

**Rode Lopers En Spiegels – Een Onderzoek Naar Het Effect Van Nudges Op De  
Veiligheid Tijdens Het Uitgaan In De Gemeente Hilversum**

**In opdracht van OM Spaces**



**L.C. van Gestel, Prof. D.T.D. de Ridder, & Dr. M.A. Adriaanse**

**Universiteit Utrecht**

**12 februari 2016**

## **Voorwoord**

Voor u ligt het verslag van het onderzoek naar het effect van nudges op de veiligheid tijdens het uitgaan in Hilversum. Dit onderzoek is uitgevoerd door de Universiteit Utrecht in opdracht van OM Spaces Amsterdam en is mede mogelijk gemaakt door het ministerie van Veiligheid en Justitie, het Openbaar Ministerie Midden-Nederland en de gemeente Hilversum. Wij bedanken alle betrokkenen voor hun enthousiaste en welwillende medewerking aan het onderzoek: Machteld van Barchjansen, Judith van Heems, en Eva Duffhues van OM Spaces, John de Jong, Hennie Bos, en Koen Kokkeler van de gemeente Hilversum, en Willem-Jan Hoiting van de politie-eenheid Midden-Nederland. Tot slot willen we allen die betrokken waren bij de dataverzameling bedanken voor hun inzet, met name Irene Torrubia Ollero, Christina Spoiala, en Max Wohlers.

## Highlights

**Wat is nudging?** Een *nudge* is een subtiel 'duwtje in de rug'. Het is een aanpassing in de omgeving die mensen helpt zich te gedragen zoals ze zich willen gedragen. Nudges zijn gebaseerd op psychologische inzichten over het menselijk gedrag en spelen in op de automatische manier waarop mensen keuzes maken. Nudges sturen het gedrag in de gewenste richting zonder andere opties te verbieden. Het bekendste voorbeeld van een nudge is de afbeelding van een vlieg in het urinoir die ervoor zorgt dat mannen minder morsen tijdens het plassen.

**Welke nudges zijn gebruikt?** In dit onderzoek zijn twee nudges gebruikt: rode lopers en spiegels. Uit psychologisch onderzoek weten we dat spiegels ervoor zorgen dat mensen zich bewust worden van zichzelf en dat dit de kans vergroot dat mensen zich gedragen volgens hun eigen normen en waarden. Rode lopers symboliseren status en klasse waardoor mensen het idee hebben dat ze op een bijzondere plek zijn waar ze zich horen te gedragen.

**Doel van het onderzoek?** Het doel van dit onderzoek was om de veiligheid tijdens het uitgaan te verhogen door middel van nudging. Daarbij hebben we gekeken naar de subjectieve veiligheid (hoe veilig voelt men zich?) en naar de objectieve veiligheid (hoe veilig is het daadwerkelijk?).

**Hoe is dit onderzocht?** Gedurende vier weekenden hebben we in het centrum van Hilversum onderzoek gedaan. Ruim 200 jongeren die uitgingen in het centrum van Hilversum hebben op straat vragenlijsten ingevuld en ook is hun gedrag geobserveerd; 64 jongeren hebben een dag later een meer uitgebreide vragenlijst ingevuld. De eerste twee weekenden van het onderzoek waren er geen nudges. De laatste twee weekenden waren er spiegels opgehangen en rode lopers uitgerold.

**Wat zijn de resultaten?** De rode loper en de spiegels hebben ervoor gezorgd dat jongeren zich veiliger voelden. Ook waren de reacties op de nudges positief. Dit onderzoek toont aan dat het plaatsen van spiegels en het uitrollen van rode lopers een effectieve maatregel is om de veiligheidsgevoelens te verhogen. Replicatie van het onderzoek is nodig om het effect op veilig en sociaal gedrag vast te stellen.

## Inleiding

De wetenschappelijke literatuur over nudging is de laatste jaren exponentieel toegenomen, en vooralsnog groeiende. Uit deze literatuur blijkt dat nudging een veelbelovende manier is om 'gewenst gedrag' te bevorderen. De klassieke definitie van nudging luidt: '...any aspect of the choice architecture that alters people's behavior in a predictable way without forbidding any options or significantly changing incentives. To count as a mere nudge, the intervention must be easy and cheap to avoid. Nudges are not mandates. Putting the fruit at eye level counts as a nudge. Banning junk food does not.' (Thaler & Sunstein, 2008, p. 6). Deze definitie benadrukt dat (1) er sprake is van een voorspelbare verandering in gedrag als gevolg van de nudge, (2) dat de alternatieve keuze niet wordt verboden, en (3) dat de gewenste keuze gefaciliteerd wordt. Nudges zijn effectief omdat ze inspelen op het 'automatische' gedrag dat het merendeel van het menselijk gedrag bepaalt (Hansen & Jespersen, 2013).

Nudges worden vooral toegepast om gezond en duurzaam gedrag te bevorderen, maar lenen zich ook om sociaal en veilig gedrag in de openbare ruimte te faciliteren. Onderzoek naar nudges om veilig en sociaal gedrag in de openbare ruimte te bevorderen bouwt voort op de zogeheten *broken window theory* (Wilson & Kelling, 1982), die stelt dat tekenen van verwaarlozing in de openbare ruimte leiden tot klein crimineel gedrag en ordeverstoringen. Een schone, opgeruimde omgeving leidt daarentegen juist tot sociaal gedrag (Keizer, Lindenberg, Steg, 2008). Met behulp van nudging zou het mogelijk moeten zijn om zo'n schone, opgeruimde omgeving te creëren en zodoende de veiligheid te verbeteren.

Het doel van dit onderzoek was om de veiligheid tijdens het uitgaan, zowel objectief als subjectief, te verbeteren door middel van nudging. Daarvoor zijn twee nudges gebruikt. Allereerst zijn er spiegels geplaatst om het zelfbewustzijn te verhogen en feedback op het eigen (gewenste) gedrag te verhogen. In de psychologische literatuur worden spiegels veelal gebruikt als manipulatie om het zelfbewustzijn te vergroten. Een verhoogd zelfbewustzijn leidt vaak tot inhibitie van ongewenst gedrag (bv. afkijken tijdens een toets). Ook in de praktijk worden spiegels ingezet om gedrag te beïnvloeden. Zo maken supermarkten en busmaatschappijen al gebruik van spiegels om diefstal en zwartrijden te voorkomen en overweegt de NS om spiegels op te hangen in treinen om agressie te verminderen.

Naast het plaatsen van spiegels hebben we rode lopers uitgerold om de toegang tot het uitgaansgebied als een bijzondere plek te markeren. Rode lopers symboliseren status en klasse waardoor ze via onbewuste processen gewenst gedrag stimuleren. Uit een pilot onderzoek bleek dat mensen rode lopers voornamelijk associëren met (1) feesten en evenementen, (2) film, theater en tv, (3) beroemdheden en (4) chique, formele, en luxe settings en kleding.

Het huidige onderzoek vond plaats in de gemeente Hilversum, een gemeente die open staat voor innovatieve ideeën voor de aanpak van veiligheidsvraagstukken. Ondanks dat de objectieve veiligheid tijdens stapavonden de afgelopen jaren niet verslechterd is in Hilversum, is men zich de afgelopen jaren wel onveiliger gaan voelen (IVP, 2015). Het percentage bewoners dat zich wel eens onveilig voelt rondom uitgaansgelegenheden is 47% (Veiligheidsmonitor, 2013) en de veiligheid in het uitgaansgebied krijgt een 6,4 (Omnibusenquête, 2014). Op initiatief van het OM Midden-Nederland is contact gezocht met adviseurs Koen Kokkeler en Hennie Bos en de burgemeester van de gemeente Hilversum, Pieter Broertjes. Zij reageerden enthousiast op het voorstel omdat het aansluit op de positieve aanpak van de

gemeente. In overleg met de gemeente Hilversum en de politie-eenheid Midden-Nederland is vervolgens het onderzoek uitgevoerd.

In wat volgt beschrijven we de methode, resultaten, conclusies en aanbevelingen van het onderzoek.

## Methoden

### Deelnemers

Deelnemers aan het onderzoek waren 209 passanten die tijdens stapavonden een korte vragenlijst op straat invulden; 134 van deze passanten (64%) waren bereid een e-mailadres achter te laten en 64 van hen (31% van het totaal aantal deelnemers) hebben de vervolgvragenlijst volledig ingevuld. Uit deze vervolgvragenlijst bleek dat een kleine meerderheid van de deelnemers man was (62,5%), de gemiddelde leeftijd 23,7 jaar was, deelnemers gemiddeld 5,6 alcoholische drankjes hadden geconsumeerd, en 14,1% van de deelnemers drugs had gebruikt (voornamelijk wiet en xtc). Gemiddeld kwamen de deelnemers om 23.09 uur aan in het centrum en vertrokken ze om 2.23 uur in de nacht. In de tussentijd hadden ze gemiddeld 1,9 kroegen bezocht.

### Procedure

Het onderzoek vond plaats gedurende vier weekenden in november en december 2015 op vrijdag- en zaterdagavonden van 23.00 tot 02.00 uur 's nachts. Tijdens de eerste twee weekenden van het onderzoek werden de metingen verricht voor de baseline conditie (zonder nudges). Tijdens de laatste twee weekenden werden de metingen verricht voor de nudge conditie (met nudges).

Het veldonderzoek werd verricht in twee toegangswegen naar de uitgaansstraat de Groest: de Kerkstraat en de Leeuwenstraat. Op het moment dat er geobserveerd werd in de ene straat, werd in de andere straat de korte vragenlijst afgenomen. Hierdoor konden we natuurlijk gedrag observeren zonder dat passanten hun gedrag zouden aanpassen in reactie op de aanwezigheid van de onderzoekers. Om de observanten niet te opvallend of verdacht te maken, alsmede om te corrigeren voor eventuele verschillen tussen de Kerkstraat en de Leeuwenstraat, werd er gedurende de nacht drie keer van locatie gewisseld (resultierend in vier rondes van elk 45 minuten).

Tijdens de nudge conditie werd in beide straten een rode loper van 15 meter lang en 2 meter breed uitgerold. Aan weerszijden van de lopers werden 2 spiegels (afmeting 60x80), gemonteerd op een buispaal, geplaatst op 5 en 10 meter afstand van het begin van de loper. De spiegels werden op zo'n manier geplaatst dat passanten die richting het centrum liepen hun eigen gezicht en bovenlichaam konden zien in de spiegels.

### Meetinstrumenten

*Korte vragenlijst.* Passanten werden op straat benaderd om mee te doen aan een kort onderzoek naar de *sfeer* in Hilversum en werden zodoende bewust in het ongewisse gelaten over het daadwerkelijke doel van het onderzoek (zodat dit de resultaten niet kon beïnvloeden). De korte vragenlijst bestond uit vijf korte vragen ('In hoeverre voel je je gespannen/prettig/veilig/onrustig/vrolijk?'). Alle antwoorden

moesten gegeven worden op een schaal van 1 (helemaal niet) tot 10 (heel erg). De subjectieve veiligheid werd gemeten met het item 'veilig'. De andere vier items (twee positieve en twee negatieve) waren toegevoegd om de aandacht af te leiden van het daadwerkelijke doel van het onderzoek, maar ook om te meten of de nudges een verschil in stemming met zich meebracht. Als de korte vragenlijst was ingevuld, konden deelnemers hun e-mail adres achterlaten om mee te doen aan het vervolgonderzoek.

*Vervolg vragenlijst.* Deelnemers die hun e-mail adres hadden achtergelaten kregen een dag later een uitnodiging voor het invullen van de online vervolgvragenlijst. De belangrijkste vraag in de vervolgvragenlijst bestond uit dezelfde vijf items als in de korte vragenlijst en had daarmee betrekking op de vraag hoe ze terugkeken op hun ervaring van de vorige avond. Daarnaast werd deelnemers gevraagd een algemeen rapportcijfer te geven aan de uitgaansnacht, alsmede dit te doen in vergelijking met de vorige keer dat ze uit waren geweest in Hilversum. Ook werd gevraagd of ze tijdens het uitgaan een (gewelds)incident hadden meegemaakt en werden enkele gedetailleerde vragen gesteld over het meegemaakte incident. Tot slot werd gevraagd naar de aankomst- en vertrektijd, alcoholconsumptie, drugsgebruik, het aantal bezochte kroegen, leeftijd en geslacht om een beeld te krijgen van de kenmerken van de deelnemers.

*Observaties.* Tijdens de uitgaansavonden zelf waren er observanten aanwezig die opereerden in drietallen. Zij waren geïnstrueerd om zich zo onopvallend mogelijk te gedragen. Mede om die reden werden alle observaties bijgehouden op mobiele telefoons. Elke tweede passant werd geobserveerd zodat we een systematische steekproef van alle passanten konden nemen zonder dat er selectie op basis van niet te verklaren factoren zou plaatsvinden (bijvoorbeeld dat er door plotselinge drukte enkele observaties zouden ontbreken).

In beide condities werden emoties geobserveerd aan de hand van gezichtsuitdrukkingen en werd voor elke tweede passant genoteerd of hij/zij bang, boos, neutraal, verbaasd of vrolijk keek. Daarnaast werd in de nudge conditie genoteerd of passanten wel of niet over de rode loper liepen en of ze wel of niet in de spiegels keken. Elk kwartier werd het gedrag en de reactie op de nudges van de eerstvolgende passant in detail beschreven door een van de observanten. Ook hielden observanten nauwlettend in de gaten of er (gewelds)incidenten plaatsvonden. Indien ze een incident hadden gezien moesten ze dit rapporteren en aan de hand van een aantal vragen in zo veel mogelijk detail beschrijven.

*Cameratoezicht.* Niet alleen konden we het aantal incidenten afleiden uit het aantal gerapporteerde incidenten door deelnemers of observanten, maar ook uit de data die voortkomen uit de registratie van incidenten die plaatsvonden onder het cameratoezicht. Met deze data konden we specifiek selecteren op het uitgaansgebied zodat we een maat van de objectieve veiligheid in het uitgaansgebied hadden.

## Resultaten

### Subjectieve veiligheid

Om te analyseren of er een effect was van de nudges op de subjectieve veiligheid, hebben we gekeken naar het effect van de onderzoeksconditie (de eerste twee weekenden zonder nudges vergeleken met de laatste twee weekenden waarin de nudges geplaatst waren) op de veiligheidsgevoelens zoals

deelnemers rapporteerden op straat. Uit deze analyse blijkt dat er een significant effect was van conditie op subjectieve veiligheid en dat de veiligheidsbeleving hoger was in de nudge conditie (gemiddeld 7.72) dan in de baseline conditie (gemiddeld 7.20; Zie Figuur 1 op p. 14). Deze resultaten tonen aan dat men zich veiliger voelde in de nudge conditie dan in de conditie zonder nudges en dat de aanwezigheid van de nudges de veiligheidsgevoelens significant verhoogt.

### Objectieve veiligheid

Wat betreft de objectieve veiligheid kunnen we concluderen dat er geen verschil was tussen de condities in het aantal geweldsincidenten. Observanten en deelnemers rapporteerden een vergelijkbaar aantal incidenten in beide condities en ook waren er geen significante verschillen in het aantal incidenten geregistreerd onder het cameratoezicht (22 in de conditie zonder nudges, 18 in de conditie met nudges). Hierbij moet worden opgemerkt dat het aantal incidenten (ongeacht of dit werd gemeld door deelnemers of geregistreerd door de camera) klein was zodat het moeilijk was om significante verschillen vast te stellen. Desalniettemin laat dit wel zien dat de verhoging in subjectieve veiligheid niet het regelrechte gevolg is van een verlaging in (gewelds)incidenten maar van blootstelling aan de nudges.

### Secundaire analyses

*Weersomstandigheden.* Het onderzoek vond plaats in de herfst en de weersomstandigheden waren bij tijd en wijle onstuimig, maar zelfs in deze barre omstandigheden leidde de plaatsing van de twee nudges tot een verhoogde subjectieve veiligheid. De gemiddelde weersomstandigheden waren vergelijkbaar in beide condities en kunnen het positieve effect van de nudges niet verklaren.

*Stemming.* Ook de algemene stemming was in beide condities vergelijkbaar. Deelnemers voelden zich niet meer of minder prettig, vrolijk, gespannen of onrustig als ze werden blootgesteld aan de nudges. Dit toont dus aan dat de nudges een specifiek effect op de subjectieve veiligheid hebben dat niet het gevolg is van een betere stemming.

*Deelnemers.* De deelnemers in beide condities hadden vergelijkbare eigenschappen. Zo was er geen verschil tussen de deelnemers in de conditie zonder nudges en de nudge conditie wat betreft leeftijd, geslacht, alcoholconsumptie, drugsgebruik, aankomsttijd (in het centrum) en vertrektijd (uit het centrum). Deelnemers in de conditie zonder nudges hadden gemiddeld wel meer kroegen bezocht tijdens het uitgaan dan deelnemers in de nudge conditie, maar dit verschil is niet gerelateerd aan de verhoging in subjectieve veiligheid.

*Andere trends.* Ons onderzoek toont verder aan dat er (1) geen verschil in subjectieve veiligheid is tussen de vrijdag en de zaterdag (men voelde zich beide dagen even veilig); (2) geen verschil in subjectieve veiligheid is tussen de twee locaties waar het onderzoek plaatsvond (men voelde zich even veilig in de Kerkstraat<sup>1</sup> als in de Leeuwenstraat); en (3) geen trend gedurende de avond is (men voelde zich niet

---

<sup>1</sup> Tijdens het onderzoek waren er bouwwerkzaamheden verderop in de Kerkstraat tegenover de McDonald's waardoor de straat op dat punt smaller was. Geregeld waren er hangjongeren net buiten de McDonald's waardoor passanten deze groep moesten passeren. Verschillende deelnemers gaven (verbaal) aan dit naar te vinden, maar dit vonden we niet terug in de kwantitatieve data.

(on)veiliger naarmate het later werd<sup>2</sup>). Deze resultaten wijzen er op dat het verschil in subjectieve veiligheid tussen de condities ook niet te verklaren valt door andere factoren.

#### Reactie op nudges

Uit onze observaties blijkt dat de meeste passanten de nudges wel opmerken maar er niet op reageren in positieve of negatieve zin. Bijna de helft van de passanten liep over de rode loper (45.1%) en keek in de spiegels (42.5%). Deze bevindingen worden bevestigd door de kwalitatieve observaties van individuele passanten:

*“[Een] meisje loopt kijkend op [haar] mobiel langs [de] rode loper. [Ze heeft] geen aandacht voor [haar] omgeving [en] dus ook niet voor [de] spiegels”*

*“[Een] man loopt langs [de] rode loper, alleen met zijn hondje. Hij kijkt als hij de rode loper en spiegels nadert even in de spiegel. Hij loopt gewoon door”*

De observaties laten wel zien dat degenen die reageren op de nudges dat op een positieve manier doen:

*“[Een] jongen loopt met [een] groep vrienden over [de] rode loper. Bij [de] tweede spiegel bukt de jongen een beetje om in de spiegel te kijken. Hij loopt swingend richting [de] spiegel[,] aait over zijn haar en loopt door”*

*“[Een] meisje loopt arm in arm met [een] ander meisje. Ze kijkt in [de] spiegel en doet [haar] hand door haar haar. Daarna lopen ze samen over [de] rode loper”*

*“[Een] jongen loopt alleen over de rode loper, kijkt op afstand een paar keer naar [de] spiegel en kijkt steeds weg. Voordat hij er voorbij loopt kijkt hij eens goed en zegt ‘oh my god’”*

*“[Een] meisje loopt over de rode loper[,] kijkt in [de] spiegel en draait voor de spiegel een rondje met haar armen wijd. Daarna loopt ze verder”*

Ook de geobserveerde gezichtsuitdrukkingen laten zien dat men over het algemeen positief reageert op de nudges. Passanten zagen er proportioneel vaker vrolijk uit in de nudge conditie, terwijl ze minder vaak een neutrale uitdrukking op hun gezicht hadden. Het lijkt er dus op dat stappers er vrolijker uitzien, terwijl ze zelf aangeven zich niet vrolijker (of minder vrolijk) te voelen. Dit lijkt in eerste instantie tegenstrijdig maar het verschil is wel te verklaren. Bij de observaties gaat het om een kortstondige, uiterlijke, emotionele reactie op de nudges, terwijl het bij het invullen van de korte vragenlijst gaat om

---

<sup>2</sup> Verschillende deelnemers gaven aan dat ze zich later in de nacht (met name rond sluitingstijden) minder veilig voelden. Binnen het tijdsinterval van dit onderzoek waren er geen verschillen in de veiligheidsbeleving, maar we kunnen op basis van dit onderzoek niet uitsluiten dat men zich later gedurende de nacht wel (on)veiliger voelt.



een zelfgerapporteerde stemming (die niet geldt als directe reactie op de nudges). Al met al blijkt zowel uit de kwalitatieve als de kwantitatieve observaties dat de nudges overwegend positief worden ontvangen.

### Conclusies en Aanbevelingen

De resultaten van het onderzoek tonen aan dat (1) de nudges in de vorm van spiegels en rode lopers de subjectieve veiligheid vergroten en dat (2) de nudges positief ontvangen worden door het uitgaanspubliek. Deze resultaten onderstrepen de potentie van nudging om gevoelens van veiligheid te vergroten. Hoewel onderzoek naar nudging in het veiligheidsdomein nog in de kinderschoenen staat, laat dit onderzoek zien dat nudges een veelbelovende aanvulling kunnen zijn op de bestaande, meer repressieve, maatregelen om openbare veiligheid te vergroten. Bovendien laat dit onderzoek zien dat de paradoxale trend van een verbetering in objectieve veiligheid die gepaard gaat met een verslechtering in subjectieve veiligheid doorbroken kan worden door innovatieve oplossingen gebaseerd op psychologische inzichten. Voor de mogelijke implementatie van nudges is het van belang te bedenken op welke locaties deze nudges geplaatst moeten worden. In het huidige onderzoek werden nudges geplaatst bij de toegang tot het uitgaansgebied met het doel sociaal en veilig gedrag te nudgen bij alle bezoekers van het uitgaanscentrum. Mogelijk is het zinvol om daarnaast op specifieke locaties nudges te plaatsen. In het geval van Hilversum zijn er bijvoorbeeld met enige regelmaat incidenten nabij de McDonalds waar zich groepjes probleemjongeren ophouden. Het verdient aanbeveling om te onderzoeken of op dergelijke probeemlocaties aanvullende nudges geplaatst moeten worden die met name deze groep jongeren tot meer sociaal gedrag kan verleiden.

De potentie van deze interventie wordt geïllustreerd door een trend in de data in de effecten van de nudge interventie op mannen en vrouwen. Deze trend laat zien dat vrouwen zich zonder nudges onveilig voelden (gemiddeld 6.4) dan mannen (gemiddeld 7,2), maar dat zij zich net zo veilig voelden (gemiddeld 7.5) als mannen (gemiddeld 7,6) wanneer ze blootgesteld worden aan de nudges. Dit zou er op kunnen wijzen dat vrouwen, die zich meer kwetsbaar voelen tijdens het uitgaan, meer profiteren van de interventie.

Het huidige onderzoek laat veelbelovende effecten van nudges zien. Echter, meer onderzoek is nodig om te bepalen in hoeverre nudges ook effect hebben op het gedrag van mensen in het uitgaansleven. Dergelijk onderzoek dient plaats te vinden op locaties waar meer objectieve onveiligheid is dan in Hilversum het geval is. In het huidige onderzoek had de nudge interventie geen effect op het aantal geweldsincidenten, maar dit was waarschijnlijk het gevolg van een zogeheten *floor effect*. Het aantal incidenten dat tijdens het onderzoek plaatsvond lag al zo laag dat het haast onmogelijk was om, met de gebruikte meetinstrumenten, een significante daling in geweldsincidenten teweeg te brengen.

Een ander aspect dat nader onderzoek verdient is de duur van het effect van nudges. Het huidige onderzoek toont aan dat mensen zich veiliger voelen in de onmiddellijke nabijheid van de nudges, maar onbekend is hoe lang dit effect beklijft. Het huidige onderzoek toont aan dat de deelnemers die een dag later terugkijken op het gevoel van veiligheid, niet langer een grotere subjectieve veiligheid rapporteren. Dit lijkt er op te wijzen dat het effect van de nudges op veiligheidsgevoelens van korte duur zou kunnen

zijn. Echter, van belang is te onderzoeken hoe lang het effect van nudges aanhoudt gedurende het uitgaan.

Tot slot een enkel woord over de typen nudges die gebruikt zijn in dit onderzoek. Het gebruik van spiegels en een rode loper is gebaseerd op twee psychologische principes: (1) het manipuleren van zelfbewustzijn en (2) het aanbrengen van een positieve *prime* (een stimulus die onbewust herkend wordt en het gedrag in positieve zin beïnvloedt). Deze nudges zijn gebruikt als een eerste verkenning van nudges om sociaal en veilig gedrag te bevorderen, maar andere interventies gebaseerd op vergelijkbare psychologische inzichten zouden evenveel potentie moeten hebben. Het achterliggende idee van nudges is immers dat inzicht in menselijk gedrag aan de basis ligt van subtiele en innovatieve aanpassingen in de openbare ruimte die krachtige effecten teweeg kunnen brengen.

### Referenties

Centraal Bureau voor de Statistiek (2013). *Veiligheidsmonitor*.

Duval, S., & Wicklund, R. A. (1972). *A Theory of Objective Self-awareness*. Academic Press.

Gemeente Hilversum (2015). *Integraal Veiligheidsplan 2015-2018*.

Gemeente Hilversum (2014). *Omnibusenquête*.

Hansen, P.G., & Jespersen, A.M. (2013). Nudge and the manipulation of choice: A framework for the responsible use of the nudge approach to behavior change in public policy. *European Journal of Risk Regulation*, 1, 3-28.

Keizer, K., Lindenberg, S., & Steg, L. (2008). The spreading of disorder. *Science*, 322(5908), 1681-1685.

Thaler, R.H., & Sunstein, C.R. (2008). *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*. New Haven, NY: Yale University Press.

Wilson, J. Q., & Kelling, G. L. (1982). Broken windows. *Atlantic monthly*, 249(3), 29-38.

## **Bijlage A: 3 Tips voor Nudging**

### **1. Definieer wat het gewenste gedrag is**

Nudging faciliteert het 'gewenste' gedrag. Om een effectieve nudge te bedenken, is het van belang om eerst na te gaan wat dit gewenste gedrag is. Definieer het gedrag in zo concreet mogelijke termen. Ga na om welk specifiek aspect van veilig of sociaal gedrag het gaat, en identificeer de mate waarin mensen een keuze kunnen maken (bijv. het al dan niet weggooien van afval in de prullenbak). Zorg er voor dat deze keuzes vertaald worden naar meetbare parameters.

### **2. Identificeer de onbewuste processen die hierbij betrokken zijn**

Het merendeel van het menselijk gedrag is 'automatisch': mensen doen vaak dingen zonder er expliciet over na te denken (bijvoorbeeld op basis van intuïtie of gewoonte). Nudges maken gebruik van deze automatische manier van handelen door gebruik te maken van klassieke psychologische principes. De meest bekende zijn dat mensen een voorkeur hebben voor zogeheten default regels of sociale normen. Default regels zijn effectief doordat ze het gewenste gedrag de standaardkeuze maken met als gevolg dat mensen er bewust voor moeten kiezen om hiervan af te zien. Sociale normen geven aan wat het merendeel van de mensen vindt of doet waardoor anderen zich eerder bij deze norm zullen aansluiten.

### **3. Plaats de nudge interventie op de locatie en op het moment van de keuze**

Het ideale moment om automatisch gedrag te beïnvloeden is door de interventie te plaatsen op het moment dat de (onbewuste) keuze gemaakt wordt. Plaats de nudge interventie dus op het exacte moment van de keuze tussen veilig/sociaal en onveilig/onsociaal gedrag (bijvoorbeeld wel of niet afval in de prullenbak gooien, wel of niet met een glas alcohol op straat lopen).

**Bijlage B: Checklist: Wanneer is een interventie een nudge? (uit De Ridder & Gillebaart, 2015, p. 34)**

1. Is er sprake van een bewuste poging om gedrag te beïnvloeden?

→Ja: potentieel een nudge

→Nee: geen nudge

2. Sluit de nudge aan op individuele, collectieve, of sociaal gedeelde doelen?

→Ja: potentieel een nudge

→Nee: geen nudge

3. Sluit de nudge aan op een heuristiek in het menselijk beslisgedrag?

→Ja: potentieel een nudge

→Nee: geen nudge

4. Blijft de keuzevrijheid van het individu intact?

→Ja: potentieel een nudge

→Nee: geen nudge

5. Is er sprake van een aanmoediging van de gewenste keuze, en geen of minimale ontmoediging van het keuzealternatief?

→Ja: potentieel een nudge

→Nee: geen nudge

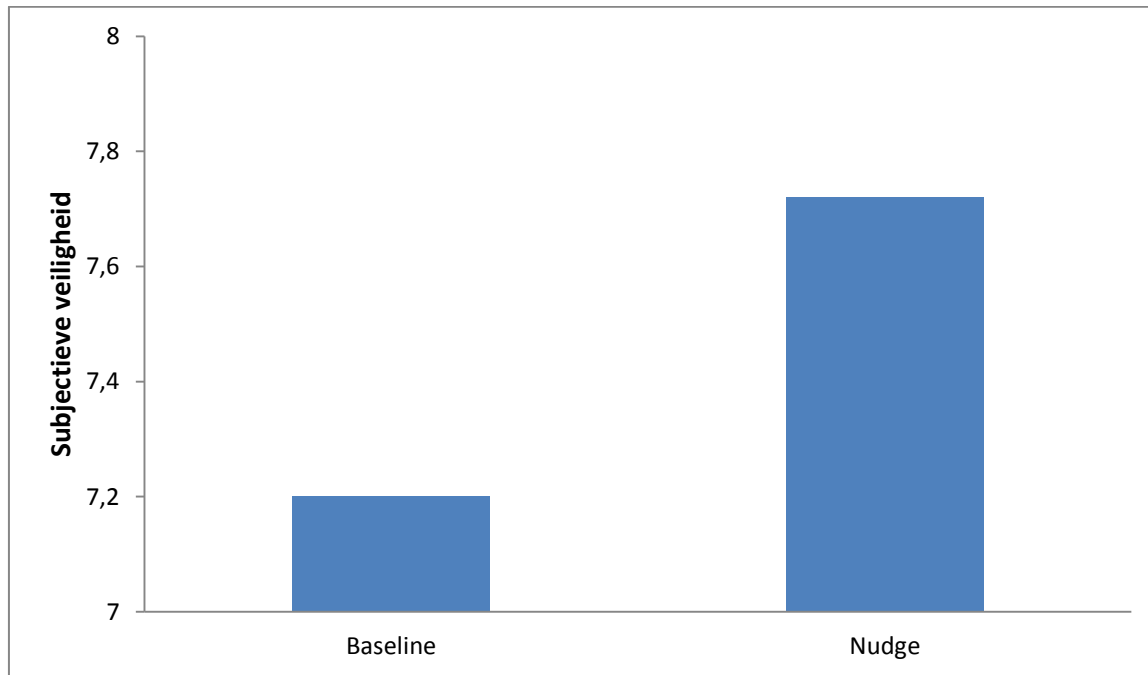
6. Is de nudge ethisch aanvaardbaar in termen van legitimiteit en transparantie?

→Ja: potentieel een nudge

→Nee: geen nudge

**Referentie**

De Ridder, D.T.D., & Gillebaart, M. (2015). Wetenschappelijk kader *Nudging* in de publieke gezondheidszorg. Eindrapport in opdracht van ZonMw.

**Bijlage C: Figuur Subjectieve Veiligheid**

**Figuur 1 – De gemiddelde subjectieve veiligheid in de conditie zonder nudges (baseline) en conditie met nudges (nudge)**



