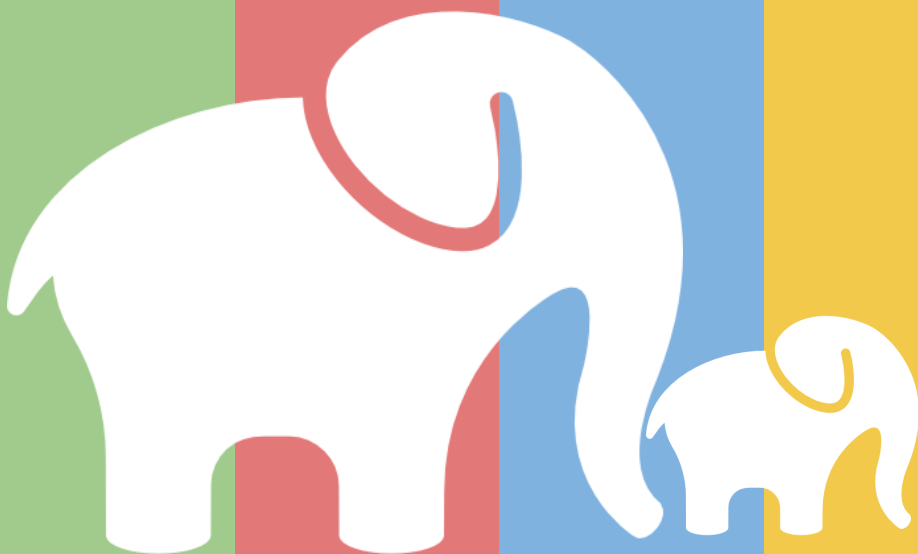


KLIMADULTING

EN HÅNDBOK



NORSUS

Norsk institutt for
bærekraftsforskning

 endrava

Sigrid Møyner Hohle

Mona Nilsen

Februar 2022

Forfatterne



Sigrid Møyner Hohle, PhD, er rådgiver innen klimapsykologi og kommunikasjon i Endrava, et konsulentselskap som hjelper offentlige og private virksomheter å kutte klimagassutslipp. Gjennom master- og doktorgrad i psykologi har hun spesialisert seg innen dulting, klimakommunikasjon og atferdspsykologi. Hun brenner for hvordan å få folk med på laget i den grønne omstillingen, gjennom effektiv kommunikasjon, medvirkning og gode dult.



Mona Nilsen er seniorrådgiver i NORSUS, Norsk institutt for bærekraftsforskning. Mona har vært rådgiver for en rekke kommuner og fylkeskommuner når det gjelder klimakommunikasjon, medvirkning og kunnskapsformidling. Hun jobber med flere konkrete prosjekter innenfor bruk av dulting, blant annet for reduksjon av matsvinn, økt kildesortering og redusert energiforbruk. Mona er opptatt av at klimakommunikasjon og dulting er viktige verktøy for atferdsendring.

Endrava

Endrava er et rådgivende konsulentselskap som hjelper andre med å kutte klimagassutslipp. Vi har bred erfaring med klima- og energispørsmål på oppdrag fra offentlige og private aktører, og er kjent for å ta faktabaserte og datadrevne tilnærminger. Endrava bistår med utvikling og implementering av klimabudsjetter og klimastrategier, beregner selskapers klimagassutslipp og utformer tiltak for utslippsreduksjon. Vi forener tekniske og politiske perspektiver på klimaomstilling med de menneskelige og psykologiske dimensjonene som er helt nødvendige for å få til endring. Les mer på www.endrava.no.

NORSUS

Visjonen til NORSUS Norsk institutt for bærekraftsforskning AS, tidligere Østfoldforskning AS, er å bidra til bærekraftig samfunnsutvikling. Vi utvikler kunnskap og metoder for å forstå og implementere bærekraft bedre i samfunnet. Sammen med bedrifter og offentlige aktører kartlegger og reduserer vi miljøbelastninger, ofte med økonomisk gevinst. Slik bidrar vi til å bevege samfunnet i en bærekraftig retning. Les mer på www.norsus.no.

Takk til kolleger i Endrava og NORSUS som har gitt verdifulle innspill, ideer og kommentarer til håndboka.

En særlig takk til Anne Christensen Lerum i Endrava og Anne Rønning i NORSUS.

Og en stor takk til deltakerne på workshopturneen vår for interessante diskusjoner og spørsmål, og for å ha utviklet en masse gode ideer til klimadult! Noen smakebiter finner dere på side [24-26](#).



Om prosjektet og håndboka

Denne håndboka er en del av prosjektet “Klimadult Norge rundt: En workshopsturné for kunnskapsdeling og samskaping av beste praksis innen grønn nudging”. Prosjektet er støttet av Norges Forskningsråd gjennom programmet KLIMAFORSK.

Våren og høsten 2021 reiste Sigrid og Mona rundt i Norge, fysisk og digitalt, og holdt workshoper om klimadulting for alle landets fylkeskommuner, med deltakere fra både kommunalt og fylkeskommunalt nivå. I totalt ni workshoper fikk deltakerne en innføring i dulting som verktøy for å redusere klimagassutslipp, og lærte en metode for å utvikle egne dult som de prøvde ut i praksis i et gruppearbeid.

Denne håndboka oppsummerer materialet fra workshopene. I tillegg har vi samlet noen av ideene som ble utviklet av deltakerne til dult som kan gjennomføres for å redusere klimagassutslipp blant innbyggere og ansatte (på [side 24-25](#)). Vi har også intervjuet en kommune som har testet dult (på [side 27-28](#)).



Sigrid og Mona holdt workshoper i klimadulting i bl.a. Bodø, Tromsø og Oslo høsten 2021.

Hvem passer denne håndboka for?

Håndboka passer spesielt godt for dem som jobber med klima og miljø i kommuner og fylkeskommuner, og som vil lære mer om hvordan å legge til rette for klima- og miljøsmarte valg blant ansatte og innbyggere. Det er mange av de ansatte i kommuner og fylkeskommuner som har mulighet til å påvirke klimagassutslippene. I tillegg til medarbeidere med spesifikt ansvar for klimaoppfølging på miljøenheter og lignende, vil det være potensial for klimahandlinger fra både kjøkken- og kantineledere, skole- og barnehageansatte, avdelingsledere på sykehjem, og ansatte innen transport og samferdsel, renovasjon og innkjøp.

Håndboka er også relevant for andre som ønsker inspirasjon til å tilrettelegge for atferdsendring for individer, organisasjoner og på samfunnsnivå, for eksempel private selskaper og ideelle organisasjoner.

Innhold

Hva er dulting?.....	5
Dulting i kommunene.....	7
Fem hovedtyper dult.....	9
Endre fysisk miljø.....	10
Forhåndsvalg.....	13
Sosiale normer.....	15
Fjerne hindre.....	17
Attraktive navn.....	19
Metode for å utvikle egne dult.....	22
Ideer fra workshopene.....	24
Kommuneeksempel.....	27



“Den første feilen er å tro at det er mulig å unngå å påvirke folks valg.”

Thaler og Sunstein (2019): Nudge - hvordan ta bedre valg om helse, penger og lykke

Hva er dulting?

“Vi skal gjøre klimavennlige valg så enkle at vi ikke kan motstå dem”, sier klimapsykolog Per Espen Stoknes. Sitatet fanger essensen ved nudging, eller dulting, som vi kaller det i denne håndboka. Ved å legge til rette så det blir attraktivt, enkelt og intuitivt å ta klimavennlige valg, kan dulting gjøre at flere velger det klimavennlige alternativet. Man får atferden rett i hånda.

Å *nudge* betyr å gi et lite dytt, og dulting er et verktøy for å påvirke noen til å endre atferd. Det er et alternativ til mer tradisjonelle verktøy som forbud, påbud, økonomiske insentiver, informasjon og holdningskampanjer. Det handler om å gi folk et lite dult i det de er i valgsituasjonen.

Konseptet dulting ble lansert i boka “Nudge - hvordan ta bedre valg om helse, penger og lykke” skrevet av Richard H. Thaler og Cass S. Sunstein i 2008. Her defineres et dult som “et hvilket som helst aspekt av valgarkitekturen som endrer folks atferd på en forutsigbar måte uten å forby noen alternativer eller endre økonomiske insentiver vesentlig”. Valgarkitekturen er den situasjonen man tar et valg i. Hvordan ser det ut der? Hvordan presenteres de ulike alternativene? Når man spiser på restaurant, er utformingen av meny og buffet eksempler på valgarkitektur. Hva heter rettene? Hvilke står først? Hva er dagens rett? Andre eksempler på valgarkitektur er hvordan et nettsted eller skjema er utformet.

Tre kjennetegn er viktige ved dulting:

1. **Atferd først:** Dulting handler primært om å endre atferd, ikke om å endre holdninger.
2. **Valgfrihet:** Man forbyr ikke alternativer. Folk har fortsatt mulighet til å velge noe annet.
3. **Økonomiske insentiver:** Dulting innebærer ikke noen stor endring i økonomiske insentiver. Å gi folk 10 000 kroner for å kjøpe en elsykkel er ikke dulting. Å gjøre skjemaet for å søke en slik støtte enklere å finne fram til eller bruke, vil derimot være et dult.

Dulting kan brukes for å stimulere til ulike typer atferd - den klimavennlige, den sunne eller den økonomisk smarte. Denne håndboka har spesielt fokus på hvordan man kan styrke de de klimavennlige valgene. Det fins en rekke ulike dult, og hvilke som er effektive avhenger av hvilken atferd man vil endre. Ofte handler det om å gjøre det enkelt, sosialt og attraktivt å gjøre den ønskede atferden, og å la dultene komme til rett tid (EAST-rammeverket). I denne håndboken viser vi fem dult som kan brukes til dette: å endre fysisk miljø, å bruke forhåndsvalg, å bruke sosiale normer, å fjerne hindre og gi attraktive navn.



TREFF BLINK: Et av de første og mest kjente dultene er en klistremerkeflue festet i pissoarer, som visstnok reduserer søl utenfor toalettskåla med 80 prosent.

F

OTO: WIKIMEDIA

Bakgrunnen for dulting

Dulting har vokst fram etter flere tiår med forskning innen psykologi og atferdsøkonomi om hvordan mennesker tar valg, og hvordan miljøet rundt oss i stor grad påvirker beslutningene våre.

I tradisjonell økonomisk teori beskrives mennesker som *homo economicus*: rasjonelle vesener som baserer beslutninger på nøye overveide kost-nytte-analyser, og gjør det de gjør for å maksimere forventet nytte eller profitt. Når atferdsøkonomer og psykologer har studert hvordan folk faktisk handler og tar valg, ser man derimot at dette ofte ikke er tilfellet. Vi gjør mye av det vi gjør uten å tenke over det, fordi atferden er automatisert i vaner. Dessuten er beslutninger ofte irrasjonelle, impulsive og inkonsekvante. Ofte gjør vi noe annet enn det vi vet er riktig, eller det vi vet vi burde gjøre. Valgene våre påvirkes av faktorer som ikke "rasjonelt sett" skulle hatt noe å si, som hva en rett heter på menyen, at sjokoladen ligger der ved kassa når vi skal betale, eller hva naboen vår gjør. På samme måte vet de aller fleste at det er best for helse og klima å gå eller sykle, men så velger vi likevel bilen – fordi det er det vi pleier, fordi det regner, eller fordi sykkelen står så krøkkete plassert innerst i sykkelboden.

Forskning har avdekket at mennesker har en rekke mentale snarveier som påvirker valgene våre. Disse kan føre til systematiske feil og skjevheter i hvordan vi oppfatter og vurderer informasjon og tar beslutninger (såkalte *kognitive bias*). *Status quo-bias* gjør for eksempel at vi foretrekker at ting holder seg som de er i dag, og vi har en motvilje mot endring. *Nåtidsskjevhet* gjør at vi verdsetter nåtiden uforholdsmessig mye høyere enn framtiden. Det kan for eksempel hindre folk i å kjøpe energieffektive produkter fordi de koster mer, selv om det ville lønt seg på sikt. *Framing-effekter* gjør at vi påvirkes i stor grad av hvordan informasjon presenteres. Hvordan høres det ut med en yoghurt med 10 prosent fett, sammenlignet med en som er 90 prosent fettfri? Er du som folk flest, foretrekker du sistnevnte.

Disse biasene gjøres av autopiloten vår, eller det psykologer kaller System 1-prosessering. I følge psykologer prosesserer mennesker informasjon gjennom to typer prosesser: System 1- og System 2-prosessering. System 1 virker automatisk og raskt, og uten bevisst opplevelse av viljekontroll. Siden vi tar en mengde valg i løpet av en dag, er det ofte det intuitive System 1 som står bak. System 2-prosesser er langsommere og innebærer mer bevisst refleksjon. Denne typen prosessering fører til mindre feil, og er mer styrt av logikk. I praksis brukes System 1 og System 2 ofte i kombinasjon.

Dulteteori bygger på denne forskningen, og utnytter kunnskapen om hvordan mennesker faktisk handler og velger, til å forbedre valgene. Det legges til rette for at det valget som er enkelt eller intuitivt å velge for System 1, også er det som er det beste for individet for sikt. Og gjerne for klimaet.

SYSTEM 1 "Autopiloten"

- Intuitivt
- Følelsesstyrt
- Påvirkes av kontekst
- Automatisk og ubevisst
- Ofte styrt av vaner
- Raskt og effektivt
- ... men kan gjøre feil



SYSTEM 2 "Det rasjonelle systemet"

- Rasjonelt og logisk
- Bevisst og kontrollerbart
- Komplekse avgjørelser
- ...men langsomt og kognitivt krevende

Les mer: Kahneman (2013): Tenke, fort og langsomt

Dulting i kommunene og fylkeskommunene

Norge skal kutte klimagassutslippene sine med 50-55 prosent innen 2030, sammenlignet med 1990-nivå. Flere norske byer, kommuner og fylkeskommuner har enda mer ambisiøse klimamål. Oslo har som mål å redusere utslippene med 95 prosent innen 2030, og Bodøs mål er 70 prosent kutt innen 2030.

For å nå disse målene, trenger kommuner og fylkeskommuner en rekke tiltak og virkemidler. Flere av dem må endre vanene til befolkningen og næringslivet. Dulting er et av verktøyene man har for å endre vaner og atferd, som kan være viktig i kombinasjon med andre verktøy som utbygging av infrastruktur, god informasjon, påbud, forbud, skatter og økonomiske insentiver. Dulting kan brukes både internt i organisasjonen, og for å endre atferd i befolkningen.

Miljødirektoratet gir en oversikt over [kommunenes roller og virkemidler i klimaarbeidet](#), som viser handlingsrommet kommunen har til rådighet for å kutte klimagassutslippene. Her vises hvor kommunene har påvirkningsgrad innen de ulike utslippsektorene. Flere av virkemidlene som nevnes handler om å endre folk eller bedrifters atferd, og dulting kan bidra til å få til dette.

Både indirekte og direkte utslipp kan adresseres gjennom dulting. For eksempel kan dulting bidra til å endre transportvaner, som ofte påvirker en stor del av kommunenes direkte utslipp. Dulting kan også være effektivt for å redusere indirekte utslipp, for eksempel knyttet til energibruk, innkjøp av utstyr og innbyggernes forbruk.

Mange kommuner bruker Miljøfyrtårn som et verktøy for intern miljøledelse, mens klimabudsjett stadig oftere innføres som et styringsverktøy for å nå kommunenes klimamål. For å forbedre miljøprestasjoner og nå klimamål kan dult være en av flere relevante og nyttige innganger for kommunene.

Klimabudsjett som klimadult?

Stadig flere kommuner og fylkeskommuner får et klimabudsjett, som er et styringsverktøy for å oppnå vedtatte klimamål. Vi liker å se på et klimabudsjett som et "administrativt dult", som dulter hele organisasjonen til å tenke til å tenke klima som en del av det vanlige budsjettårshjulet.

For tips til hvordan å sette opp et klimabudsjett, se [KS sin veileder for klimabudsjett som styringsverktøy](#).

Aktuelle områder for dulting

Vi ser at dulting har potensiale til særlig å kutte klimagassutslipp fra kommuner innen områdene nedenfor. Utdypning og flere eksempler beskrives under de fem dultetypene på side [9-21](#), og kommunenes ideer fra workshopene på side [24-26](#).



1. Matsvinn

Redusere matsvinn gjennom for eksempel tilbakemeldinger og mindre tallerkenstørrelser.



2. Matvalg

Stimulere til valg av mer klimavennlig mat gjennom for eksempel å framheve disse rettene i kantina, bestillingsskjemaet eller menyen, gi mer attraktive navn på rettene, gjennom sosial påvirkning eller forhåndsvalgt klimavennlig meny.



3. Transportvaner

Styrke gange, sykling og bruk av kollektivtransport gjennom for eksempel elsykkelbibliotek, konkurranse mellom kolleger eller bedrifter, bedre fysisk tilrettelegging og at miljøvennlig transport er forhåndsvalg.



4. Ombruk og gjenbruk

Stimulere til mer ombruk og gjenbruk gjennom for eksempel sterkere forventning om ombruk og gjenbruk i innkjøp og på arbeidsplasser (forhåndsvalg) og fjerne hindre for reparasjon.



5. Kildesortering

Øke kildesortering gjennom for eksempel sosiale normer, fjerning av hindre og god informasjon i valgøyeblikket.

Fem hovedtyper dult

Menneskers valg kan påvirkes gjennom en rekke typer dult. I denne håndboka omtaler vi fem hovedtyper vist nedenfor, som alle kan brukes til å gjøre det mest klimavennlige alternativet lettere, mer attraktivt eller praktisk å velge. La deg inspirere av disse til å skape egne dult. Ofte kan en kombinasjon av flere dult være ekstra virkningsfullt.



1. Endre fysisk miljø



2. Forhåndsvalg



3. Sosiale normer



4. Fjerne hindre



5. Attraktive navn

1. Endre fysisk miljø



Hva går det ut på?

Små og store endringer i det fysiske miljøet folk tar valg i, kan påvirke hva folk velger. Dult som handler om å endre det fysiske miljøet inkluderer merking og skilting i byrommet, egen farge på sykkelfelt, men også hvordan informasjon presenteres på et nettsted. Tilbakemeldinger og "takk" for ønsket atferd er også dult som kan plasseres i det fysiske miljøet.

Hvorfor virker det?

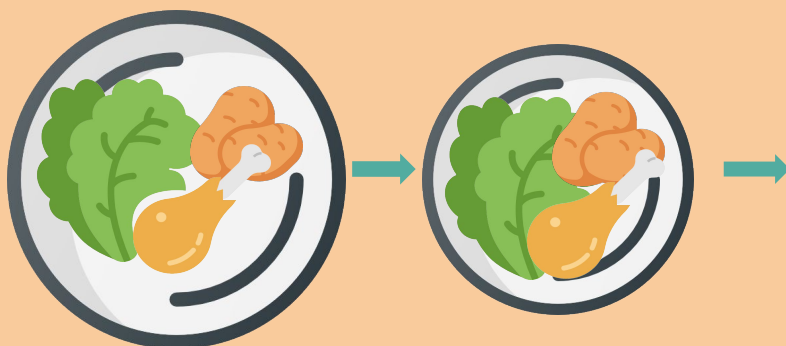
Det sies at mennesker tar i gjennomsnitt 35 000 valg i løpet av en dag. Alle disse valgene kan ikke bygge på veloverveide avgjørelser. Derfor påvirkes vi av hvordan det ser ut i miljøet rundt oss akkurat i dét vi tar et valg, og hva som er enklest å gjøre der og da. I tillegg har mennesker begrenset mental kapasitet og oppmerksomhet, og har derfor lettere for å være oppmerksomme på ting i miljøet som skiller seg ut, sterke farger og kontraster. Iøynefallende merking vil lede oppmerksomheten vår hit.

Takk og tilbakemeldinger løfter betydningen av valgene man tar, og kan gjøre at man føler seg sett og anerkjent, og som del av et større fellesskap.

Magen blir mett før øynene: Redusert tallerkenstørrelse

Har du noen gang opplevd å oppleve å forsyne deg så mye fra en buffet, at tallerkenen bugner over av ulike retter du ikke har sjangs til å spise opp?

Et etter hvert velkjent og mye testet dult for å redusere matsvinn, går ut på å redusere tallerkenstørrelsen i buffeter. Da dette ble testet i hotellkjeden Choice Hotels, sank matsvinnet med omtrent 20 prosent. Hotellet sparte penger, klimagassutslippene gikk ned, og gjestene var like fornøyde. Man ser lignende effekter ved å bruke mindre glass eller fjerne serveringsbrett.



ca. 20 prosent mindre matavfall



24-31 millioner kroner spart per år



Utslippsreduksjon på 897-1166 tonn CO₂e per år



Like fornøyde gjester

Kilde: Kalbekken & Sælen (2012 og 2013)

Eksempler på dult i fysisk miljø

Korona-dult

Da korona var nytt for oss, gjorde klistremerker på gulvet med påminnelse om å holde avstand det enklere å huske på å "holde meteren". Etter hvert ble det en vane for mange.



Foto: Sigrid Møyner Hohle

Sykkeltelling

I flere byer registreres syklistene på sykkeltelementer. Når man sykler forbi, kan man se hvor mange som har syklet her før i dag og i år. Dette gir en umiddelbar tilbakemelding på atferd, og kan styrke følelsen av å være med i et fellesskap av syklistene.



Foto: Knut Opeide, Statens vegvesen / Flickr

Fotspor til ønsket atferd

Et velprøvd dult er å male fotspor dit man ønsker at folk skal gå - enten det er til søppelkasser eller til den sunne maten.

Svenske ICA satt fotspor fra kjøttet mot grønnsaksdisken, kombinert med en beskjed om at man kan drøye ut kjøtt med rotgrønnsaker. Kombinert gjorde dette at det ble solgt 18 prosent mer bønner, og 2 prosent mindre kjøtt.

Les mer på beteendelabbet.se



Takk

Mange norske byer har sprayet personlige takkehilsener på asfalten: "Takk for at du sykler og går" eller "Takk for at du går".



Bilde: Anne Christensen Lerum



Foto: Sneipfritt

Gjør stumping av røyken til en lek

Bedriften Sneipfritt setter opp ballot bins (avstemmingsbokser) i byer, hvor folk kan stemme med sigarettstumpen sin. For eksempel:

Hva kom først:

Høna / Egget

Hva er best:

The Sopranos / The Wire

Jeg kan ikke leve uten:

Mamma / Sjokolade

Reduksjon av matsvinn i omsorgssektoren

En norsk kommune ønsket å redusere matsvinn og innføre klimavennlig mat i omsorgssektoren. Kantinepersonalet på et sykehjem gjennomførte derfor et dulteeksperiment sammen med NORSUS. Fem avdelinger målte matsvinnet sitt, før det ble innført ulike dult på fire av avdelingene. På siste avdeling ble ikke noe dult gjennomført.

Følgende dult ble gjennomført:

- Avdeling A (kontroll): Ingen tilbakemelding på måleresultatene for matsvinn.
- Avdeling B: Fikk presentert måleresultatene ukentlig, men ingen forklaring eller tilbakemelding.
- Avdeling C: Mindre tallerkener.
- Avdeling D: Tilbakemelding på måleresultatene samt informasjon og påminnelser.
- Avdeling E: Ukentlige tilbakemeldinger om matsvinn med forklaring av tallene. Sammenstilling, feedback, samt sammenligning med de andre avdelingene. Mindre tallerkener og informasjon på matdunkene.

Resultatet

Etter at dultene ble innført, ble det kastet mindre mat på tre av avdelingene, sammenlignet med før. Resultatene nedenfor viser at det særlig var på Avdeling E at matsvinnet gikk ned (med 22 %). Dette viser at det ofte må en kombinasjon av flere dult og virkemidler til for å få effekt.



2. Forhåndsvalg



Hva går det ut på?

Hvilket alternativ eller innstilling velges om man ikke tar et aktivt valg? Printes det ut ensidig eller tosidig? Er elbil eller diesebil krysset av i skjemaet? Følger det automatisk med klimakvoter når du kjøper en flybillett, eller må du aktivt kjøpe dette i tillegg?

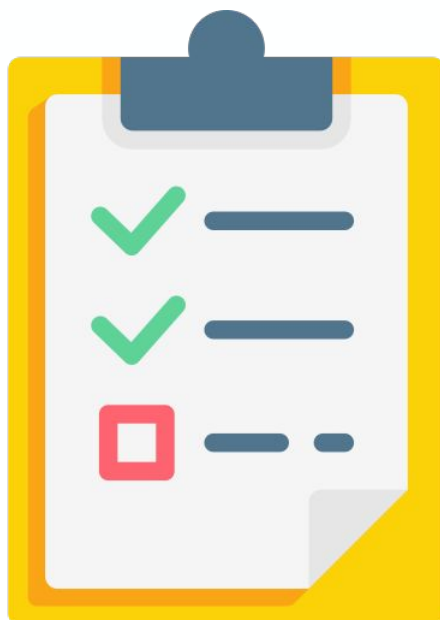
Ofte vil det være et kraftig dult å gjøre det klimavennlige alternativet til *forhåndsvalg*. Dersom man aktivt må velge *bort* det klimavennlige alternativet, vil flere velge dette, enn om man aktivt må velge det.

Hvorfor virker det?

Når vi tar valg, har vi ofte mye å tenke på, dårlig tid, eller er ikke motiverte til å sette oss inn i ny informasjon. Samtidig krever det tid og kognitiv kapasitet å tenke nøye gjennom ulike alternativer. Derfor er det lett at vi beholder det alternativet som allerede var satt, eller det som skjer dersom man ikke gjør noe som helst.

I tillegg har mennesker tapsaversjon, som betyr at vi misliker å miste noe mer enn vi liker å få den samme tingen. Å skulle velge bort det som var forhåndsvalget vil kunne oppleves som å "fjerne" noe, noe vi automatisk er negative til.

Forhåndsvalg oppleves også som sikre alternativer, og det ligger en *implisert godkjennelse* i et forhåndsvalg. Hvis noe er satt som standardalternativ, antar vi at dette er det foretrukne eller beste alternativet, som anbefales for oss.





Tips til klimavennlige forhåndsvalg

1. Sett oppvarming på litt lavere temperatur, og skru av/skru på lav temperatur i helger og ferier.
2. Digitalt oppmøte er forhåndsvalg på konferanser og møter for deltakere som bor langt unna. For deltakere som kommer fysisk, kan man gjøre tog til forhåndsvalg ved at billetten er bakt inn i konferansepakken, og at man aktivt må takke nei til denne.
3. Digital post er forhåndsvalg, man må aktivt velge fysisk.
4. Tosidig print.
5. Møtematen er uten kjøtt. Man må aktivt si fra om man ønsker med kjøtt.
6. Elbil er forhåndsvalg når man bestiller tjenestebil.

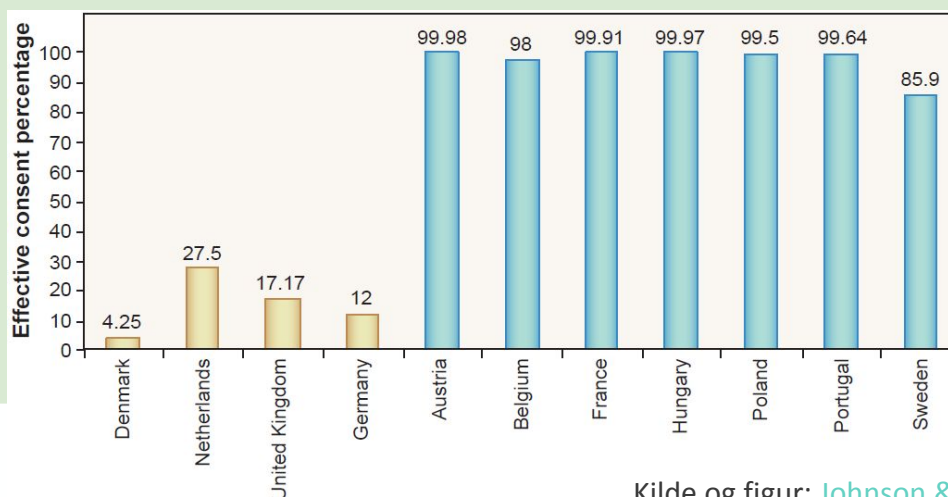


Organdonasjon: Automatisk organdonor eller automatisk ikke organdonor?

Et av de mest kjente eksemplene på forhåndsvalg som dult, handler om organdonasjon. I artikkelen "Do defaults save lives?" ("Redder forhåndsvalg liv?"), viser artikkelforfatterne de påfallende store forskjellene i andelen som er registrert som organdonorer i ulike land. Det store skillet er om det å stå i organdonorregisteret er forhåndsvalgt (opt-out) eller ikke (opt-in).

I figuren under viser gule søyler andelen donorer der hvor forhåndsvalget er å *ikke samtykke* til organdonasjon (kun 4–28 prosent samtykker), mens de blå søylene viser andelen der å *samtykke* til organdonasjon er forvalgt (hele 86–99,98 prosent samtykker).

I Norge er det opt-in for organdonasjon, og man må aktivt si fra om man ønsker å stå i organregisteret. Les mer om hvorfor på [Stiftelsen Organdonasjon](#).



3. Sosiale normer



Tips og triks: hvis få gjør den ønskede atferden i dag, funker det ikke å si at "7 av 10" gjør noe. Studier tyder på at å si at flere og flere gjør noe, også er effektivt, selv om andelen er lav.

Hva går det ut på?

Mennesker er sosiale dyr. Når vi lurer på hva vi skal gjøre eller mene i en situasjon, ser vi ofte til dem rundt oss. Dulting kan handle om å utnytte dette, og vise fram klimavennlig atferd for å få flere til å følge etter. Når kollegaen vår sykler til jobb uansett vær, eller nabokommunen begynner med klimabudsjett, kan vi inspireres til å gjøre det samme. Regionale "hotspots" med solcellepaneler eller elsyklister kan være med på å spre atferden. Det kan også være motiverende å bruke sosiale nettverk som allerede finnes, for eksempel gjennom å få skoleklasser, bedrifter eller idrettslag til å gjøre en klimadugnad eller konkurrere om å kutte egne utslipp.

Et dult kan også være å påpeke at mange gjør den ønskede atferden, dersom dette er tilfellet ("7 av 10 kildesorterer").

Hvorfor virker det?

Atferd smitter av flere grunner, blant annet:

- **Hva er riktig?:** Vi ser til andre for å forstå hva som er "riktig" måte å oppføre oss på i gitt situasjon. Vi ser særlig til dem vi identifiserer oss med og ligner på.
- **Konkurransinstinkt:** Når andre gjør noe, vekkes konkurranseinstinktet vårt. Vi vil ikke være dårligere.
- **Inspirasjon:** Andres atferd kan inspirere oss, eller minne oss på at noe er mulig.
- **Konformitet:** Å skille seg ut har en høy kostnad. Vi er redd for å avvises av de andre, særlig av "stammen vår", som er dem vi identifiserer oss mest med. Det er derfor trygt å kopierer atferden deres for å beholde plassen i gruppa.
- **Mindre risiko:** Hvis noen andre har testet noe før oss, vi vet at det funker og at risikoen ikke er så høy.

"75 % av tidligere gjester brukte håndkleet sitt igjen"

I et eksperiment hang forskere opp ulike lapper på badet på hotellrom. Alle oppfordret gjestene til å bruke håndkleet sitt igjen, men innledningen varierte. Én lapp sa: "Hjelp til med å beskytte miljøet". En annen lapp sa: "Gjør som de andre gjestene på dette hotellet og ta vare på miljøet. Nesten 75 % av gjestene (...) bruker håndkleet sitt mer enn én gang".

Beskjeden om hva de andre gjestene gjorde, fikk flere til å bruke håndklærne sine igjen (44 % gjenbruk) sammenlignet med kun oppfordringen om å ta vare på miljøet (35 % gjenbruk). Gjenbruket økte ytterligere dersom gjestene fikk beskjed om at 75 % av gjestene som *hadde bodd på dette hotellrommet* før dem brukte håndkleet sitt igjen.

Eksempler på dult med sosiale normer

Solcellepaneler sprer seg

Studier viser at når husholdninger, selskaper eller gårder installerer solcellepaneler, øker sjansen for at flere i nabolaget følger etter. Denne smitteeffekten er særlig sterk om panelene er synlige ut mot gata.

Les mer: [Baranzini mfl \(2017\)](#), [Curtius mfl., 2018](#)



Foto: Wikimedia

9 av 10 betaler restskatten i tide

I Storbritannia lyktes myndighetene med å øke andelen som betalte restskatten i tide ved å føye til en setning på brevet til dem som ikke hadde betalt i tide: "Ni av ti betaler skatten sin i tide. Du er i mindretallet som ikke betaler skatten i tide." Det mest effektive var når folk fikk beskjed om at dette gjaldt dem "med en gjeld som din, i ditt område".

Les mer: [Bloomberg](#)



Et ryddig søppelrom

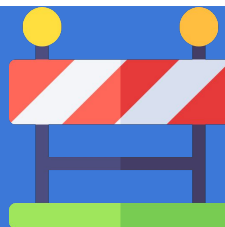
I ryddige omgivelser er det mer sannsynlig at folk selv holder det ryddig. I et borettslag som hadde utfordringer med at søppelrommet ble rotete og utrivelig, gikk beboerne sammen om å dekorere rommet, rydde og sette opp fine informasjonsplakater. Resultatet var at det holdt seg ryddig og pent i lang tid. Når beboerne selv fikk eierskap til endringene, gjorde dette at de var ekstra motivert til å fortsette å holde det fint.

Det var ingen pekefinger eller beskjeder om "Hold det ryddig her", men de ryddige omgivelsene sender et signal om at *det er sånn man oppfører seg her*.



Foto: Mona Nilsen

4. Fjerne hindre



Tips & triks: Hva er det egentlig som hindrer folk? Observer, mål og snakk med folk, for å kunne adressere det faktiske hindret.

Hva går det ut på?

Når man skal endre folks atferd, er det viktig å forstå hva som egentlig hindrer folk i å gjøre som de gjør. Det er lett å *anta* hvorfor folk ikke gjør det vi ønsker. Kanskje tror man folk bare mangler informasjon eller synes noe er for dyrt, mens hinderet egentlig er noe helt annet. Dulting kan handle om å adressere riktig hinder, enten det dreier seg om fysiske, tekniske eller organisatoriske hindre, og fjerne dem.

I tillegg kan det være aktuelt å *legge til* hindre eller friksjon for å gjøre klimafiendtlig atferd litt vanskeligere å gjennomføre. På noen arbeidsplasser må man for eksempel spørre sjefen om tillatelse for å bestille en flyreise til jobbreise, mens man kan bestille togbillett uten tillatelse. Å fjerne serveringsbrett ved kantiner er funnet å gi mindre matsvinn, fordi det blir vanskeligere å ta med seg for mye mat.

Hvorfor virker det?

Mange av valgene vi tar i løpet av en dag, må tas raskt og uten mye tankevirksomhet. Vi velger det som er enklest. Hvis vi møter mange hindre, som at noe er vanskelig og knotete, nettsiden er treg eller vanskelig å navigere, eller valget krever at vi finner fram til mye informasjon, kan dette stoppe oss selv om vi i utgangspunktet er motivert.



Kan jeg installere solcellepanel?

For enkelte boliger må man søke kommunen om tillatelse for å montere solceller på taket. Fredrikstad kommune har gjort det enkelt å sjekke om dette gjelder din bolig. På [nettsiden](#) deres skriver man inn adressen sin, og får beskjed om man må søke tillatelse eller ikke.

Eksempler på fjerning av hindre

Tips & triks: Les flere ideer til hvordan å fjerne og legge til hindre i [The Little Book of Green Nudges](#) (2020).

Elsykelbibliotek

Et godt eksempel på å gi folk atferden rett i hånda, er elsykelbibliotekene som fins i flere kommuner i Norge. Her kan folk låne med seg en elsykkel på biblioteket, helt gratis, i en uke eller to. Folk kan da prøve ut elsykkelen, og man tar bort hinderet ved å måtte investere store summer i noe man ikke vet om vil funke for seg.

Eksempler på elsykelbibliotek: [Buskerudbyen](#), [Vestby](#), [Nesodden](#) og [Ringerike](#).



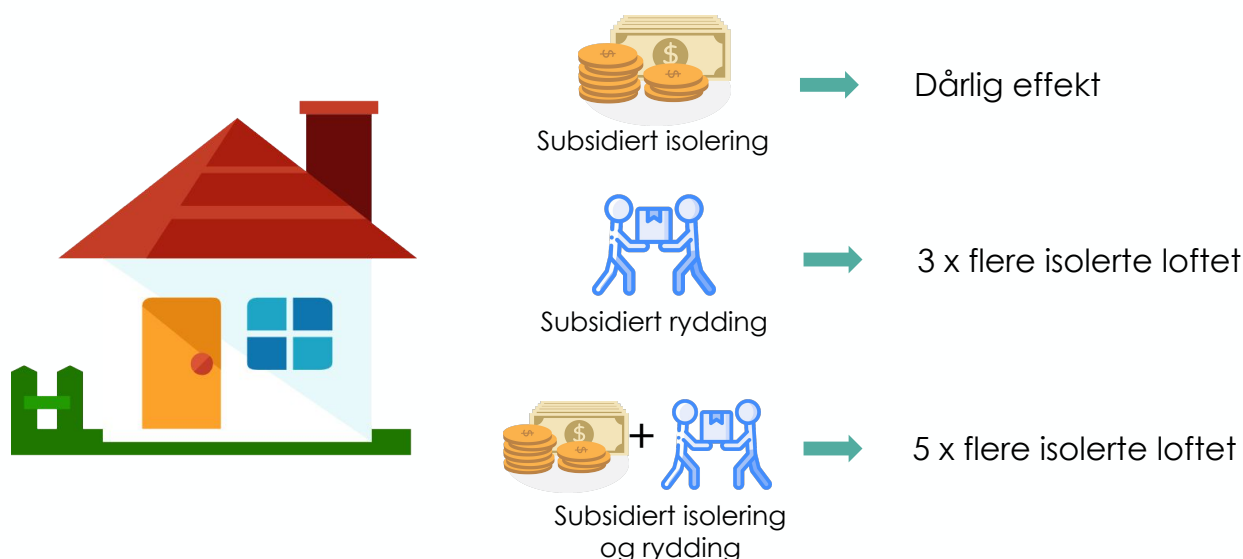
Foto: Buskerudbyen

Isolering av tak: Fra billigere isolering til billigere rydding

I Storbritannia ble det i 2010 satt ned en egen enhet, [Behavioral Insights Team](#) (*The Nudge Unit*, nå et globalt selskap), for å hjelpe myndighetene med å forbedre innbyggernes valg, blant annet innen personlig økonomi og helse. Ett av områdene de jobbet med, var å få flere innbyggere til å isolere loftet, for å spare energi og penger. Myndighetene hadde prøvd å gi subsidier til isolering, men oppnådde liten effekt.

Da The Nudge Unit begynte å grave, oppdaget de at det ikke først og fremst var penger som hindret folk i å isolere. Det var alt rotet de hadde på loftet. Myndighetene begynte derfor å tilby subsidiert rydding av loft i stedet, mot at man forpliktet seg til å isolere etterpå. Resultatet? Tre ganger så mange isolerte loftet, sammenlignet med før. Da myndighetene tilbydde både subsidiert rydding og isolering, ble antallet femdoblet sammenlignet med før.

Lærdommen er at det er viktig å adressere riktig hinder. Det er lett å anta at penger er det som hindrer folk, men det er ikke alltid tilfellet.



5. Attraktive navn



Hva går det ut på?

Navnet og beskrivelsen av produkter og tjenester kan påvirke hva vi tenker om dem og hvor lyst vi har til å teste dem. Et dult kan derfor være å gi klimavennlige alternativer mer attraktive navn. Dette dultet er særlig relevant og velprøvd for mat, men kan også være nyttig for andre områder.

For eksempel kan retter kalt “vegetar” først og fremst gi vegetarianere lyst til å velge dem. Dersom plantebaserte retter gis mer attraktive og beskrivende navn, kan rettene appellere til flere. Fristende beskrivelser kan til og med føre til at folk syns maten smaker bedre.

Hvorfor virker det?

De raske System 1-prosessene som ofte styrer beslutningene våre, påvirkes av faktorer i den situasjonen vi tar valg i. Hvordan mat ser ut og hva den heter, påvirker hvordan informasjonen om retten prosesseres, og hvilke følelser og forventninger vi får til maten. Ord som “vegetar” og “vegan” vekker kanskje ikke først og fremst assosiasjoner om noe smaksrikt og mettende for folk som ikke selv er vegetarianere?

Hvordan gi nytt liv til menyer

Livlige adjektiver som beskriver geografiske, nostalgiske eller sanselige tema knyttet til matrettene, kan trigge følelser og forventninger. Her er noen tips fra [Wansinck mfl, \(2001\)](#) til utforming av menynavn:

1. Geografiske navn

Navn som gir assosiasjoner til regionen eller landet hvor retten er spesialitet, kan vekke gode assosiasjoner. For eksempel *Bodø-burger* eller *Bergen spesial*.

2. Emosjonelle navn

Navn som spiller på følelser kan vekke gode minner om familie, tradisjon eller barndom. Som *klassisk italiensk pasta* eller *bestemors blomkålsuppe*.

3. Sensoriske navn

Når navn beskriver smak, lukt og hvilken “følelse” retten gir i munnen, er det enklere for kunder å se for seg at de kjøper retten og nyter den.

Hva med *Sprø gulrøtter i sesong*, *saftig søtpotetburger* eller *silkemyk bringebærsorbet*.



Tips & triks: Involver målgruppa med å velge nye navn. Hva syns videregående-elevene at de bærekraftige rettene skal kalles? Hvilke assosiasjoner gir ulike beskrivelser dem?

Tips & triks: Er noen retter eller ingredienser kortreiste eller i sesong? Bruk det i navnet!



Tips & triks: Vær bevisst på navn også for andre tjenester og produkter. Husk at beskrivelser med "klima-", "grønn" og "bærekraft" først og fremst appellerer til folk som er opptatt av dette. Kan man vektlegge andre fordeler, eller kalle det noe annet? Les mer om hvordan "miljø" ikke først og fremst er det som påvirker folk til miljøvennlig atferd, og hvordan kampanjer som spiller på stolthet og humor fungerer bedre enn skyldfølelse i [The Little Book of Green Nudges](#) (2020).

Fra Soyabiff til Sommertallerken

På fornøyelsesparken Liseberg i Sverige solgte den plantebaserte retten "Soyabiff" dårlig. Navnet ble pimpet opp til "Sommertallerken", løftet til toppen av menyen og kalt "Taubes favoritt" sammen med to andre plantebaserte retter.

Resultatet? Salget av retten økte med 275 prosent!

Dette eksempelet illustrerer hvordan en kombinasjon av flere dult ofte er nødvendig. Her kan både det attraktive navnet og å løfte retten ha bidratt til at den ble valgt oftere.

MENY



Soyabiff



Før dult

MENY



Sommertallerken



Etter dult
Salg av retten
økte med 275 %





Bilde: Anne Christensen Lerum

“En smartere bil nr. 2.” Et godt eksempel fra Trondheim kommune på hvordan nye navn og beskrivelser kan endre hvordan vi tenker på ting.

Tips & triks: Husk at dultet skal bidra, ikke løse alt!

Metode for å utvikle egne dult

Dette er en enkel metode for å lage og teste egne dult i fire steg.

Identifikasjon

1

Først begynner man med å identifisere *hva er problemet ditt, og hva er målet ditt?*

Eksempel:

Problem: Det kastes for mye mat på sykehjemmet eller i kommunekantina.
Mål: Redusere matsvinnet med 20 prosent i løpet av det neste året.

Diagnose

2

I Steg 2 prøver man å forstå *hva er atferden som leder til problemet?* For å sette en diagnose er det lurt å observere hva mennesker faktisk gjør. Hvem er de? Hva vet vi om dem? Prt med folk, spør om hva som hindrer dem og hva som motiverer dem.

Eksempel:

Folk forsyner seg med så mye mat at de ikke klarer å spise opp alt. Det kastes mye mat de dagene det serveres fisk. Det serveres for mye poteter.

Løsning

3

Steg 3 er å identifisere *hvilke dult som kan påvirke atferden du har identifisert.* Med utgangspunkt i de ulike dultetyperne, lager man en løsning som adresserer "problematferden" man identifiserte i Steg 2.

Kan man legge mer til rette for ønsket atferd, for eksempel gjennom å endre fysisk miljø, bruke forhåndsvalg, gjøre det sosialt, fjerne viktige hindre eller bruke attraktive navn?

Dulteplan

4

Siste steg er å lage en plan for hvordan man skal teste ut dultet i liten skala før man oppskalere, og å lage en plan for implementering. Hvem må man involvere? Hvor kan man teste? Test lenge nok for å se om har effekt, og sammenlign helst folks atferd med før man innførte dultet.

Tips & triks: Det er enklere å lage dult til spesifikke og konkrete mål. Heller enn "få ned biltrafikken", kan målet være "å få flere til å ta buss på strekning X" eller "få flere folk fra bedrift X til sykle."

1. Identifikasjon

Vær så konkret som mulig!

Hva er problemet mitt?

Hva er målet mitt?

2. Diagnose

Hva er atferden som leder til problemet?

3. Løsning

Hvilke dult kan påvirke atferden jeg har identifisert?

4. Dulteplan

Hvordan kan jeg gjennomføre dultet?

Hvilke nøkkelpersoner må jeg involvere?

Hvordan kan jeg teste om dultet påvirker atferden?

Ideer fra workshopene

I prosjektet "Klimadult Norge rundt" holdt Norsus og Endrava ni workshoper for ansatte i fylkeskommuner og kommuner våren og høsten 2021. Her utviklet deltakerne ideer til egne dult, basert på metoden på [side 22-23](#). Her er noen av de mange gode ideene som deltakerne hadde. Vi håper noen av dere vil teste dem og fortelle oss hvordan det gikk!

Forhånds-
valg

Sosiale
normer

Samkjøring

Identifikasjon: Det er mye unødvendig bilkjøring, ofte med bare én person i bilen. Målet er mer samkjøring.

Diagnose:

- Mye bilkjøring på grunn av vane, personlig fleksibilitet, det er tidseffektivt, lett og uproblematisk.
- Lite samkjøring fordi man ikke vil snylte, være til bry eller «trenge inn» sosialt. Barrierer er at man er usikker på hvem som har samme ønske, og ikke finner dem.
- Kanskje er det en mulighet nå post-korona å endre vaner til mer samkjøring?

Løsning:

- Velge et møte hvor det fra ledelsens side er forhåndsvalg å samkjøre. Legge til rette og vise at det forventes. Bruke appen SammeVei.
- Flytte dette videre til et idrettslag og gjerne privat event, f.eks. barneburstdag. Vis at det er forventet av deg som arrangør.
- Framsnakke eksemplene.
- Koble folk med samme behov sammen. Informasjon på fergekaia og togstasjonen om app eller Facebook-gruppe hvor man kan finne andre som vil samkjøre.

Endre
fysisk miljø

Munnbind på avveie

Problem: Det flyter med munnbind utenfor bygg og busstopp.

Diagnose:

- Mangel på avfallsbøtter der folk tar av munnbindet.
- Sosiale normer gjør det enklere å kaste munnbindet når det allerede ligger andre der.

Løsning:

- Klistremerker/plakat for å lede i riktig retning.
- Foto på avfallsbøtte som også unger forstår, så voksne kan få en dult av barnet sitt. For eksempel «tusen takk» og et bilde av noen som legger fra seg munnbindet.

Dulteplan: Prøve på stedene hvor det er størst problem. Fotologg for å se om søppelmengden minker.

Endre
fysisk miljø

Sosiale
normer

Opprydding i kantina

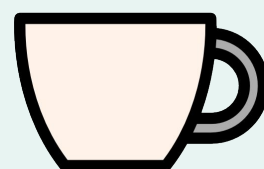
Identifikasjon: Servise leveres ikke tilbake til kantina. Flere videregående skoler har måttet gå bort fra flerbrukstallerkener fordi det ikke ryddes opp. Målet er at ting skal havne på riktig plass.

Diagnose:

- Slurv og latskap. Man har hastverk og fokus på andre ting når man har spist.
- Dårlig informasjon om hvor avfall skal kastes og ting settes på plass.
- Folk mangler eierskap («dette tar noen andre seg av»). Sosiale normer tilsier at hvis det allerede er mye rot, er det enklere å rote selv.

Løsning:

- Når man leverer tilbake porselen, setter man den i stabelen for sitt trinn/sin avdeling, og det gis premie til høyeste stabel.
- Juicekartonger blir levert i avstemningsbokser med pleksiglass ("fredagstaco eller fredagspizza?", vinnerretten serveres på fredag)
- Åpne søppelbøtter så folk ser hva man kaster hvor.



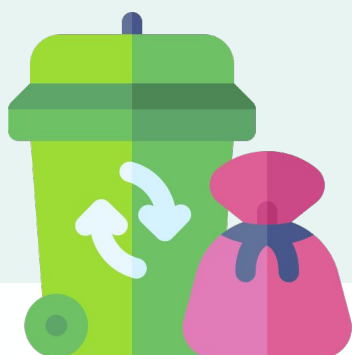
Matavfall i rett pose

Fjerne hindre

Sosiale normer

Problem: Det kastes for mye matavfall i restavfallet. Hver tredje matrest havner i restavfallet

Dult: Mange argumenterer med at «vi har ikke plass til matavfallbeholder». Vise hvordan ti ettromsleiligheter har løst det, og at det fungerer for dem.



Forhåndsvalg

Fjerne hindre

Redusere bilkjøring

Problem: Det er for mange privatbiler i sentrum.

Dult: Hvis man handler for en viss sum eller varer av en viss størrelse på kjøpesenteret, får man låne cargo bike i en time gratis, eller får gratis bussbillett.

Bilkjøring til skolen

Sosiale normer

Problem: Mange foreldre kjører barn til og fra skolen. Det skaper trafikkaos, sikkerhetsproblemer, klimagassutslipp og uønskede holdninger hos barna.

Dult: Gi en perle i et glass hver gang en elev har gått til skolen. Klassen får film og popkorn når glasset er fullt.



Sosiale normer

Endre fysisk miljø

Fjerne hindre

Øke bildeling

Problem: For mange privatbiler i sentrum gir plassproblemer. Hvordan få flere til å bruke bildeling i stedet for privatbil?

Dult:

- Fjerne parkeringsplasser for privatbil, erstatte med dedikerte plasser for bildelingsbiler. Gi folk garantert parkering hvis de bruker bildeling.
- Bruke influensere til å begynne med bildeling, for eksempel tipse om at kan komme til trening med bildeling.
- Bildelingsambassadører i hver gate. "Visste du at din nabo bruker bildeling en gang i uka?"
- I dag er det mange forskjellige apper. Lag én nasjonal app som fungerer på alle bildelingstjenester.



Forhånds-
valgSosiale
normerEndre
fysisk miljøFjerne
hindre

Elbil i kommunen

Problem: Kommuner skal over på fossilfri kjørepark. På enkelte enheter er det elbilmotstand.

Dult:

- Ta bilder og videoer som dokumenterer når elbilene vises under ekstremforhold, for å trygge om at dette fungerer.
- Elbil er for enkelt å velge vekk i bestillingssystemet. Sett elbil som forhåndsvalg.
- Det er knotete å finne ut når bilen skal brukes neste gang. Få opp melding på en skjerm i bilen om hvor lenge det er til bilen skal brukes neste gang, så man vet om man må hurtiglade eller ikke.
- Identifiser typiske ruter som man kjører i jobb. Synliggjør hvor det er lurt å stoppe og lade, og koselige caféer eller severdigheter på veien.
- Få nøkkelpersoner til å bruke elbil. Fortell historier om noen som har prøvd for første gang, og ble overrasket over hvor lett det var.

Overskuddsgjødsling

Forhånds-
valg

Problem: Det er mye overskuddsgjødsling på gårdene. Bonden har få incentiver til å gjødsle mindre.

Dult:

- Kommunen eller fylkeskommunen kan sette opp anlegg for å behandle overskuddsgjødsel/avrenning, gjerne et biogassanlegg. Sette et forhåndsvalg, slik at alle gårder innenfor et visst område må aktivt takke nei hvis ikke vil være med.
- Gi bøndene informasjon om det nye vanddirektivet som vil legge begrensninger på vannforurensning blant annet fra jordbruket, og hvilken konsekvens dette har for dem. Informere om at hvis de gjør det som i dag, kan det hende investeringene de har gjort vil gå tapt.

Forhånds-
valgSosiale
normerEndre
fysisk miljøFjerne
hindre

Sykling til jobb

Problem: For mange kjører bil til jobb.

Dult:

- Garderobe med dusj og mulighet for å tørke klær på jobben.
- Leie inn elsykler i en måned for å la de ansatte få prøve ut ordningen.
- Lederen går foran og bruker elsykkel.
- Det bør ikke være forhåndsvalg å ha en tilgjengelig parkeringsplass på jobb. Dette må man melde inn som behov.
- Incentiver til dem som sykler til jobb, for eksempel i form av redusert arbeidstid.

Endre
fysisk miljøAttraktive
navn

Matsvinn i kantiner

Problem: Det er for mye matsvinn ved kommunale kantiner. Det kastes for mye mat både på kjøkkenet og av gjester.

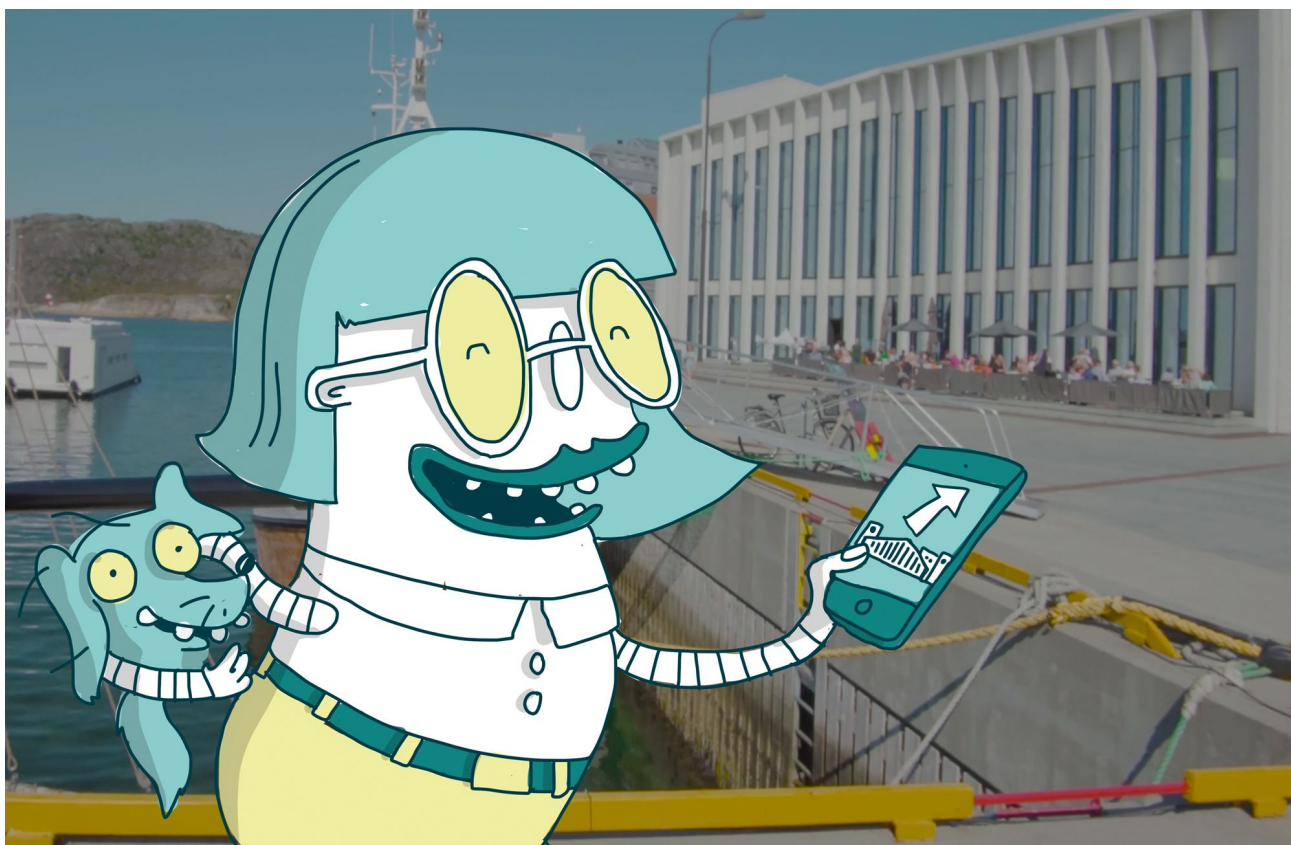
Dult:

- Sette opp en vekt ved kildesorteringen i kantina, slik at hver enkelt får tilbakemelding om hvor mye mat de har kastet.
- Forskjellige mengder på maten som er lagt opp. Noen orker mye mat, andre mindre.
- Restefest på kantina klokka 14-15.
- Bedre navn på rettene.
- Statistikk på veggen over matsvinnet, med gamification-elementer som viser hvor langt man er fra å nå målet. Oversette til antall svømmebasseng fylt med matsvinn (visualisering), klimagassutslipp og kroner sløst.



Eksempel fra en fylkeskommune

Smartere Transport Bodø: Kutter utslipp ved å endre reisevaner



Illustrasjon: Byraa Bodø

– Bodø er en 10-minuttersby. Det tar 10 minutter å gå nesten uansett hvor du skal, sier Rune Eiterjord.

Han er rådgiver i Nordland fylkeskommune og prosjektansvarlig for delprosjektet «Mobility as a Service», et av ti delprosjekter i Smartere Transport Bodø. Dulting er sentralt i flere av dem.

– Vi vil utfordre folk på hvorfor de likevel kjører bil, og endre ryggmargsrefleksene deres. Vi vil at folk skal tenke at det går an å bo her uten at bil er hovedfremkomstmiddelet. Særlig de som skal flytte inn i den nye bydelen, som mest sannsynlig blir bilfri, sier Eiterjord.

Smartere Transport Bodø er et forprosjekt før den nye bydelen i Bodø skal bygges, for å finne morgendagens løsninger for mobilitet. Det er et samarbeidsprosjekt mellom Nordland fylkeskommune, Bodø kommune, Avinor og Telenor.

– Vi tester framtidige løsninger i dagens bysentrum, forteller Eiterjord.

Pilotprosjekter

Målet i Mobility as a Service er å skape en løsning hvor de ulike transporttilbudene i Bodø er samlet – buss, hurtigbåt, tog, delingsbiler og taxi. Det er gjennomført pilotprosjekter hvor løsninger testes av ulike målgrupper.

– Sånne pilotprosjekter endrer måten vi jobber på. Vi opplever at det er OK å gå ut med uferdige produkter så lenge man er gode på kommunikasjon, sier Eitejord.

Fortsetter på
neste side



Kobla

I et av pilotprosjektene ble det gjennomført konkurranser om å reise mest mulig miljøvennlig, i samarbeid med [Kobla](#), en app for personlig, frivillig reiseregistrering. I et miljødashbord får man vite hvor mye CO2 man har sluppet ut til transport i dag, samt tidsbruk og kostnader knyttet til reisingen. Bonus og statistikk i appen motiverer brukeren til å redusere klimafotavtrykk, tidsbruk og kostnader over tid.

Innbyggere i Bodø fikk teste en betaversjon av appen i tre uker, og ga tilbakemeldinger om hva som fungerte og ikke, og hvilke funksjonaliteter som bør prioriteres videre.

“

I vår våte drøm konkurreres det innad i en familie. De unge utfordrer mor og far eller bestemor og bestefar til å faktisk endre transportvaner.”

Rune Eiterjord,
Nordland fylkeskommune



Konkurransse

Det var også konkurranser i ulike grupper om hvem som reiste mest miljøvennlig, for eksempel blant idrettsungdom, offentlige ansatte og studenter ved Nord universitet. Vinnerne vant gavekort.

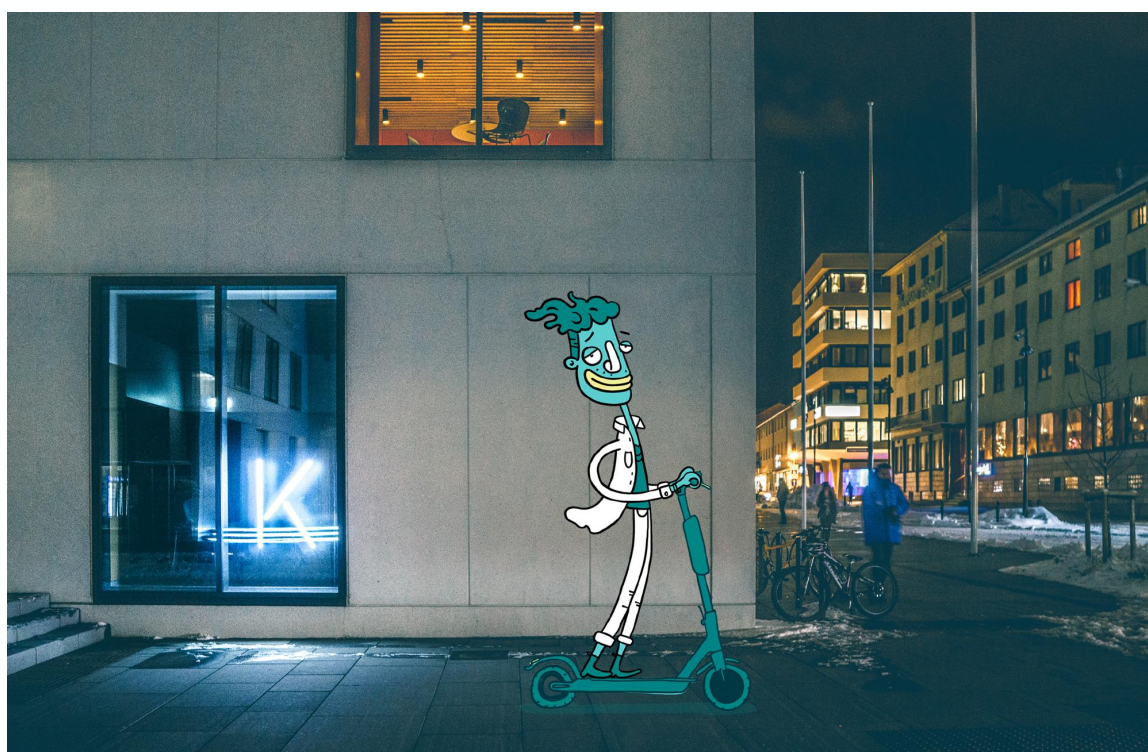
– Det har fungert. Vi ser at vi klarer å endre reisevaner litt. Det som er vanskelig er å opprettholde vanene, forteller Eiterjord.

Han tror konkurranser er ekstra effektive om man konkurrerer med noen man kjenner.

– I vår våte drøm konkurreres det innad i en familie. De unge utfordrer mor og far eller bestemor og bestefar til å faktisk endre transportvaner.

Samtidig erfarte Eiterjord at hva som motiverer folk varierer.

– Folk er forskjellige. Noen liker konkurranse, noen liker klapp på skuldra fra andre, noen liker klapp på skuldra fra seg selv.



Illustrasjon: Byraa Bodø

**Dette prosjektet er finansiert av Norges forskningsråd,
prosjektnummer 314291**

Les mer om oss, tjenestene våre og tidligere prosjekter på
www.endrava.no og www.norsus.no.

Kontakt oss gjerne om du ønsker å samarbeide om et dulteprosjekt, eller
ønsker foredrag eller workshoper om dulting eller klimakommunikasjon.



Sigrid Møyner Hohle

Rådgiver i klimapsykologi og
kommunikasjon i Endrava

sigrid@endrava.com

(+47) 95 73 30 60



Mona Nilsen

Seniorrådgiver i NORSUS

mona@norsus.no

(+47) 95 01 73 43

