

Klimapsykologi i praksis



Hvordan påvirke folks
transportvaner?

Hvordan påvirke folk til å reise mer
kollektivt?

Knut Ivar Karevold
Organisasjonspsykolog (PhD)

Om GreenNudge



- Påvirke til sunnere og mer bærekraftige valg
- Samarbeid med utsalgssteder og produsenter
- Kunnskapsbasert metodikk og fremgangsmåter
- Iverksetting gjennom strategier, organisering, kompetanseutvikling, verktøy og kommunikasjon
- Nettverksbasert virksomhet – samarbeid med mange aktører



Helse- og
omsorgsdepartementet



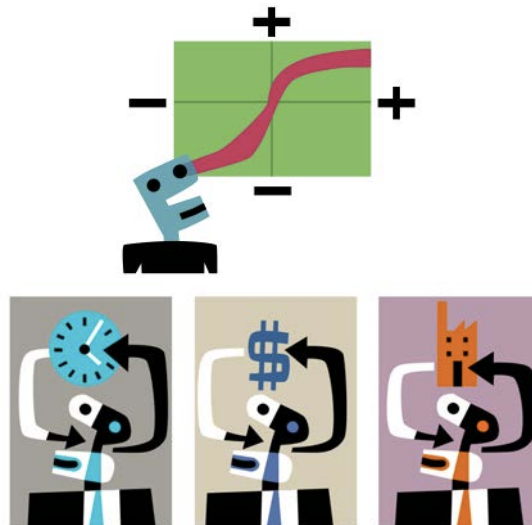
Sykehuset i Vestfold

HELSE SØR-ØST



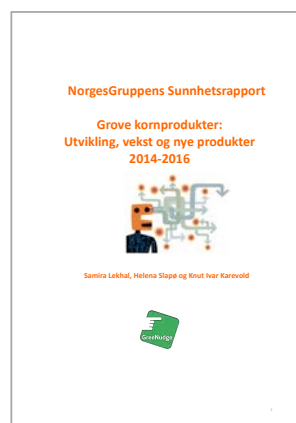
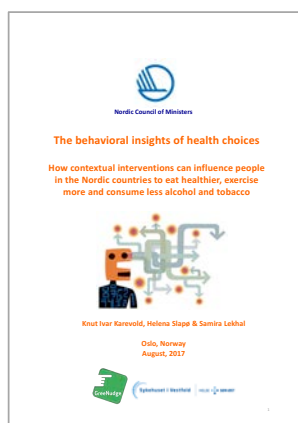
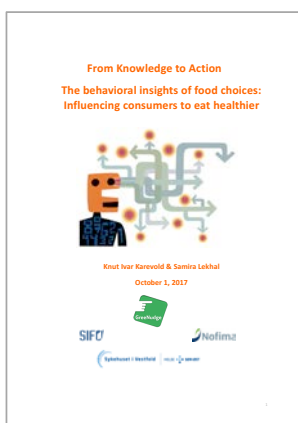
Organisasjonspsykolog

Doktorgrad i økonomisk psykologi og atferdsøkonomi



3

Vår praksis

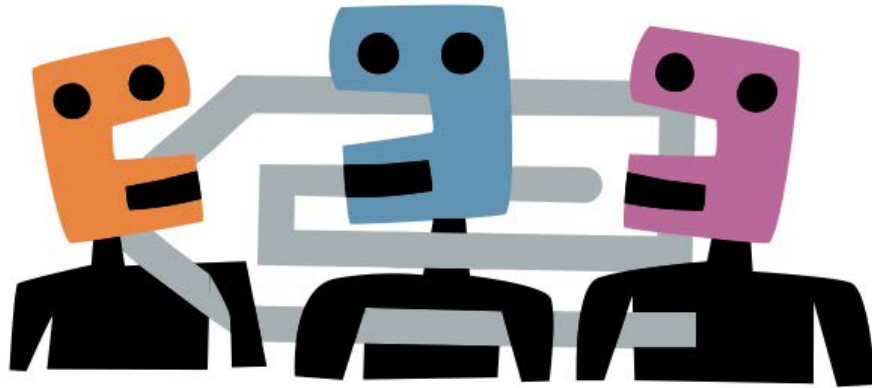


- Fakta og kunnskap
- Faktabasert metodikk
- Konkret utprøving og evaluering
- Opplæring
- Verktøy og metoder
- Evaluering og kommunikasjon



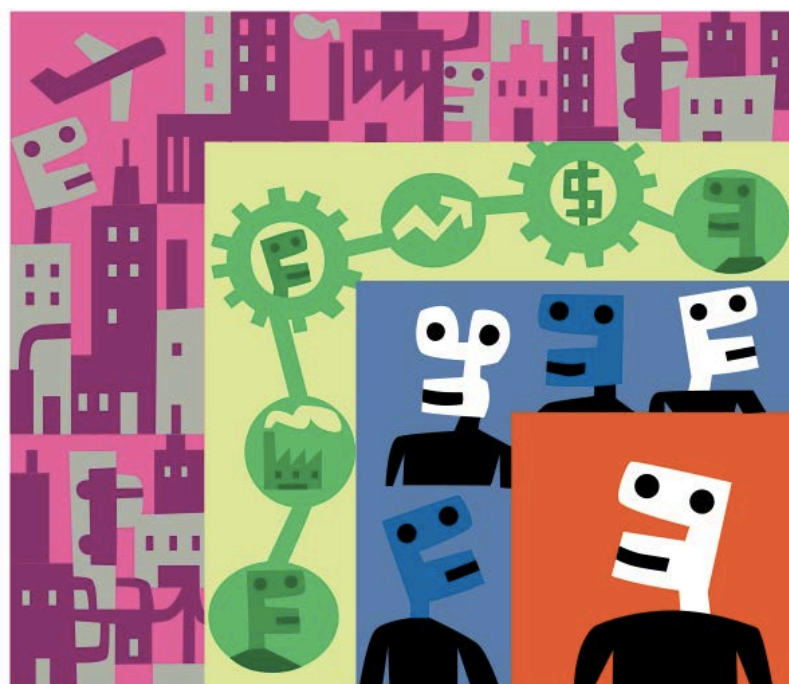
4

Invitasjon til samarbeid!



5

Hvordan tenker organisasjonspsykologer?



6

Hvilke psykologiske faktorer påvirker folks valg?

Bevisste valg - Hva er smartest totalt sett? - Gevinster og kostnader	Intuisjon Raske valg Hva virker best?	Behov Hva trenger jeg og de andre i familien?	Vaner - Hva jeg gjorde i går og uken før? - Hva jeg vanligvis gjør
Kunnskap Informasjon Fakta om kostnader, reisetider, miljø og annet	Forestillinger - Hva tror jeg? - Hva føles riktig?	Sosiale normer Hva gjør andre?	Verdier Hva er viktig?

7



Hvilke psykologiske faktorer påvirker folks valg?

Bevisste valg - Hva er smartest totalt sett? - Gevinster og kostnader	Intuisjon Raske valg Hva virker best?	Behov Hva trenger jeg og de andre i familien?	Vaner - Hva jeg gjorde i går og uken før? - Hva jeg vanligvis gjør
Kunnskap Informasjon Fakta om kostnader, reisetider, miljø og annet	Forestillinger - Hva tror jeg? - Hva føles riktig?	Sosiale normer Hva gjør andre?	Verdier Hva er viktig?

8



Agenda

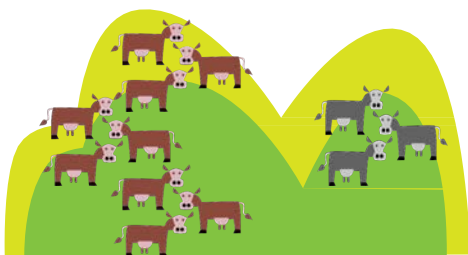
1. Hvorfor er transport viktig for klimaet og folks helse?
 - Hva er de største klimautfordringene?
 - Hva er de største klimapsykologiske utfordringene? Hvorfor så vanskelig å få folk flest til å gjøre klimavennlige valg i hverdagen?
 - Hvem har ansvaret for klimasmarte valg?
2. Hva vet vi om påvirkning av folks transportvaner?
 - Hva viser forskning om mulighetene til å påvirke folk til å velge andre transportløsninger i hverdagen?
3. Hvordan påvirke folks oppfatninger, følelser og atferd?

9

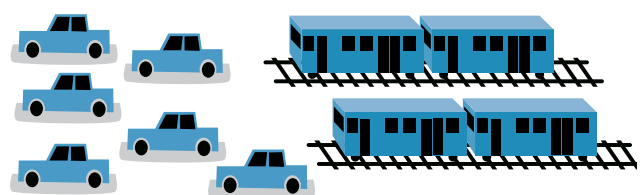


Hva er best for samfunnet? Hva er best for den enkelte?

Før:



Nå:



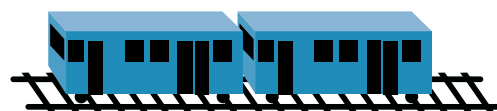
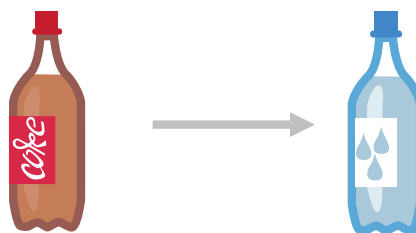
- «Tragedy of the commons» er prototypen på situasjoner der den enkeltes behov og mål undergraver hva som er best for fellesskapet
- Trafikk, miljø og bilkjøring er situasjoner der den enkeltes behov for å maksimere egen situasjon kan føre til overforbruk og ødelegge for fellesskapet
- Hvordan vri folks atferd i riktig retning?

10



Hvordan komme i mål og lykkes?

Fra cola til vann – eller via cola light først?



Fra bil til t-bane – eller via en mellomvariant?

GreenNudge

11

Hvordan lykkes? Hva kan vi få til allerede nå?



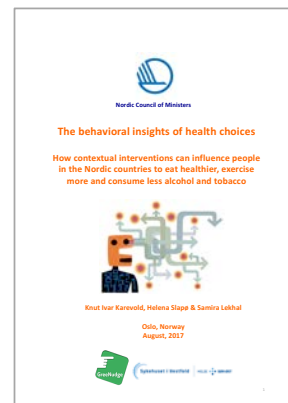
Hvordan vanskelig å dekke alle transportbehov med offentlig eller personlig transport?

- Geografi og naturlig spredt bosetting
- Bygdepolitikk og bypolitikk
- Bypolitikk og byplanlegging på 60-tallet



12

Transportpolitikk = helsepolitikk også



	Sweden	Denmark	Finland	Norway	Iceland
Unhealthy diets	#1	#2	#2	#2	#1
Physical inactivity	#8	Not on list	#8	#9	#9
Tobacco smoking	#3	#1	#4	#1	#2
Alcohol consumption	#7	#4	#3	#4	#7

- Unhealthy diets is the highest risk factor in all Nordic countries
- This report focuses on four important risk factors for all countries



13

Hva er klimasmarte valg? Er mindre dusjing og shampoo svaret?

Vær-Eli Karl vil ha slutt på sløseriet

OLE BULL SCENE

FESTKLARE DAMER: Vær-Eli Karl (25) på TV 2s fest i Bergen.

NYVASKET: Skal man på fest, bør man være myksom, sier Elinor El Karl Østergaard. Men altså har væreten forberedt dusjing og hårvask til et minimum.

Vasker håret én gang i uka

Ekstrem vannmangel
Ingaborg Myhre (41), Lotto-programleder:
- Vi har vært en måned i Australia, og her i Melbourne er det ekstrem vannmangel. Det har gjort meg mye mer bevisst. Her gjelder det å dusje kortest mulig og maksi tre minutter. Vannet er dyrt og noe man ikke tar for gitt. I Melbourne gjenbrukes uttømmingsvann til hagevanning - det er også noe vi kan lære oss av.
- Jeg må innrømme at jeg ikke har tenkt på miljøet når jeg har dusjet hjemme, men jeg kommer til å følge opp dette når jeg kommer til Norge igjen. Nå som jeg har kort hår, vasker jeg håret minimum én gang i uka.

Dusjer når jeg føler for det

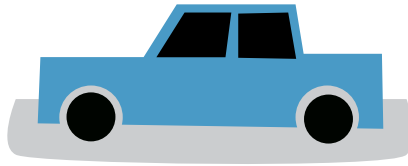
GreeNudge: Positivt initiativ
- Det er positivt at kjendiser og andre forbilder viser initiativ og setter gode eksempler. Vi anbefaler alle å velge ut noe de tror er for og vil bidra til for å fremme bærekraft, sier direktør for miljøutvalget GreeNudge, Knut Ivar Karvold (43), og forvaltningsdirektør Steffen Kalbakk.
- I Norge kan alle bidra ved å spise mindre rødt kjøtt. Kjøttproduksjon konsumerer mye vann, slipper ut mye CO2, bidrar til økologisk og forurensar mye på andre måter. De fleste kan også bidra ved å velge elektriske transportmidler eller sykkel. Mange kan også spare energi ved å senke innetemperaturen et par grader, sier Karvold og Kalbakk i miljøutvalget GreeNudge - der Gunhild Stordal er styreleder.

Merl Maurstad (56), skuespiller:
- Jeg dusjer ikke hver dag, men samtidig er jeg nok ikke den som først og fremst tenker på miljø når jeg bruker vann. Jeg dusjer når jeg føler for det. Det er nok mer miljøfremmende å gå rundt og strikke, uten at jeg mister hverken Eli Karl Østergaard eller andre for å gjøre det. Jeg er mer miljøbevisst når det kommer til resirkulering, bruk av el-bil og lignende - enn vannbruk.

Hvor kommer klimautslippene fra?



30%
Bygninger,
oppvarming



30%
Transport

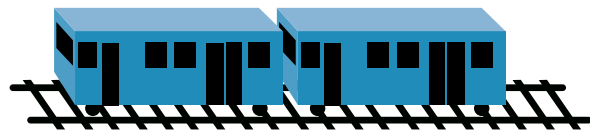


30%
Matproduksjon



15

Hvordan velge klimasmart?



16

Tesla og burger til familien på vei til hytta 10 mil unna?

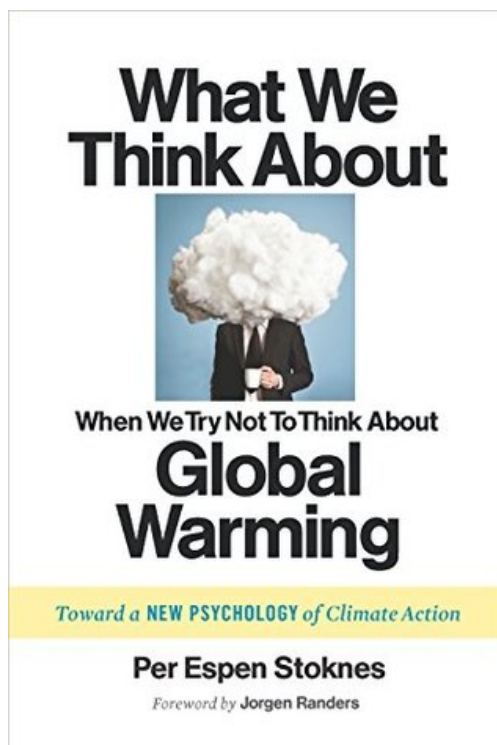


SUV og salat til familien på vei til hytta 10 mil unna?



Hvorfor er det så vanskelig ta klimavalg?

Klimapsykologiske feller

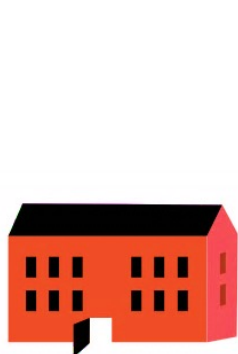


- Distance
- Doom
- Dissonance
- Denial

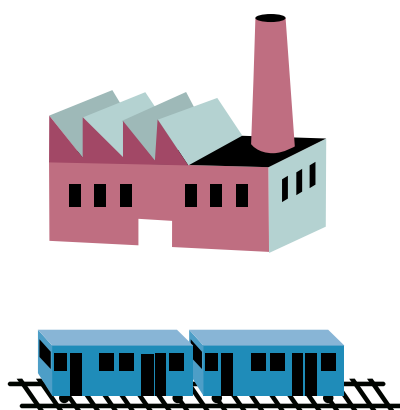


19

Hvem har ansvaret for klimasmarte valg?



Myndighetene?



Kollektiv-
virksomhetene?

Næringslivet?



Forbrukerne?



20

Agenda

1. Hvorfor er transport viktig for klimaet og folks helse?
 - Hva er de største klimautfordringene?
 - Hva er de største klimapsykologiske utfordringene? Hvorfor så vanskelig å få folk flest til å gjøre klimavennlige valg i hverdagen?
 - Hvem har ansvaret for klimasmarte valg?
2. **Hva vet vi om påvirkning av folks transportvaner?**
 - **Hva viser forskning om mulighetene til å påvirke folk til å velge andre transportløsninger i hverdagen?**
3. Hvordan påvirke folks oppfatninger, følelser og atferd?
 - Hva er atferdsøkonomi? Hvilke situasjonsfaktorer kan påvirke folk?
 - Hva er påvirkningspsykologi? Hvilke retoriske virkemidler kan brukes til å formidle budskap?

21



Hva er atferdsøkonomi? Hva er faktagrunnlaget for nudging?

Nobelprisen i økonomi i 2002



System 1 og System 2

Nobelprisen i økonomi i 2017

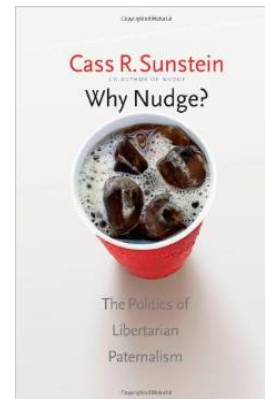
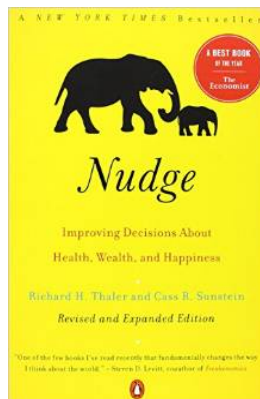
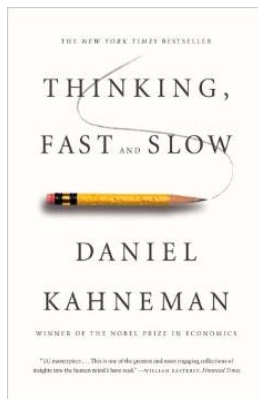


Nudging

22



Hva er veien fra forskning til politikk?



23

Hvordan tenker og velger folk?



System 1

- Raskt og assosiativt
- Intuitivt og impulsivt



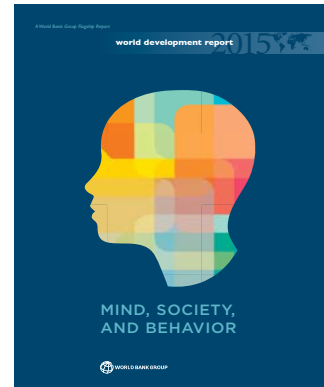
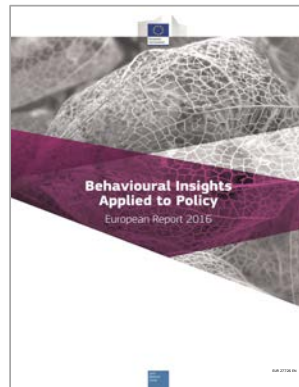
System 2

- Sakte og grundig
- Analytisk



24

Nudging anbefales av mange eksperter



25



Situasjonsbestemt virkemiddel = adferdsøkonomisk virkemiddel

Forbrukeren:

- Intuitive mentale prosesser
- Kunnskap, preferanser og vaner



Situasjonen:

- Hvilke alternativer finnes?
- I hvilken rekkefølge presenteres alternativene?
- Hvilken informasjon finnes og oppfattes?

26



Topp 10 nudge

Defaults

Simplification

Social norms

Disclosure

Warnings

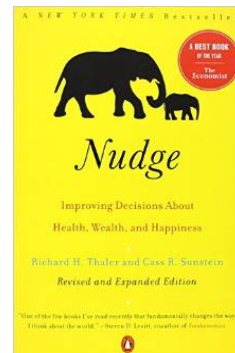
Pre-commitment

Plan

Feedback

Reminders

Ease
Convenience



27

Hvordan påvirke folks transport til jobb?



Nordic Council of Ministers

The behavioral insights of health choices

How contextual interventions can influence people in the Nordic countries to eat healthier, exercise more and consume less alcohol and tobacco



Knut Ivar Karevold, Helena Slappø & Samira Lekhal

Oslo, Norway
August, 2017



1

Nudging Towards A More Efficient Transportation System: A Review of Non-pricing (Behavioural) Interventions

November 23, 2017

Prof. Andreas Ortmann, PhD, UNSW Business School

Professor of Experimental and Behavioural Economics; email: a.ortmann@unsw.edu.au

A/Prof. Vinayak Dixit, PhD, UNSW School of Civil and Environmental Engineering

Director, TRACSLab@UNSW, Deputy Director, Research Centre for Integrated Transport Innovation, and Academic Director IAG; email: v.dixit@unsw.edu.au

With help from Sai Chand and Dr. Sisi Jian

Abstract:

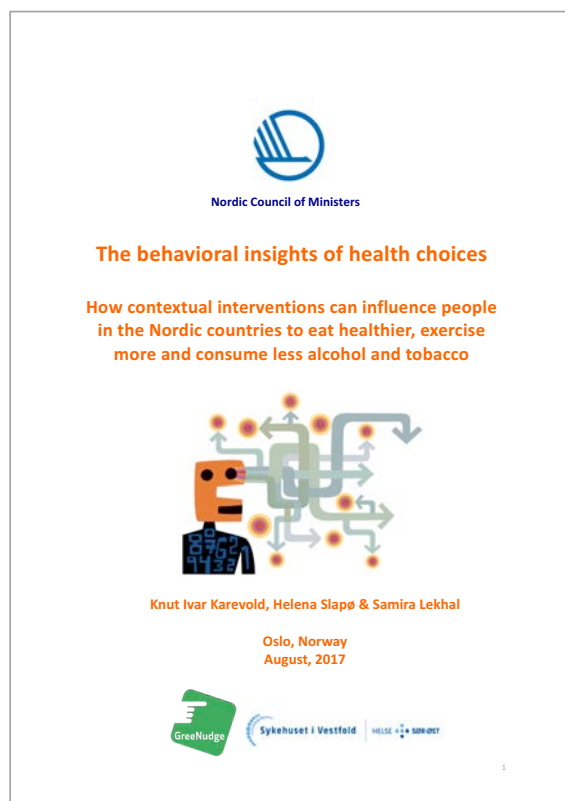
We review Transportation Demand Management strategies through the conceptual lens of Behavioural Economics, focussing on non-pricing (behavioural) interventions often known as nudges. We identify promising precedents, evaluate their impact and stability, and nominate strategies that might be applicable in the Melbourne context.



28

Hvordan påvirke folks helsevalg?

Hvordan påvirke folk til å bevege seg mer – også til jobb?



29



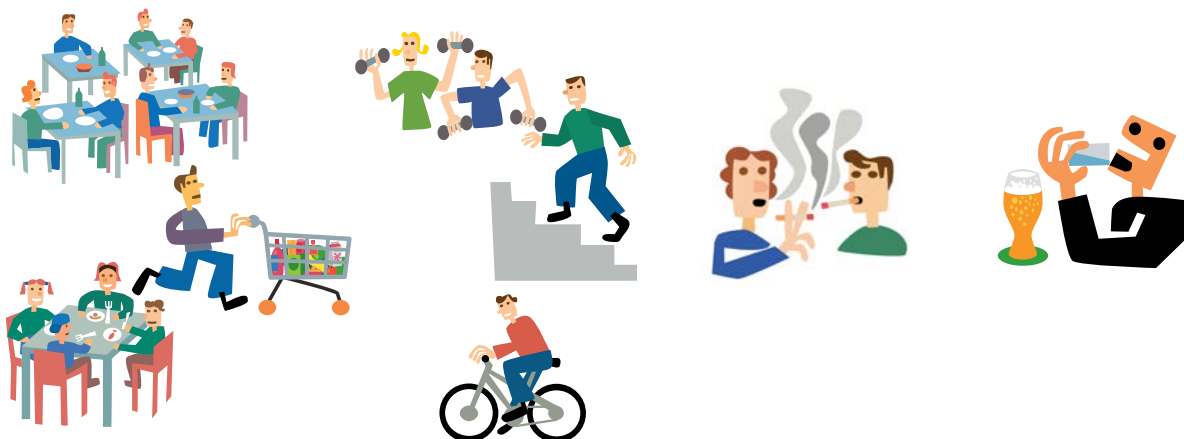
Hvordan påvirke folk til å bevege seg mer til-fra jobb?

Food Diet	Exercise Physical activity	Smoking	Alcohol consumption
Health risk #1-2	Health risk #8-9	Health risk #1-4	Health risk #3-7



30

Hvilke virkemidler finnes?



Placement

Prompts

Price

Portioning

Availability

GreenNudge

31

Hvor sterkt virker virkemidlene?



Placement

Prompts

Price

Portioning

Availability

Impact
level

- Weak impact

- Weak impact

Evidence
level

- Weak empirical evidence

- Weak empirical evidence

GreenNudge

32

Påvirker bompenger bilkjøring?



- Milano innførte i 2011 bomavgift på 5 Euro
- 30% færre biler i sentrum i 2018 sammenlignet med 2011



33

Hva vet vi om nudging av transportvalg?

Nudging Towards A More Efficient Transportation System:
A Review of Non-pricing (Behavioural) Interventions

November 23, 2017

Prof. Andreas Ortmann, PhD, UNSW Business School
Professor of Experimental and Behavioural Economics; email: a.ortmann@unsw.edu.au

A/Prof. Vinayak Dixit, PhD, UNSW School of Civil and Environmental Engineering
Director, TRACSLab@UNSW, Deputy Director, Research Centre for Integrated Transport Innovation, and
Academic Director IAG; email: v.dixit@unsw.edu.au

With help from Sai Chand and Dr. Sisi Jian

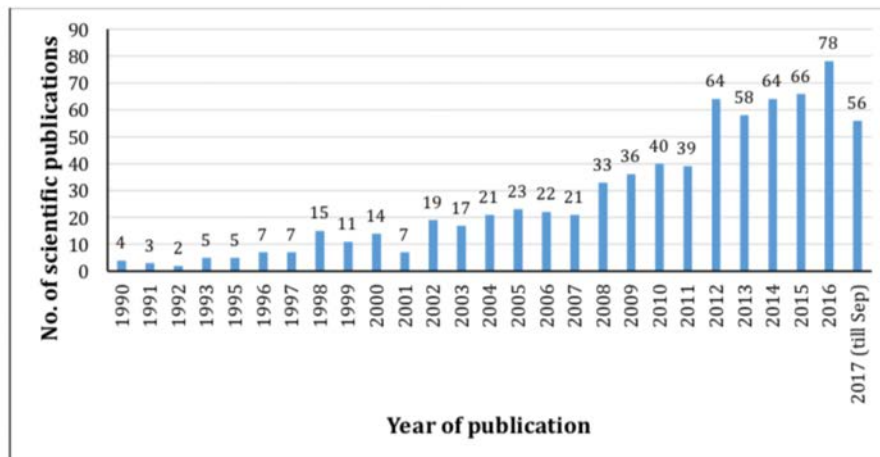
Abstract:

We review Transportation Demand Management strategies through the conceptual lens of Behavioural Economics, focussing on non-pricing (behavioural) interventions often known as nudges. We identify promising precedents, evaluate their impact and stability, and nominate strategies that might be applicable in the Melbourne context.



34

Hva vet vi om nudging av transportvalg?



«Figure 2 shows the increasing trend of the number of scientific publications on TDM. There were around 750 studies on TDM in the last 25 years. Beginning in 2007, and as of October 2017, we find only 28 articles that mention Behavioural Economics measures in the area of transport (Source: Web of Science11), of which only one talks about nudges. None of these articles reports case studies, and hence none of these articles will feature in our report. Our finding demonstrates the relative infancy of the application of Behavioural Economics and nudges to TDM measures and the need to study them».



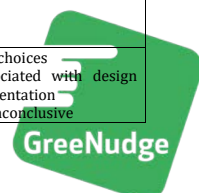
35

Hva vet vi om nudging av transportvalg?



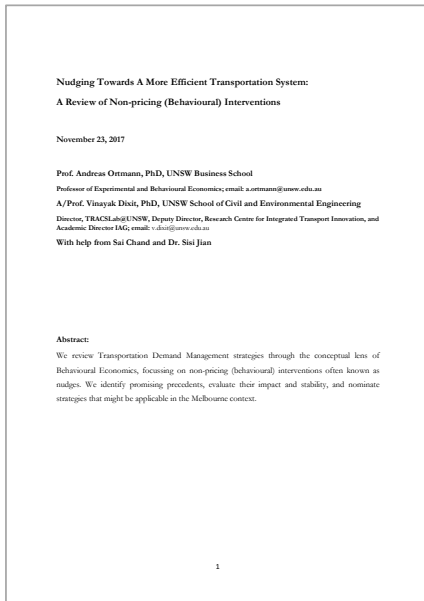
Table 1 Summary of Performance Measures

Strategy	Congestion and accessibility impact	Behavioural change and stability	Community acceptability	Equity	Benefits and Costs
Flextime, compressed work week (a flexible hours schedule that allows workers to alter workday start and finish times)	Reduce total traffic, reduce peak period congestion.	Shift trip time, shift peak to the off-peak period.	High support from employees and supervisors, increase employee satisfaction and flexibility.	+ Benefit disadvantaged groups, improve affordability. - Not applicable to some types of jobs.	+ Reduce travel costs - Increase administrative and management responsibilities, difficulty in measuring productivity.
Telework (a work arrangement in which employees do not commute to work place, instead use mobile telecommunications technology)	Reduce total traffic, reduce congestion, improved access.	Shift trip time, reduce vehicle trips	Highly accepted by employees and supervisors, increase employee satisfaction and flexibility.	+ Benefit disadvantaged groups, improve affordability, improved productivity. - Not applicable to some types of jobs	+ Reduce travel costs - Increase administrative and management responsibilities, increase the difficulty of measuring productivity.
Shared mobility services (transportation services that are shared among users, including PT; bikesharing; carsharing; carpooling; ridesourcing)	Reduce total traffic, reduce congestion, improved access.	Shift travel mode, reduce vehicle trips, reduction in vehicle ownership.	Highly accepted by community, the number of users keeps increasing.	+ Improve affordability, benefit non-drivers, improve basic mobility.	+ Reduce travel costs, reduce vehicle ownership and therefore reduce transportation costs.
Incentives	Has stable positive impacts on behaviour	Shift travel mode, reduce vehicle trips	Acceptable	+ Improved accessibility - Marginal benefits to different economic groups need to be considered from an inequity aversion perspective	+ Improved transportation outcomes
Nudges (Social competition, Design of choice architecture, Information)	Improved active transport and reduce congestion	Incentives, design, bundling choices, reducing risk, positive messaging, social competition. Evidence mixed	Acceptable	Has no equity impacts	+ Improved choices - Costs associated with design and implementation - Evidence inconclusive



36

Hva vet vi om nudging av transportvalg?



- Nudging ble i alle studiene brukt sammen med andre tiltak. Umulig å isolere effekten av nudging alene
- Det mangler langsiktige studier som viser effekten av atferdsøkonomiske tiltak over tid
- Nudge kan stimulere folk til å vurdere alternativ transport, men varige endringer kommer fra varige og reelle fordeler
- Hvis folk er nøytrale til alternativene, et godt designet standard valg kan påvirke folk til varige endringer



37

Hva vet vi om nudging av transportvalg?

Nudging Sustainable Travel | MIT Urban Mobility Lab

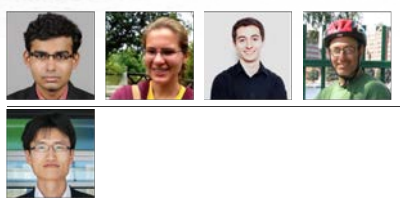
29.10.2018, 08:30

Nudging Sustainable Travel

Advances in behavioral science have begun to provide a new toolkit of theories, models, and empirical methods for designing transportation programs. We have them with the latest case technology and analysis to achieve a specific purpose: promoting sustainable travel behavior. We develop the methods of understanding user heterogeneity, segmenting users, and predicting individual travel sequences; propose a framework for generating, implementing, and evaluating different interventions; and evaluate and design real-world programs such as the pre-peak MTR discount in Hong Kong, bike-to-work programs in Vancouver, subway map redesign for the D.C. Metro, fare subsidies for low-income transit riders in Boston, and incentives for car-pooling at MIT.



TEAM MEMBERS
Abhishek Basu, Anne Huisman, Adam Rosenfield, Jeffrey Rosenblum



- Kun studier av transportvalg i byer
- Kortvarige pilotundersøkelser
- Uklart hva de faktisk har oppnådd og om funnene kan overføres til andre steder
- Unge forskere med kort erfaring



38

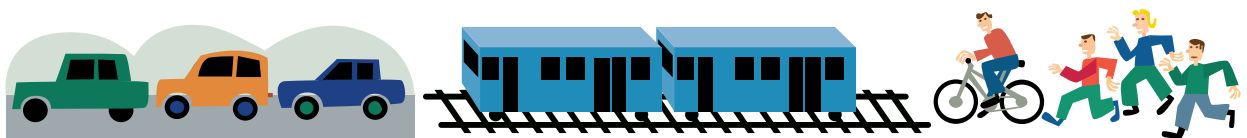
Agenda

1. Hvorfor er transport viktig for klimaet og folks helse?
 - Hva er de største klimautfordringene?
 - Hva er de største klimapsykologiske utfordringene? Hvorfor så vanskelig å få folk flest til å gjøre klimavennlige valg i hverdagen?
 - Hvem har ansvaret for klimasmarte valg?
2. Hva vet vi om påvirkning av folks transportvaner?
 - Hva viser forskning om mulighetene til å påvirke folk til å velge andre transportløsninger i hverdagen?
3. **Hvordan påvirke folks oppfatninger, følelser og atferd?**

39



Hva er viktig å kommunisere?



Bil

**Offentlig
transport**

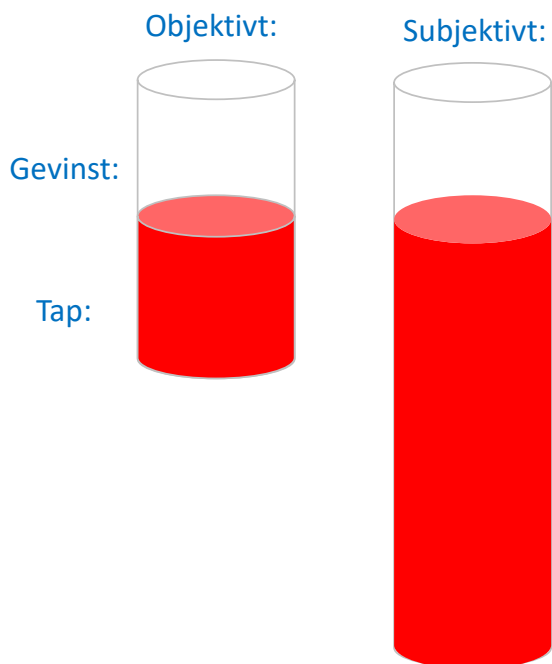
**Personlig
transport**

- Hva er kjente kostnader og gevinster ved hvert alternativ?
- Hva er ukjente kostnader og gevinster ved hvert alternativ?
- Sammenligne eller noen gevinster og kostnader ved hvert alternativ?

40



Kan kostnadene og gevinstene påvirke valgene?



Det lønner seg å fokusere på tap!

Kan dere få frem kostnadene slik at det minst attraktive alternativet virker som et større tap?

- Hvis du kjører bil, så vil du tape...

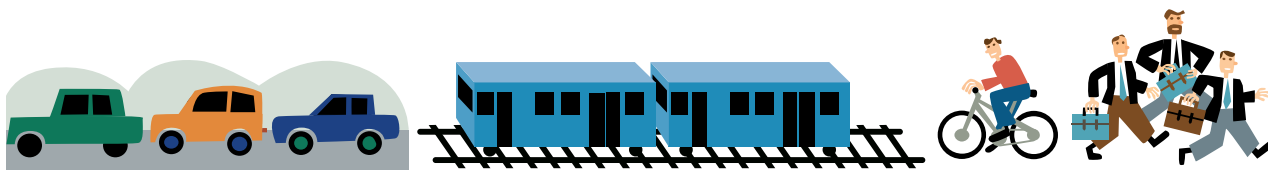
Kan dere få frem gevinstene av beste alternativet som unngåelse av et tap heller enn en gevinst:

- Hvis du reiser kollektivt, vil du unngå å tape...
- Hvis du reiser kollektivt, vil du kunne spare eller sitte igjen med x kroner ekstra



41

Hvem kan påvirke hvordan folk reiser?



Myndighetene

- Insentiver
- Regler og lover
- Informasjon

Arbeidsgivere

- Insentiver
- Normer
- Informasjon og feedback

Sosiale relasjoner

- Normer
- Feedback

Reklame Markedsføring

- Informasjon

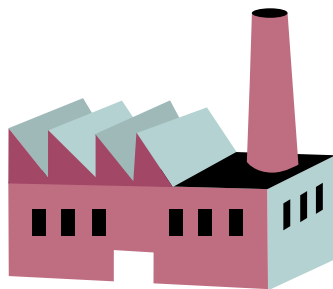
Næringsliv

- Informasjon
- Insentiver



42

Hvordan kan arbeidsgiverne påvirke?



- Sette mål – definere normer
- Måle hva ansatte gjør
- Informere og synliggjøre – anerkjenne ansatte
- Belønne – incentiver, rabatter og besparelser
- Begrense – gjennom parkeringsmuligheter
- Dokumentere og informere om samfunnsansvar



43

Hvordan kan skolen påvirke?



- Hvordan påvirke foreldres kjøring til-fra skolen?
- Hvordan påvirke foreldres kjøring til foreldremøter og foreldresamtaler?
- Hvordan kan skolen påvirke annen lokal transport i nabolaget?



44

Hva slags transport er viktig å påvirke? Hvor starte? Hvor vri i riktig retning?



Jobb

Skole
Barnehage

Trening
Fritids-
aktiviteter

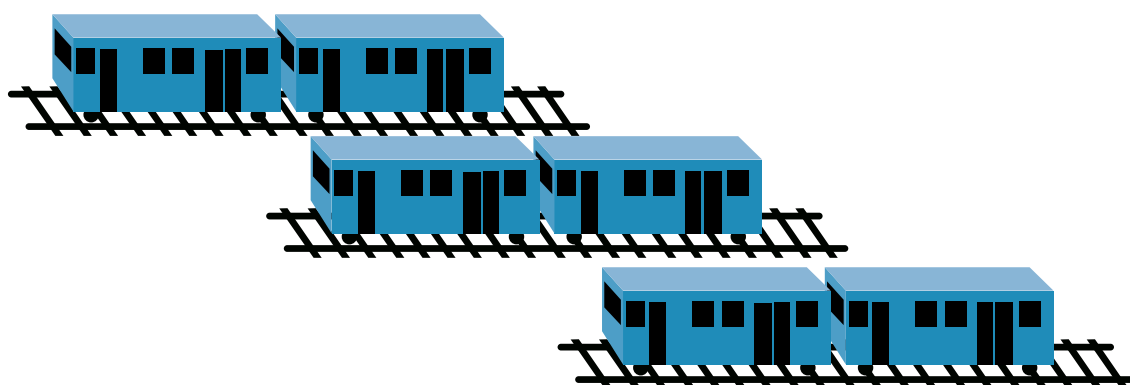
Handling
Innkjøp

Sosial kontakt

45



Hvordan informere for å motivere?



- Avgangstider
- Gå-tider til holdeplass
- Ruteplanlegging

46



Oppsummering

Spørsmål og ideer – forhåpentlig til inspirasjon!

1. Hva slags valg skal vi vri i riktig retning? Hvordan starte med noen små valg
2. Hvordan kan dere påvirke flere til å ta kollektivtransport – i valgets øyeblikk?
3. Hvordan kan dere formidle alle gevinstene ved kollektiv transport? Hvordan motivere gjennom kommunikasjon av alle fordelene – tid, penger, miljø?
4. Hvordan kan dere få frem alle kostnadene ved biltransport? Hvordan formidle hvor dyrt det faktisk er?
5. Hvordan få arbeidsgivere til å påvirke sine ansatte? Hvordan kan dere samarbeide med næringslivet?
6. Hvordan få skolen til å påvirke foreldre og barn? Hvordan kan dere samarbeide med skolesektoren?



47



Takk for
oppmerksomheten!

www.greenudge.org
Knut.ivar@greenudge.no
Tlf. 91 70 70 75