

Uitgeschreven tekst Odette van de Riet | #1 Introductie op gedragsbeïnvloeding | MOOC Slim beleid

Mijn naam is Odette van de Riet. Ik leid het gedragsteam van het Ministerie van Infrastructuur en Milieu.

1.

In inzicht 1 van deze MOOC heb ik je meegenomen in de wereld van gedrag.

Wil je gedrag veranderen, dan zul je zowel met het snelle systeem 1 als met het langzame systeem 2 rekening moeten houden.

In inzicht 2 tot en met 7 van deze MOOC hebben collega's verteld hoe zij gedragskennis in de praktijk hebben toegepast.

In de afsluiting van deze MOOC blik ik met je terug op de gedragsinzichten die zij gedeeld hebben en plaats ik deze in context.

Dat doe ik door gebruik te maken van een handzaam schema dat we bij ons ministerie gebruiken om vraagstukken te structureren en systematisch af te pellen.

Het schema helpt om gedrag te doorgronden (de D van DOE-MEE) en beleid te ontwikkelen (de O van DOE-MEE).

Op het schema ga ik in deel twee dieper in.

2:

Zoals je kunt zien, onderscheiden we vijf typen gedragsfactoren.

Ons gedrag wordt ten eerste beïnvloed door de omstandigheden waarin mensen verkeren.

Daarbij gaat het niet alleen om de financiële aspecten (wat kost het me en wat levert het me op) en de wet- en regelgeving (wat wel en niet mag), maar ook om zaken als de ruimtelijke inrichting en de faciliteiten.

Zo is Amsterdam bezig om de openbare ruimte zo in te richten dat die uitnodigt om te bewegen: zodat er uiteindelijk vaker wordt gelopen en gefietst en vaker de trap wordt

genomen.

En bij de casus zwerfafval kwam het belang van faciliteiten naar voren.
Zit de ondergrondse afvalcontainer bijvoorbeeld niet te vol?

Bij de omstandigheden speelt de leesbaarheid van de omgeving een belangrijke rol.
De omgeving geeft signalen af die, bewust of onbewust, reacties uitlokken.

Het plaatsen van afvalbakken die goed vindbaar, opvallend en herkenbaar zijn, draagt bij aan het verminderen van zwerfafval.

En het gebruik van spiegels in de openbare ruimte kan tot netter gedrag leiden omdat mensen zichzelf dan in de spiegel bezig zien.

Verder is gemak van invloed. Niet alleen het fysieke gemak, maar ook het mentale gemak.
De Belastingdienst maakt het mensen bijvoorbeeld zo makkelijk mogelijk om hun aangifte te doen.

Tenslotte speelt de sfeer van de omgeving een belangrijke rol.

Geuren, kleuren, licht en muziek hebben invloed op het gedrag van mensen.

De rode lopers en spiegels die in het uitgaansgebied van Hilversum werden gebruikt, waren erop gericht om jongeren het gevoel te geven van Je gaat nu een speciaal gebied binnen, waar mensen zich feestelijk en sociaal gedragen.

En bij afvalcontainers geldt Schoon houdt schoon.
En andersom geldt het ook: als er al wat afval ligt, trekt dat snel meer afval aan.

Ten tweede wordt ons gedrag beïnvloed door onze bekwaamheden, onze kennis en vaardigheden.

Weet men bijvoorbeeld welk afval waarin moet en hoe de klep open moet?

Een derde factor van invloed zijn onze motieven. Belangrijk daarbij is onze inschatting van de voor- en nadelen van het gedrag.

Bijvoorbeeld in de casus B-riders: Wat levert fietsen naar mijn werk me op?
Frisse buitenlucht? Tijdwinst omdat het sneller is?
Of omdat ik dan
s avonds niet meer naar de sportschool hoef?

Handhaving en eventuele boetes spelen bij de afweging van de voor- en nadelen overigens ook

een rol.

Probleembesef beïnvloedt ook onze motieven. De betrokkenheid bij en bewustzijn van een probleem bepaalt of men aan een oplossing wil werken.

En heeft men er vertrouwen in het gedrag te kunnen vertonen?

Dat men daar de capaciteiten en mogelijkheden voor heeft?

Bijvoorbeeld om op vaste dagen met de fiets naar het werk te gaan?

En in hoeverre heeft men vertrouwen dat de eigen inzet ook wat oplevert?

En spelen er misschien persoonlijke weerstanden? Weerstand tegen de boodschapper, de boodschap of de manier waarop de boodschap gecommuniceerd wordt?

Wat motiverend kan werken is om de doelgroep te betrekken in het proces.

Dit is gedaan in de casus bij de Nederlandse Aardolie Maatschappij.

Om veilig gedrag op de werkvloer te stimuleren, maakt een groepje willekeurig gekozen medewerkers elke ochtend een tour over het fabrieksterrein. Onveilige situaties worden in kaart gebracht en vervolgens in brede kring besproken.

Ook een probeeraanbod kan een motiverende werking hebben.

Voor het bereiken van een structurele gedragsverandering, is vaak echter meer nodig.

Bij Maastricht Bereikbaar kregen werknemers daarom stap-voor-stap begeleiding.

Een persoonlijk plan werkt ook motiverend.

Bij B-riders maakten mensen een persoonlijk plan waarin concrete doelen werden gesteld. En gedurende het project kreeg men via de app en mail regelmatig feedback op het behaalde resultaat.

Een vierde factor van invloed is de sociale omgeving.

Hierbij speelt de sociale norm en mate waarin men er vertrouwen in heeft dat het eigen gedrag bijdraagt aan het grote geheel.

Mensen volgen vaak het gedrag van anderen.

Door de Belastingdienst wordt daarom in sommige brieven benadrukt dat de meeste mensen op tijd hun aangifte doen.

En bij de B-riders werden de resultaten en ervaringen onderling met elkaar gedeeld en vergeleken.

En er ontstond onderlinge verbondenheid doordat mensen in teams fietsten.

En herinneren jullie nog het bord met de tekst De meeste mensen uit deze buurt gooien hun restafval in de container en zetten geen afval naast de container?

Ook rolmodellen kunnen een grote invloed hebben, zoals we hebben gezien bij de inzet van Lee Towers bij de havenarbeiders in Rotterdam.

Verder speelt autoriteit een rol. De Belastingdienst vermeldde daarom in een brief dat de staatsecretaris de opdracht had gegeven.

En ook commitment is van groot belang. We houden ons meestal aan een gedane toezegging. Wie A zegt, moet ook B zeggen.

Mensen blijken hun belastingaangifte bijvoorbeeld eerlijker in te vullen als ze beginnen met het plaatsen van hun handtekening.

Daarnaast horen sympathie, schaarste en wederkerigheid in deze categorie. Mensen die we sympathiek vinden, krijgen meer van ons gedaan.

Als iets schaars is, willen we het hebben.

En als iemand moeite voor ons doet, zijn we automatisch geneigd om iets terug te doen.

Om van dit laatste een voorbeeld te geven:

De handgeschreven post-its van de Belastingdienst speelden in op wederkerigheid.

De vijfde en laatste factor van invloed is de manier waarop mensen keuzes maken.

Mensen hanteren, bewust of onbewust, allerlei vuistregels.

Een aantal voorbeelden.

Het zekere voor het onzekere. Mensen kiezen vaak voor het zekere, zelfs als hier nadelen aan verbonden zijn.

Het bestaande boven het nieuwe. Onbekend maakt vaak onbemind.

Liever nu dan later. Mensen zijn vaak ongeduldig en gaan vaak voor het directe voordeel en minder voor het lange termijn voordeel.

Morgen gaan we gezond eten, maar vandaag nemen we nog die ongezonde snack.

En tot slot:

Mensen hebben liever niet te veel keuzemogelijkheden.

Als er teveel opties zijn, kan keuzestress optreden waardoor mensen afhaken.

Ik heb jullie een impressie gegeven van mogelijke gedragsfactoren die een rol kunnen spelen.

Door het schema systematisch af te lopen structureer je het vraagstuk. En helpt het je om je te

verdiepen in het gedrag en effectief beleid te ontwikkelen.

Uiteraard is het daarbij essentieel om ook aandacht te besteden aan de ethische kant.

3:

Bij het ontwikkelen van beleid moet altijd de ethische vraag worden gesteld: Mag de overheid dit wel?

In een Kamerbrief over de toepassing van gedragskennis in beleid van eind 2014, wordt op de ethische kant ingegaan.

In de Kamerbrief staat dat al het overheidsbeleid invloed uitoefent op hoe mensen zich gedragen en dat het altijd nodig is om transparant te zijn en dat er een zorgvuldige afweging moet plaatsvinden.

Er bestaan richtlijnen die je daarbij kunnen helpen.
Op de site lees je daarover meer.

4.

Als je je als beleidsmaker verdiept in het gedrag, kun je de effectiviteit van beleid vergroten. Dat hebben we gezien.

Er bestaan verschillende onderzoekstechnieken die je kunt gebruiken om je te verdiepen.

Ga in elk geval in gesprek met de doelgroep.
En breng de beschikbare kennis bij elkaar.

Kijk breed en let op de eventuele interacties tussen factoren.

Kijk waar mogelijkheden zijn voor beleid en kansrijke opties liggen.
En ga vervolgens experimenteren in de praktijk.

Kortom, DOE-MEE!
En laat je ondersteunen door gedragsexperts.

Succes!