

The background of the slide is a scenic landscape featuring a tall white wind turbine on a green grassy hill. In the distance, there are rolling hills and mountains, some with patches of snow, under a sky with soft, orange-hued clouds from a sunset or sunrise.

Nudging och hållbara beteendeförändringar

Hållbarhetsnätverket 26 februari

Evelina Gunnarsson

evelina.gunnarsson@ramboll.com

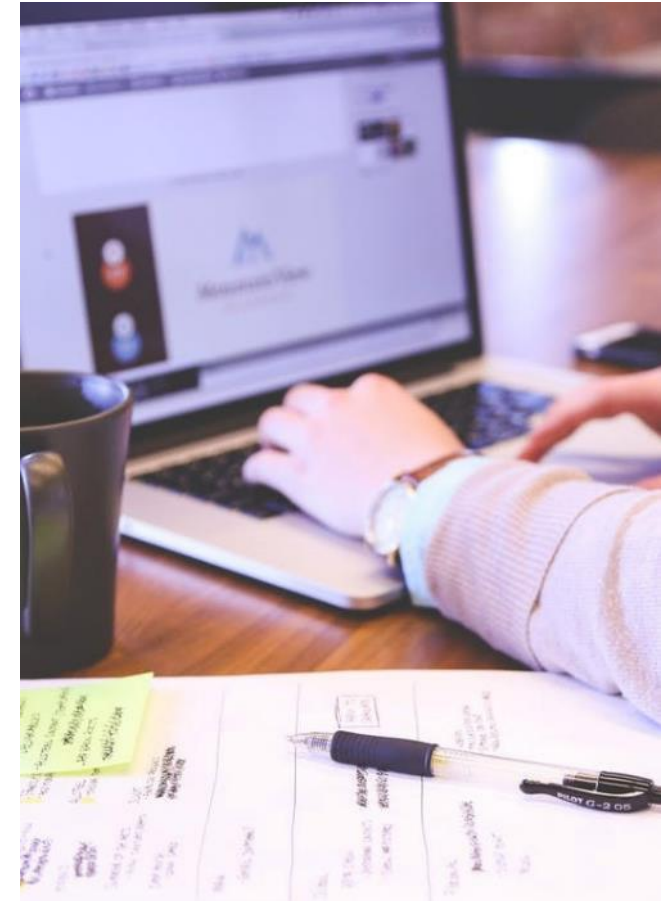
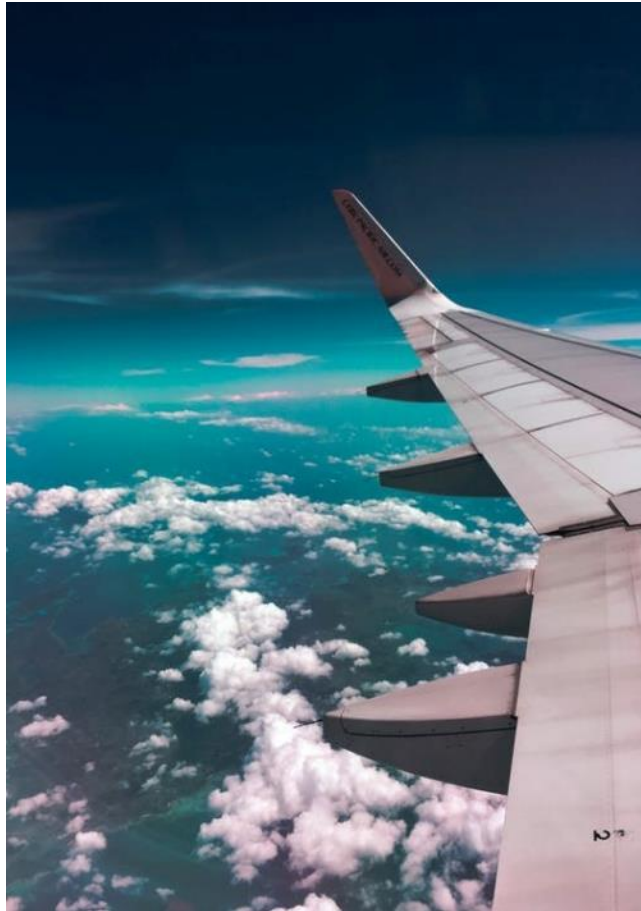
RAMBOLL

AGENDA

- **NUDGING OCH PSYKOLOGIN BAKOM VÅRA BESLUT OCH BETEENDEN**
- **4 VERKTYG ATT SKAPA HÅLLBARA BETEENDEFÖRÄNDRINGAR**
- **ÖVNING**

NUDGING OCH PSYKOLGIN BAKOM VÅRA BESLUT OCH BETEENDEN

SAMHÄLLET ÄR FULLT AV OHÅLLBARA BETEENDEN



IBLAND RÄCKER INTE DE TRADITIONELLA STYRMEDLEN TILL



A photograph of a dense forest with tall, thin trees and a mossy ground. The text is overlaid in the center.

Kunskaps - handlingsgap
Avsikts - handlingsgap
Värderings - handlingsgap

A stylized, glowing purple wireframe of a human brain, viewed from the side, set against a solid black background. The brain's structure is composed of numerous thin, interconnected lines that form its characteristic folds and shape.

FÖLJ MINA INSTRUKTIONER

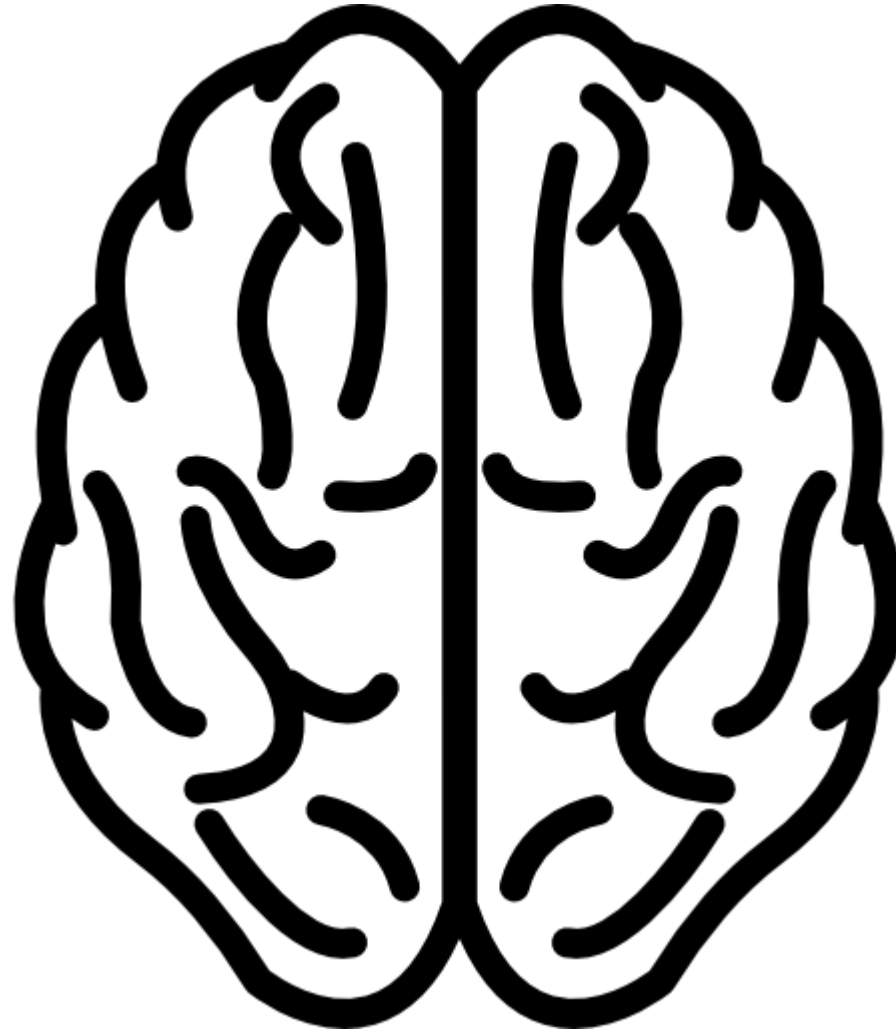
**HUR MÅNGA AV VARJE DJURART TOG MOSES
MED SIG PÅ ARKEN?**

78 x 43

VI HAR TVÅ TANKE SYSTEM NÄR VI FATTAR BESLUT (DUAL PROCESS THEORY)

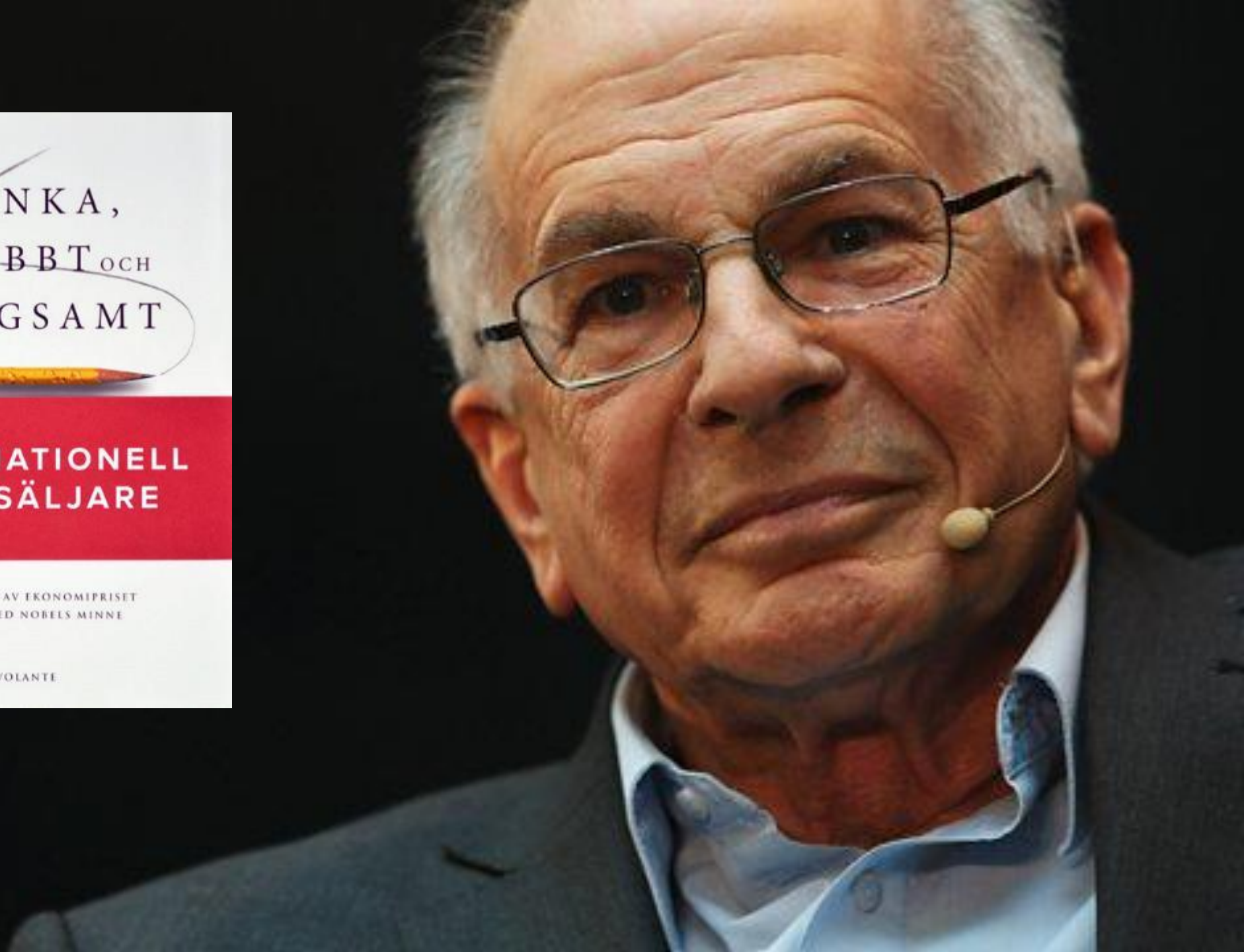
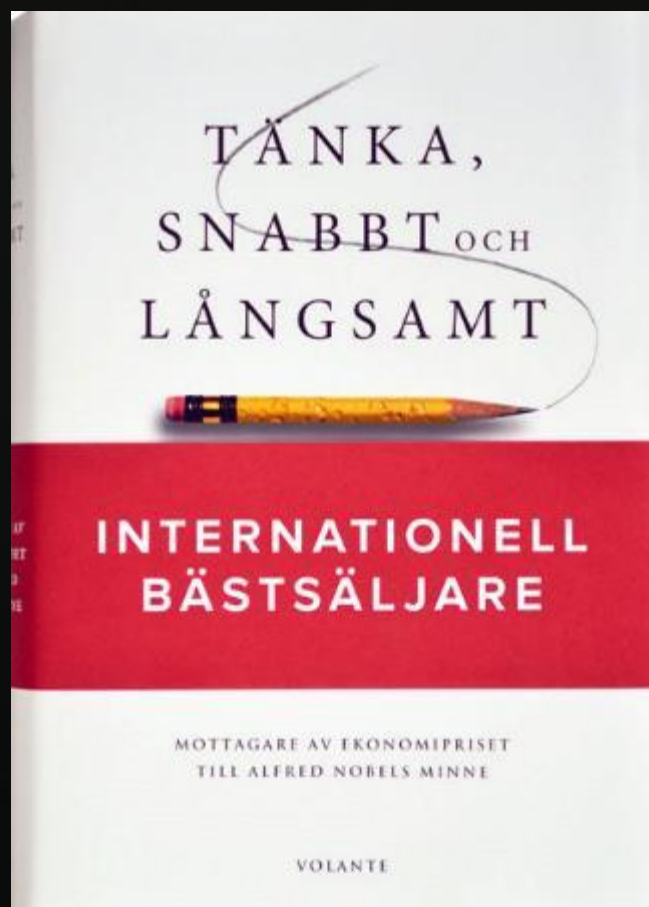
SYSTEM 1

Snabbt
Omedvetet
Automatiskt
Vardagliga beslut

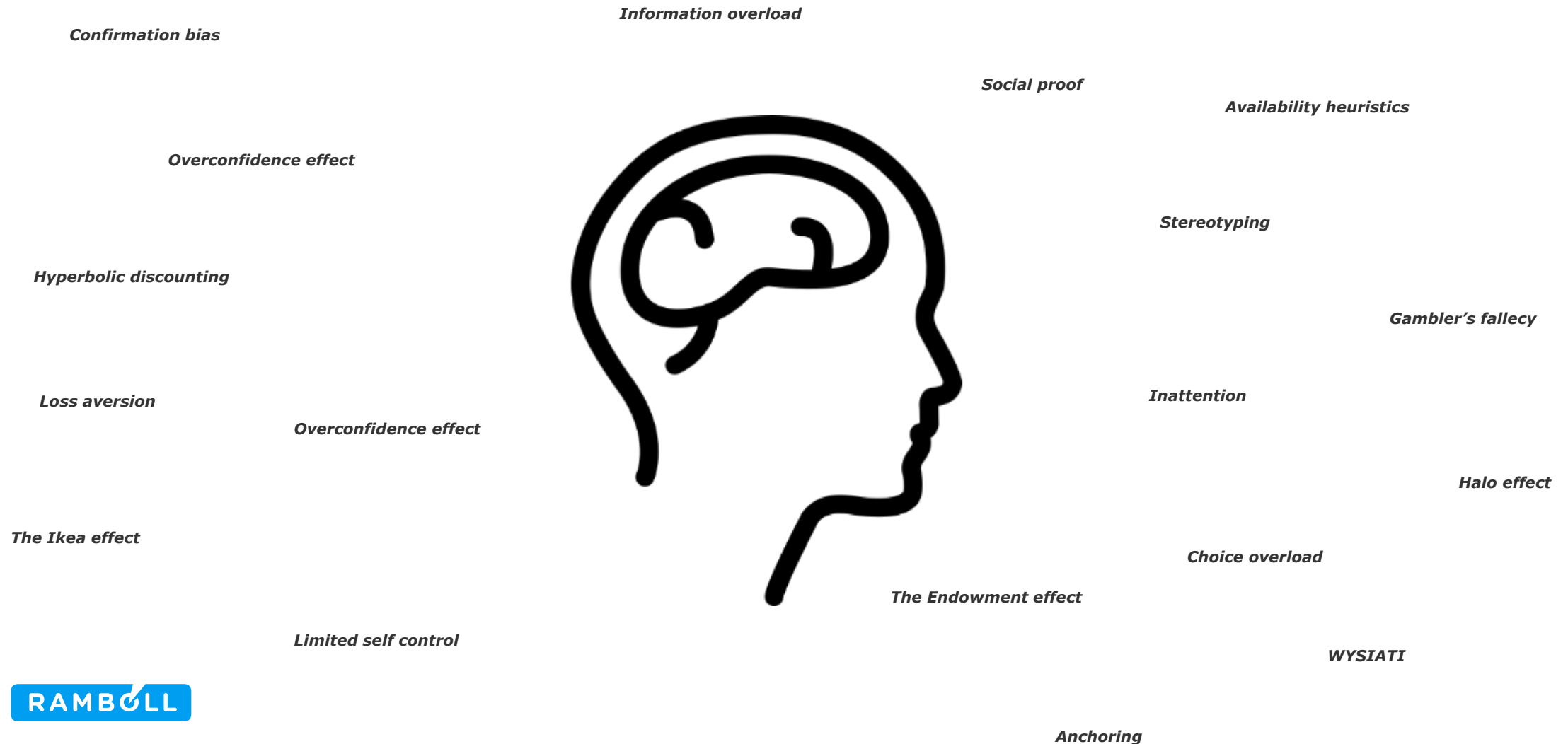


SYSTEM 2

Långsamt
Medvetet
Reflekterande
Komplexa beslut



VÅRA BESLUT OCH BETEENDEN ÄR PÅVERKADE AV EN LÅNG RAD PSYKOLOGISKA MEKANISMER



ATT DRIVA FÖRÄNDRING ÄR SVÅRT

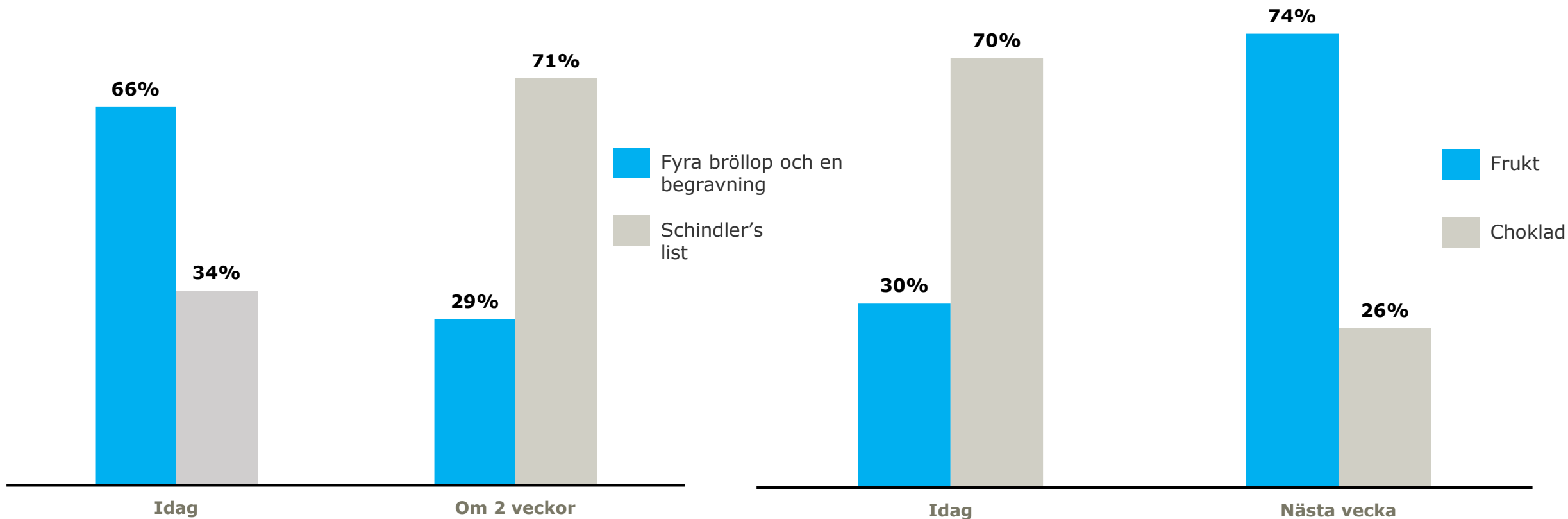
STATUS QUO-EFFEKTEN

VI SKJUTER GÄRNA UPP BESVÄRLIGA HANDLINGAR

HYPERBOLIC DISCOUNTING & PRESENT BIAS

RAMBOLL

Rubinstein, A. (2003). "Economics and psychology"? The case of hyperbolic discounting. *International Economic Review*, 44(4), 1207-1216.



STEREOTYPER OCH FUNDAMENTALA ATTRIBUTIONSFELET

VAD HANDLAR EGENTLIGEN NUDGING OM?

KÄRT BARN HAR MÅNGA NAMN...

Beteendedesign

Knuffa

Puffa

Behavioural Insights

Nudging

Nudge

VEGETARISKT SOM FÖRVAL

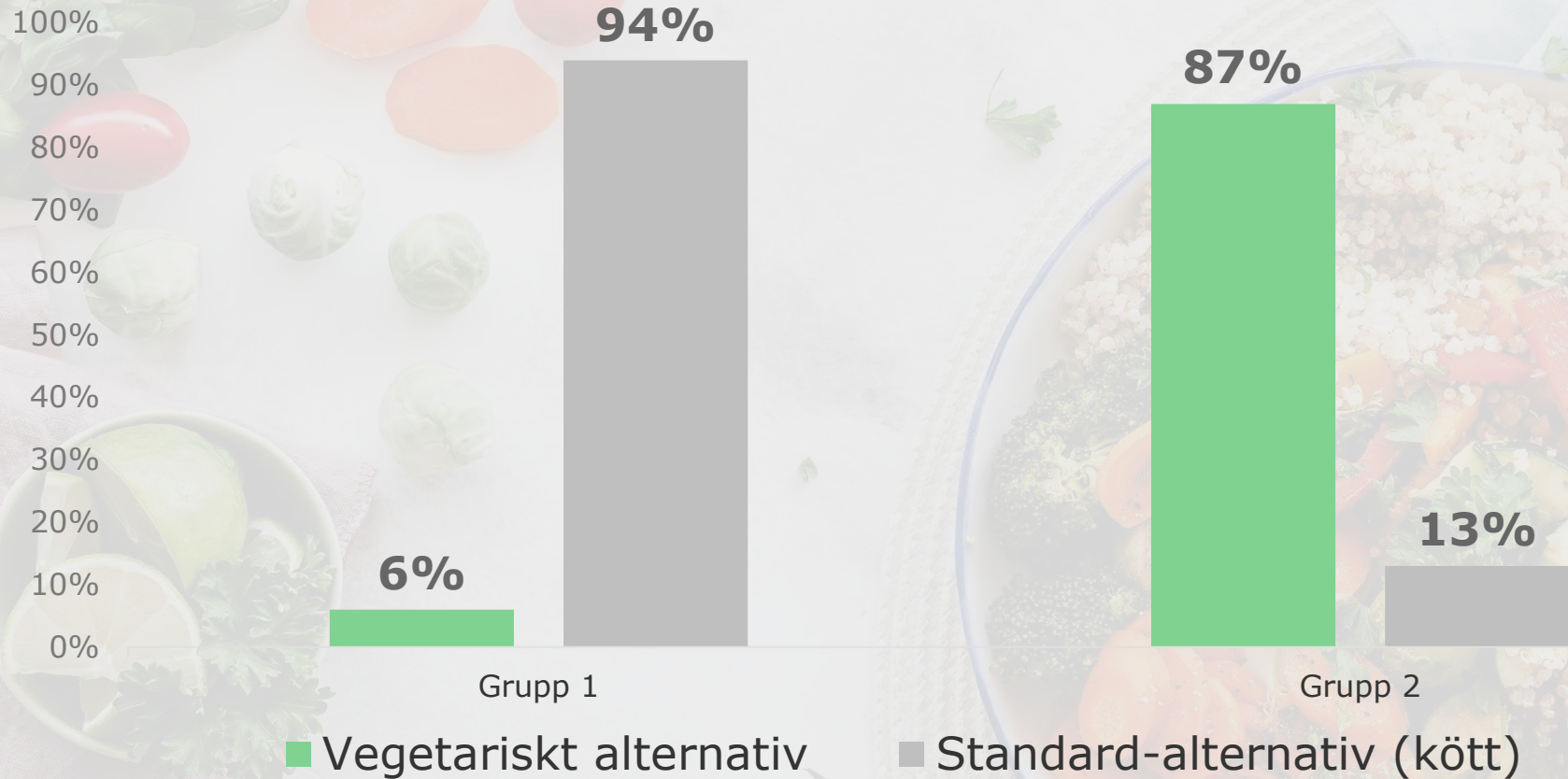
Grupp 1:

På konferensen kommer en icke-vegetarisk buffé serveras till lunch. Var snäll meddela nedan om du skulle vilja ha en vegetarisk rätt istället: _____.

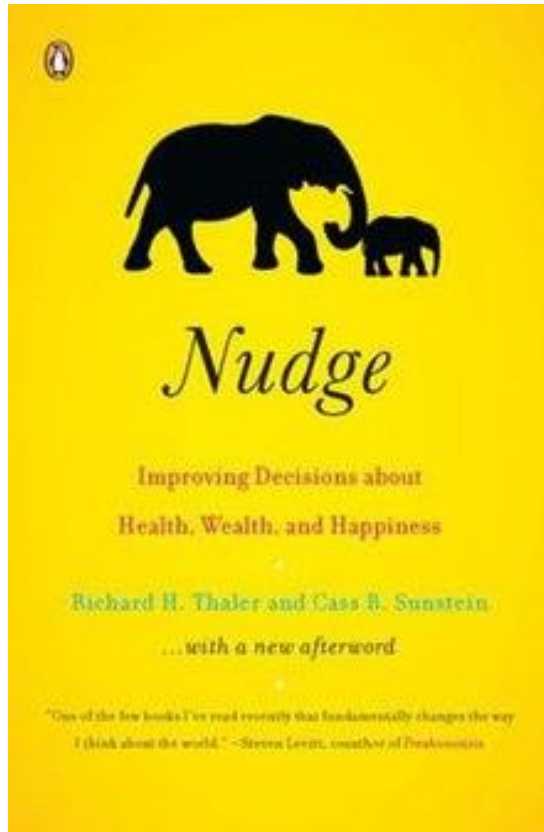
Grupp 2 (vegetariskt förval):

På konferensen kommer en vegetarisk buffé serveras till lunch. Var snäll meddela nedan om du skulle vilja ha en icke-vegetarisk rätt istället: _____.

VEGETARISK MÅLTID SOM FÖRVAL



VAD ÄR NUDGING?

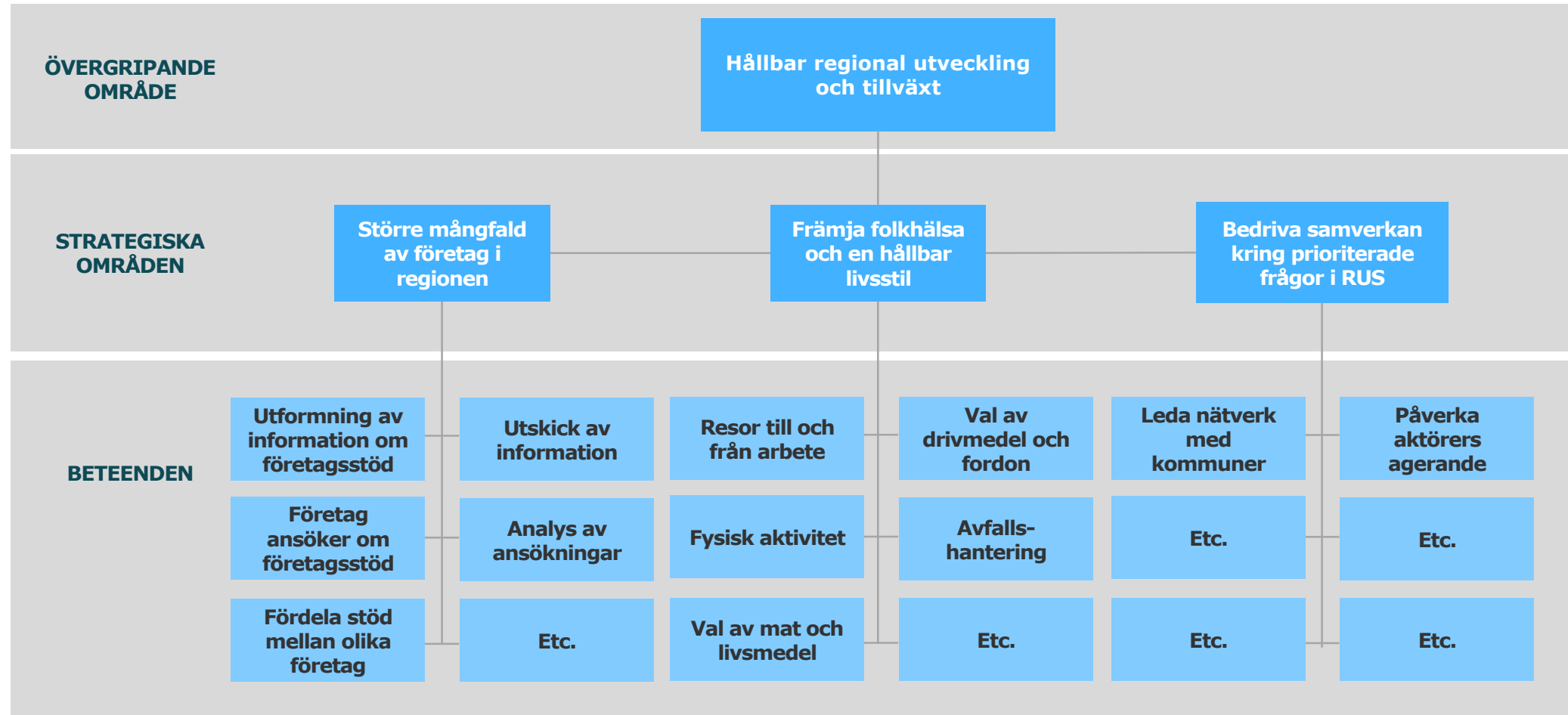


Ursprungliga definitionen (översatt till svenska)

*En valarkitektur som påverkar människors **beteenden** på ett förutsägbart sätt **utan att förbjuda eller att använda sig av ekonomiska incitament**. För att kunna räknas som en nudge måste insatsen vara billig och enkel att undvika. **En nudge är inte tvingande**. Att placera frukt i ögonhöjd räknas som en nudge men inte att förbjuda skräpmat.*

Richard H. Thaler, Cass R. Sunstein, Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness, 2008.

NUDGING HANDLAR OM ATT SKAPA BETEENDEFÖRÄNDRING



“DET SKA VARA LÄTT ATT VÄLJA RÄTT”

NUDGING BIDRAR INTE ALLTID TILL BETEENDEFÖRÄNDRING

Nedan listas några exempel på grundförutsättningar för att en nudge ska vara effektiv.



Den goda intentionen finns redan där

I de flesta fall kommer en person som inte har en vilja att utföra det önskade beteendet inte bli påverkad av en knuff.



Den externa incitamentsstrukturen stödjer beteendet

Är nuvarande incitament inte i linje med målbeteendet blir det svårt att uppnå en beteendeförändring med hjälp av nudging.



Externa förutsättningar stödjer beteendet

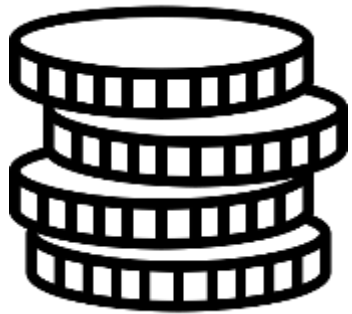
Det också viktigt att analysera situationen för att säkerställa att grundläggande förutsättningar för en förändring finns.



Kompetensen finns där

Om målbeteendet kräver en viss typ av kompetens är det viktigt att säkra att den finns hos målgruppen.

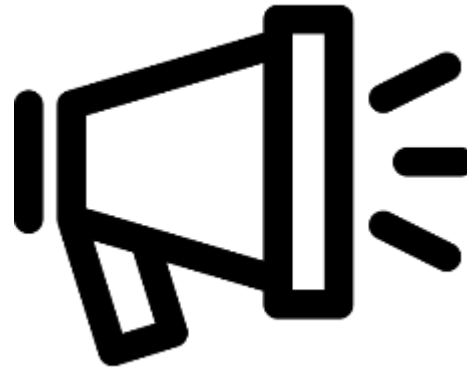
ETT KOMPLEMENT TILL ANDRA STYRMEDEL



Incitament



Regler

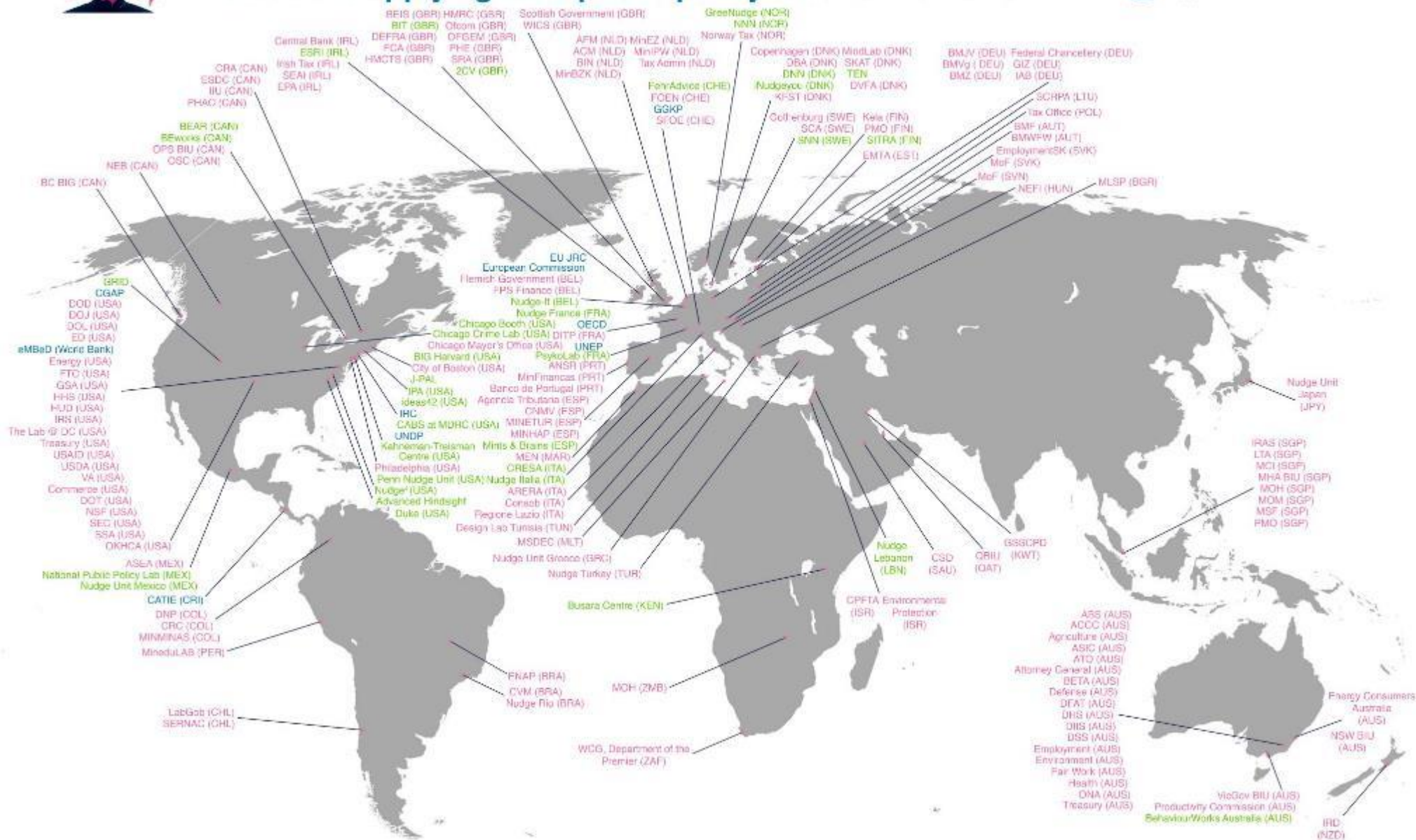


Information



Nudging

Beteendeinsikter

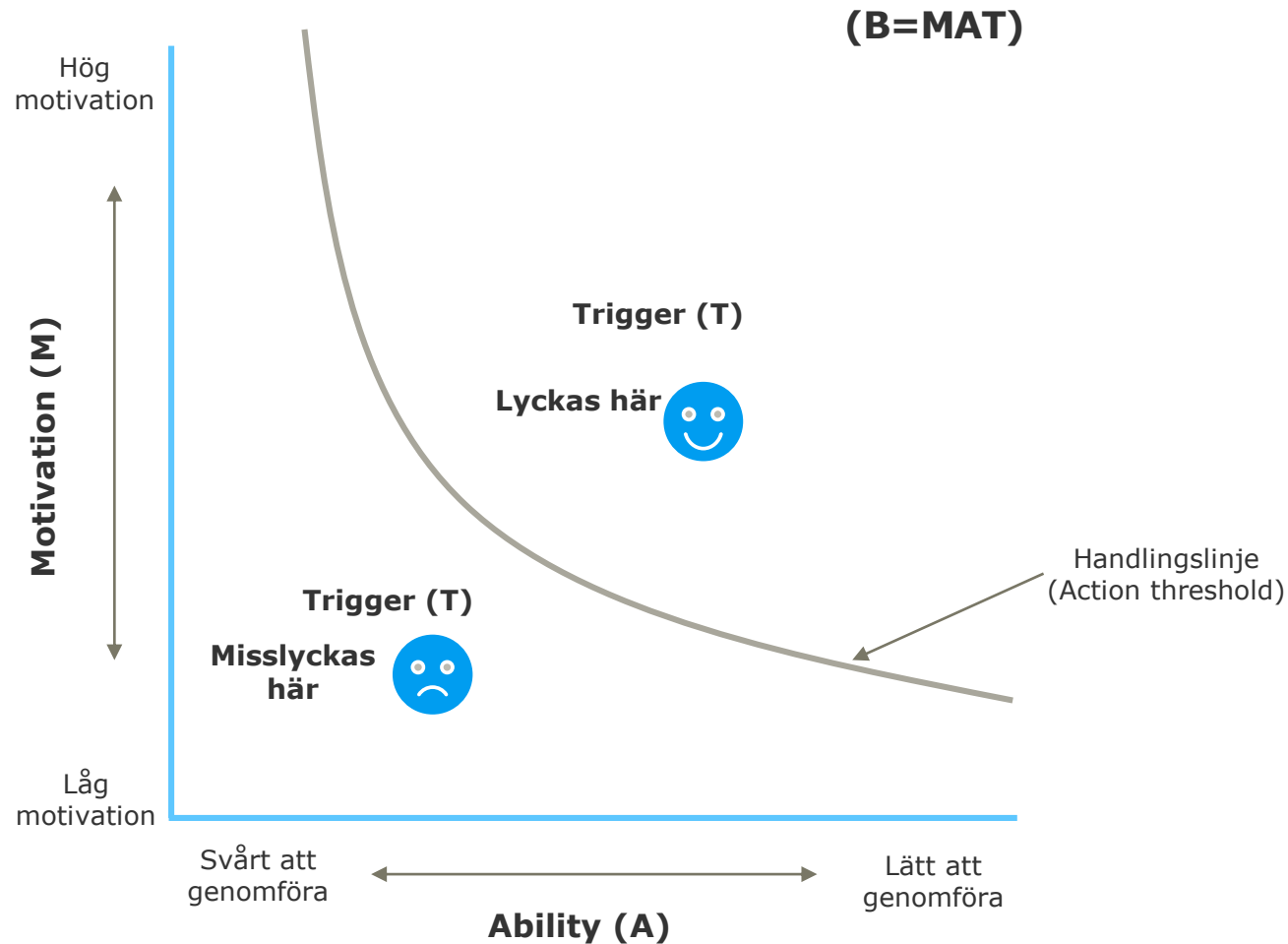


Institutions inside government

Institutions outside government

Multi-national organisations

B.J. FOGG'S MODELL FÖR BETEENDEFÖRÄNDRING



Förmåga (A)

- Tid
- Resurser
- Kompetens

Motivation (M)

- Inre motivation
 - Jag vill bli bättre på det här
 - Detta är viktigt för mig
- Yttre motivation
 - Jag kommer bli belönad om jag gör det här
 - Jag måste göra detta enligt min chef

Triggers (T)

- Ett e-mail
- Du får information

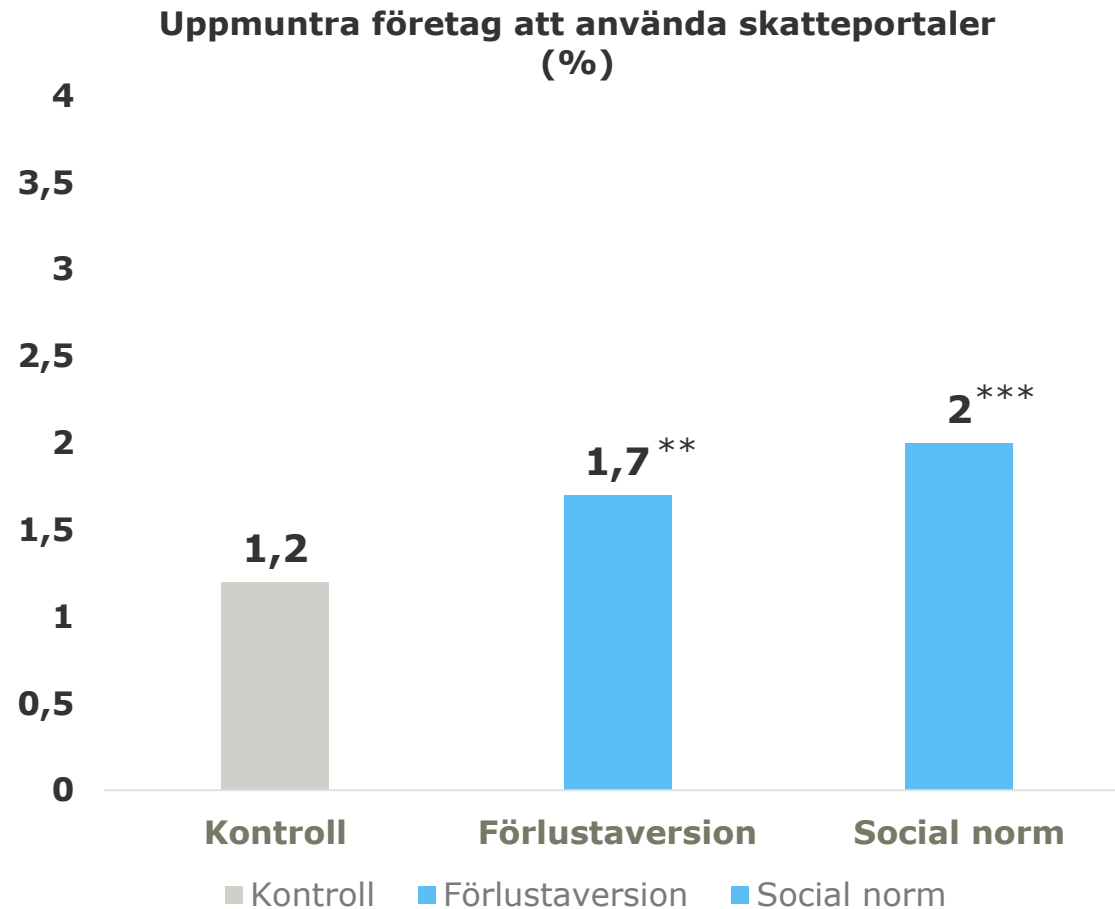
FYRA VERKTYG ATT ANVÄNDA FÖR ATT SKAPA HÅLLBARA BETEENDEFÖRÄNDRINGAR

VERKTYG 1

AKTIVERA SOCIALA NORMER

Vi människor har en tendens att vilja följa "flocken"

GÖR DET SOCIALT – VISA ATT ANDRA FÖRETAG GÖR DET EFTERSTRÄVADE BETEENDET



Förlustaversion: Brevet informerade om att företagen förlorade tid när de inte använde sig av online-portalen

Social norm: Brevet informerade om att majoriteten av företagets jämlingar redan hade ett online-konto på skatteportalen

VERKTYG 2

TIMING

Välj rätt tidpunkt

NÅ UT TILL MÅLGRUPPEN NÄR DE ÄR SOM MEST BENÄGNA ATT TA TILL SIG INFORMATION



VERKTYG 3 ***INRAMNING AV INFORMATION***

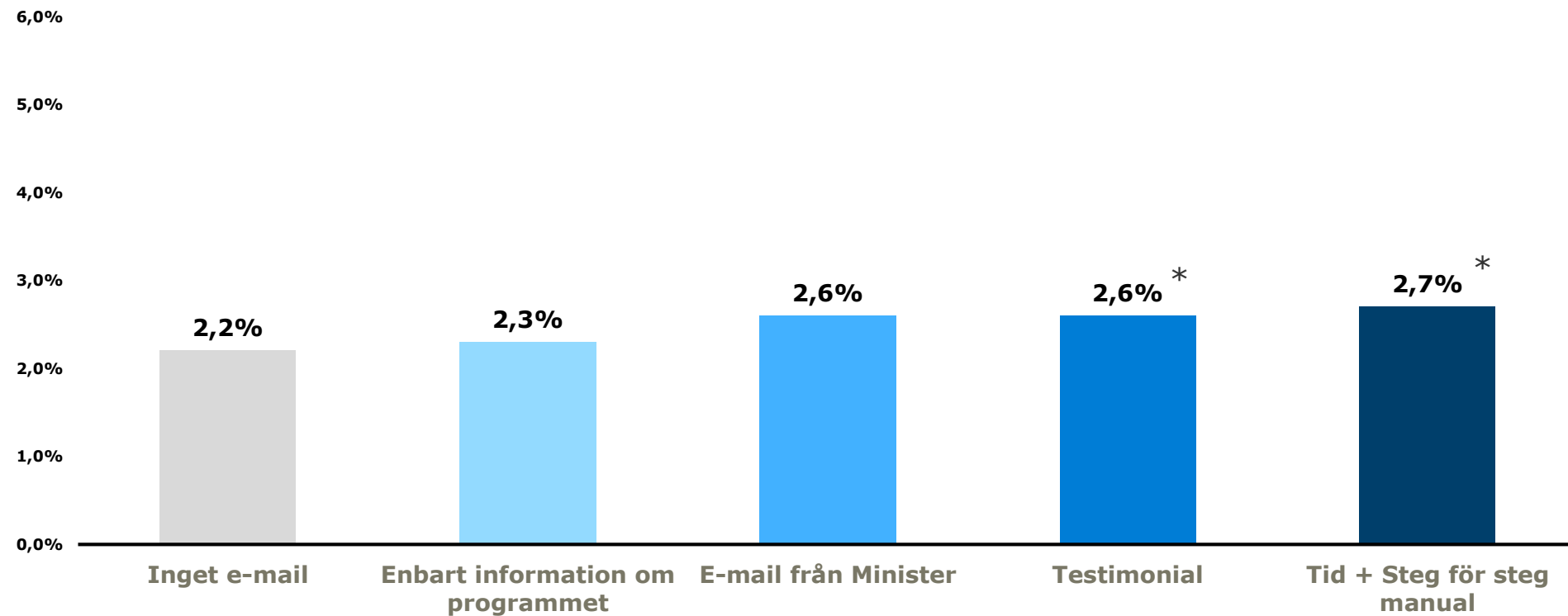
Vi människor drivs av olika motiv

INRAMNING AV INFORMATION (MILJÖ VS HÄLSA)



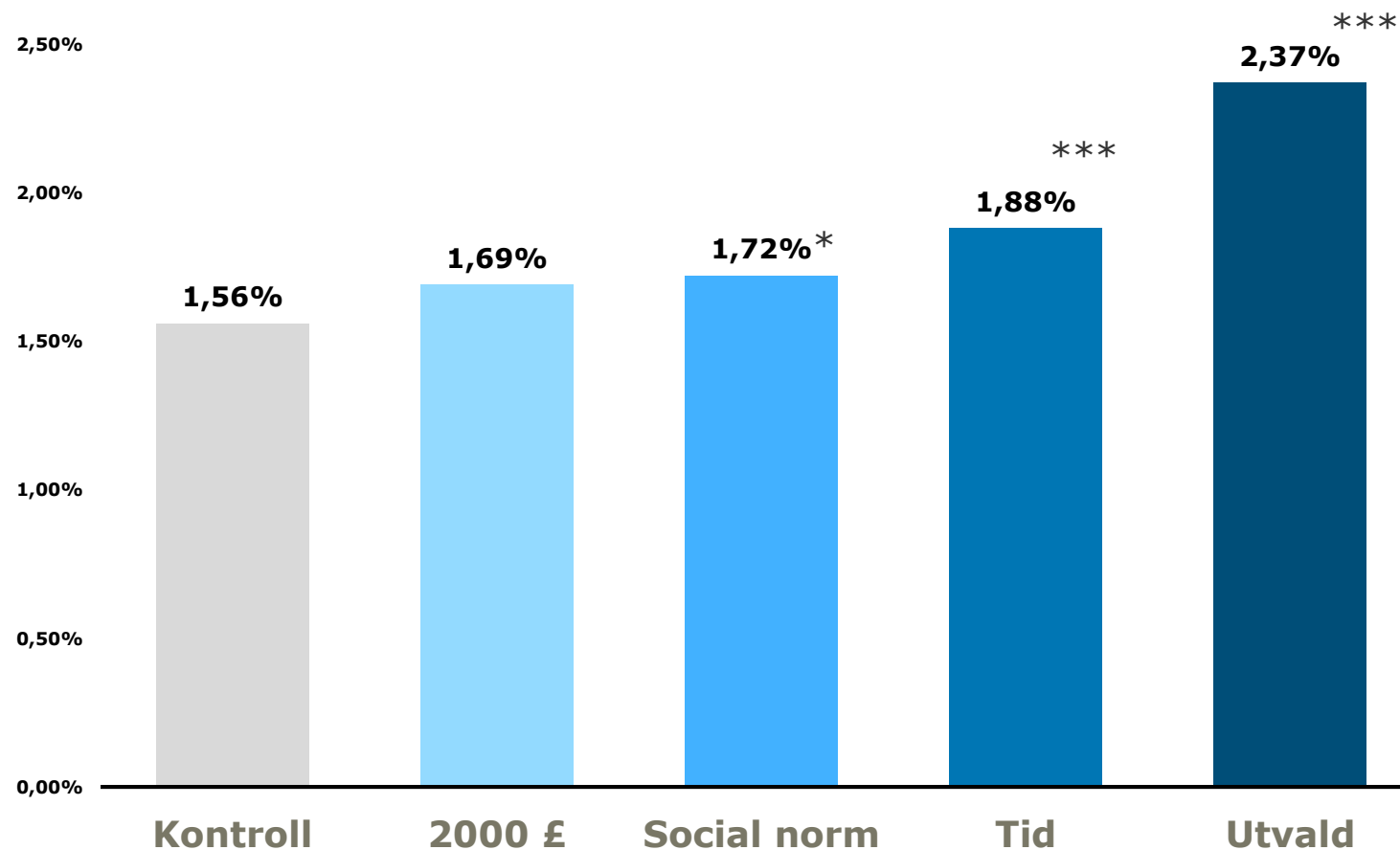
INFORMATION OM TID OCH STEG-FÖR-STEG MANUAL FICK FLER FÖRETAG ATT ANSÖKA TILL ETT STÖDPROGRAM

% av företag som valde att ansöka om att få vara med i stödprogram



ATT FÅ FÖRETAG ATT KÄNNA SIG UTVALDA FICK FLER ATT ANSÖKA OM TILLVÄXTCHECKAR

% av företag som valde att ansöka om tillväxtcheckar



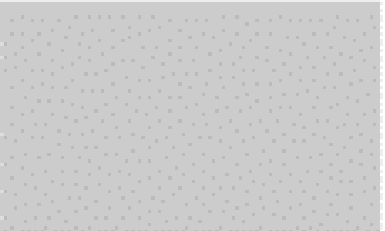
VERKTYG 4

FÖRPLIKTELSE

Få din målgrupp att förplikta sig till en viss handling

Ökade återanvändandet av handdukar med 40%

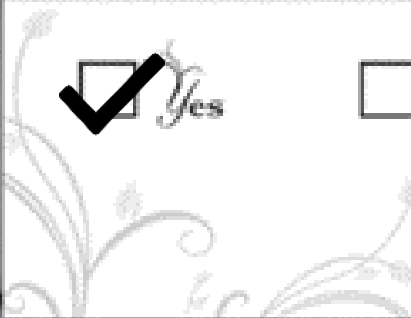


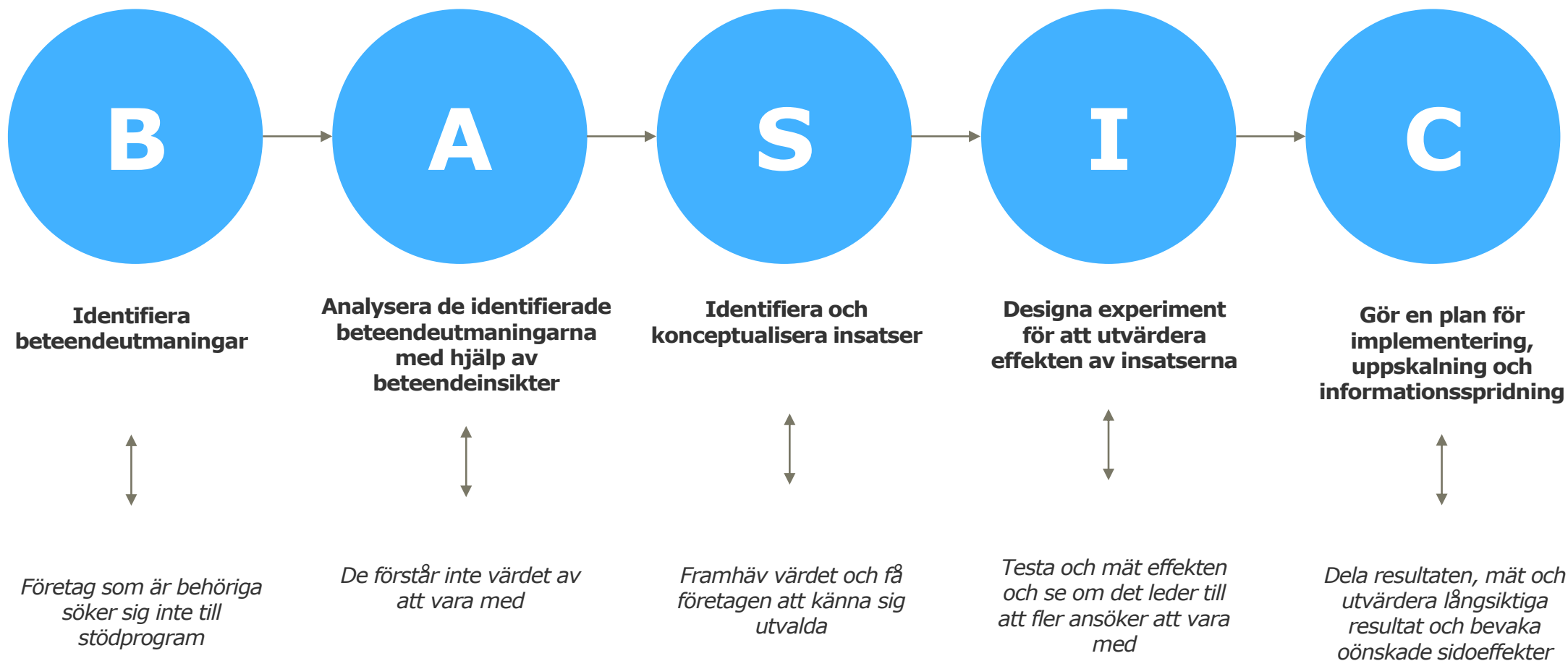
 

_____ has long been a steward of the environment. Here at _____, we have a number of efforts in place to care for our planet ranging from water and energy conservation, recycling and low - emission park vehicles to eco - conscious options for Resort Guests.

I care about the environment at home and when I travel. As a friend to the earth, I will do my best to save water and energy by re - using my towels during my stay.

☒ Yes ☐ No, Thank you



VERKTYG

FÖRPLIKTELSE / GÖR EN PLAN

Insikt: När vi förpliktar oss till en konkret handling och/eller gör en plan för det, är vi mer benägna att sedan utföra handlingen.

Exempel: Få målgruppen att förplikta sig att utföra en konkret handling. T.ex. en "social förpliktelse" mellan två kollegor om att nästa dag utföra en aktivitet tillsammans.

RAMBOLL

AVSÄNDAREFFEKTEN

Insikt: Vi påverkas av vem som är avsändaren av ett budskap. Vi har exempelvis en tendens till att ta till oss information som kommer från någon som liknar en själv.

Exempel: Förstärk effekten av ett budskap genom att välja rätt avsändare.

RAMBOLL

INRAMNING AV INFORMATION (FRAMING)

Insikt: Vi är påverkade av hur budskap vinklas, trots att det övergripande syftet egentligen är det samma.

Exempel: Försök att identifiera vad som motiverar en specifik målgrupp, exempelvis kan vissa individer vara mer påverkade av budskap som bygger på hälsoaspekter än budskap som bygger på hållbarhetsaspekter.

RAMBOLL

TIMING

Insikt: Vår förmåga att bearbeta information är starkt påverkat av vårt nuvarande tillstånd. Det är svårare för att ta oss att fatta viktiga beslut när vi är *kognitivt belastade*. Till exempel sent på eftermiddagen.

Exempel: Försök att identifiera när målgruppen är som mest mottaglig att ta sig till information. Försök också att ge information i nära anslutning till beslutssituationen.

RAMBOLL

FEEDBACK

Insikt: Vi är mer benägna att nå utsatta mål om vi får återkoppling på våra framsteg.

Exempel: Kom ihåg att återkoppla till dem som redan nu utför den önskade handlingen. Till exempel "Tack för att du skickade in rapporten i tid".

RAMBOLL

SOCIALA NORMER

Insikt: När vi är osäkra på vad som är rätt beteende, följer vi vad andra gör. Dvs. det som vi uppfattar är normen.

Exempel: Framhäv i budskap vad normen är inom den målgruppen vi vill påverka. Till exempel "9 utav 10 företag i Region X har utfört...".

RAMBOLL

ÖVNING

STEG 1: FÖRSTÅ VAD SOM ÄR ETT BETEENDE

- När man utvecklar beteendeinsatser är det viktigt att problemet man försöker lösa är ett faktiskt beteende
- Det kan vara svårare än vad man tror att veta om något är ett beteende eller inte
- Ibland är företeelser det som påverkar beteenden, eller konsekvenser av beteenden, snarare än faktiska beteenden

- 
- Exempel på beteende: Ta bussen till jobbet

- Exempel på ett icke-beteende: Vilja ta bussen till jobbet

Kan du se skillnaden?

VAD ÄR BETEENDE?

- Något en individ gör som respons av yttre eller inre händelser
- Tumregel: Beteende är något vi gör, och är direkt eller indirekt mätbart
- Beteende är något vi kan förändra och påverka

1. Är beteendet något som görs? ✓

T.ex. Att ta cykeln till jobbet är ett beteende. Att vilja ta cykeln till jobbet är inte ett beteende.

2. Kan beteendet mätas? ✓

M.a.o. kan data samlas in för att mäta förändringar i beteendet? Data kan erhållas från olika källor, t.ex. Statistik, enkäter, observationer, intervjuer etc.

VILKET BETEENDE VILL DU ÅSTADKOMMA FÖR ATT FRÄMJA ER REGIONS UTVECKLING?

Om er utmaning till exempel är: "För få kvinnor och män startar och driver företag i regionen", kan du fokusera på att åstadkomma beteenden som:

- Möjliga entreprenörer tar kontakt med företagsfrämjande aktörer
- Företagare söker stöd för att finansiera uppstart av sin verksamhet
- Företagsfrämjande aktörer kontaktar nya målgrupper med olika bakgrund

VILKET BETEENDE VILL DU ÅSTADKOMMA FÖR ATT FRÄMJA ER REGIONS UTVECKLING?

Om er utmaning till exempel är: "Utsläpp från transporter bidrar till klimatförändringar och dålig luftkvalitet", kan du fokusera på att åstadkomma beteenden som:

- Invånare väljer att resa med kollektivtrafik eller cykel
- Företag uppmuntrar hållbart resande/resepolicy
- Företag planerar sina transporter för att minska antal resor

ÖVNING

1. Vilka utmaningar möter ni när ni vill främja en hållbar utveckling i regionen?
2. Vilka möjliga beteendeproblem skulle vi kunna adressera för att hantera utmaningen eller utmaningarna?
3. Skriv ned svaren på frågorna i mallen
4. Diskussion i helgrupp

Diskutera med din
bordsgranne

Inspiration:

Vilka utmaningar möter ni när ni vill främja en hållbar utveckling i regionen?

För få kvinnor och män startar och driver företag i regionen

Vilka möjliga beteendeproblem skulle vi kunna adressera för att hantera utmaningen eller utmaningarna?

Möjliga entreprenörer tar kontakt med företagsfrämjande aktörer

En mångfald av företagare söker stöd för att finansiera uppstart av sin verksamhet

ÖVNING

1. Vilka utmaningar möter ni när ni vill främja en hållbar utveckling i regionen?
2. Vilka möjliga beteendeproblem skulle vi kunna adressera för att hantera utmaningen eller utmaningarna?
3. Skriv ned svaren på frågorna i mallen
4. Vilken/vilka av de 6 verktygen skulle man kunna använda för att skapa en beteendeförändring för det aktuella problemet?

Diskutera med din
bordsgranne

Inspiration:

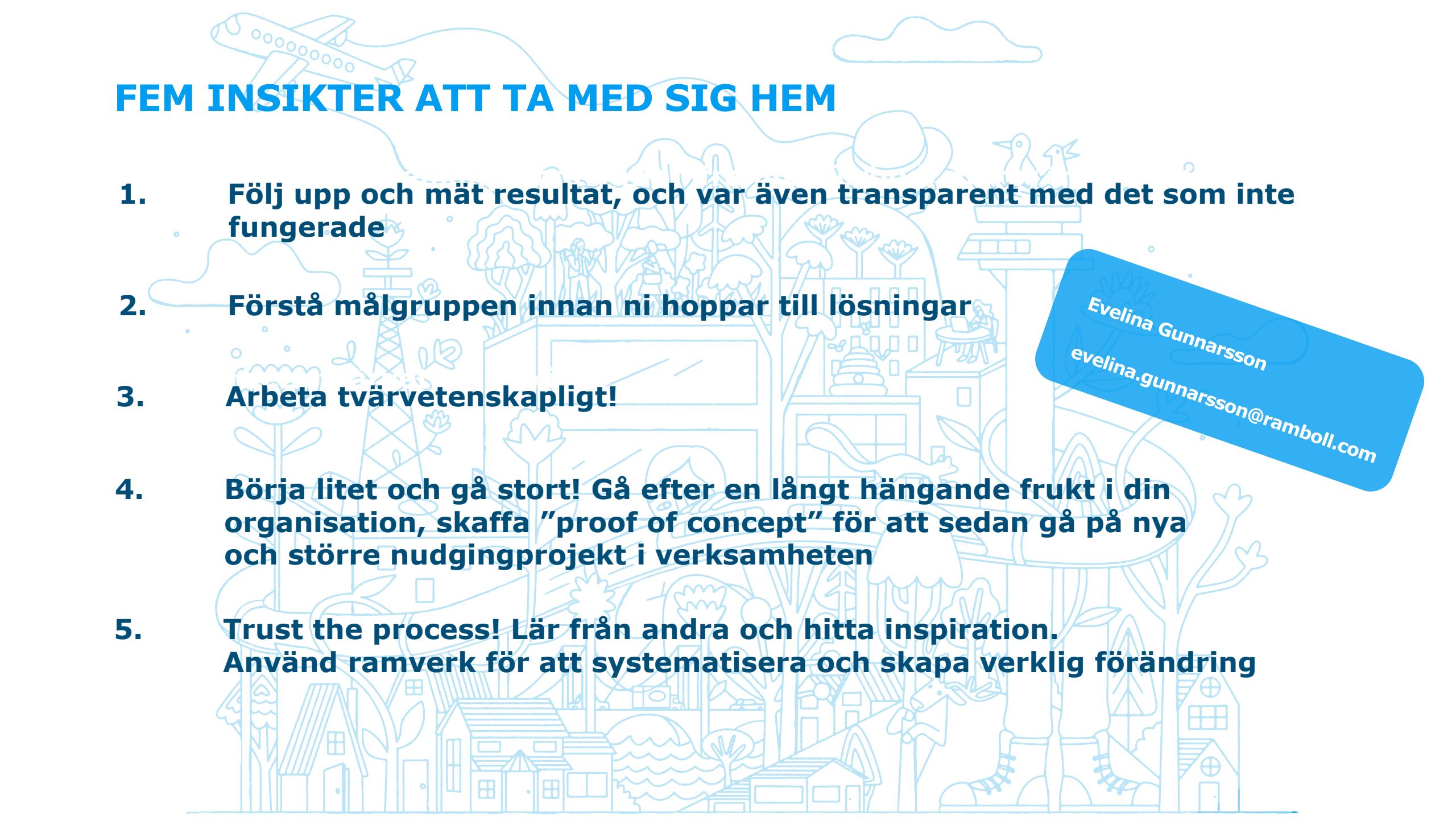
Vilka utmaningar möter ni när ni vill främja en hållbar utveckling i regionen?

För få kvinnor och män startar och driver företag i regionen

Vilka möjliga beteendeproblem skulle vi kunna adressera för att hantera utmaningen eller utmaningarna?

Möjliga entreprenörer tar kontakt med företagsfrämjande aktörer

En mångfald av företagare söker stöd för att finansiera uppstart av sin verksamhet



FEM INSIKTER ATT TA MED SIG HEM

1. **Följ upp och mät resultat, och var även transparent med det som inte fungerade**
2. **Förstå målgruppen innan ni hoppar till lösningar**
3. **Arbeta tvärvetenskapligt!**
4. **Börja litet och gå stort! Gå efter en långt hängande frukt i din organisation, skaffa "proof of concept" för att sedan gå på nya och större nudgingprojekt i verksamheten**
5. **Trust the process! Lär från andra och hitta inspiration. Använd ramverk för att systematisera och skapa verklig förändring**

Evelina Gunnarsson
evelina.gunnarsson@ramboll.com

VILL DU VETA MER?

