

# Klimapsykologi i praksis



Hvordan påvirke folks  
transportvaner?

Hvordan påvirke folk til å reise mer  
kollektivt?

Knut Ivar Karevold  
Organisasjonspsykolog (PhD)

## Om GreeNudge



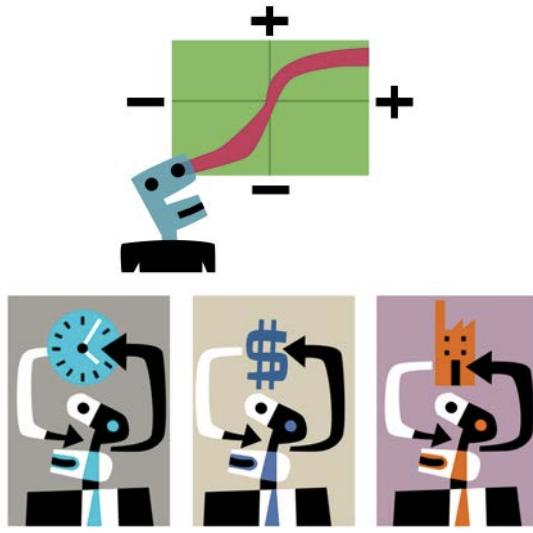
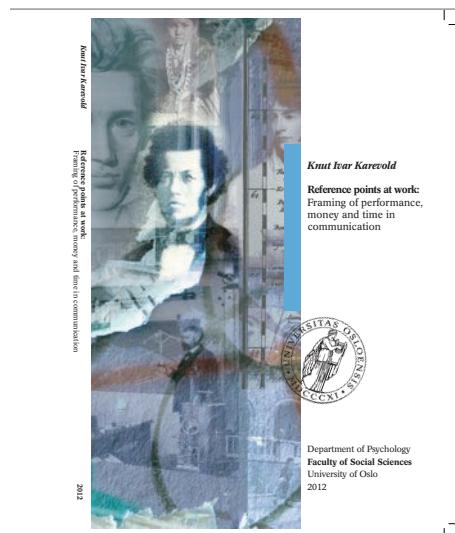
- Påvirke til sunnere og mer bærekraftige valg
- Samarbeid med utsalgssteder og produsenter
- Kunnskapsbasert metodikk og fremgangsmåter
- Iverksetting gjennom strategier, organisering, kompetanseutvikling, verktøy og kommunikasjon
- Nettverksbasert virksomhet – samarbeid med mange aktører



Helse- og  
omsorgsdepartementet

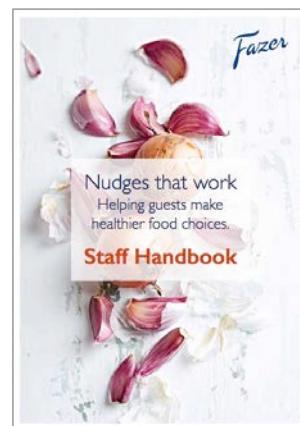
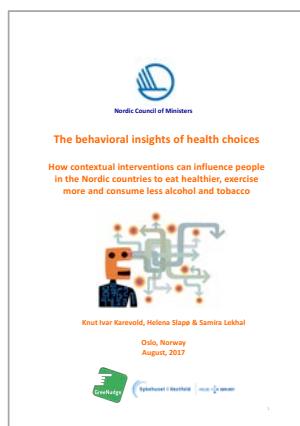


# Organisasjonspsykolog Doktorgrad i økonomisk psykologi og atferdsøkonomi



3

## Vår praksis

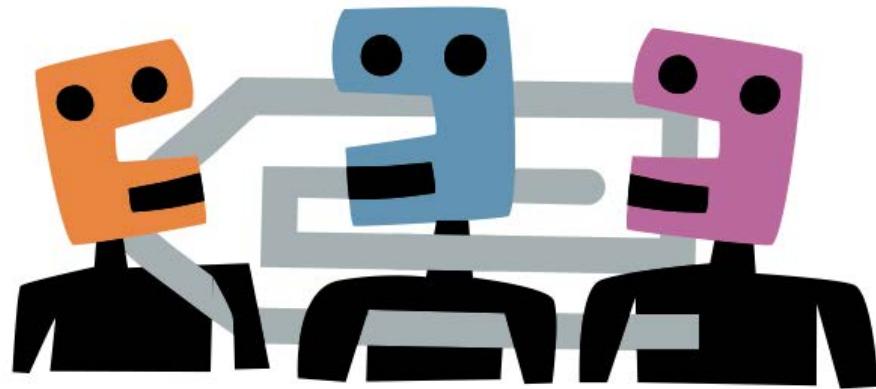


- Fakta og kunnskap
- Faktabasert metodikk
- Konkret utprøving og evaluering
- Opplæring
- Verktøy og metoder
- Evaluering og kommunikasjon

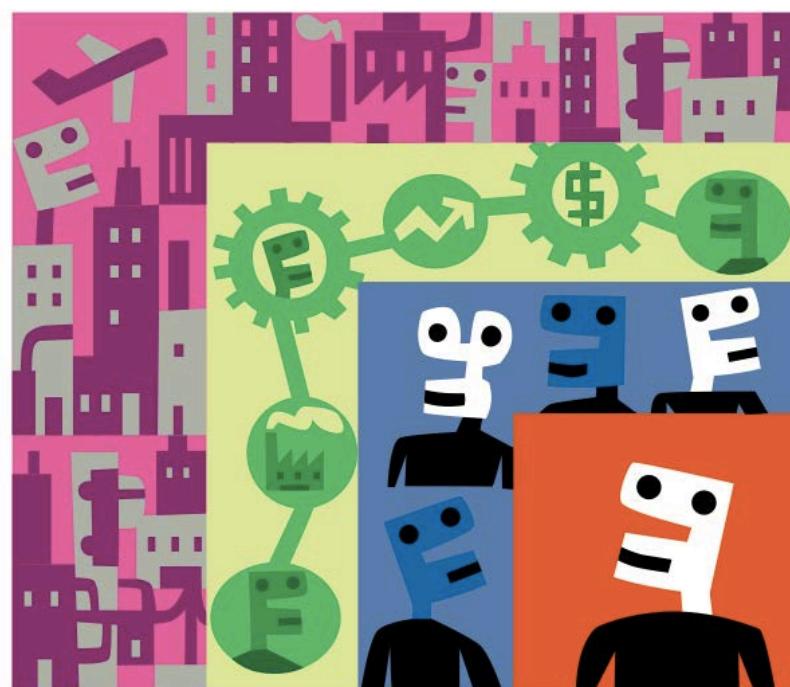
4



# Invitasjon til samarbeid!



## Hvordan tenker organisasjonspsykologer?



# Hvilke psykologiske faktorer påvirker folks valg?

Bevisste valg	Intuisjon Raske valg	Behov	Vaner
<ul style="list-style-type: none"><li>• Hva er smartest totalt sett?</li><li>• Gevinster og kostnader</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Hva virker best?</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hva trenger jeg og de andre i familien?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hva jeg gjorde i går og uken før?</li><li>• Hva jeg vanligvis gjør</li></ul>
Kunnskap Informasjon	Forestillinger	Sosiale normer	Verdier
<ul style="list-style-type: none"><li>• Fakta om kostnader, reisetider, miljø og annet</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hva tror jeg?</li><li>• Hva føles riktig?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hva gjør andre?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hva er viktig?</li></ul>

7



# Hvilke psykologiske faktorer påvirker folks valg?

Bevisste valg	Intuisjon Raske valg	Behov	Vaner
<ul style="list-style-type: none"><li>• Hva er smartest totalt sett?</li><li>• Gevinster og kostnader</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Hva virker best?</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hva trenger jeg og de andre i familien?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hva jeg gjorde i går og uken før?</li><li>• Hva jeg vanligvis gjør</li></ul>
Kunnskap Informasjon	Forestillinger	Sosiale normer	Verdier
<ul style="list-style-type: none"><li>• Fakta om kostnader, reisetider, miljø og annet</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hva tror jeg?</li><li>• Hva føles riktig?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hva gjør andre?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hva er viktig?</li></ul>

8



# Agenda

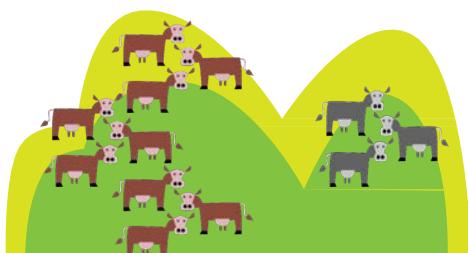
1. Hvorfor er transport viktig for klimaet og folks helse?
  - Hva er de største klimautfordringene?
  - Hva er de største klimapsykologiske utfordringene? Hvorfor så vanskelig å få folk flest til å gjøre klimavennlige valg i hverdagen?
  - Hvem har ansvaret for klimasmarte valg?
2. Hva vet vi om påvirkning 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

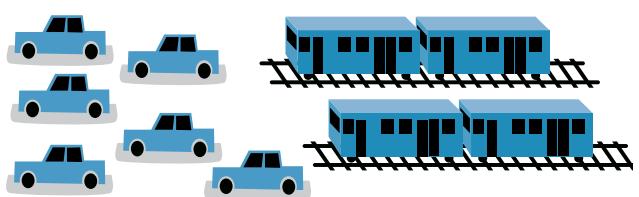


## Hva er best for samfunnet? Hva er best for den enkelte?

Før:



Nå:



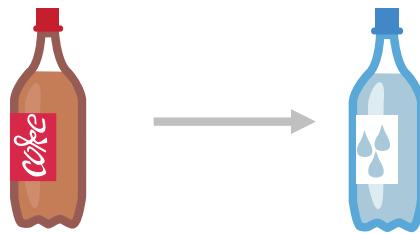
- «Tragedy of the commons» er prototypen på situasjoner der den enkeltes behov og mål undergraver hva som er best for fellesskapet
- Trafikk, miljø og bilkjøring er situasjoner der den enkeltes behov for å maksimere egen situasjon kan føre til overforbruk og ødelegge for fellesskapet
- Hvordan vri folks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

10

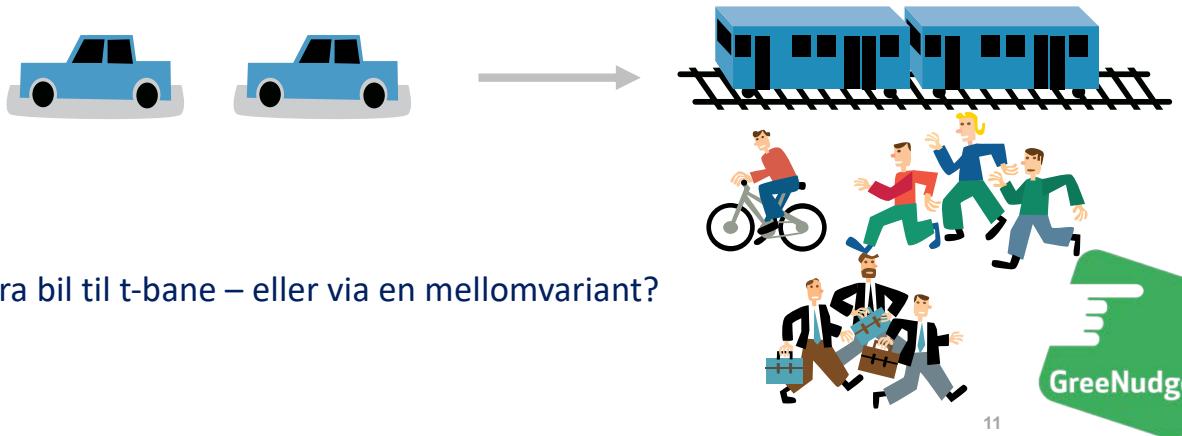


## Hvordan komme i mål og lykkes?

Fra cola til vann – eller via cola light først?



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



11

## Hvordan lykkes? Hva kan vi få til allerede nå?



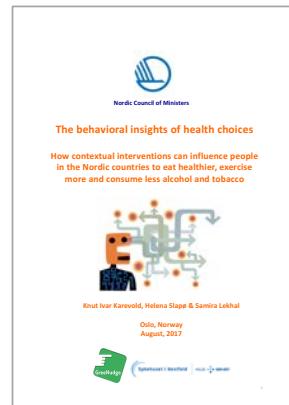
**Hvordan vanskelig å dekke alle transportbehov med offentlig eller personlig transport?**

- 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 sleserlet**

FESTKLARE DAMER: Vær-Eli (kvinne til venstre) sammen med kollegene Desta Marie Steen (i midten) og Marlene Fosset (til høyre) på TV 2 sin premie i Bergen.

**HYVASKET** - Såd man på fest, her man være mykset, sier aktøren Eli Karl Gjengedal. Man viser her vurdering om helseværing og helsevirkning til et innslag.

Ingebore Myhre (41), Lotte-programleder:

- Vi her vært en mned i Australia, og her i Melbourne er det ekstrem vannmangel. Det har gjort meg mye mer oppmerksom. Her i Norge har vi vannet muligens ikke i fire minutter. Vannet er dyrbart og nos man ikke tar for gitt. I Melbourne blir vannet utlevert til hagevannring - det er også noe vi kan utnytte oss av.

- Jeg har ikke hatt mye vann i hjemmet 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

Ekteparet Knut Ivar Karevold (t.v.) og Marlene Fosset (t.h.) fra forskningsdirektør Statforsk.

**GreeNudge: Positivt initiativ**

- Det er positivt at kjendiser og andre forbilder viser initiativ og selv gør noe aktivt og konkret for å hjelpe til med klimaet. Det er også viktig å velge ut noe de branner for og vil endre på for å framme bærekraft, sier direktør for miljøstiftelsen GreeNudge, Knut Ivar Karevold (t.v.). Forskningsdirektør Statforsk, Marlene Fosset (t.h.) er styrerleder.

- I Norge kan alle bidra ved å spise mindre rødt kjøtt. Kjøttproduksjon konsumerer mye vann, slipper ut mye CO2, bidrar til klimaendringene og er dårlig for andre miljøer. De fleste kan også bidra ved å velge elektriske transportmidler eller sykle mer. Mange kan også spare energi ved å senke innekomsttemperaturen på grader, sier Knut Ivar Karevold. Et annet miljøstilbilde fra GreeNudge - der Gunnild Stordalen er styreleder.

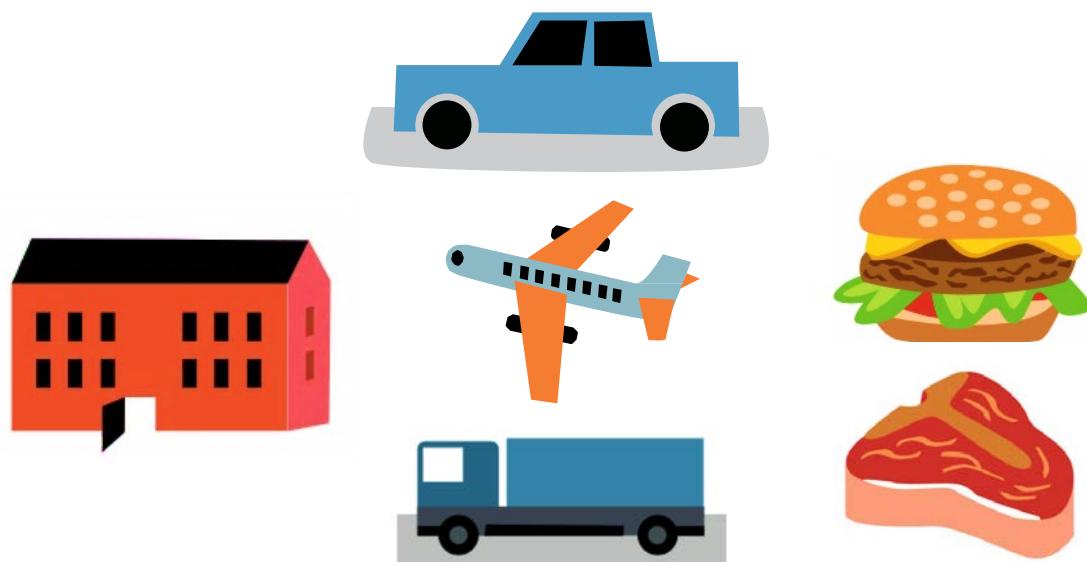
**Dusjer når jeg føler for det**

Mari Mourstad (58), 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, og jeg er ikke en ekstremist. Et annet punkt er at jeg ikke ønsker å overvurdere Eli Karl Gjengedals arbeid for å få gjøre det. Jeg er mer miljøbevisst når det kommer til resirkulering, bruk av el-bil og lignende - enn vannbruk.

# Vasker håret én gang i uka

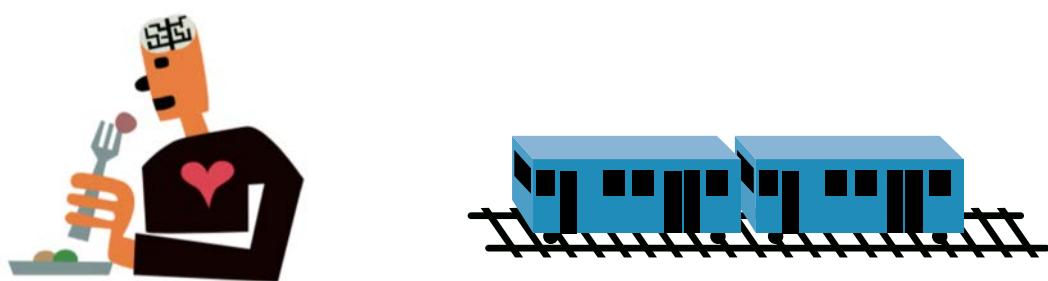
## Hvor kommer klimautslippene fra?



15



## Hvordan velge klimasmart?



16



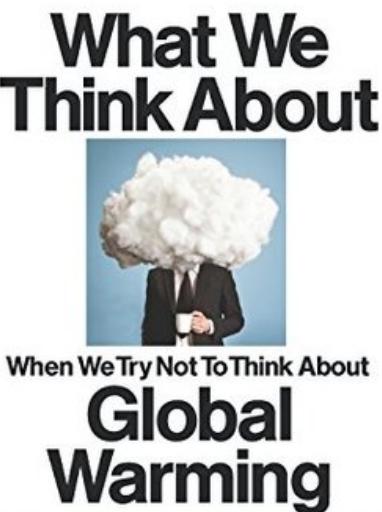
**Tesla og burger til familien på vei til hytta 10 mil unna?**



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



# Hvorfor er det så vanskelig ta klimavalg? Klimapsykologiske feller

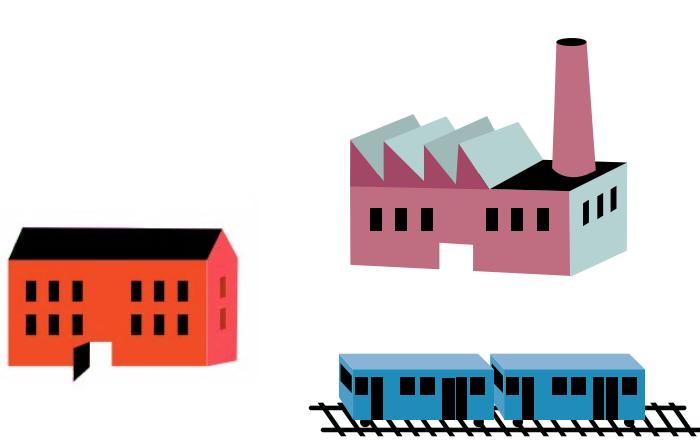


- Distance
- Doom
- Dissonance
- Denial



19

## Hvem har ansvaret for klimasmarte valg?



Myndighetene?

Kollektiv-virksomhetene?

Forbrukerne?

Næringslivet?



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 atfersøkonomi? Hvilke situasjonsfaktorer kan påvirke folk?
  - Hva er påvirkningspsykologi? Hvilke retoriske virkemidler kan brukes til å formidle budskap?



21

## Hva er atfersøkonomi? Hva er faktagrunnlaget for nudging?

### Nobelprisen i økonomi i 2002

The screenshot shows the Nobelprize.org homepage for the 2002 Economics Prize. The main title is "The Sveriges Riksbank Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel 2002". Below it is a portrait of Daniel Kahneman. To the right, there is a summary of his work: "Daniel Kahneman - Facts" (Born: 5 March 1934, Tel Aviv, British Mandate of Palestine (now Israel); Affiliation at the time of the award: Princeton University, Princeton, NJ, USA; Prize motivation: "for having integrated insights from psychological research into economic science, especially concerning human judgment and decision-making under uncertainty"; Field: economic psychology, experimental economics). Navigation links include Home, Nobel Prizes and Laureates, Nomination, Ceremonies, and Alfred Nobel.

### Nobelprisen i økonomi i 2017

The screenshot shows the Nobelprize.org homepage for the 2017 Economics Prize. The main title is "The Sveriges Riksbank Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel 2017". Below it is a portrait of Richard H. Thaler. To the right, there is a summary of his work: "Richard H. Thaler - Facts" (Born: 1945, East Orange, NJ, USA; Affiliation at the time of the award: University of Chicago, Chicago, IL, USA; Prize motivation: "for his contributions to behavioural economics"); "Richard H. Thaler" (Portrait); "Born: 1945, East Orange, NJ, USA"; "Affiliation at the time of the award: University of Chicago, Chicago, IL, USA"; "Prize motivation: 'for his contributions to behavioural economics'"; "Prize share: 1/1". Navigation links include Home, Nobel Prizes and Laureates, Nomination, Ceremonies, and Alfred Nobel.

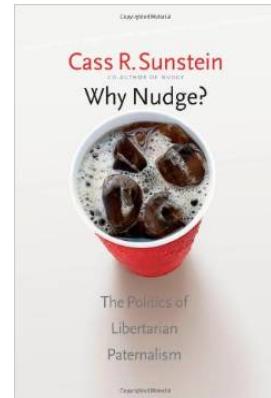
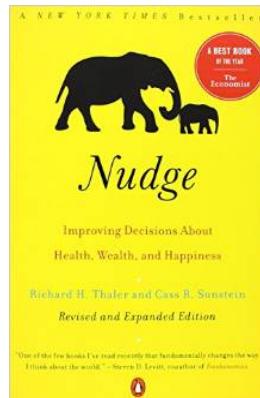
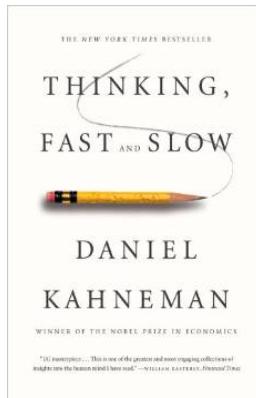
System 1 og System 2

Nudging



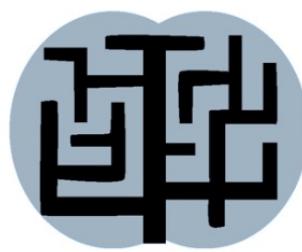
22

# Hva er veien fra forskning til politikk?



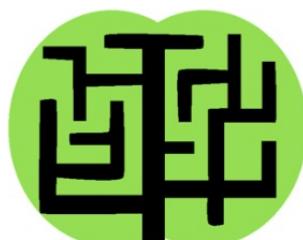
23

# 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

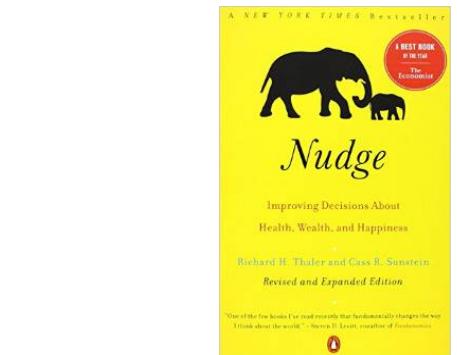
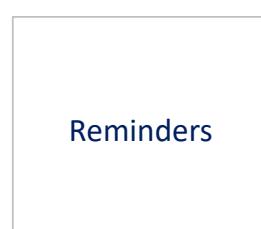
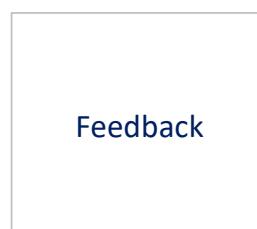


### Situasjonen:

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

26

# Topp 10 nudge



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 Slapø & Samira Lekhal

Oslo, Norway  
August, 2017

Sykehuset i Vestfold | HELSE + SØR

**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, focusing 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?

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 Slapø & Samira Lekhal

Oslo, Norway  
August, 2017

GreeNudge Sykehuset i Vestfold HELSE + sunnhet

29



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



30

# Hvilke virkemidler finnes?



Placement

Prompts

Price

Portioning

Availability

GreeNudge

31

## Hvor sterkt virker virkemidlene?



Placement

Prompts

Price

Portioning

Availability

Impact  
level

- Weak impact

- Weak impact

Evidence  
level

- Weak empirical evidence

- Weak empirical evidence

GreeNudge

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

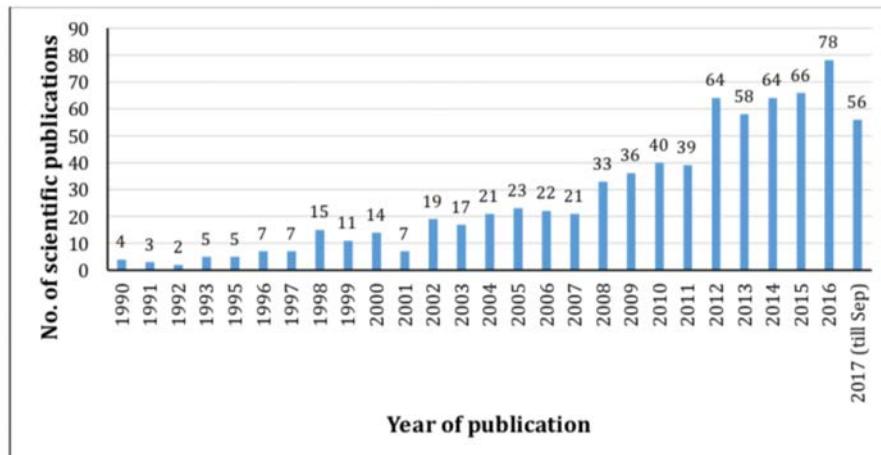
Prof. Andreas Ortmann, PhD, UNSW Business School  
Professor of Experimental and Behavioural Economics; email: a.ortmann@unsw.edu.au  
A/Prof. Vinayak Dixit, PhD, UNSW School of Civil and Environmental Engineering  
Director, TRACSLab@UNSW; Deputy Director, Research Centre for Integrated Transport Innovation, 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, focusing 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 Science<sup>11</sup>), 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 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  
Dixit, TRACS-Lab@UNSW, Deputy Director, Research Centre for Integrated Transport Innovations, and Academic Director IAC; email: v.dixit@unsw.edu.au  
With help from Sasi Chand and Dr. Sisi Jian

**Abstract:**  
We review Transportation Demand Management strategies through the conceptual lens of Behavioural Economics, focusing 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.

1

- 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 data technology and analytics to achieve a specific purpose: promoting sustainable travel behavior. We have the ability to design, implement, and evaluate policies and programs that can influence individual behavior. This paper reviews the literature for generating, implementing, and evaluating different interventions; and evaluate and design real world programs such as the pre-peak MTA bike-share in Hong Kong, bike-share program in Vancouver, subway map redesign for the D.C. Metro, fare subsidies for low-income transit users in Boston, and incentives for car parking at MIT.

**RideSharing Subway Map to Mitigate Bottleneck Congestion: An Experiment in Washington DC Using GPS Data**  
Yi Shuai, Xuehu Zhang, and Jinjia Zhao, International Journal of Sustainable Transportation, 2018, Volume 12, p.159-169.

This paper explores the possibility of using subway maps as a planning tool to influence passenger route choice to mitigate congestion caused by setting their ticket to demand management. We collected GPS data of all dockless bikes from one of the largest dockless bike-share programs in the United States for a total of over 14 million records. We adopted [RideShare](#).

**Reducing Subway Crowding: Analysis of an Off-Peak Demand Management Program in Hong Kong**  
Anne Halvorsen, Kotsopoulos Harris, and Jinjia Zhao, Transportation Research Record, 2018, Volume 266, p.159-169.

This paper explores the potential of ride-share reduction as a means of reducing subway crowding. We conducted an experiment on the Washington DC subway map where we encourage passengers to use other underutilized lines. The experiment was conducted in two phases. In the first phase, we collected GPS data from 200 participants, producing 21,240 route choice decisions on the official subway map. In the second phase, we collected GPS data from 200 participants, producing 21,240 route choice decisions on the modified subway map. We found that the modified subway map reduced peak hour subway crowding by 30%.

**Demand Management in Public Transportation: A Framework and Applications**  
Yi Shuai, Xuehu Zhang, and Jinjia Zhao, Transportation Research Record, 2018, Volume 266, p.159-169.

This paper discusses the concept of demand management (DM), long used to reduce car traffic, receives increasing attention as means to ease congestion in overextended public transit systems. A more structured approach to transportation demand management (TDM) is proposed, which includes demand management and infrastructure investments to satisfy customer need. This paper also presents a framework for demand management and its applications. The framework consists of four main components: problem identification and formulating program goals, program [process](#).

**"Nudging" Active Travel: A Framework For Behavioral Interventions**  
Yi Shuai, Xuehu Zhang, and Tim Balaz, Transportation Research Board 93rd Annual Meeting, Washington, D.C., (2014).

Advances in behavioral economics have begun to provide a new toolkit of theories, models, and empirical methods for designing and evaluating policy. Many of these techniques are highly relevant to behavioral problems that transportation agencies face. This paper provides a framework for behavioral interventions, and provides examples of how behavioral interventions can reduce energy consumption and promote sustainable patterns of behavior. It has received only one citation in Google Scholar. The authors present and discuss the literature and present a [model](#).

**A WebApp Design to Implement Travel Behavioral Nudging using MOVES**  
Abhishek Basu, Anne Halvorsen, David Bisch-Schneider, and David Bisch-Schneider, Transportation Research Board 93rd Annual Meeting, Washington, D.C., (2014).

The demonstration of ICT in the form of GPS, motion detection sensors, and mobile phones has led to the development of a new era in a variety of applications. One such application is a web-based system to detect and record an individual's travel behaviors. Compared with common methods of collecting travel data, this method is more accurate and less intrusive. The purpose of this paper is to demonstrate the feasibility and ease for both researcher and participant. In order [model](#).

### TEAM MEMBERS

Abhishek Basu  
MIT Student

Anne Halvorsen  
MIT Student

Adam Rosenfeld  
MIT/UPenn Student

Jeffrey Rosenblum  
PRO Canada

- 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

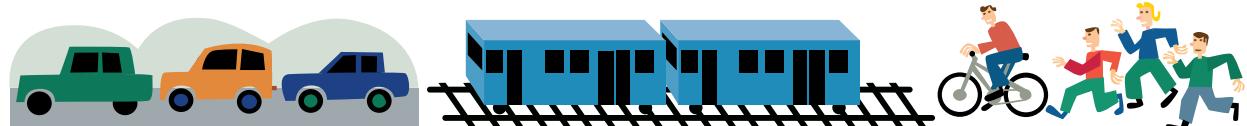
# Agenda

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?

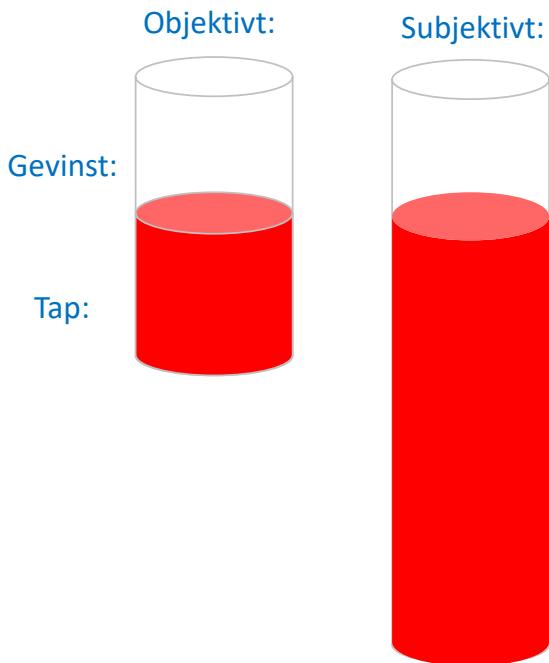


- Hva er kjente kostnader og gevinster ved hvert alternativ?
- Hva er ukjente kostnader og gevinster ved hvert alternativ?
- Sammenligne eller noen gevinster og kostnader ved hvert alternativ?



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...

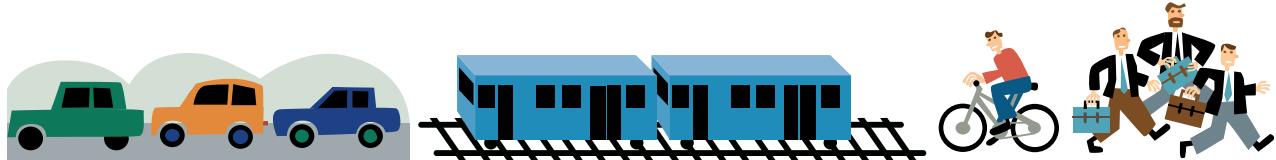
Kan dere få frem gevinstene av beste alternativet som unngåelse av et tap heller enn en gevinst:

- 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	Arbeidsgivere	Sosiale relasjoner	Reklame Markedsføring	Næringsliv
<ul style="list-style-type: none"><li>• Insentiver</li><li>• Regler og lover</li><li>• Informasjon</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Insentiver</li><li>• Normer</li><li>• Informasjon og feedback</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Normer</li><li>• Feedback</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Informasjon</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Informasjon</li><li>• Insentiver</li></ul>

42



## Hvordan kan arbeidsgiverne påvirke?



- Sette mål – definere normer
- Måle hva ansatte gjør
- Informere og synliggjøre – anerkjenne ansatte
- Belønne – insentiver, 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

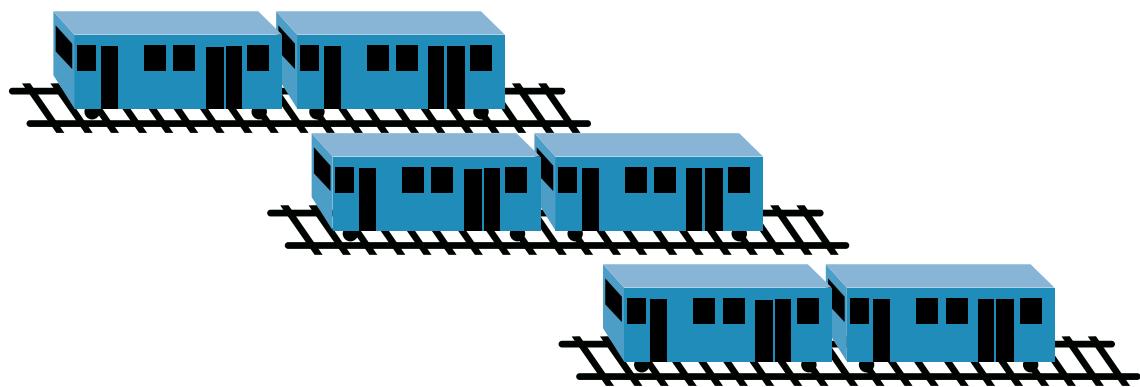
Handling  
Innkjøp

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](http://www.greenudge.org)  
[Knut.ivar@greenudge.no](mailto:Knut.ivar@greenudge.no)  
Tlf. 91 70 70 75