



DOE-MEE tool

Met kennis van gedrag beleid maken



Colofon

Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat, Den Haag, 2019
Vormgeving: Design Innovation Group

De DOE-MEE tool is ontwikkeld voor het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (IenW) door het Behavioural Insight Team (BIT) van IenW. De DOE-MEE tool is oorspronkelijk ontwikkeld als 'gereedschap' voor beleidmaken en blijkt breed inzetbaar: inmiddels wordt de tool succesvol ingezet binnen én buiten IenW bij vraagstukken op het gebied van uitvoering, inspectie en interne vraagstukken.

BIT IenW is een netwerk van kennisinstellingen, gerenommeerde gedragswetenschappers en praktijkexperts op het gebied van gedrag, met een thuisbasis binnen IenW. BIT IenW ondersteunt en adviseert IenW'ers bij het benutten van gedragsinzichten in beleidsvraagstukken.

De thuisbasis van BIT IenW heeft deze tool ontwikkeld in samenwerking met beleidsmakers van IenW en externe gedragsexperts. De tool is gereviewed door prof. Cees Midden (TU Eindhoven). Deze brochure is een levend document – we ontwikkelen de tool verder.

Contact:

Behavioural Insight Team (BIT) IenW
Directie Kennis, Innovatie en Strategie
Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat
Rijnstraat 8
2515 XP Den Haag

KIS@minienw.nl

DOE-MEE tool

De DOE-MEE tool helpt je om met kennis van gedrag beleid te maken

Hoe verwerk ik gedragskennis in beleid?

Waarom deze tool?

Of het nu gaat om afval scheiden, files verminderen of samenwerken met bedrijven: beleid en gedrag hebben alles met elkaar te maken. Je verdiepen in de totstandkoming van bepaald gedrag kan dan ook veel winst opleveren voor de effectiviteit van beleid. Dit gaat verder dan alleen het gebruik van gezond verstand: inzet van gedragsexpertise helpt om de juiste aanknopingspunten te vinden voor beleidsinterventies. En dat niet alleen: nadenken over gedrag helpt je om je te verdiepen in de doelgroep en belanghebbenden in jouw beleidsveld, en om je bewust te worden van je eigen aandeel in de totstandkoming van het gewenste gedrag.

De DOE-MEE tool helpt je om op een gestructureerde manier inzichten op te doen op het gebied van gedrag: welk gedrag wil ik veranderen of bereiken en wiens gedrag is dit? Gedrag bestaat uit al dan niet bewust tot stand gekomen direct waarneembare handelingen, handelingen waar je als het ware een foto van kunt maken. We kunnen zien waar de ander mee bezig is. De tool helpt je ook om te komen tot een beargumenteerde keuze voor de focus in je beleid en je beleidsopgave nader in te vullen.

De DOE-MEE tool bestaat uit vier onderdelen:

- **D: Doorgronden**
Het afbakenen van je beleidsopgave en het gedrag analyseren dat daarbij een rol speelt.
- **O: Ontwerpen**
Het ontwikkelen van kansrijke oplossingsrichtingen en passende interventies die zich op de juiste doelgroep en gedragsfactoren richten.
- **E: Experimenteren**
Het opzetten en uitvoeren van experimenten om interventies te testen.
- **MEE: Monitoren En Evalueren**
Het monitoren en evalueren van je beleid.

De DOE-MEE tool bestaat uit deze brochure en een werkblad.

Voordat je begint

Ondersteunende handvatten tijdens beleidsvorming

Hoe de DOE-MEE tool te gebruiken?

Wanneer de DOE-MEE tool te gebruiken

De DOE-MEE tool kan op verschillende manieren worden ingezet. Bijvoorbeeld om grip te krijgen op het beleidsvraagstuk en de doelgroep, erachter te komen wat effectieve oplossingen zijn, te komen tot onderbouwd beleid, erachter te komen wat je nog niet weet en wat nog nader onderzocht moet worden, of om een basis te leggen voor je project- of programmaplan. Verder stimuleert de tool het betrekken van doelgroep en stakeholders bij de gedragsanalyse en beleidsontwikkeling, iets wat bijdraagt aan het vergroten van het maatschappelijk draagvlak.

Ondersteuning door Behavioural Insight Team (BIT) IenW

Het Behavioural Insight Team (BIT) IenW staat voor je klaar om je te helpen bij het gebruik van deze tool. Als je contact opneemt met BIT IenW wordt je door het proces heen geloodst. Bij het uitwerken van experimenten betrekken we indien nodig specifieke expertise uit het netwerk van BIT IenW. Denk bijvoorbeeld aan het betrekken van inhoudelijke experts, gedragswetenschappers, creatief denkers of ontwerpers.

De DOE-MEE tool kan door elk onderdeel van IenW op elk moment worden gebruikt. De tool is ook nuttig als een beleidsrichting al grotendeels is vastgelegd en er (door de politiek) al voor een interventie is gekozen. Dan helpt de tool je om binnen de gestelde kaders te zoeken naar de best mogelijke oplossing.



Opzet DOE-MEE workshops

Hoe ziet een DOE-MEE workshop eruit?

BIT IenW biedt DOE-MEE workshops aan. Een DOE-MEE workshop kan worden gebruikt voor de stappen 'Doorgronden' en 'Ontwerpen'. Doel van deze workshops is om op een snelle en gestructureerde manier inzichten op te doen op het gebied van gedrag.

Duur:

- Idealiter duren beide sessies één dagdeel en vinden ze op verschillende dagen plaats.

Begeleiding:

- Een ervaren gespreksleider die een gedragsachtergrond heeft en de DOE-MEE aanpak kent.
- Een rapporteur die de DOE-MEE aanpak kent.

Aandachtspunten voor de opzet van de workshop:

- Hoe meer expertise en hoe gevarieerder de invalshoeken aan tafel, hoe rijker de uitkomsten.
- Voordat deelnemers aan de slag gaan, krijgen zij een introductie over gedragsinzichten.
- In de workshop bestaat een goede balans tussen individueel werk en groepswork.
- De deelnemers worden gevraagd open te zijn en het oordeel uit te stellen.

Aandachtspunten tijdens de workshop:

- Het is nuttig om af en toe even terug te kijken op de uitkomst van eerdere stappen: klopt het nog wat er staat of kan de uitkomst worden aangescherpt? Dit helpt je om focus aan te brengen en te bewaren.
- Wees je ervan bewust dat veel van wat we denken berust op aannames. Maak deze aannames expliciet. Hou in de gaten op welke punten de beschikbare kennis of ervaring tekort schiet. Misschien moet er een onderzoeksvraag worden uitgezet of een inhoudelijk expert direct worden betrokken in de analyse.

Doorgronden

Het afbakenen van je beleidsopgave en het gedrag analyseren dat daarbij een rol speelt.

Wie wil je bereiken? Welke gedragsfactoren spelen?

De basis van de deze stap is dat je het gedrag en de factoren die van invloed zijn beter gaat doorgronden. De 'Doorgronden'-stap bestaat uit drie onderdelen, die hierna worden uitgewerkt:

- Afbakening
- Gedragsfactoren
- Check op de gedragsfactoren

Voor de 'Doorgronden'-stap kan BIT IenW een DOE-MEE workshop met je team en/of externen organiseren (zie ook pagina 6).

Het doel van deze workshop is om op een snelle en gestructureerde manier inzichten op te doen op het gebied van gedrag. Belangrijk is dat de benodigde expertise en de verschillende invalshoeken aan tafel zitten.

Voor onderwerpen waarover wetenschappelijke kennis bestaat, is het raadzaam een literatuurstudie te laten uitvoeren. Als blijkt dat aanvullende informatie nodig is kun je veldonderzoek bij de doelgroep laten uitvoeren.

Afbakening

'Doorgronden' start met specificeren van het probleem, het doel, de doelgroep, het huidige gedrag en het gewenste gedrag (doelgedrag). Gedrag bestaat uit direct waarneembare handelingen. Iets wat anderen kunnen waarnemen, waarvan je bijvoorbeeld een foto kunt maken. Het gaat dus om het gedrag zelf, niet om de intenties en attitudes.

Denk bij de afbakening ook kwantitatief. Hoe groot is het probleem? Wat is precies het doel? In welke mate dient gedrag te veranderen?

Probleem

Wat is het probleem? En wat is de aard en de omvang van het probleem?

Doel

Wat wil je bereiken met je beleid? Waarom?

Doelgroep

Wie is je doelgroep, van wie wil je gedragsverandering?

Huidig gedrag

Welk waarneembaar gedrag zie je nu bij je doelgroep?

Gewenst gedrag

Welk waarneembaar ideaal gedrag wil je uiteindelijk zien per doelgroep? Formuleer het gewenste gedrag zodanig dat het meetbaar is. Het heeft weinig zin om een niet-meetbaar gedrag te kiezen. In welke mate wordt het gedrag al vertoond? In hoeverre bestaan er systematische verschillen in gedrag binnen de doelgroep? Welke groepen vertonen al in hoge mate het gewenste gedrag? Bestaan hier onderzoekgegevens over? In hoeverre draagt het gewenste gedrag kwantitatief bij aan het bereiken van het beleidsdoel?

Gebruik de inzichten om terug te gaan naar de formulering van je doelgroep en het huidige gedrag en deze nader te specificeren.

Type gedrag

Het typeren van het gedrag dat men wil bevorderen of afremmen is richtinggevend voor de gedragsanalyse. Onderstaande vragenlijst kun je gebruiken om gedrag te typeren:

Checklist type gedrag:

- Is het *gewoontegedrag*, *impuls-/reflexmatig* gedrag of *beredeneerd* gedrag?
Als het beredeneerd gedrag is:
 - Is het een eenmalige gedragskeuze (bijvoorbeeld wel/niet een slipcursus doen), zich herhalende gedragskeuzes (bijvoorbeeld iedere week benzine tanken), of een strategische keuze (bijvoorbeeld een auto kopen).
 - Is het oud of nieuw gedrag? (bijvoorbeeld voor het eerst een huis kopen vs. je derde huis kopen).
- Wie neemt de beslissing? Is het gedrag van een *enkel persoon* of een *groep*? (bijvoorbeeld zonnepanelen kopen als individu of als buurtgroep).
- Is het *enkelvoudig gedrag* (bijvoorbeeld de thermostaat lager zetten); een *categorie van gedragingen* (bijvoorbeeld regulering van warmtecomfort, dat bijvoorbeeld ook ventileren, het stoken van de open haard en het dragen van een warme trui omvat); of een *keten van handelingen* (bij afvalscheiden is dat bijvoorbeeld categoriseren, scheiden, opslaan, transporteren, aanbieden)?

Gedragsfactoren

Als de afbakening helder is kun je de gedragsfactoren in kaart brengen. Gedragsfactoren zijn de factoren die het gedrag van je doelgroep beïnvloeden: die het huidige gedrag in stand houden en de overgang naar het gewenste gedrag belemmeren of juist kunnen stimuleren.

Checklist gedragsfactoren

Onderstaande vragenlijst kun je gebruiken om de meest relevante gedragsfactoren te benoemen voor de doelgroep. De vragen helpen ook om dieper in te gaan op de gedragsfactoren die al bekend zijn.

Motieven

- Hoe schat men de voor- en nadelen van het huidige en gewenste gedrag in en hoe weegt men die af?
Het individu maakt een inschatting van de gevolgen van het gedrag die voor hem/haar belangrijk zijn. Bijvoorbeeld milieu, gezondheid, onafhankelijkheid, maar ook tijd, geld en aandacht kunnen bepalend zijn voor de keuze die men maakt.
- Vindt men het belangrijk dat het probleem opgelost wordt?
De betrokkenheid en het bewustzijn van de aard en de omvang van het probleem bepaalt of men aan een oplossing wil werken.
- Is er sprake van morele overwegingen?
Schuldgevoelens en morele principes ('ik doe dit uit principe') kunnen bepaald gedrag oproepen of juist tegenhouden.
- Heeft men er vertrouwen in zelf het gewenste gedrag te kunnen vertonen en dat de omstandigheden dat ook toelaten?
Het vertrouwen in de eigen capaciteiten en de omstandigheden bepaalt of men gelooft het gewenste gedrag te kunnen vertonen.
- Heeft men er vertrouwen in dat de eigen inzet effect heeft?
De overtuiging dat het eigen gedrag (significant) bijdraagt aan de oplossing van het probleem kan het gewenste gedrag stimuleren.
- Welke persoonlijke gevoelens belemmeren mogelijk het gewenste gedrag?
Weerstand tegen de boodschapper, tegen de boodschap of tegen de manier waarop de boodschap gecommuniceerd wordt kan leiden tot versterking van het ongewenste gedrag. Zo kan men bijvoorbeeld de boodschap in twijfel trekken, kan men het gevoel hebben gedwongen of gemanipuleerd te worden of wil men sowieso niet veranderd worden.

Bekwaamheden (kennis en vaardigheden)

- Weet men hoe men het gewenste gedrag kan vertonen?
Het ontbreken van de juiste kennis over wat het gewenste gedrag is en hoe het gewenste gedrag te vertonen werkt belemmerend.
- Is men (fysiek en/of mentaal) in staat het gewenste gedrag te vertonen?
Het ontbreken van de juiste vaardigheden om het gewenste gedrag te kunnen vertonen, en verwachtingen daaromtrent, werken belemmerend.

Omstandigheden

- Welke ruimtelijke, fysieke of technische factoren houden het huidige gedrag in stand, belemmeren het gewenste gedrag of kunnen het gewenste gedrag juist stimuleren?
Ruimtelijke inrichting, hulpmiddelen, sfeer en technische faciliteiten kunnen sturen op bepaald gedrag.

- Welke financieel-economische factoren houden het huidige gedrag in stand, belemmeren het gewenste gedrag of kunnen het gewenste gedrag juist stimuleren?

De financiële kosten en baten van gewenst of ongewenst gedrag kunnen stimulerend of belemmerend werken op gedrag.

- Welke juridische factoren houden het gedrag in stand, belemmeren het gewenste gedrag of kunnen het gewenste gedrag stimuleren?

Regelingen en voorschriften kunnen stimulerend of belemmerend werken op gedrag.

Sociale omgeving

- Welke invloed heeft de sociale omgeving op het huidige gedrag en op het gewenste gedrag?

De heersende sociale norm heeft grote invloed op de gedragskeuzes die men maakt. Daarnaast volgen mensen vaak het gedrag van anderen.

- Geloof men dat het eigen gedrag een toegevoegde waarde heeft in het grotere geheel en dat anderen in de groep ook zullen bijdragen?

Het vertrouwen in de (sociale) omgeving of de keten kan bepalend zijn voor de keuze om wel of niet het gedrag aan te passen ten behoeve van de groep.

Menselijk keuzeprocess

De manier waarop mensen keuzes maken is ook een belangrijke gedragsfactor.

- Wordt er een nieuw type gedrag gevraagd, gedrag waar mensen onbekend mee zijn?

Mensen prefereren vaak het bestaande boven het nieuwe: onbekend maakt onbemind.

- Werkt de hoeveelheid keuzemogelijkheden belemmerend voor het gewenste gedrag?

Mensen hebben liever niet te veel keuzemogelijkheden: als er te veel opties zijn, kan keuzestress optreden waardoor mensen afhaken.

- Bestaat er onzekerheid over de kosten en baten van het gewenste gedrag?

Mensen nemen graag het zekere voor het onzekere, zelfs wanneer hier nadelen aan verbonden zijn.

- Op welke termijn treden de kosten en baten van huidig en gewenst gedrag op?

Mensen zijn vaak ongeduldig: directe voordelen van gedrag wegen zwaarder dan lange termijn voordelen. Ditzelfde geldt voor de negatieve consequenties van gedrag.

Check op de gedragsfactoren

Voordat je overgaat naar de stap van 'Ontwerpen', is het verstandig de volgende drie checkvragen te beantwoorden:

- Wat zijn de bronnen waarop we ons baseren?
- Moeten we nog zaken nader (laten) uitzoeken?
- Missen we nog iets?



Ontwerpen

Het ontwikkelen van passende interventies.

Hoe kun je de gewenste gedragsverandering bereiken?

De tweede stap in de DOE-MEE aanpak is de stap 'Ontwerpen' waarin je interventies (maatregelen, acties, oplossingen) gaat ontwikkelen. Op basis van de uitkomsten van de stap 'Doorgronden' kijk je welke mogelijkheden er zijn voor beleid, waar kansrijke opties liggen. De stap 'Ontwerpen' bestaat uit drie onderdelen, die hierna worden uitgewerkt:

- Synthese uitkomsten 'Doorgronden'-stap
- Ontwikkelen van oplossingsrichtingen
- Vertaling van oplossingsrichtingen naar concrete interventies

Voor het ontwikkelen van oplossingsrichtingen kan BIT IenW een DOE-MEE workshop met je team en/of externen organiseren (zie ook pagina 6). Doel van deze workshop is om op een snelle en gestructureerde manier inzichten op te doen op het gebied van gedrag.

Voor onderwerpen waarover wetenschappelijke kennis bestaat is het raadzaam om in kaart te (laten) brengen wat kansrijke interventies zijn vanuit wetenschappelijk perspectief.

Synthese uitkomsten

'Doorgronden'-stap

Dit onderdeel bestaat uit het terugblikken op de uitkomsten van de 'Doorgronden'-stap waarbij de volgende vraag wordt beantwoord:

Wat zijn de belangrijkste gedragsfactoren en welke gedragsfactoren spelen bij welke doelgroep(en)?

Ontwikkelen van oplossingsrichtingen

Om vanuit de uitkomsten van de 'Doorgronden'-stap te komen tot oplossingsrichtingen kan de volgende structuur worden gevolgd:

1. Op welke doelgroep(en) en welke gedragsfactoren wil je je richten met je interventies?
2. Ontwikkel mogelijke oplossingsrichtingen. Je kunt hiervoor onderstaande inspiratielijst gebruiken.
3. Check op de belangrijke gedragsfactoren. Heb je alles getackeld?
4. Kijk naar mogelijkheden om oplossingsrichtingen te clusteren.

Inspiratielijst oplossingsrichtingen

Onderstaande lijst is bedoeld als inspiratie voor het ontwikkelen van oplossingsrichtingen. Het is hier de bedoeling om een idee te krijgen over wat er zo al kan worden ingezet om de beoogde gedragsverandering te bereiken. Ook creativiteitstechnieken kunnen behulpzaam zijn om te komen tot ideeën.

N.B. Het ontwikkelen van goede interventies vraagt over het algemeen veel expertise. Bij de precieze uitwerking is het daarom verstandig de benodigde deskundigheid te betrekken.

Mogelijk, makkelijk en aantrekkelijk maken

- Maak het gewenste gedrag praktisch uitvoerbaar
Bied ruimtelijke en/of technische mogelijkheden, goede service en maak het gewenste gedrag betaalbaar.
- Maak het gewenste gedrag zo makkelijk mogelijk
Bied fysiek en mentaal gemak: duidelijk, simpel en intuïtief. Geef eventueel hulp(-middelen). Verwijder institutionele belemmeringen voor zover dat mogelijk is.
- Maak het gewenste gedrag aantrekkelijk
*Zorg voor een juiste sfeer (geuren, kleuren, fun, goede vormgeving, etc.)
Dwing het gewenste gedrag af
Zet wet- en regelgeving en handhaving in om het gewenste gedrag af te dwingen.*

Bekwaamheden vergroten

- Informeer de doelgroep
Bied informatie over manieren waarop men het gewenste gedrag kan uitvoeren.
- Train de doelgroep
Bied trainingen om de doelgroep de juiste vaardigheden voor het gewenste gedrag bij te brengen.

Persoonlijke motivatie vergroten

- Verander of benadruk de voordelen van het gewenste gedrag en de nadelen van het huidige gedrag
Maak het gewenste gedrag (financieel) aantrekkelijker dan het ongewenste gedrag, en/of laat zien wat het gewenste gedrag kan opleveren en wat het ongewenste gedrag kan kosten qua tijd / energie / geld / denkvermogen.
- Laat de doelgroep het gewenste gedrag ervaren
Laat in een pilot de doelgroep kennis maken met het gewenste gedrag, en zelf ervaren welke voordelen dit oplevert.
- Betrek de doelgroep
Voorkom weerstand door de doelgroep te betrekken in het beslisproces en de ruimte te bieden om zelf de keuze te maken voor het gewenste gedrag.

Sociaal motiveren

- Benadruk het sociale bewijs
Mensen hebben de neiging het gedrag dat ze bij anderen zien te kopiëren. Laat ze hun gedrag vergelijken met de prestaties van anderen en zorg dat het goede voorbeeld wordt gegeven.
- Zet een autoriteit in
Zet instanties of personen in voor wie de doelgroep respect heeft of tegen wie de doelgroep opkijkt.

- Maak gebruik van de gunfactor
Zet instanties of personen in voor wie de doelgroep sympathie heeft, bijvoorbeeld een bij de doelgroep populaire BN'er.
- Creëer commitment
Laat de doelgroep bijvoorbeeld een intentieverklaring tekenen, zodat ze zich later ook gecommitteerd voelen.
- Maak gebruik van de kracht van schaarste
Als ergens weinig van is, wil iedereen het hebben. Maak hiervan gebruik om de doelgroep te enthousiasmeren voor het gewenste gedrag.
- Maak gebruik van het principe van wederkerigheid
Als je iets voor de doelgroep doet (bijvoorbeeld een voordeeltje of cadeautje aanbieden), zal de doelgroep eerder geneigd zijn iets voor jou terug te doen.

Inspelen op het menselijk keuzeproces (enkele voorbeelden)

- Zorg voor een overzichtelijk keuzeaanbod voor het gewenste gedrag
Voorkom keuzestress: liever een kleine selectie met een variatie aan keuzemogelijkheden dan een waslijst.
- Neem onzekerheden aangaande het gewenste (=nieuwe) gedrag weg
Geef mensen het gevoel dat ze 'de gok kunnen wagen' om tot het gewenste gedrag over te stappen of het veilig te kunnen proberen.
- Doorbreek het gewoontegedrag
Doe een aanlokkelijk aanbod of zoek een andere manier om mensen hun gewoontegedrag te laten doorbreken.
- Creëer directe nadelen voor het huidige gedrag of directe voordelen voor het gewenste gedrag
Vertaal lange termijn consequenties van huidig gedrag naar directe consequenties, of haal lange termijn voordelen van gewenst gedrag naar voren: laat mensen direct de voordelen ervaren.

Vertaling van oplossingsrichtingen naar concrete interventies

De vertaling van oplossingsrichtingen naar concrete interventies vraagt over het algemeen veel expertise. Voor elk genoemde oplossingsrichting geldt dat hier grote werelden van onderzoek en kennis achter liggen en dat het niet eenvoudig is om te bepalen hoe de interventie er het beste uit moet komen te zien. Daarnaast is niet elke interventie in elke situatie even opportuun en vraagt het inhoudelijke expertise om te bepalen wat de meest kansrijke interventies zijn. Zo luisteren boze burgers niet naar redelijke argumenten, zijn hongerige mensen niet goed vatbaar voor gezondheidsinformatie en kunnen sterk geëmotioneerde mensen zich niet concentreren op nieuwe informatie.

Tenslotte dient de belangrijke vraag beantwoord te worden welke combinatie van interventies het beste zal werken. Interventies dienen elkaar te versterken en aan te vullen. Elkaar tegenwerkende interventies moet je vermijden. Het totale pakket dient ook efficiënt te zijn qua tijdinvestering, budget en benodigde inspanning van overheid en burger. Verder spelen in deze fase natuurlijk ook aspecten als kosten, effectiviteit en draagvlak, zowel in huis als bij de andere betrokken actoren.

Stedelijke distributie

Voorbeeld van een succesvolle gedragsverandering door beleid:

Zonder stedelijke distributie kan een stad niet functioneren. Winkels moeten worden bevoorraad, pakketjes bezorgd en afval opgehaald. Stedelijke distributie heeft echter ook negatieve consequenties zoals luchtvervuiling en verkeersonveiligheid. Hoe krijgen we het aantal ritten omlaag? Dat blijkt niet eenvoudig. BIT IenW kreeg de vraag om te onderzoeken of gedragsinzichten zouden kunnen helpen. Dat kan bijvoorbeeld op het gebied van internetwinkelen. Deze online aankopen leiden tot meer bestelbusjes in woonwijken. Uit de gedragsanalyse bleek dat de factoren keuzeprocessen en het doorbreken van sociale dilemma's aanknopingspunten boden, namelijk de default en het endowment-effect.

Mensen gaan vaak mee met de optie die de webwinkel voorstelt, de defaultoptie. Als de default wordt ingesteld op 'ophalen bij een afhaalpunt in de buurt' kiezen consumenten eerder voor afhaalpunten. Verder stuur je iets minder snel terug wanneer je het lang in bezit hebt. Je raakt eraan gehecht. Dit heet het endowment-effect. Verlengen van de retourtijd (bijvoorbeeld van 10 naar 100 dagen) zorgt ervoor dat mensen minder retourneren.

Met deze, en andere maatregelen die in het onderzoek worden uitgewerkt, kan de leefbaarheid in steden worden vergroot. Hoeveel effect het heeft, moet blijken uit experimenteel onderzoek. Meer informatie over dit onderzoek is te vinden op: www.kimnet.nl/publicaties/notities/2017/06/06/stedelijke-bevoorrading



Experimenteren

Het opzetten en uitvoeren van experimenten om je interventies te testen

Werkt de beleidsinterventie in de praktijk?

Het is nooit met 100% zekerheid te zeggen of een gekozen beleidsinterventie ook daadwerkelijk het gewenste effect heeft. Er kunnen namelijk altijd bepaalde gedragsfactoren een rol spelen die niet in de analyse zijn meegenomen of die een grotere invloed hebben dan verwacht. Het is daarom aan te raden altijd een testfase in te bouwen wanneer de stap van Ontwerpen is afgerond.

Dit biedt je de mogelijkheid om te bepalen welke interventie de meeste kans van slagen heeft en geeft je een onderbouwing voor de beleidsinterventie die je uiteindelijk kiest voor opschaling. Zet voor de geselecteerde interventie(s) experimenten op om ze kleinschalig te testen.

Let hierbij op de volgende punten:

- Aan de hand van welke meetcriteria meet je de effecten van je interventie(s) op het gewenste gedrag?
- Welke meetmethoden en -momenten kies je?
- Wil je causale verbanden leggen tussen de interventie(s) en de waargenomen gedragsverandering?
- Wil je ook weten waarom deze gedragsverandering optreedt en hoe mensen de interventie(s) hebben ervaren?
- Wil je alleen de korte termijneffecten weten of ook de effecten op de langere termijn?

BIT IenW kan je in contact brengen met ervaringsdeskundigen en experts op het gebied van experimenten.

Bepaal aan het eind van de experimenteerfase welke interventie(s) je kiest voor opschaling.



Monitoren En Evalueren

Het monitoren en evalueren van je beleid

Wat is het effect van je beleid?

Monitoren en evalueren van je beleid kan veel opleveren. Je kunt inzicht krijgen in de wijze waarop je beleid is geïmplementeerd, de effecten van je beleid op de korte en lange termijn, de mate waarin je beleidsdoel wordt bereikt en de mate waarin de gerealiseerde effecten het gevolg zijn van je beleid.

Hiermee creëer je voor jezelf de mogelijkheid om je beleid aan te scherpen en leerpunten op te stellen voor volgend beleid of voor een eventueel vervolg op je huidige beleid. Bovendien geeft monitoring en evaluatie de handvatten voor een goede onderbouwing van je beleidskeuze of van een keuze voor bijsturen van beleid. Daarnaast kun je laten zien wat het beleid voor de samenleving heeft opgeleverd.

Grijp bij monitoring en evaluatie terug op de gedrags- en beleidstheorie die je hebt ontwikkeld in de 'Doorgronden'-fase. Succesfactoren van je beleid kun je onder andere bepalen aan de hand van je beleidsdoel en aan de hand van de meetcriteria die je bij 'Experimenteren' hebt bepaald. Gebruik de reguliere monitoring en evaluatie-aanpakken voor beleid ter ondersteuning. BIT IenW kan je in contact brengen met ervaringsdeskundigen en experts op dit gebied.

Indien nodig kun je na de monitoring en evaluatie besluiten om opnieuw de DOE-MEE cyclus te doorlopen om je beleid nog efficiënter en effectiever te maken.

Nederlandse voorbeelden van succesvolle gedragsveranderingen

Mooie voorbeelden van succesvolle gedragsveranderingen door beleid, met voorbeelden van IenW en andere departementen, zijn te vinden in de interdepartementale publicatie 'Rijk aan gedragsinzichten: editie 2017', Behavioural Insights Network Nederland, 2017.

The image shows three examples of successful behavioral change campaigns:

- Example 1:** A white and blue poster for 'Rijk aan gedragsinzichten: editie 2017' by Behavioural Insights Network Nederland. The logo 'bin_nl' is at the bottom.
- Example 2:** A blue poster with the NIX10 logo. It features two photos of women and the text: 'zie jij wie <18 is?' (with an arrow pointing to 'Zelfovertuiging'), 'ik ook niet...' (with an arrow pointing to 'Sympathie'), 'help je me mee? pak alvast je ID' (with an arrow pointing to 'Keuzevrijheid'), and 'je caissière' (with an arrow pointing to 'Sympathie').
- Example 3:** A light blue poster with the text 'Let op! Geld lenen kost geld' and an icon of a person walking with a chain around their waist, symbolizing debt.

bron: www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2017/11/01/rijk-aan-gedragsinzichten-editie-2017

Verdieping

Tips voor verdieping

Waar vind ik meer informatie?

BIT IenW kan je hierin adviseren. Hieronder worden voorbeelden gegeven.

Andere gedragsinstrumenten binnen de overheid (selectie)

- Gedragstoets - Raad voor de Leefomgeving en infrastructuur
- CASI - Campagne Strategie Instrument, Algemene Zaken
- Interventiekompas.nl - Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid
- Handreiking gedrag weggebruikers - Rijkswaterstaat
- Gedragshuis Beter Benutten - <https://beterbenutten.gedragshuis.nl/>

Internationale websites met evidence based voorbeelden en methodieken (selectie)

- behaviouralinsights.co.uk (Britse Behavioural Insights Team, dat voor de Britse overheid aantoonbaar effectieve gedragsinterventies ontwikkelt)
- interventionmapping.com/simpl (intervention mapping: wetenschappelijke methodiek om gedragsinterventies te ontwikkelen)
- toolsofchange.com (internationale database van in praktijk geteste interventies op gebied van gezondheid, veiligheid en milieu)

Publicaties (selectie)

- *De zes geheimen van het overtuigen*, Cialdini, 2009
- *De menselijke beslisser*, WRR, 2009
- *Gedrag in beleid*, KiM, 2011
- *Hoe mensen keuzes maken*, Tiemeijer, 2011
- *Ons feilbare denken*, Kahneman, 2011
- *Test, Learn, Adapt: Developing Public Policy with Randomised Controlled Trials*, BIT UK, 2012
- *Applying behavioural sciences to EU policy-making*, Van Bavel et al., 2013
- *Influences on consumer behavior — Policy implications beyond nudging*, European Commission, 2014
- *Doen en laten: effectiever milieubeleid door mensenkennis*, Rli, 2014
- *Met kennis van gedrag beleid maken*, WRR, 2014
- *De verleiding weerstaan: Grenzen aan beïnvloeding van gedrag door de overheid*, RMO, 2014
- *Ontwerpen voor gedragsverandering*, Hermsen en Renes, 2014
- *EAST: Four simple ways to apply behavioural insights*, BIT UK, 2014
- *World development report — Mind, society and behavior*, World Bank, 2015
- *Draaiboek gedragsverandering*, Hermsen en Renes, 2016
- *Behavioural insights applied to policy — European Report 2016*, European Commission, 2016
- *Tackling Environmental Problems with the Help of Behavioural Insights*, OECD, 2017
- *Weten is nog geen doen: Een realistisch perspectief op redzaamheid*, WRR, 2017
- *Rijk aan gedragsinzichten: editie 2017*, Behavioural Insights Netwerk Nederland, 2017

