

# ADFÆRDSDESIGN I BEVÆG DIG FOR LIVET

20. februar 2023

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET



# Adfærdsdesign

A red triangular graphic pointing to the left, containing the text "BEVÆG DIG FOR LIVET" in white, bold, sans-serif capital letters.

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

Adfærdsdesign handler om at ændre menneskers adfærd baseret på evidensbaserede indsigter om menneskers måde at træffe beslutninger på.

# Adfærdsdesign = et opgør med det rationelle menneske



BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

1. Langt de fleste beslutninger træffes ikke rationelt
2. Mennesket har begrænset rationalitet, viljestyrke og ressourcer
3. Menneskers handlinger er ofte baseret på erfaringer eller intuition frem for grundige overvejelser
4. Viden fører ikke (nødvendigvis) til adfærdsændring
5. Vi efterrationaliserer os frem til en logisk forklaring på vores adfærd

# Der er ofte langt fra tanke til handling



BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

Intentionen er på plads for rigtig mange danskere, mange vil gerne dyrke motion – vi skal have intentionen omsat til handling.

Med adfærdsdesign bygger vi bro mellem intention og handling.

# System 1 og 2

Generelt kan man sige, at vores hjerne opererer med to systemer, der er mere eller mindre aktive, når vi træffer valg.

System 2 er velovervejet og bevidst, mens system 1 er ubevidst og intuitiv. System 2 har begrænset kapacitet, så de fleste af vores beslutninger i løbet af en dag, er baseret på system 2. Derfor er det vigtigt, at vi gør det nemt og intuitivt for vores målgruppe at træffe de gode valg. Vi skal med andre ord 'designer' vores tilbud og kommunikation, så det er nemt at vælge den rigtige adfærd.

## System 1

Intuitivt  
Irrationel  
Hurtigt  
Automatisk  
Konkret  
Varmt

## System 2

Analytisk  
Rationel  
Langsomt  
Bevidst  
Abstrakt  
Køligt

# Med adfærdsdesign lærer vi, at:



BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

- gøre den nemme handling til den rigtige handling!
- bryde med de barrierer/friktioner, som står i vejen for den ønskede adfærd.
- tale til system 1.

# Adfærdsdesign som metode og mindset

4 overordnede steps man skal tage stilling til...

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

# 1. Oversæt fra strategi til adfærd

Lav et konkret adfærdsmaal, som kan passere videotesten, dvs. kan man filme, om målet er opfyldt?

*Mål 1: "Jeg vil være mere fysisk aktiv" (svært at filme)*

*Mål 2: "Jeg vil møde til badminton på begynderholdet onsdag kl. 19.00" (kan filmes)*





## 2. Design til personernes hverdag



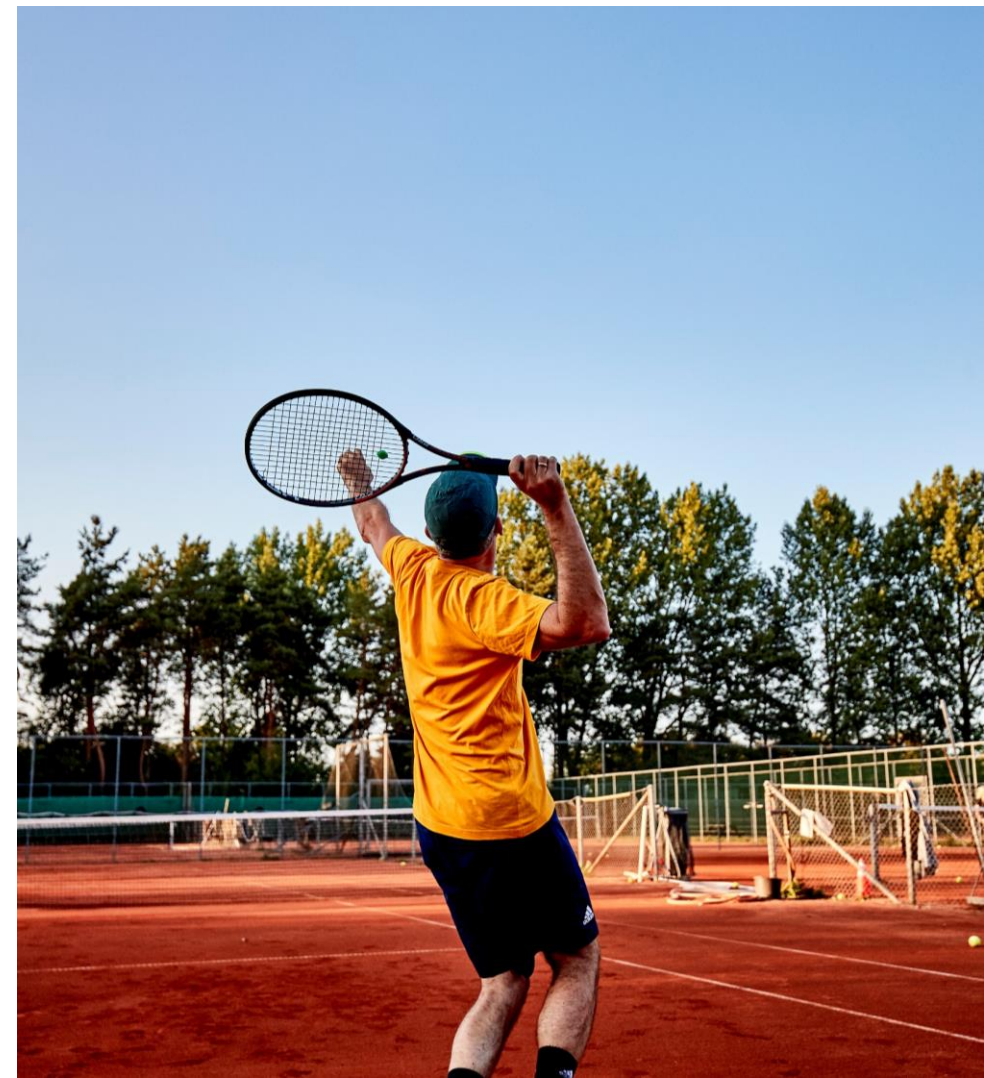
Find ud af hvilket idrætstilbuddet, der passer bedst ind i målgruppens hverdag.  
Hvornår har målgruppen tid til at dyrke idræt mm?

### 3. Identificér og afmontér barrierer

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

- Det er ofte personlige barrierer, der spærrer vejen for en adfærdsændring
- Brug tid på at finde dem, og tal ind i dem!

*Barriere kan eksempelvis være, om man har det rigtige tøj og udstyr, om man er dygtig nok til at deltage, eller om man er i god nok form.*



## 4. Tænk i små skridt ad gangen

- Undgå at kæden hopper af undervejs mod målet
- Tænk i mikrohandlinger frem mod målet (fx en prøvetræning før indmeldelse)

(Første step er ikke badminton hver onsdag men at man kommer til prøvetime).



# Find gode løsninger med AFL-metoden...

Skal du afholde et åbent hus, have nye deltagere på dit begynderhold eller noget helt tredje, så brug AFL-metoden og adfærdsprincipperne til at lykkes med projektet.



# Find brugbare løsninger

AFL-metoden er en overskuelig måde at finde gode løsninger med adfærdsdesign.

Metoden er et simpelt redskab til at sætte adfærds mål og udtænke løsninger, hvor man tager højde for målgruppen og dennes friktioner/barrierer i forhold til at have en bestemt adfærd. Og det er netop vigtigt at have fokus på friktionerne, så man ikke springer direkte fra adfærds mål til løsninger.

***OBS! Brug de forskellige 'adfærdsprincipper' til at finde gode løsninger – se næste slide.***

Brug skemaet her på siden, eller download det som PDF her:

[Adfærdsdesign | Bevæg dig for livet \(bevaegdigforlivet.dk\)](https://bevaegdigforlivet.dk)

**AFL-metoden**

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

AFL-metoden er et simpelt redskab til at sætte adfærds mål og udtænke løsninger, hvor man tager højde for målgruppen og dennes friktioner/barrierer i forhold til at have en bestemt adfærd. Når du bruger AFL-metoden kommer du automatisk omkring, hvad der kan være svært for målgruppen i forhold til at have en bestemt adfærd og hvilke løsninger, der kan være på det.

Målgruppe: \_\_\_\_\_

---

ADFÆRDSMÅL (HUSK – et adfærds mål er en konkret handling)

\_\_\_\_\_

---

FRIKTIONER (hvilken barrierer har målgruppen for at nå adfærds målet?)

\_\_\_\_\_

---

LØSNINGER (der tager afsæt i adfærdsprincipper og mindsker barriererne)

\_\_\_\_\_

---

Planlæg planen (hvilke konkrete handlinger skal sættes i gang, hvem gør det og hvornår?)

**HANDLING 1**

Hvad: \_\_\_\_\_

Hvem: \_\_\_\_\_

Hvornår: \_\_\_\_\_

**HANDLING 2**

Hvad: \_\_\_\_\_

Hvem: \_\_\_\_\_

Hvornår: \_\_\_\_\_

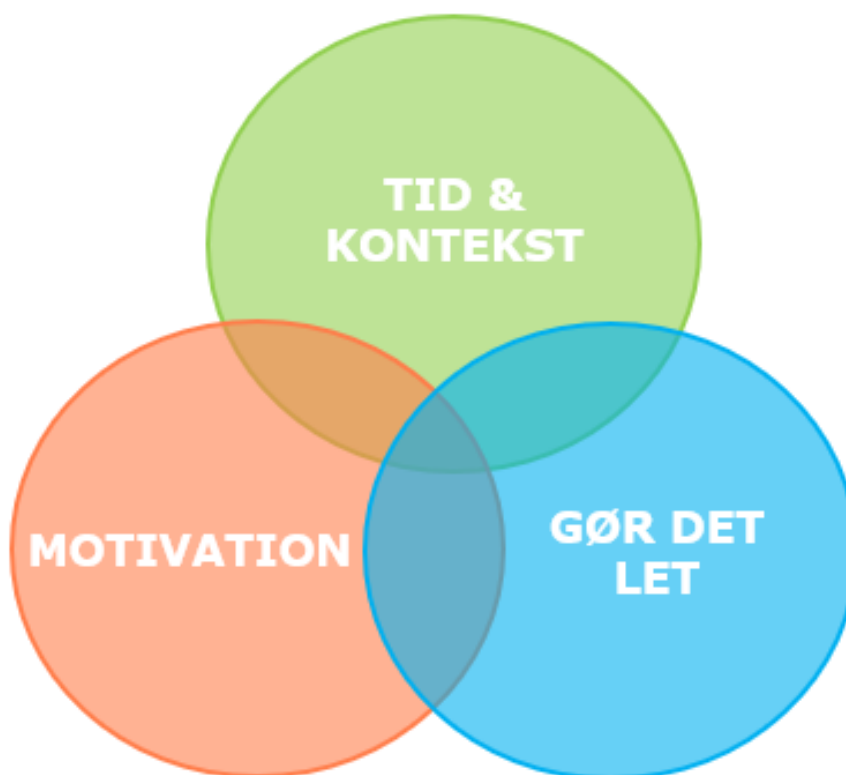
# Hav fokus på adfærdsprincipperne

Adfærdsprincipperne hjælper dig med at tænke adfærdsdesign ind i dine løsninger. Brug derfor adfærdsprincipperne til at finde gode løsninger, hvor du imødekommer målgruppens friktioner (se AFL-metoden).

Der er 3 forskellige kategorier for adfærdsprincipperne er:

## **Motivation:**

Mange er motiverede for at dyrke idræt – men derfor skal vi stadig arbejde med motivation.



## **Tid og kontekst:**

Den kontekst vi befinder os i, definerer ofte vores adfærd. Hvilken ramme er vi i, når vi skal gøre noget?

## **Gør det let:**

Mange er allerede motiverede til fysisk aktivitet og frivillighed. Det skal være let at gøre noget nyt.

*Lethed slår motivation, når det kommer til adfærdsændringer.*

# Adfærdeskort – 31 i alt (i Bevæg dig for livet)

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

I Bevæg dig for livet har vi udviklet 31 adfærdeskort (indenfor de 3 kategorier). Kortene hjælper med at tænke adfærdsdesign ind i løsninger. Her er et eksempel på 3 adfærdeskort.



Adfærdeskortene kan købes i DGI Butikken (søg efter adfærdsprincipkort): [dgi.dk/butikken](https://dgi.dk/butikken)

Download de 31 adfærdsprincipkort her: [Adfærdsdesign | Bevæg dig for livet \(bevaegdigforlivet.dk\)](https://bevaegdigforlivet.dk)

# Praktisk eksempel

- **Hvem:** Mødre, som har børn i skolealderen
- **Adfærdsmål:** Starter til fodboldfitness i den lokale forening til sæsonstart
- **Friktioner:**
  - Jeg er usikker på, om jeg kan finde ud af det
  - Det regner på dagen
  - Er jeg den eneste, der ikke kender nogen
  - Hvilket udstyr skal jeg bruge til træningen
- **Løsning:** Foreningen sørger for at minde om på Facebook, at der er træning i aften, selvom det regner, og at man kan være med uanset niveau. Der er god information om, hvilket udstyr man skal have med, eller om man kan låne. Og der bliver informeret om en fælles velkomst og introduktion.

**OBS!** Der er mange handlinger fra intention til, at målgruppen møder op (mikrohandlinger). Fx tilmelde sig, pakke tasken, få børnene passet etc. Vi skal så vidt muligt imødekomme de forskellige friktioner for hver mikrohandling, så alle handlinger lykkes, og vi når målet.

*På næste slides ses nogle af de adfærdsprincipkort, som blev brugt til at finde løsningerne.*



# Praktisk eksempel fortsat

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

Disse adfærdsprincipkort blev brugt til at finde løsningerne:



## #27 PUNKTÉR MYTERNE

**Adfærdsviden:** Vi kommer ofte med gode undskyldninger for ikke at gennemføre planlagte handlinger.

**Adfærdsdesign:** Sørg for, at punktere så mange af målgruppens gode undskyldninger som muligt. Fx kan man opfordre dem til at låne udstyr, fortælle om egnet tøj eller den fælles aftensmad efter træning.



## #15 Forpligt målgruppen

### Adfærdsviden

Vi er mere tilbøjelige til at føre handlinger ud i livet, når vi har forpligtet os til dem.

### Adfærdsdesign

- Få forpligtelse fra målgruppen i form af mundtlig eller skriftlig aftale.
- Mind målgruppen om deres egne tidligere forpligtelser.
- Sørg for, at det altid er muligt at vise interesse, f.eks. på Facebook, ved at kunne tilmelde sig eller interessere sig for en begivenhed.



## #3 VELKOMMEN

**Adfærdsviden:** Vi er sociale væsener, og vi har et stort ønske om at høre til i de grupper, vi indgår i.

**Adfærdsdesign:** Sørg for at målgruppen føler sig velkommen fra første møde. Både i kommunikation, og når de starter, og når I tager i mod dem.

# Din guide til:

- Det gode arrangement
- Den gode kommunikation

...brugbare eksempler, hvor adfærdsdesign er tænkt ind

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

# Det gode arrangement

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

Her giver vi dig en fuld guide til, hvordan du holder det gode arrangement, hvor der er tænkt adfærdsdesign ind i løsningerne.


Download skemaet her: [Det gode arrangement | Bevæg dig for livet \(bevægdigforlivet.dk\)](https://bevægdigforlivet.dk/detgodearrangement)

## FØR →

### 1. HVEM GØR HVAD?

Det er en god idé at lave en gruppe på 2-4 personer, der har ansvaret for følgende områder:


- At få budskabet ud
- Praktik på dagen
- Aktiviteter på dagen
- Opfølgning efter dagen



### 2. TA' VENNERNE MED

Det er nemmere at komme, hvis man kender nogen:


- Bed alle medlemmer om at invitere venner, naboer og familie med
- Gør det let – fx ved at give medlemmerne materiale, de kan dele ud til venner og bekendte (materiale via link)
- Lav en SMS-besked eller et Facebook-opslag, som er let at dele for medlemmerne i deres netværk (materiale via link)



### 3. FÅ BUDSKABET UD

Med få, simple midler kan I få budskabet bredt ud:

- Gør det tydeligt, at alle er velkomne – uanset niveau, bl.a. ved at lave plakater og flyers om arrangementet og del ud/hæng op (materiale via link)
- Opræt en begivenhed på Facebook – den er let at dele og deltagerne kan melde sig til
- Lav en pressemeddelelse til lokalmedierne om arrangementet (skabelon via link)




## UNDER →

### 1. DEN GODE VELKOMST

Det er vigtigt, at I får budt godt velkommen. I kan fx:


- Skiftes til at have ansvar for at byde velkommen ved indgangen
- Lave en fælles aftale om, at alle siger "hej" – særligt til dem, I ikke kender i forvejen
- Overveje navneskilte og få kontaktoplysninger allerede ved ankomst



### 2. GODE RÅD TIL AKTIVITETER

Gode arrangementer giver deltagerne gode oplevelser og lyst til mere:


- Tænk over overraskende eller sjove elementer på dagen, der giver smil på læben
- Giv deltagerne succesoplevelse med jeres idræt – det må ikke være svært at være med
- Overvej, om I kan give deltagerne oplevelsen af at gennemføre et helt forløb på dagen, og fejre dem, når de har gennemført, fx ved at give dem et diplom (skabelon via link)



### 3. PÅ GENSYN

Tænk over, at I får sendt deltagerne hjem med en god oplevelse af, at I gerne vil se dem igen – fx ved at:

- Give nogle ansvar for at spørge om deltagerne vil til prøvetime i næste uge
- Give deltagerne en souvenir med hjem, så de husker den gode oplevelse – f.eks. et diplom (skabelon via link)
- Hænge "Ses-vi-igen?"-plakater op, der sikrer mulighed for opfølgning (skabelon via link)




## EFTER →

### 1. OPFØLGENDE INVITATIONER

Opfølgning er vigtigt – gerne i ugen efter eventet:


- Jo mere personlig I kan gøre opfølgningen, jo større chance for succes
- Det er en god idé, hvis trænere eller holdledere kan tage direkte fat i deltagerne
- Følg op på "Ses-vi-igen?"-plakater med konkrete invitationer



### 2. SKAB ANLEDNINGER

Hvis deltagerne skal blive til nye medlemmer, så inviter dem ned i klubben:


- Lav introduktions- eller prøvetimer, hvor det er klart, at nye er velkomne
- Overvej om I vil tilbyde tidsbegrænsede tilbud eller rabatter i forlængelse af arrangementet
- I kan med fordel dele f.eks. tilbud om prøvetimer via Facebook-event og -side



### 3. HJÆLP HUKOMMELSEN

Når deltagerne har haft en skøn dag med jer, så hjælp dem med at huske – fx ved at:

- Dele billeder fra dagen via Facebook-event og jeres Facebook-side
- Skrive positive historier fra dagen i Facebook-gruppen eller på e-mail
- Opfordre folk til at "like" jeres side, så I kan holde kontakt








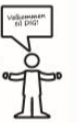



Find skabeloner og inspiration her: [bevægdigforlivet.dk/detgodearrangement](https://bevægdigforlivet.dk/detgodearrangement)

# Den gode kommunikation

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

Her giver vi dig gode råd til, hvordan du kommunikerer med din målgruppe (fx eksisterende eller nye medlemmer i din forening). Der er tænkt adfærdsdesign ind i den gode kommunikation.

Download skemaet her: [Den gode kommunikation | Bevæg dig for livet \(bevaegdigforlivet.dk\)](https://bevaegdigforlivet.dk/den-gode-kommunikation)

Åbn dørene	Spred budskabet	Tips og tricks
<b>1. INVITER NYE MEDLEMMER</b> Det kan være et stort skridt at møde op, hvis man ikke kender nogen i forvejen. <ul style="list-style-type: none"><li>Giv udtryk for, at I gerne have nye medlemmer, både i ord, "nye medlemmer er meget velkomne", og via jeres nuværende medlemmer.</li><li>Inviter interesserede på besøg – mange tror måske ikke, at tilbuddene også er til dem.</li><li>Vær direkte i jeres kommunikation, f.eks. ved at sige: "Vi vil gerne have dig med på holdet".</li></ul> 	<b>1. INVOLVER JERES MEDLEMMER</b> De nuværende medlemmer er den bedste kilde til nye medlemmer. <ul style="list-style-type: none"><li>Bed alle medlemmer tænke over, de de kender det næste nye medlem i jeres klub/forening.</li><li>Gør det let, fx ved at give medlemmerne materiale, de kan dele med venner og bekendte.</li><li>Lav en SMS-besked eller et Facebook-opslag, som medlemmerne kan dele i deres netværk.</li></ul> 	<b>1. TIMINGEN ER VIGTIG</b> Jeres målgruppe har travlt. Sørg for at gøre det nemt at vælge jer. <ul style="list-style-type: none"><li>Servér korte og præcise budskaber.</li><li>Vælg et tidspunkt, hvor målgruppen har bedst tid til at reagere på jeres budskab, f.eks. når de sidder i sofaen om aftenen.</li><li>Angiv aktivitetens tid og sted tydeligt, så det er let at planlægge og komme ud af døren.</li></ul> 
<b>2. GØR DET LET</b> Fjern eventuelle barrierer hos nye medlemmer ved at have tilbud, der er lette at gå til. <ul style="list-style-type: none"><li>Afhold et arrangement, hvor nye medlemmer kan lære jeres idræt at kende (find inspiration via link) – så er det første skridt ikke så stort.</li><li>Tilbyd en gratis prøve- eller introduktionstime, så prisen ikke er en barriere.</li><li>Fortæl klart, hvad man skal ha' med, f.eks. medbring indendørsko, og tilbyd at nye medlemmer kan låne eventuelt udstyr de første gange.</li></ul> 	<b>2. SPRED BUDSKABET LOKALT</b> Med få simple midler kan I blive synlige i jeres lokalmiljø, så nye medlemmer kan finde jer. <ul style="list-style-type: none"><li>Kontakt lokalpressen – mange lokalaviser vil gerne skrive om lokale klubber/foreninger.</li><li>Lav aftaler med butikker i lokalområdet om f.eks. at lægge postkort el. hænge plakater op.</li><li>Undersøg om jeres kommune har steder, hvor I gratis kan dele jeres budskaber, f.eks. bibliotek, borgerservice og forældretræa.</li></ul> 	<b>2. GØR DET PERSONLIGT</b> Det er mere sandsynligt, at jeres målgruppe handler på tilbud, hvis de oplever det som personligt. <ul style="list-style-type: none"><li>Gør budskaber og tilbud så personlige som muligt – skriv direkte – f.eks. "vi vil gerne have DIG med".</li><li>Sørg for at have en 1:1 kommunikation – så målgruppen ved, hvem de skal tage fat i både før, under og efter en evt. træning.</li><li>Aftal med nye medlemmer, at I står og tager imod dem første gang, de kommer til en træning.</li></ul> 
<b>3. SØRG FOR GENKENDELSE</b> Det er vigtigt, at nye medlemmer kan genkende sig selv, når I taler til dem. <ul style="list-style-type: none"><li>Tænk over, hvad nye medlemmer har brug for, f.eks. på hjemmesiden. Det er vigtigt, at de kan se sig selv være en del af jeres fællesskab.</li><li>Vær bevidst om jeres ordvalg. Undgå ekspertssprog og intet sprog som nye ikke forstår.</li><li>Vælg billeder med omhu, når I kommunikerer – jeres målgruppe skal kunne se sig selv i dem, både ift. køn, alder og aktivitet.</li></ul> 	<b>3. SPRED BUDSKABET DIGITALT</b> Facebook giver gode muligheder for at komme ud til mange let og billigt. <ul style="list-style-type: none"><li>Opret en Facebook-side for jeres hold/forening, evt. også for udvalgte aktiviteter/hold. Find inspiration via link.</li><li>Opret Facebook-begivenheder, f.eks. for prøvetimer – så kan man let dele og tilmelde sig.</li><li>Bed nuværende medlemmer om at dele opslag med venner og bekendte – f.eks. på og fra byens lokale Facebook-side ("Det sker i...").</li></ul> 	<b>3. FASTHOLD MÅLGRUPPEN</b> Det er vigtigt at holde målgruppens motivation ved lige, så de ikke glemmer at komme igen. <ul style="list-style-type: none"><li>Sørg for at følge op på kommunikation til nye medlemmer, så I sikrer, at de har lyst at komme igen.</li><li>Hvis målgruppen forpligter sig til noget, er der større sandsynlighed for, at de gør det – vælg f.eks. budskaber, så målgruppen kan tilmelde sig, f.eks. på og fra Facebook.</li><li>Flere vil slå til med det samme, hvis I har tilbud med begrænsninger i tid og/eller antal – f.eks. tre prøvegange og kun plads til 10 på holdet.</li></ul> 

Find skabeloner og inspiration her: [bevaegdigforlivet.dk/kommunikation](https://bevaegdigforlivet.dk/kommunikation)