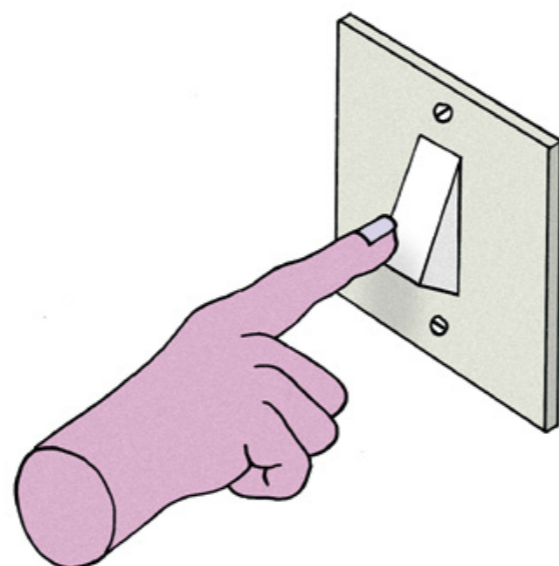


Hoe krijg ik de buurman mee?

Een goed duurzaam voorbeeld doet lang niet altijd goed volgen. Hoe trek je je familielid, huisgenoot of buurman over de streep?

Tekst Judith Brouwer Illustraties Bouwe van der Molen



Sommige mensen zien het gewoon niet. Staat de oudpapierbak naast de afvalcontainer, gooien ze de krant bij het gewone afval. Noem me geobsedeerd, maar ik zette op menige werkplek op dag één een oudpapierbak in het kantoor. Verder heb ik moeite met mensen die voedsel verspillen of de auto pakken voor korte afstanden. Ik word raar aangekeken als ik batterijen en pennen van straat oprap. Aangezien mijn goede gedrag niet massaal gekopieerd wordt, vraag ik me af hoe anderen wél verleid kunnen worden tot wat bewuster gebruik van energie, water, papier, of überhaupt, spullen. *Nudging* wordt dat wel genoemd: een duwtje in de goede richting geven door gewenst gedrag aantrekkelijker te maken, zonder mensen in hun vrijheden te beperken.

Het klimaatprobleem is dringend, dus het lijkt mij tijd dat meer mensen duurzaam gaan handelen. Want als je geen oog hebt voor kleine dingen, handel je in het groot ook minder duurzaam. Bijvoorbeeld in het stembokje, bij de keuze bij welke bank je je geldzaken onderbrengt of hoe vaak je een biefstuk bakt.

Reflexgedachte

Om te begrijpen hoe duurzaam gedrag gestimuleerd kan worden, las ik het eind vorig jaar verschenen Draaiboek Gedragsverandering – *De psychologie van beïnvloeding begrijpen en gebruiken* van Sander Hermsen en Reint Jan Renes, beiden onderzoeker aan de Hogeschool Utrecht. Conclusie: gedrag veranderen is moeilijk. Met name om mensen richting gedrag te sturen waar ze zelf geen belang bij hebben. Hoe trek je mensen over de streep? Ik vraag het Sander Hermsen. Hij denkt dat de meeste mensen de energietransitie naar een klimaatneutrale samenleving wel belangrijk vinden. Dat garandeert alleen niet dat ze ernaar zullen handelen.

Mensen hebben vaak moeite te bedenken wat ze zelf hier en nu kunnen doen om een situatie te verbeteren. Ze zijn onderdeel van een systeem waarin allerlei sociale praktijken met elkaar samenhangen. Bijvoorbeeld: om files te vermijden, zou je de fiets kunnen pakken of op een andere tijd kunnen vertrekken. Een veelvoorkomende reflexgedachte is ‘dat kan niet want de kinderen moeten naar school gebracht worden’. De dagelijkse routine staat bovenaan het prioriteitenlijstje, niet de energietransitie. Een financiële beloning – bijvoorbeeld als je niet aanschuift in de file – kan mensen wel over de streep trekken. Een paar euro's per dag kunnen oplossingen dichterbij brengen die eerst onmogelijk leken. Besef wel dat iedereen andere keuzes maakt. Hermsen noemt het ‘een valkuil van bevlogen mensen’; ze zijn geneigd te denken dat als iets voor hen een kleine moeite is, dat ook voor anderen geldt.

Mensen van goede wil

Ik spreek met de Tilburgse hoogleraar Henriëtte Prast, gespecialiseerd in gedragseconomie, onder andere in relatie tot duurzaamheid. Zij noemt een succesvol Engels experiment waarin mensen zelfs tot gedrag werden overgehaald dat hen geld kostte. Bij een project om zolders te laten isoleren, bleek het opruimen een barrière: teveel gedoe om ruimte te maken voor de werkklui. Een niet-gesubsidieerde combinatieservice van opruimen en isoleren, die de bewoners zelf moesten betalen, bleek ze over de drempel te helpen.

Gedragsbeïnvloeding zal altijd wat weerstand opleveren, mensen vinden het nou eenmaal niet prettig als ze het gevoel hebben dat verworvenheden worden afgenomen. Volgens Hermsen zit een oplossing daarom in het benadrukken van keuzevrijheid. “Het is effectiever als gedragsverandering uit

“ Het is effectiever als gedragsverandering uit iemand zelf komt

iemand zelf komt. Grote winst is te behalen bij het ondersteunen van mensen die al van goede wil zijn.” Hij ziet graag meer publiek-private samenwerking. “Denk aan een overheids campagne om één dag per week vegetarisch te eten, versterkt met receptideeën van supermarkten en de ingrediënten die in de aanbieding zijn. Dan krijg je vast mensen mee die hun vleesconsumptie toch al wilden minderen.”

Waarschijnlijk moet je accepteren dat niet iedereen wordt bereikt, of niet tegelijk. Stug volhouden kan een effectieve strategie zijn; denk aan de al jaren lopende BOB-campagne of anti-rookcampagnes. “Je moet blijven hameren op dezelfde boodschap, op verschillende manieren, via verschillende ingangsetjes”, weet Hermsen.

Draai het om

Henriëtte Prast kent strategieën die een brede groep mensen over de streep trekt. Bijvoorbeeld als het gaat om vlees eten. Dat is nu de norm in de samenleving, die op allerlei impliciete manieren wordt gecommuniceerd. Restaurants bieden meer vlees- dan vegetarische opties en vlees vormt vaak het centrale element van een gerecht. Als je geen vlees wilt, moet je vaak je dieetwensen kenbaar maken. Draai het om, suggereert Prast: maak van vleesloos eten de standaardoptie en vraag mensen het door te geven als ze wél vlees willen eten. Het ErasmusMC in Rotterdam paste dit toe tijdens een jaarlijks diner: geen van de driehonderd genodigden vroeg om vlees. Prast schat in dat daarmee zo'n miljoen liter water is bespaard.

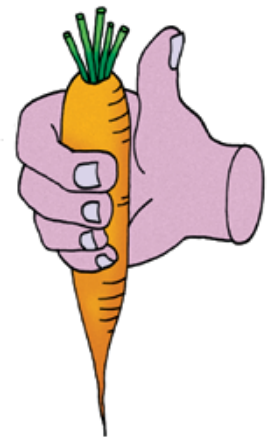
Hermsen vindt dat de overheid meer kan doen in het ondersteunen van welwillenden bij het verschuiven van gedrag. En ja, dat kost geld, denk aan een beloning voor files mijden, subsidie voor huisisolatie of salderingsregelingen voor stroom opwekken met zonnepanelen. Wel ziet hij dat gedragsbeïnvloeding erg leeft

bij de overheid. Ministeries hebben tegenwoordig Behavioural Insight Teams (BIT's) die hen adviseren. De overheids campagne uit de jaren '90 met het bestraffende ‘Uw auto kan best een dagje zonder u’ was weinig succesvol, en deed burgers nauwelijks nadenken over hun gewoontegedrag. De BIT's, overgewaaid uit Groot-Brittannië, passen gedragsinzichten toe. Zo wordt beleid effectiever (zie kader). De overheid mag mensen maar beperkt belemmeren in hun keuzevrijheid. Volgens Hermsen pakken ze dat zorgvuldig aan: de overheid is er voor iedereen, dus gedragsbeïnvloeding mag niet bepaalde groepen benadelen.

Wat levert het op

Terug naar de kleine kring: hoe kun je familie, vrienden en collega's ertoe verleiden om net zo duurzaam door het leven te gaan als jij? Volgens Hermsen kun je mensen wel inspireren met gedrag, of ze laten zien hoe ze iets gemakkelijker kunnen doen. Maak het concreet. Ook effectief: focus op wat een gedragsverandering oplevert. Je huisgenoot aanspreken met ‘jij wilt toch ook een lagere energierekening?’ zal effectiever zijn dan ‘doe die lamp uit!’. Constructieve feedback is oplossingsgericht, concreet en positief. Hermsen: “Gelukkig is het thema klimaat heel breed, dus er zijn altijd wel aspecten van energiebesparing of duurzaam gedrag die mensen aanspreken. Misschien is de vleeseter juist wel goed in het licht uitdoen en de koelkast sluiten.”

Reflecterend op mijn eigen gedrag besef ik dat ook ik het vingertje hef bij verkeerd gedrag. Maar het neerzetten van die oudpapierbakken valt onder het faciliteren van goed gedrag. En diverse oud-collega's hebben gezegd dat ‘sinds ze mij kennen, ze nooit meer papier bij het gewone afval gooien en zuiniger met energie omgaan. Kleine moeite.’ Wie doet mee met het inspireren van anderen? ●



Nudgen = zelf aan de slag

Hoe krijg je consumenten zover dat ze minder wasmiddel gaan gebruiken nadat het leidingwater (onmerkbaar) verzacht is? Het is één van de projecten waarbij Nudge.nl helpt gedragsverandering te realiseren rond een duurzaam thema. De provincie Noord-Holland had geïnvesteerd in zachter leidingwater. Met minder kalk in het water gaan huishoudelijke apparaten langer mee en werkt zeep beter, dus heb je er minder van nodig. Om de investering terug te verdienen, zou de vermindering van wasmiddel in het rioolwater een besparing geven bij de waterzuivering.

Tineke Breemhaar, operationeel directeur bij Nudge, legt uit hoe ze te werk gaan. “Eerst luisteren we naar de betrokkenen, en op basis van reacties geven we een project vorm. De doelgroep voelde zich niet aangesproken door de besparing op wasmiddel of een vermindering van het aantal vrachtwagens dat de provincie inrijdt om het wasmiddel in de winkel te krijgen. De vervuiling van het water in hun omgeving door onnodig gebruikt wasmiddel bleek voor bewoners wél zwaar te wegen.”

Wasmaatje
Nudge ging aan de slag.

Breemhaar: “Ludieke acties, zoals de ‘wasbird’ en een sticker voor op de wasmachine als herinnering om juist te doseren, sloegen niet aan. Mensen wilden gewoon weten hoeveel er in moet. Dus zijn er ‘wasmaatjes’ uitgedeeld, doseerbollen met een duidelijkere markering dan de gebruikelijke, vaak te grote, wasbollen. In de ‘was-op-maat-challenge’ werden mensen verder gemotiveerd en bewust gemaakt.” Resultaat: 82 procent van de challenge-deelnemers volgden het doseeradvies op en van de 1500 inwoners in de regio gebruikte 30 procent minder wasmiddel dan twee jaar eerder.