



Torvegade 74, 6700 Esbjerg

Dato 10. august 2016
Sagsbehandler Kirsten Pedersen
Telefon direkte 76 16 13 53
E-mail kip7@esbjergkommune.dk

Notat

Nudging i område GRØN

I Område GRØN i projekt Tjæreborg – Vejen til 50 % genanvendelse skal det tilstræbes at opnå en højere grad af sortering og opnå en højere genanvendelsesprocent ved hjælp af nudging.

Kort om dette notat

I dette notat indkredses hvad forstås ved et nudge og hvad der karakteriserer det.

Herefter beskrives hvordan vi i område GRØN arbejder med at udvikle nudges. Her beskrives to tilgange til at udforme et nudge, nemlig via BASEmodellen og via de 9 faktorerers metode.

Sluttelig beskrives de nudges, der er gennemført i område GRØN i løbet af projekt Tjæreborg - Vejen til 50 % genanvendelse.

Hvad er et nudge?

Et nudge kan beskrives som et tiltag eller "en intervention, der ikke burde betyde noget i princippet... men gør det i praksis" ¹

En anden definition af hvad forstås ved et nudge er følgende

A nudge is a function of (I) any attempt at influencing people's judgment, choice or behaviour in a predictable way, that is (1) made possible because of cognitive boundaries, biases, routines, and habits in individual and social decision-making posing barriers for people to perform rationally in their own self-declared interests, and which (2) works by making use of those boundaries, biases, routines and habits as integral parts of such attempts.²

¹ Pelle Guldborg Hansen, I Nudgeyou, kursus K-forum den 01.10.2016.

² Pelle Guldborg Hansen Latest paper: [The Definition of Nudge and Libertarian Paternalism](#) side 20.



Der er andre betydninger af nudge i artiklen.

En tredje definition af hvad forstås ved et nudge

Kommunernes Landsforening skriver:

Nudging er en form for adfærdsdesign og handler om at påvirke adfærd, ikke holdninger. Det beskrives ofte som at give et lille puf, for at hjælpe folk til at gøre det de helst vil, men ikke rigtig får gjort.³

Hvordan arbejdes med nudging i område GRØN?

Der arbejdes før og under projektperioden løbende med udvikling af nudges, efterhånden som vi får mere viden herom. Det betyder, at planen for nudge-tiltag i område GRØN er revideret flere gange.

Der er opnået kendskab til nudging via kurset hos K-forum om nudging den 01.10.2015. Desuden bogen Nudge⁴ samt mailkorrespondance med Pelle G. Hansen, INudgeYou, 17.01.2016. Endvidere via deltagelse i kursus og DAKOFA- konference om nudging den 09.02.2016⁵. Endelig KLs materiale Nudging for øget affaldssortering. En guide til medarbejdere.

³ KL, Nudging for øget affaldssortering. En guide til miljømedarbejdere, 2016

⁴ Nudge, Merete Norsker Bergsøe, Andreas Maaløe Jespersen, Rikke Larsen, Inge Schiermacher og Katrine Lund Skov, Nyt Teknisk Forlag, 2014.

⁵ DAKOFA den 09.02.2016: Nudging, kommunikation og sorteringsadfærd, affald fra sommerhuse samt kommunal miniworkshop.

To tilgange til at udforme et nudge

BASE

Den første tilgang er BASE¹, som er en analytisk model til udvikling af et nudge. BASE består af en kortlægning af adfærdsmønstre, en analyse, en løsning samt afprøvning af det udviklede nudgetiltag. Herunder gennemgås modellens fire trin kort: Definition, diagnose, udvikling og test. Der er tilføjet supplerende forklaring⁴.

Behavioural mapping er det første trin. Det definerer den adfærd, som du ønsker at forandre.

Man blander ofte adfærd sammen med intentioner, ytringer og formodninger. Man skal desuden blot forstå, at vi mennesker og den adfærd, vi udviser, både kan være styret af intentionelle og kontekstuelle elementer.

Det er vores (valgarkitekstens) rolle at påvirke adfærd uden at gribe forstyrrende ind i folks intentioner og ønsker.

Analyse er det næste trin. Diagnosen af en problematisk adfærd må tage udgangspunkt i de situationer, hvor den automatiske adfærd fører til en type adfærd, som ikke spiller sammen med vores langsigtede mål. Der kan i princippet være uendelig mange af den slags situationer, men langt størstedelen kan tilskrives en af fire tendenser, som vi typisk glemmer at tage højde for, når vi ønsker at forandre adfærd hos en given målgruppe.

1. Opmærksomhed er en begrænset ressource
2. Viljestyrke er en (begrænset) ressource
3. Fanget i nutiden (hot-cold empathy gap)
4. Påvirket af andre og forestillinger om andre.

De 4 er eksempler på den måde, som det automatiske og analytiske spiller sammen, og understreger nogle af de sammenhænge, hvor dette samspil er vanskeligt. Automatisk eller analytisk.

Solution mapping er det tredje trin i BASEmodellen – og handler om udvikling af en løsning. Der findes ikke en skabelon, der kan lægges hen over alle problemer, men et fælles element er, at de tager udgangspunkt i de psykologiske faktorer, som besværliggør adfærdsforandring hos en given målgruppe, og dernæst forsøger at eliminere eller modvirke deres indflydelse.

Her skal defineres et mål; hvad vi reelt ønsker at forandre hos målgruppen. Hvornår holder problemet op med at være et problem og kan siges at være løst.

Et godt nudge undgår for så vidt muligt at påvirke dem, der vil en given adfærd (uanset hvad vi så må mene om den), samtidig med at det hjælper dem, som ønsker forandring.

Eksperiment - test af adfærd er det fjerde trin i BASEmodellen.

Det kognitive niveau har at gøre med vores forestillinger, håb og fremtidsplaner, erkendte præferencer osv.

En anden sag er adfærdsniveauet. Grundlaget og hele tilgangen nudge trækker på og handler om vores adfærd, og hvordan konteksten spiller ind på denne, samt at vi ikke altid er bevidste om alle aspekter af vores adfærd. Derfor er det vigtigt, at vi fokuserer tests af vores løsninger på den faktiske adfærd!

De 9 faktorer

Man kan delvist undgå det store forarbejde med analyse efter BASEmodellen og gå direkte til løsningerne, hvis man ønsker en lettere tilgang til nudging. Det har vist sig¹, at følgende ni faktorer ofte er til stede i forbindelse med et nudge.

9 faktorer

- 1) BUDBRINGER – Vi er påvirket af, hvem der kommunikerer til os (afsenderen)
- 2) INCITAMENTER – Vores reaktion på incitamenter er påvirket af forudsigelige mentale smutveje som f.eks. at undgå at miste penge
- 3) NORMER – Vi er stærkt påvirket af, hvad andre gør
- 4) STANDARDVALG – Vi ”følger flokken” ved forudindstillede valgmuligheder
- 5) PÅFALDENHED - Vi er draget af det usædvanlige og af det, der er relevant for os
- 6) PRIMING – Vores handlinger er ofte påvirket af underbevidste tegn
- 7) FORPLIGTIGELSE – Vi bestræber os på at være konsekvente med offentlige forpligtelser og gengælde handlinger/gerninger
- 8) EGO – Vi handler på måder, der får os til at få det bedre med os selv
- 9) GAMIFICATION – Vi elsker at konkurrere og lege.

Kilde: instituteforgovernment.org.uk

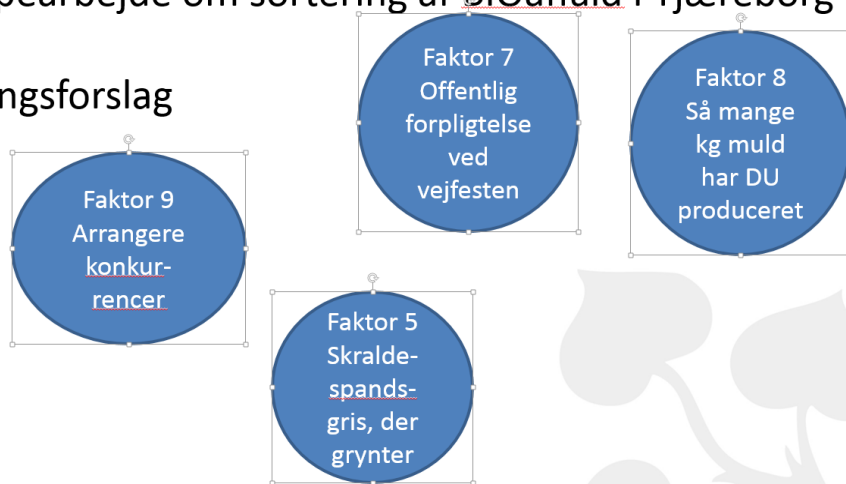


Metoden med de 9 faktorer er anvendt i forbindelse med det første nudge den 27. oktober 2015 om besøg på Esbjerg Affalds Håndtering.

Nudget er ”udviklet” i forbindelse med deltagelse i kursus om nudging hos K-forum, hvor der sammen med andre kursister er identificeret følgende mulige indsatser i område GRØN i Tjæreborg ud fra de 9 faktorer.

Gruppearbejde om sortering af BIOaffald i Tjæreborg

Løsningsforslag



Figuren viser de udvalgte faktorer (faktor 7, 8 og 9), som er brugt i forbindelse med det første nudge til område GRØN i projekt Tjæreborg – Vejen til 50 % genanvendelse. Denne tilgang/metoden er også brugt til planlægning af det sidste nudgetiltag, gadekonkurrencen i område GRØN. Se beskrivelserne af de gennemførte nudges sidst i notatet.

Gennemførte nudges for område GRØN i forsøgsperioden

Besøg på Esbjerg Affaldshåndtering og Energnist den 27. oktober 2015, for at udbrede kendskabet til interesserede i område GRØN om hvad der sker med BIOaffald på vejen fra dit køkkenbord til det ender på marken som jordforbedringsmiddel.

Vi ser på processen "fra bord til jord" og hvordan BIOaffald behandles, inden det ender som jordforbedringsmiddel.

Herefter fortæller vi om projektet "Vejen til 50 % genanvendelse" - hvad sker der i Tjæreborg med fokus på område GRØN

Dialog bagefter: Hvad tænker du om ordningen i område GRØN - vi tager en dialog over kaffen.

Sluttelig kører vi til Forbrændingsanlægget, Energnist, hvor vi får en orientering om forbrænding af restaffald.

Metode

Nudget er tilrettelagt ud fra de 9 faktorers metode, med vægt på faktor 8: EGO, hvor der lægges vægt på at noget er os vedkommende.

Arrangement er planlagt for at gøre borgerens indsats vedkommende og aktuell i forhold til deres intentioner på langt sigt for at koble intention og handling. Der er dog også spurgt ind til interesse for konkurrencer (aht. fremtidige nudgetiltag faktor 9 om gamification samt faktor 7 om offentlig forpligtigelse), og hvad der skal til for at gøre sortering vedkommende og aktuelt for den enkelte.

Evaluering af nudge

Der var 26 tilmeldte borgere til besøget. Der blev kun brugt ressourcer på planlægning, tid og kage.

Der var god respons på dagen fra de fremmødte i forhold til besøget om "fra jord til bord". Her blev stort og småt vendt; dog vurderes det, at dem, der mødte frem er de mennesker, der i forvejen vil støtte op om sortering. Herved kan nudget muligvis ikke have haft den store effekt på resultatet af genanvendelsesprocenten, men alligevel bidraget til at det har været en god proces for borgerne. Mange (2 ud af 3) har netop tilkendegivet i spørgeskemaundersøgelsen, at det betyder noget at vide, at deres BIOaffald går til forbedring af miljøet som jordforbedringsmiddel.

Tilbage melding på spørgeskemaundersøgelse i Tjæreborg. Alle fire områder i Tjæreborg har fået en husstandsomdelt tilbage melding, og her er en side reserveret til specielt område GRØN.

Metode

Her er anvendt de 9 faktorers metode med brug af et nudge om positiv feedback ift. indsats for god sortering. I område GRØN er der desuden gjort brug af nudge på baggrund af faktor 3 om sociale normer. Endelig faktor 8 EGO om vedkommenhed, idet to af tre i området mener, det er

vigtigt for indsatsen, at man ved, at BIOaffald bruges som jordforbedringsmiddel.

Evaluering af nudge

Vanskelig at gøre evaluere dette nudge.

Rundgang i område GRØN. Fokus er her på at få oplysninger om barrierer for adfærd i forhold til folks langsigtede hensigter med henblik på udvikling af et nyt nudgetiltag, f.eks. en praktisk løsning. Desuden at få indtryk af, om genbrugsbeholdere er overfyldte/tømmes tilpas ofte. Samtidig kan der lægges op til offentlig forpligtelse fra borgerens side ligesom vi måske får lejlighed til at oplyse om sociale normer for god sortering i GRØN mv.

Dette tredje nudge i område GRØN foregår den 22. og 23. februar 2016 og her får borgerne lejlighed til at stille spørgsmål og give deres mening til kende. De har på forhånd fået at vide, at der er rundgang i område GRØN, og at skal sætte et flag op i forhaven, hvis de ønsker, at vi ringer på deres dør.

Metode

Nudget er tilrettelagt ud fra at opsnappe betydende faktorer ift. hvad vi har lært samlet set, dvs. ikke nogen bestemt metode.

Evaluering

Rundgangen fungerede ikke særlig godt. Der var kun en håndfuld mennesker, der ved et flag i forhaven havde tilkendegivet, at de ønskede at tale med os! Den første spørgeskemaundersøgelse, som blev afleveret til borgerne i nyhedsbrevet i februar 2016 viser, at kun 2 % i område GRØN stadig er i tvivl om, hvad der skal udsorteres, herunder BIOaffald. Der er måske derfor ikke så meget at spørge om! Det vurderes dog stadig, at det er et plus for borgerne, at vi er i nærområdet og at flere målgrupper dermed kan nås.

Gadekonkurrence i område GRØN. Konkurrencen har gået på at finde den **gade** i område GRØN, der er lykkedes med at sortere mest genanvendeligt affald fra i husstandene og herved har opnået størst reduktion, relativt, i mængden af RESTaffald i forhold til startværdien (baseline).

Og der er konkurreret **i hele maj måned.**

Konkurrencen er beskrevet i et husstandsomdelt nyhedsbrev umiddelbart før start; og torsdag kl. 17 i hver uge har man kunnet se gadens resultat på kommunens hjemmeside. For at aflevere mindst RESTaffald kan man sortere mest muligt af genanvendelige fraktioner fra, herunder BIOaffald.

Metode

Nudget er tilrettelagt ud fra de 9 faktorer metode, med faktor 9 gamification, at vi elsker at konkurrere. Desuden begrundet i faktor 3 om normer (social proof) og feed-back, hvor feedback sker i form af tilbagemelding hver uge. Kombinationen er hentet på et indlæg på DAKOFA seminar om feedback (feedback kan være fremmende samt demotiverende, afhængigt af hvor man ligger i forhold til det der er rapporteret som normalen).

Evaluering af nudge

Gadekonkurrencen, som er et klassisk nudge, kom desværre slet ikke ud over rampen. Skønt et husstandsomtelt brev med beskrivelse af konkurrencen som det første afsnit, havde ingen i vindergaden SET og LÆST om konkurrencen, som da også kun afslørede en lille (sikkert tilfældig) stigning i genanvendelsesprocenten i hele område GRØN, og som svarer til en absolut nedgang på ca. 100 gram på ugebasis pr. husstand.

Til afklaring af, hvor vidt og hvorfor gadekonkurrencen evt. har virket på udsortering af BIOaffald og genanvendelsesprocenten, er der stillet spørgsmål omkring nudge i den anden spørgeskemaundersøgelse i Tjæreborg, som er gennemført i uge 23 og 24.

Har gadekonkurrencen i område GRØN i maj fået dig til at sortere mere genanvendeligt affald fra RESTaffaldet?

- Ja
- Nej
- Har ikke vidst at der var en konkurrence?

Hertil svarer 65 %, at de ikke har set, at der var en konkurrence. 4 % mente, at de sorterede mere på grund af konkurrencen. Resterende 31 % svarer, de ikke mener konkurrencen har påvirket deres sortering.

Hvis ja: hvorfor?

1. Jeg tror naboerne sorterer mere og derfor vil jeg selv gøre det samme
2. Tilbage meldingen på hjemmesiden om hvordan gaderne klarer sig motiverer mig
3. Konkurrencemennesket i mig gør, at jeg yder mit bedste
4. Andre grunde

Hvis nej: hvorfor?

1. Jeg synes ikke affaldssortering er relevant for mig
2. Jeg synes, at jeg i forvejen gør det meget bedre end de fleste
3. Jeg synes, at jeg i forvejen gør det godt
4. Andre grund

Den største grund til, at konkurrencen ikke havde fået de 31 % til at sortere mere er, at borgerne allerede synes, de gør det godt!

Ikke gennemførte nudges for område GRØN i forsøgsperioden :)

Evt. nudge med 14-dagstømning i stedet for ugetømning. Der har været ønske om at gribe denne løsning for at presse borgerne til at sortere mere affald fra RESTaffald og i beholdere for genanvendelige fraktioner for at få nok plads i RESTaffaldsbeholderen.

BASE-modellen, se beskrivelse herunder, er her søgt anvendt for at udvikle et tiltag, som kan karakteriseres som et nudge ift. beskrivelser i bogen Nudge, og som indeholder 14-dagstømning. Der har i den forbindelse bl.a. været overvejelser om 4 forslag, herunder tilbud om store poser til at stille ud sammen med skraldespanden.

Der er taget kontakt til Pelle Guldborg Hansen ift. at afgøre om hvert tiltag kan betragtes som værende et nudge.

B: Vi ønsker at ændre adfærden hvor man ikke sorterer nok ud fra RESTaffaldet.

Det kan skyldes VAG (value – action – gab) som kan forklares med konsekvensen af vores begrænsede opmærksomhed og viljestyrke og relativt lave evne til at værdisætte fremtidige konsekvenser på rationel vis (s 15). Endvidere faktorer 5 om påfaldenhed og faktor 8 om EGO og at gøre det, der får een til at have det godt med sig selv.

Vi ønsker ændre adfærden til at der sorteres max ud i genbrug (MGP), Papir/pap, BIO og Miljøkasse.

A: Hvorfor bruger borgerne evt. ikke BIO i HAVE, MGP og Papir/pap? Er det noget med, at opmærksomheden er begrænset? Inerti er en stærk tendens, (s17) og vi kan systematisk ende med resultater, som ikke passer til vores reelle præferencer, når vi ændrer standardindstillinger.

VAG (value – action – gab) er det fænomen, at man handler anderledes end ens intentioner på lang sigt og der er bias.

Første spørgeskemaundersøgelses spørgsmål 16 viser at 66 % synes, at viden om miljø er vigtig for ens indsat i forhold til BIOaffald. Det er således en social norm, at ens indsats er afhængig af ens viden om den miljømæssige betydning. At 66 % siger ja kunne siges at gøre det legitimt for valgarkitekten at ændre standardindstillingen for tømningens frekvens fordi det er i overensstemmelse med deres langsigtede hensigter.

De 34 %, der har svaret Nej og Ved ikke, deler ikke denne norm.

Men kan vi påvirke de 34 %? Deler de ikke normen, så påvirkes deres adfærd ikke af det nudge. Og nogen af dem har måske ikke engang et problem med kapaciteten.

DVS Der høstes ikke meget bedre resultater fra de 34% og herudover får andre sandsynligvis problem med kapacitet. Det er

et problem der skal tages med, hvis man ændrer til 14-dags tømning uden at tilbyde mulighed for ekstra volumen.

Eller har det at gøre med praktik inde, ude, utilstrækkelig viden eller har det med tid at gøre? Iflg. spørgeskemaundersøgelse er der lugtgener ift. BIO.

Borgerne er ikke pressede på RESTaffaldsspanden. Det viser en undersøgelse af fyldningsgraden som er ca. 60%.

Det undersøges, om de har overfyldte genbrugsbeholdere, altså om de reelt kan komme af med de genanvendelige fraktioner. (Borgerne har ikke gjort brug af mulighed for at vi tager ekstra papir/pap og genbrug med).

Reelt mangler vi en econetanalyse som kan vise, hvad potentialet egentlig er ift. grønt BIOaffald. En sådan gennemføres ikke i projektet.

S: Vi presser blidt på sorteringen ved at ændre til 14-dagstømning og samtidig stiller vi en løsning (plastposer) til rådighed for at borgerne reelt ikke er dårligere stillet end før iflg. dem selv. Man kan evt. give tilbud om at få tømt genbrug oftere. Der er skrevet udkast til et brev til borgerne i område GRØN om nudget.

E: Vi afventer med at prøve det af.

Econetanalyse fra ultimo 2015 viser, at det ikke ser ud til, at der er sket ændringer i andelen af de forskellige fraktioner i RESTaffaldet siden sidste analyse forud for projektets start. Og der er ikke megen forskel på potentialet for forbedringer ift. genanvendelige fraktioner i RESTaffaldet mellem GUL og GRØN. Dette kan undre i og med, at de er pressede i GUL og ikke i GRØN. Kan smertegrænsen for udsortering være nået? Det kunne være interessant at se, om GRØN kan opnå en højere grad af udsortering.

Andre forslag, som har været i overvejelse og ikke gennemført. De er ikke er grebet an efter BASEmetoden, men har blot fra starten været tænkt som positive puf

- Kaj Jørgensen – familiearrangement om skrald og sange
- Nulskraldfamilie fortæller om deres oplevelser som nulskraldere
- Gåtur med en frivillig og samle skrald og efterfølgende sortere det
- Stjerneløb – en dyst på tid og viden om sortering