

10 BOODSCHAPPEN DIE VOLGENS DE WETENSCHAP WERKEN OM MENSEN TOT ECO-VRIENDELIJK GEDRAG TE VERLEIDEN



1
"Wel of niet een elektrische auto kopen? Over een tijdje kijk je terug op dit moment en zul je je trots voelen dat je de duurzame keuze hebt gemaakt."

Een toekomstig gevoel van zelf-trots oproeven (i.t.t. schaamtegevoel) zorgt ervoor dat je niet-groene verleidingen makkelijker kan weerstaan en groenere keuzes maakt.

2
"In het afgelopen jaar, is 30% van de mensen in jouw buurt begonnen met stappen zetten om zonnepanelen op hun daken te krijgen."

Waar gaat de kudde naartoe? Daar wil ik ook naartoe! Dynamische sociale descriptieve normen werken goed om mensen tot verandering aan te zetten.

3
"De meeste mensen vinden dat je niet de auto moet nemen als je minder dan 4 km van je werk af woont. Neem vaker de fiets."

Een geloofwaardige injunctieve sociale norm die negatief gedrag afkeurt, werkt het best.

4
"Je bent iemand die vaak vegetarische recepten uitprobeert. Dit maakt jou een echte klimaatheld!"

Als mensen herinnerd worden aan een uniek of moeilijk duurzaam gedrag of een range van meerdere gedragingen die zij in het verleden hebben vertoond, dan wordt hun klimaatvriendelijke 'ik' versterkt. Hierdoor voelen ze zich geroepen om meer duurzaam gedrag te vertonen in de toekomst.

6
"Jullie lijken verantwoordelijke mensen die geen rommel achterlaten."

Bij altercasting plaats je de ander in een rol die automatisch het gedrag activeert dat jij wilt stimuleren. De rol moet wel aansluiten bij je doelgroep.

5
"Waarom vind jij dat het vliegtuig een vervuilende optie is?"

Mensen voelen geen weerstand tegen hun eigen argumenten, het is daarom handig om mensen zichzelf te laten overtuigen van het belang van. Dit heet ook wel self-persuasion.

7
"Duurzaam eten kopen? Koop lokaal, bijna over de datum of biologisch"

Simpele, concrete aanwijzingen bieden een duidelijk handelingsperspectief die makkelijk op te halen zijn op het juiste moment.

8
"Het zou geweldig zijn als jullie meewerken aan een duurzamere school, maar je bepaalt natuurlijk zelf of je mee wilt doen aan dit project."

Dit heet ook wel de But You Are Free (BYAF) techniek die zorgt dat de ander eerder geneigd is om te doen wat je vraagt, maar wel met het gevoel dat dit een eigen beslissing was.

9
"Mooi hoe jij spullen en kleren een tweede leven geeft. Ze zien er echt weer uit als nieuw!"

Wanneer de doelgroep zich competent voelt om het gedrag uit te voeren, is de kans veel groter dat ze het ook zullen vertonen. Dit kan o.a. door middel van complimenten. Richt je je daarbij op wat iemand doet (niet op de persoon) en leg uit wat daar goed aan is.

10
"Samen kunnen wij onze buurt vergroenen, te beginnen met meer planten in de tuinen."

Door de fundamentele behoefte aan sociale betrokkenheid aan te boren, is de kans groter dat mensen intrinsiek gemotiveerd raken.