

Experimenteren kun je leren

- **Jan Prij (Wetenschappelijk Instituut CDA) en Emilius Goijvaerts (Gemeente Rotterdam/BIGR)**
- In deze meedenksessie maak je kennis met de Rotterdamse beleidspraktijk van gedragsbeïnvloeding en word je uitgedaagd te reflecteren op de grenzen en de mogelijkheden ervan. Wordt de burger een object van beleidsinterventies die zo subtiel mogelijk gecorrigeerd, geactiveerd en opgevoed moet worden? Of wordt de burger mededragers en -vormgever van politieke oplossingen? En hoe dan? Tot hoever mag de overheid gaan als ze burgers een nudge wil geven ofwel 'een zetje in de goede richting'? Hoe gaat deze sturing in de praktijk in zijn werk en wat zijn criteria voor de succesvolle toepassing ervan? En breder: hoe kan ik het beleid maken met gedragskennis beter verankeren in mijn eigen organisatie? Aan de hand van een praktijkcase krijgen we zicht op bestuurlijke en politieke dilemma's die samengaan met deze vorm van overheidsbeïnvloeding.



**BIG**
ROTTERDAM
BEHAVIOURAL INSIGHTS GROUP



Gemeente Rotterdam

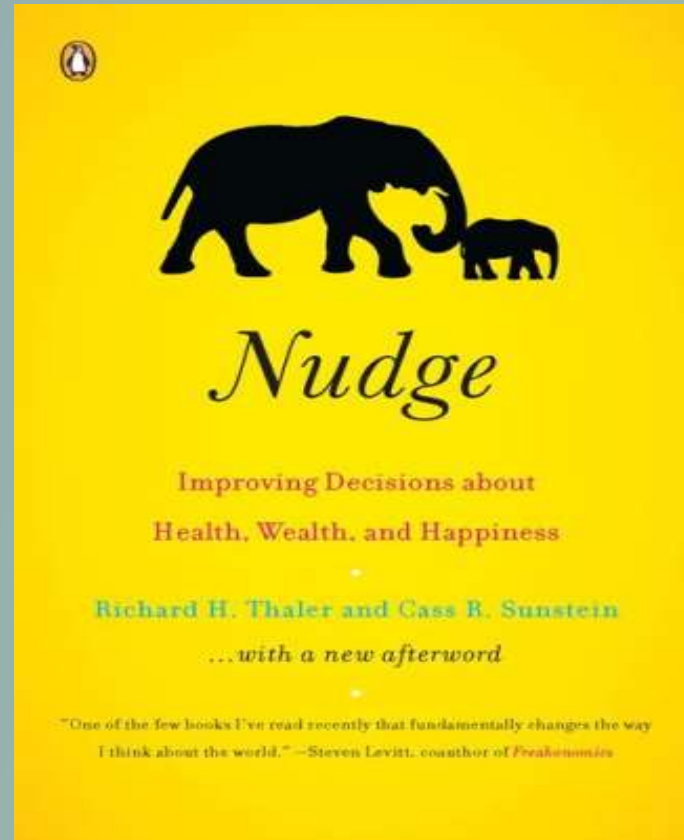
*Erasmus*
ERASMUS UNIVERSITEIT ROTTERDAM

KRACHTEN **BUNDELEN**

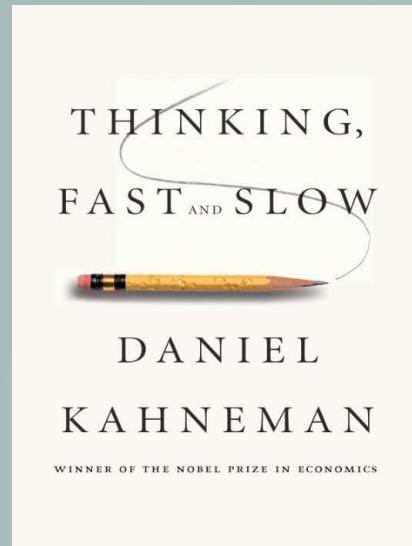


Gemeente Rotterdam





DUAL PROCESSING THEORY





$$37 \times 43 =$$

BEHAVIOURAL INSIGHTS





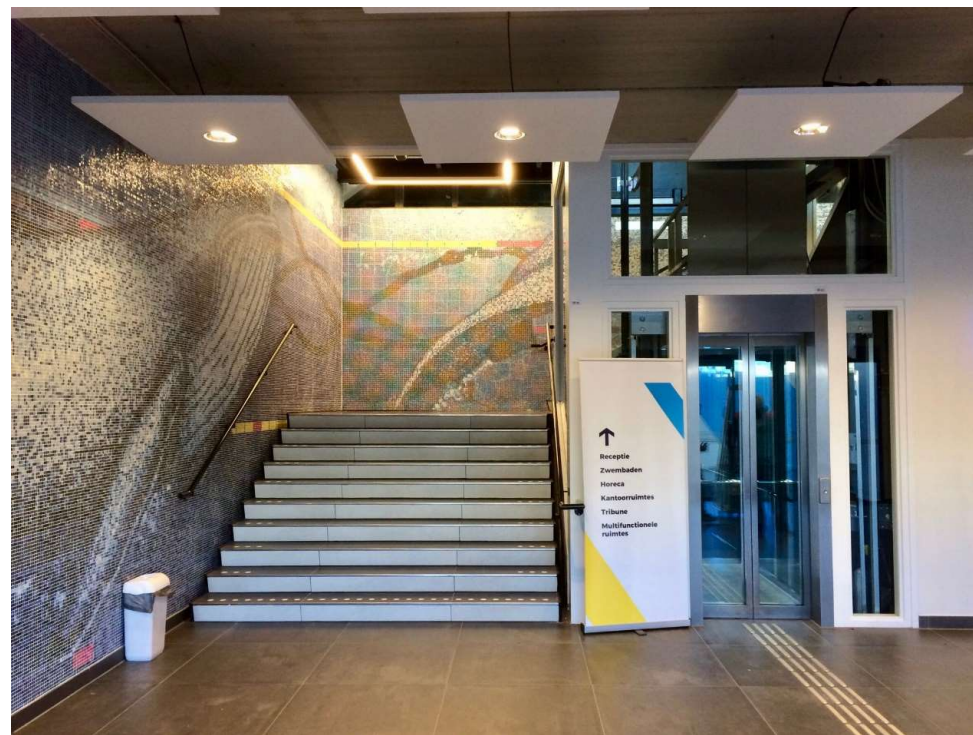
Werkwijze



FIETSPARKEREN NESSELAND



ENTREE ZWEMBAD ZUIDPLEIN



VET



'No Show'



© David Rozing
All rights reserved

Attentie

1

Mensen met financiële problemen en schulden zien vaak geen uitweg uit hun situatie en negeren de communicatie van schuldeisers. Om deze reactie te voorkomen gebruiken wij gele kleur en het foto.

Finn, A. (1988). Print Ad Recognition Readership Scores: An Information Processing Perspective. *Journal of Marketing Research*, 25(2), 168-177.

Kanner, B. (1989). Color Schemes. *New York Magazine*, 22, 22-23.

Empathie en begrip

2

Tussen mensen met schulden en de schuldeiser is een natuurlijk machtsverschil en in normale brieven wordt dat vaak heel duidelijk door bevelende en dreigende taal (Betaal!, Anders ...!). Wij adviseren een andere aanpak met duidelijk begrip en empathie voor de situatie van de ontvanger.

Mensen met schulden worden vaak gestigmatiseerd en zijn bang dat mensen hen gaan afwijzen als anderen weten dat zij schulden hebben. Wij tonen dat de schulden geen belemmering zijn voor persoonlijk contact en wij de mensen niet veroordelen of afwijzen. We willen ze juist helpen.

Hall, C. C., Zhao, J., & Shafir, E. (2014). Self-affirmation among the poor: cognitive and behavioral implications. *Psychological Science*, 25(2), 619-625.

Onderstrepen

3

Wij onderstrepen de reden waarom de ontvanger deze brief ontvangt. Daardoor krijgt deze zin meer aandacht en wordt de informatie beter onthouden. Het centrale verzoek wordt daardoor duidelijker.

Lorch, R. F. (1989). Text-signaling devices and their effects on reading and memory processes. *Educational Psychology Review*, 1(3), 209-234.

Samenwerking benadrukken

4

Als mensen gedeelde doelen hebben trekken mensen eerder naar elkaar toe. De woorden "samen" en "samenwerking" suggereren zo'n gedeeld doel en de bereidheid om de ontvanger als gelijkwaardige partner te zien in het verzoek deze doelen te bereiken.

Samenwerking is bovendien geassocieerd met betrokkenheid en inspraak in plaats van alleen maar uitvoeren. Wij denken dat de ontvanger zich daardoor op een juiste en eerlijke manier behandeld voelt, wat ertoe zou moeten leiden dat mensen eerder hulp vragen.

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin (Ed.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-47). Monterey, Calif.: Brooks/Cole.

De Cremer, D., & Tyler, T. R. (2007). The effects of trust in authority and procedural fairness on cooperation. *The Journal of Applied Psychology*, 92(3), 639-649.

1



Wij staan voor u klaar!

Bent u klaar voor een oplossing?

Beste heer/mevrouw.

2

3 We begrijpen dat het heel vervelend is wanneer u uw zorgverzekering niet kunt betalen.
4 Samen met u willen wij daarom een oplossing voor uw betalingsachterstand(en) vinden.

5 Wij zijn XY - onderdeel van de Gemeente Rotterdam - en wij willen graag met u in gesprek.
6 Als ervaren financieel adviseurs van XY helpen wij dagelijks Rotterdammers om hun betalingsachterstanden op te lossen. Deze dienst is gratis voor u.

Als u met ons samenwerkt, voorkomt u extra kosten bovenop uw zorgverzekering.

Neem daarom snel contact met ons op om een afspraak te maken bij u thuis of op kantoor.

7



Whatsapp 06-NR

8 Bel TEL.NR tussen 9u en 17u op werkdagen.

Lukt het toch niet om te bellen of te whatsappen, dan proberen wij binnen 5 werkdagen bij u aan te bellen voor een gesprek.

9

Wij hopen u zo snel mogelijk te kunnen spreken.

Met vriendelijke groet,

Naam medewerker XY

E-mail

Tel

Heeft u nog andere vragen?

De medewerkers van XY kunnen u ook met andere zaken ondersteunen: bijvoorbeeld met aanmelding bij de Kredietbank, het vinden van werk, opvoedingsvragen en het verminderen van stress.

5

Houding tegenover de afzender

Het doel van deze brief is te zorgen dat de ontvanger de afzender gaat bellen. Het is vervolgens erg belangrijk welke houding de ontvanger tegenover de afzender zal hebben. De twee belangrijkste aspecten hierbij zijn sociale warmte (het foto) en expertise ("ervaren financieel adviseurs"). Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., & Glick, P. (2007). Universal dimensions of social cognition: warmth and competence. *Trends in Cognitive Sciences*, 11(2), 77-83.

6

Aversie tegen verlies

Mensen vinden verlies verschrikkelijk en ze vinden iets verliezen vaak twee keer zo erg als iets winnen. Wij benadrukken hier dat mensen een verlies kunnen voorkomen in plaats van een winst (bijv. "... zorgen dat u minder moet betalen") te benoemen.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263.

7

Iconen

Het gebruik van iconen maakt het gemakkelijk voor de lezer om belangrijke informatie snel (weer) te vinden en te onthouden. Bovendien helpen passende afbeeldingen mensen om informatie beter te verwerken en ook te onthouden.

Levie, W. H., & Lentz, R. (1982). Effects of text illustrations: A review of research. *Educational Communication & Technology Journal*, 30(4).

8

Plannen

Communiceren welke gedragsbeïnvloeding ons doel is, gaat vaak vooral over het gewenste gedrag of alleen over het doel van het gedrag. Daarbij wordt vaak vergeten dat mensen ook een handleiding en ondersteuning nodig hebben om het gedrag ook werkelijk te vertonen. Wij moedigen mensen hier dus expliciet aan snel te bellen of te whatsappen. Daarnaast geven wij belangrijke informatie wanneer je kunt bellen.

Gollwitzer, P. M. (1999). Implementation intentions: Strong effects of simple plans. *American Psychologist*, 54(7), 493-503.

9

Aversie tegen risico

Door het woord "proberen" te gebruiken maken wij duidelijk dat in gesprek komen misschien mislukt. Het is makkelijker als de ontvanger zelf belt, dan is contact sneller gelegd. Mensen hebben een aversie tegen risico als het om iets gaat wat zij graag willen (zonder eigen initiatief meer risico op geen hulp).

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263.



EAST method by BIT -UK



NUDDGE
E G D D G E
N U D D G E
E G D D G E
N U D D G E
E G D D G E
N U D D G E
E G D D G E
N U D D G E
E G D D G E



NUDDGE
E G D D G E
N U D D G E
E G D D G E
N U D D G E
E G D D G E
N U D D G E
E G D D G E
N U D D G E
E G D D G E





[Terug](#) **Oefening**

 **Lage Rug**
Dagelijks om 22:30



 **Luister instructies**

Luister eerst bovenstaande instructie,
start daarna de oefening.

Start oefening

Brainstorm



‘Paalkleven’



ER ZIJN MEER
MENSEN DIE
LIJN AUTO MOETEN
OPLADEN

Waarom?



Instructie



Instructie

EAST method by BIT -UK



‘Paalkleven’

