



BE4LIFE

Behavioral Economics For Life



UNIVERSITEIT
GENT



INTERDISCIPLINAIR TEAM



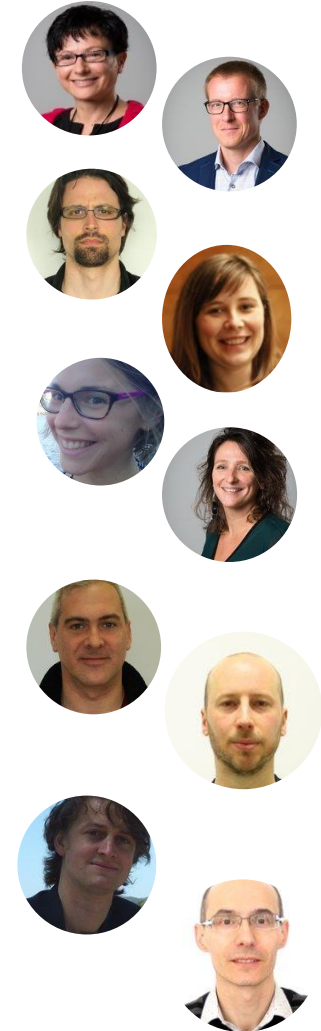
Consumer Behavior Research group



Prof. dr. Maggie Geuens
Prof. dr. Hendrik Slabbinck
Prof. dr. Adriaan Spruyt
Prof. dr. Anneleen Van Kerckhove
Prof. dr. Wendy Van Lippevelde
Prof. dr. Iris Vermeir

Prof. dr. Jan De Houwer
Prof. dr. Bert Weijters

Prof. dr. Hans De Steur
Prof. dr. Wim Verbeke



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

duurzaam

gezond

ethisch

BE4life

Academisch en
praktijkgericht onderzoek

Gedragseconomisch
perspectief

EEN CONTINUUM AAN 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

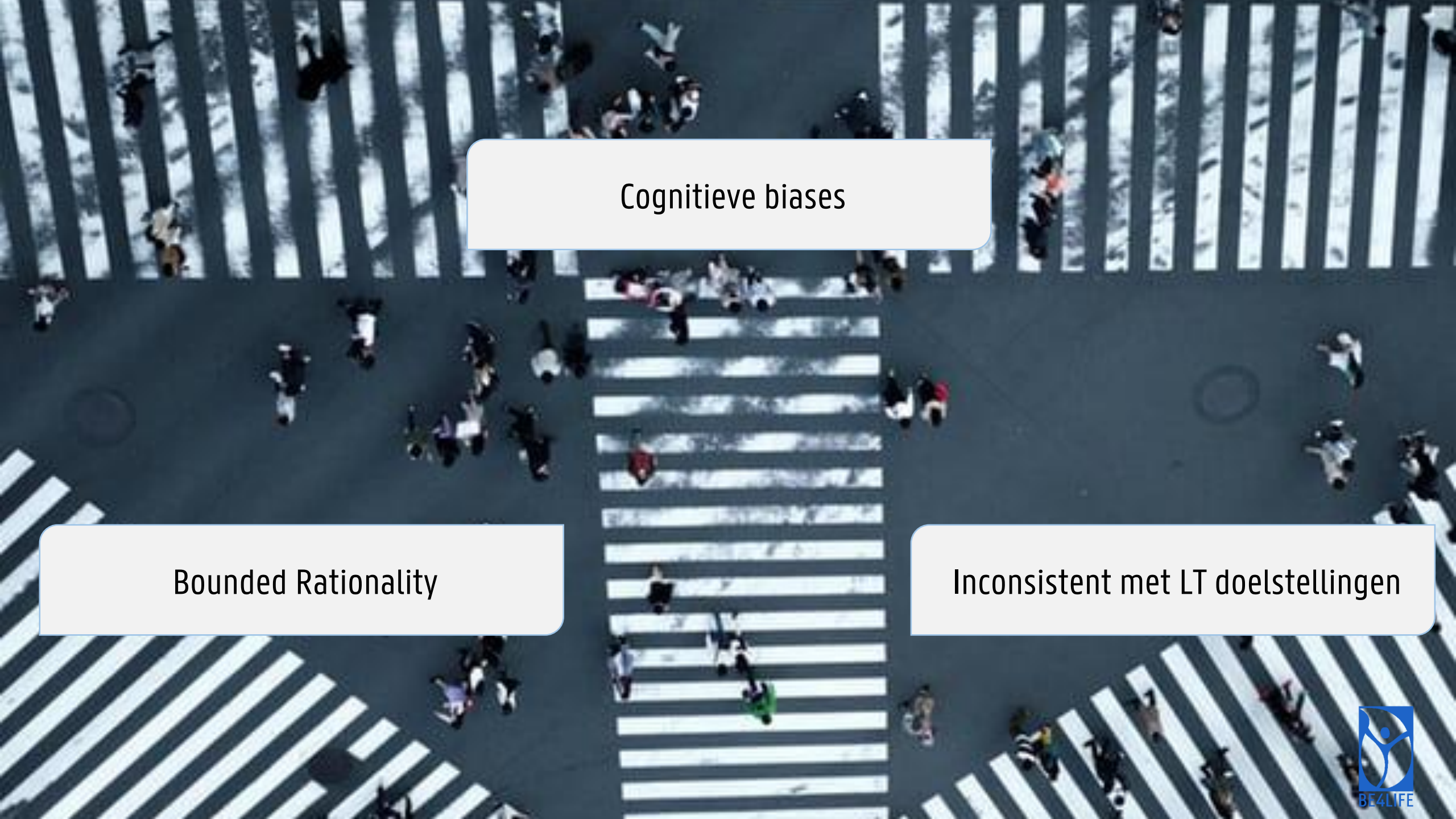
Associatief

Kost weinig energie

Geoefend

Doener

Onderbuikgevoel



Cognitieve biases

Bounded Rationality

Inconsistent met LT doelstellingen



Nudging betekent het aanpassen van de keuzeomgeving waardoor consumenten op een subtiële manier gegidst worden naar bepaalde consumptiekeuzes (Thaler & Sunstein, 2008)



ONDERZOEK

- ✓ Academische inzichten
- ✓ Empirische benadering
- ✓ Veld, lab, online
- ✓ Kwalitatief en kwantitatief
- ✓ Experimenten & surveys
- ✓ Academisch gevalideerde onderzoeksprotocollen
- ✓ Klassieke & innovatieve onderzoekstechnieken



Praktijkvoorbeelden

PERCEPTIES EN GEDRAG VERKLAREN

WAAROM ETEN MENSEN
MINDER BIJ EEN KNIJPFLES?



WAAROM KOPEN MENSEN
GEZONDER ONLINE?



GEDRAG VERANDEREN



Geef de consument 'betere' keuzes: door ook kleinere worsten aan te bieden, daalt de verkoop van worst 20%, zonder dat deze gecompenseerd wordt door het kopen van andere vleessoorten



Maak het de consument makkelijk: Door veggie broodbeleg niet alleen in een apart winkelrek aan te bieden, maar ook tussen de traditionele charcuterie, stijgt verkoop tot 400%



Geef kennis en werk op zintuigen: Door bereidingssuggestie stijgt de verkoop van 15 tot 300% (ifv. bekendheid product)

GEDRAG VERANDEREN

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



"AL 64% VAN DE UGENTERS Kiest
MINSTENS ÉÉN KEER PER WEEK
VOOR EEN DUURZAME MAALTIJD."

"ALREADY 64% OF UGENT CHOOSES
AT LEAST ONCE A WEEK FOR A
SUSTAINABLE MEAL."

*Gebaseerd op een bevraging van de Afdeling Maaltijdvoorzieningen in 2016
*Based on a survey of Catering Services in 2016

**Maak de vegetarische keuze 'aantrekkelijk',
makkelijk en 'normaal':** Door een attractieve
beschrijving bovenaan het menu te plaatsen en een
sociale norm boodschap stijgt de verkoop met 3%.

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 best bij
 - Zwakke associaties: ongekend, tijdsdruk, moe, ...
 - Foute associaties: bv. bloemkool is zomergroente

ANDERE VOORBEELDEN

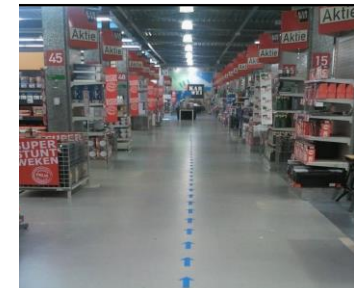
Verpakking



Negatief label meer effect

Recyclable	Non-recyclable
	
	
	

Shop Layout & Atmospherics



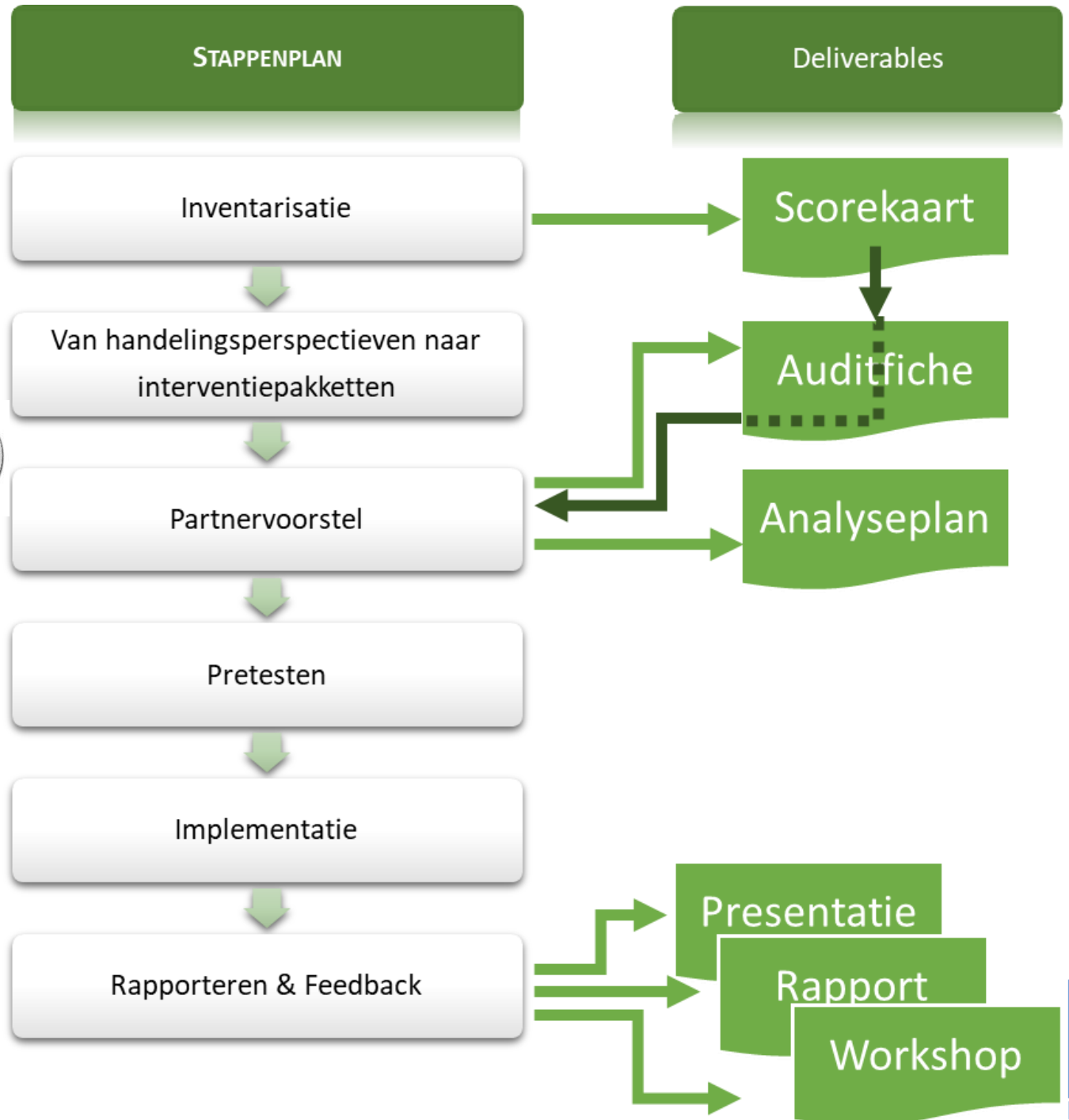
Gezond = lekker associatie aanleren



Plan van aanpak

STAPPENPLAN

- Start: Beleidskeuze
- Gestructureerd & gevalideerde methodes
 - 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 OVERHEID/ 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,)

VOORBEELDEN

Bewustwording & Citizen Science - In dialoog met Consumenten en Retailers op zoek naar de duurzame supermarkt van de toekomst

Om die vraag te beantwoorden, hebben we ook jouw hulp nodig.

Een opvallender positionering? Een label? Meer informatie? Kooktips bij de producten? Wat is er (on)mogelijk?

Winkelen doen we allemaal. Jouw expertise komt dus zeker van pas. Die ervaring bundelen we met die van winkeldirecteurs van Gentse supermarkten en een aantal andere experts terzake.

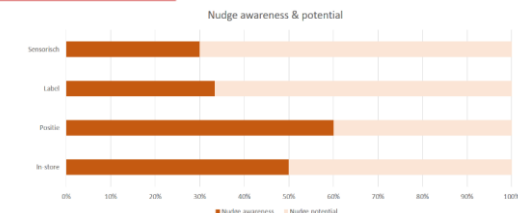
Benieuwd hoe dat in zijn werk gaat? [Hier vind je het verslag van ons atelier in Leuven...](#)



Audit – Omgevingscan met de nudge audit tool



Voorbeeld audit-tool



Samengevat

WAAROM NUDGEN?

- Betere beslissingen
- RCT/gedragwetenschappelijk onderzoek geeft CAUSALE en KWANTITATIEVE inzichten
- Bewustwording & creëren van draagvlak
- Door grote betrokkenheid stakeholders/ruime stuurgroep
- Efficiënte aanvulling: Relatief goedkoop, relatief vlog, op alle niveaus

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

WAT KUNNEN WE VOOR JOU DOEN?

1. Onderzoek om percepties en gedrag te meten en de effectiviteit van interventies te testen
2. Workshops voor beleidsmakers & managers
 - Wat is gedragseconomie?
 - Hoe voer je gedragseconomisch onderzoek uit?
 - Hoe stimuleer je duurzaam of gezond gedrag?
3. Klankbord / Adviserende rol in stuurgroepen & commissies.



Wil je meer weten?

Stel je vraag op

BE4life@Ugent.be

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

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

www.BE4LIFE.eu
BE4LIFE@UGent.be
[Iris Vermeir@UGent.be](mailto:Iris.Vermeir@UGent.be)
Hendrik.Slabbinck@UGent.be