiale i at arbejde systematisk med at introducere indsigter fra adfærdsøkonomi – i folkemunde nudging – og eksperimenter i styrelsen arbejde.

En essentiel del af dette arbejde er introduktionen af eksperimentdesigns, som understøtter arbejdet med at generere og indsamle de informationer, som er nødvendige for at kunne vurdere resultaterne. I dette eksperiment blev data løbende indsamlet og behandlet. En løbende dataindsamling gør de ansvarlige i stand til løbende at evaluere på den respons, der er kommet på de udsendte breve. I tilfældet af dette eksperiment har det betydet, at man løbende har justeret på bagsiden af udsendte breve.

Bagsiden af brevet udviklede sig løbende under eksperimentet. Ændringerne er blandt andet lavet på baggrund af henvendelser fra virksomhederne. Bagsiden fungerede godt som en måde at levere en ekstra service til virksomhederne og hjælpe yderligere til at afklare potentielle tvivlsspørgsmål de måtte have uden at de behøvede at kontakte styrelsen.

Givet, at eksperimentet har kørt over ti udsendelser, sammenlagt omkring et år, så ligger antallet af henvendelser og antallet af virksomheder, der er blevet optaget i Næringsbasen relativt stabilt. Det er

derfor ikke muligt at konkludere, at det har nogen særlig betydning hvornår de givne breve er sendt ud. Herudover er det relevant at nævne at det oprindelige nudgede brev ikke mister pusten undervejs.

Anbefaling

Vi vil anbefale, at styrelsen bruger erfaringerne fra dette brev i andre breve, som har med opfordringer til handling at gøre. Især på områder, hvor det virksomhederne skal handle på også fremgår af selve brevet.

Værdien af eksperimenter

Den primære anbefaling består i fortsat at gøre brug af en eksperimentel metode til at undersøge forskellige virkemidler i breve. Derigennem kan succeser dokumenteres og fejlslagne forsøg dokumenteres. Uanset udfaldet af et forsøg – positivt såvel som negativt – så bidrager data fra et kontrolleret forsøg med læring. Denne læring er meget brugbar i styrelsens fremadrettede aktiviteter.

Værdien af de testede elementer

I forhold til de enkelte elementer i de omskrevne breve, så er der grundlag for at benytte de samme, eller lignende, elementer i andre sammenhænge. Vi anbefaler brugen af følgende elementer:

1. **Begrænsning af mentalt spillerum:** Vi anbefaler at styrelsen generelt bliver opmærksom på situationer, hvor man åbner for mentale spillerum hos modtageren af breve, emails og lignende, for at dæmme op for mængden af kunstige indsigelser eller manglende respons/efterlevelse. Hvordan denne anbefaling tager sig ud i praksis er meget afhængig af forlægget.

Helt konkret anbefaler vi at styrelsen:

- skriver tydeligt, hvad der forventes af virksomheden,
 - undlader at bruge åbne spørgsmål og
 - tydeliggør betingelserne for at virksomheden skal foretage en handling (f.eks. ved at liste betingelserne i afkrydsede bokse)
2. **Handlingsanvisende information:** Når formålet med at skrive et brev til virksomhederne er at få dem til at foretage en specifik handling, så anbefaler vi at arbejde med handlingsanvisninger. Dvs. frem for at skrive *at* virksomhederne skal gøre X, så vis *hvordan* virksomhederne gør X.
 3. **Personliggørelse:** Frem for at henvende sig til virksomheden, anbefaler vi at benytte en personlig modtager for at øge ansvarsfølelsen.
 4. **Fremhævelse af nøgleinformation:** Vi anbefaler at fremhæve nøgleinformation på en måde, så det står meget tydeligt frem. Helt konkret er det vores anbefalinger at foretage denne fremhævning med virkemidler, som står tydeligt frem – f.eks. meget gul highlight.
 5. **Fremhævelse af risiko:** Vi anbefaler at man i styrelsens kommunikation fremhæver risici.

Fakta om eksperimentet

Population

- Antallet af breve i alt = **8248**
- Antallet af de forskellige breve
 - o Kontrol: **1128**
 - o Nudged: **3942**
 - o Rødt nudged: **1175**
 - o Social norm nudged: **1002**
 - o "What's in it for me?" nudged: **1001**

Hvad er datapunkterne

- Hvor mange der reagerer
- Hvor mange der bliver optaget
- Hvor mange der ikke reagerer på den ene eller anden måde

Hvad er brugt til business case

- Anslåede besparelser på færre myndighedssager
- Anslåede forbedringer i oplevelsen af brevet hos virksomhederne

Kvalitetssikring

- Randomisering af de forskellige udsendelsessamples

Forudsætninger for resultaternes validitet

- At det forventede antal af virksomheder i hvert sample, som modtager brevene, men som ikke skal være i næringsbasen er jævnt fordelt.
- At det kan registreres i næringsbasen hvilke virksomheder, der er blevet optaget
- At crm-systemet har registreret henvendelser korrekt.

Populationsovervejelser

- Populationen er fordelt mellem de forskellige samples, det er gjort ud fra et princip om at der skulle være en ligelig fordeling af forskellige virksomhedsformer.
- Fødevarestyrelsen estimerer at 70-75 % af de virksomheder der kontaktes skal være i næringsbasen

Henvendelsesovervejelser

- Der indhentes udelukkende data fra crm-systemet. Det sker fordi virksomheder, der gør indsigelser på telefonen bliver bedt om at lave en skriftlig henvendelse. Vi kan ikke tage stilling til sager, der ikke kommer gennem crm.