

EFFECT VAN INFORMATIEVOORZIENING (NUDGING) OP BEZOEKERSGEDRAG

BIJ DE LOOPBRUGGEN VAN HET PONTON-GEBIED TIJDENS HET
BREDA JAZZ FESTIVAL



Aanleiding

- Vorige edities
- CSR-lab onderzoek



Keuzegedrag

- Beslissingsgedrag
- Gewenst en ongewenst gedrag

SYSTEEM 1

Intuïtief
Snel
Automatisch

95%

SYSTEEM 2

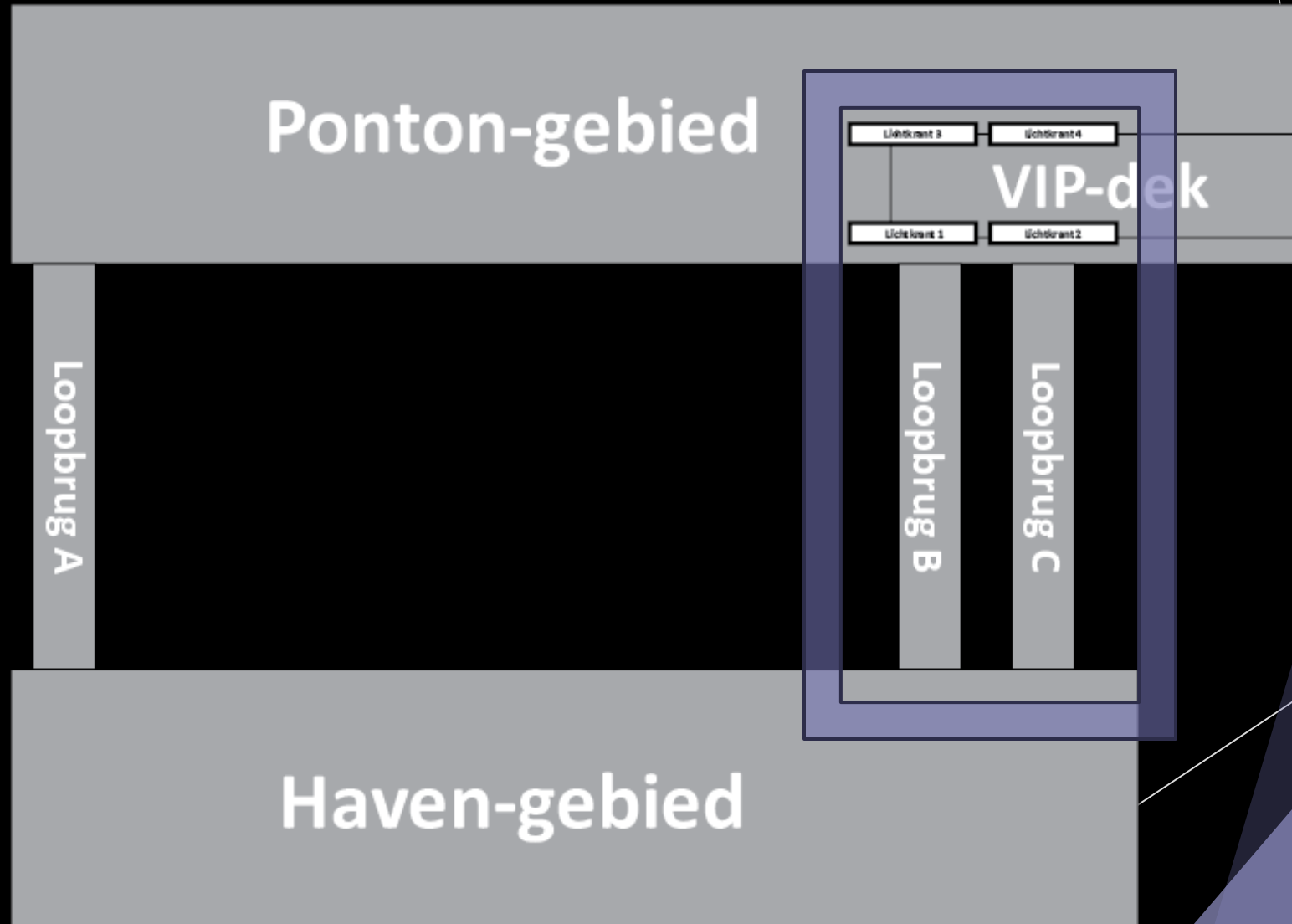
Rationeel
Traag
Weloverwogen

5%



Bron: Daniel Kahneman 'Thinking fast & slow'

Situatieschets

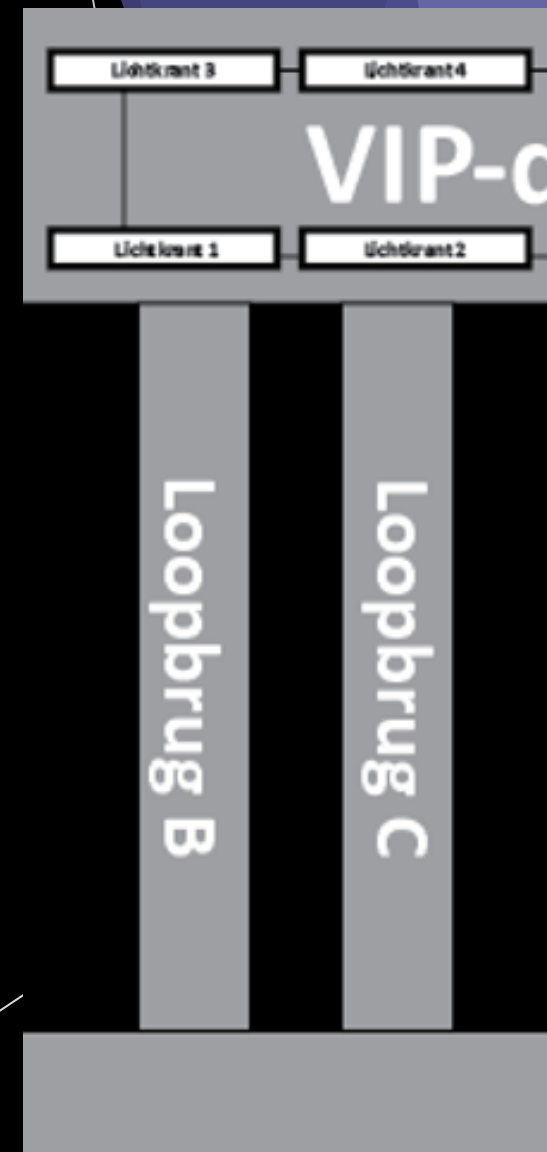


Gewenst/ongewenst gedrag

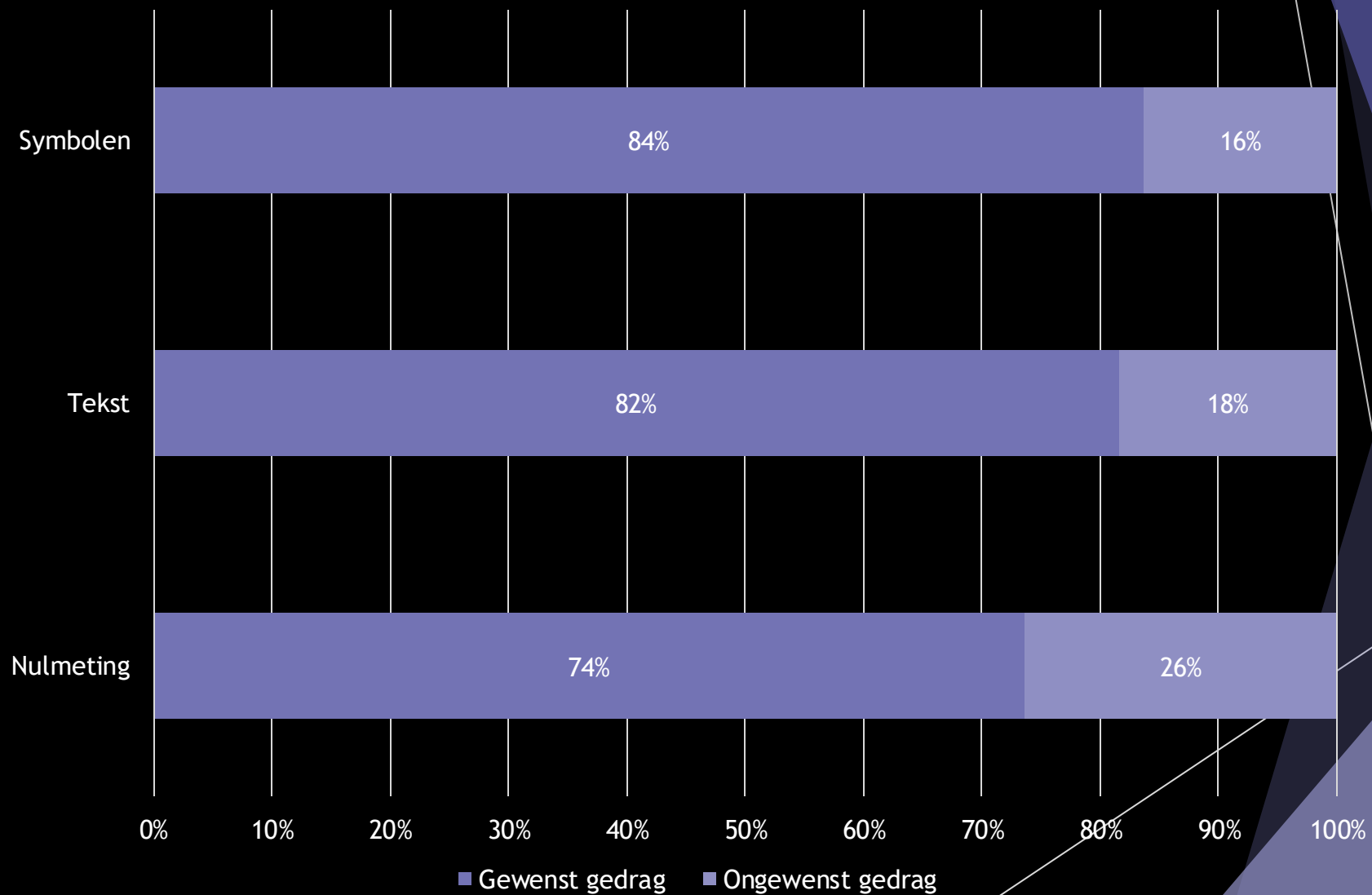
	Loopbrug B	Loopbrug C
Gewenst gedrag	Wordt gebruikt als ingang van het haven-gebied naar het ponton gebied.	Wordt gebruikt als uitgang van het ponton gebied naar het haven-gebied.
Ongewenst gedrag	Wordt gebruikt als uitgang van het ponton gebied naar het haven-gebied.	Wordt gebruikt als ingang van het vaste land naar het haven-gebied.

Interventies

	Visualisatie tekst	Visualisatie symbolen
Lichtkrant 1		
Lichtkrant 2		
Lichtkrant 3		
Lichtkrant 4		



Resultaten



Statistische toetsing

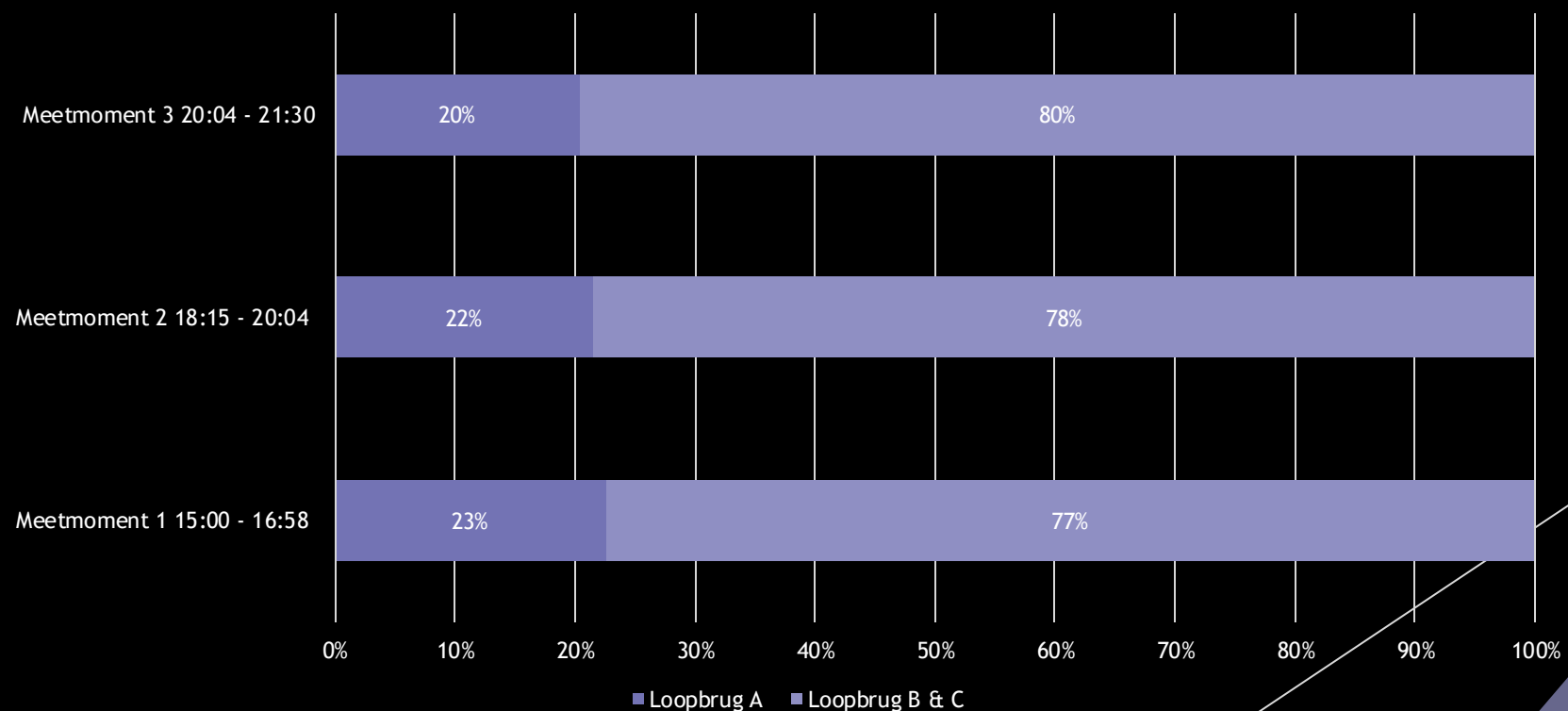
- Chikwadraat toets – 99% zeker dat er een verschil is tussen de vormen
- Cramérs V – ‘zwakke’ samenhang tussen vorm en gedrag
 - Invloeden van belemmeringen

Conclusie

“Het kan worden gesteld dat een positief effect wordt waargenomen bij de festivalbezoekers van Breda Jazz Festival wanneer er gebruik wordt gemaakt van informatievoorziening.”

Extra - Resultaten bezettingsgraad

- Gemiddeld 78% B en C ten opzichte van 22% loopbrug A
- Stijging bezettingsgraad loopbrug B en C gedurende de dag



EFFECT VAN INFORMATIEVOORZIENING (NUDGING) OP BEZOEKERSGEDRAG

BIJ DE LOOPBRUGGEN VAN HET PONTON-GEBIED TIJDENS HET
BREDA JAZZ FESTIVAL

