

---

# ATFERDSDESIGN

TRYKK PÅ DE  
PSYKOLOGISKE KNAPPENE!

---

# Hvorfor tenke på atferds- psykologi?

Vi har alle vært der: Ambisiøse nyttårsforsett som skal føre med seg store endringer for oss! Vi skal bli sunne, rike og slanke – og snillere med de rundt oss.

Dessverre holder gode intensjoner en kort stund, før hverdagen er tilbake. Når du designer løsninger er det avgjørende at løsningen tar inn over seg hvordan mennesker faktisk fungerer. Det er helt vanlig å ta såkalt dårlige valg, droppe treningen, og å “glemme” nyttårsforsettene våre.

Det er vår jobb som designere å gjøre løsningene våre bærekraftige også når nyttårsrakettene har lagt seg og hverdagen er her. Da vil du få løsninger som varer. Og som kan gi stor effekt!

# Metode: Atferdsendring og nudging

---

Nudging er en metode for å endre folks atferd i en bestemt retning. Dette er tiltak i omgivelsene som oppleves som små puff i en eller annen retning. For å telle som et nudge, må det være enkelt å unngå, og uten å fjerne noen valg. For eksempel å sette frukt og grønnsaker i øyehøyde er et nudge, mens å forby salg av godteri er ikke det!

På de neste sidene skal vi først se på litt teori.

**Comte Bureau skaper verdifulle  
løsninger med folk i sentrum.**

Besøk oss på [comte.no](https://comte.no) eller  
skann QR-koden.



# Del 1: To grunnprinsipper i nudge-teori

## 1) Handlingene våre skaper holdningene våre – mye mer enn omvendt!

Tenk deg at du jobber på et fancy hotell, og du vil sørge for at deilig mat ikke blir kastet i søpla. Du bestemmer deg for å lage en brosjyre som gir gjestene informasjon om hvor mye mat som faktisk blir kastet, og hvor viktig det er å være bevisst på mengden mat man tar. Du håper at gjestene vil lese brosjyren, innse hvor viktig det er å ikke kaste mat, og begynne å ta mindre mat på tallerkenen.

Faktisk viser det seg at slike strategier, som vi kaller *holdningsbaserte intervensjoner*, ofte ikke fungerer så bra. Det er bedre å endre folks handlinger direkte. For eksempel kan du redusere størrelsen på tallerkenen, sånn at de ikke *kan*

### Aftenposten

Økonomi

#### Hotell sparte 100.000 på mindre tallerkener

Et hotell i Geiranger har de siste to årene spart over 100.000 kroner på matbudsjettet ved å gi gjestene mindre tallerkener til buffeen.



ta for mye mat på én gang. De kan fortsatt forsyne seg så mange ganger de vil, men ved å gjøre det vanskeligere å ta for mye mat på en gang, vil du gradvis kunne endre deres vaner.

## 2) Omgivelsene påvirker valget vi tar!

Vi mennesker liker å tro at vi har full kontroll over alt vi gjør, men forskningen viser derimot at vi ikke alltid tenker ordentlig over det vi gjør. De fleste valgene våre tar vi på ren refleks, og gjerne på måter som kan virke irrasjonelle. For eksempel skulle en tro at alle kjøpte det de ville i butikken. Men mange eksperimenter viser at plassering av varer har veldig mye å si for hva man kjøper. Det viser at omgivelsene våre påvirker valgene våre. Det er ikke bare valget i seg selv ("*sjokolade eller jordbær til dessert i dag?*"), men også konteksten valget blir tatt i som er viktig. Utforming av omgivelsene et valg blir tatt i blir derfor kalt *valgarkitektur*.

Så hvis vi designer omgivelsene riktig, kan vi øke salget av sjokolade eller jordbær. Dette er en nyttig kunnskap når vi designer løsninger i praksis – også når du har mer hederlige mål enn å øke sjokoladesalget.

# Del 2: Bruk i praksis

## Når kan du bruke nudging?

For å få til en atferdsendring er det i teorien så lett som å finne på et par kule nudge, og så vil resten gå smertefritt. I praksis må en definere tydelig hvilken atferd en vil påvirke, dette kaller vi *målatferden*. Deretter må en få innsikt i situasjonen atferden skal foregå i, samt målgruppen en ønsker å påvirke. For eksempel ønsker vi å minne brannmenn på å registrere viktig info om oppdraget digitalt etter en brann. Da må vi analysere denne situasjonen for å forstå hvorfor de ofte glemmer det i dag. Det er nemlig vanskelig å designe gode nudge uten å forstå problemet først.

**PROBLEM**

**ANALYSE**

**LØSNING**

Hvilken atferd skal endres?

Hva er årsaken(e) til problemene man opplever?

Her benytter du nudging for å endre atferden atferd

## Men i praksis - hvordan gjøres dette da?

I Comte Bureau bruker vi to verktøy som hjelper oss med å designe i tråd med atferdspsykologisk teori. Dette er:

1. **COM-B:** For å forstå problemet
2. **Handlingshjulet:** For å øke sannsynligheten for atferdsendring

# Verktøy 1: COM-B

Se for deg at du er den kjente detektiven Poirot. Det har skjedd et gruffullt mord, og du har fått oppdraget med å finne den skyldige! Hva gjør du?

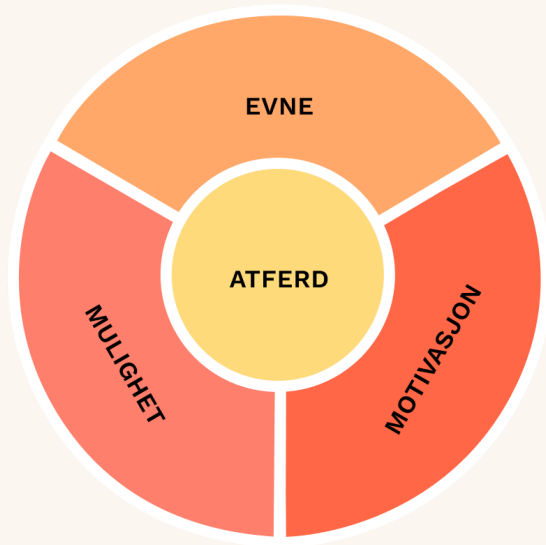
Jo, du etterforsker de mistenktes *motiv*, *mulighet* og *evne* til å begå drapet. En kan si at Poirot uvitende var en tidlig bruker av COM-B verktøyet.



Fordi som navnet på modellen henter til, er det nettopp tre ingredienser (**C**apability, **O**ppportunity og **M**otivation) som skal til for å skape atferd (**B**ehavior).

I et prosjekt kan du bruke modellen som en måte å kategorisere innsikt om atferd. For eksempel: Hvorfor serveres det ikke mer sunn mat i barnehagen? Handler det om dårlige holdninger (motivasjon), manglende kunnskap om sunn mat (evne), eller at det ikke er sunn mat tilgjengelig (mulighet)?

På neste side ser du modellen med støttespørsmål for å grave dypere.



### **EVNE**

*Er personen fysisk kapabel til å begå handlingen?  
Har personen kunnskapen som trengs?*

### **MULIGHET**

*Finnes hjelpemidlene som trengs i nærheten?  
Er det mulighet å gjøre atferden uten å bryte  
viktige sosiale normer?*

### **MOTIVASJON**

*Opplever personen at handlingen fører til noe verdifullt?  
Er atferden rask og enkel å utføre?*



# Verktøy 2: Handlingshjulet

Handlingshjulet gir deg fem oppfordringer basert på atferdspsykologisk teori. De kan hjelpe deg å designe bedre løsninger eller brukes for å raskt vurdere om løsningen er i tråd med atferdspsykologiske teori.

## Gjør det forståelig

Brukeren må vite *hva som skal gjøres, forstå hvorfor, og akseptere det.*

## Gjør det enkelt

Det må være *lett for brukeren å gjøre riktig*, og vi må hjelpe de *å tro på at de kan få det til.*

## Gjør det ønskelig

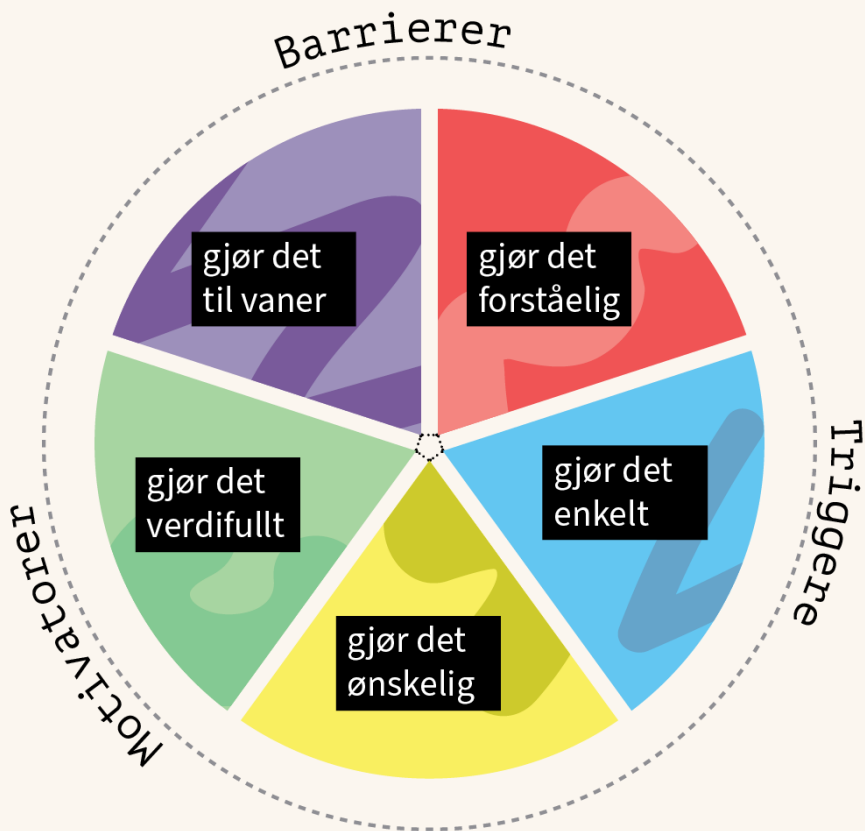
Brukeren må se hvordan handlingen bidrar til noe bra for seg selv, og for samfunnet rundt seg.

## Gjør det verdifullt

At handlingen *virker* og at den *faktisk fører til noe bra* må bevises.

## Gjør det til en vane

Vi må støtte brukerne i å etablere den nye handlingen som en vane, for eksempel ved å *forsterke det som er bra og gi påminnelser.*



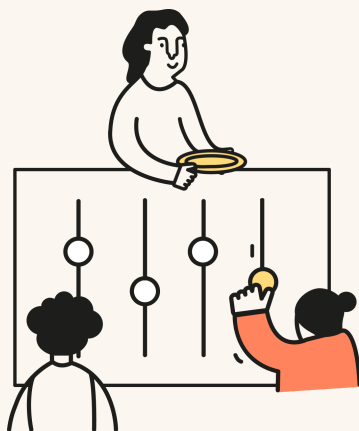
# Våre nudge-kort

---

Vi har laget en kortstokk basert på handlingshjulet. De er et skikkelig bra verktøy for idégenerering og egner seg godt i workshoper. Kortene er basert på de to forrige verktøyene, og inneholder mange eksempler og triggerspørsmål innenfor hver kategori.

QR-koden lar deg laste ned kortene, eller så kan du kontakte oss for et trykt eksemplar.





# ComteBureau<sup>•</sup>

comte.no  
Pilestredet Park 31  
0176 Oslo

ver. 03.2023