

Nudges - kan små incentiver få folk til å velge mer miljøvennlig?

Steffen Kallbekken
Forskningsleder CICERO

Hva er et nudge?

- Endringer i valgsituasjonen som gir betydelig endring i atferd uten å endre valgmulighetene, endre kostnader eller innføre/fjerne barrierer
- *«Small, inexpensive policy initiatives, making modest design changes, can have large and highly beneficial effects in areas that include health, the environment, savings, and much more.»*

Sunstein, 2013

Norske eksempler

- Energisparing
- Matavfall
- Kollektivtransport (TEMPO)

Energieffektive hvitevarer

Kallbekken, Sælen og Hermansen,

- **Kunder legger stor vekt på innkjøpskostnader, liten på driftskostnader**
- **Strømforbruket til hvitevarer blir undervurdert**
- **Dersom kunder i kjøpsøyeblikket får informasjon om driftskostnader - vil det spare penger og miljø?**
- **Samarbeid med Elkjøp og GreeNudge**

Energieffektive hvitevarer

- Opplæring av selgere
- Merkelapper med strømkostnad for levetid
- Kombiskap: ingen klar effekt
- Tørketromler: 12% etter 3 mnd, 5% etter 5
- Stort potensial, men viktig å lære mer:
- Gjentas i Storbritannia
- (Journal of Consumer Policy, 2013)

Redusert matavfall

Kallbekken og Sælen

- Matforbruk står for rundt 20% av globale utslipp av klimagasser
- 1/3 av all mat tapes eller kastes
- Studie i samarbeid med GreeNudge og Choice
- Redusert tallerkenstørrelse:
- Sender et signal om hvor mye mat det er normalt/forventet å ta
- Øyemålet er større enn magemålet

Redusert matavfall

- Typisk reduksjon 24 til 21 cm
- Målte mengde matavfall før og etter, og ved kontrollhoteller
- 20% reduksjon i mengden matavfall
- 1 tonn matavfall gir 1.9 tonn klimagasser
- Utslippskutt til gevinst på 25,000 kr/t
- Gjentatt i Danmark (26% effekt)

Kollektivtransport

Tørnblad, Kallbekken, Korneliussen og Mideksa

- Teste effekten av tilpasset informasjon, og gratis ukeskort, på valg av transportmiddel
- Samarbeid med Akershus fylkeskommune, Ruter og Kunnskapsbyen Lillestrøm
- Studier fra andre land hevder å ha funnet store effekter (5-15%) av mobilitetsplanlegging
- Attraktivt virkemiddel (aksept, kostnad)
- Fungerer det i Norge?

Kollektivtransport

- Transportatferd målt gjennom spørreundersøkelser
 - Før intervensjonen
 - En måned etter
 - Fem måneder etter
- Deltakere delt inn i tre grupper
 1. Kontroll
 2. Tilpasset informasjon
 3. Tilpasset informasjon + gratis ukeskort

Kollektivtransport

	Gruppe	1. survey	3. survey
Bil	Kontroll	60.3 %	57.4 %
	Informasjon	68.1 %	60.0 %
	Info + kort	67.3 %	60.5 %

...det er 5 prosentpoeng flere som sykler i testgruppene!

Foreløpige konklusjoner

- Nudge fungerer godt når økonomiske incentiver drar i samme retning, og atferdsendringen ikke er krevende
- Nudge fungerer godt når valget ikke er spesielt nøye gjennomtenkt/lav bevissthet
- Nudge fungerer ikke like godt når atferden allerede er sterkt regulert og bevisstheten er høy.

Foreløpige konklusjoner

Når fungerer nudge? Effekt er et empirisk spørsmål:

- Nudge fungerte for tørketromler, men ikke for kombiskap
- Tilpasset informasjon fungerte i Australia og Japan, men (hittil) ikke i Norge
- Transport: Vi har testet to intervensjoner, en gang, et sted i Norge