

DRAOIDH



Ons hogere doel is het creëren van gelukkige organisaties en veerkrachtige, gelukkige steden.
Zie het als twee kanten van dezelfde munt: fijne plekken om te werken en te leven.



KANTELEN VAN GEDRAG

EEN HAPPY PLANET SPECIAL

AGENDA.

- Over de oorsprong van menselijke gedrag
- Waarom is de kanteling zo moeilijk. De zeven drempels
- Zeven tips. Hoe provoceren soms werkt maar eigenbelang en humor zeker
- Als er tijd over is > Concretiseren met jullie als HPP transitieteam



OORSPRONG VAN MENSELIJKE GEDRAG.

OVER MOTIVATIE & DIEPERE DRIJFVEREN.

DRAIDH

OORSPRONG VAN MENSELIJKE GEDRAG. **SLOW MOTION.**

- **Weerstand tegen veranderen.**
 - Waarom gaat gedragsverandering bij transities moeizaam en wat is de oorsprong van ons onbeholpen gedrag en onze?
- **Langzaam.**
 - We maken als mens in slow motion de transities mee. De wereld gaat enorm snel, waarbij onze eigen brein-evolutie in verhouding bijna stil staat
 - We zijn als mens niet zo geschikt om ons aan te passen



IJSBERG VAN MCCLELLAND

WAT DOE JE?

Behaviours

WAT VIND JE?

Thoughts and feelings

WAT WIL JE?

Values

Needs, met or unmet

OORSPRONG VAN MENSELIJKE GEDRAG. **ZEKERHEID VAN BESTAAN.**

- **Zekerheid van bestaan.** Dit is onze basisbehoefte en weerhoudt ons van veranderen. Hieruit ontstaat een vermijdingsbehoefte.
 1. **Harm avoided need** > Veiligheid en rust is de meest basale vermijdingsbehoefte van de mens en is onze psychische toestand dat verstoring, onrust, gevaar en **angst** vermindert.
 2. **The order need** > Orde en in controle vertelt dat we moeilijk omgaan met stimuli, we houden vast aan tradities. Omdat verandering het doorbreken van orde is, zijn we bang voor **wanorde**. Zeker in deze Coronacrisis komt deze basisbehoefte naar boven.
 3. **Learned helplessness** > Aangeleerde hulpeloosheid. Door de **complexiteit** van de wereld, de enorme hoeveelheid keuzes, weten we onszelf niet meer te redden in nieuwe situaties.
 4. **Freedom of choice** > **Zelfbeschikking**. Vrije keuze om juist iets niet te doen is typisch Nederlands. Waarbij opvalt dat des te ouder je wordt, des te minder je kunt veranderen.



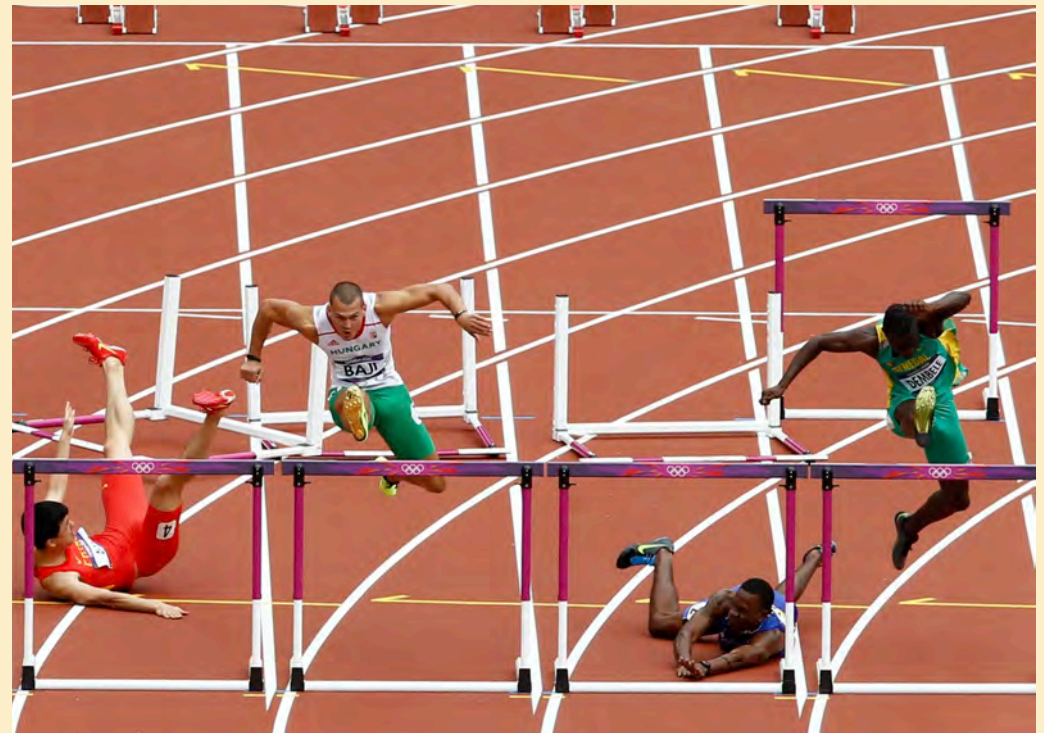
WAAROM IS DE KANTELING ZO MOEILIJK.

7 DREMPELS EN 7 KANSSEN BIJ VERANDERING.

DRAIDH

DE 7 DREMPELS VAN **INACTIVITEIT**

1. Beperkt begrip
2. Ideologie
3. Sociale vergelijkingen
4. Verzonken kosten
5. Ongeloof/wantrouwen
6. Beperkt gedrag
7. Zelfbedachte risico's



1. ANCIENT BRAIN

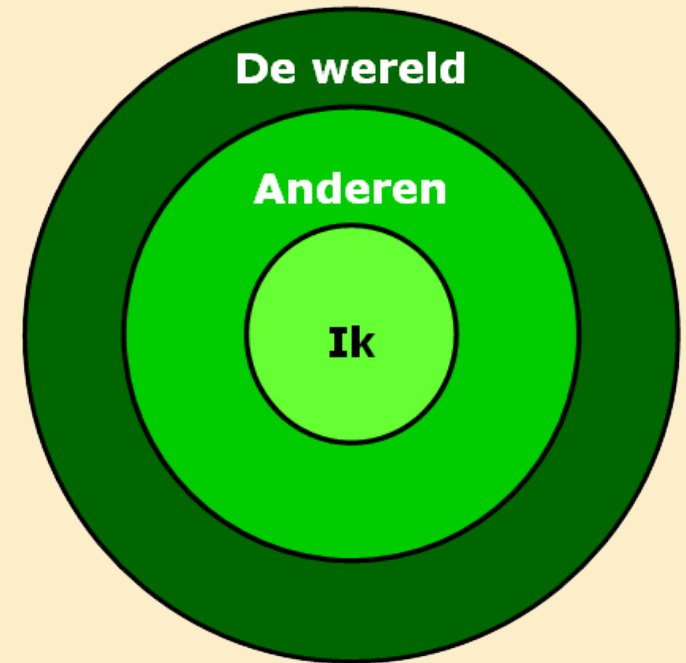
Beperkt begrip Van ego naar eco is een moeilijke stap

Onwetendheid Onder meer door gemengde mediaberichten

Onzekerheid Aarzelen is ook inactiviteit

Gevoelloosheid Het gevoel dat je er toch niets aan kan doen

Optimisme* Meestal een goede zaak, maar niet alles komt goed



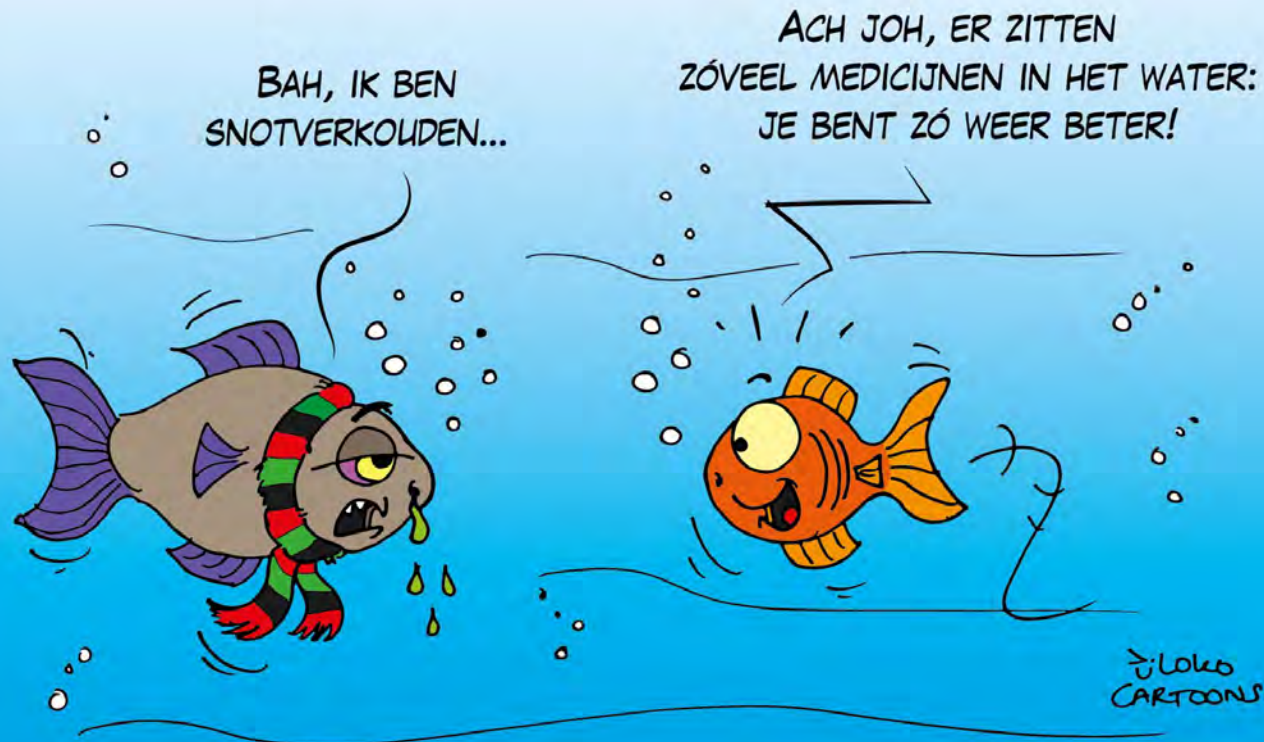
*(Tefallaagje van Mark Rutte)

OPTIMISME



TEFLON OPTIMISME

VOORKÓM OVERTOLLIGE MEDICATIE IN HET DRINKWATER...



2. IDEOLOGIES

Superkrachten Geloof dat een godheid alles zal oplossen

Wereldbeelden Kapitalisme, vrijheid van exploiteren (groei)

Technosolvation Technologie kan de neergaande lijn oplossen

Systeem-

Rechtvaardiging Niet je comfortabele levensstijl willen verliezen
'Ik heb er toch hard voor gewerkt!'

Bruce Almighty



3. SOCIAL COMPARISON

Vergelijken

De ander doet het ook niet, dus ...

Normen

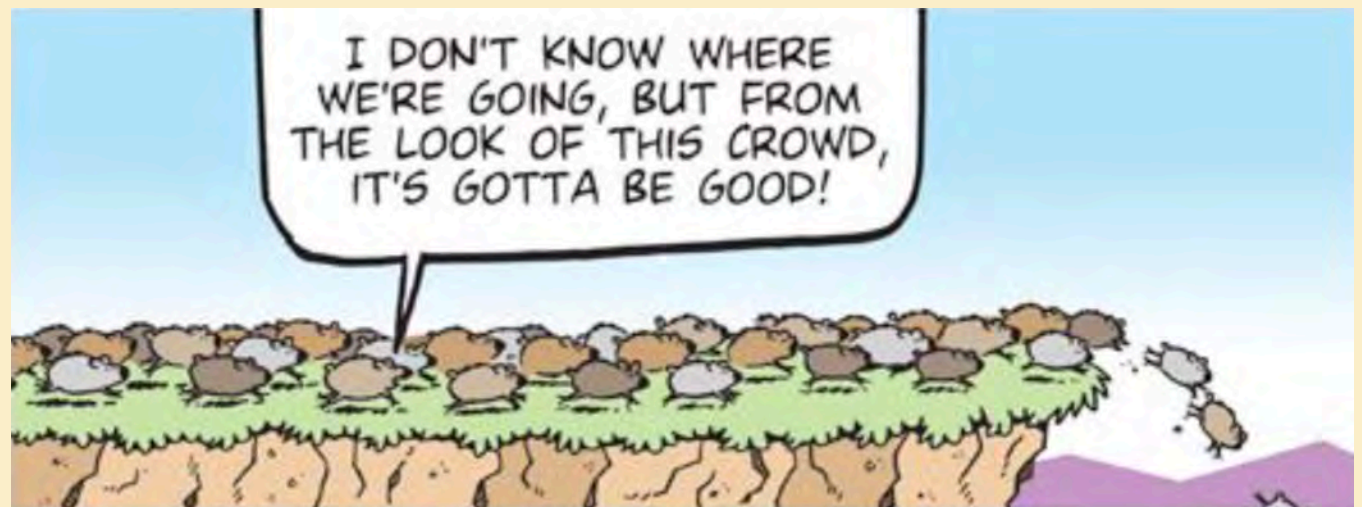
Aanpassen aan het gemiddelde (kuddegedrag)

Ongelijkheid

Ander kan makkelijker besparen, daarom hoef ik niet

Autoriteit

Ik moet van de baas vliegen



4. ROBBERY PROBLEM

Investeringsen

Als iemand een dure nieuwe auto koopt zal hij minder fietsen



Momentum

Gewoonten. Veel wat wij eten is niet klimaatpositief

Tegenstrijdig

Eigen ambities* zijn tegenstrijdig met het milieu

Plaatsgehecht

Je zorgt meer voor je eigen huis, buurt, stad dan voor iets veel verder weg

*(hedonisme)

5. DISCREDANCE

Ontkennen

Ongeloof. De mens is niet verantwoordelijk *

Wantrouwen

In de overheid, wetenschappers leidt tot inactiviteit

Fake news

Zie bij de commentarensecties in de media

Complotten

De maanlandingen zijn vervalst. De neiging van sommigen om de waarheid niet te willen geloven.



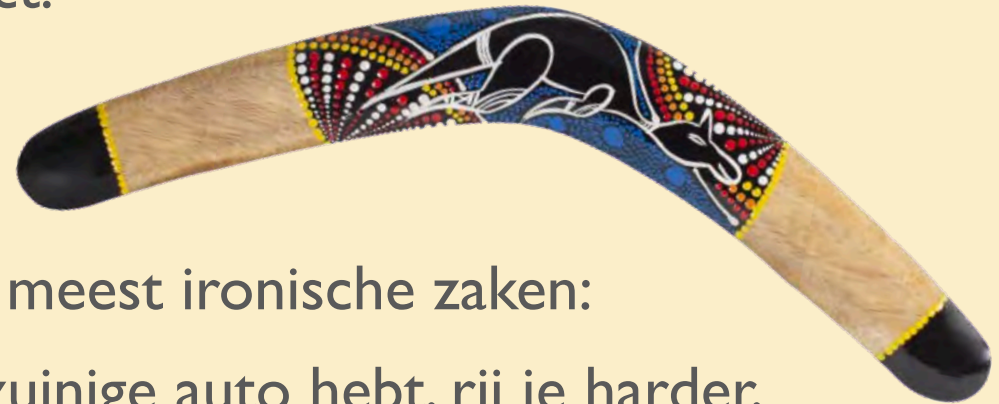
* ontkenningfase

6. LIMITED BEHAVIOUR

Tokenisme

Een symbolisch gebaar. Greenwashing.

De makkelijkste gedragsaanpassingen hebben het minste effect.

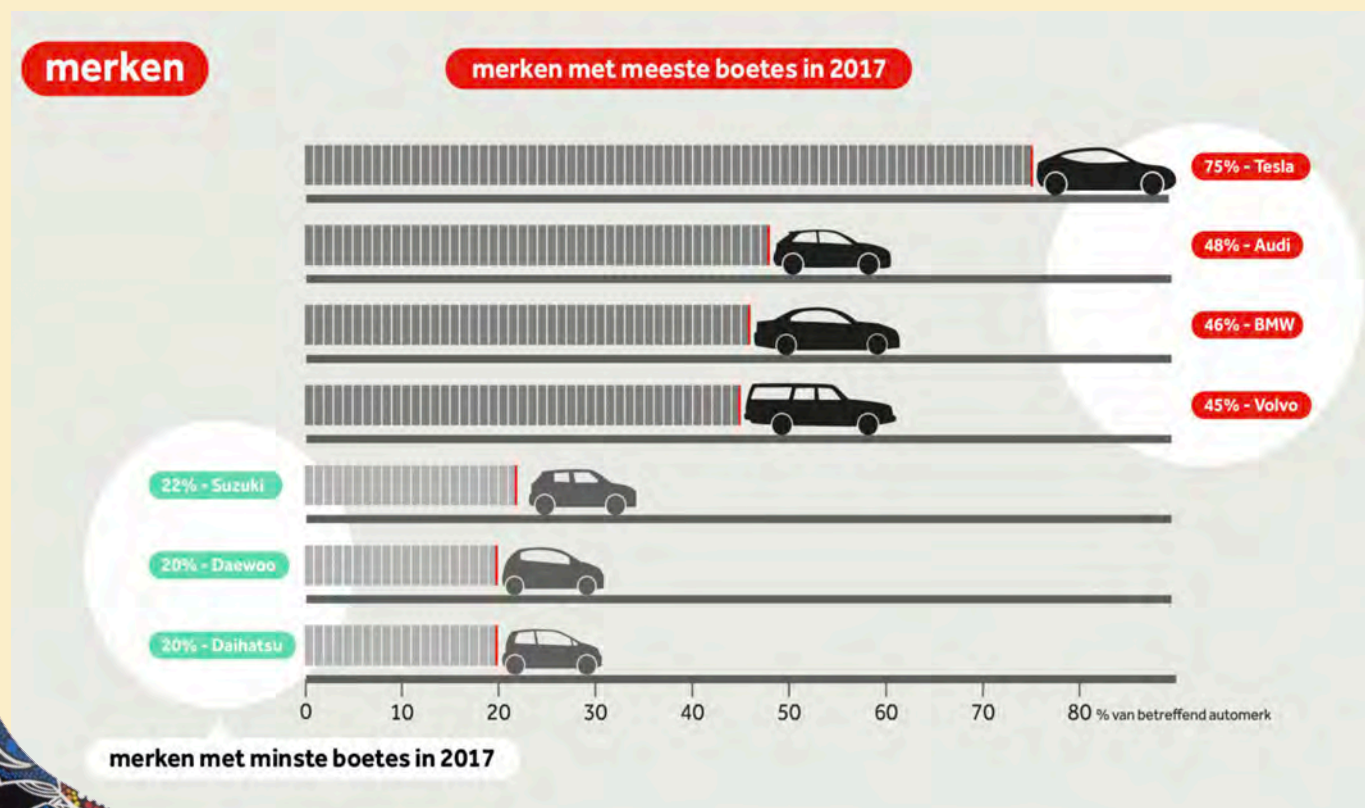


Boemerang

Een van de meest ironische zaken:

Als je een zuinige auto hebt, rij je harder,
als je een spaarlamp hebt, laat je hem langer aanstaan

TESLA EN PLUG-IN HYBRIDES



Plug-in hybrides werden het vaakst bekeurd.

63 procent van dit type kreeg minimaal één bekeuring.

Auto's met een benzinemotor kreeg 28 procent een prent.

7. PERCEIVED RISKS

Functioneel

Fysiek

Financieel

Sociaal

Stel dat ik toch geen 400 km haal met een Tesla

Meer fietsen maakt me kwetsbaarder in het verkeer

Zonnepanelen in Nederland leveren minder op

Milieu-vriendelijken
worden geplaagd:

- softies
- geitenwollen sokken
- overjarige hippies ...





KIJK IN DE SPIEGEL VAN ONS EIGEN GEDRAG.

EIGENBELANG EN HUMOR WERKT.

DRAIDH

MAAR NIET OP DEZE WIJZE ...



DE 7 KANSSEN VOOR **ACTIVITEIT**

1. Eenvoud
2. Onverwacht
3. Concreet
4. Geloofwaardig
5. Met gevoel
6. Met een verhaal
7. Wat blijft hangen?



1. EENVOUD

'Dat is net wat ik geknard heb, een schutsel
tegen lekwolken. Een beetje bollig met een
membraan op krommige stekfels,
die zich kleineren laten.
'O, juist ja,' zei heer Bommel begrijpend.
'Je bedoelt een paraplu.'

Marten Toonder (heerBommel en de opvoeding, BV 150)

1. KANTEL NAAR **EENVOUD**

- Als je drie dingen zegt zeg je helemaal niets
- Gebruik de kracht van eenvoud zoals de generatieve metafoor vanuit het perspectief van de ander. De generatieve analogie
- Beter een vogel in de hand dan tien in de lucht

EENVOUD OP ZIJN WWF'S



2. KANTEL NAAR **ONVERWACHT**

1. Waardoor wordt interesse gewekt?
2. Hiaat theorie: nieuwgierigheid prikkelen, geef niet alles meteen weg maar laat mensen invullen (een beetje als Wie is de Mol! Of een goede ouderwetse Who done it)
3. Toon het onmogelijke ...

ONVERWACHT OP ZIJN WHOPPER'S



DRA  IDH

3. KANTEL NAAR **CONCREET**

1. Concretisering brengt herkenning naar boven
2. Het brengt zintuigelijke herinneringen naar boven, je kunt het vastpakken en is niet abstract
3. Concrete boodschappen hebben meer aanknopingspunten naar de haakjes en oogjes in het brein

CONCREET OP ZIJN WWF'S



DRA  IDH

CONCREET OP ZIJN WWF'S



DRA  IDH

4. KANTEL NAAR **GELOOFWAARDIG**

1. Wees een anti-authoriteit en wordt een Yoda
2. Wees echt, authentiek
3. Wees toetsbaar, wat is je bron van geloofwaardigheid?
4. De kracht van details

KANTEL NAAR **DETAIL: KLEUR-SMAAK**



DRA  IDH



ROTI MET POMPOEN

Sarah Reymond, kok: Op het menu staan gerechten uit haar cultureel diverse jeugd, “maar dan veganized.” De injera serveert ze met onder andere tumtumo, de linzenstoof van haar moeder, in andere gerechten vervangt ze het vlees door groenten of een vleesvervanger. Zo zit er in de roti geen kip en ei, maar pompoen en wortel.

5. KANTEL MET GEVOEL

- We zitten in een betekenis- en belevingseconomie
- Stories zijn hierbij belangrijk
- Blijven inspelen op eigenbelang
- Win-Win: betrek de ander in je verhaal

MET GEVOEL

- Voel de lagere niveaus van Maslov in de ander
Kijk nog een naar de McClelland Ijsberg
- Vind verbanden tussen jouw verhaal en het verhaal van jouw doelgroep
- Gebruik Ijsbrekers, daag uit met een wedstrijd

MET EEN WIN-WIN



6. KANTEL MET EEN VERHAAL



EEN VERHAAL



7. WAT BLIJFT **HANGEN**? HUMOR DUS.





**AAN DE SLAG
MET HET HAPPY
TRANSITIETEAM.**

CO2
VOEDSEL
INCLUSIEF
CIRCULAIR
CONSUMINDEREN

DE 7 DREMPELS EN KANSSEN OP EEN RIJ

- | | |
|---------------------------|-----------------------|
| 1. Beperkt begrip | 1. Eenvoud |
| 2. Ideologie | 2. Onverwacht |
| 3. Sociale vergelijkingen | 3. Concreet |
| 4. Verzonken kosten | 4. Geloofwaardig |
| 5. Ongeloof/wantrouwen | 5. Met gevoel |
| 6. Beperkt gedrag | 6. Met een verhaal |
| 7. Zelfbedachte risico's | 7. Wat blijft hangen? |

DE 7 KANSSEN VOOR **ACTIVITEIT**

1. Eenvoud
2. Onverwacht
3. Concreet
4. Geloofwaardig
5. Met gevoel
6. Met een verhaal
7. Wat blijft hangen?



Wrap up



DRAIDH



info@kanteldenker.nl