

# Grön nudge – att designa och utvärdera

En grön nudge syftar till att påverka konsumenters beteende i en mer hållbar riktning. Forskare vid Göteborgs universitet har genomfört och utvärderat tre fallstudier och beskriver steg-för-steg hur en nudge kan utformas och utvärderas. Forskarna har även gjort en översikt över vilka typer av grön nudge som har utvärderats, och tar upp etiska aspekter på nudge.



**EARTH HOUR**  
TILLSAMMANS FÖR KLIMATET  
MINSKAR VI DE FYRA STÖRSTA  
KLIMATVÄRSTINGARNA

# Så fungerar en grön nudge

**Smart design av förval** har varit framgångsrikt i flera olika sammanhang. Att exempelvis ändra standardinställningen från enkelsidig till dubbelsidig utskrift minskade pappersanvändningen med ungefär 15 procent.

**Den ordning i vilken information presenteras** kan påverka individen. Att göra vegetarisk mat mer synlig på en lunchrestaurang genom att ordningen på menyn, gav en ökning med sex procentenheter av andelen vegetariska rätter som såldes i en studie. Även den fallstudie som Göteborgsforskarna genomförde på området, visade sig vara framgångsrik.

**Ändring av den fysiska miljön** kan ge en fingervisning om vad lämpligt beteende är. I en studie minskades storleken på tallrikarna vid lunchbufféer med nästan 50 procent. Det medförde att matavfallet minskade med ca 20 procent.

**Att jämföra** sin elanvändning med grannens, eller att fokusera på statuseffekten av att köra en miljövänlig bil, har visat sig ha positiva effekter på människors beteende

Men det som lyckas i ett fall kanske inte alls fungerar i ett annat fall. Nudging är starkt beroende av sammanhanget.

– Den kanske mest avgörande faktorn är om det faktiskt finns utrymme för en förändring. Det enklaste är att försöka påverka människor som relativt lätt kan ändra sitt beteende men ändå inte gör det, säger Fredrik Carlsson.

Det blir allt vanligare med nudging och andra beteendebaserade interventioner inom den offentliga sektorn i bland annat Storbritannien, USA, Danmark, Australien och Sverige. Däremot finns inte särskilt mycket publicerat om nudge tillämpat inom den offentliga sektorn. I Storbritannien och USA har de flesta interventioner utförts av den nationella regeringen, medan det i Norden har varit vanligare med projekt i regi av kommuner eller lokala/regionala organisationer.

## Grön nudge

En grön nudge är ett miljöekonomiskt styrmedel som syftar till att minska problemen med negativa miljökonsekvenser av människors handlande. Den ska ses som komplement till traditionella styrmedel som exempelvis miljöskatter eller information.

Anledning	Typ av policy	
	Traditionell	Beteende
Traditionell (externalitet, asymmetrisk information)	A. Miljöskatter, miljöreglering, information	C. Grön nudge
Beteende (internalitet, begränsad rationalitet)	B. Skatt på internalitet (t.ex. sockerskatt), regleringar, information	D. Ren nudge

Figur 1. Översikt över olika styrmedel

## FEM STEG FÖR DESIGN OCH UTVÄRDERING AV NUDGE

### Steg 1. Förstå problemet

Är problemet relaterat till mänskligt beteende? En nudge fokuserar på att ändra ett konkret beteende och är därför fel verktyg för att öka allmänhetens medvetenhet om en fråga. Problemet ska heller inte orsakas av tekniska hinder eller brist på information. Två viktiga källor till att förstå problemet och barriärerna till förändring är experter och användare.

### Steg 2. Identifiera barriärerna

Vilka barriärer bidrar till problemet? Ta reda på hur människor agerar i den aktuella situationen, och prata med dem för att förstå om det finns informations- eller strukturella hinder för en förändring.

### Steg 3. Utforma en intervention

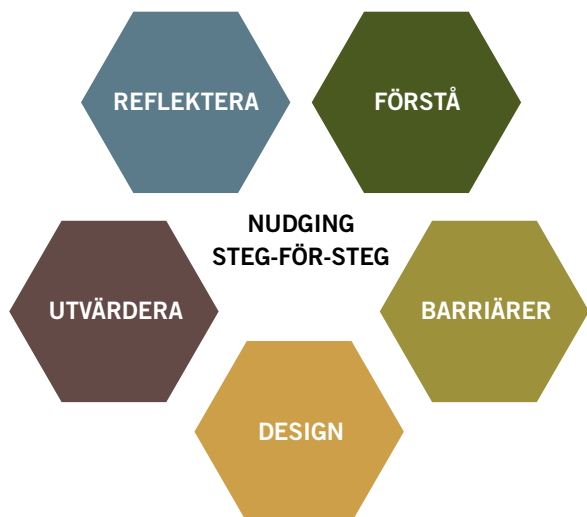
Hämta inspiration från den beteendevetenskapliga litteraturen för att utforma en lämplig intervention baserat på de barriärer som identifierats.

### Steg 4. Utvärdera effekten

Samla in data och utvärdera om interventionen hade önskad effekt.

### Steg 5. Lärdomar och skalning

Reflektera över resultaten. Om nudgen inte fungerade, undersök varför. Har interventionen varit framgångsrik – kan den kan expanderas exempelvis geografiskt, eller till flera områden?



”Det är nödvändigt med en steg-för-steg-ansats och noggrann utvärdering om praktiker vill använda nudging som ett styrmedel.”

# Utvärdering är centralt

Randomiserade kontrollerade studier är den metod som är bäst lämpad för att mäta effekter av en intervention. Målpopulationen delas slumpmässigt in i två grupper – en behandlingsgrupp utsätts för nudgen medan en kontrollgrupp fortsätter som vanligt. Beteendet hos individer i båda grupperna mäts före och efter genomförandet. Utvärderingen av nudgen baseras på en jämförelse av förändringar i beteende mellan kontroll- och behandlingsgruppen.

– Det är ovanligt med den typen av utvärdering. Det kan bero på bristande planering, eller ett motstånd mot att bara halva gruppen får genomgå nudgen medan ”det hade varit med effektivt att nå många”. Det kan också finnas en oro över att utvärderingen visar att nudgen inte fungerar – då har ju resurser lagts på något inte har effekt, säger Fredrik Carlsson.

## Nudge och etik

När nudging används som ett politiskt instrument, finns etiska riktlinjer som förslagits av Sunstein och Reisch (2016). Bland annat tar de upp att ändamålet med nudgen måste legitimt och metoden ska inte användas för att driva önskemål från särskilda intressegrupper. Människor ska hjälpas att nå sina mål utan tvång, valfrihet ska tillåtas. En nudgen måste överensstämma med människors värderingar och intressen. Det ska vara tydligt när den används och resultaten bör göras tillgängliga för allmänheten när studien är avslutad. Nudge bör inte leda till monetär förlust för den som utsätts. Dessutom ska fördelarna med en nudgen överväga kostnaderna. För att avgöra om den punkten är uppfylld, krävs en utvärdering.

– En viktig skillnad mellan traditionell nudgen och grön nudgen är att en grön nudgen syftar till att minska miljöpåverkan från exempelvis konsumtion. Det innebär att den som nudgas faktiskt i vissa fall kan få det sämre med nudgen. Jag tycker det är bättre att då stå upp för syftet med nudgen och inte försöka rättfärdiga den med argument som ”det är bättre för människor om de tar cykeln istället för bilen till jobbet”, säger Fredrik Carlsson.

# Nudging

## – tre svenska fallstudier

”Det var en stor variation i matavfall mellan olika dagar, vilket inte kan kopplas till nudgen. Om barnens favoritmat serverades tenderade de att lägga mer på sin tallrik jämfört med andra dagar, vilket resulterade i mer matavfall den dagen.”

Forskarna har genomfört och utvärderat tre fallstudier. Två handlade om att minska mängden matavfall i skolkök, en genom att rikta nudgen på skolkökspersonal och den andra på eleverna.

### NUDGE I SKOLKÖK I KARLSTAD

Karlstad kommun hade påbörjat ett tvåårigt projekt för att minska matavfall i skolköken. En nudge med tre olika experiment genomfördes av forskarna i samarbete med projektgruppen. Experimenten bestod bland annat i att sätta upp affischer på olika teman i skolköken eller att ge feed-back ”tummen upp eller tummen ner” för att visa hur eleverna låg till i förhållande till målet om högst 15 gram avfall per elev och dag.

**Resultat:** Ingen av de nudgar som prövades hade någon märkbar effekt på matavfallet. Däremot minskade matavfallet i genomsnitt under projekttiden. För gymnasieskolorna – som till skillnad från grundskolorna låg långt ifrån målet om avfall på högst 15 gram per elev och dag i projektets början – var effekten statistiskt signifikant.

### GÖTEBORGSPROGRAMMET FÖR ATT REDUCERA MATAV FALL

Göteborgs kommun hade tagit fram ett utbildningsprogram för kökspersonalen, med 54 åtgärder för att minska matavfallet i skolköken. Forskarna var även intresserade av att förstå vilken roll som incitament och inneboende motivation har för matavfallet. De nudgar som provades var bland annat att kökspersonal fick underteckna ett dokument där de förband sig att arbeta för att minska matavfallet i sitt skolkök, och att kökspersonal som uppnådde en viss nivå av genomförda åtgärder och rapporterat matavfall fick chans att vinna presentkort på en middag.

**Resultat:** Utbildningsprogrammet hade en stor effekt. Före utbildningen var det 23 procent av köken som inte använde någon av de 54 åtgärderna. Den andelen var 6 procent i uppföljningen. Däremot hade de nudgar som provades ingen påvisbar effekt.

– Den mest troliga förklaringen till det, är att utbildningsprogrammet i sig var det avgörande för en förändring. Det fanns helt enkelt inte så mycket utrymme för ytterligare förbättringar, förklarar Fredrik Carlsson.

### NUDGE À LA CARTE

I experimentet försökte forskarna påverka valet av lunchmat med en enkel nudge på en lunchrestaurang. Innan experiment genomfördes fanns ett vegetariskt alternativ som mycket sällan valdes. Nudgen bestod i att den första maträtten på menyn alltid var vegetarisk. Längst ned på menyn stod det att det finns ett köttalternativ tillgänglig.

**Resultat:** Den ändrade ordningen på menyn bidrog till en minskning av köttkonsumtionen, utan att försäljningen minskade. I behandlingsgruppen var 15 procent av alla rätter vegetariska, i kontrollgruppen var andelen 3,5 procent. Andelen kötträtter var 21 respektive 46 procent. Minskningen av kötträtter var större än ökningen av vegetariska rätter, andelen fiskrätter ökade från 51 till 64 procent i behandlingsgruppen.

#### Varför fungerade den här nudgen?

– Ordningen på en meny ger antagligen två viktiga effekter. Den ena är att människor ofta vill fatta enkla och snabba beslut, och väljer därför ofta det som presenteras tidigt. Den andra är att ordningen ger en signal om vad som är ett bra val, säger Fredrik Carlsson.

”En väl utförd nudge kräver planering och kunskap. Praktiker som vill arbeta med nudge rekommenderas samarbete med experter inom organisationer eller universitet för att designa, genomföra och utvärdera interventionen.”

## HUR KAN NATURVÅRDSVERKET ANVÄNDA KUNSKAPEN I SIN VERKSAMHET?

Ficre Zehaie, samhällsekonomenheten:

– Forskningsresultatet har väsentligt höjt kunskapsnivån om hur och när nudge kan användas i miljöpolitiken. Naturvårdsverket vägleder andra myndigheter i tillämpning av samhällsekonomska analyser, och rapporten kommer att vara en självklar del av vår vägledning framöver.

Anita Lundström, hållbarhetsenheten:

– Naturvårdsverket kan bidra till att forskningsresultat lättare når ut till presumtiva användare. Rapporten underlättar kommunikationen mellan forskare och beställare och genom ökad kunskap kan kvaliteten vid utformning av studier inom nudging förbättras.

**Miljöforskningsanslaget** är en satsning från Naturvårdsverket för att ta in ny kunskap i miljöarbetet. Inom området Grön Infrastruktur finns sex forsknings-satsningar för att ta fram kunskap om hållbara landskap och förvaltningsstrategier. Resultaten blir ett stöd i arbetet att nå miljömålen.

## Om projektet

### Projektledare

Fredrik Carlsson, Göteborgs universitet.

### Deltagande forskare

Fredrik Carlsson, Göteborgs universitet,  
Christina Gravert, Köpenhamns universitet,  
Olof Johansson-Stenman och Verena Kurz,  
Göteborgs universitet.

### Projektid

2016–2019

## Läs mer

### Satsningen styrmedel och konsumtion

<http://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Miljoarbete-i-Sverige/Forskning/Forskning-for-miljomalen/Pagaende-forskning-for-miljomalen/Styrmedel-och-konsumtion-/Nudge-for-naturen--fungerar-det/>

### Rapport

Nudge som miljöekonomiskt styrmedel – att designa och utvärdera (rapportnr 6900, 2019)

Forskarnas rapport, liksom denna sammanfattning, uttrycker nödvändigtvis inte Naturvårdsverkets ställningstagande. Författarna svarar själv för innehållet och anges vid referens till forskningen.

