

Svanen

2019-05-24

Matilda Thyresson &
Carolina Brändholm



MIA BARKLAND



HÉLÈNE HAGERMAN



DESIRÉ HAGLUND



CHARLOTTE BJÖRNSTAD



IRIS TOLONEN



ERIKA EKMAN



JOHANNA WACHTMEISTER



LARS HOLMBERG



KARIN EDVINSSON



LENA LANDÉN



CAROLINA BRÄNDHOLM



MARTIN NILSSON



LOTTA AMSÉN



CARMEN DAOUD



KARIN LILJELUND



CLARA HAMRÉN



MATILDA THYRESSON



VALERIE HASLER



HELENA HEMMING





Allt vi gör ska stärka våra kunder och bidra till en bättre värld!



”Få med kollegorna på hållbarhetståget”



Det magiska receptet?

Några viktiga ingredienser:

- Engagemang
 - Delaktighet
 - Ägandeskap
 - Känna
 - Jag har valt själv!
-
- Att få se resultat, att få fira framgång, "vi gör en skillnad"

Kommunikation & nudging

Kommunikation - mer än bara det talade ordet

- Verbal kommunikation:
 - tal och skrift
- Icke-verbal kommunikation:
 - gester, kroppsspråk, hållning, ansiktsuttryck, ögonkontakt, röstkvalitet/dialekt/tonfall, klädval/frisyr/symboler
- Visuell kommunikation:
 - grafisk design, målningar, färger etc.

Kroppsspråk



Tonalitet



Envägskommunikation = information

- Mottagaren väljer att ta till sig eller ej
- Oftast ett informationsbehov i botten
- Skapar förutsättningar för kommunikation
- Allmänt budskap
- Lämpliga kanaler: Internet eller tryckt material

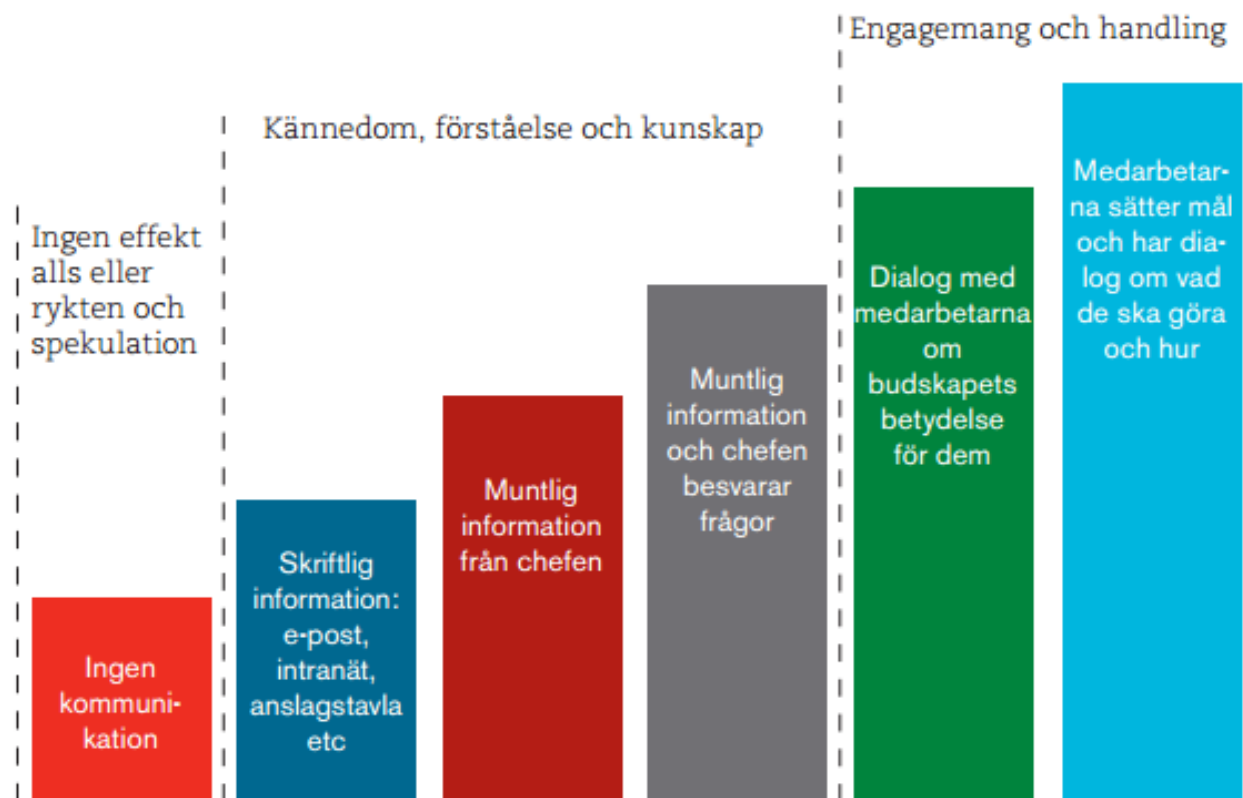
Två- eller flervägskommunikation

- Kräver dialog
- Ger informationssug
- Du måste känna till målgruppen....
- ...samt dess drivkrafter och behov
- Budskapet är specifikt för målgruppen

Kommunikationstrappan

- Väcka intresse och känna till
- Kunskap
- Insikt och förståelse
- Förändra värderingar
- Förändra attityder
- Förändra beteenden

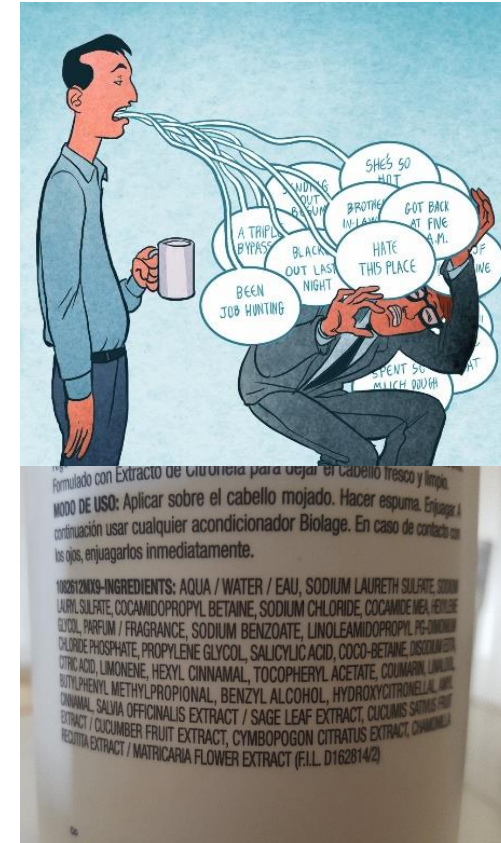
”Ambitionstrappan” – vad får din kommunikation för effekt?



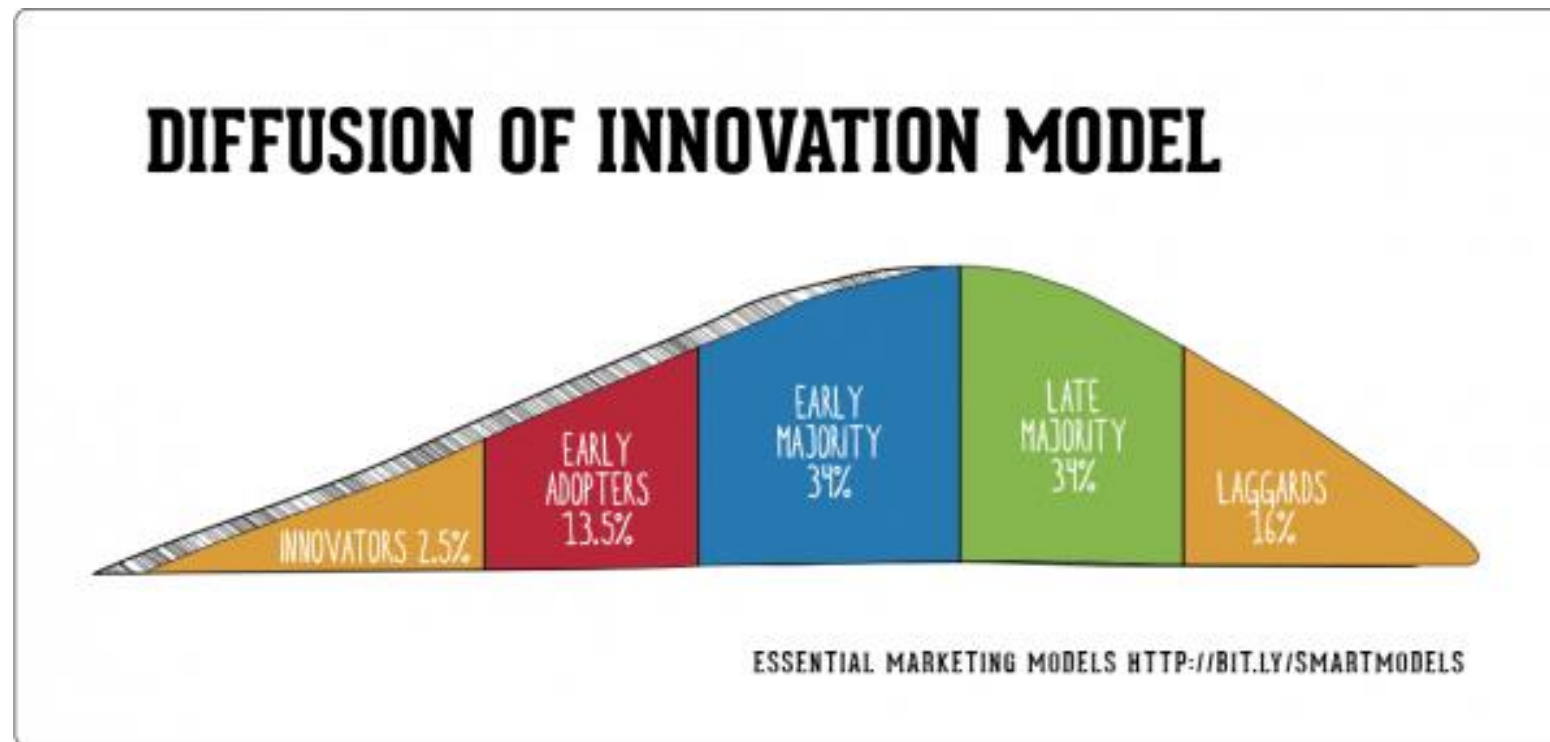
Källa: Borås stad

Vilka hinder möter vi i kommunikationen?

- För mycket information
- För komplex information
- Yttre hinder (ljudstörning, miljön, avstånd, språk)
- Personliga filter
- Värdeladdade argument



Vid förändring – innovationsbenägenhet



Källa: E. Rogers Diffusion of Innovations theory

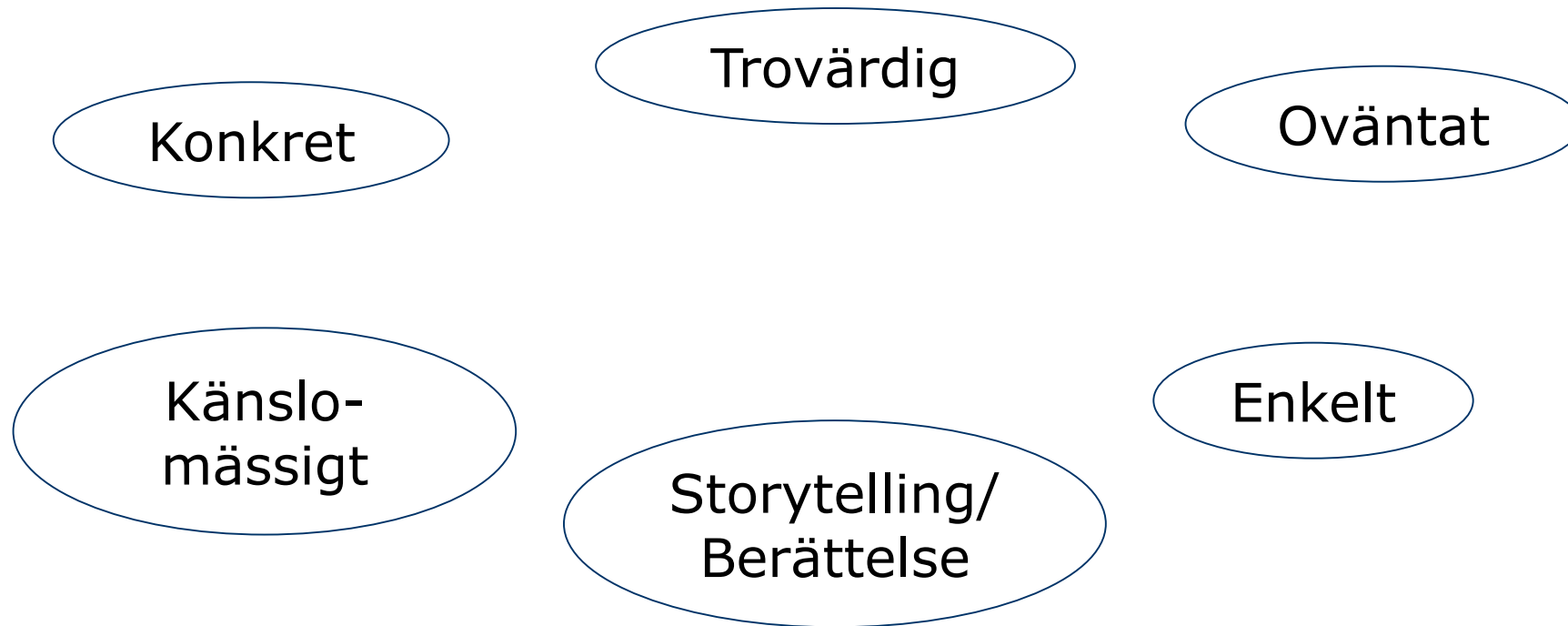
5 fallgropar i förändringsarbetet

Brist på:

1. Engagemang
2. Kommunikation
3. Tålamod
4. Känsla
5. Kunskap



Budskap som fastnar



Att förändra ett beteende och en vana - hur lång tid tar det?



66 dagar?

Vad är nudging?



Bild: Nudging Sweden

Vad är nudging?

- Ett allt mer populärt sätt att *ändra beteenden* utan "hård styrning" (förbud, lagar, sanktioner) genom att "*designa val*" så att det blir *lätt att göra rätt*

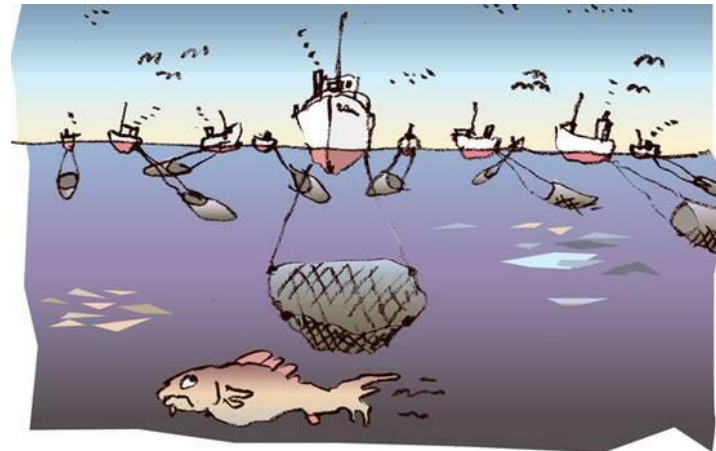
Beaktar:

- hur människor fattar beslut
- hur människor påverkas av andra



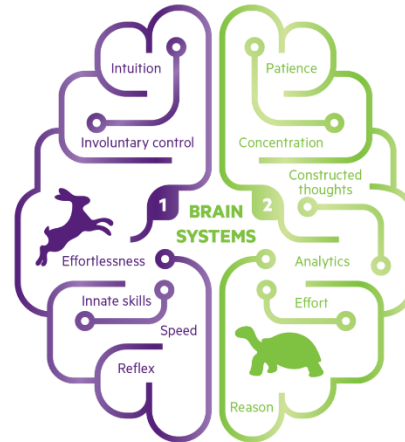
Hur funkar nudging?

- **Men** människan är inte perfekt rationell



Hur funkar nudging?

Automatiska systemet

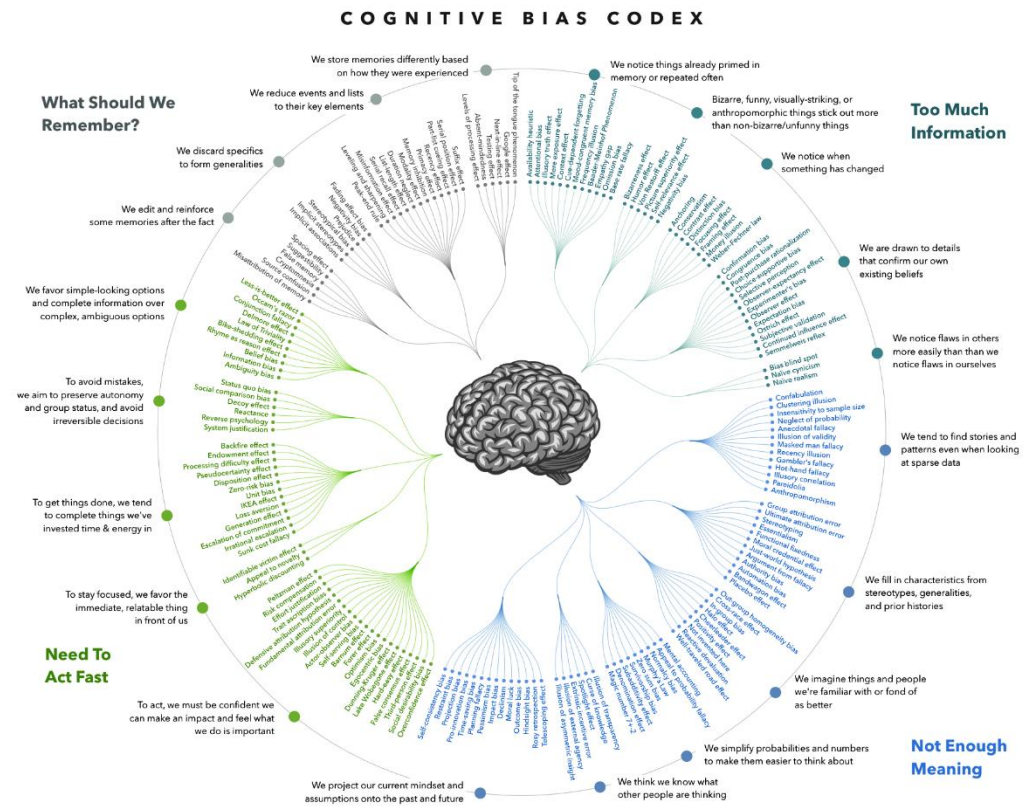


Reflekterande systemet

- Arbetar generellt bra tillsammans – kompletterar varandra
- Men fallerar också ofta!

Kognitiv bias

Används av det automatiska systemet för att snabba på beslut



DESIGNHACKS.CO · CATEGORIZATION BY BUSTER BENSON · ALGORITHMIC DESIGN BY JOHN MANOOGIAN III (JM3) · DATA BY WIKIPEDIA

CC BY-SA 4.0 attribution · share-alike

Kognitiv bias

- *Confirmation bias* – tendens att fokusera på information som redan stämmer överens med ens egna uppfattning
- *Stereotyping* – förutsättning att en individ från en viss grupp tillhörighet har vissa karaktärsdrag utan att ha tillräcklig information om detta
- *Mere exposure effect* – tendens att tycka om något enbart för att det känns familjärt
- *IKEA-effect* – tendens att värdera ett objekt extra mycket om man har delvis sammansatt det på egen hand, oavsett slutresultat eller faktiskt kvalitet

Verktyg: namnkonventioner

- Förenkling och inramning av information

- *Enkla förändringar*

- "Övrigt" – förbränning
- Något svårare att använda
sämre alternativet
- Val av färgton



Verktyg: förenkling & inramning

- Förenkling och inramning av information
- *Kan vara övertydliga*
 - Särskilt när det är en rutinhandling
 - Riktar in sig på det automatiska systemet



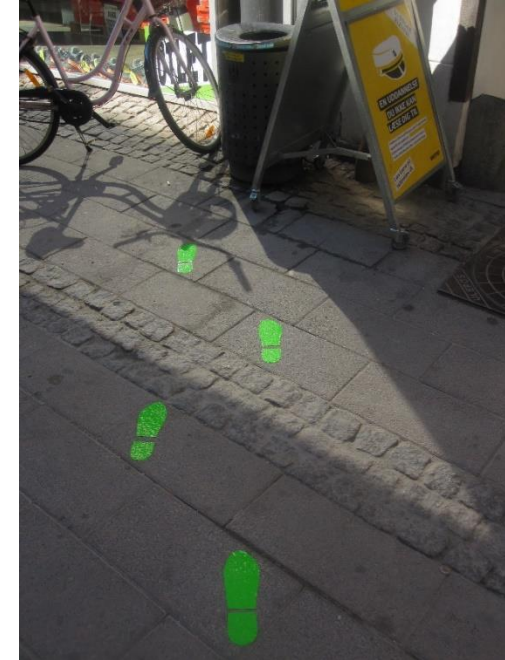
Verktyg: Förenkla!

- Valparadox, ex. choklad-valet
- För många val upplevs som negativt
- Beslutsparalysering!
- Mindre urval produkter ofta lyckosamt, t.ex. mobiltelefoner, datorer
- Enkelhet är bra



Verktyg: visuella ledtrådar

- Förändringar i den fysiska miljön
- Exempel: urinoar
 - Knappt märkbart klistermärke, liten fluga
 - Mål att sikta på
 - 80% minskad skvättning
- Exempel: fotavtryck
 - Leder fram till soptunna



Verktyg: Standardalternativ

- NUDGING-PRINCIP:
 - Folk gillar snabba och enkla beslut, även om det betyder flera steg
- Ange standardalternativ
 - T.ex. stänga av datorer & skärmar automatiserat

Faktabaserade, sociala budskap!

- NUDGING-PRINCIP:
 - De är som du, de gillar oss, det borde du med!
- Tillhandahåll relevant information om "hur alla andra gör"



Verktyg: fråga rätt saker

- Folk vill *bestämma*
- Folk vill bestämma *själva*
- Egna beslut leder till *engagemang*
- Använd *icke-kontrollerande språk*



IT'S A WONDER I MAKE ANY DECISIONS AT ALL.

Diskutera i grupp!

- I vilka situationer tror du man kan använda nudging-verktyg på din arbetsplats?
- Hur skulle du göra det?
- Hur skulle du kommunicera?



Kunskap!

Förstå varför

”Känna”

Äga

Vara en viktig del av

Välja själv

EXEMPEL

Engagerande möten



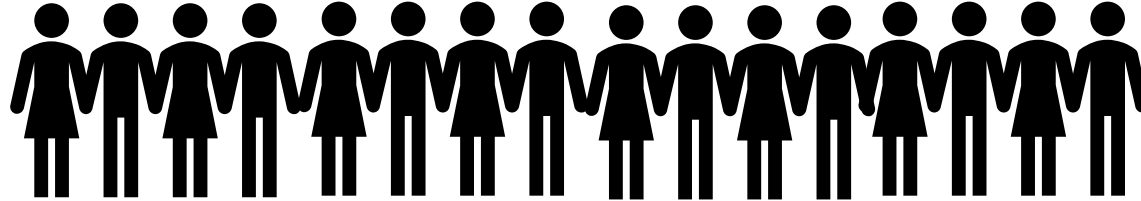
EXEMPEL
**Agenda 2030 – Alla måste
bidra!**

Agenda 2030 – Alla måste hjälpas åt!



Alla måste bidra!

- Alla länder, alla verksamheter, alla individer
- Systematiskt arbete
- Hela värdekedjan
- Tillsammans!

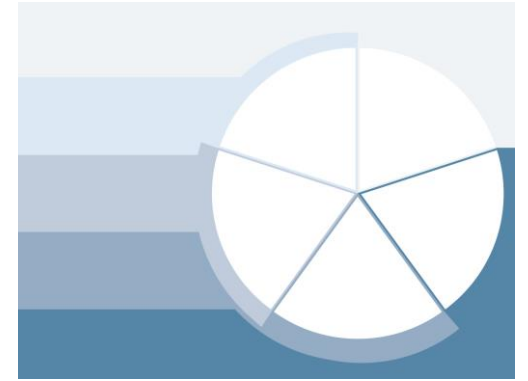




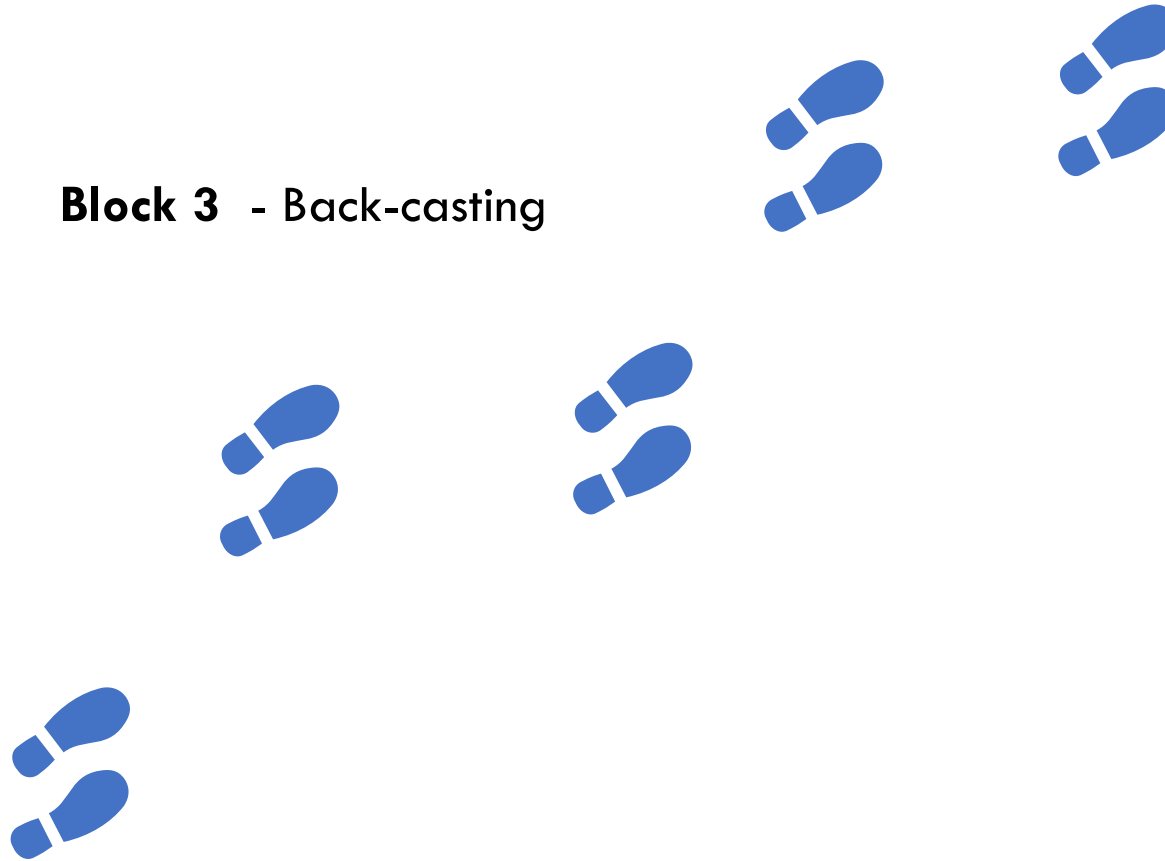
EXEMPEL

Historisk tidslinje

Block 2 - Visionsövning



Block 3 - Back-casting



Block 4 - Samverkan



1970

2019

Block 1 - Historisk tidslinje





EXEMPEL

Framtidsvision och backcasting

VISION

NULÄGE

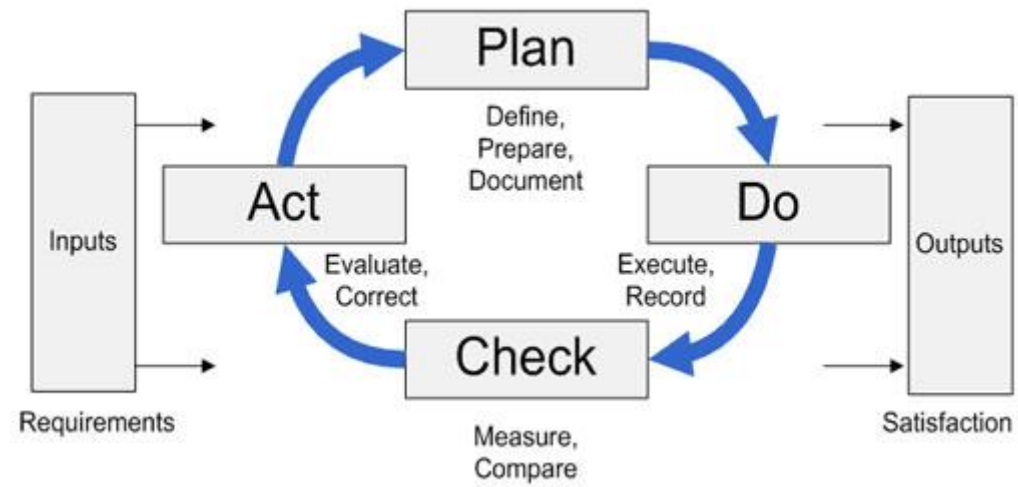
ALSTER FRÅN SAMTLIGA WS (7st) = INSPEL STRATEGI



EXEMPEL ISO Ledningssystem

CASE

ISO 20121- Hållbarhet vid evenemang



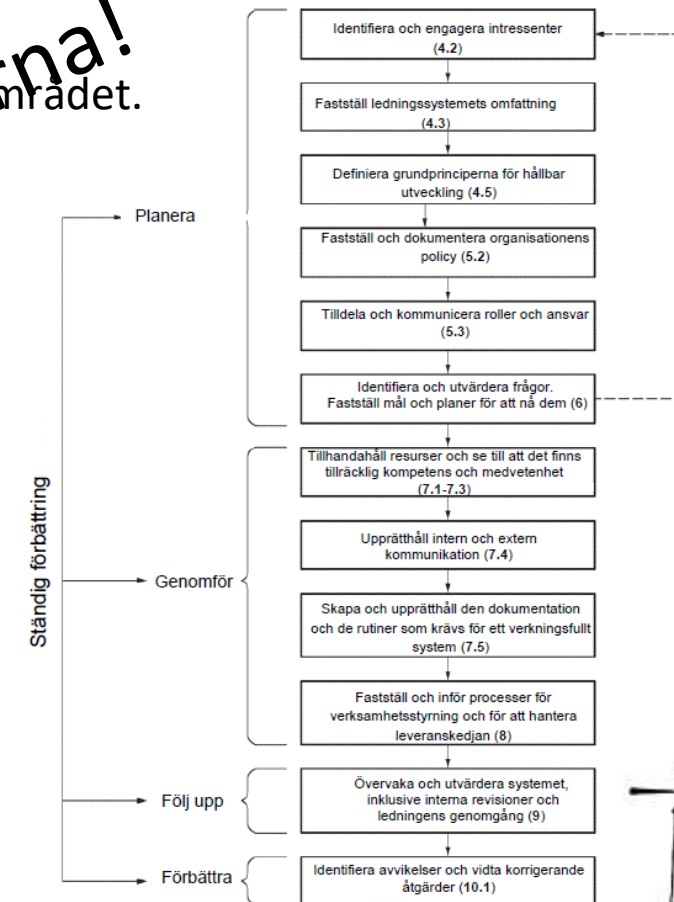
ISO 20121: en internationell standard för hållbarhet vid evenemang

Är certifierbar (för hela evenemangen eller delar därav), vilket ger ett kommunicerbart kvitto på hållbarhetsarbetet.

- Bidrar med en systematik för ständig förbättring inom hållbarhetsområdet.
- Betonar vikten av intressentengagemang och kommunikation.

- Planera
- Genomför
- Följ upp
- Förbättra

Nyckeln=få med medarbetarna!



Svenska musikfestivaler satsar på hållbarhet

Ny kartläggning visar att nio av tio festivaler har uttalade miljömål.



Foto: markusspiske/Pixabay

Svenska musikfestivaler satsar allt mer på hållbarhet. Det visar en kartläggning som Sveriges Radio har gjort. Av de tio festivaler som undersökts av programmet Kulturnytt har nio uttalade miljömål där de beskriver hur de arbetar för att minska sitt klimatavtryck. Cirka hälften av festivalerna jobbar med miljöcertifieringar och åtta av dem uppger att man vill göra sina besökare medvetna om hållbarhetsfrågor. En av de festivaler som satsar på hållbarhet är Way out West. Sedan 2012 säljs bara vegetarisk mat på festivalen och i år satsar man på att inrätta ett bihotell i närheten av festivalområdet. Projektet som kommer att pågå i flera år drivs i samarbete med Göteborgs stad och Naturskyddsföreningen.



Lina Rosengren

lina.rosengren@aktuellhallbarhet.se



EXEMPEL

**Klimatberäkningar &
medarbetarengagemang**

Slutligen...



Avslutningsvis.. Humor? Humor!



Piano-trappan Odenplan



Piano stairs - TheFunTheory.com - Rolighetsteorin.se

Tomglasspelet



Tomglasspelet - rolighetsteorin.se

Follow the frog



Follow the Frog - YouTube

YouTube · Rainforest Alliance

Det magiska receptet?

Några viktiga ingredienser:

- Engagemang
 - Delaktighet
 - Ägandeskap
 - Känna
 - Jag har valt själv!
-
- Att få se resultat, att få fira framgång, "vi gör en skillnad"



Tack för oss!

matilda.thyresson@trossa.se carolina.brandholm@trossa.se

