



Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport

memo

Nudgen als onderdeel van de Alleen Samen -campagne ?

1. Wat is nudgen?

Nudging (of nudgen) is een in 2008 beschreven gedragspsychologische motivatietechniek waarbij mensen subtiel worden gestimuleerd om zich op een **gewenste wijze te gedragen**, zonder dat alternatieven verboden worden. De techniek kan worden gezien als het geven van een 'duwtje' (Engels: nudge) in de 'goede' richting. Dat kan in boodschappen ("De meeste mensen betalen hun rekening op tijd") en in de openbare ruimte (bijvoorbeeld stickers van voetstapjes op een trap om te motiveren meer te bewegen). Het klassieke voorbeeld is het plaatsen van een nepvlieg op urinoirs zodat mannen niet meer naast de pot plassen.

Nudges kunnen zijn:

1. Feedback op vaste momenten (autopiepje als je de autogordel niet omdoet).
2. Default nudge (Je moet moeite doen om het fout te doen, de omgeving is zo georganiseerd dat automatisch het gewenste gedrag plaatsvindt).
3. Signaalnudge (een signaal stuurt je als vanzelf de goede kant op, je loopt bijvoorbeeld vanzelf naar een groen licht (want daar is het rustig)).

2. Nudgen toepassen

Omdat nudgen in boodschappen en/of de fysieke omgeving kan worden toegepast is het niet per se iets om in een campagnevorm te gieten. In speeches of statements kan er in boodschappen een duwtje worden gegeven, tijdens werkbezoeken kan een bewindspersoon zich laten nudgen. Vanuit het campagneperspectief leent alleen buitenreclame zich hiervoor, als die 'hangt' op de plek waar het gedrag plaatsvindt. Maar meestal zijn de nudges juist niet heel zichtbaar of voor de hand liggend. De vraag is bovendien of het verantwoord is om als rijksoverheid te nudgen. Beter lijkt het om de principes van nudging die onder de omstandigheden van de coronacrisis relevant zijn te delen. Op die manier kunnen

3. Wat doen we al?

Vanuit het NKC wordt voor het vormgeven van de communicatie advies gevraagd aan gedragsexperts. En, hoewel niet expliciet benoemd, komen deze gedragsinzichten soms in de buurt van nudgen, bijvoorbeeld als het gaat om het belonen van voorbeeldgedrag of spreken vanuit 'wij'. Het nudgen in de fysieke omgeving gebeurt veelvuldig op lokaal niveau, bijvoorbeeld in winkels en winkelstraten en andere drukke gebieden worden toegepast.

SG
Directie Communicatie
Concerntcommunicatie

Bezoekadres:
Parnassusplein 5
2511 VX Den Haag
T (10)(2e)
F (10)(2e)
Postbus 20350
2500 EJ Den Haag
www.rijksoverheid.nl

Inlichtingen bij

(10)(2e)

(10)(2e)

(10)(2e) (10)(2e)

Datum
12 mei 2020

Bijlage(n)
geen

Aantal pagina's
2

SG
Directie Communicatie
Concerncommunicatie

Datum
10 mei 2020

4. Nudgen en coronamaatregelen

Tot nu toe worden de maatregelen rond de coronacrisis op wilskracht gevolgd, maar dat is niet langer vol te houden voor mensen. Ook het oproepen om gezond verstand te gebruiken is niet voldoende, er is meer nodig om het gedrag te sturen. Maar er is ook meer nodig dan nudgen. Het gaat om het nadenken over de hele journey die mensen maken in bepaalde situaties, contexten, momenten op de dag, enzovoort. En welke keuzes ze daarbij maken.

Wat is moeilijk of juist makkelijk om te doen? Wat kunnen we doen om mensen te helpen het goede gedrag te vertonen? Je wil dat mensen niet na hoeven te denken. Hoe komen acties en keuzes tot stand? Belangrijkste vragen zijn dan:

- Hoe kunnen we het **onbewuste deel** van mensen goed inzetten met cues en prompts? (bijvoorbeeld: handen wassen als je thuiskomt is best wel logisch, maar als je bij iemand op bezoek gaat en je komt binnen nog niet, welke cue kan je geven? Hoe ontstaat een nieuw ritueel?)
- Hoe blijven mensen intrinsiek **gemotiveerd**?
- Hoe kunnen mensen **zelf expert worden** om goede inschattingen te maken? (bijv. het waarom van een maatregel, mensen slimmer maken).

Bijvoorbeeld, Vermijd drukte: Hoe weet ik waar het wel en niet rustig is? Hoe zie ik of ik een winkel in kan? (Stoplicht?) en Kan ik dat niet thuis al weten?

5. Vraag aan de Gedragsunit van het RIVM

1. Op welke manier kunnen we op zeer korte termijn nudgen een betere plek geven in de communicatie van de rijksoverheid als het gaat over het volgen van maatregelen, zowel in boodschappen als in mogelijke extra middelen binnen de campagne?
2. Op welke manier kunnen per gedragsmaatregel elementen worden toegevoegd die het opvolgen van de maatregel makkelijker maakt voor iedereen, rekening houdend met de verschillende omgevingen waarin bepaald gedrag belangrijk is (openbaar vervoer, winkelstraten), context, momenten op de dag, enzovoort.
3. En wat kunnen we hieruit leren, welke principes kunnen we meegeven aan regio's, gemeenten en werkgevers om zelf toe te passen in hun communicatie? En wat zijn voorbeelden van zaken die we vanuit de campagne kunnen doen op de plekken waar het gedrag plaatsvindt?

6. Actie voor NKC

- Bepalen prioritering uit te werken gedragsmaatregelen
- Verzamelen goede voorbeelden (via call met regio's?)
- Uitvragen welke behoefte er is op lokaal en regionaal niveau, bijvoorbeeld een toolkit, of een overzicht van de principes van nudging in het kader van gedragsmaatregelen in de coronacrisis?