

## Nudging

Nudging maakt gebruik van inzichten uit de gedragspsychologie om het gedrag van mensen op een positieve manier te beïnvloeden.

Onlangs werd in het uitgaansleven geëxperimenteerd met twee voorbeelden van nudging. Het ene project had het doel om wildplassen rond het Rembrandtplein in Amsterdam tegen te gaan, het andere project in Hilversum wilde de veiligheidsbeleving bevorderen. Hierbij werden normactivatie, het aanbieden van een alternatief, onbewuste triggers en het prikkelen van zelfbewustzijn toegepast.

### DOEL EN DOELGROEP

#### *Doelstelling:*

Nudging stimuleert gewenst gedrag. In [het Amsterdamse project](#) was het doel om mannelijke wildplassers te prikkelen gebruik te maken van een plaskruis in plaats van een steeg. Het [Hilversumse project](#) wilde het veiligheidsgevoel van het uitgaanspubliek vergroten en incidenten verminderen.

#### *Doelgroep:*

Gedragsbeïnvloeding kan over het algemeen bij al het uitgaanspubliek worden toegepast. Voor een effectieve inzet moet de doelgroep zeer duidelijk worden omschreven. Wie precies moet zijn of haar gedrag veranderen?

### WAAROM WERKT HET

Nudging is een aanpassing in de omgeving en die mensen helpt om zich te gedragen zoals ze zich *willen* gedragen. Nudging zorgt voor een voorspelbare verandering in gedrag, zonder andere keuzeropties te verbieden of onmogelijk te maken. Het faciliteert het gewenste gedrag. Nudging gaat in op het automatische gedrag van mensen: mensen maken keuzes meestal onbewust, vanuit een bepaalde routine, norm of overtuiging. Nudging maakt gebruik van deze onbewuste processen die onze keuzes bepalen.

### PROBLEEM EN CONTEXT

Wil je nudging effectief inzetten, dan is een grondige probleemanalyse vooraf noodzakelijk. Welk gedrag moet veranderen en waardoor wordt dit gedrag veroorzaakt? In Amsterdam en Hilversum ging dit als volgt.

#### *Wildplassen Amsterdam*

Het probleem met wildplassen in de steeg werd veroorzaakt door een gebrek aan openbare plasvoorzieningen en de beperkte aandacht die de doelgroep heeft voor zijn omgeving door de overmaat aan prikkels in het uitgaansleven. Bovendien ziet de doelgroep wildplassen niet als probleem of overlast. Doordat er al merkbaar was geplast in de steeg (sociaal bewijs: anderen doen het ook) was de drempel tot wildplassen laag. Alcoholgebruik versterkte deze factoren.

#### *Verminderde veiligheidsbeleving Hilversum*

De veiligheidsbeleving van het uitgaanspubliek en omwonenden van het uitgaansgebied in Hilversum is afgelopen jaren verslechterd. Ook het aantal geweldsincidenten was een probleem. De veronderstelling was dat het merendeel van het uitgaanspubliek zich in principe niet wil misdragen, maar dat zij zich tijdens de uitgaansavond onvoldoende bewust zijn van hun eigen gedrag, normen en waarden.

### GEWENST GEDRAG DOOR GEDRAGSBEINVLOEDING

Voor effectieve nudging moet het gewenste gedrag zo concreet mogelijk worden beschreven. Welk veilig of sociaal gedrag wil je concreet zien? Welke keuzes heeft de doelgroep hierin? Welke onbewuste processen beïnvloeden die keuzes?

In Amsterdam en Hilversum werden verschillende nudges ontworpen. Deze speelden in op onbewuste processen als standaardkeuzes (zo doet een persoon het altijd) of sociale normen (zo doen de meeste anderen het).

#### *Wildplassen Amsterdam*

Amsterdam wilde het automatische gedrag (wildplassen in de steeg) doorbreken door in de openbare ruimte een alternatief te bieden (plaskruis), daar duidelijk op te

versie

Augustus 2017

wijzen (duidelijke pijlen op de grond in de steeg richting het plaskruis) en door de beleving van de steeg te veranderen (gekleurde lichtprojecties op de grond).

### *Veiligheidsbeleving Hilversum*

Hilversum wilde het uitgaanspubliek meer zelfbewust maken op het moment dat ze het uitgaansgebied betreden, door middel van spiegels. Zelfbewustzijn vergroot de kans dat mensen zich volgens hun eigen normen en waarden gedragen. Daarnaast wilde zij met rode lopers benadrukken dat het Hilversumse uitgaansleven bijzonder is (een positieve *prime*). Rode lopers hebben de uitstraling van status en klasse met als bijbehorende norm 'hier hoor je je te gedragen'.

## TOEPASSING EN UITVOERING

### Fasering

Om op een goede manier nudging toe te passen is een uitgebreide analyse vooraf nodig:

1. Beschrijf het ongewenste gedrag (wat, wie, waar, wanneer, hoe, etc.).
2. Beschrijf de oorzaken van het ongewenste gedrag.
3. Beschrijf het gewenste gedrag.
4. Identificeer de onbewuste processen die betrokken zijn bij dit gewenste gedrag (sociale norm, standaardkeuze, etc.).
5. Identificeer de plaats en het moment waarop de keuze voor het (on)gewenste gedrag plaatsheeft.
6. Ontwerp de interventie (nudge) die het gewenste gedrag prikkelt op het juiste moment en de juiste plaats.

### Hulpmiddelen en instructies

Het CCV biedt verschillende vormen van ondersteuning om gedragsbeïnvloeding op een goede manier in te zetten. Nudging is een vorm van gedragsbeïnvloeding. Daarnaast komen in het CCV-aanbod ook andere inzichten uit de gedragspsychologie aan bod, zoals sancties, goed gedrag belonen, etc.:

- **Interventiekompas:** met dit instrument krijgen handhavers en toezichthouders inzichtelijk waarom de regels worden overtreden. Daarnaast doen ze inspiratie op voor effectieve manieren die ze kunnen inzetten om dit gedrag te veranderen. In ToeZine stond een

[achtergrondartikel](#) met diverse voorbeelden van de toepassing van het Interventiekompas.

- Opleiding gedragsverandering: hierin bouwt u wetenschappelijk onderbouwde basiskennis van gedragsverandering op, past u deze kennis toe in uw eigen toezichtpraktijk (project), wisselt u ervaringen uit en ontwikkelt u interventies voor de door u ingebrachte casus. Deze opleiding wordt doorgaans verzorgd voor medewerkers van handhavings- en toezichtorganisaties, maar wordt ook op aanvraag verzorgd voor andere veiligheidsprofessionals met interesse in gedragsbeïnvloeding.

Wilt u nagaan of uw interventie aan de kenmerken van een nudge voldoet? Onderzoekers De Ridder en Gillebaart ontwierpen een handige checklist waarmee u kunt nagaan of een interventie een nudge is of niet (zie blz. 13 in [het onderzoeksrapport](#) over nudging in Hilversum).

### Aandachtspunten: do's en don'ts

- Nudging is populair en wordt steeds meer toegepast bij diverse veiligheidsproblemen. De verleiding is groot om direct een nudge te bedenken, voordat het (on)gewenste gedrag goed is geanalyseerd en omschreven. Analyse is echter een voorwaarde voor een effectieve nudge.
- Nudging gaat ervan uit dat mensen zich aan regels, normen en waarden *willen* houden. Dat betekent dat nudging niet voor al het norm-overschrijdend gedrag geschikt is. Geplande delicten, zoals een overval of diefstal, zijn niet geschikt om met nudging aan te pakken. Ook delicten waarmee een hevige emotionele reactie gepaard gaat, zoals geweld, of delicten die onder invloed van alcohol en/of drugs worden gepleegd, zijn lastig met nudging aan te pakken. Een nudge is immers een subtiel duwtje in de rug.
- Uitgaanspubliek wordt tijdens een uitgaansnacht aan veel prikkels blootgesteld: drukte, harde muziek, alcohol, hormonen. Een nudge is in feite een extra prikkel. Deze moet voldoende opvallen te midden van het feestgedruis wil het gewenste effect optreden.
- Nudging is geen gegarandeerd succes. Eén interventie in Amsterdam bleek niet succesvol. Er werden afbeeldingen van intieme muziekconcerten in de steeg opgehangen, met het doel om een sociale norm te activeren.

versie  
Augustus 2017

Uitgaanspubliek werd gewezen op een setting waar je je normaal gesproken netjes gedraagt. In de praktijk werd er echter nauwelijks naar de afbeeldingen gekeken. De interventie werd niet als dusdanig herkend.

- Interventies combineren: in het Amsterdamse experiment bleek dat de inzet van meerdere interventies tegelijkertijd een groter positief effect had dan de interventies los van elkaar. Deze interventies moeten goed op elkaar zijn afgestemd.

#### Maatregel wordt toegepast in...

Nudging wordt al langer succesvol ingezet in het bevorderen van *gezonde* keuzes. Er zijn meerdere bekende experimenten waarin bewegen wordt gestimuleerd, zoals de piano-trap naast een roltrap in [Stockholm](#) en voetstap-stickers en lijnen richting de trap in [de bibliotheek van Utrecht](#), of [prikfels](#) om te kiezen voor een gezonde en duurzame snack.

## RESULTATEN

### Effect in de praktijk

Zowel in Amsterdam als in Hilversum is het effect op het gedrag en (in Hilversum) de veiligheidsbeleving van het uitgaanspubliek onderzocht. In beide experimenten was er sprake van een positief effect.

#### *Wildplassen Amsterdam*

Het neerzetten van een plaskruis in de buurt van de steeg zorgde al voor een afname van wildplassen in de steeg, maar dat effect werd versterkt door de inzet van de pijlen en de lichtprojecties. De plaatsing van het plaskruis alleen leidde tot 40% minder wildplassers. Met de andere interventies erbij nam het wildplassen af met 67%.

De lichtprojecties zorgden bovendien voor een extra effect: in de steeg werden selfies gemaakt bij de lichtprojecties of er werd op gedanst. Het publiek bleef langer aanwezig in de steeg dan normaal. Dit droeg bij aan het positieve effect.

#### *Veiligheidsbeleving Hilversum*

De veiligheidsbeleving van het uitgaanspubliek was, ten tijde van de nudge, significant hoger (7.7) dan de beleving van het publiek dat niet aan de spiegels en

rode looper werd blootgesteld (7.2). In het aantal geweldsincidenten was er geen significant verschil. Het lage aantal incidenten bemoeilijkte het vaststellen van verschillen.

### Hoe kun je het effect meten?

Meet het effect door te evalueren:

- Het veiligheidsgevoel van het uitgaanspubliek voor en tijdens de inzet van de nudge.
- Het aantal incidenten voor en tijdens de inzet van de nudge.
- Het is belangrijk dat er tijdens de evaluatie *niet* wordt ingegaan op de nudge zelf. Met nudging wordt immers gebruik gemaakt van onbewuste processen die onze keuzes bepalen. Voor een betrouwbare evaluatie mag het uitgaanspubliek zich dus niet bewust zijn van de nudge.