Nurit Nobel

■ *Gör:* **Doktorand på Handelshögskolan i Stockholm. Medgrundare och vd, Impactually.** *Utbildning:* **Masterexamen i socialpsykologi, London School of Economics.** *Ålder:* **38 år.** *Familj:* **Gift med Philip, mamma till Ella (4) och Sophia (1).** *Karriär:* **10+ års erfarenhet som marknadschef och strategikonsult.** *Mission:* **Att överbrygga klyftan mellan akademi och praktik.** *Fritidsintressen:* **Att springa, gärna långt.** *Läser just nu:* ***Hello World: How to be Human in the Age of the Machine,*** **av Hanna Fry.** *Livsmotto:* ***"No day but today."*** *Favoritnudge:* ***Default*** **(förval).**

Nudging handlar om att hjälpa eller underlätta för den som påverkas.

Rätt lätt

■ ***Nudging*** **handlar om att designa valsituationer så att det blir lätt att göra rätt. Vi "knuffas" diskret i rätt riktning. Konceptet har sitt ursprung inom beteendeekonomi och lanserades av de amerikanska forskarna Cass Sunstein och Richard Thaler med boken *Nudge: Improve decisions about health, wealth and happiness* (2008). Intresset för *nudging* i Sverige och andra länder har ökat kraftigt, inte minst efter 2017 när Richard Thaler blev Nobelpristagare i ekonomi.**

"Nudging är en knuff i rätt riktning"

Nudging **är att knuffa någon i önskvärd riktning och ändra beteenden utan tvingande lagkrav eller regler.**

▶ **Nurit Nobel, vad handlar din forskning om?**

– Beslutsfattande och beteendeförändring, och framför allt om de tankefällor som kan stå i vägen mellan oss och det som vi vill åstadkomma i våra liv. Jag tittar på hur man kan använda *nudging* för att ge en knuff i rätt riktning och nå individens eller samhällets mål.

▶ **Ur ett *nudge*-perspektiv, hur har svenska myndigheter hanterat coronakrisen?**

– Det finns en viktig princip inom *nudging*: att underlätta för människor att göra rätt val i vardagen. Här har det ibland varit svårt för folk, eftersom det saknades tydliga instruktioner om hur de ska agera. Varje beslut vi fattar tar kraft och energi, och här var vi tvungna att fatta många svåra beslut dagligen.

▶ **Hur borde de ha gjort?**

– Gör det enkelt att göra rätt. Det finns många bra privata initiativ under coronakrisen. Många affärer och restauranger har "stå här"-*stickers* på golvet med rekommenderat fysiskt avstånd emellan. Det hjälper oss på traven hur vi ska agera.

▶ **Vad skiljer *nudging* från manipulation?**

– *Nudging* handlar om att hjälpa eller underlätta för den som påverkas. En *nudge* ska alltid främja ett beteende som är i individens intresse, annars är det inte en *nudge*. I *nudging* ändrar vi valarkitektur och lutar oss mot den etiska principen att använda *nudging* for good. Det ska vara lätt att göra rätt – utan att förhindra det fria valet. ■

Beteendeekonomi. *Tio tips om tankefällor och* nudging *från forskaren och managementkonsulten* ***Nurit Nobel****.*

BÄTTRE BESLUT

Fem vanliga tankefällor:

1. KOGNITIV BELASTNING.

När valmöjligheterna blir för många får vi svårt att bestämma oss. Snabba höftningar ersätter rationellt beslutsfattande. Bara 3 procent av de nya pensionsspararna i premiepensionssystemet gör ett aktivt val av ppm-fonder (utbud per i dag: 490 stycken).

2. SOCIALA NORMER.

Vi gör gärna som alla andra, framför allt i ovissa situationer. När viktiga beslut ska fattas i grupp kan likriktningen förstärkas. Forskning visar att vi skräpar ner mer i miljöer där det redan ligger skräp på marken, som signalerar att nedskräpning är normen.

3. SJÄLVÖVERSKATTNING.

Vi tenderar att tro att vi är bättre än genomsnittet. Det gäller de flesta områden, exempelvis för bilförare, prognosmakare och investerare. Många tror att de kan överträffa index – de flesta gör det sällan.

4. FÖRLUSTAVERSION.

En förlust svider mer än vad en vinst glädjer oss, inte minst på aktiemarknaden. Att sälja en aktie som går dåligt är för många detsamma som att erkänna att man har gjort en dålig investering. Vi stannar hellre i status quo *än realiserar förluster, men kan då riskera att förlora ännu mer.*

5. NUTIDSFÄLLAN.

Obetydliga hinder stoppar oss från att göra det vi vet är bra för oss. Vi tar bilen i dag, men ska cykla i morgon – och börja träna och äta hälsosamt.

Fem knuffar som leder rätt:

1. BYT STANDARDALTERNATIV.

Vi tenderar att välja förval om sådana finns, särskilt om vi saknar motivation att välja. Miljö-el, dubbelsidig utskrift och AP7 Såfafonden i premiepensionsvalet är förvalda. 3 procent av befolkningen gör ett aktivt PPM-val, men alla får ett premiepensionssparande.

2. FÖRENKLA OCH RAMA IN.

Presentera komplicerad information mer lättförståeligt. Väsentligt fler väljer att börja spara när uppmaningen är att spara 50 kronor om dagen i stället för 1 500 kronor i månaden.

3. ANVÄND SOCIALA BEVIS.

Om du vill få människor att följa vissa regler är det en bra strategi att berätta att de flesta andra gör så. Budskapet "de flesta hotellgäster väljer att återanvända sina handdukar" är mycket mer effektivt än "skona miljön".

4. FÖRÄNDRA MILJÖN.

Vi påverkas i hög grad av omgivningen och förändringar i denna kan således modifiera beteenden. Hos Google är frukt och nötter lättillgängliga, medan godis och läsk är svårare att komma åt.

5. PÅMINN.

Att påminna om rätt beteende vid precis rätt tidpunkt kan göra människor mer benägna att genomföra det. Sms-påminnelser minskar antalet uteblivna läkarbesök. Resesajter kan påminna om miljövänligare färdsätt.

Berättat för **Jonas Elofsson** och fotograferat av **Jonte Wentzel**