



NUDGEGUIDE

FÖR MINSKAD NEDSKRÄPNING
AV FIMPAR OCH SNUSPRILLOR



Innehåll

3 VARFÖR EN NUDGEGUIDE?

- 4 Varför skräpar vi ner?
- 5 Du kan vara valarkitekt & göra skillnad

6 SÅ FÖRSTÅR DU PLATSEN OCH BETEENDET

- 6 Välj en plats
- 6 Observera och dokumentera
- 7 Identifiera beslutssituationer
- 7 Gör skräpmätningar

8 NUDGEVERKTYG SOM SKAPAR FÖRÄNDRING

- 9 Visa vägen
- 10 Förändra placering
- 11 Ge återkoppling
- 12 Ge socialt bevis
- 13 Synliggör effekten
- 14 Skapa ägarskap

15 EXPERIMENTERA MERA

- 15 Så gör du ett nudgeexperiment i 5 steg

18 LÄNKAR OCH LÄSTIPS

Denna nudgeguide är skapad av Beteendelabbet på uppdrag av Håll Sverige Rent – en ideell stiftelse som jobbar för att ingen ska skräpa ner.

FÖRFATTARE Elsa Stålner Correia
Linda Lindström
Beteendelabbet

GRAFISK FORM Lina Forsgren

ILLUSTRATION Lina Forsgren
Camilla Hammarin
Hilda Tenow Benulic

INNEHÅLL & GRANSKNING

Jane Falkstranden
Malin Leth
Lisa Possne Frisell
Pontus Tengby
Håll Sverige Rent

TACK TILL

Stefan Riesdal, Göteborgs Stad
Charlotte Bourghardt, Kungsbacka kommun
Andreas Sävenstrand, Örebro kommun
för att vi fick intervjua er om era
upplevelser av att använda nudgingmaterial
från Håll Sverige Rent



Varför en nudgeguide?



Denna guide är till för dig som arbetar med att minska nedskräpning av fimpar och snusprillor på offentliga platser. Guiden är tänkt att vägleda dig i ditt arbete med inspiration och handfasta verktyg för att göra det lätt att fimpa rätt. Nudgeguiden baseras på Håll Sverige Rent- och Beteendelabbets praktiska erfarenhet och beteendevetenskapliga kompetens. Guiden innehåller även exempel från verkligheten och insikter från aktörer som använt sig av Håll Sverige Rents nudgematerial.



Varför skräpar vi ner?

Undersökningar visar att **94%** av tillfrågade svenskar tycker att det är viktigt att minska nedskräpning. Trots det slängs cirka 1 miljard fimpas på gator och torg i Sverige, varje år. Här finns det uppenbarligen ett glapp mellan vilja och handling – vi agerar inte i linje med våra ambitioner. Så, hur kan vi hjälpa fler att göra annorlunda? För att kunna påverka beteenden behöver vi först undersöka dem.

Vår hjärna agerar utifrån förprogrammerade instinkter som utvecklats evolutionärt för att säkra vår överlevnad – men som idag ibland stjälper mer än de hjälper.

Ett av dessa grottmännisko-beteenden som lever kvar i oss är att vår hjärna alltid vill spara på energi, vilket gör oss lata. Klokt för sisådär 100 000 år sedan när vi inte visste när vi skulle få äta nästa gång, men idag gör det att vi tar genvägar som inte alltid är bra för oss – eller planeten.

NUDGING – EN "KNUFF" I RÄTT RIKTNING

Nudging är ett begrepp och en metod som innebär att designa och arrangera olika platser för att underlätta för människor att fatta hållbara beslut. Med hållbara beslut menas beslut som är bra för personen själv och för samhället i stort. Nudging innebär att förstå sig på varför vi gör som vi gör, och designa sätt att påverka dessa beteenden. Genom att förstå mänskligt beslutsfattande – och situationen runt beslutet kan du göra det lätt att göra rätt. Nudging är ett komplement till andra beteendepåverkande styrmedel såsom böter och andra regleringar. Med nudging kan vi på olika sätt hjälpa individer i komplexa beslutssituationer.

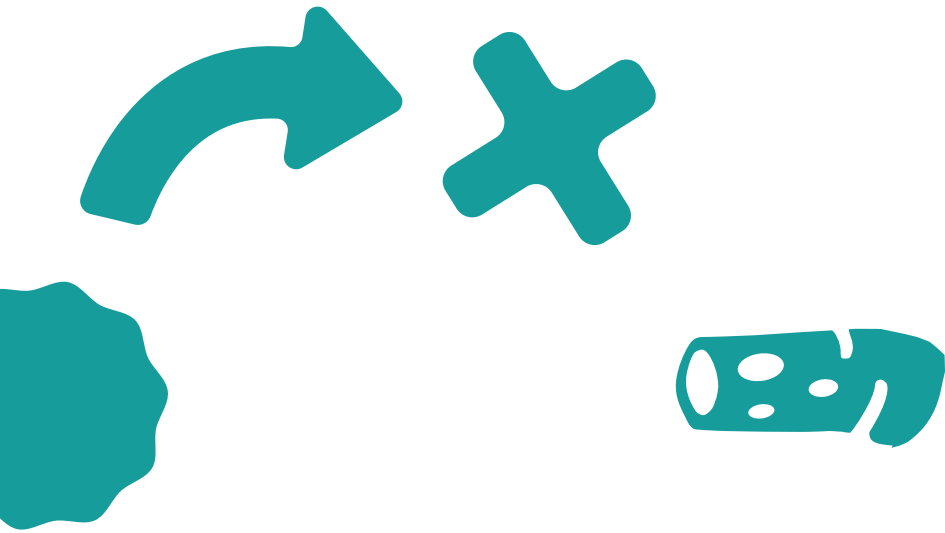
Vi vill
ha mindre
skräp!

94%

När vi ständigt letar efter minsta motståndets väg har vi svårt att fullfölja beteenden som kräver lite mer ansträngning såsom att gå de där extra metrarna till askkoppen.

Vi människor är dessutom flockdjur, som ofta härmar varandras beteenden och förhåller oss till sociala normer. När vi ser att andra skräpat ner – då uppfattar vi detta som ett accepterat beteende – och gör likadant själva, trots att vi egentligen uppskattar en ren och trivsamt miljö. Vi har överlag en tendens att sätta hjärnan på autopilot utan att reflektera särskilt mycket över vad vi gör. Det är här som nudging har potential att hjälpa oss att göra om och göra rätt!





Du kan vara valarkitekt och göra skillnad

Vi har alla möjlighet att påverka vårt eget och andras beteenden. På nudgingspråk kallas det för att vara “valarkitekt”. Det finns en mängd olika sätt att påverka beteenden och designa valarkitektur som alla grundar sig i kunskap kring den mänskliga hjärnan. För att du lättare ska kunna vara valarkitekt när det kommer till att minska nedskräpning av fimpar och snusprillor kommer vi i denna guide att ta dig genom processen av att förbereda, genomföra och utvärdera en nudgeinsats. Du som arbetar med offentlig miljö har stora möjligheter att göra det lätt att fimpa och slänga rätt.



Så förstår du platsen och beteendet



Välj en plats

Olika platser har olika förutsättningar att uppmuntra det önskvärda beteendet – att fimpa och slänga snusprillor på rätt plats. För att du ska kunna designa träffsäkra nudgeinsatser behöver du förstå både behovet, situationen, beteendet och platsen. När du väljer en plats kan det vara på olika premisser. Det kan vara en plats som är extra hårt drabbad av nedskräpning, eller en plats där många människor rör sig och du har chans att påverka fler. Här finns inga rätt eller fel utan det handlar om att välja ut en eller flera platser för att sedan kunna observera beteenden på denna plats och utifrån dessa designa en nudge.



Observera och dokumentera

När du valt en eller flera platser för din nudgeinsats är det första du ska göra att besöka platsen. Då kan du dels observera användarnas (personer vars beteende du vill förändra) beteende i praktiken och dels kartlägga hur problemet med nedskräpning ser ut idag. Observera vad människor faktiskt gör – snarare än vad de säger eller tror att de gör. På så sätt lär du dig mycket om både platsen och din användare.

”

Vår erfarenhet är att man får bäst resultat om man använder materialet på en stor och öppen plats där det är mycket folk som rör sig. Jag skulle nog säga att det är bra att satsa på ett torg, lite beroende på vad man sätter upp och vilka man vänder sig till.

STEFAN RISEDAL

Planeringsledare, Trafikkontoret, Göteborgs Stad
som använt sig av nudgematerial från Håll Sverige Rent.



Identifiera beslutssituationer

Studera människor på platsen och undersök var askkoppar och papperskorgar finns placerade. Genom observation kan du identifiera beslutssituationer, alltså var, hur och när människor fattar beslut kring var de ska slänga sin fimp eller snusprilla. På så sätt kan du förstå vilka hinder som finns för att slänga rätt. Kanske blir det tydligt att avståndet mellan platsen där människor faktiskt röker och askfatet är för långt? Kanske kan du se ett flöde i hur människor rör sig på- och använder sig av platsen under olika tider på dygnet och hur detta påverkar nedskräpningen. Se till att dokumentera dina observationer för att kunna ha dem som underlag för din nudgeinsats.



Gör skräpmätningar

Att räkna antal fimpar och snusprillor är det bästa sättet att mäta nedskräpningsbeteendet. Utifrån detta kan du sätta upp tydliga och mätbara mål som visar vad människor faktiskt gör, snarare än vad de säger att de gör. För att kunna avgöra om din nudgeinsats har fått önskvärd effekt behöver du kunna jämföra skräpläget innan och efter din insats. Läs mer om hur Håll Sverige Rent gör sina skräpmätningar [här](#).



Att mäta effekten av åtgärderna är förstås en väldigt viktig del i arbetet för att förebygga nedskräpningen – då vet man ju vad som fungerar och inte!

BRITTA LÖNN

Verksamhetsutvecklare, mätningar,
Håll Sverige Rent

Nudgeverktyg som skapar förändring

Det finns många sätt att ta sig an problemet med nedskräpning av fimpar och snusprillor. Vilket sätt som fungerar bäst kan vara svårt att veta på förhand, men om du skapat dig en bild av problemet och platsen så är du på god väg. För att du lättare ska hitta ett sätt att påverka beteenden på den plats du valt har vi förpackat forskning kring beteendeförändring i ett antal nudgeverktyg. Alla dessa nudgeverktyg har potential att minska nedskräpning och kan kombineras beroende på användare, plats och vilket beteende du vill förändra.



VISA VÄGEN



FÖRÄNDRA
PLACERING



GE ÅTERKOPPLING



GE SOCIALT BEVIS



SYNLIGGÖR
EFFEKTEN



SKAPA
ÄGARSKAP

Hallå?! Hej!
Titta här
borta!



Visa vägen

**RIKTA UPPMÄRKSAMHET
MOT BETEENDET**

Mängder av intryck strömmar mot oss hela tiden och för att inte överbelasta vår hjärna har vi en tendens att välja genvägar. Vi dras gärna till det som sticker ut; ett mönster, en tydlig färg eller ett annorlunda budskap. Det här verktyget handlar om att fånga användarens uppmärksamhet, att skapa något som särskiljer sig i den fysiska miljön och som underlättar för det önskvärda beteendet (att fimpa och slänga rätt). Verktöget passar bra när askfat och papperskorgar är svåra att hitta eller det är otydligt vad som får slängas vart. Då kan du exempelvis:

Placera ut färgglada fotsteg som leder till askfat eller papperskorg.

Använda markdekaler med pilar och budskap som guidar användaren till askfat och papperskorgar.

Synliggöra askfat och papperskorgar med färg, form och kommunikation som skapar uppmärksamhet.



FOTO: LINA FORSGREN

HÄLFTEN SÅ MÅNGA FIMPAR

Håll Sverige Rent och Beteendelabbet lyckades år 2020 halvera mängden fimpar på marken på Skärholmens torg i Stockholm. Nudgeinsatsen innehöll bland annat markdekaler i form av pilar med starka färger som guidade rökaren till soptunnor och askfat.



FOTO: JORDAN LORAINE

FLIPFLOPS PÅ STRANDEN

På en badstrand i Sillviken, Göteborg använde Håll Sverige Rent och Beteendelabbet sig av fotspår med formen av flip flops för att leda rökare fram till en ballot bin med funktionen av askfat och interaktiv nudge. En ballot bin är en låda där rökaren uppmuntras att lägga sin fimp som en "röst" i en frågeställning eller omröstning. (se exempel på ballot bin på sid.11)

Precis vad
jag behövde!



Förändra placering

FLYTTA VALET NÄRMARE

När vi tar beslut har vi en tendens att välja den enkla eller snabbaste vägen. Det här verktyget handlar om att anpassa den fysiska miljön så att det önskvärda beteendet blir lätt att identifiera och lätt att utföra. Verktöget passar bra när du observerat att rökningen sker på annan plats än där askfat och papperskorgar finns. Då kan du exempelvis:

Flytta askkoppar och papperskorgar till den plats där rökning och nedskräpning faktiskt sker.

Skapa avsedda och tydliga ytor där avståndet mellan rökning och askfat är anpassat för att fimpen ska hamna på rätt plats.



FOTO: DAREN HAMLIN

PÅSHOLKAR I FJÄLLEN

I de svenska fjällen är snusprillor det vanligaste skräpet som hamnar i naturen. För att få fler att plocka upp sitt (och andras skräp) under vandringar på Bergsleden satte Håll Sverige Rent upp så kallade påsholkar. Dessa holkar fanns utplacerade längs med vandringsleden med uppmaningen "Ta gärna en påse och plocka lite skräp". Under pilotstudien tyckte 98% av besökarna att holkarna var ett bra initiativ för att minska nedskräpning. 48% tog en påse och 69% använde den till eget skräp och 40% till att plocka upp andras.



FOTO: JORDAN LORAINE

SLUTSTATION FÖR FIMPARN

I ett lyckat nudgeprojekt från 2020 använde Håll Sverige Rent och Beteendelabbet sig av markdekaler med syfte att minska avståndet mellan "rökplats" och "fimpplats" på Drottningtorget i Göteborg. Markdekaler hade utformningen av spårvägskartor med uppmaningen att "fimpa i slutet av linjen".

Tack för att
du fimpar i
askkoppen!



Ge återkoppling

SKAPA EN BELÖNANDE KONSEKVENNS

Vi människor har lättare för att upprepa beteenden som upplevs belönande. Det här verktyget handlar om att, i direkt anslutning till det önskvärda beteendet, ge användaren någon form av återkoppling eller positiv respons. Det kan exempelvis vara:

Ett budskap som bekräftar att det önskvärda beteendet utförts.

Att fimpsituationen är lekfull med gamification; designa fimpplatsen så att det blir "roligt" att fimpa rätt.



FOTO: JORDAN LORAINE

TYCK TILL MED FIMPEN

I stadsdelen Majorna minskade Beteendelabbet och Håll Sverige rent nedskräpningen av fimpar med 65% med hjälp av bland annat ballot bins. Dessa ballot bins uppmuntrade rökaren att lämna sin fimp i respektive fack utifrån sin åsikt i en fråga. Tematiken för ballot binsen anpassades utifrån sin placering och frågorna var tänkta att väcka intresse och uppmärksamhet.



FOTO: MARIA NORLIN

SOPMONSTER FÖR SOPSORTERING

För att underlätta för sopsorteringen i stadsdelen Bäcklösa i Uppsala använde Beteendelabbet och Uppsala Hem sopmonster. Genom en lekfull design blev det lättare för de boende i området att sortera rätt. Att mata sopmonstren blev ett interaktivt beteende med en underhållande återkoppling.



Ge socialt bevis

VISA VAD MAJORITETEN GÖR

Vi människor är flockdjur. Många av våra beteenden handlar om att anpassa oss till den större massan och att inte sticka ut. Det här verktyget handlar om att visa för användaren att normen är att utföra det önskvärda beteendet. Du vill helt enkelt visa hur andra gör för att uppmuntra användaren att göra likadant. Det kan du göra genom att:



Plocka upp fimpar och snusprillor och håll miljön ren – vi vill ogärna vara den som "börjar" skräpa ner.

Använda ett budskap som beskriver normen såsom "Här i X är vi rädda om naturen och varandra".

Oh, oopi-doo,
jag vill ju va
som du!

”

Om vi är osäkra på vad vi ska göra söker vi efter sociala bevis i vår omgivning.

Vi gör helt enkelt som andra gör. Ser vi att andra har slängt fimpar och snusprillor på marken, ökar därför risken att vi gör likadant då det verkar socialt "okej".

LINDA LINDSTRÖM

Beteendestrateg på Beteendelabbet

OBS!

När du använder dig av detta verktyg måste du vara försiktig. Om inte majoriteten faktiskt utför det önskvärda beteendet kan nudgen få motsatt effekt. Om du exempelvis kommunicerar att "4 av 10 grannar fimpar i askkoppen" riskerar användaren istället att tolka nedskräpning som ett accepterat beteende.



BILD: LINA FORSGREN

GRANNSAMVERKAN OCH ÅTERVINNING

I en verktygslåda för ökad återvinning som Beteendelabbet utvecklat till Fastighetsägarna fanns bland annat klistermärken med syfte att skapa en social norm. Budskapet "Tillsammans är vi flera som kan sortera mera" kommunicerades i miljörum och på soptunnor.



Synliggör effekten

VISA VAD BETEENDET LEDER TILL

Många val har konsekvenser som inte syns i själva beslutssituationen. När vi slänger fimpen eller snusprillan på marken ser vi inte en direkt påverkan på djur och natur. Det gör att vi där och då inte väger in den aspekten när vi utför beteendet. Här gäller det att visa för användaren vilka konsekvenser; positiva eller negativa hans beteende har. På så sätt kan du öka motivationen för ett önskvärt beteende. Det kan du göra genom att:

Kommunicera konsekvensen av hur djur, natur och människor påverkas av nedskräpning, eller att det från och med 2022 är böter på att skräpa ner.

Designa askkoppar och papperskorgar så att de visuellt förklarar hur rökning och nedskräpning påverkar djur, natur och människor

Fokusera på den positiva effekten av att fimpa rätt och visa hur detta beteende gynnar natur, djur och människor.

”

För många är det nog nyttigt att förstå kopplingen. Om man slänger någonting på marken eller i vattnet så är det inte magiskt borta

CHARLOTTE BOURGHARDT

Miljöingenjör, Kungälv kommun som använt nudgematerial från Håll Sverige Rent

Visste du att...?



FOTO: NAMN EFTERNAMN

HJÄLP KANINEN SLUTA RÖKA

Ett nudgeprojekt på busshållplatser i Ystads, Trelleborgs och Lunds kommun minskade nedskräpning av fimpar med hela 56% med hjälp av humor och information. Skyltar med budskapet "Snälla fimpa i askkoppen! Nikotinkaninen försöker sluta röka" sattes upp vilket resulterade i 1100 färre fimpar.



FOTO: HUBBUB FOUNDATION UK

VAR SNÄLL MOT FISKARNA

För att visa effekten av nedskräpning i Themsen gjordes flertalet insatser inom projektet For Fish Shake London. Bland annat sattes markdekaler upp vid flera dagvattenbrunnar, där många fimpar hamnar. Markdekaler blir ett enkelt sätt att påminna om hur nedskräpning drabbar djur och natur.

En för alla -
alla för en!



Skapa ägarskap

**GÖR ANVÄNDAREN TILL
EN DEL AV LÖSNINGEN**

Delaktighet är en av människans starkaste drivkrafter; vi vill bli sedda, hörda och känna tillhörighet. Att engagera användaren och skapa en delaktighet i lösningar kan bidra till positiv beteendeförändring. Detta verktyg är särskilt effektivt när det är samma grupp av människor som återkommande använder sig av platsen, exempelvis i ett bostadsområde. Skapa ägarskap genom att:

Låt användaren bli delaktig i beslut genom att få rösta om exempelvis alternativ till utformning av platsen eller papperskorgarnas nya utseende.

Ge förutsättningar för användare att själva göra en ansvarsfördelning sinsemellan för att ta hand om sin närmiljö.

Få användare att investera sin tid och energi vid exempelvis ombyggnation eller upprustning av områden, exempelvis genom att måla om miljörum, askkoppor och papperskorgar.



FOTO: JOHN-DANIEL ISACSSON



ÄGG OCH ÄGARSKAP

I ett innovationsboende kopplat till Chalmers i Göteborg skapade Beteendelabbet ett cirkulärt system för att minska matsvinn. De boende fick tillsammans generera idéer som ledde till att det inom projektet designades ett modulärt hönshus som de boende tillsammans byggde ihop. Sedan planerade de för och gjorde upp förutsättningar för att ta hand om höns – som de matade med matrester (och därmed minskades matsvinnet markant!). I gengäld kunde studenterna hämta ägg från hönorna och ett cirkulärt system skapades.



BILD: LINA FORSGREN

GRANNARNAS MILJÖLÖFTE

För Fastighetsägarna tog Beteendelabbet fram ett miljölöfte för de boende att signera och lämna in till sin bostadsrättsförening. Miljölöftet var en typ av kontrakt som de boende skrev under när de antog uppgiften att "jag vill ta mitt ansvar och tillsammans med mina grannar se till att hålla rent och fint i gemensamma utrymmen". Tillsammans med andra insatser testades och utvärderades miljölöftet med goda resultat och en markant förbättrad avfallssortering.

Experimentera mera

Beteenden är nästan alltid beroende av sitt sammanhang och det finns ingen garanti för att en nudge kommer att fungera. Därför är det viktigt att mäta nedskräpningsbeteendet (exmpelvis antal fimpar och snusprillor på marken), testa och utvärdera nudgeinsatser i "verklig miljö" och göra så kallade fältexperiment. Så, hur gör du ett experiment? Nedan sammanfattar vi allting för dig i fem enkla steg.

Så gör du ett nudgeexperiment i 5 steg

1

SKAPA RÄTT FÖRUTSÄTTNINGAR

Ett bra första steg när du ska göra ett nudgeexperiment är att formulera ett tydligt mål; vad är det du vill uppnå och i vilken miljö? Bestäm en avgränsad plats där du ska genomföra ditt nudgeexperiment.

2

FÖRSTÅ ANVÄNDAREN

Genom att förstå målgruppens verklighet kan du designa en träffsäker nudge som möter ett verkligt behov. När du har projektmålet framför dig och vet på vilken plats du vill minska nedskräpning är det dags att kartlägga nuläget. Vad finns det för hinder i miljön, vad försvagar och vad förstärker möjligheten och motivationen till att slänga rätt idag? Observera den fysiska miljön och titta på tidigare nedskräpningstatistik. I vilken besluts-situation är det lämpligt att göra förändringar genom nudging?

SÅ SKAPAR DU ETT BRA PROJEKTMÅL

Fem frågor att ställa när du formulerar ett projektmål

1. Är målet prioriterat inom verksamheten? (finns det en budget för projektet och är det inom ramen för organisationens mål)
2. Är målet mätbart? (t.ex. fimpar & snus per kvadratmeter?)
3. Är målet accepterat? (t.ex. se till att medarbetare och involverade avdelningar är med från start. Både medarbetare och utomstående aktörer för design av nudgematerial eller städenntrepenad är viktiga för att skapa samsyn i projektet från start)
4. Är målet realistiskt? (Hur ser nuläget ut, sätt hellre stegvisa lägre mål än ett för högt från start)
5. Är målet tidsbestämt? (bestäm under hur lång tid ni vill mäta effekten)

3

DESIGNA ELLER VÄLJ BEFINTLIG HSR-NUDGE

Med förståelse för situation och användarnas behov som grund är det nu dags att utforma din nudgeinsats. Du kan välja att använda dig av befintligt material från HSR eller så kan du, med hjälp av våra nudgeverktyg på sida 8 designa din egna insats. Beroende på hur din organisation ser ut och din yrkesroll kan detta antingen göras internt eller med hjälp av extern kommunikationsbyrå. Oavsett har du genom ditt förarbete en god grund för att skapa en brief för designmaterial.

FÖRSÖK TESTA LÅNGSIKTIGT

Det kan till viss del vara enklare att påverka engångsbeteenden och få människor att göra annorlunda en gång, men det är betydligt svårare (och tar längre tid) att skapa bestående förändring. I nuläget finns inte särskilt många studier som undersöker de långtgående effekterna av olika nudgeinsatser, något som skulle kunna ge värdefulla insikter för valarkitekter inom olika områden. I planeringen av din nudgeinsats, se om du kan skapa förutsättningar för att följa upp ditt arbete längre fram!

4

IMPLEMENTERA OCH MÄT EFFEKTEN

När du har material producerat är det dags att implementera och mäta effekten av materialet. Utgå från insikterna du samlat på dig i steg 2 för i vilken situation du ska implementera nudgen. I en offentlig miljö är det många faktorer som påverkar användarens beteenden (väder, händelser i omvärlden, dag och tid m.m). Ibland kanske du upplever att din insats inte uppnått önskad effekt när det i själva verket var andra faktorer som påverkade resultatet. För att isolera och urskilja effekten av din nudgeinsats är det därför klokt att ha en kontrollperiod – och allra helst – kontrollplatser att jämföra resultaten mot.

Både kontrollperioden och kontrollplatsen behöver vara så lik perioden och platsen där din nudgeinsats görs, med samma förutsättningar etc. Detta för att det ska bli ännu lättare att förstå hur din nudge påverkade nedskräpningsbeteendet.

Använd **hsr:s verktyg för skräpmätning**.

ANVÄND HSR:S NUDGEMATERIAL

Håll Sverige Rent har tagit fram olika typer av nudgematerial som exempelvis dekalering och stickers. När du beställer, tänk på att välja material som är avsett för utemiljö. Vid implementering av dekalering är det viktigt att underlaget är rent och torrt.

Hurra!

Oj!

Under experimentets gång har du mycket att lära. Vilka för och nackdelar finns det med nudgeinsatsen utifrån användarens, miljön och samhällets perspektiv? Vad har ni lärt er? Tänk på att ett resultat är ett resultat, även de experiment som inte fungerar ger viktiga lärdomar inför framtiden. Glöm inte heller att kommunicera kring din insats både innan, under och efter experimentet så att fler förstår och kan ta del av initiativet och resultatet. Så här kan du göra:

KOMMUNICERA MERA!**Använd sociala medier**

Gör ett inlägg där du presenterar samarbetet med Håll Sverige Rent och engagera följarna genom en omröstning; "tror du att experimentet kommer att leda till färre fimpar och snusprillor på marken?" Tagga gärna @hallsverigerent

Kontakta lokalmedia

Se till att det finns bilder och en intervju-person som kan berätta om initiativet och kontakta lokala journalister och tidningar/radiokanaler.

Dokumentera

Ta gärna bilder eller filma materialet och skicka till Håll Sverige Rent. Då får vi ta del av ert arbete och har samtidigt möjlighet att visa upp det i våra kanaler.

Ta med dig alla lärdomar och insikter från din insats för att fortsätta experimentera. Ju mer du testar desto mer lär du dig och desto större är chansen att du lyckas hitta den perfekta nudgeinsatsen för just din plats och din målgrupp.

**PSST!**

Visste du att post-it-lappen är ett resultat av ett misslyckat försök till att ta fram världens starkaste lim? Eller att Ahlgrens bilar var ett försök att kopiera amerikanska marshmallows? Till och med upptäckten av penicillin gjordes via ett misslyckat experiment! Vi kan uppnå innovation och bättre effekt om vi bara experimenterar lite mer.

Lycka till!

Länkar och lästips

HÅLL SVERIGE RENT

Vi är en ideell organisation som arbetar med att få fler människor att inte skräpa ner. Vi vet att det går att stoppa skräpet, om vi gör det tillsammans!

Här kan du läsa mer om HSRs projekt – och de samarbeten vi har med **kommuner** och **företag**

SKRÄPMÄTNINGAR

Sedan 2007 har HSR arbetat med skräpmätningar som en metod för att minska nedskräpningen. Varje år genomförs mätningar med våra metoder i olika typer av miljöer. Vi arbetar nära med bland annat bostadsbolag och kommuner.

Här kan du ta del av våra skräpmätningar

SAMMANFATTNING – NUDGING & NEDSKRÄPNING

Håll Sverige Rent har sedan 2019 testat och utvärderat olika varianter av nudgingmaterial för minskad nedskräpning av fimpar.

Här kan du ta del av vår sammanfattning

TA DEL AV VÅRT NUDGEMATERIAL

Är du intresserad av att ta del av- och använda vårt nudgematerial för minskad nedskräpning?

Kontakta oss på **samarbete@hsr.se**

BETEENDELABBET – SVERIGE FÖRSTA BETEENDEBYRÅ

Beteendelabbet arbetar tvärdisciplinärt och kombinerar tjänstedesign, psykologi och beteendevetenskap för att skapa positiv förändring. Baserat på många års arbete med nudging i praktiken både inom forskning, offentlig verksamhet och näringsliv har Beteendelabbet tagit fram en praktisk handbok "Nudging i praktiken – Så gör organisationen det lätt att göra rätt". Här kan du läsa mer om Beteendelabbets projekt, samarbetspartner och de utbildningar och workshops som vi erbjuder.

beteendelabbet.se

NUDGING I PRAKTIKEN – SÅ GÖR ORGANISATIONEN DET LÄTT ATT GÖRA RÄTT

Denna handbok i nudging hjälper dig att metodiskt arbeta med beteendeförändring inom och utanför organisationen. Du blir introducerad till Beteenderesan, en arbetsprocess förankrad i forskning och praktiskt utprovad inom näringsliv och offentlig sektor. Boken ger både metoder, verktyg och insikter som hjälper dig att skapa förändring.

Du hittar boken **här**