

Afvalcampagne Amstelveen

Afval sorteren en Voorkomen Bijplaatsingen



Novi Mores
Kirsten Ruitenburg
Datum: 19-02-2018



Introductie

Voorstellen

Doel van de dag

Wat gaan we doen



Waarom deze setting

Volledig beeld van doelgroep en mogelijkheden door: Jullie!

VBU, DUWO, kringloopwinkel De Boemerang, Greenoffice VU, 90 Graden Communicatie , Natuur- en Milieueducatie (NME), Wijkbeheer en Afvalbeheer van de gemeente Amstelveen

Samen:

- Omvattend beeld van doelgroep en situatie
- Gedragen aanpak, waar commitment op is.

Aanname of feit?

Bewoners Uilenstede weten wel wat de regels zijn, ze hebben er lak aan

Als je maar helder en frequent communiceert dan gaan mensen vanzelf afval goed scheiden

De enige manier waarop je bijplaatsingen effectief aanpakt, is door te beboeten

Mensen binnen dit team/ deze setting weten elkaar prima te vinden en zijn goed op de hoogte van elkaars aanpak

Uilenstede



Gedragsbeïnvloeding



Gedragsbeïnvloeding

De luizenexpert heeft de mensen ook echt van de luizen afgeholpen, hoe heeft hij dat gedaan?

- a) de luizenexpert heeft een verwijsbriefje voor de apotheek gegeven
- b) de luizenexpert heeft de mensen schreeuwend en springen door de tuin laten gaan
- c) de luizenexpert heeft de mensen een combinatie van sinas en azijn laten drinken
- d) de luizenexpert heeft de mensen een aantal keer een anti-luizenspreuk laten roepen

Gedragsbeïnvloeding



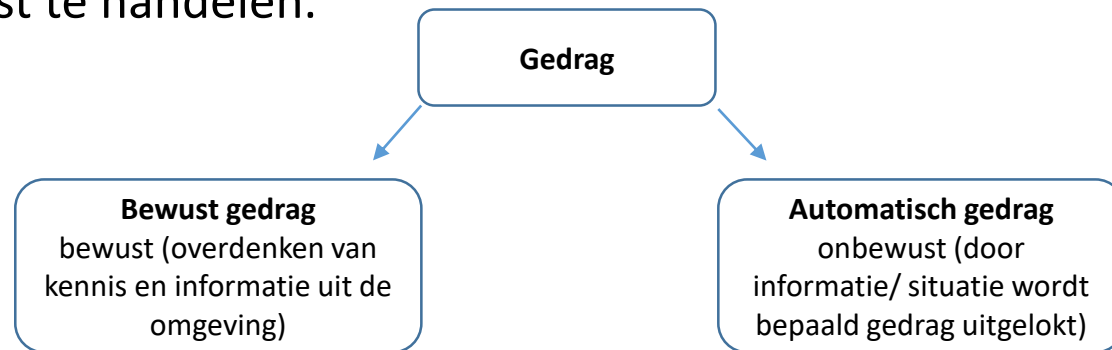
Sociale beïnvloeding

- Wanneer beïnvloeden we iemand?
Wanneer we het denken en/of doen van een individu veranderen.

Twee systemen:

- Bewust gedrag
- Onbewust gedrag

- Wij maken 1000'en beslissingen per dag en hebben maar beperkte capaciteit en motivatie om bewust te handelen.



Nudging



Een 'nudge' betekent een 'duwtje' in de goede richting.

Keuze vrijheid blijft behouden, maak de goede keuze de makkelijke keuze:
Sociale beïnvloeding toegepast op inrichten van de keuze-omgeving

Acroniem:

- i**N**centives
- **U**nderstand choice mapping
- **D**efaults matter
- **G**ive Feedback
- **E**xpect error
- **S**tructure complex choices

Prikkels die zorgen voor bepaald gedrag

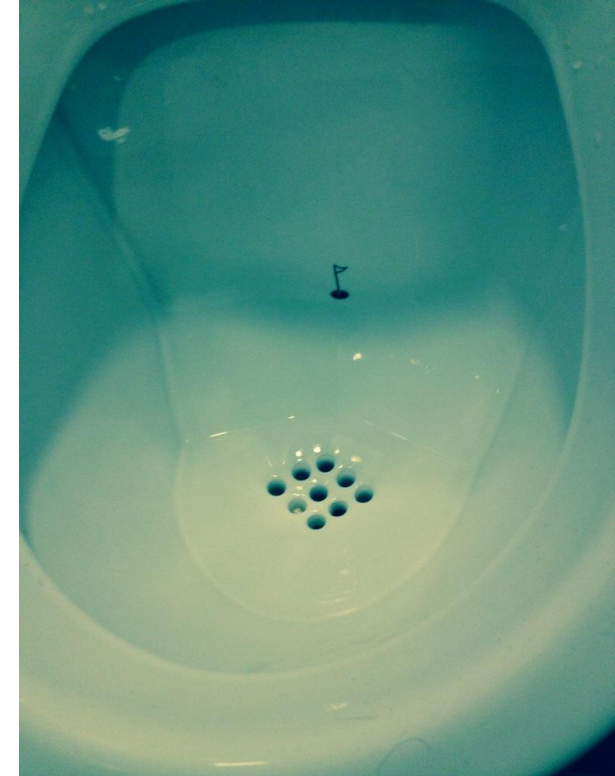
Maak het eenvoudig, zodat je weet wat je moet kiezen voor een goede uitkomst

Standaardoptie, maakt het makkelijk

Feedback geven voor gewenst gedrag

Verwacht fouten, houd daar rekening mee in het ontwerpproces

Structureren van moeilijke keuzes, waardoor het makkelijker wordt

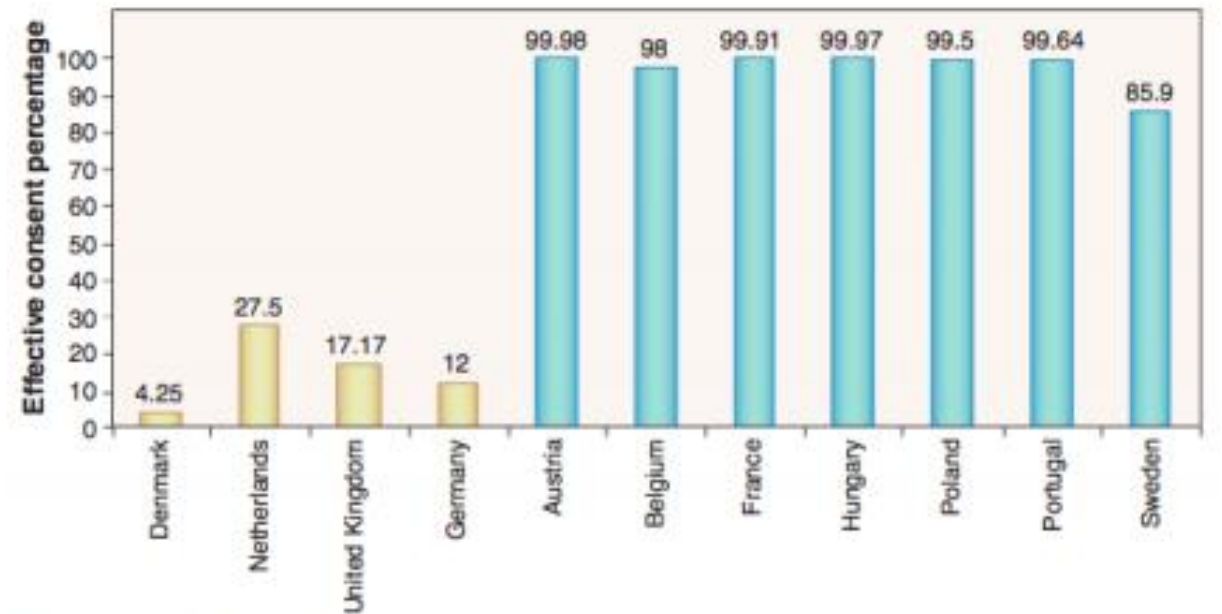


Nudging

Feedback



Wat is standaard (default)



Effective consent rates, by country. Explicit consent (opt-in, gold) and presumed consent (opt-out, blue).

Nudging

“Handwashing with soap among school children was low at baseline (4%), increasing to 68% the day after nudges were completed and 74% at both 2 weeks and 6 weeks post intervention.”

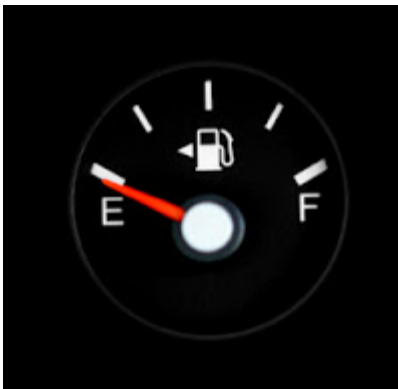


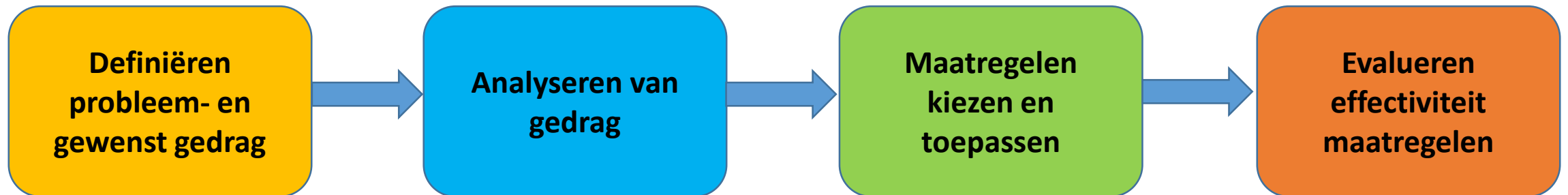
Figure 1. School latrine and water infrastructure prior to nudges in School (A) and School (B).



Figure 2. Nudges following final phase of construction, including: dedicated handwashing station, paved paths, and painted foot—and handprints in School (A) and School (B) (photo taken immediately following construction and prior to soap being made available during the next school day).

Stappenplan gedragsverandering

1. Wat is het 'probleem' gedrag en wat is het 'gewenste' gedrag?
2. Analyseer het gedrag, waarom vertonen ze bepaald gedrag juist wel/ niet?
3. Kies gedragsmaatregelen die aansluiten bij jouw gedragsvraagstuk en maak het toepasbaar voor de praktijk
4. Evalueer of het bijdraagt aan het gewenste gedrag



Definiëren probleem gedrag

Probleemgedrag:

- Wat is het verwachte probleemgedrag/ wat gaat er hier niet goed?

Belangrijk hierbij:

- *Feiten (wat zijn de feiten?);*
- *Doelgroep (wie zijn het?);*

Zijn deze gegevens niet direct helder, onderzoek het dan door:

- interviews/ enquêtes/ observaties

LET OP: Wanneer het probleemgedrag niet helder geformuleerd is/ op aannames berust, kan het zijn dat je het traject verder verkeerd insteekt en dus niet de gewenste gedragsverandering bereikt.

Definiëren gewenst gedrag

Welk gedrag wil je uiteindelijk zien bij je doelgroep?

Belangrijk hierbij:

- Het gewenste gedrag sluit aan bij het probleemgedrag
- Het gewenste gedrag wordt geformuleerd in zo specifiek en concreet mogelijke bewoording



Plenair

❖ Wat is op Uilenstede het probleemgedrag?

- Afval wordt door studenten (nationaal/internationaal?) niet (goed) gesorteerd
- Afval wordt door studenten (nationaal/internationaal?) naast containers gezet
- Winkelwagentjes worden niet teruggebracht door studenten (nationaal/internationaal?)
- Tijdelijke (internationale) studenten laten huisraad achter bij grofvuil

❖ Wat is het gewenste gedrag? = DOEL CAMPAGNE

- Plastic (PMD), papier, gft(e), glas, textiel gesorteerd weggooien (thuis)
- Afval in (juiste) container gooien
- Winkelwagentjes terugbrengen / alternatief gebruiken voor winkelwagen?
- Tijdelijke studenten brengen huisraad naar kringloop (of iets vergelijkbaars)



Analyseren van gedrag

Hoe gaat jullie campagne het gewenste gedrag stimuleren?

In drie subgroepen => goed sorteren / afval in container / winkelwagentjes / meubels voor hergebruik

Motivatie: Wat zouden motieven kunnen zijn om het gewenste gedrag te tonen?

Weerstand: Welke weerstanden zijn er om niet het gewenste gedrag te tonen?
Waarom zouden ze het niet doen?
(weerstand tegen beïnvloeding / inhoudelijke weerstand / niet willen veranderen)

Capaciteit: Is de doelgroep in staat gewenst gedrag te vertonen?
Hebben ze de kennis om het goed te doen?

Gelegenheid: Zijn er barrières, waardoor de doelgroep het gedrag niet kan vertonen?



Maatregelen kiezen en toepassen

Kies maatregelen die aansluiten op de uitkomsten van de gedragsanalyse. Sluit dus aan op het aspect waar het probleem zit.

In subgroepjes => goed sorteren / afval in container / winkelwagentjes / meubels voor hergebruik

Motivatie: Voordelen communiceren, wanneer het gewenste gedrag getoond wordt

Weerstand: Weerstand verminderen/ voorkomen

Capaciteit: Voorzie mensen van de benodigde kennis of eventueel hulpmiddelen (bv app)

Gelegenheid: Zorg dat er geen barrières meer zijn die het gewenste gedrag tegenhouden

Daarna/ tevens kunnen gedragsbeïnvloedende maatregelen toegepast worden:

Gedragbeïnvloeding – omgaan met weerstand

Reactance

Reactie tegen de beïnvloeding: “laat me met rust”; “ik bepaal het liever zelf”. Mensen zijn opstandig, vertonen tegengesteld gedrag of doen een beïnvloedingspoging, ze hebben het gevoel beperkt te worden in hun keuzevrijheid. *Vb: het aantal parkeerplaatsen wordt gehalveerd, waardoor niet alle werknemers meer met de auto kunnen komen.*

Skepticism:

Reactie tegen de inhoud: “ik ben niet overtuigd”. Mensen zijn kritisch en komen met tegenargumenten, er wordt gefocust op de inhoudelijke boodschap, ze geloven de boodschap niet/ twijfelen aan de betrouwbaarheid. *Vb: inenten tegen baarmoederhalskanker bij jonge meisjes*

Inertia:

Reactie tegen de verandering: “ik blijf staan waar ik sta”. Mensen vermijden de boodschap en luisteren niet. Ze willen graag de status quo behouden. *Vb. Bij een bedrijf zijn al verschillende reorganisaties geweest en nu wordt van ze verlangd dat ze op een andere manier gaan werken.*



Gedragsbeïnvloeding – omgaan met weerstand

Weerstand gericht tegen de beïnvloeding. Beter voorkomen dan genezen. Wacht het juiste moment af, wees subtiel, vraag niet teveel.

1. Weerstand erkennen

Wi je deze brief misschien voor mij posten?

71% zegt ja

Ik kan me voorstellen dat je het niet wil doen, maar zou je deze brief voor mij willen posten?

100% zegt ja! (Knowles & Riner, 2005)

2. De boodschap depersonaliseren

“Ik heb besloten om” / “Het bedrijf heeft besloten om...” Dit kan ook door een verhaal te vertellen.

3. Vertel een verhaal

Het creëert betrokkenheid, emotie en het is moeilijk tegen te beargumenteren. Je raakt meer betrokken bij de boodschap door naar het verhaal te luisteren en het is lastig om tegen in te gaan.

- “Ik had eens een klant die ...”

reclame voor google search: <http://youtu.be/gHGDN9-oFJE>

Gedragsbeïnvloeding – omgaan met weerstand

Weerstand gericht tegen de beïnvloeding. Beter voorkomen dan genezen. Wacht het juiste moment af, wees subtiel, vraag niet teveel.

1. Weerstand erkennen

Wi je deze brief misschien voor mij posten?

71% zegt ja

Ik kan me voorstellen dat je het niet wil doen, maar zou je deze brief voor mij willen posten?

100% zegt ja! (Knowles & Riner, 2005)

2. De boodschap depersonaliseren

“Ik heb besloten om” / “Het bedrijf heeft besloten om...” Dit kan ook door een verhaal te vertellen.

3. Vertel een verhaal

Het creëert betrokkenheid, emotie en het is moeilijk tegen te beargumenteren. Je raakt meer betrokken bij de boodschap door naar het verhaal te luisteren en het is lastig om tegen in te gaan.

- “Ik had eens een klant die ...”

reclame voor google search: <http://youtu.be/gHGDN9-oFJE>

Gedragbeïnvloeding – omgaan met weerstand

4. Reverse psychology

Als iemand het tegenovergestelde doet van wat je vraagt, vraag dan het tegenovergestelde van wat je wil.

- Riskant, want misschien doet hij toch wat je vraagt.
- “Afblijven, broccoli is niet voor kinderen!”

5. Weerstand als kansloos framen

“We kunnen ons er tegen verzetten, maar de EU-regels zullen hierdoor niet veranderen”.

6. Verzoek/ vraag minimaliseren

Wanneer je mensen uit de auto wil krijgen, begin dan bijvoorbeeld met 1 dag in de week, waar ze een andere keuze maken dan de auto

7. Keuzes geven

Als mensen het gevoel van keuzevrijheid behouden, schieten ze minder in de weerstand

8. Onbewuste beïnvloeding

Als mensen niet doorhebben dat iemand hen probeert te beïnvloeden....
....voelen ze ook geen reactance!

Gedragbeïnvloeding – omgaan met weerstand

Weerstand gericht tegen de inhoud van de boodschap. Men ziet meer nadelen dan voordelen. Tegenargumenteren werkt niet; dat bevestigt het conflict.

- 1. Zelf het initiatief nemen;** twee kanten van het verhaal laten zien
“Het is een prijzig product, maar daartegen staat dat”
 - Het komt betrouwbaar over
- 2. Garanties geven**
 - Levenslange garantie op het product
 - “U kan ten alle tijden opzeggen”
- 3. In de toekomst plaatsen**
Men is geneigd sneller in te stemmen met iets in de toekomst.
“Koop nu uw auto en betaal over 3 jaar”
- 4. De juiste framing**
 - Krachtwijk VS achterstandswijk
 - Verliesframe VS winstframe
- 5. Verander de vergelijking**
Onbewust zet je dingen tegen elkaar af, bijvoorbeeld huizenprijzen.

Gedragsbeïnvloeding – omgaan met weerstand

Weerstand gericht tegen de inhoud van de boodschap. Men ziet meer nadelen dan voordelen. Tegenargumenteren werkt niet; dat bevestigt het conflict.

- 1. Zelf het initiatief nemen;** twee kanten van het verhaal laten zien
“Het is een prijzig product, maar daartegen staat dat”
 - Het komt betrouwbaar over
- 2. Garanties geven**
 - Levenslange garantie op het product
 - “U kan ten alle tijden opzeggen”
- 3. In de toekomst plaatsen**
Men is geneigd sneller in te stemmen met iets in de toekomst.
“Koop nu uw auto en betaal over 3 jaar”
- 4. De juiste framing**
 - Krachtwijk VS achterstandswijk
 - Verliesframe VS winstframe
- 5. Verander de vergelijking**
Onbewust zet je dingen tegen elkaar af, bijvoorbeeld huizenprijzen.

Gedragbeïnvloeding – omgaan met weerstand

Reactie gericht tegen de verandering. ‘Waarom zou ik veranderen?’

➤ Moeilijk aan te pakken omdat de weerstand niet is gericht op het product, aanbod of de ‘beïnvloeder’.

1. Zelfvertrouwen vergroten

Soms komt inertië voor uit angst, angst voor het onbekende/ de te maken keuzes.

2. Zo makkelijk mogelijk maken

Men gaat eerder mee met de verandering als het moeiteloos kan en zij niet na hoeven te denken.
- standaardopties

3. Disrupting

Zorg voor iets verwarrend/opvallend dat de aandacht trekt en maak het ontvankelijk voor de boodschap.



Gedragbeïnvloeding – omgaan met weerstand

Reactie gericht tegen de verandering. ‘Waarom zou ik veranderen?’

➤ Moeilijk aan te pakken omdat de weerstand niet is gericht op het product, aanbod of de ‘beïnvloeder’.

1. Zelfvertrouwen vergroten

Soms komt inertië voor uit angst, angst voor het onbekende/ de te maken keuzes.

2. Zo makkelijk mogelijk maken

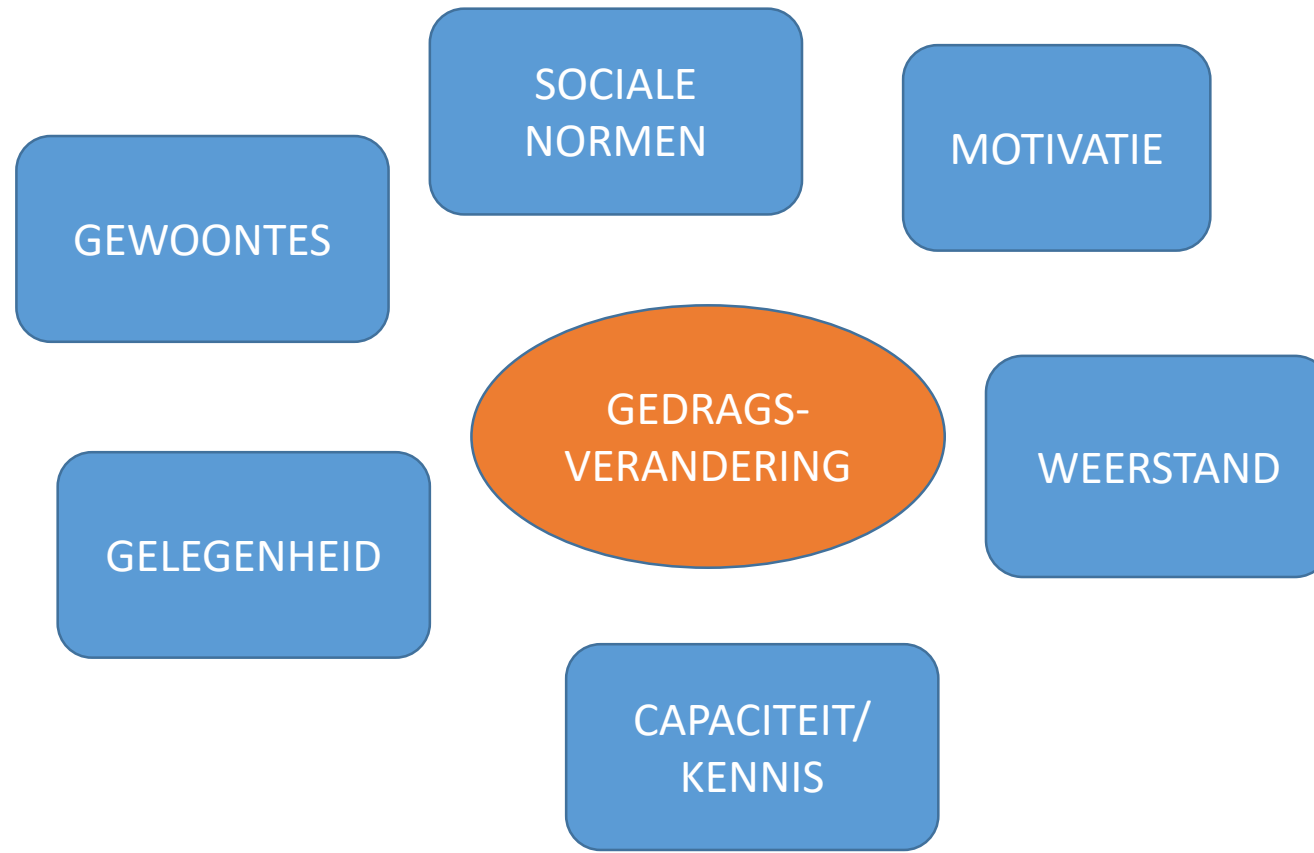
Men gaat eerder mee met de verandering als het moeiteloos kan en zij niet na hoeven te denken.
- standaardopties

3. Disrupting

Zorg voor iets verwarrend/opvallend dat de aandacht trekt en maak het ontvankelijk voor de boodschap.



Stap 1 Campagne voor gedragsverandering



Gedragsbeïnvloeding - voorbeelden

Bob-campagne

Goed?

Sociale normen

Commiment

Minder goed?

Absurd – stadion dat stil valt



Gedragsbeïnvloeding - voorbeelden

SIRE campagne <https://youtu.be/COUOF0g9a0Q>

Normactivatie(?!)



Gedragsbeïnvloeding - voorbeelden

Fiets op goede plek! Wat goed/niet goed?



Gedragsbeïnvloeding - voorbeelden

Stoppen voor rood licht (veel discussie over geweest)



Gedragsbeïnvloeding - voorbeelden

Geweld onder invloed zwaarder bestraft

CAMPAGNE

Sinds 1 januari 2017 mag de politie geweldplegers testen op alcohol en/of drugsgebruik. Deze verandering in de wet heeft ook gevolgen voor de straffen die staan op geweldpleging onder invloed. Daarom is het ministerie van Veiligheid en Justitie met een campagne gestart die het belang en de gevolgen van de wetswijziging uitlegt.

Daarmee willen we je op de hoogte brengen van de wetsverandering, zodat je niet gek opkijkt als je opeens wordt getest. Bovendien willen we je bewust maken van de straffen die staan voor geweld onder invloed.



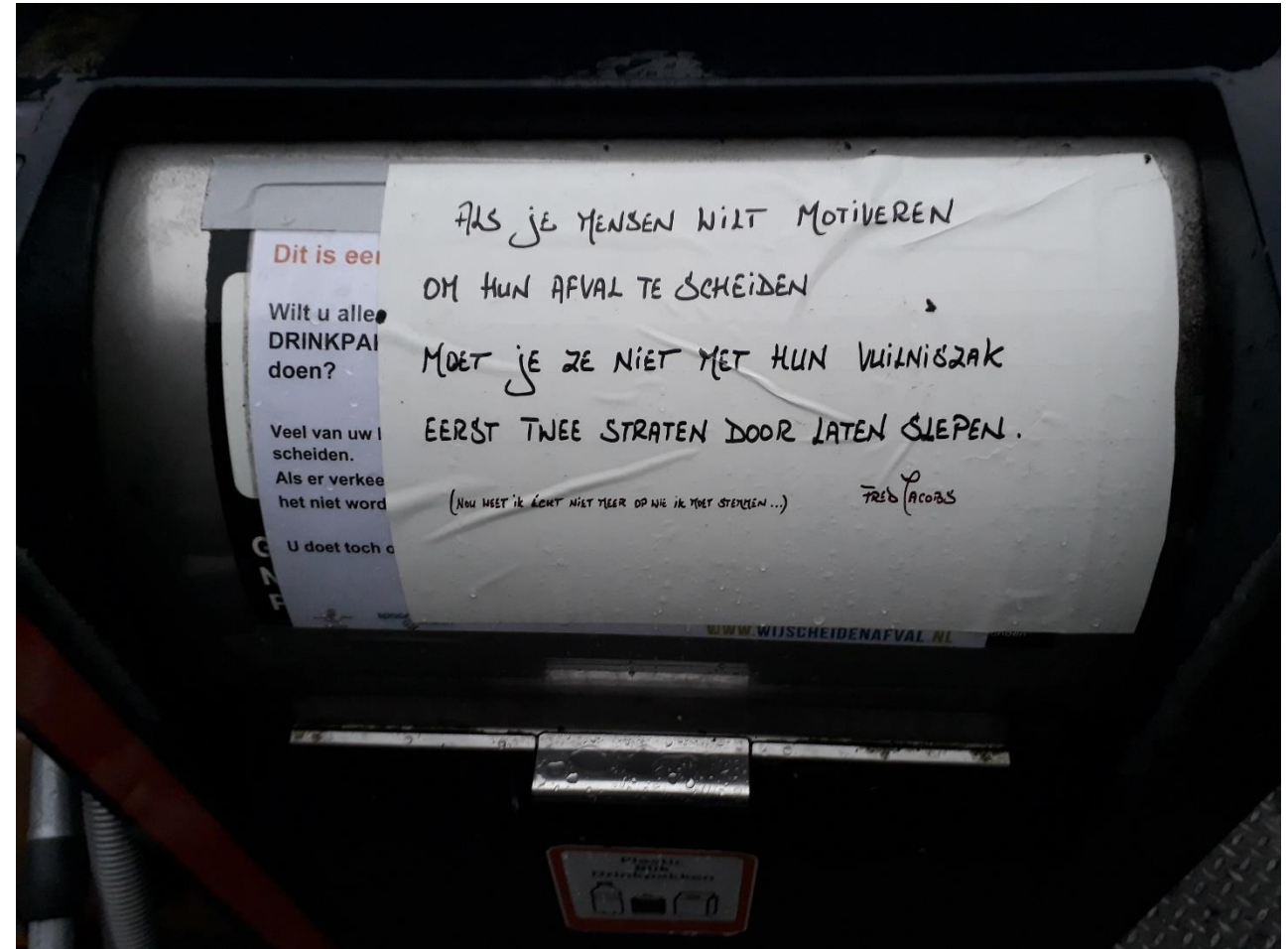
Gedragsbeïnvloeding - voorbeelden

Licht aan! Wat goed/niet goed?



Gedragsbeïnvloeding - voorbeelden

Restafval container wordt gft(e) container



Gedragsbeïnvloeding - voorbeelden

Afvalscheiden in trein – Project Novi Mores

Hoe kun je reizigers in trein stimuleren om afval gescheiden weg te gooien?

Waar rekening mee houden?

- Weerstand
- Doorbreken gewoonte gedrag
- Normactivatie
- Aantrekkelijk/eenvoudig maken

Gedragsbeïnvloeding - voorbeelden

Afvalscheiden in trein – Project Novi Mores



Gedragsbeïnvloeding – voorbeeld campus Wageningen

Campus – afvalscheiden

Waste challenge – 1700 studenten benaderd (203 gangen)

⇒ 300 studenten app gedownload en 110 gangen participeerden

⇒ PMD, papier, glas, gft en restafval. Alle voorzieningen zijn vrij toegankelijk

Doel:

⇒ afvalscheiding verbeteren + verminderen (vervuild) restafval

⇒ Zwerfafval aanpakken door bewustwording

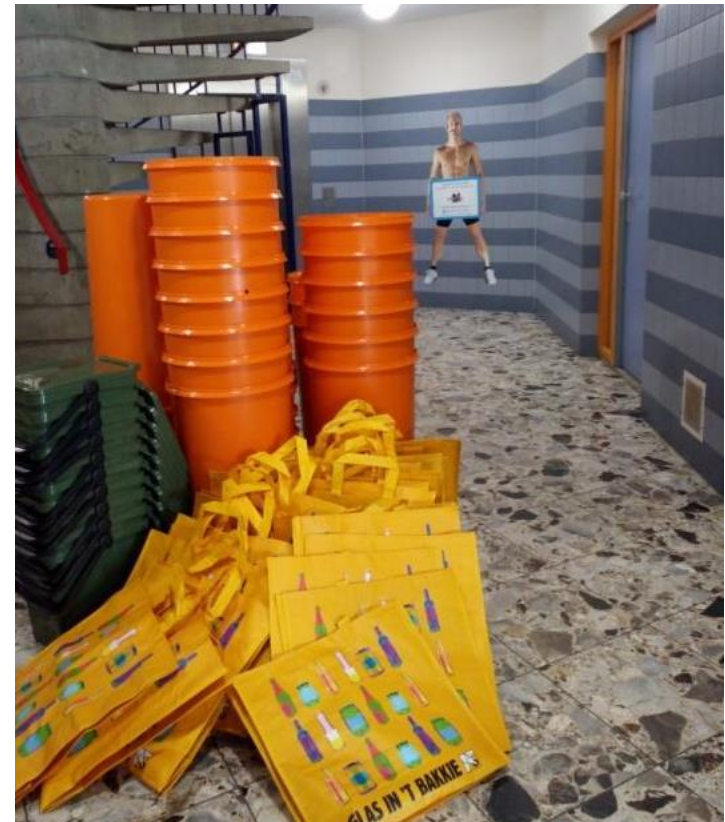


Gedragsbeïnvloeding – voorbeeld Wageningen

Werving

- Flyers/posters/levensgrote stickers/info op universiteit/ aanwezigheid congres/ stickers containers/ social media
- Huis aan huis bezoeken
- Gedurende 10 weken steeds 2 weken aandacht voor een thema (bv. PMD)
- App (tips/quiz/feedback op sorteerresultaat/gedrag)
- Prijzen te verdienen

Starterspakket uitgedeeld:



Gedragbeïnvloeding – voorbeeld Wageningen

Belangrijkste lessen voor succes:

- Engelse taal (!)
- Starterspakketten (faciliteren/eenvoudig maken)
- App als hulpmiddel (motiveren / spelelement / belonen / informeren)
- Persoonlijk contact – voor werving & blijvend activeren
- Inzet schone buurtcoaches en ambassadeurs (al gemotiveerde studenten)
- Meepakken afvalvoorzieningen buiten in stijl campagne (daar niet gedaan = gemis)
- Goede monitoring (was 1^e ronde lastig) - (ze hebben nu net tweede ronde achter de rug – resultaten nog onbekend)

Gedragsbeïnvloeding – Tien tips!

1. Houd het simpel! (eenvoudiger voor brein te verwerken => positiever beoordeeld)
2. Maak iets dat mensen graag willen zien (mooie vormgeving, mooi verhaal, aantrekkelijke boodschapper, etc.)
3. Laat het goede gedrag zien (goed voorbeeld doet volgen, activeren juiste norm)
4. Toon mensen en situaties die herkenbaar zijn (mensen spiegelen – herkenbaarheid stimuleert dat doelgroep boodschap sneller/beter omarmt)
5. Geef concrete aanwijzingen (handelingsperspectief: simpel en haalbaar)
6. Vermijd ontkenning in je boodschap (Brein kan hier slecht mee omgaan: witte ijsbeer)
7. Zet sociale omgeving van doelgroep in (bv. ambassadeurs onder studenten)
8. Speel in op emotie met je communicatie (voorkeur voor positieve associaties aan gewenst gedrag)
9. Communiceer daar waar gedrag plaatsvindt(!)
10. Houd vol en herhaal (gedragsverandering heeft ook gewoon tijd nodig)

Gedragsbeïnvloeding – Campagne Uilenstede

AAN DE SLAG IN SUBGROEPJES

❖ DOEL CAMPAGNE

- Plastic (PMD), papier, gft(e), glas, textiel gesorteerd weggooien (thuis)
- Afval in (juiste) container gooien
- Winkelwagentjes terugbrengen / alternatief gebruiken voor winkelwagen?
- Tijdelijke studenten brengen huisraad naar kringloop (of iets vergelijkbaars)

Gedragsbeïnvloeding – Campagne Uilenstede

PLEANAIR/ BESPREKEN

- Ideeën toelichten – met elkaar selecteren/aanscherpen/ combineren



Evalueer de effectiviteit van de maatregelen

Dragen de maatregelen effectief bij aan het gewenste gedrag?
Belangrijk om te monitoren! Bedenk voordat je maatregelen toepast hoe je het effect daarvan kunt monitoren.

Hoe beter het gewenste gedrag gespecificeerd is, hoe makkelijker uitspraken gedaan kunnen worden of het minder/ vaker gebeurt.

Voormeting => interventie => Nameting

Eventueel met controlegroep voor betere conclusies:

	Controlemeting/ voormeting	Interventiemeting/ Nameting
Controlegroep	Geen aanpassingen	Geen aanpassingen
Interventiegroep	Geen aanpassingen	Maatregelen toegepast

Plenair

Hoe op Uilenstede monitoren?

Evaluëren
effectiviteit
maatregelen

Wat zou je willen meten?

Wat kun je meten?

Wie kan hierbij helpen?



Afrondende afspraken

AFSPRAKEN (vervolg)

1. Welke campagne onderdelen gaan jullie uitwerken?
2. Wie pakt wat op en in welke termijn?
3. Zijn er dingen die verder uitgezocht/uitgewerkt moeten worden?
4. Volgende bijeenkomst (uitrol & monitoring)



Afronding

- Waar zie je nog uitdagingen?
- Zijn er nu nog vragen over wat we vandaag hebben gedaan?

www.novimores.nl

kirstenruitenburg@novimores.nl

 @NoviMores

