

SUNDE NUDGES

NUDGE

Nudge er en tilgang til adfærdsforandring som forsøger at bygge bro mellem holdninger og handlinger. Hvor traditionelle tilgange fokuserer på at informere, eller på at gøre de usunde valg dyrere, så forsøger man med nudge at bruge konteksten til at gøre det gode valg lettere at træffe. Nudge fungerer fordi vi ikke er fuldt ud rationelle individer, og derfor kun delvist bruger information og incitamenter når vi træffer valg.

Tager du trappen eller elevatoren?

Køber du en stor eller lille sodavand i biografen?

To valg, der umiddelbart virker som nogle vi selv træffer. Men forskningen viser faktisk, at vi i høj grad bliver "hjulpet" til at træffe et valg. Det er ikke udelukkende et spørgsmål om fri vilje, når vi vælger en større sodavand i biografen end den vi egentlig havde tænkt os. Vi bliver skubbet eller "nudged" til at træffe et bestemt valg. Det har industrien vidst og udnyttet i mange år, og det er på tide, at vi også i folkesundhedsarbejdet begynder at bruge nogle af de samme mekanismer; fordi de virker, og man ved en relativt lille indsats kan få mange mennesker til at agere lidt sundere i hverdagen uden, at de skal tænke over det.

I forlængelse af Sund By Netværkets arbejde om afdækning af forskellige måder til "organisering og implementering af sundhed på tværs" i danske kommuner, formidlet i publikationen fra 2012 af samme navn, præsenteres her et værktøj til, på en anderledes måde, at få andre forvaltninger og afdelinger til at interessere sig for sundhedsområdet: nemlig at få nudging indført som værktøj i det sundhedsfremmende og forebyggende arbejde.

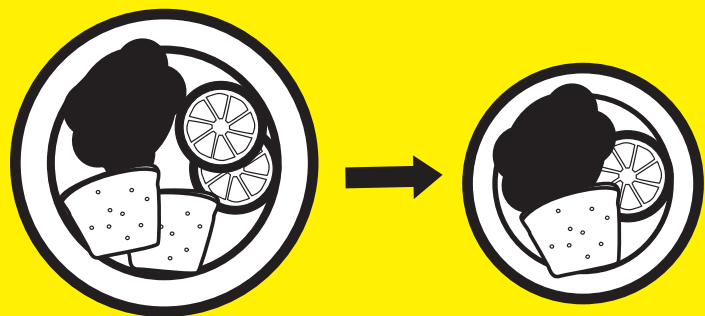
Plakaten skal animere til at nytænke forebyggelse og sundhedsfremme og minde om, at ansvaret for at etablere rammer for borgernes gode liv ikke kun er sundhedsforvaltningens alene; men et ansvar for hele kommunen. Du kan i her læse en kort introduktion til begrebet nudging, men ellers har plakaten hovedfokus på gode eksempler til nudging indenfor sundhedsfremme og forebyggelse med illustrationer og korte forklaringer på, hvad der skaber adfærdsændringen, og hvordan nudging bruges hertil – ideer der er lige til at tage ned fra hylden og indføre i egen hverdag på tværs. Det handler jo i sidste ende at forbedre folkesundheden for danskerne.

God fornøjelse!

Peter Holm Vilstrup
formand for Sund By Netværket

MAD & MÅLTIDER

Den måde vi arrangerer mad på, spiller en afgørende rolle i forhold til hvad og hvor meget vi spiser. Buffeter udgør en særlig udfordring, da mad i overflod, koblet med vores mange automatiske tendenser til at vælge fed frem for sund mad gør, at vi spiser mere end vi ville gøre ved fx portionsanretning. Der findes en række nudges, som man kan bruge til at gøre vores adfærd i og omkring buffeter lettere for os selv at administrere, så vi imødekommer tendensen til at spise os mætte med øjnene i stedet for maven.



30 CM

25 CM

NUDGE # 1

Tallerkenstørrelser: Hvor meget mad vi spiser afhænger af hvor meget der ligger på vores tallerken, og dette er igen bestemt af dennes størrelse. Mindre tallerkener betyder ikke blot, at vi spiser lidt mindre alt i alt. Forskning viser nemlig, at det også spiller ind på hvor meget mad vi i sidste ende smider ud efter måltidet.

HVORDAN ?

Et skift fra tallerkener på 30 cm til 25 cm medfører en reduktion i indtaget af kalorier på 22 procent. Det samme gælder skåle, glas osv. Det vigtige element er, at skiftet er stort nok til at gøre en forskel, men småt nok til ikke at virke som et egentlig skift.

NUDGE #2

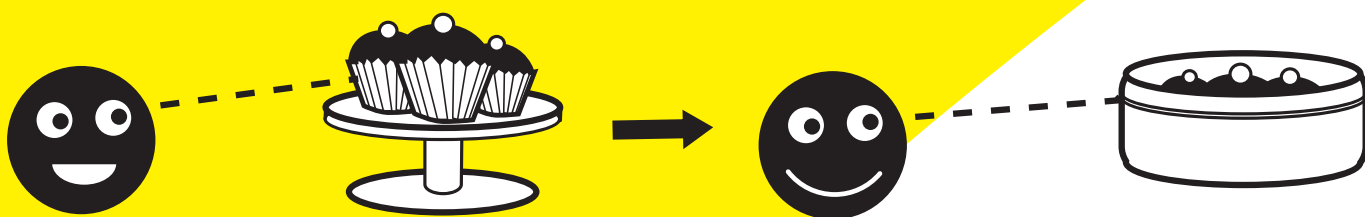
Opsætning og præsentation: Vi har en tendens til at vurdere hver enkelt tilbud i en buffet, men kun op til den grænse hvor vi synes, at vores tallerken er fyldt op. Ved at lave flere sunde muligheder, fx tre salater med minimal variation i hver i stedet for én, kan man øge chancen for at disse udgør hovedparten af måltidet.

HVORDAN?

Definer sunde alternativer og fordel dem over flere anretninger i buffeten (og omvendt for usunde alternativer), dobbelt så mange anretninger af en type giver ca dobbelt så højt forbrug.

PAUSEN OG SNACKS

En del arbejdspladser har en kultur hvor slik og søde sager er tilgængelige konstant, med alt fra fælles bolsjekrukker til kageborde. Disse er til glæde for langt de fleste medarbejdere, men indtaget af slik og kage er en af de små bidragsydere til overvægt som det kan være svært at skære ned på.



NUDGE #3

Borde: Selve buffeten spiller en rolle for vores måltid, men hvordan vi er placeret i kantinen eller frokostrummet spiller også ind. Borde bør placeres så de vender væk fra buffeten, da hjernen ellers konstant vil fristes til en anden omgang.

NUDGE #4

Tilgængelighed: Vi spiser mere af det vi kan se, og ved at placere kage eller slik på en måde så de ikke er konstant synlige, kan vi reducere indtaget af disse. Det gør, at man aktivt skal vælge at gå efter kage, fremfor den bevidstløse rækken-ud-efter det der står lige foran os.

NUDGE #5

Størrelse og antal: Vi mennesker tænker ikke stringent logisk i vægt og størrelse, men orienterer os særligt imod antal. To stykker kage er, i vores hoved, ofte det samme uanset om det er letvægts gulerodskage eller chokolade brownies vi spiser. En god politik er, at de meget fede alternativer bør være små, hvorved det samlede indtag af kalorier kan sænkes markant, uden at det føles som om, at man har fået mindre af den grund. Det samme gælder i øvrigt for sodavand, øl, vin og så videre.

HVORDAN?

Et forsøg lavet af Brian Wansink fra Cornell University viste, at ansatte på et kontor spiste væsentlig flere stykker chokolade afhængigt af hvor let det var at få fat i. Var chokoladen tæt på, og i en gennemsigtig beholder blev der spist 7.7 stykker per dag, var beholderen derimod ikke gennemsigtig faldt forbruget til 4.6 stykker.

Wansink testede desuden om det gjorde en forskel at rykke beholderen lidt længere væk, så man skulle rejse sig for at få fat i chokoladen. I en gennemsigtig beholder, sat lidt længere væk var forbruget 5.6 stykker chokolade per dag, og endelig faldt det til blot 3.1 stykker hvis beholderen blev blændet af.

HVORDAN?

Enheder der er 'store' medfører et samlet indtag på 30-45 pct. mere end hvis de deles i to. Skær kagen over, og brug mindre glas til sodavand eller drik rødvinen af hvidvinsglas.

BEVÆGELSE

Daglig motion er et de mest effektive redskaber i kampen mod overvægt, hjerte-kar sygdomme og cancer, og spiller en afgørende rolle for vores mentale overskud og velvære. Til trods for disse positive elementer, og selvom motion er noget de fleste af os føler, at vi burde gøre, så er det vanskeligt at komme i gang med. Forskning i motionsvaner lavet af to sportspsykologer fra Cardiff School of Sports, indikerer, at halvdelen af os dropper et træningsforløb inden for de første seks måneder. En stor faktor i frafaldet er vores motivation, hvilket igen afhænger af hvordan vi sætter mål, og hvordan disse mål bliver fulgt op.



NUDGE #6

Håndgribelige succeser: Når der laves træningsprogrammer, uanset hvilken type motion det drejer sig om, så skal der indarbejdes en række nemt opnåelige mål i starten. Mennesker reagerer positivt på selve det at opnå mål, og denne motivation kan overføres til at modvirke problemerne med et stort frafald i starten af et træningsforløb.

HVORDAN?

Studier af målsætning og dets indflydelse konkluderer, at træningsprogrammer skal indeholde en blanding af kort og langsigtede mål. For hvert langsigtet mål, fx at tabe sig fem kilo, skal der være ca fem kortsigtede mål der er lette at opnå, fx løbe ti gange; løbe tre kilometer; løbe mindst tre gange på en uge; løbe tre nye ruter; og tabe sig to kilo. Det er vigtigt at målene er personlige og ikke dikteret af andre. Effekten af disse to små puf, kortsigtede og personlige mål giver, i gennemsnit, 36 procent større chance for at fastholde et træningsprogram end hvis man blot går igang med et overordnet mål.

NUDGE #7

Motivation: Forsøg viser, at vi reagerer stærkt, når andre observerer vores forpligtelser. Helt konkret kan man lave motionstiltag, hvor man fra centralt hold laver en fælles ramme om motionen sammen med en borger/bruger, og efterfølgende tjekker op på hvordan denne overholdes - fx hver 14 dag.

HVORDAN?

I et eksperiment var træningsmængden dobbelt så høj over en treårig periode for de deltagere som blev ringet op hver 14. dag, end for en tilsvarende gruppe uden tjek. Samtalen var ganske kort, ca. fem minutter, og bestod af at interviewer spurgte ind til hvordan det gik med træningen og hvilket delmål deltageren var nået til. Denne effekt var stadig til stede seks måneder efter forløbet sluttede.

NUDGE #8

Trapper: Meget af den motion vi får kommer fra vores bevægelse rundt om i by og arbejdsrum, såkaldt indirekte motion. Denne motionstype har en række fordele i forhold til den motion vi får fra træning. Vi skal ikke motivere os til den eller planlægge den, og den kræver ikke et abonnement eller dyrt tøj og udstyr. Svagheden ved indirekte motion er, at den ikke er langt fremme i vores bevidsthed, og at vi har en tendens til at undgå den hvis konteksten indbyder til det.

HVORDAN?

Piktogrammer ved trapper af personer som går, samt tekster såsom "tag trappen" kan øge brugen af trapper med 30-35 pct.

TIPS TIL STRUKTURERING OG FORLØB

Det er vanskeligt at aktivere folk til motion og fastholde dem i en positiv rytme, fordi motion kræver meget af os, og fordi gevinsterne ved motion først kommer i en udefinerbar fremtid. Fordelene er mange men små, og de kommer, uden at man får den positive feedback i starten af forløbet. Disse elementer spiller dårligt sammen med vores psykologi, hvor vi ofte går efter den hurtige og håndgribelige gevinst i stedet for den langsigtede og usynlige. Ved hjælp af små puf, kan man dog modvirke denne indbyggede tendens til stilstand.



FOREBYGGELSE

Alkohol spiller en stor rolle i vores sociale liv, uanset om vi drikker eller ej, og er et område som på den ene side forbindes med mange positive elementer: fest, afslapning, gode middage osv. men som på den anden side medfører en lang række uhen-sigtsmæssige bivirkninger i form af overvægt, misbrug og ulykker. Rygning er derimod et område hvor vi ønsker at stoppe frem for begrænse. De to områder kræver forskellige metoder. Endelig er forebyggelse afhængigt af, at borgere bruger offentlige tilbud på den rigtige måde, og kommer til deres aftaler.

NUDGE #9

Normer: Indtag af alkohol er, for de fleste af os, en social vane, og vi orienterer os kraftigt i vores omgivelser i forhold til hvornår vi drikker og hvor meget vi drikker. Et typisk problem i den forbindelse er det vi kalder flertalsmisforståelser, som opstår når vi tror, at andre drikker mere end de egentlig gør, hvilket får os til at drikke mere selv. Ved at undersøge, og efterfølgende kommunikere hvor meget og hvor ofte folk egentlig drikker, kan man sænke alkoholforbruget (særlig hos unge).

HVORDAN?

Brug reelle normer i stedet for anbefalede standarder når der skal kommunikeres omkring alkohol. Sørg for at kommunikere om flertallet der ligger inden for de anbefalede grænser, og ikke det mindretal der falder uden for.

NUDGE #10

Indholdsfrømhævelse: De fleste af os ved, at for meget alkohol kan være problematisk, men samtidig er det svært at holde styr på, præcis hvor meget man drikker til en fest eller en hyggelig aften i venners lag. Det er det, fordi vi er vænnet til at tænke på alkohol som genstande, men disse er et abstrakt begreb og de er svære at holde styr på. Når der skal kommunikeres omkring alkohol, så skal den information gøre det lettere for folk at regne ud, hvor meget de reelt drikker.

HVORDAN?

Dette kan gøres ved at informere ud fra de mest populære alkoholstyper for den målgruppe der kommunikerer til. I stedet for at oplyse om lavrisikogrænsen på 7/14 genstande, så lav i stedet informaiton der tager udgangspunkt i hvad de genstande er i flasker vin, øl osv.

NUDGE #11

Tænk i situationer frem for mål
Rygestop er langstrukne processer hvor vi har en tendens til at overfokusere på selve målet frem for vejen til dette. Adfærdsforskningen viser dog, at det bedre kan betale sig at fokusere på de enkelte situationer som fører til målet.

HVORDAN?

Dette gøres bedst ved at få folk til at tænke i "når x sker så gør jeg y" baner. Fx "når en kollega tilbyder mig en cigaret, så siger jeg nej". Metoden kaldes intentionsimplementering, og kan bruges i alle situationer hvor vores mål er vanskeligt at nå og ligger langt ude i fremtiden. Den fungerer ved at vænne vores automatiske vaner til at reagere på en bestemt måde før dette rent faktisk sker, og reducerer dermed fristen til at falde i.

TIPS TIL: EFFEKTIVE RYGESTOP

Rygning er, ligesom alkohol, en social vane. Forskellen på alkohol og rygning er, at mange gerne vil stoppe helt med at ryge. Hvor alkohol ofte er mere/mindre, så er rygning snarere enten/eller. Dette gør rygning til et område som kan være både sværere og lettere at arbejde med ud fra et adfærdsperspektiv.



**JEG HAR EN AFTALE
HOS LÆGEN !**

D. **KL.**

95% af vores borgere kommer til deres aftale hos lægen

NUDGE #12

Normfrømhævelse: Brug normer til at fremme overholdelse af lægeaftaler, fx ved at oplyse hvor mange borgere der rent faktisk overholder deres aftaler med lægen.

HVORDAN?

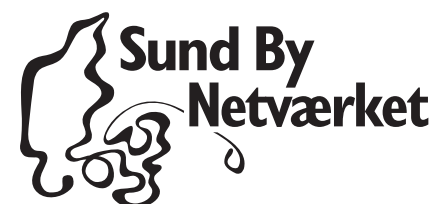
Forskning lavet af det britiske "Behavioural Insights Team" viste, at man kan reducere antallet af "no-shows", altså situationer hvor der er en aftale som borgeren glemmer at dukke op til, hos læger med 15 procent ved at tydeliggøre antallet af borgere som rent faktisk dukker op til deres aftale hos lægen.

NUDGE #13

Aktiv forpligtelse: En aftale føles mere forpligtende når vi føler at vi selv har lavet den. Dette er et problem med mange offentlige aftaler, hvor vi tit får stukket et aftalekort i hånden af en sekretær.

HVORDAN?

Forskning lavet af det britiske "Behavioural Insights Team" viste, at man kan modvirke følelsen af upersonlighed i aftaler med det offentlige, ved at lade borgeren selv udfylde aftale kort, i stedet for at få kontorets sekretær til at gøre det. Dette simple "trick" reducerede antallet af "no shows" i en testgruppe hos britiske læger med 17 procent.



iNudgeyou

SUNDE NUDGES

Sund By Netværket, 2013
1 udgave, 1. version 2013

ISBN (trykt version): 978-87-92848-13-0
ISBN (elektronisk version): 978-87-92848-14-7

Manuskript og grafisk tilrettelæggelse:
I Nudge You
Trykkeri:
Nofoprint A/S

Udgivet af Sund By Netværket
www.sund-by-net.dk
E-mail: post@sundbynetvaerket.dk