

INSPIRATIE

Gedragsinterventies **voor**
opschaling persoonlijke aanpak in
proeftuinen aardgasvrije wijken (PAW).

DUWTJE

IN OPDRACHT VAN RIJKSDIENST VOOR ONDERNEMEND
NEDERLAND & HET MINISTERIE VAN BINNENLANDSE ZAKEN
GESCHREVEN DOOR GEDRAGSBUREAU DUWTJE | MEI 2022

DOCUMENT

Heb je er al eens bij stilgestaan dat...

...wanneer je in een proeftuin werkt, je een groot deel van de tijd met **gedrag** bezig bent? Er zijn immers veel momenten waarop je iets van inwoners verlangt. Of het nou om een kleine keuze gaat zoals een vragenlijst invullen, of een grote keuze zoals investeren in isolatie. Waar mensen keuzes maken, is gedrag. Daarom werkt de persoonlijke aanpak ook goed om inwoners te enthousiasmeren: er is aandacht voor de mens achter de voordeur. De persoonlijke aanpak, intensief en veelal 1-op-1 contact, blijkt cruciaal om bewoners mee te krijgen in deze transitie, maar kost veel tijd en energie. Kunnen we de kracht van de persoonlijke aanpak vertalen naar een opschaalbare aanpak?

Met dit **inspiratiedocument** laten we je zien hoe je met gedragskennis aan de slag kunt. Gericht op proeftuinen, gericht op jouw dagelijkse werkzaamheden en gericht op opschaling van de persoonlijke aanpak. Wat je ook gaat doen, pak het inspiratiedocument erbij om te bepalen wat er voor jou nog **nodig** is. Hoe maak je communicatie effectiever? Maar ook: is er wel communicatie nodig, of juist iets anders? En hoe begin je eigenlijk en welke vragen zijn belangrijk vóórdat je begint?

We nemen je stap voor stap mee in een werkwijze die voor jou nuttig is en tegelijkertijd geven we je inspiratie uit ons onderzoek *'Gedragsinterventies voor opschaling persoonlijke aanpak in proeftuinen aardgasvrije wijken'*.

I N

H O

U D

Stap 1 Bepaal het probleem of de behoefte	4
Stap 2 Formuleer doelgedrag	5
Stap 3 Zet commitment en sociale beïnvloeding in	6
Stap 4 Geef bewoners feedback	9
Stap 5 Leer wat werkt en herhaal effectieve componenten communicatie	10

Stap 1 | Bepaal het probleem of de behoefte

Abstracte doelen zijn mooi voor beleidsstukken, maar als proeftuin ben je met concrete uitdagingen in de praktijk bezig. “*Het aardgasvrij maken van de wijken*” is zo’n mooi abstract doel dat eigenlijk niet geschikt is als je mensen in beweging wil krijgen. Want wat wil je dat bewoners **concreet** gaan doen?

Een ander abstract doel dat we in dit onderzoek regelmatig voorbij zagen komen is: **bewoners participeren**. Proeftuinen worstelen met participatie als onderdeel van het wijkproces. Berichten zoals ‘*denk mee*’ en ‘*we horen graag van je*’ zijn sympathiek bedoeld, maar abstract. Vaak is niet duidelijk waarover meegedacht kan worden, op welke manier dat gebeurt of wat er vervolgens met de inbreng wordt gedaan.

Waarom willen we gedrag veranderen?

Soms kan een doelgedrag zoals ‘*bewoners doen mee aan een bijeenkomst*’ concreet, maar niet het juiste middel zijn. Wat is het probleem of de vraag

achter het doelgedrag? Vaak wordt er gekozen voor een activiteit of communicatiemiddel, zonder dat écht stilgestaan wordt bij de aanleiding. Wanneer deze onduidelijk is, zal het nut en de noodzaak ook niet overkomen bij de bewoners.

Stel jezelf, en/of het projectteam, de volgende vragen:

- Wat is het probleem?
- Door welke keuzes vanuit de doelgroep ontstaat het probleem?
- Wat willen we bereiken? of: Wat is onze behoefte?
- Om welke bewoners gaat het?
- Wanneer zijn we tevreden?

Voorbeelden van problemen of behoeftes:

- We willen input van bewoners over subsidieregelingen.
- Bewoners zijn onbekend met de komst van het warmtenet
- Er zijn (te) weinig aanmeldingen voor een woninginventarisatie

Stap 2 | Formuleer doelgedrag

De kunst bij gedragsverandering is om het gedrag dat je wilt zien zo concreet mogelijk te maken. Doelgedrag bestaat uit twee delen:

1. Een specifieke doelgroep
2. Een handeling

Hieronder volgen enkele voorbeelden van onjuist en juist geformuleerd doelgedrag.

ONJUIST	JUIST
Woningeigenaren gaan actief aan de slag met het verduurzamen van hun woning.	Woningeigenaren in Overwhere-Zuid maken een afspraak voor een gratis advies op maat.
Woningeigenaren controleren of hun huis goed genoeg geïsoleerd is voor een warmtenet.	Woningeigenaren melden zich aan voor de actie 'Zet 'm op 70'
Woningeigenaren laten weten wat ze van het warmtenet vinden.	Woningeigenaren vullen een vragenlijst in over het warmtenet.

Wat is het handelingsperspectief?

Veel communicatie uitingen in proeftuinen hebben één ding gemeen: *informatie overload*. Het vraagstuk is zo complex en politiek gezien gebeurt er zoveel, dat we dat allemaal op één flyer of website willen zetten. Het gevolg van een *informatie overload* is dat mensen de informatie meteen weggleggen, er niet van overtuigd worden of na een dappere poging alsnog verward achterblijven. Het handelingsperspectief is de vertaling van het doelgedrag voor communicatie naar bewoners.

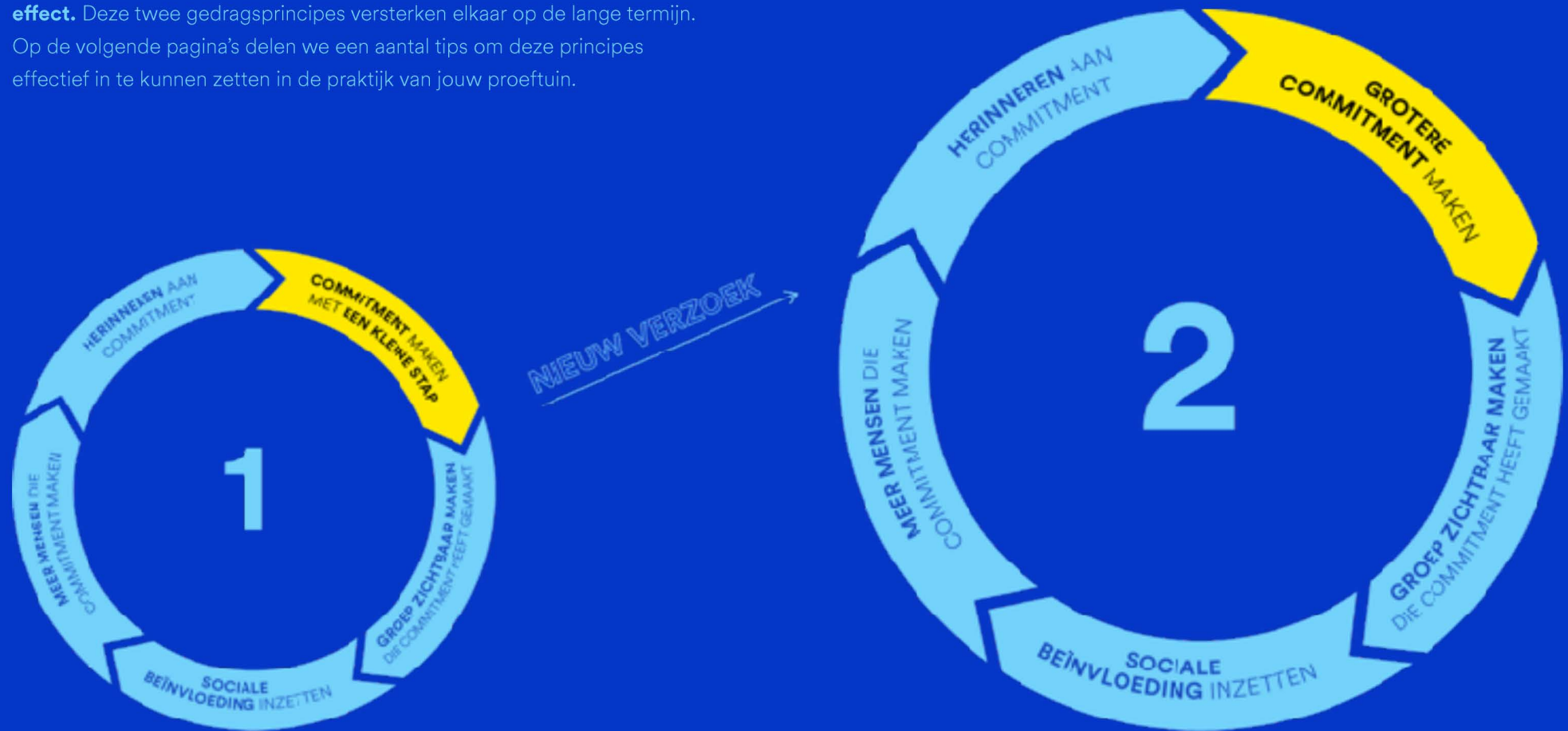
Voorbeelden van handelingsperspectieven

- Meld je aan voor de actie 'Zet 'm op 70'
- Meld u aan voor de startbijeenkomst
- Maak een afspraak met...



Stap 3 | Zet commitment en sociale beïnvloeding in

In het gedragsonderzoek experimenteerden we met kleine duwtjes die bij elkaar tot grote resultaten kunnen leiden. Door gebruik van **commitment** bewoners te stimuleren aan een kleine stap of actie te beginnen en dit uit te vergroten met **sociale beïnvloeding** activeren we namelijk een **vliegwielen effect**. Deze twee gedragsprincipes versterken elkaar op de lange termijn. Op de volgende pagina's delen we een aantal tips om deze principes effectief in te kunnen zetten in de praktijk van jouw proeftuin.



COMMITMENT
UITSPREKEN



Duwtje voor het individu: consistentie

- **Laat bewoners zich uitspreken.** Zie een actie die bewoners kunnen uitvoeren als onderdeel van een groter geheel. Door een actie te communiceren als een stap in de transitie naar aardgasvrij wonen, creëer je een gevoel van *commitment*. Dit gevoel versterk je als je bewoners hun positieve ervaringen uit laat spreken. Dat hoeft soms niet met woorden, maar kan ook met de **deurmat** op de rechter afbeelding, welke in de gemeente Tytsjerksteradiel effectief bleek.
- **Laat bewoners een kleine actie uitvoeren** en vergroot daarmee de kans op grotere vervolgacties. Laat bewoners eerst een kleine stap zetten, zoals een vrijblijvend energiegelos gesprek of het invullen van een vragenlijst. Als er een tijdje later een groter verzoek wordt gedaan, wat in het verlengde ligt van die kleinere actie, zijn bewoners eerder bereid om ook aan dat grotere verzoek gehoor te geven. Het is daarbij welk belangrijk *feedback* terug te koppelen na het eerste kleinere verzoek. Bijvoorbeeld door een compliment te geven, of te erkennen dat ze een stap de juiste richting in gezet hebben.
- **Laat bewoners publiekelijk commitment tonen.** Dat kan al iets heel kleins zijn wat laat zien dat ze bezig zijn met de transitie naar aardgasvrij, zoals een sticker of een bordje in de tuin. Met het plaatsen van iets kleins committeert men zich aan de boodschap die erbij hoort, en werkt het geplaatste als een *reminder* aan deze *commitment*.



Kracht van de groep: sociale beïnvloeding



- Kies voor gelijke anderen als afzender.** Dit kan een bekend gezicht zijn van een organisatie, of iemand die juist dichtbij de bewoners staat, zoals een buurtgenoot. Dit kan iemand zijn die al een stap verder is gegaan in de voorbereiding op de komst van het aardgasvrije alternatief. Maar ook iemand die het juist nog moeilijk vindt en hierover zijn ervaringen deelt.
- Laat zien wat 'normaal' is met sociale bewijskracht.** Maak zichtbaar dat veel bewoners zich voorbereiden en stappen zetten in de transitie, zoals bewoners die eerder commitment hebben geuit. Ook wanneer nog geen meerderheid al volledig aardgasvrij woont maakt het zichtbaar maken van de acties die al gedaan worden de *positieve sociale norm* zichtbaar.
- Laat zien dat je moeite doet en laat het wederkerigheidsprincipe z'n werk doen.** Maak ook communicatie, zoals opschaaibare middelen, persoonlijk. Geef de boodschap bijvoorbeeld een gezicht door foto's toe te voegen van de afzender of van degene die een woningscan komt doen bij de bewoner thuis. Laat daarnaast zien dat je moeite doet. Bewoners zijn namelijk eerder geneigd iets terug te doen voor iemand die moeite voor ze heeft gedaan. Bijvoorbeeld door een handgeschreven post-it op een brief of een handgeschreven groet op een kaartje zoals we in de gemeente Zwolle toevoegden aan de gedragsaanpak.



Stap 4 | Geef bewoners feedback

Het vertrouwen van bewoners in de aanpak hangt niet alleen af van de uitkomst. Een **zorgvuldig proces** wordt door burgers vaak belangrijker gevonden dan de uitkomst. Dit noemen we ook wel 'procedurele rechtvaardigheid'¹. Dit begrip bestaat uit drie elementen²:

1. Respectvolle communicatie naar bewoners
2. Het afleggen van voldoende en open verantwoording over de totstandkoming van een besluit
3. Het bieden van voldoende ruimte voor de mening en inbreng van bewoner

Bij het laatste punt is het belangrijk dat bewoners ervaren dat er serieus geluisterd wordt en hun input vervolgens wordt meegenomen in besluiten. Een **terugkoppeling** na een participatie-activiteit kan bijvoorbeeld een groot verschil maken voor het gevoel van procedurele rechtvaardigheid: laat bewoners weten wat er met hun input wordt gedaan en stel ze in staat om vragen te stellen.

- Omschrijf dit zo expliciet en duidelijk mogelijk, dus voorkom abstractie zoals 'we hebben jullie input gebruikt om de plannen aan te scherpen'. Maar beschrijf concreet wat de input was en hoe dit verwerkt is: 'Jullie gaven aan dat de informatie slecht vindbaar is, daarom hebben we een website gemaakt die je hier kunt vinden.'

Wanneer de drie genoemde elementen aanwezig zijn, ontstaat het **fair process effect**: ongeacht de uitkomst van het participatieproces, heeft de bewoner het gevoel dat zijn of haar inbreng meegenomen is in de besluitvorming. Dit leidt uiteindelijk tot meer vertrouwen. Ook worden de uitkomsten vaker en sneller geaccepteerd.

Kortom:

- Koppel terug aan bewoners wat er wel of niet met hun inbreng is gedaan, en waarom. Wees zo concreet mogelijk.
- Wanneer het (te) lang duurt voordat duidelijk is wát er precies met inbreng is gedaan, laat bewoners dan weten dat het een tijd kan duren voordat ze iets horen. Van buitenaf is immers niet zichtbaar wat er achter de schermen gebeurt.



¹ Cohen, Ronald L. "Fabrications of justice." *Social Justice Research* 3:1 (1989): 31-46

² Bleijenberg, C., Renes, R. J., Aarts, N., & Moons, J. (2020). Het spel en de knikkers: ervaren rechtvaardigheid in vier lokale participatieprocessen. ISO 690

Stap 5 | Leer wat werkt en herhaal effectieve componenten communicatie

Als proeftuin loop je dikwijls voor op bewoners wat betreft het proces richting aardgasvrij wonen. Op het moment dat voor het eerst met de bewoner gecommuniceerd wordt (en hun klantreis begint) is de proeftuin al een paar stappen verder. De overstap naar aardgasvrij wonen betekent voor bewoners vaak het nemen van grote maatregelen, waar een langdurige oriëntatie en besluitvorming bij hoort.

- **Waarom herhalen?** Dat een bewoner bij een eerste bericht vanuit de proeftuin nog niet meteen tot actie overgaat, is dan ook niet gek. Een bewoner is mogelijk nog niet zo ver en heeft nog tijd nodig om zich te oriënteren. Herhaling van een boodschap is daarom nodig om aan te sluiten op de klantreis en levens van de verschillende bewoners.
- **Waarom evalueren?** Daarnaast is in een langdurig traject zoals de transitie naar aardgasvrije woningen veel kans om gaandeweg te leren. Welke componenten van gebruikte concepten en communicatie werken minder goed, en welke zijn juist effectief en daarmee kansrijk voor herhaling? Door tussentijds te evalueren kan je je aanpak aanscherpen. Zo bleek in Zwolle dat een artikel in een wijkblad de meeste aanmeldingen opleverde, maar dat het procentueel gezien de minst effectieve aanpak was.



Evalueren doe je zo

Het evalueren op basis van cijfers is een belangrijk onderdeel van een gedragsaanpak. Zo voorkom je dat je op intuïtie bepaalt wat beter werkt, en kan je keuzes écht onderbouwen. Bijvoorbeeld door verschillende e-mails te vergelijken op basis van click-rates:

- Het aantal mensen dat de e-mail daadwerkelijk opent
- Het aantal mensen dat op een klikbare link in de e-mail klikt, denk aan meer informatie zoeken of zich aan te melden voor een bijeenkomst of andere activiteit.

Tip: QR codes worden steeds meer gebruikt en maken ook inzichtelijk of mensen n.a.v. briefcommunicatie een website openen via een QR code. Combineer dit altijd met een unieke URL, waarbij het zelfs mogelijk is om verschillende brieven een eigen URL te geven en deze te volgen.



	GEDRAGSAANPAK	PERSOONLIJKE AANPAK	GROOT ARTIKEL IN WIJKBLAD
<i>Aantal benaderde woningen</i>	44	25	2200
<i>Aantal aanmeldingen</i>	9	7	17
<i>Percentage aanmeldingen</i>	20,5%	28,0%	0,8%
<i>Totale kosten</i>	€ 323,69	€ 825	€ 50
<i>Kosten per aanmelding</i>	€ 35,97	€ 117,86	€ 2,94

Evaluatie interventie Berkum Energieneutraal (Gemeente Zwolle)



Ga je mee, net dat stapje verder?

Duwtje helpt met de zoektocht naar verandering. Met kennis van gedrag en de overtuiging dat vele kleine stapjes meer bereiken dan één grote stap. Maar bovenal door met andere ogen naar de vragen te kijken en samen met de organisatie de uitdaging aan te gaan. Dit doen we met een eigen methodiek gebaseerd op gedragswetenschap. Psychologische technieken gieten we in creatieve en effectieve oplossingen. Waarvan we de effecten wetenschappelijk in kaart brengen. Bij ons geen knip en plak werk, maar weer op maat.

Duwtje is opgericht in 2009 door Joyce Croonen en Liza Luesink: beide sociaal psycholoog en oprichters van het allereerste Behavioral Insights Team (BIT) van de Nederlandse overheid.

Inmiddels heeft het team van Duwtje samengewerkt met vele organisaties en bedrijven, waaronder ziekenhuizen, gemeentes, goede doelen en verschillende Ministeries en inspecties. Daarnaast verzorgen de Duwtje trainers wekelijks lezingen en in-company opleidingen door het hele land. Ook heeft Duwtje een eigen interne opleiding die al meer dan 100 Duwtje experts heeft afgeleverd.

Vragen over dit onderzoek?

Contactpersoon Duwtje
Aranka Sinnema
aranka@duwtje.com

Contactpersoon PAW
Marijke Wobben
marijke.wobben@rvo.nl