



# Zeven vragen over gedragsverandering in beleid

Welke instrumenten kunnen we inzetten als communicatie- en beleidsprofessionals om gedrag van onze doelgroep te veranderen? Zijn er bijvoorbeeld (nieuwe) regels nodig? Gaan we belonen, handhaven of werken aan de sociale norm? Of volstaat communicatie? Deze gespreksleidraad bevat zeven vragen om het gesprek hierover tussen communicatie en beleid te ondersteunen.

## Het is een leidraad om

- het gesprek over gedragsverandering gestructureerd te voeren;
- te komen tot een weloverwogen inzet van beleids- en communicatie-instrumenten;
- ontbrekende informatie op het spoor te komen: wat weten we (nog niet) over de doelgroep, het gedrag, etc.?

## Bedenk

- Kennis over gedragsverandering is noodzakelijk. Kijk hiervoor in het dossier Gedragsverandering op Rijksportaal.
- Eén gesprek is meestal onvoldoende, het kost tijd gedrag te beschrijven en te analyseren.
- Vaak blijkt dat informatie ontbreekt of dat er meer onderzoek nodig is.
- Nieuwe informatie? Stel je plannen bij!
- Formuleer aan het eind van elke vraag de belangrijkste conclusies.

## Opbouw

Met het discussiëren over en beantwoorden van de zeven vragen ontstaat een voorstel voor de keuze van instrumenten die ingezet kunnen worden om bij het beleids- en communicatiedoel te komen.

Er zijn twee blokken:

- Vraag 1 t/m 4 gaan in op het doel, de doelgroepen en het gewenste gedrag.
- Vraag 5 t/m 7 zijn vragen over mogelijke interventies, de haalbaarheid en de organisatie ervan.

## Meer informatie?

Kijk op Rijksportaal in het dossier Gedragsverandering of mail naar [academie@minaz.nl](mailto:academie@minaz.nl)

## Colofon

Academie voor Overheidscommunicatie, maart 2012

## 1 Wat is de (beleids-) ambitie?

- Welk maatschappelijk effect willen we met dit beleid(svoorstel) bereiken?
- In welke fase van beleid zitten we?
- Zijn er belangrijke partijen of samenwerkingspartners bij het ontwikkelen van het beleid?

Formuleer het gewenste effect zo concreet mogelijk.

## 2 Voor wie ontwikkelen we beleid?

- Beschrijf de persoon voor wie we beleid ontwikkelen
- Hoe gedraagt deze persoon zich ten opzichte van het beleid?
- Wat vindt deze persoon op dit moment van het beleid?
- Wie beïnvloeden zijn gedrag het meest?
- Welke media gebruikt hij, hoe ziet zijn (sociale) netwerk eruit?
- Wat zijn cruciale beslismomenten die met dit beleidsvoornemen samenhangen?

Door in te zoomen op een persoon (de ijkpersoon) personifieer je een bepaalde doelgroep. Het is de persoon bij wie je een gedragsverandering teweeg wilt brengen.

Soms denken we bij beleid aan verschillende doelgroepen. Maak dan voor elke doelgroep een aparte ijkpersoon en werk de vragen uit voor elke ijkpersoon.

De persoon is niet de grote tegenstander van het beleid, maar ook niet de enorme voorvechter.

Beschrijf het huidige gedrag hier in grote lijnen. Bij vraag 4 diepen we dit verder uit.

## 3 Wat doet de doelgroep straks anders?

Wat doet de persoon anders na implementatie van het beleid?

- a) Moet de persoon bepaalde zaken weten?
- b) Moet de persoon bepaalde dingen gaan doen of juist gaan laten?

We zoeken hier naar het gedrag dat we van de persoon wensen.

De doelstelling formuleren we in termen van wat de doelgroep na een bepaalde periode moet weten, willen, kunnen of doen. Licht het accent op 'weten' dan is goede communicatie belangrijk. Gaat het om gedragsverandering bij de doelgroep, dan gaan we verder met vraag 4.

## 4 Over welk gedrag hebben we het?

- Om welk soort gedrag gaat het? Bewust, onbewust of gewoontegedrag?
- Wanneer vertoont de persoon het gedrag?
- Wat levert het huidige gedrag de persoon op? Gemak, genot, gewin?
- Welke factoren zijn van invloed op dit gedrag?
  - a) persoonlijke factoren (gewoontes, emoties, vertrouwen in eigen kunnen, kennis, vooroordelen, standaardreacties)
  - b) sociale factoren (groepsdruk, aanzien, wijkt het gedrag af van de sociale norm?)
  - c) omgevingsfactoren (invloed of beschikbaarheid van voorzieningen in de buurt, fysieke inrichting)

Bij deze vraag onderzoeken we het gedrag van de doelgroep. Dikwijls blijkt dat we informatie over de doelgroep missen.

Hoe meer we van het gedrag van de doelgroep weten, hoe beter we kritieke momenten kunnen vinden waarop de doelgroep (on)bewust een keuze maakt om iets te doen of laten. Dit kunnen aanknopingspunten worden om het gedrag te veranderen met interventies.

## 5 Welke interventies zijn mogelijk? Wat kunnen we doen?

Hoe komen we tot het gewenste gedrag? Welke interventies zijn er?

Voorbeelden van interventies:

- a) voorlichting / communicatie / trainen
- b) dwang, belonen of straffen, aanmoedigen van gewenst gedrag
- c) faciliteiten bieden, aanpassingen van de fysieke omgeving
- d) een voorstel zo formuleren, dat mensen automatisch de gewenste keuze maken (nudges)

Kunnen we daarbij gebruik maken van basisprincipes om mensen te overtuigen?

- Sociale bevestiging (mensen kijken naar wat anderen doen; hoe het hoort)
- Commitment en consistentie (mensen maken bij voorkeur keuzes die consistent zijn met eerdere beslissingen)
- Wederkerigheid (om schuldgevoel weg te nemen, doen mensen graag iets terug)
- Sympathie (mensen nemen eerder iets aan of doen eerder iets voor iemand die ze sympathiek vinden)
- Schaarste (mensen zijn meer geïnteresseerd in dingen waar er weinig van zijn)
- Autoriteit (Mensen leunen bij voorkeur op personen of instanties die zij kunnen vertrouwen)

## 6 Is het haalbaar? Is het wenselijk?

- Kan het? (uitvoerbaar, ook budgettair)
- Mag het? (ethisch, juridisch)
- Leidt het binnen de gewenste periode tot resultaten?
- Past het bij de rol van de Rijksoverheid?

Ook het 'interne proces' kan hier een belangrijke factor zijn. Wie moeten er 'intern' op een lijn worden gebracht om interventies uit te kunnen voeren? En welke partijen in de omgeving moeten op een lijn gebracht worden?

## 7 Hoe gaan we het organiseren?

- Welke doelstellingen formuleren we?
- Zijn er belangrijke samenwerkingspartijen?
- Welke strategie hanteren we?
- Wie wordt de afzender? (Rijksoverheid? Andere organisaties?)
- Welke acties zijn nodig?
- Wat is de planning?
- Wie doet wat?