



BE4Life

Behavioral Economics For Life



UNIVERSITEIT
GENT



BE4LIFE

Consumptiegedrag stimuleren dat het welzijn van het individu en de maatschappij verhoogt

duurzaam

gezond

ethisch

BE4life

Academisch en
praktijkgericht
onderzoek

Gedragseconomisch
perspectief

Theorie

TWEE DENKSYSTEMEN

Reflectief systeem 2

Gecontroleerd

Traag

Bewust

Serieel

Analytisch/deductief

Kost veel energie

Volgt regels

Planner

Bewuste keuze

Automatisch Systeem 1

Ongecontroleerd

Traag

Onbewust

Parallel

Associatief

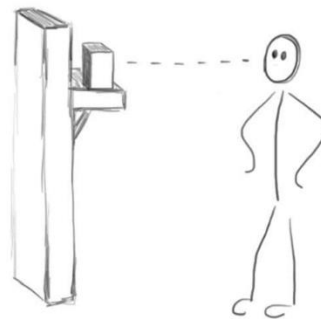
Kost weinig energie

Geoefend

Doener

Onderbuikgevoel

Thema: positie



Thema: algemeen in-store

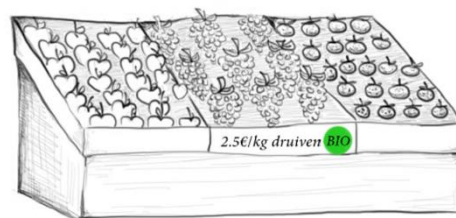


Cognitieve Biases

Thema: sensorisch



Thema: labels en grafisch



DON'T READ THE NEXT SENTENCE.

You little rebel. You've been nudged.



Nudging = Slim inzetten van Biases om gedrag van consumenten en burgers op een voorspelbare manier te ‘sturen’.

T, H, A, L, E, R,

Eigenschappen Nudging

- Speelt in op cognitieve biases
- Geen verplichting, vrije keuze
- Gemakkelijk te omzeilen
- Leidt niet tot hogere kost (geld, tijd en sociaal)
- Geen monetaire beloning
- Voorspelbaar
- Leidt tot 'beter' gedrag

Nudging

menten en

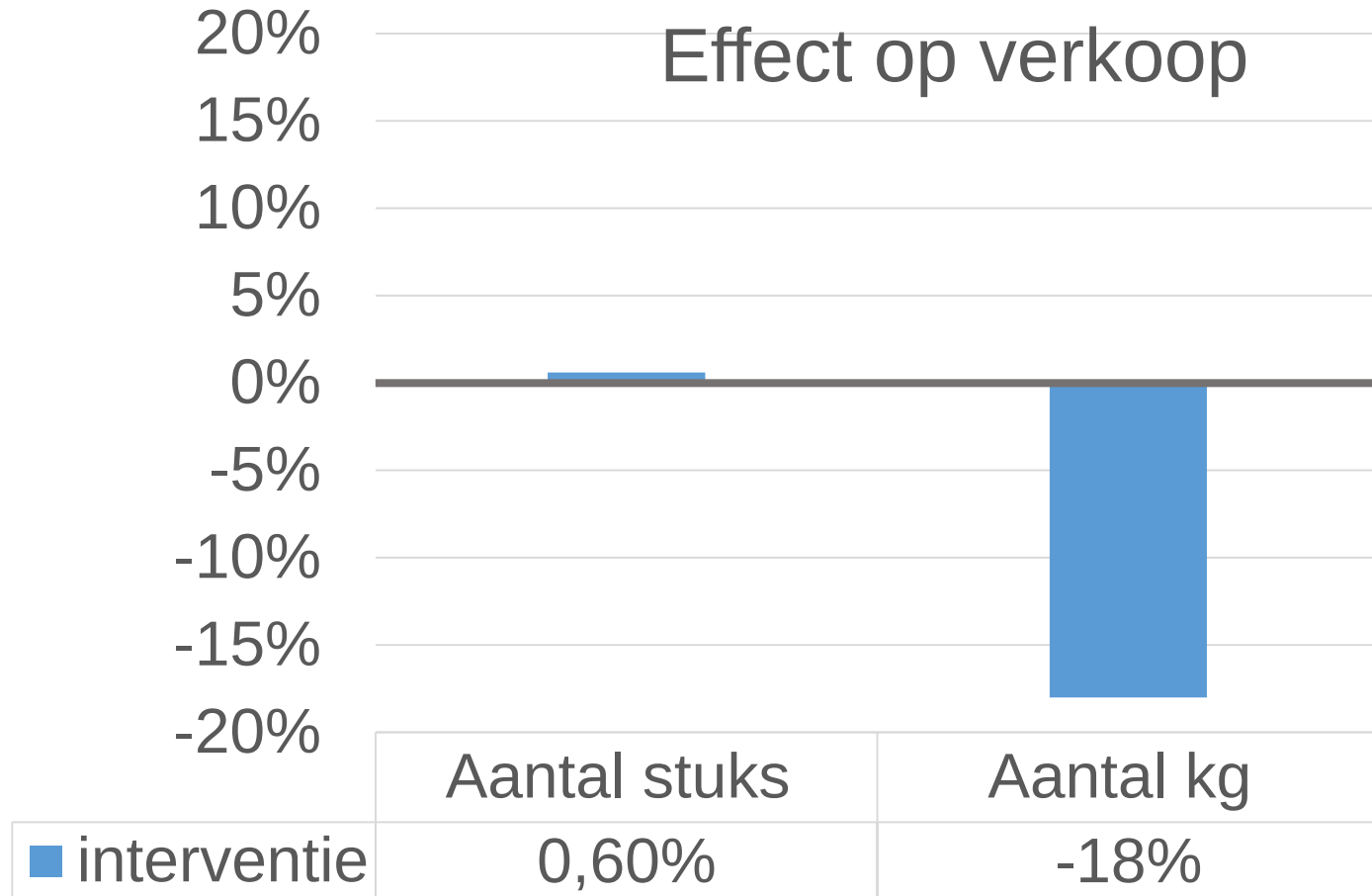
,

Voorbeelde n

GEDRAG VERANDEREN: CONSUMINDEREN

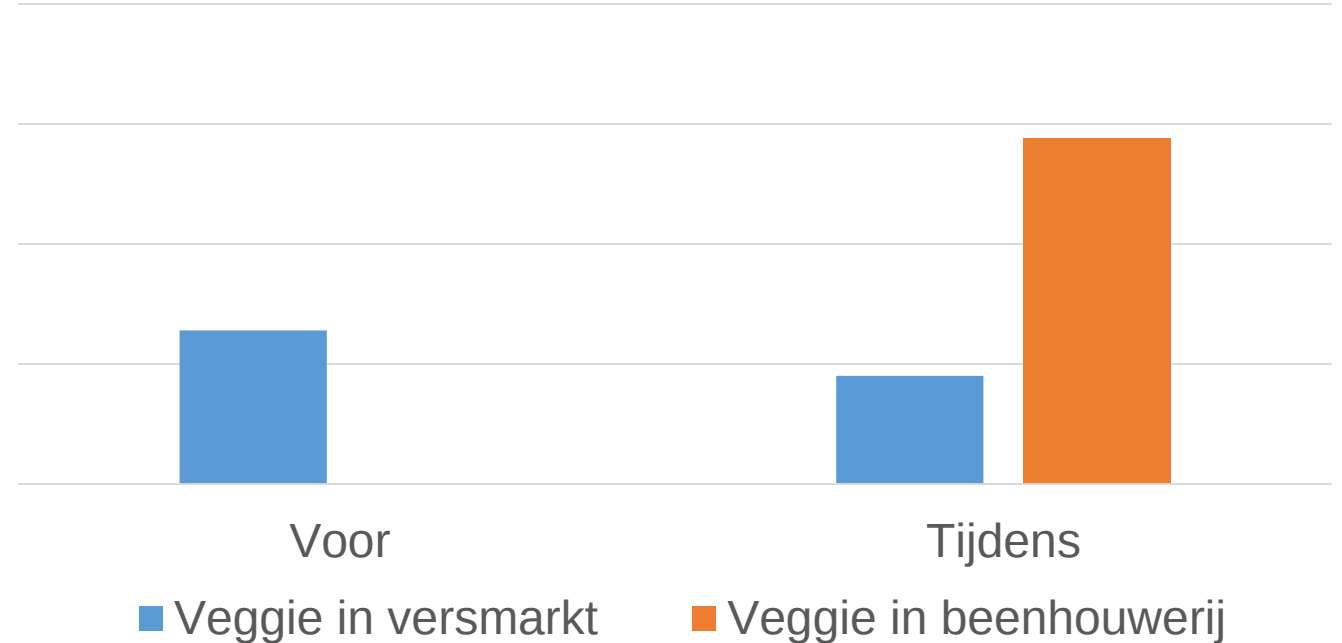


- Geef (beperkte)
- Middelste Keuze
- Associatie 'links'



GEDRAG VERANDEREN: CONSUMANDEREN

Verkoop voor en tijdens interventie



- Maak Veggie ‘gewoon’ en ‘toegankelijk’
- Duid op de gelijkenissen, niet op de verschillen

GEDRAG VERANDEREN: CONSUMEERDEREN



- Maak het de consument gemakkelijk
- Geef actiegerichte gebruikssuggesties

GEDRAG VERANDEREN: NIET VOOR ALLES EN ALTIJD



	Success of intervention
Tomato	Red
Cauliflower	Green
Green beans	Yellow
Pumpkin	Red
Cabbage	Yellow
Chicory	Red
Forgotten vegetables	Red
Leeks	Red
Cucumber	Green

- Nudging werkt het beste bij
 - Zwakke associaties: ongekend, tijdsdruk, moe, ...
 - Foute associaties: bloemkool is zomergroente 😊

ANDERE VOORBEELDEN

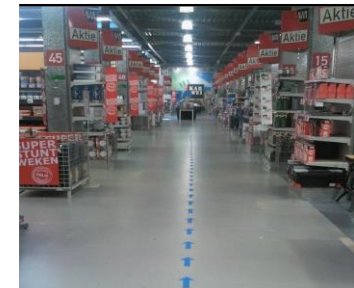
Packaging:



Negatief label meer effect

Recyclable	Non-recyclable
	
	
	

Shop Layout & Atmospherics



Gezond = lekker associatie aanleren



GEDRAG VERANDEREN IN EEN RESTOCONTEXT IS MOEILIJKE

Descriptief label &
hedonische
verbetering

DAGMENU DONDERDAG 26 OKTOBER

VIS/VLEES/GEVOGELTE + groenten + zetmeel

Rundsteak

€ 3,90

VEGETARISCH + groenten + zetmeel



Smeuïge vol-au-veggie

€ 4,40

Tortellini vier kazen

€ 3,70

Nasirol

€ 4,00

Sociale normen



Positionering

Maandag

Soep

→ Kervelsoep - € 0,50

Maaltijdsoep

→ Minestrone - € 2,50

Hoofdgerecht

→ Veganistisch: Kruidige hazelnootburger - € 3,70

→ Vlees: Gehaktstammetje in spinazieroom - € 3,90

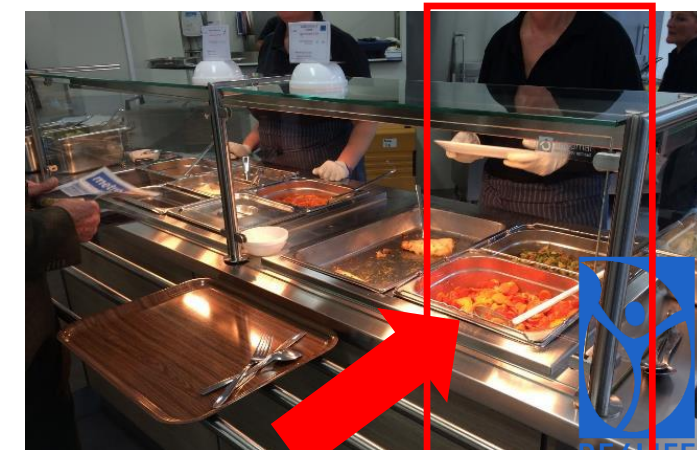
→ Vis: Gemarineerde zalmsteak Global - € 4,00

→ Vlees: Toscaans kalkoenlapje - € 3,80

Groenten

→ Gele rapen

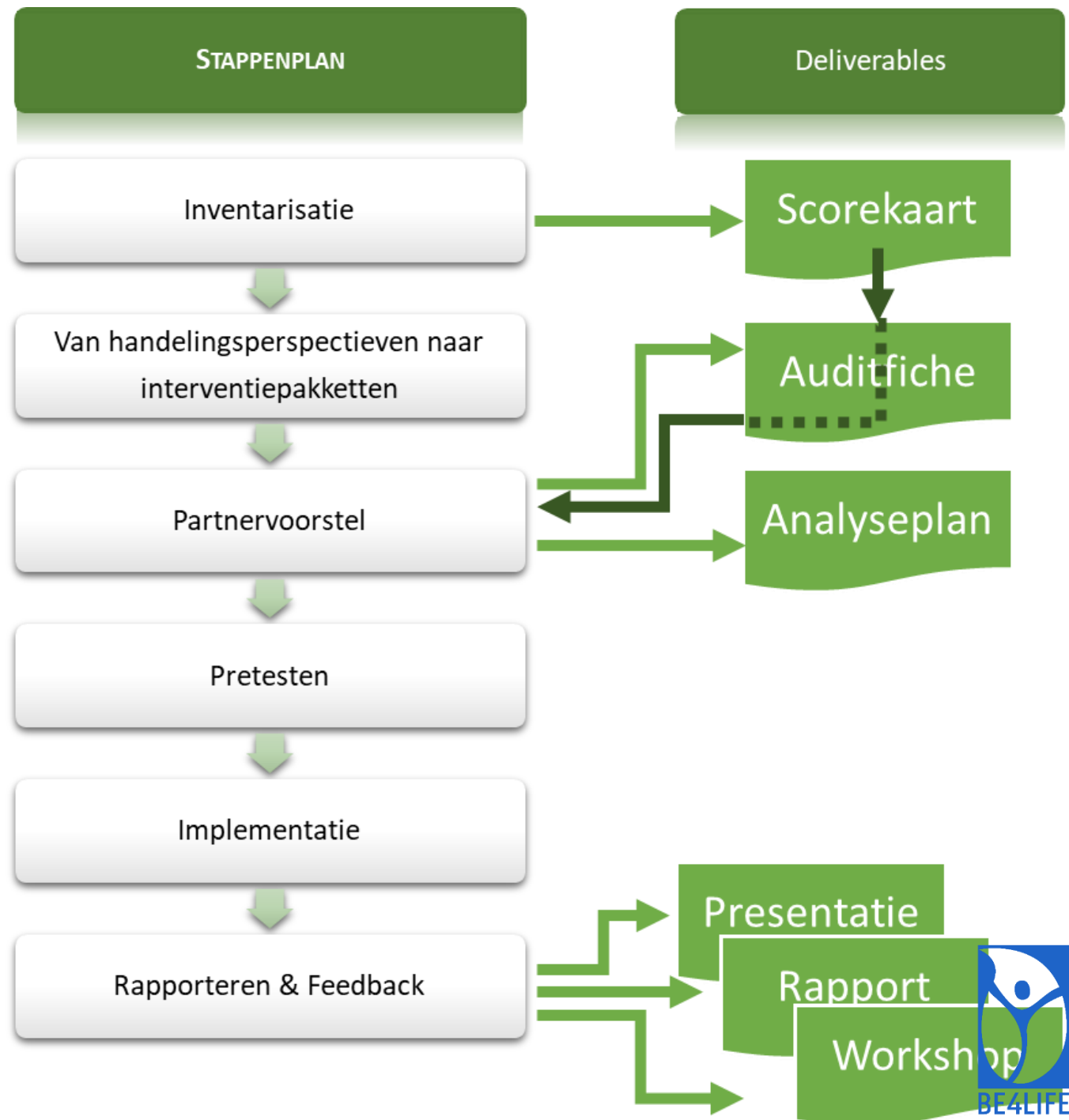
→ Spaanse groenten



Plan van aanpak

STAPPENPLAN

- Start: Beleidskeuze
- Gestructureerd
 - Vb. Gedragsveranderingswiel
- Tijdsintensief
- Betrokkenheid stakeholders
- Meetbaar



STAPPENPLAN - IMPLEMENTATIE



Random toewijzing van proefpersonen over de
Controlelocatie en de interventielocatie leiden tot de ideale
Testomgeving

WAT KAN JE DOEN ALS LOKAAL BESTUUR

- INFOSESSIES NUDGING voor lokale handelaars
- AUDIT van keuzeomgeving (winkelstraat, gebouwen, ...)
- EIGEN (VOEDSEL)BELEID en/of AANBOD NUDGEN (personeelsrestaurant, catering, ...)
- CITIZEN SCIENCE projecten
 - De Burger als Keuzearchitect
- HERINRICHTEN openbaar domein/gebouwen in eigen beheer (vb. schoolkantine, sporthal,)

Samengevat

KRITISCHE SUCCESFACTOREN

- **Nudging is**
 - Geen wondermiddel
 - Aanvulling op beleid en communicatie
- **Nudging werkt als**
 - Alle stakeholders betrokken zijn
 - doelstellingen op voorhand vastgesteld worden
- **Echte inzichten veronderstellen**
 - Gedragswetenschappelijke aanpak

Wil je meer
weten?

Stel je vraag op

BE4life@Ugent.be

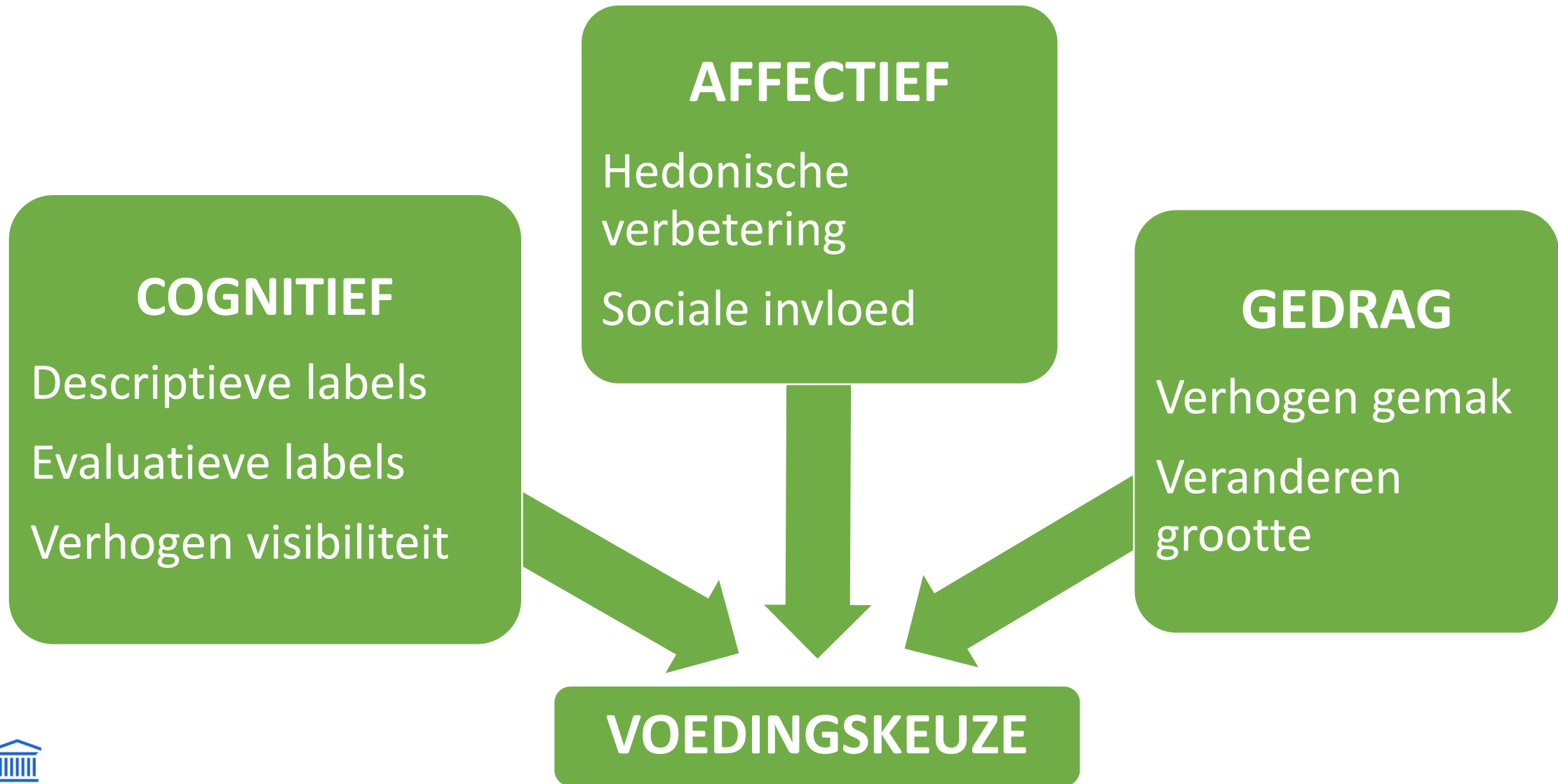
Prof. dr. Iris Vermeir
Prof. dr. Hendrik Slabbinck
Associate Professors of Marketing

www.be4life.ugent.be
Iris.Vermeir@Ugent.be
Hendrik.Slabbinck@Ugent.be

Consumer Behavior Research Group
Department of Marketing, Innovation and Organisation
Faculty of Economics and Business Administration
Tweekerkenstraat 2
9000 Gent
Belgium
T +32 9 2643526
F +32 9 2644279

BACKUP SLIDES

VOEDING NUDGES



VOORBEELD INVENTARISATIE VAN DOELSEN IN OFFLINE RETAILCONTEXT

Sensaties

Proevertjes
Samples
Honger stillen
Geur gelinkt aan target categorie
Subtiele, aangename geur
Bewegende beelden
Bewegend voedsel
Water
Stoplicht
Rode kleur
Glossy elementen
Spiegel
Muziek volume
Muziek familiariteit
Muziek tempo
Muziek afkomst
Muziek klassiek versus pop
Going green to be seen
Licht
Portie verkleinen

Grafisch

Streek van afkomst
KM-teller
Lekker bij...'
Like'
Labelgrootte
Symbolen
Aantrekkelijke descriptieve labels
Sociale norm aankoop producten
Boodschappenlijst
Negatief label
Duurzame 'junk food'
Portie labels

VOORDEEL INVENTARISATIE NODIG IN OFFLINE

RETAILCONTEXT

Ooghoogte
Links-rechts
Vooraan in de winkel
Onder-boven
Middeloptie
Lage inspanning duurzame producten
Grote inspanning niet-duurzame producten
Einde of zijkant van een rek
Schaarste
Brede rekken
Duo's
Gemiddeld' duurzame producten
Ruimtelijke perceptie
Variatie

Check-out
Aanbod logica
Winkelkar indelen
Descriptieve norm op winkelkar
Pijlen
Foto's op winkelkar
Fotoposters
Natuurlijke elementen
Loyale duurzaamheid
Tegen de klok in
Eerste indruk
Verbaal aansporen

Algemeen in-store

VOORBEELD HANDELINGSPERSPECTIEVEN



VOORBEELD HANDELINGSPERSPECTIEVEN

Eiwittransitie: 9 Handelingsperspectieven

Handelingsperspectief 1: Betekenis houdbaarheidsdatum

Leer wat de houdbaarheidsdatum betekent

THT betekent 'tenminste houdbaar tot', en is een kwaliteitsgarantie. De fabrikant garandeert dat het product tot ten minste deze datum van goede kwaliteit is. Het product is na die datum meestal nog goed en eetbaar. Veel mensen weten dit niet, en denken dat voedselveiligheid in het geding is (men verwacht THT met TGT) .

Handelingsperspectief 2: Omgaan met THT-datum

Gooi een product over de THT-datum niet direct weg

Een product is na het verstrijken van de THT-datum vaak nog weken of maanden goed en eetbaar. Is de THT-datum verstreken, gebruik dan uw zintuigen en kijk, ruik en proef een beetje om na te gaan of het product nog goed is.

Handelingsperspectief 3: Restverwerking

Lekkere recepten voor restjes

Als u toch teveel heeft gekookt kunt u deze maaltijrestjes het best bewaren om later te gebruiken, bijvoorbeeld als lunch of tussendoortje op de volgende dag. Rijst kunt u voor nasi gebruiken en van pasta kunt u een heerlijke salade maken. Er zijn websites met lekkere recepten voor gerechten met maaltijrestjes.

Handelingsperspectief 4: Inkopen op maat

Inkopen op maat

Koop op maat: ga meermaals per week naar de winkel om verse producten te kopen (liefst met de fiets).
Uit onderzoek is gebleken dat mensen die geen boodschappenlijstje gebruiken 40% meer voedsel verspillen dan gemiddeld (GfK, 2013). Laat u niet verleiden in de winkel tot meer aankopen dan u nodig heeft.

Handelingsperspectief 5: Koken op maat

Koken op maat

Rijst en pasta nemen veel water op tijdens het koken. Het is daarom moeilijk om de juiste hoeveelheid in te schatten. Door vooraf af te wegen of een vaste maat te gebruiken, voorkomt u dat u ongemerkt teveel kookt.

VOORBEELD HANDELINGSPERSPECTIEVEN

Eiwittransitie: 9 Handelingsperspectieven

Handelingsperspectief 6: Voorraadbeheer

Voorraadbeheer/Bewaartips

Met een overzichtelijke indeling in uw koelkast en voorraadkast voorkomt u dat de houdbaarheidsdatum van producten verloopt, of producten ongezien bederven.

De temperatuur van veel koelkasten en vriezers staat te hoog ingesteld, waardoor producten sneller bederven dan noodzakelijk. De juiste temperatuur is vier graden voor koelen en min achttien graden voor vriezen. Het helpt als u af en toe uw koelkasttemperatuur meet.

Als u producten op de juiste plek bewaart, blijven ze langer goed. Sommige vruchtgroenten (als tomaat en courgette) houden bijvoorbeeld niet van de kou. De vuistregel is dat u producten die in de winkel in de koeling liggen, thuis ook in de koelkast moet bewaren. Wat in de winkel niet gekoeld wordt hoeft thuis ook niet in de koelkast.

Handelingsperspectief 7: Vermijd vervoer per vliegtuig

Vermijd groenten en fruit die per vliegtuig zijn vervoerd

Raadpleeg een groenten- en fruitkalender van als hulpmiddel om milieuverantwoorde groenten en fruit te kiezen. Producten die per vliegtuig zijn vervoerd hebben een hoge milieubelasting. Bederfelijke groenten en zacht fruit van overzee komen in het algemeen per vliegtuig naar België.

Handelingsperspectief 8: Seizoensgroenten uit de regio, vollegrond

Seizoensproducten

Als u groenten en fruit van het seizoen kiest, afkomstig van de Belgische vollegrond, zit u bijna altijd goed. Ook seizoensgroenten en -fruit uit naburige landen uit de volle grond hebben lage impactscores. Let in de winkel op het land van herkomst op de verpakking, of raadpleeg de groente- en fruitkalenders.

Handelingsperspectief 9: Milieuvriendelijke keuze van groenten en fruit

Milieuvriendelijk groenten en fruit kiezen

Met een groenten- en fruitkalender weet u of een product milieuvriendelijk scoort in een bepaalde maand of niet.

STAPPENPLAN - PRETESTEN

- ✓ Test variaties van elementen
- ✓ Pre-testen (lab-mock up store-online)
- ✓ Post-testen om resultaten te verklaren

STAPPENPLAN - INTERVENTIES

- Maak een interventieschema:
 - wanneer welke nudge?
 - Hoe effectiviteit meten?
- Voorbeeld van een complex interventieschema op de lange termijn effectiviteit van *slechts 2* interventiepakketen na te gaan!

	periode*											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
interventieschema 1												
interventieschema 2												
interventieschema 3												
interventieschema 4												
interventieschema 5												
interventieschema 6												
interventieschema 7												
interventieschema 8												
interventieschema 9												
Controle												

* 1 periode bestaat uit 4 weken in een retailcontext en omvat 2 weken in een bedrijfscontext

interventiepakket A
interventiepakket B