

# Gedragstransitie: via agendasetting, verleiden naar regulering?

*Wat leren we van sociaal-psychologisch onderzoek?*

*Maart 2014*



# Inhoud

---

## 1

Waarom gedragsbeïnvloeding? 3

---

## 2

Zoeken naar psychologische inzichten in  
gedrag 7

---

## 3

TNS Behaviour Web  
behavioural economics 12

---

## 4

Stakeholdermanagement  
niemand kan alleen de maatschappij  
veranderen.. 16

---

## 5

Discussie: hoe organiseren we  
gedragstransitie? 20

---

# 1

## Waarom gedragsbeïnvloeding?



# We gedragen ons nogal problematisch, zo lijkt het...



# Gedragstransitie met wetgeving blijkt lastig....

## Deense vet-taks

Volgens de statistieken heeft 47 procent van de Denen overgewicht en lijdt 13 procent aan obesitas.

Aanpak: Denemarken voert als eerste land een vet-taks in oktober 2011.

Doel: minder voedingsmiddelen met teveel verzadigde vetten in het eetpatroon

Gevolg:

- extreme prijzen
- ontslagen in de voedingsindustrie
- Denen weken uit naar Duitsland voor worst, et cetera

Conclusie: eetgewoonten Denen onveranderd

Binnen één jaar is de vet-taks afgeschaft; strategie mislukt



# Beïnvloeding via de omgeving kan efficiënter werken

## **Viaducten fysiek beveiligen tegen vandalen**

(2005) Reeks van incidenten, waarbij jongeren vanaf een viaduct stenen gooiden naar automobilisten.

Minister Peijs van VWS wilde maatregelen nemen op driehonderd viaducten. Overall hekken en camera's zou circa € 100 miljoen moeten kosten.

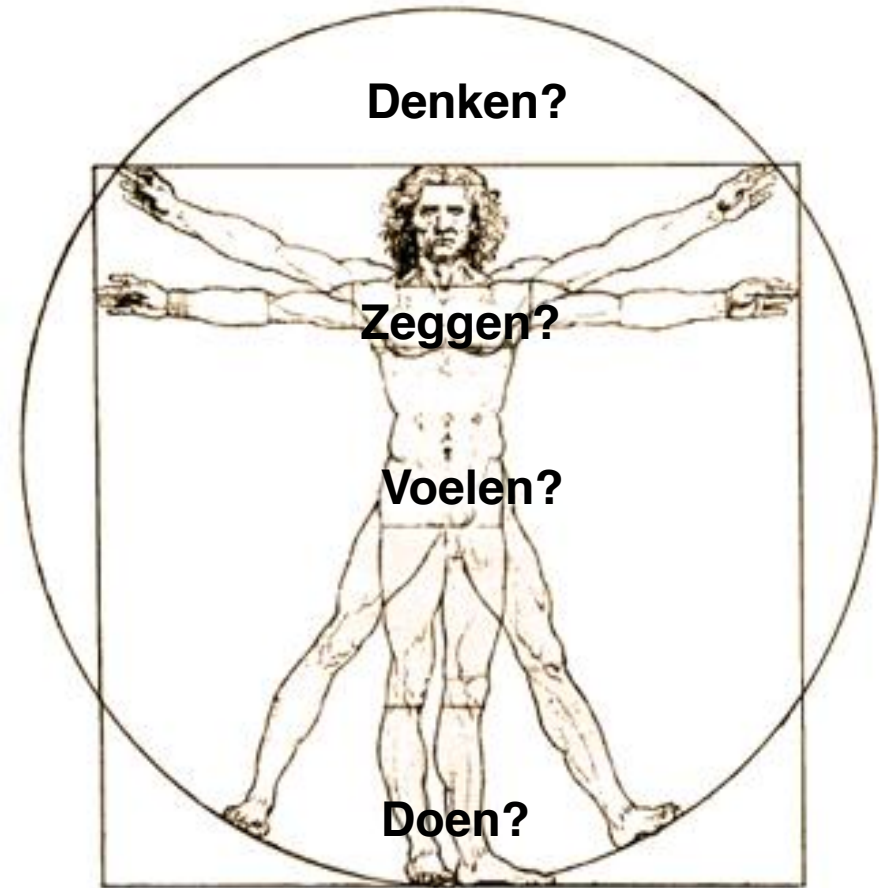
Na onderzoek bleken de volgende maatregelen effectief en zeer kosten-efficiënt:

- Putdeksels vastgemaakt en klinkerbestrating op viaducten vervangen door asfalt.
- Losse voorwerpen op (rijks)viaducten moeten altijd opgeruimd worden.
- In contracten met aannemers staat dat zij hun materiaal bij viaducten en bruggen onbereikbaar moeten maken voor onbevoegden.
- Op viaducten zonder verlichting is, wordt die alsnog aangebracht.
- Proeven met slimme camera's die afwijkend gedrag kunnen melden.



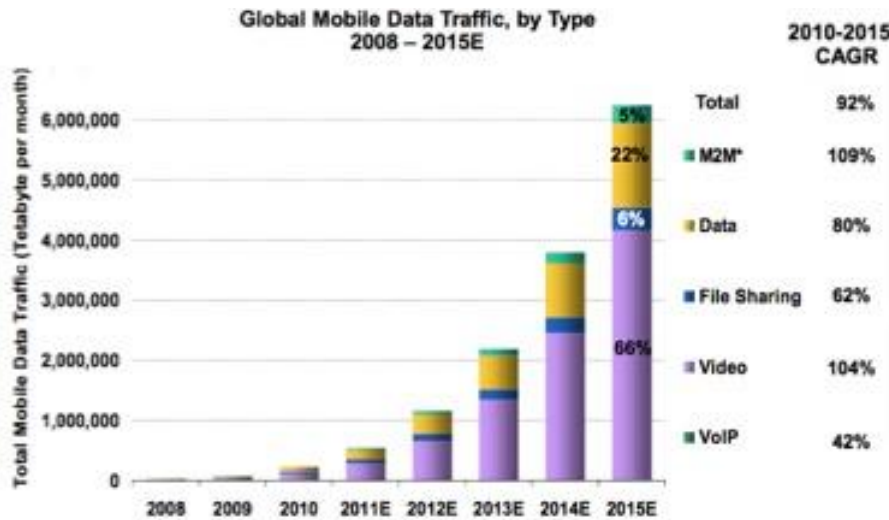
# 2

Zoeken naar de psychologie van gedragsbeïnvloeding



# Vindt je behoeften met enquêtes? Mensen kennen zichzelf te slecht...

In 1999 had nog niemand behoefte aan mobiel bellen.... En nu....



Source: Cisco Visual Networking Index (VNI) Global Data Traffic Forecast, 2015-2019



Enquêtes tonen vooral dat mensen hun eigen behoeften en drijfveren niet kennen..

Er is een diepgaander psycho-sociale analyse nodig....

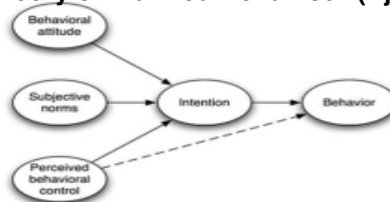


# (Te)veel modellen om ons gedrag te verklaren

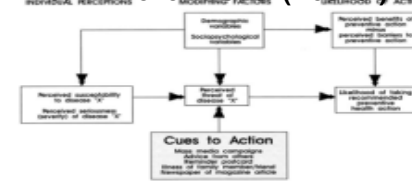
### Theory of Reasoned Action (Fishbein)



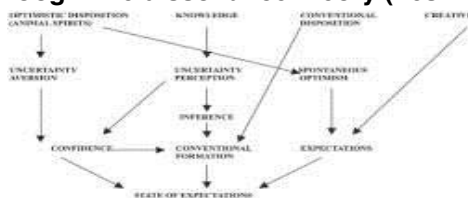
### Theory of Planned Behaviour (Ajzen)



### Health Belief model (Becker)



### Cognitive dissonance theory (Festinger)



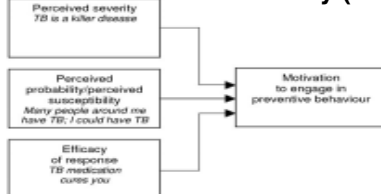
### Theory of Trying (Bagozzi & Warshaw)



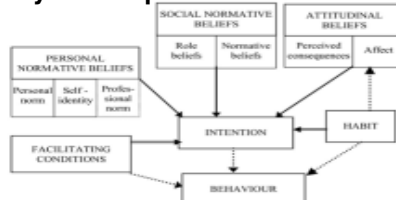
### Social learning theory (Bandura)



### Protection motivation theory (Rogers)



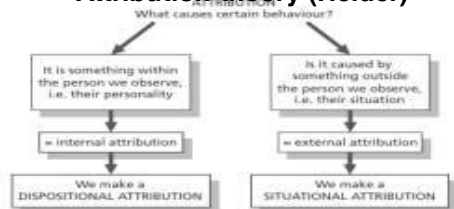
### Theory of Interpersonal Behaviour (Triandis)



### Social influence theory (Kelly & Thibaut)



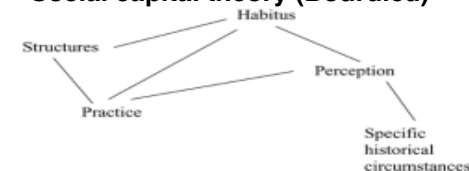
### Attribution theory (Heider)



### Diffusion theory (Rogers)

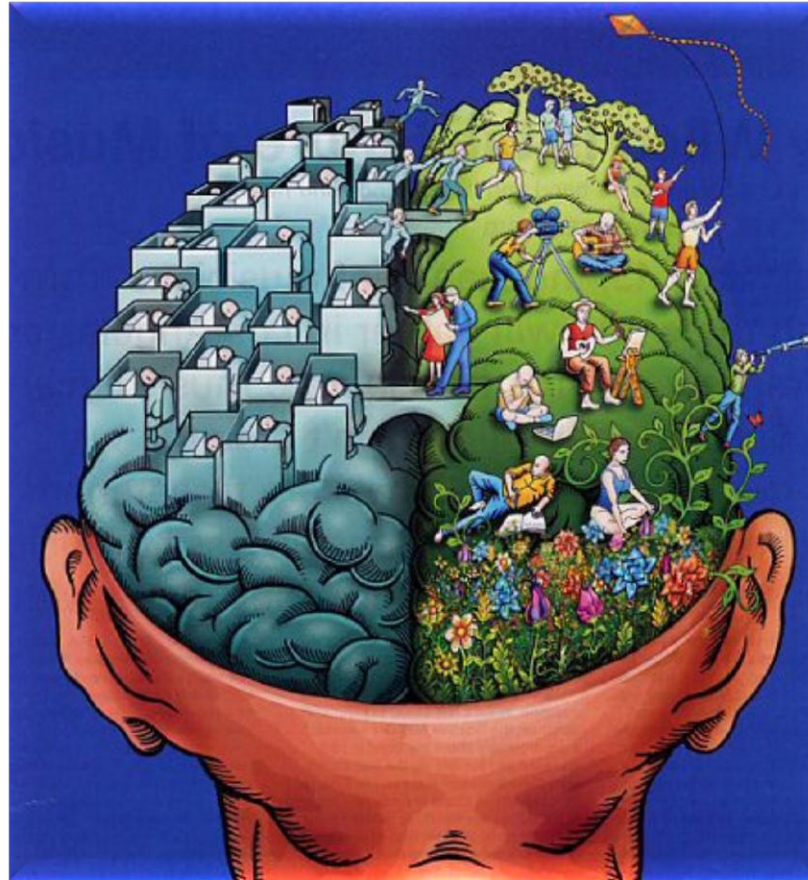


### Social capital theory (Bourdieu)



# Behavioral Economics: bij gedragskeuzen interacteren twee typen processen, bewust en vooral onbewust

Reflectief systeem (2): secundair en bewust



Automatisch systeem (1): dominant en onbewust

# Onze analyses graven steeds dieper om gedrag te beïnvloeden

**Klassieke  
enquêtes en  
gesprekken**

**Vooral  
rationele  
motivaties**

***Wat weten  
mensen  
(niet)***

**Waarden-  
typologieën**

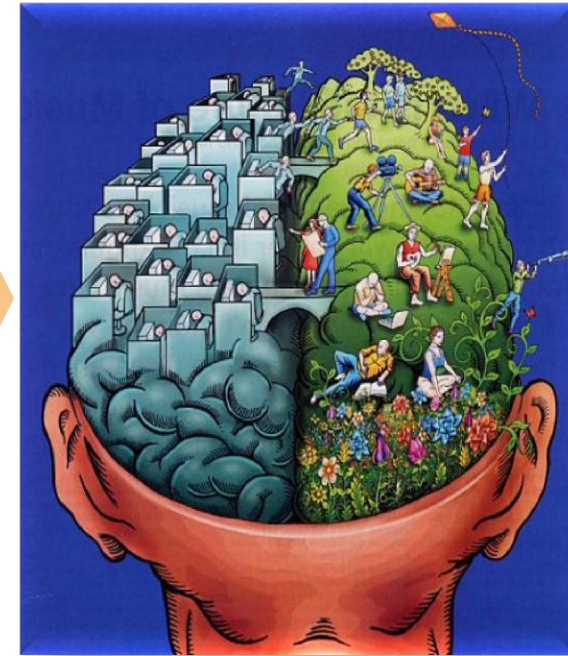
***Waarom voelt  
een keuze  
gevoelsmatig  
goed of slecht  
aan?***

***Waarden en  
normen;  
identiteit  
en imago***

**Gedrags-  
observaties**

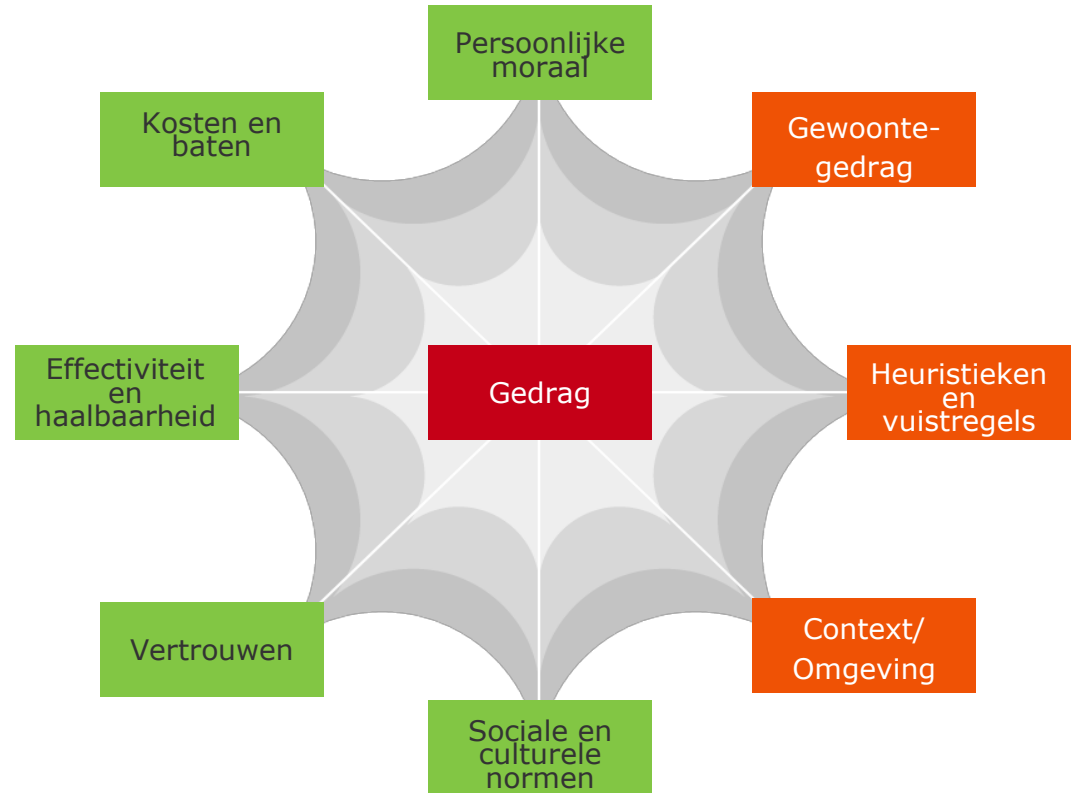
***Wat doen  
mensen  
routinematig  
en waarom?***

***Omgevings-  
analyse:  
wat kunnen  
mensen  
doen?***

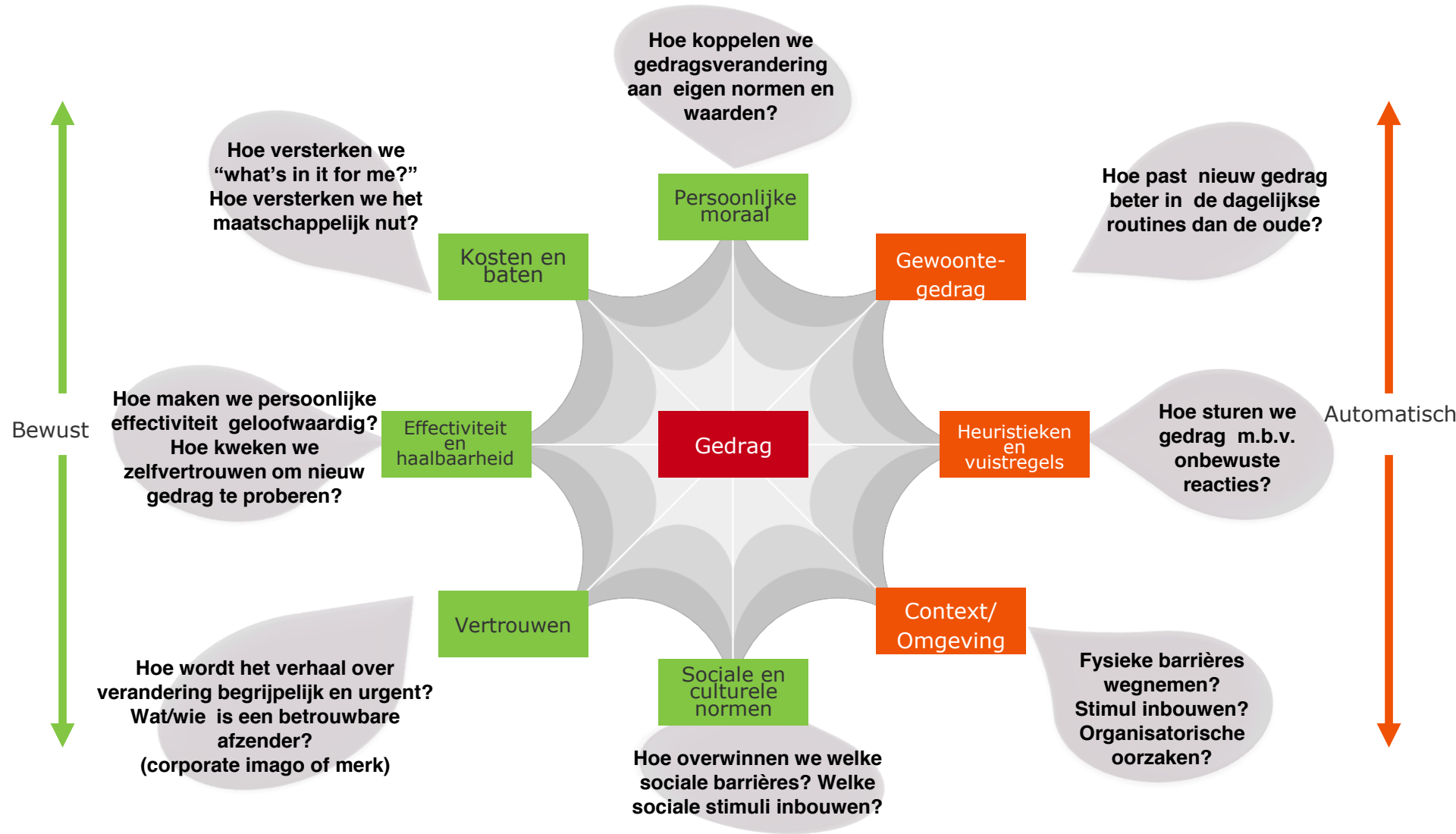


# 3

## *TNS Behaviour Web behavioural economics*



# Uitdaging: hoe onderzoeken we zoveel invloeden op gedrag?



# Voorbeeld: voeding

## Triggers & barriers voor gezondere keuzen

1

Welk (onbewust) gedrag is van invloed op het koopproces?

### Fictief voorbeeld gezond eten



### Triggers

De overtuigingen die ons  aanzetten  om gewenst gedrag te vertonen

- Eigen Normen en Waarden
- Gewoonten
- Heuristieken en Vuistregels
- Omgeving
- Sociale en Culturele Norm
- Legitimiteit
- Doeltreffendheid
- Kosten en Baten

- Ik wil gezond leven en voeding is daarbij belangrijk
- Ik zorg altijd dat ik genoeg groenten en fruit in mijn mandje heb
- Twee ons groenten en twee stuks fruit
- je begint bij de groenten, dus dat zit dan maar mooi in je mandje
- In mijn omgeving let iedereen wel op zijn uiterlijk
- Als het Voedingscentrum het steunt zal er vast over nagedacht zijn
- Als ik weet hoe ik een gezonde maaltijd voorschotel brengt me dat op nieuwe inspiratie
- Als je gezond eet, ben je uiteindelijk minder geld kwijt met allerlei tussendoortjes



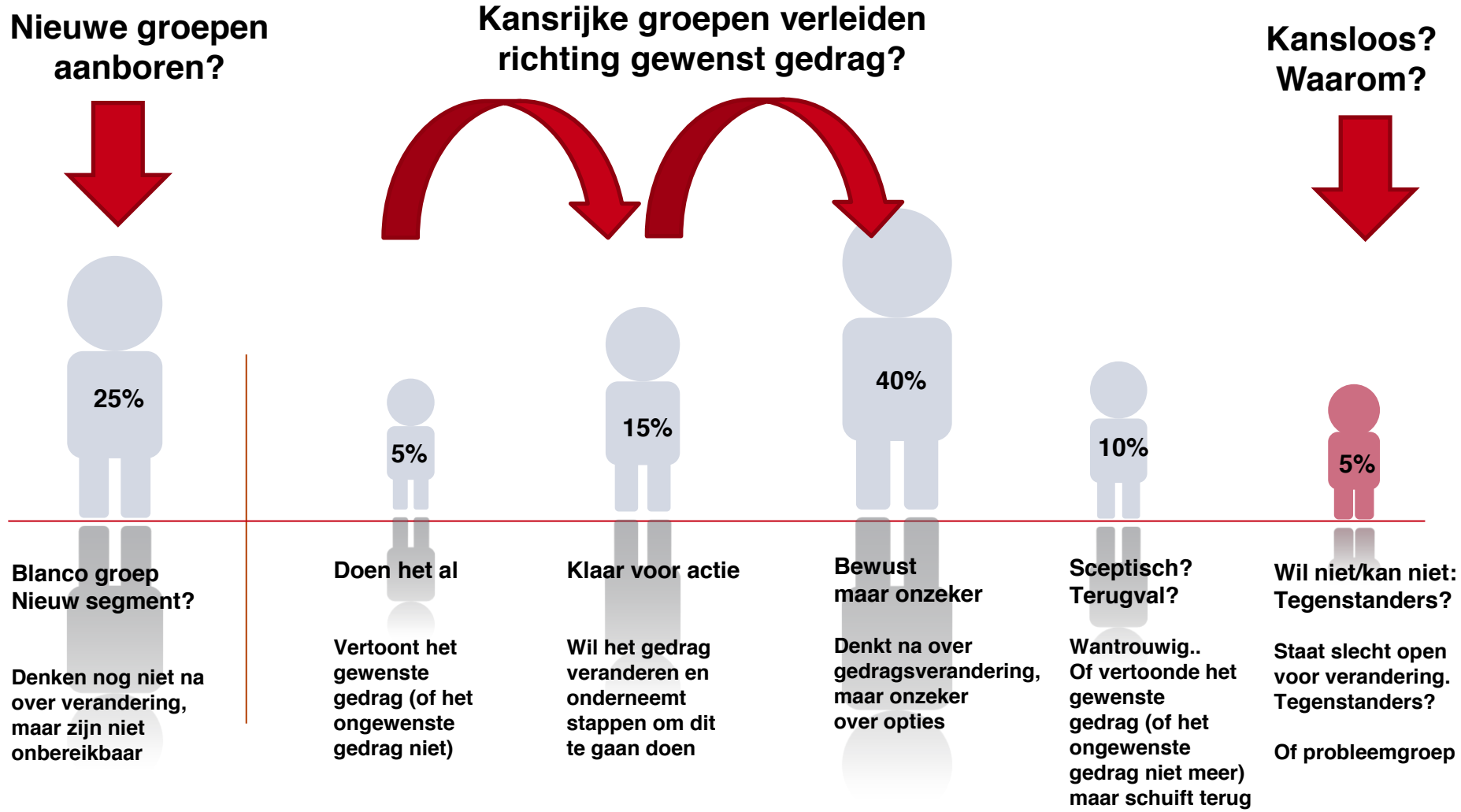
### Barriers

De overtuigingen die ons  weerhouden  om gewenst gedrag te vertonen

- Dood gaan we uiteindelijk toch
- Als ik in de winkel sta ga ik voor de bijl en koop ik toch weer allerlei ongezonde dingen
- Je kunt niet alleen op een blaadje sla leven
- De lekkere dingen kom je altijd net voor de kassa tegen
- Gezonde dingen zijn nooit zo gezellig
- Als McDonalds praat over gezond leven, vind ik dit schijnheilig
- Sommige groenten en fruit zijn gewoon lastig te bereiden of te eten
- Fruit en groenten zijn duur

**Diverse triggers & barrières kunnen voor diverse segmenten worden geschetst**

# Vaak worden segmenten zichtbaar qua gedrag en houding... Strategische vraag: focus je op kansrijke of probleemsegmenten?



# 4

Stakeholdermanagement  
*niemand kan alleen de maatschappij  
veranderen..*





Concurrerende partijen trekken gedrag alle kanten op.  
Kun je medestanders vinden? Wie zijn tegenstanders?



GENIET MEER



CONSUMINDER



# Wie kan welke rol het best spelen in de gedragstransitie?

**1. Agendasetting**  
Politieke & publieke  
Positionering issues

**2. Verleiden**  
bedrijven: nieuw aanbod creëren  
overheid: social marketing

**3. Faciliteren**  
\* stimuli organiseren  
\* barrières opruimen

**4. Reguleren**  
met toezicht en  
handhaving

Politiek,  
NGO's, pers &  
wetenschap

Industrie en  
overheid

Industrie &  
overheid  
Keurmerken &  
convenanten

Overheid  
(NGO's &  
politiek)



# Rol bedrijven b.v: wie kan slimmer grondstoffenverbruik in een keten afdwingen? Bedrijven met merken....



## Ladder van Lansink

# 5

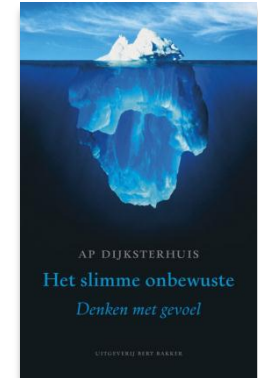
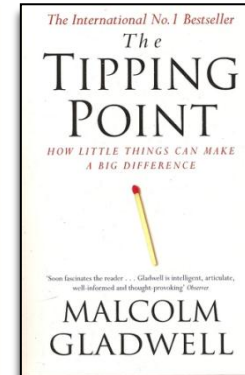
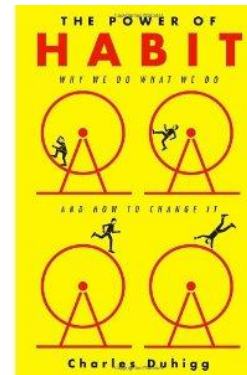
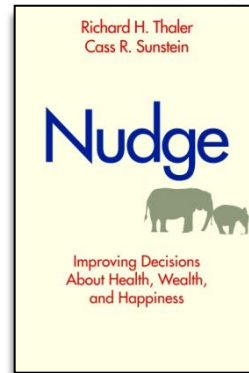
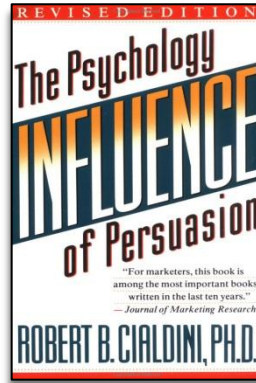
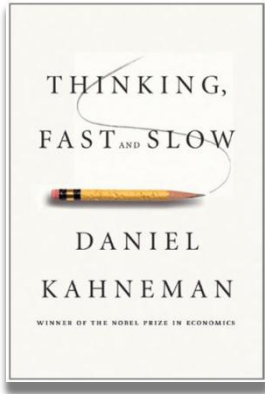
Discussie: hoe organiseren we gedragstransitie?



# Discussie: hoe organiseer je gedragsverandering?

- Gedragsverandering vraagt om een integrale analyse van alle rationele drijfveren, persoonlijke en groepswaarden in combinatie met bewuste en onbewuste omgevingsinvloeden (fysiek en organisatorisch)
- Vaak ontstaat er een landschap van segmenten met gedragspatronen en bewuste en onbewuste behoeften in een sociale context
- Op wie focus je je dan? Soms kansrijke groepen maar soms juist de moeilijkste groepen. (Als je altijd overslaat ontstaat weerstand. Dit is een voedingsbodem voor populisme)
- Bij ieder segment moeten ieders eigen barrières en triggers aangepakt worden
- Alle invloeden moeten samen naar gewenst gedrag sturen: kennis verbeteren, emotioneel aanspreken, verleidelijke producten, barrières opruimen in de infrastructuur, afleidende concurrentie de baas worden, afspraken in ketens, regulering met handhaving van zacht naar hard organiseren
- Stakeholdermanagement is essentieel: ketens met de beste orkestratie van alle invloeden vanuit betrokken partijen zijn effectief qua invloed op gedrag

# Meer informatie?



[sibolt.mulder@tns-nipo.com](mailto:sibolt.mulder@tns-nipo.com) (twitter: @siboltmulder)

## Literatuur:

- KIM: Gedrag in Beleid (2011)
- RVD/DPC: Gedragsverandering via campagnes (2011)
- National Audit Office: Auditing Behaviour Change
- WRR: De menselijke beslisser
- W.Tiemeijer: Hoe mensen keuzes maken