

Het gebruik van nudges bij evenementen kan helpen om doorlooptijden bij het ticketscan-, visitatie- en barproces te verkorten. Dat blijkt uit onderzoeken van Logistics Community Brabant (LCB) tijdens acht evenementen.

De onderzoeken van LCB zijn uitgevoerd bij onder meer de DGTL-ADE evenementenreeks, Tributeland, Helldorado en ELROW X Strafwerk. Daarbij is gericht gekeken naar 'Bezoekersstromen' en dan met name op het gedrag, de doorlooptijd en de spreiding van bezoekers bij het entree- en barproces. Bij evenementen zijn dit twee cruciale punten. In totaal zijn 15.725 metingen uitgevoerd door een team van 22 onderzoekers.

Het doel van dit onderzoek is tweeledig:

- 1) Inzicht verkrijgen in de effecten van subtiele gedragsbeïnvloeding (ook wel 'nudges' genoemd) op het gedrag en de doorlooptijd van de bezoeker tijdens het entreeproces en barproces. Het is de verwachting dat door het stimuleren van gewenst gedrag via nudging, er minder ongewenst gedrag zal voorkomen. Dit zou moeten leiden tot kortere doorlooptijden en daarmee kortere wachtrijen.
- 2) Inzicht verkrijgen in de mogelijkheden en effecten van nudges op het gedrag en de spreiding van de bezoeker tijdens het barproces.

Nudging

Een 'nudge' is een aspect van de keuzearchitectuur dat het gedrag van mensen op een voorspelbare manier verandert, zonder het te verbieden of te sturen met economische prikkels. Het is als een zacht duwtje in de rug en de interventie moet gemakkelijk en goedkoop te vermijden zijn.

Gedrag

	Ticketscanproces	Visitatieproces	Barproces
Gewenst gedrag	Bezoeker heeft ticket gereed en is klaar om het ticketscanproces in te gaan.	Bezoeker heeft zakken leeggehaald/tas geopend/aangereikt (bezoeker is klaar het visitatieproces in te gaan).	Bezoeker gebruikt de handen als communicatiemiddel bij het doorgeven van een bestelling aan de bar.
Ongewenst gedrag	Bezoeker moet ticket er nog bijpakken.	- Bezoeker moet zakken nog leeghalen op het moment dat hij/zij aan de beurt is.	Bezoeker gebruikt enkel de stem om de bestelling door te geven.

Interventies

In de onderzoeken zijn verschillende 'nudges'/interventies uitgetest. Eerst is elke interventie getest zonder interventie als een nulmeting, en vervolgens is de nulmeting vergeleken met de situatie mét interventie. Bij het ticketscan- en visitatieproces zijn twee soorten nudging gebruikt om bezoekers bewust te maken van het gewenste gedrag. Eén vorm is een informatieve boodschap over gewenst gedrag door middel van pictogrammen, de andere is een animatie die de gevolgen van gewenst en ongewenst gedrag toont. Bij de bar is geprobeerd non-verbale communicatie te stimuleren door middel van een visual. Daarnaast is geëxperimenteerd met het gebruik van rode en groene verlichting boven de bars om te zien of dit leidt tot een betere spreiding over de beschikbare bars.

Bevindingen nudging op het gedrag:

- Op 63% van de onderzochte evenementen is er door het toepassen van nudging tijdens het ticketscanproces gemiddeld 8% meer gewenst gedrag gemeten bij het tonen van een pictogram en gemiddeld 11% meer gewenst gedrag gemeten bij het tonen van een animatie.
- Op 100% van de onderzochte evenementen is er door het toepassen van nudging tijdens het visitatieproces gemiddeld 11% meer gewenst gedrag gemeten bij het tonen van een pictogram en gemiddeld 16% meer gewenst gedrag gemeten bij het tonen van een animatie.
- Op 80% van de onderzochte evenementen is er door het toepassen van nudging tijdens het bestelproces aan de bar gemiddeld 5% meer gewenst gedrag gemeten bij het tonen van een visual.

Bevindingen nudging op de doorlooptijd:

- Op 88% van de onderzochte evenementen is er door het toepassen van nudging tijdens het ticketscanproces een gemiddelde afname van 11% van de doorlooptijd gemeten bij het tonen van een pictogram en gemiddeld 5% afname van de doorlooptijd gemeten bij het tonen van de animatie.
- Op 75% van de onderzochte evenementen is er door het toepassen van nudging tijdens het visitatieproces een gemiddelde afname van 11% van de doorlooptijd gemeten bij het tonen van een pictogram en gemiddeld 3% afname gemeten bij het tonen van de animatie.
- Op 80% van de onderzochte evenementen is er door het toepassen van nudging een kortere doorlooptijd gemeten bij het bestel proces van de bar.

Bevindingen nudging op spreiding:

Tijdens het onderzoek naar spreiding is er een experimentele test uitgevoerd bij het gebruik van rood/groen licht bij de bars. De onderstaande informatie is voortgekomen uit observaties met het oog. Dit gegeven geeft aanleiding tot vervolgonderzoek.

- Door middel van nudging met rood en groen licht is er geobserveerd dat 8% meer bezoekers besluit om naar een open bar te gaan in plaats van naar een gesloten bar.
- Door middel van nudging met rood en groen licht is er geobserveerd dat 10% meer bezoekers naar een rustigere bar loopt in plaats van een drukker bar.

De resultaten van de nudging interventies toonden een algemene toename in gewenst gedrag en een afname in doorlooptijd bij zowel het ticketscan-, visitatie- als barproces. Bij het experiment met de verlichting boven de bars werd een toename waargenomen in het aantal bezoekers dat koos voor een open bar in plaats van een gesloten bar en het aantal bezoekers dat naar een minder drukke bar liep in plaats van naar een drukker bar.

Nudging heeft dus een kleine positieve impact op gewenst gedrag, doorlooptijd en spreiding, dit past geheel bij de quote van Thaler en Sunstein uit 2008: *“Een nudge is een **duwtje in de rug**”*