

DE BURGER IN BEWEGING

De burger in beweging krijgen door gedragswetenschap



MET GEDRAGSWETENSCHAP GEWENST GEDRAG STIMULEREN

Op vele terreinen willen gemeenten bepaald gedrag onder burgers stimuleren. Gemeenten willen dat burgers (op tijd) voldoen aan belastingverplichtingen. Gemeenten willen burgers ertoe aanzetten hun afval op de gewenste manier in te zamelen. Gemeenten willen burgers betrekken bij het volbrengen van de energietransitie. Gemeenten willen burgers laten meedenken over belangrijke beslissingen die zij moeten nemen ten aanzien van nieuw beleid of nieuwe bestemmingsplannen.

Maar hoe krijg je burgers nu op al deze terreinen zover dat zij ook daadwerkelijk in beweging komen, en wel op de manier die gemeenten wensen?

Science for Strategy kan gemeenten helpen burgers gewenst gedrag te laten vertonen. Daarbij maakt het gebruik van inzichten uit de gedragswetenschap van de afgelopen vier decennia. Hoe precies? Lees snel verder op de volgende bladzijde.



DE BURGER IN BEWEGING

Gedragwetenschap om de burger in beweging te krijgen.

De gedragwetenschap houdt zich bezig met het onderzoeken van hoe mensen zich gedragen en waarom zij zich gedragen zoals ze zich gedragen.

Voor allerlei door gemeenten gewenste gedragingen van burgers kan Science for Strategy helder in beeld krijgen wat de doorslaggevende factoren zijn die deze gedragingen voorspellen. Dat doen we met behulp van wetenschappelijk onderzoek binnen een groep burgers. Met geavanceerde statistische analyses verwerken wij de data die het onderzoek oplevert tot adviezen voor het opstellen van strategieën waarmee het gedrag van burgers is te beïnvloeden in de door gemeenten gewenste richting

Bijvoorbeeld: u wilt als gemeente stimuleren dat mensen een warmtepomp aanschaffen, zodat zij een bijdrage leveren aan de energietransitie. Inzicht hebben in welke factoren nu het sterkst voorspellen of burgers dat daadwerkelijk gaan doen is dan van het allergrootste belang. Laten zij zich vooral leiden door de verwachtingen die zij hebben over wat de aanschaf van een warmtepomp hen oplevert? Of laten zij zich leiden door wat vrienden, familie of buurtgenoten van een warmtepomp vinden? Of misschien laten zij zich wel leiden door praktische overwegingen: is de warmtepomp gemakkelijk in de bestaande woning in te bouwen?

U kunt pas op een effectieve manier burgers stimuleren een warmtepomp aan te schaffen als u inzicht hebt in wat de belangrijkste voorspellers van de aanschaf van een warmtepomp zijn. Science for Strategy kan u aan dat inzicht helpen.

Om de burger in beweging te krijgen is inzicht in de voorspellers van hun gedrag essentieel.



WERKWIJZE

Probleem: mensen schaffen geen warmtepomp aan.



Inventarisatie: hoe probeert u op dit moment de aanschaf van een warmtepomp te bevorderen?



Survey-onderzoek: wat zijn de sterkste voorspellers van het aanschaffen van een warmtepomp?



Analyse: sluit de huidige manier waarop u de aanschaf van een warmtepomp wilt stimuleren aan op de factoren die geïdentificeerd zijn als sterkste voorspellers van de aanschaf van een warmtepomp?



Resultaat: advies over het in lijn brengen van de manier waarop u de aanschaf van een warmtepomp stimuleert met de sterkste voorspellers van het aanschaffen van een warmtepomp.



SCIENCE FOR STRATEGY KAN VOOR U

- 1** ... communicatieve interventies ontwikkelen die aansluiten op de geïdentificeerde sterkste voorspellers van gedrag van burgers.
- 2** ... op kleine schaal interventies testen voordat u ze op grote schaal implementeert.
- 3** ... handvatten bieden om bestaand beleid bij te sturen.
- 4** ... mogelijkheden geven om een aanzienlijke kostenbesparing te genereren, doordat u op effectieve en efficiënte wijze middelen inzet om het gewenste gedrag bij de burger te stimuleren.