

Ethiek en betrouwbaarheid bij gedragsbeïnvloeding en – experimenten.

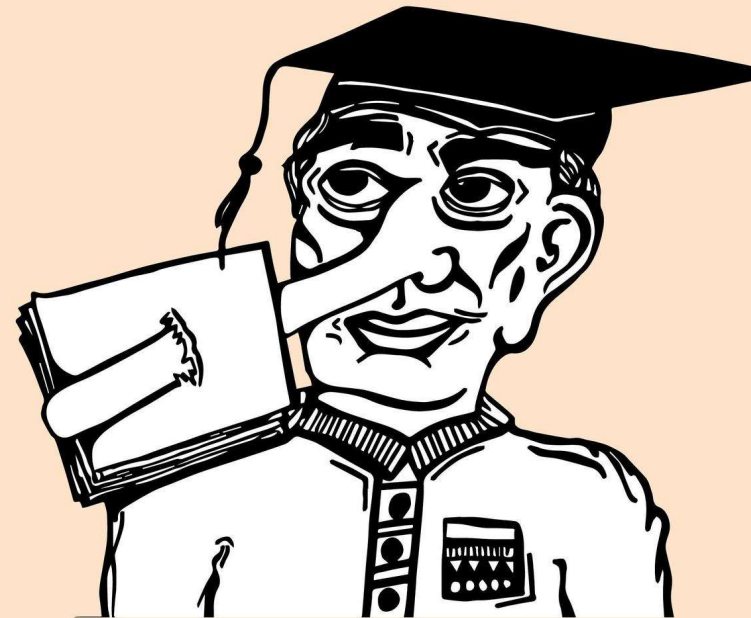
Kobe Millet

Vrije Universiteit Amsterdam

Bart Schutz

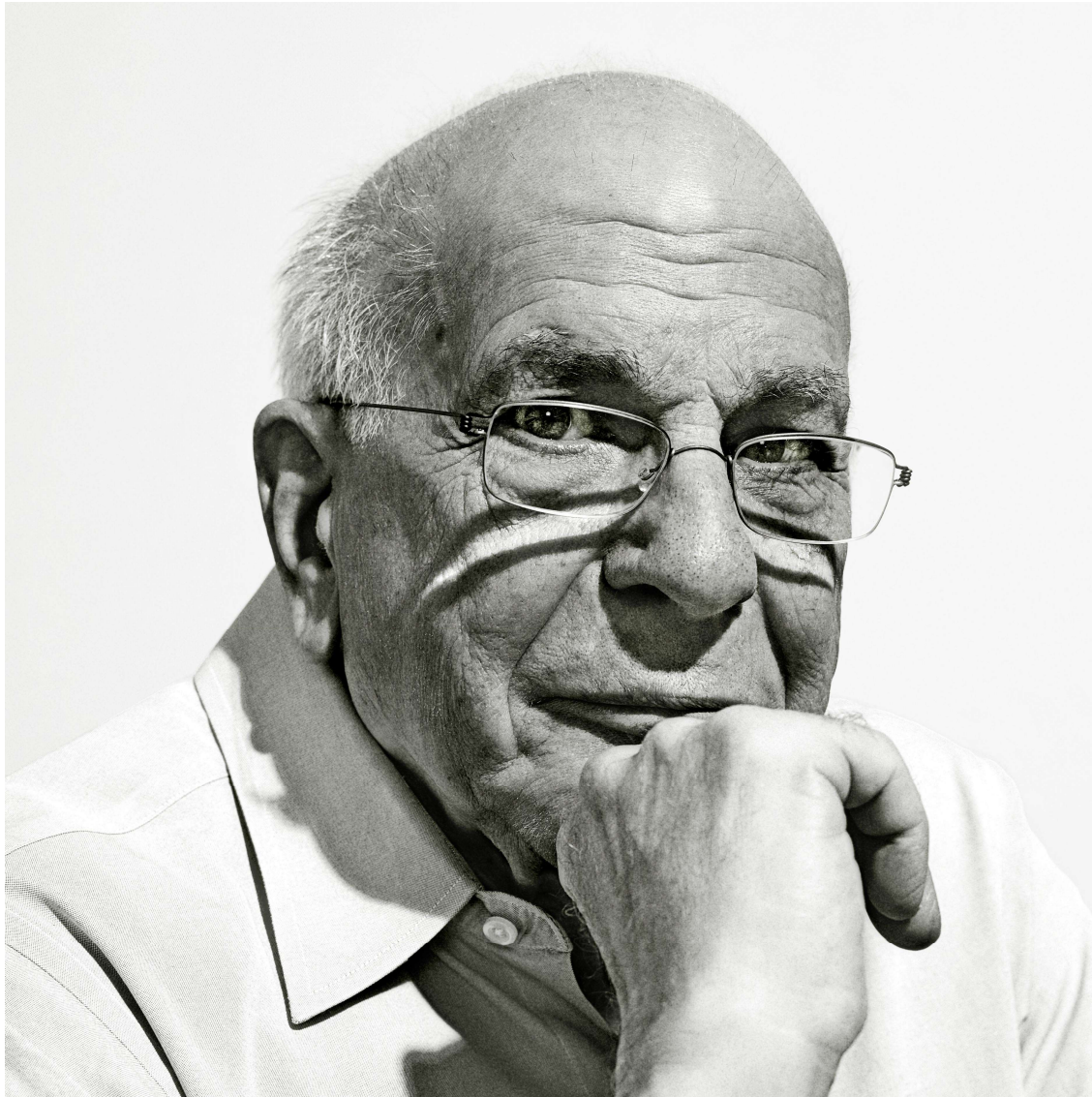
Online Dialogue

DEEL I
Betrouwbaarheid



Kobe Millet

Vrije Universiteit Amsterdam



'A lifetime's worth of wisdom'
Steven D. Levitt, co-author of *Freakonomics*

**The International
Bestseller**

**Thinking,
Fast and Slow**



Daniel Kahneman
Winner of the Nobel Prize



Thinking

Fast

+

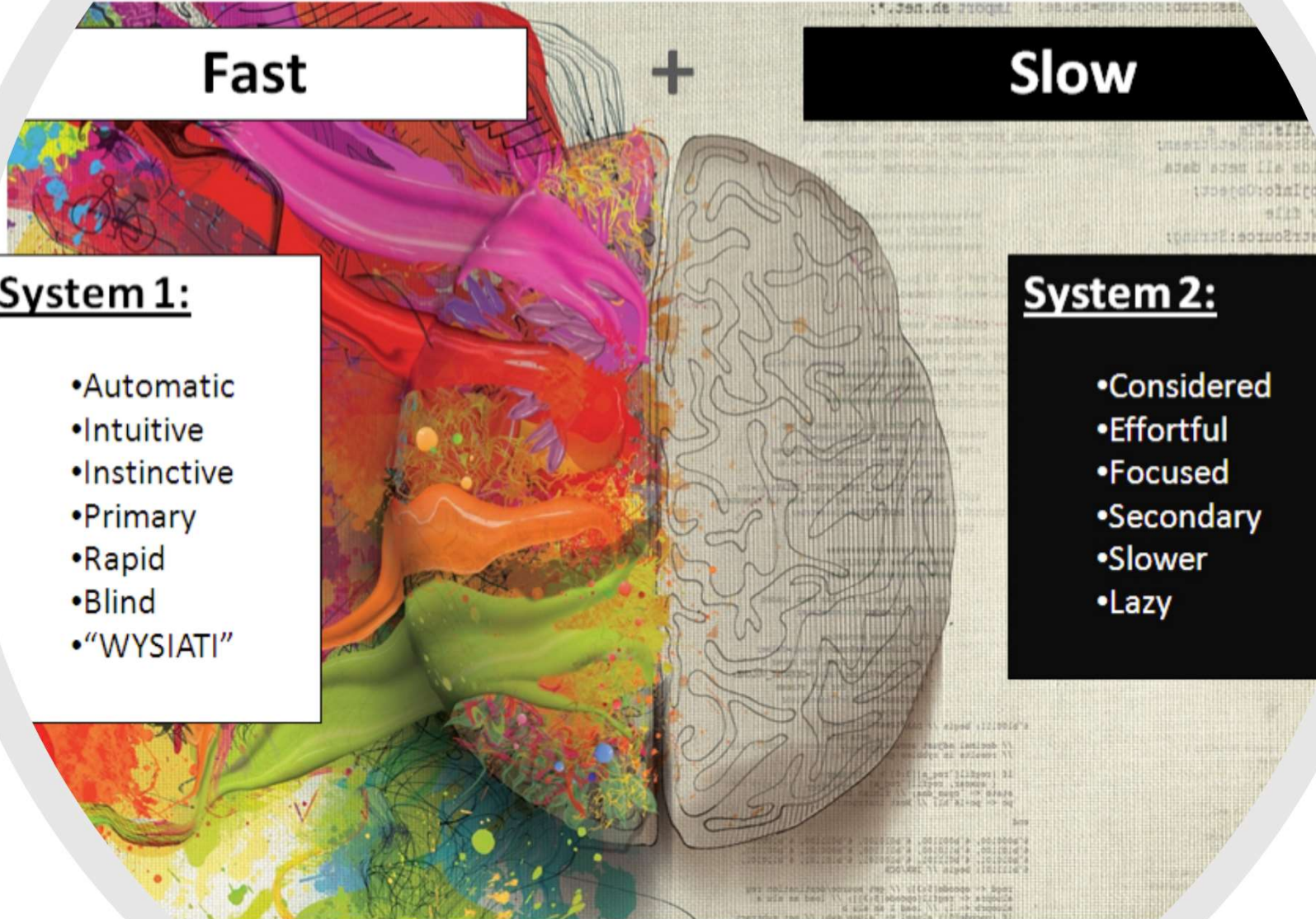
Slow


System 1:

- Automatic
- Intuitive
- Instinctive
- Primary
- Rapid
- Blind
- “WYSIATI”

System 2:

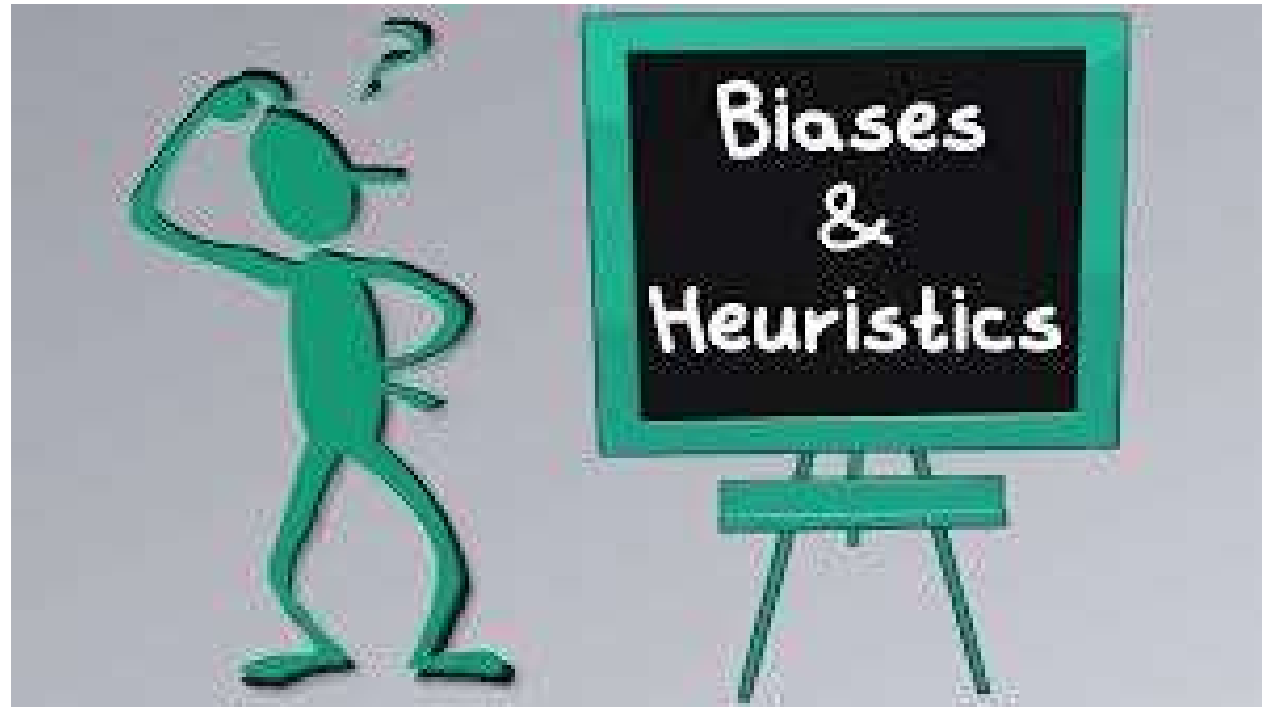
- Considered
- Effortful
- Focused
- Secondary
- Slower
- Lazy





WHAT IS
AND WHAT
OUGHT
TO BE

Kahneman & Tversky: Nobel Prize winning work





THINKING, FAST AND SLOW



! CONTENT REMOVED



FIRED!

Journal of Personality and Social Psychology
2011, Vol. 100, No. 5, 407–425

© 2011 American Psychological Association
0022-3816/11/\$12.00 DOI: 10.1037/a0021024

Feeling the Future: Experimental Evidence for Anomalous Retroactive Influences on Cognition and Affect

Daryl J. Bem
Cornell University

The term *psi* denotes anomalous phenomena that are currently unexplained in terms of known mechanisms. Two variants of *psi* are *precognition* (conscious cognitive apprehension) of a future event that could not otherwise be anticipated, and *retroactive influence* (anomalous retroactive influence) of a past event on a subsequent event. The anomalous retroactive influence of a past event on a subsequent event was tested in two experiments involving more than 1,000 participants, that by themselves specify the anomalous retroactive influence of a past event on a subsequent event. Data are presented for 4 time points. The results of the experiments yielded a mean effect size of 0.43. The results of the experiments, with participants, yielded a mean effect size of 0.43. The results of the experiments are discussed.

information or energy transfer that are currently unexplained in terms of known mechanisms. Two variants of *psi* are *precognition* (conscious cognitive apprehension) of a future event that could not otherwise be anticipated, and *retroactive influence* (anomalous retroactive influence) of a past event on a subsequent event. The anomalous retroactive influence of a past event on a subsequent event was tested in two experiments involving more than 1,000 participants, that by themselves specify the anomalous retroactive influence of a past event on a subsequent event. Data are presented for 4 time points. The results of the experiments yielded a mean effect size of 0.43. The results of the experiments, with participants, yielded a mean effect size of 0.43. The results of the experiments are discussed.

RETRACTED



occasions or one of its allied publishers.
never read is not to be disseminated broadly.

BELIEF IN THE LAW OF SMALL NUMBERS

AMOS TVERSKY AND DANIEL KAHNEMAN¹

Hebrew University of Jerusalem

People have erroneous intuitions about the laws of chance. In particular, they regard a sample randomly drawn from a population as highly representative, that is, similar to the population in all essential characteristics. The prevalence of the belief and its unfortunate consequences for psychological research are illustrated by the responses of professional psychologists to a questionnaire concerning research decisions.



*I placed too much faith in underpowered studies....
.... there is a special irony in my mistake because
the first paper that Amos Tversky and I published
was about the belief in the “law of small numbers,”
which allows researchers to trust the results of
underpowered studies with unreasonably small
samples.... Our article was written in 1969 and
published in 1971, but I failed to internalize its
message.*

‘A lifetime’s worth of wisdom’
Steven D. Levitt, co-author of *Freakonomics*

**The International
Bestseller**

**Thinking,
Fast and Slow**

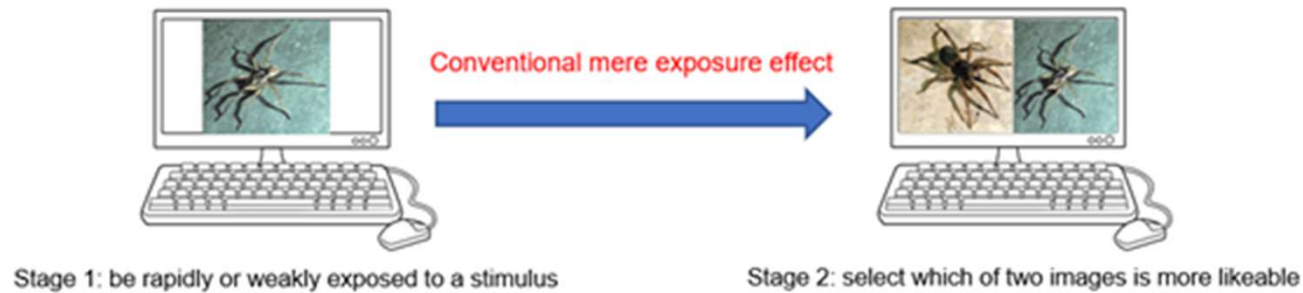


Daniel Kahneman
Winner of the Nobel Prize

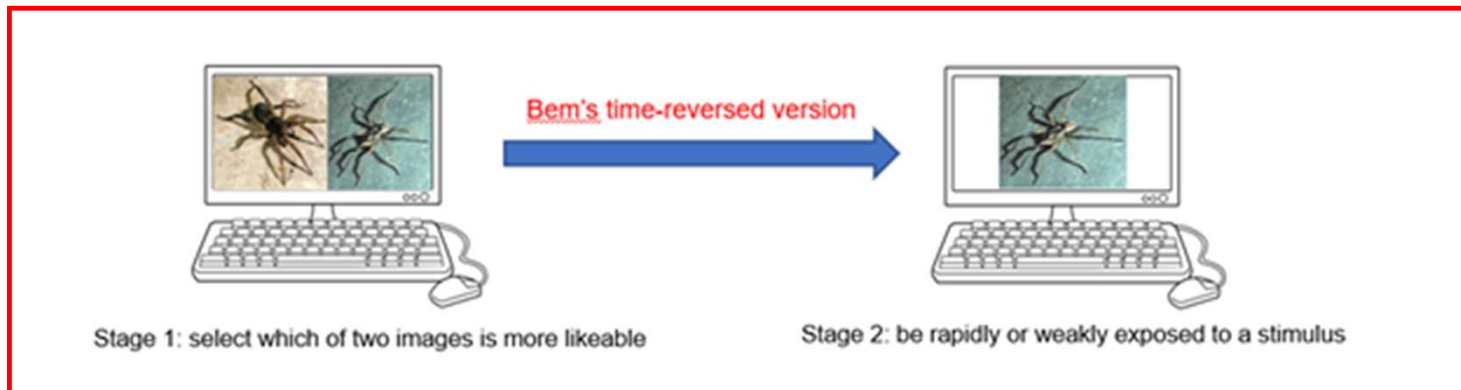


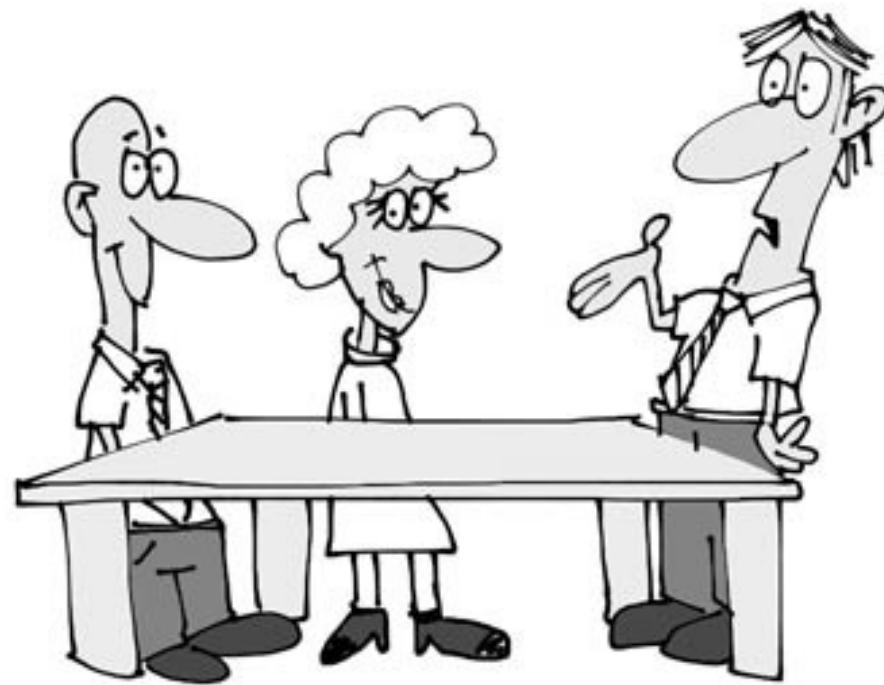
Feeling the Future: Experimental Evidence for Anomalous Retroactive Influences on Cognition and Affect

Daryl J. Bem
Cornell University



HOW IS IT POSSIBLE TO FIND THIS IN 9 EXPERIMENTS IF NOT TRUE?





**"WE KNEW THAT ALREADY! SEEMS LIKE WE DIDN'T
NEED TO DO THE RESEARCH AFTER ALL!"**

Writing the Empirical Journal Article

Daryl J. Bem

Cornell University

Planning Your Article

Which Article Should You Write?	2
Analyzing Data	2
Reporting the Findings	2
How Should You Write?	3
For Whom Should You Write?	3

Writing Your Article

The Shape of An Article	4
The Introduction	4
The Opening Statements	4
Examples of Examples	5
The Literature Review	5




There are two possible articles you can write:

(a) the article you planned to write when you designed your study

or

(b) the article that makes the most sense now that you have seen the results.

They are rarely the same, and the correct answer is (b).



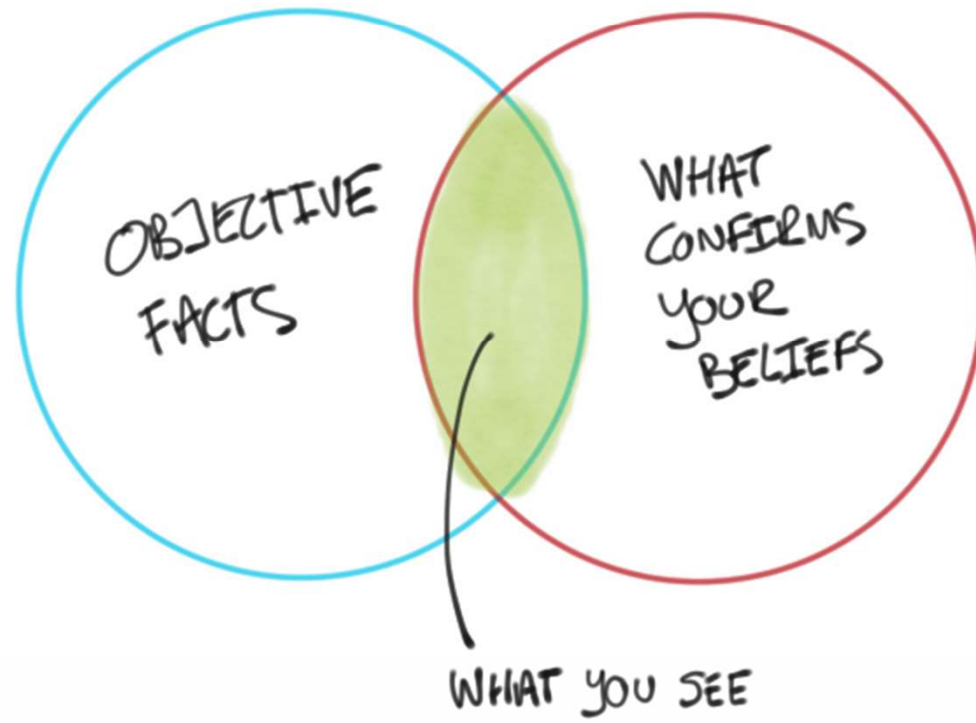
“Become intimately familiar with . . . the data. Examine them from every angle. Analyze the sexes separately. Make up new composite indexes. If a datum suggests a new hypothesis, try to find additional evidence for it elsewhere in the data. If you see dim traces of interesting patterns, try to reorganize the data to bring them into bolder relief. If there are participants you don’t like, or trials, observers, or interviewers who gave you anomalous results, drop them (temporarily). Go on a fishing expedition for something—anything—interesting.”



EXPLORATION



REPACKAGING AS IF IT WERE HYPOTHESIS TESTING



Participants were presented with two options they could choose from:

- Reading an article with which they agreed for 7\$
- Reading an opposing opinion for \$10.
(topics included same-sex marriage, climate change, guns, abortion)

63% chose to read the article that supported their viewpoint

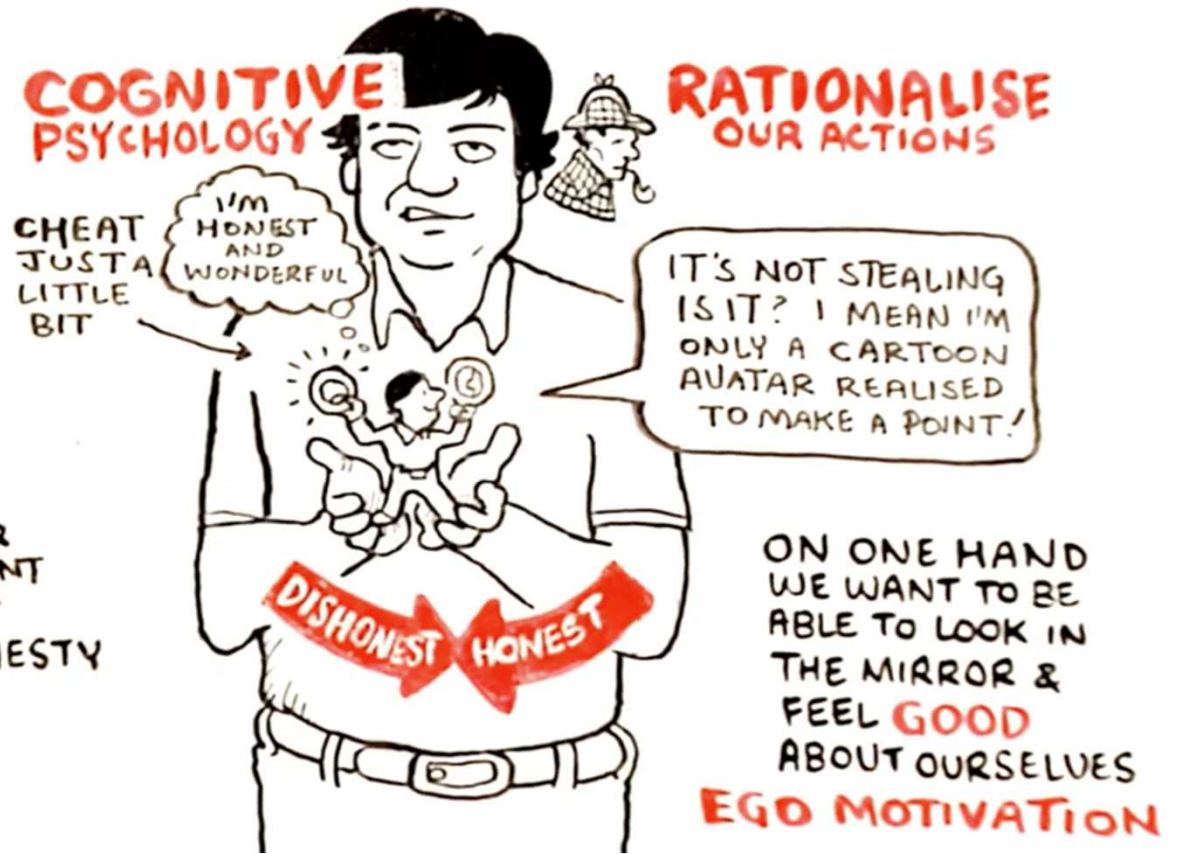




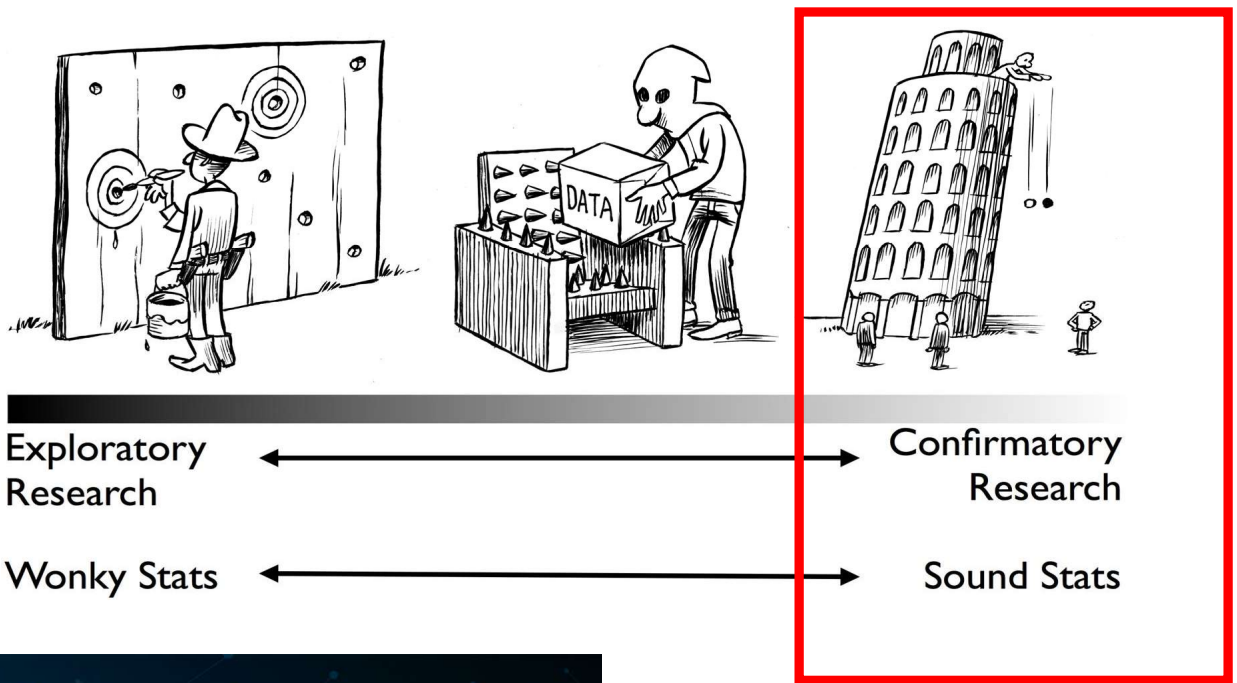
"On second thought, don't correct me if I'm wrong."



ON THE OTHER
HAND WE WANT
TO **BENEFIT**
FROM DISHONESTY



CASE CLOSED

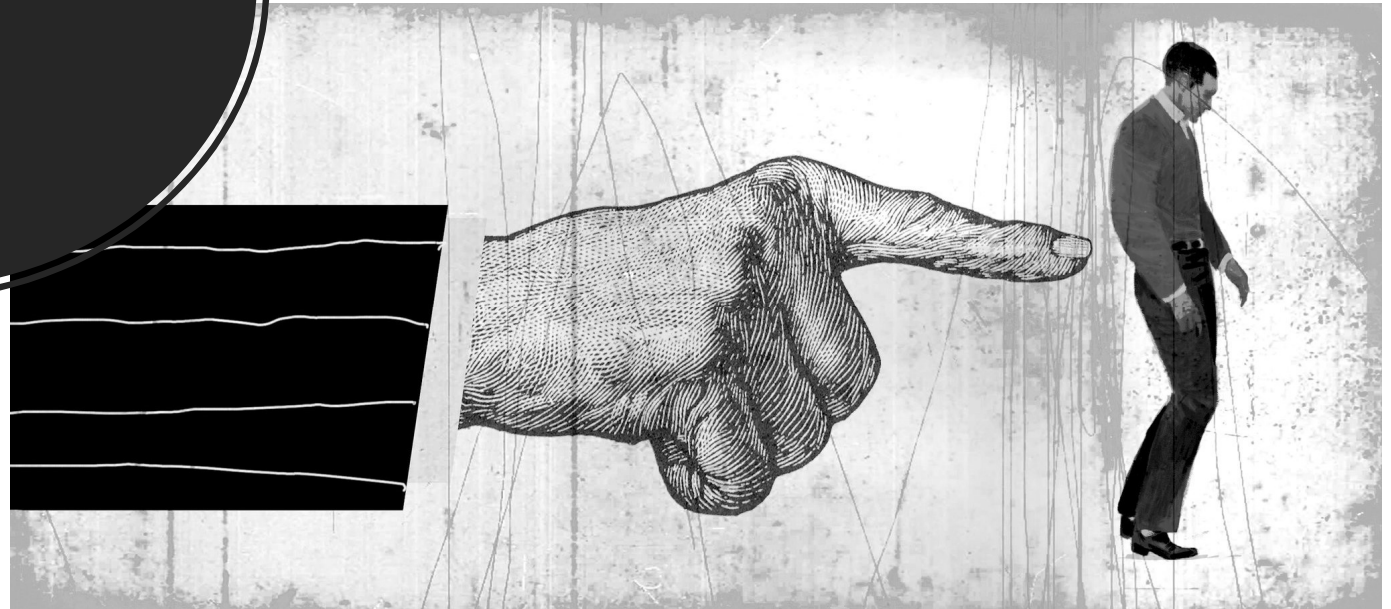


Open Science Framework

A scholarly commons to connect the entire research cycle



DEEI II
Ethiek



Bart Schutz
Online Dialogue

Deel II: Bart

- Voorbeelden (SDD)
- Vijf handvatten NIP
 - Tonen handvatten en beslisboom
 - Handvat 1: Verantwoordelijkheid
 - Mogelijke effecten (negatieve, kwetsbaren)
 - Hoe doen academici en bedrijven dat? Ethische checks / moreel beraad
 - Handvat 5: Data
 - Success Metrics, Pyramid of evidence
 - Hoe doen academici en bedrijven dat?
- Workshop:
 - Kies een interventie, beleidsmaatregel of campagne waar van jullie mee bezig is. Bedenk:
 - Hoe behoud ik verantwoordelijkheid / alertheid op (kritische & ethische check)?
 - Hoe ga ik het effect zo goed mogelijk meten?
 - Welke mogelijke negatieve effecten ga ik meten?



De meeste schadelijke en onethische
praktijken zijn onbedoeld en onbewust

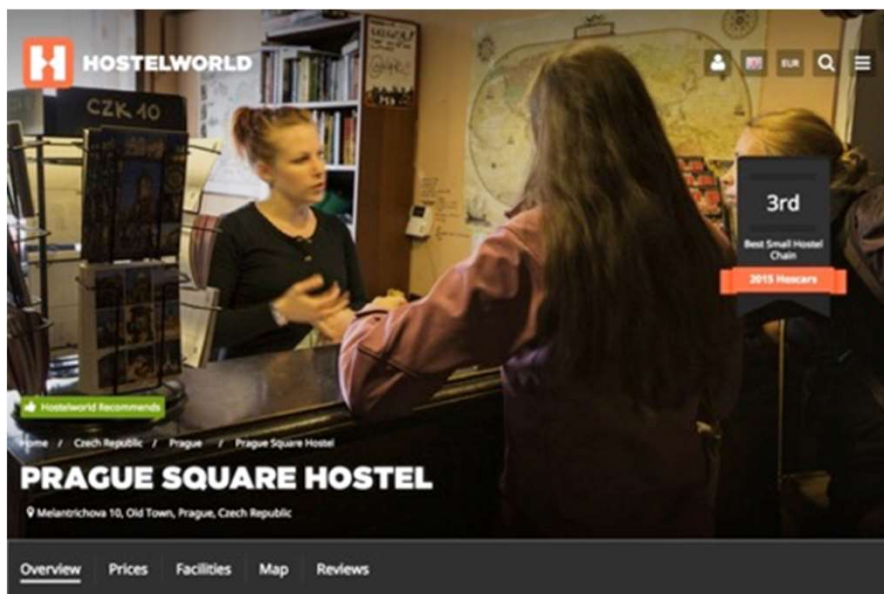


3. Bel- en databundel ?

- Red UNLIMITED** 5G Onbeperkt bellen € 41,00
- Red TOGETHER** 5G 50 GB Onbeperkt bellen € 36,00
- Red** 5G 20 GB Onbeperkt bellen € 32,00
- Red ESSENTIAL** 5G 10 GB Onbeperkt bellen € 28,00
- 3 GB Start XL** 150 min € 19,50
- 2 GB Start L** 150 min € 16,50
- 1 GB Start M** 150 min € 13,50

3. Bel- en databundel ?

- 1 GB Start M** 150 min € 13,50
- 2 GB Start L** 150 min € 16,50
- 3 GB Start XL** 150 min € 19,50
- Red ESSENTIAL** 5G 10 GB Onbeperkt bellen € 28,00
- Red** 5G 20 GB Onbeperkt bellen € 32,00
- Red TOGETHER** 5G 50 GB Onbeperkt bellen € 36,00
- Red UNLIMITED** 5G Onbeperkt bellen € 41,00



Hostelworld says

Hostelworld guests have said 'the location couldn't be any better' at Prague Square Hostel. It's set next to Old Town Square and the Astronomical Clock in Old Town. This hostel is a good option for those on a budget as its central location means guests have little need for trams or taxis to get around the city. Our visitors have said the staff are 'very friendly and helpful with any and all questions, [they take] the time to point things out on the map and [make] a free breakfast and sandwich every day'.

Property Description

One of the best located hostel in Prague, Old Town.

24 hours reception, non-smoking hostel, free internet/wifi, breakfast, towels, linen and more...

Prague Square Hostel is located directly in the historical center of Prague. 150 steps from the famous Old... [Show more](#)



Best For: Central Location Young Travelers

84% 4,386 Total Reviews

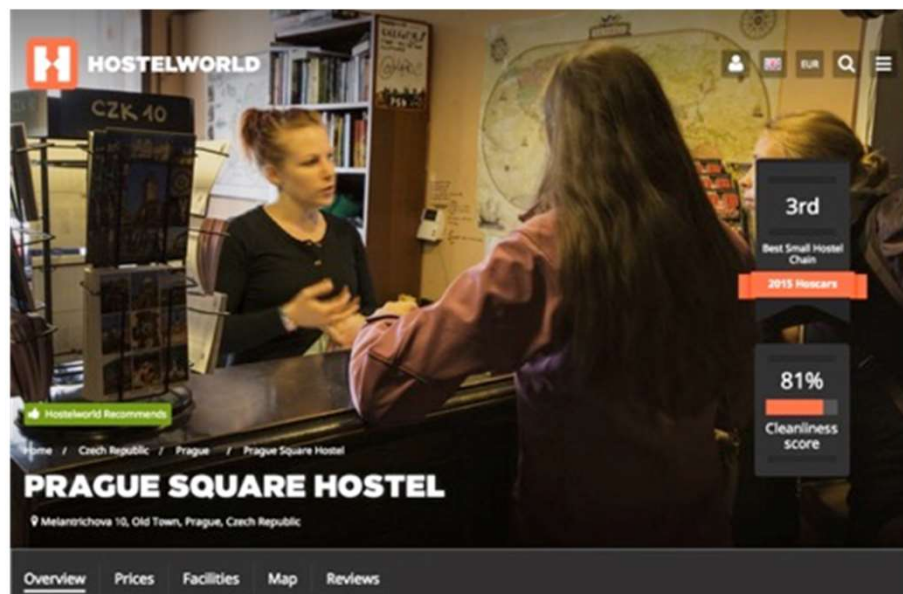


Latest Review

"Wonderful hospitality from the staff. Overall a very enjoyable stay"

- Anonymous [See all reviews](#)

[Read all reviews](#)



Hostelworld says

Hostelworld guests have said 'the location couldn't be any better' at Prague Square Hostel. It's set next to Old Town Square and the Astronomical Clock in Old Town. This hostel is a good option for those on a budget as its central location means guests have little need for trams or taxis to get around the city. Our visitors have said the staff are 'very friendly and helpful with any and all questions, [they take] the time to point things out on the map and [make] a free breakfast and sandwich every day'.

Property Description

One of the best located hostel in Prague, Old Town.

24 hours reception, non-smoking hostel, free internet/wifi, breakfast, towels, linen and more...

Prague Square Hostel is located directly in the historical center of Prague. 150 steps from the famous Old... [Show more](#)



Best For: Central Location Young Travelers

84% 4,386 Total Reviews



Latest Review

"Wonderful hospitality from the staff. Overall a very enjoyable stay"

- Anonymous [See all reviews](#)

[Read all reviews](#)



Etkin, J. (2016). *The hidden cost of personal quantification*.
Journal of consumer research, 42(6), 967-984.

**Social media
and traffic
don't mix**



you use in a



Daar kun je mee  komen

Good intended interventions can have unethical effects

without the actors even being aware





"On second thought, don't correct me if I'm wrong."



5 praktische principes

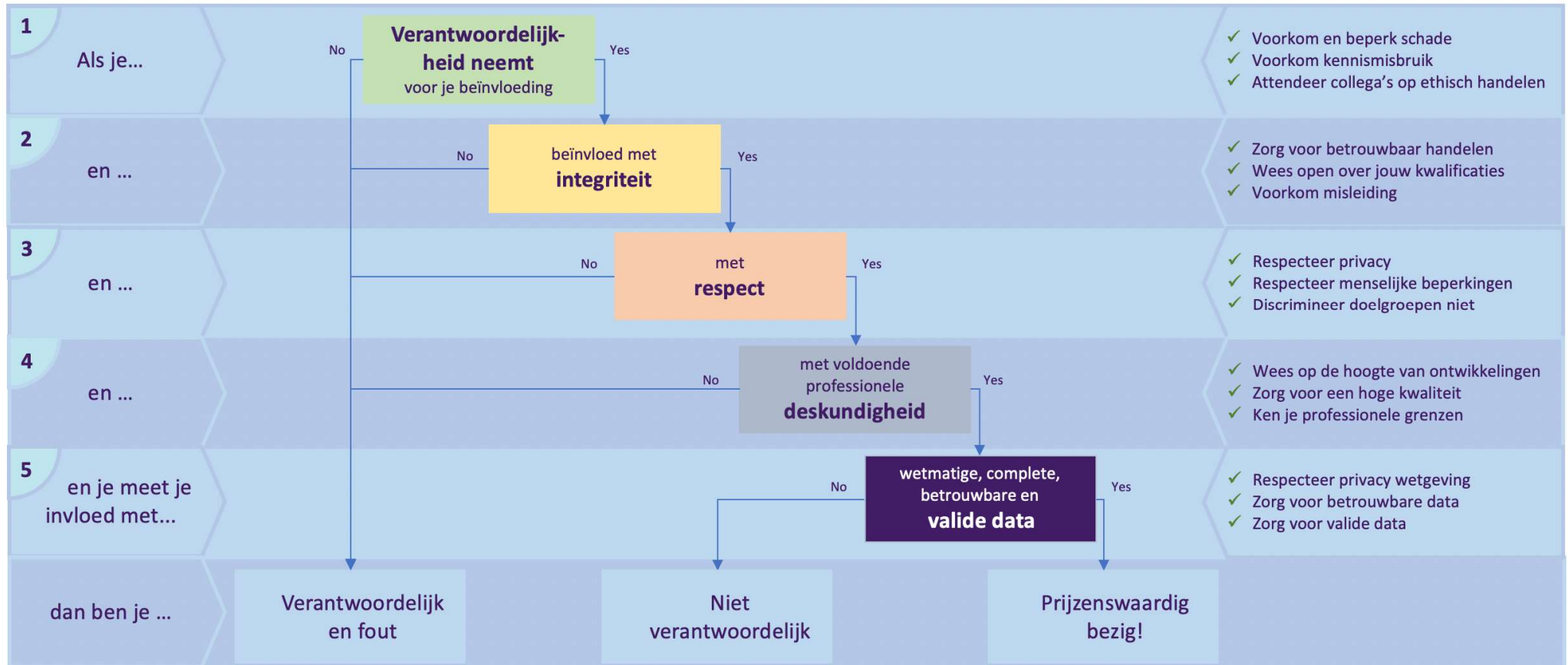
voor ethisch handelen bij gedragsbeïnvloeding





Beslisboom voor Ethische Gedragsbeïnvloeding

5 stappen om erachter te komen of uw gedragsbeïnvloeding als ethisch kan worden beschouwd.



These principles for acting ethically and with integrity in influencing behaviour have been developed by the Social & Economic Psychology (SEP) section. If you are a NIP member, the more extensive [professional code for academic psychologists and behavioural influencers](#) applies. For questions: sectiesep@psynip.nl.

Nederlands Instituut van Psychologen



NIP

Verantwoordelijkheid

1. Neem verantwoordelijkheid voor je gedragsbeïnvloeding

a. Voorkom en beperk schade of negatieve neveneffecten. Wees ervan op de hoogte dat eventuele neveneffecten kunnen optreden bij een interventie. Breng deze zoveel mogelijk in kaart, en weeg deze mee in een kosten-baten afweging. Schade of negatieve effecten dienen zoveel mogelijk voorkomen te worden.

b. Voorkom misbruik van kennis. Zorg ervoor dat de verzamelde kennis (data, gemeten effecten, rapportages en adviezen) niet kunnen worden misbruikt.

c. Wees alert op functioneren en uitkomsten van collega's. Wanneer de gedragsbeïnvloeding van collega's niet ethisch of integer is, of mogelijke schadelijke gevolgen onvoldoende in kaart zijn gebracht, danwel niet of onvoldoende of meegewogen in de kosten-baten analyse, attendeer je ze hierop.

Verantwoordelijke opdracht
Wijz en opdracht of wanneer dit tot schade of andere negatieve effecten kan leiden die niet opwegen tegen de baten.

Verke Sociale en Economische Psychologie (SEP), 4123BNBES. Voor vragen: sep@nipp.nl

Integriteit

2. Beïnvloed integer

a. Zorg dat je vrij bent integer te handelen. Je moet onafhankelijk, objectief en professioneel kunnen handelen, zonder beïnvloeding door bijvoorbeeld aspiraties, externe druk of machtsverhoudingen. Agendeer het direct wanneer je je mogelijk niet ethisch kunt verantwoorden voor de effecten van jouw handelen.

b. Wees open over jouw kwalificaties, kennis, kunde en bronnen. Geef aan opdrachtgevers aan wat je wel en niet op professioneel niveau kunt. Geef bij adviezen zo veel mogelijk de data en kennisbronnen waaruit je hebt geput.

c. Voorkom misleiding. Gebruik geen technieken of data om opdrachtgevers, klanten of andere betrokkenen te verliezen om beslissingen te nemen of gedrag te vertonen dat ze niet zouden vertonen wanneer ze redelijk geïnformeerd, onzijdig en oplettend waren geweest, of waarvan voor hen zichtbare effecten bekend zijn.

Deze principes voor ethisch en integer handelen bij gedragsbeïnvloeding zijn ontwikkeld door de NIP. Het is niet de bedoeling de algemene beroepscode voor academisch psychologen te vervangen.

Respect

3. Beïnvloed met respect voor de doelgroep en de kwetsbaren daarbinnen

a. Respecteer privacy van de doelgroep. Beoordeel altijd wanneer je voor betrouwbare inzichten en gedragsbeïnvloeding doordringt in het privelieven van de doelgroep. Dring niet verder door in het privelieven dan noodzakelijk voor de (respektvolle) opdracht.

b. Houd rekening met beperkingen van de mens in het algemeen en kwetsbaren in het bijzonder. Houd rekening met bekende onbewuste valkuilen en biases, maar ook met specifieke kwetsbaarheden.

c. Maak uitsluitend onderscheid tussen doelgroepen voor zover relevant en gerechtvaardigd voor de (respektvolle) opdracht. Denk bijvoorbeeld aan onderscheid wegens ras, etniciteit, geartheid, politieke gezindheid of op welke grond dan ook. Baseer je op wet- en regelgeving en je eigen morele kompas bij de afweging.

Respektvolle opdracht
Wijz en opdracht af wanneer privacy of kwetsbaarheden van de doelgroep ongerechtvaardigd aangetast worden.

Verke Sociale en Economische Psychologie (SEP), 4123BNBES. Voor vragen: sep@nipp.nl

Deskundigheid

4. Beïnvloed op basis van voldoende deskundigheid

a. Zorg voor een hoge kwaliteit van beroepsmatig handelen. Kies methoden die doeltreffend en doelmattig zijn en houd rekening met beperkingen van de methoden. Wanneer methoden en technieken ontoereikend zijn voor een deskundige interventie of beantwoording van de vraagstelling, herformuleer dan de opdracht of wijz deze af.

b. Wees op de hoogte van ontwikkelingen binnen het vakgebied. Houd je kennis up-to-date door zowel de ontwikkelingen binnen sociale en economische psychologie, als de ethische discussies bij te houden.

c. Ken de grenzen van je persoonlijke vakbekwaamheid, en van het vakgebied en handel daarnaar. Erken de professionele en persoonlijke beperkingen van je deskundigheid en hanteer alleen methoden waarvoor je door opleiding, training of ervaring bent gekwalificeerd.

Deze principes voor ethisch en integer handelen bij gedragsbeïnvloeding zijn ontwikkeld door de NIP. Het is niet de bedoeling de algemene beroepscode voor academisch psychologen te vervangen.

Data

5. Gebruik rechtmatige, betrouwbare en valide data

a. Werk alleen met rechtmatig verkregen data en respecteer de (AVG) wetgeving. Wees op de hoogte van de wetgeving en handel niet alleen volgens de letter, maar ook volgens de geest van de wet (ook ook deze verhoort uitslag). Verzeker je er bijvoorbeeld van dat toestemmingen bewust, vrijblijvend, geïnformeerd en doordacht gegeven zijn.

b. Ken de betrouwbaarheid van je data en handel daarnaar. Rapporteer bijvoorbeeld je betrouwbaarheidsintervallen, en wees voorzichtig met conclusies en interventies op basis van onderzoeksdata met lage aantallen.

c. Ken de validiteit van je data en handel daarnaar. Verzeker jezelf ervan dat je data voldoende meet wat je beoogt te meten, en wees voorzichtig met minder valide data. Trek bijvoorbeeld minder stevige conclusies bij zelfrapportages dan bij directe gedragsmetingen.

Rapporteer het indien data onvoldoende betrouwbaar of valide is.

Juist datagebruik bij een opdracht
Wijz en opdracht af wanneer data niet aan (AVG) wetgeving voldoet, of onvoldoende betrouwbaar of valide is.

Verke Sociale en Economische Psychologie (SEP), 4123BNBES. Voor vragen: sep@nipp.nl



Principes voor ethisch handelen bij gedragsbeïnvloeding

Vijf vereenvoudigde ethische principes voor iedereen die zich bezig houdt met gedragsbeïnvloeding en -verandering. Van beleidsmakers tot marketeers, van reclamemakers tot presentatoren. Soms heeft gedragsbeïnvloeding een averechts effect. Vrijwel altijd treden er neveneffecten op. Gedragsbeïnvloeding is complex, met het risico dat het schadelijk is voor mensen en onze maatschappij. Deze principes verkleinen de kans dat jij onethisch handelt, of (onbedoeld) negatieve mentale en gedrags effecten veroorzaakt.

Beïnvloed ethisch
Hoe handel je ethisch en integer bij grootschalige gedragsbeïnvloeding?

- ✓ Houd je aan de 5 ethische principes
- ✓ Volg de wet, regelgeving en leidraden
- ✓ Hanteer je moreel kompas

1. Verantwoordelijkheid
Neem verantwoordelijkheid voor je gedragsbeïnvloeding

- Voorkom en beperk schade
- Voorkom kennismisbruik
- Attendeer collega's op ethisch handelen

2. Integriteit
Beïnvloed integer

- Zorg voor betrouwbaar handelen
- Wees open over jouw kwalificaties
- Voorkom misleiding

3. Respect
Beïnvloed met respect voor de doelgroep en de kwetsbaren daarbinnen

- Respecteer privacy
- Respecteer menselijke beperkingen
- Discrimineer doelgroepen niet

4. Deskundigheid
Beïnvloed op basis van voldoende deskundigheid

- Wees op de hoogte van ontwikkelingen
- Zorg voor een hoge kwaliteit
- Ken je professionele grenzen

5. Data
Gebruik rechtmatige, betrouwbare en valide data

- Respecteer privacy wetgeving
- Zorg voor betrouwbare data
- Zorg voor valide data

Deze principes voor ethisch en integer handelen bij gedragsbeïnvloeding zijn ontwikkeld door de sectie Sociale en Economische Psychologie (SEP). Ben jij NIP-lid, dan geldt de uitgebreidere [beroepscode voor academisch psychologen en gedragsbeïnvloeders](#). Voor vragen: sectiesep@psvnp.nl

Gedrag beïnvloeden

Gedragsverandering is een complex proces. Onder gedragsbeïnvloeding verstaan we alle interventies, campagnes en koersontwikkelingsactiviteiten die worden ingezet om gedrag van mensen te beïnvloeden of te veranderen. Zoals de meest gebruikte psychologische technieken met aandacht voor de effecten van omgeving, een interventie of een boodschap op mensen hebben. Ze werken echter niet met een ethische, morele, wetenschappelijke onderbouwing en statistische methoden, waardoor de grote kans bestaat op gedragsbeïnvloeding te ingewoond gedrag op een manier te veranderen die niet overeenkomt met ethische principes en waarden van alle betrokkenen. Wij kunnen alleen maar enthousiast zijn over deze interesse, maar willen ook waken voor onethische praktijken. Daarom is dit document gemaakt voor alle mensen die met gedragsbeïnvloeding bezig zijn.

NIP Sectie Sociale- & economische psychologie

Contact: sectiesep@psvnp.nl

Ethische code: [Hier](#)

Linken: [Hier](#)

Website: [Hier](#)

Deze principes voor ethisch en integer handelen bij gedragsbeïnvloeding zijn ontwikkeld door de sectie Sociale en Economische Psychologie (SEP). Ben jij NIP-lid, dan geldt de uitgebreidere [beroepscode voor academisch psychologen en gedragsbeïnvloeders](#). Voor vragen: sectiesep@psvnp.nl

Download pdf >>



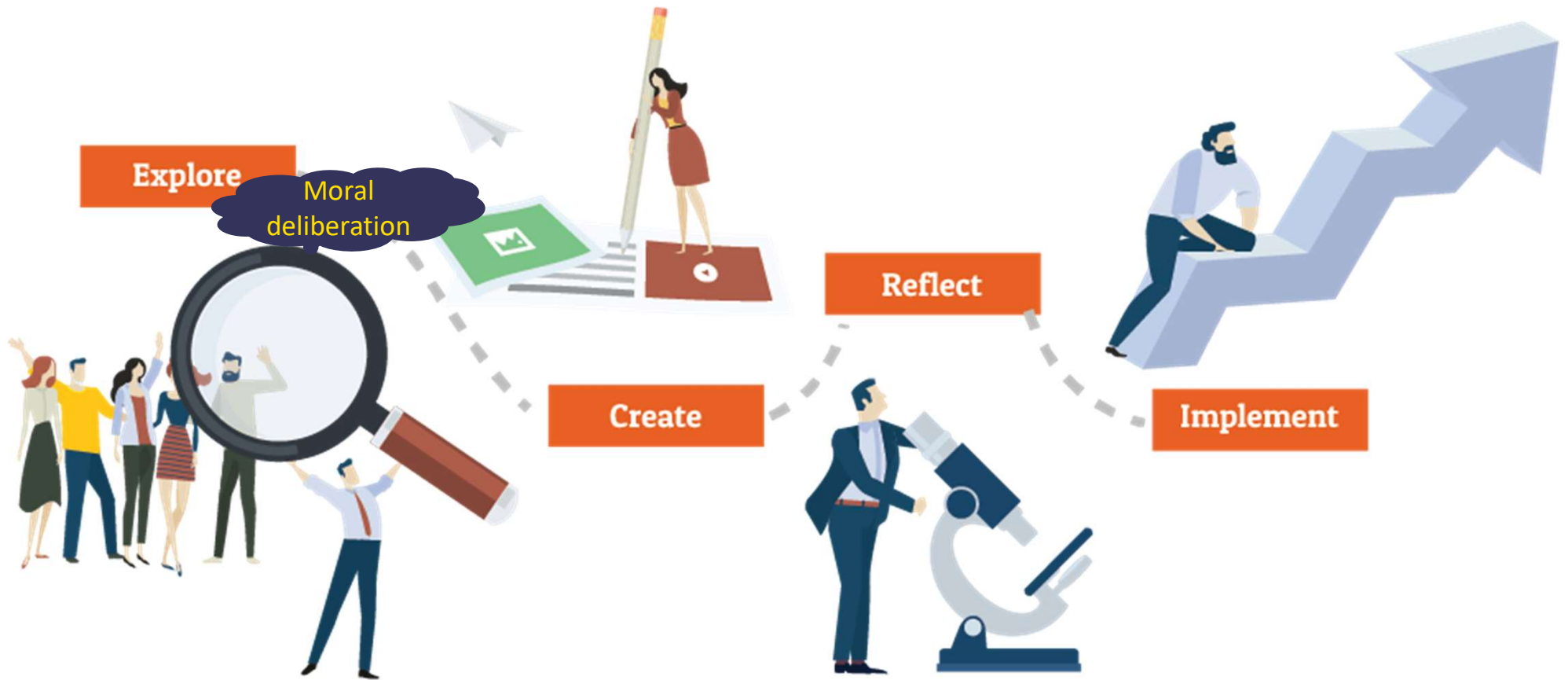
Verantwoordelijkheid

dien je serieus te nemen bij gedragsbeïnvloeding



Analyseer vooraf de risico's

op schadelijke hoofd- en bijeffecten (specifiek ook voor kwetsbaren)



Voer daartoe moreel beraad

(liefst met een gedragsexpert)

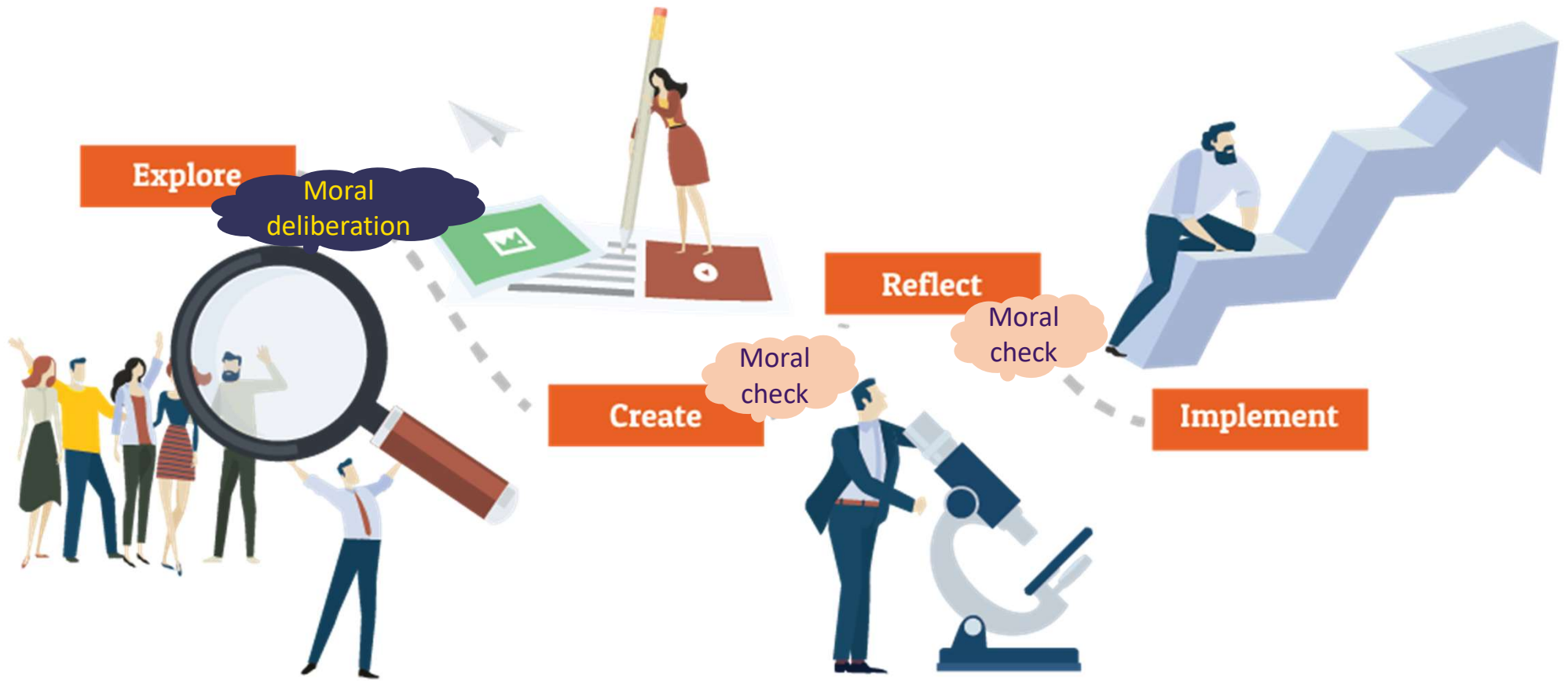


Of een speciale ethische commissie

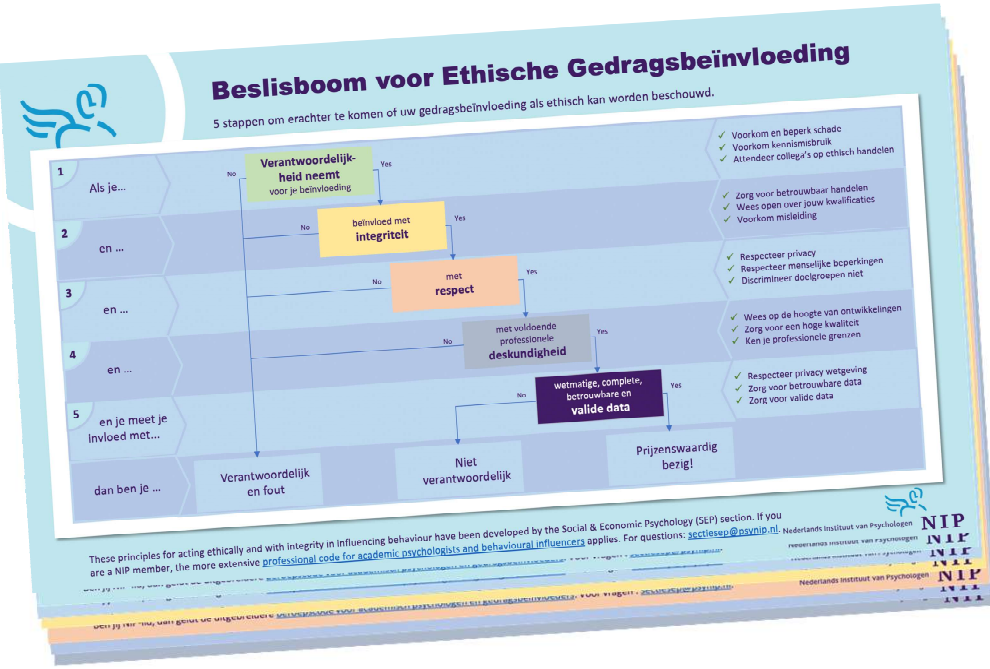
zoals in de wetenschap altijd verplicht is...



Blijf checken



Moral deliberation: Guidelines can help



Please note that, although every effort has been made to ensure this translation is accurate and consistent, it is for informational purposes only. In case of any dispute or inconsistency, the Dutch version is authentic.

Guidelines

Protection of the online consumer

Boundaries of online persuasion

These guidelines are intended to help you understand the boundaries of online persuasion and to ensure that you are acting ethically and responsibly. They are based on the principles of the professional code for academic psychologists and behavioural influencers.

The guidelines cover the following areas:

- Transparency: You should be clear about your identity and the purpose of your communication.
- Integrity: You should not engage in deceptive or misleading practices.
- Respect: You should respect the privacy and autonomy of your audience.
- Competence: You should only engage in activities that you are qualified to do.
- Data Protection: You should ensure that you are collecting and using data in a lawful and ethical manner.

For more information, please contact the Social & Economic Psychology (SEIP) section of the Dutch Psychological Society (NIP).



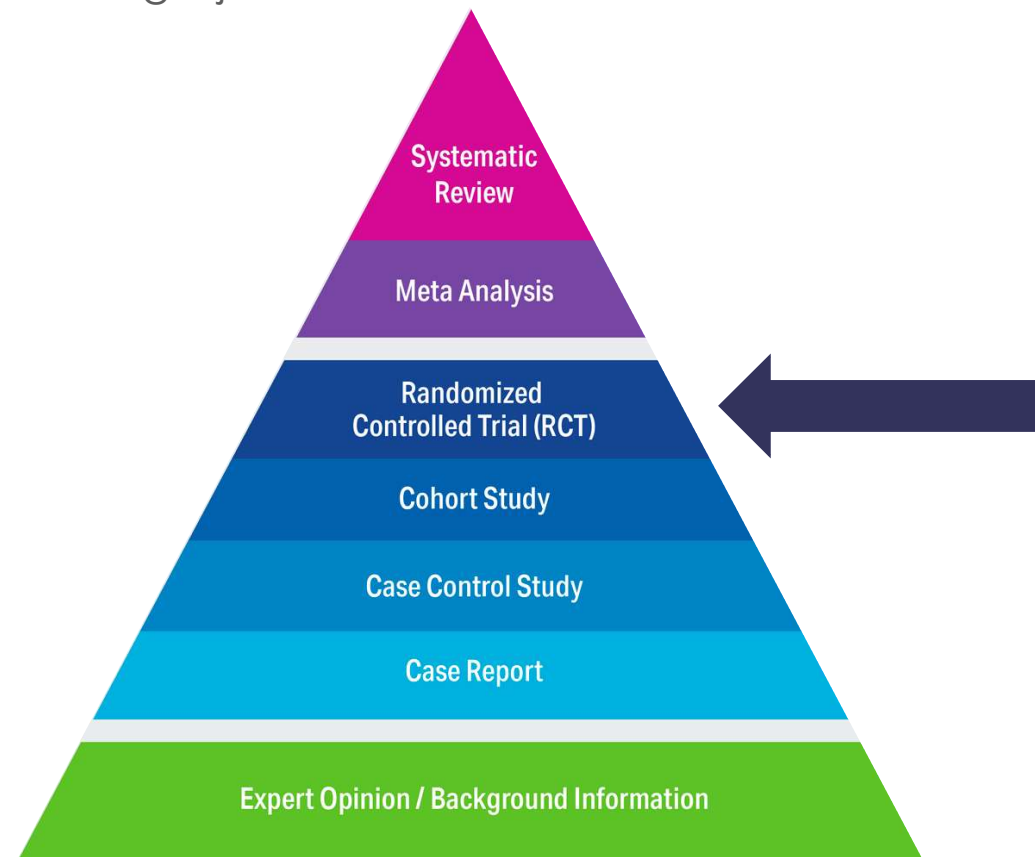
Betrouwbaarheid & Validiteit van Data

(en privacy)



Monitor de gedragsverandering

zo betrouwbaar en valide mogelijk



Hierarchie van Bewijs



Workshop

(poging tot...)



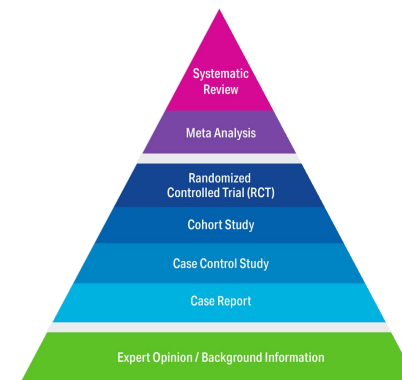
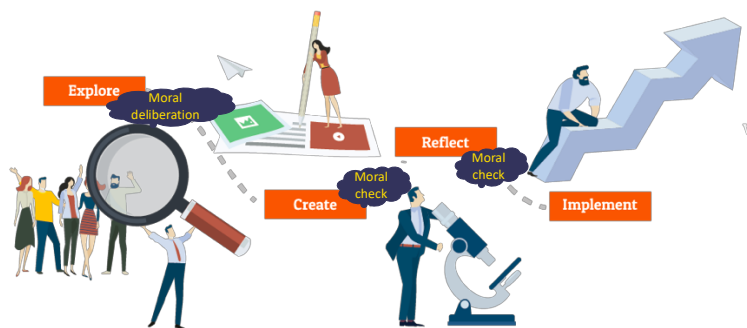
Workshop ethiek & betrouwbaarheid

Ter voorkoming van onbedoelde onethische effecten

Maak groepjes van 2 a 3 personen en kies een typische interventie, beleidsmaatregel of campagne waar één van jullie mee bezig is (liefst eentje met ethische gevoeligheden).

Bespreek met elkaar hoe je:

1. **Ethische controles in het proces kan toevoegen** (niet, moreel beraad, gedragsexpert, ethische commissie).
2. **De gedragsverandering gaat meten en evalueren** (hoofd-effect en mogelijke bij-effecten en kwetsbare groepen).





Positieve gedragsverandering: het kan en het moet!

Maar wees erop alert dat en gedragsverandering complex en veel lastiger te voorspellen is dan ons brein neigt te denken.

=> Dus behoud de goede intenties,
maar wees pro-actief in het voorkomen van schade

DANK!



Moral compass

Is this experiment ok to execute?

Apple iPhone 14 Pro 5G
128 GB - Space Black

Jouw keuze

Toestel per maand	31,00
Abonnement	20,00
Extra's (2)	0,00 0,00
Totaal per maand	51,00
Ma 2 jaar	20,00
Enmalig	489,83

Pre-order

Heb je al een abonnement bij KPN?

Combineer KPN of XS4ALL Internet met Mobiel en krijg korting!

Krijg tot 600,- retour

Bij inruil van een iPhone 12 Pro. Heb je een andere

Apple iPhone 14 Pro 5G
128 GB - Space Black

Jouw keuze

Toestel per maand	31,00
Abonnement	12,50
Extra's (2)	0,00 0,00
Totaal per maand	48,50
Ma 2 jaar	17,00
Enmalig	489,83

Pre-order

Heb je al een abonnement bij KPN?

Combineer KPN of XS4ALL Internet met Mobiel en krijg korting!

Jouw korting

- Elke maand tot € 7,50 korting op Mobiel
- Gratis Pluspakket t.w.v. € 6,99 /mnd bij TV
- € 5 - Entertainmentkorting bij een entertainmentpakket naar keuze (geldt niet met ...)

Moral compass

Is this experiment ok to execute?

The screenshot displays the KPN website's product page for the Apple iPhone 14 Pro 5G (128 GB - Space Black). The page features a central image of the phone, a 'Nieuw' (New) badge, and a 'Pre-order' button. A pop-up window is overlaid on the page, asking 'Heb je al een abonnement bij KPN?' (Do you already have a subscription with KPN?). The pop-up includes a close button (X) and two buttons: 'Ja' (Yes) and 'Nee' (No). Below the pop-up, the main page content is partially visible, showing storage options (128 GB, 256 GB, 512 GB, 1 TB) and a 'Pre-order' button. The background page also includes a 'Jouw keuze' (Your choice) section with a table of prices and a 'Hulp nodig? Bel KPN' (Need help? Call KPN) section.

Apple iPhone 14 Pro 5G
128 GB - Space Black

Nieuw

Hulp nodig? Bel KPN:
088-7650017 (ma - zo 08:00 - 20:00u)

Jouw keuze

Toestel per maand	41,00
Abonnement	27,50
Extra's (2)	2,50 0,00
maand	68,50
	27,50
	249,83

Heb je al een abonnement bij KPN?
Combineer KPN of XS4ALL Internet met Mobiel en krijg korting!

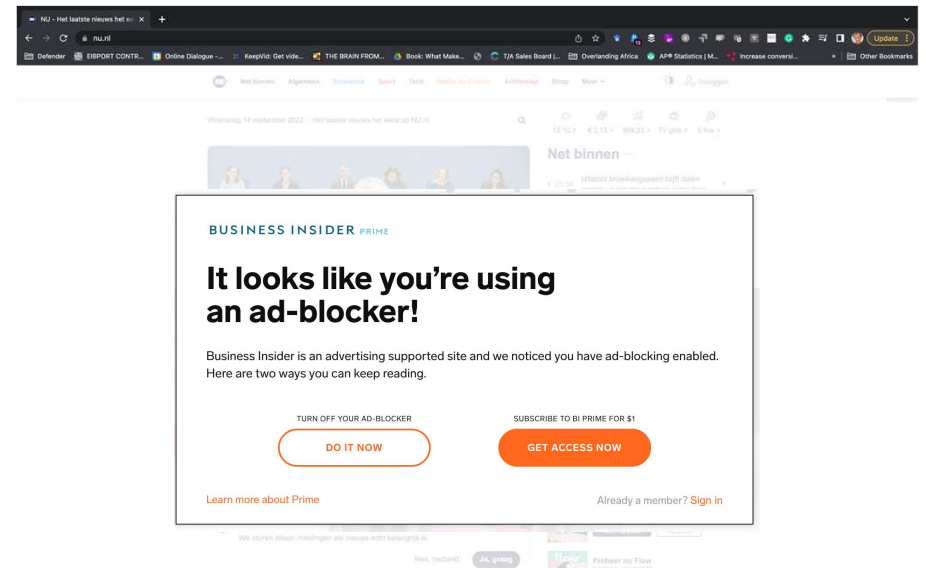
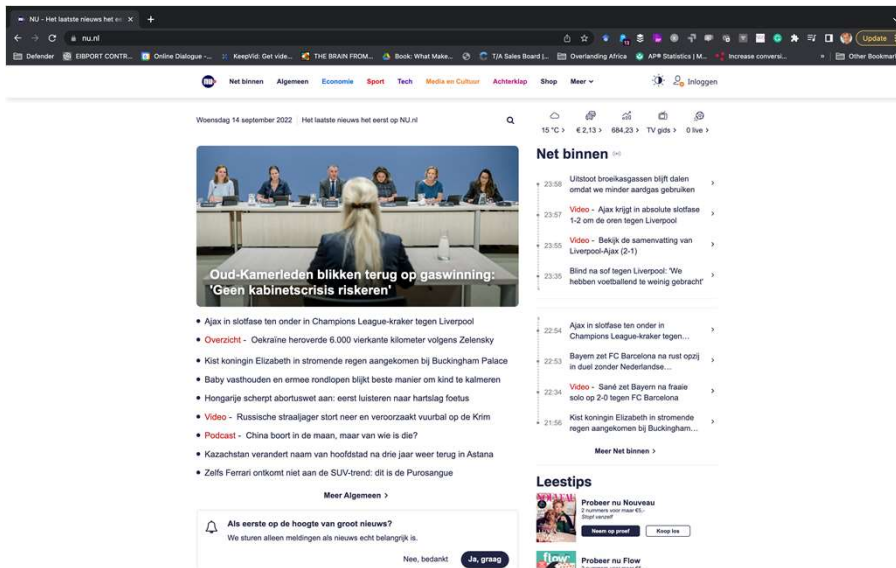
Ja Nee

Heb je al een abonnement bij KPN?
Combineer KPN of XS4ALL Internet met Mobiel en krijg korting!

Nee Ja

Leverbaar vanaf 16 september
Gratis nummerbehoud! Wij regelen je overstap.
14 dagen bedenktijd
Getest als het beste mobiele netwerk (Umlaut & Ookla 2022)*

Moral deliberation



Is this experiment **ok** to execute, or **not ok**?