

Tussen gedrag en waterschap: de praktijk centraal

Stel: je werkt bij een waterschap. En je wilt boeren motiveren maatregelen te nemen waardoor de waterkwaliteit verbetert. Een mooi idee, maar hoe pak je dat aan? Van iets willen naar iets voor elkaar krijgen is een hele stap. Neem de klimaatverandering. Mensen weten dat ze hun gedrag moeten aanpassen, maar het loslaten van oude gewoonten en het aanleren van nieuwe manieren is makkelijker gezegd dan gedaan. Dus hoe die kloof te overbruggen? Begin juni organiseerde de projectgroep Gedragswetenschappen van KIWK een praktische online workshop voor waterschappers.

Tussen droom en daad

Aan de hand van twee projecten kregen de deelnemers concrete inzicht hoe je een gedragsverandering voor elkaar kunt in de dagelijkse (werk-) praktijk. Het eerste project betrof een [stimuleringsregeling voor grondeigenaren in Someren](#). Daarbij kiezen grondeigenaren uit een lijst met maatregelen tegen vervuiling. Deelnemers werden uitgedaagd manieren te verzinnen die ertoe leiden dat grondeigenaren zich aanmelden voor een gratis adviesgesprek. Ook de regeling [Zoetwatervoorziening Oost-Nederland](#) werd onder de loep genomen. Centraal stond de vraag hoe een *webinar* zoveel mogelijk boeren kan inspireren maatregelen te nemen waarmee de waterkwaliteit verbetert.

'App je nitraat of wordt ambassadeur'

De stimuleringsregeling in Someren gebruikt de [Nitraat-app van Deltares](#). Daarmee meten agrariërs zelf de hoeveelheid nitraat in hun (grond)water. Maar om resultaat te boeken is het belangrijk dat de metingen elke week worden uitgevoerd. In de workshop keken de deelnemers naar knelpunten die zo'n wekelijkse meting belemmeren en bedachten ze hoe die regelmaat te stimuleren. Uit onderzoek blijkt dat burens de beste ambassadeurs zijn. Deelnemers werd daarom gevraagd naar ideeën om agrariërs die al subsidie hebben aangevraagd over te halen burens en collega's over de regeling te vertellen en over te halen zich aan te sluiten.

Positief en negatief

Zeg niet 'Gooi uw plastic beker niet op de grond', maar 'Gooi uw plastic beker in deze prullenbak.' Uit onderzoek blijkt dat een positieve boodschap beter werkt dan een negatieve. Dat geldt ook voor de toepassing van gedragskennis bij water. Als je aan de 'juiste knoppen draait', valt gedrag bij te sturen. En dan wordt het interessant.

Weerstand en waarden

Een voorbeeld van zo'n "knop" is *weerstand*. Met enthousiasme mensen overtuigen die weerstand voelen, heeft weinig geen zin. Ze zullen zich snel bedreigd voelen en hun weerstand neemt toe. Het blijkt effectiever de emotie te benoemen en mensen erkenning te geven. Een andere factor is de waarde die mensen hechten aan *gemak*. Maak het makkelijk en motiveer, is dan het devies. Ook de gevoeligheid van mensen voor sociale *normen* is een effectieve drijfveer voor beïnvloeding. Daarbij gaat het om sociale bewijskracht die schuilt in opmerkingen als 'U hoort tot de kleine minderheid die.....' of 'U doet het slechter dan de burens'.

De deelnemers leerden om eerst goed te specificeren wat het gedrag is dat ze willen bereiken om daarna te onderzoeken wat dat gedrag nu belemmert en op welke factoren ze kunnen inspelen. Voorbeelden van gedragsinterventies die de deelnemers in de workshop aanleverden zijn het verbeteren van de Deltares app met een voortgangsbalk, of een functie waarin boeren kunnen zien wie zich heeft aangesloten bij het project ('sociale bewijskracht'). In de 'keukentafelgesprekken' kan

meer ruimte gegeven worden aan boeren om hun weerstand te bespreken zonder daarover te discussiëren.

Het kiezen en combineren van interventies is ook een zaak van ervaring en (het ontwikkelen van) intuïtie. Een gedragsinterventie die in situatie 1 goed heeft gewerkt, kan ineffectief blijken in een ander geval. Het is de kunst goed te begrijpen wat er speelt in de doelgroep, het positief gedrag in die groep te benadrukken en de gedragstechniek eerst uit te proberen.