

Werkt kunst als nudging bij voeding?

24 januari 2024 – Laressa van Roekel

In de voedingswereld is nudging een veelgebruikte techniek, om de keuzes van mensen te beïnvloeden. Aan de Universiteit van Maastricht werd nudging op een opvallende manier onderzocht: namelijk met de magere kunstbeelden van Giacometti. Wat is nudging en hoe werkt het? En zou kunst een goede toevoeging kunnen zijn?

Waar nudging rondom voeding zich meestal uit in voeding op ooghoogte presenteren, of dichterbij de kassa leggen, onderzocht de Universiteit van Maastricht nudging op een creatievere manier. In de kantine van de universiteit werden namelijk magere beelden van Giacometti getoond. De magere beelden zouden een tegenhanger zijn van de samenleving waarin obesitas en overeten veel voorkomt. Het doel was om medewerkers en studenten minder calorieën te laten eten. Dit is een bijzondere vorm van nudging, die nog niet eerder onderzocht is.

Wat is nudging?

Nudging is het veranderen van de omgeving waarin een keuze gemaakt moet worden, met als doel dat mensen onbewust andere keuzes maken. Er worden geen opties uitgesloten, of dingen verboden, maar mensen krijgen op onbewust niveau een duwtje in een bepaalde richting. Dit werkt, omdat mensen vaak onbewuste en snelle keuzes maken, op basis van de huidige omstandigheden en hun omgeving.

Nudging in supermarkten

Supermarkten testen veel met nudging. Zo worden biologische producten extra in het daglicht gezet en plaatsen verschillende supermarkten vleesvervangers naast vlees in de hoop dat het zo meer verkocht wordt.

Sebastiaan Aalst van Foodcabinet vertelt over een onderzoek dat ze deden naar nudging. Dit was bij de supermarkt Dirk in samenwerking met het Nationaal Actieplan Groenten en Fruit “Dat leidde tot hele goede resultaten en sindsdien werken we veel met nudging. Veel aankoopbeslissingen worden op de winkelvloer gemaakt. Vaak hebben mensen net op het laatste moment dat duwtje nodig om voor de gezonde of duurzame keuze te gaan.”

Wel is het volgens Aalst moeilijk om te zeggen welke nudges het beste werken. “In wetenschappelijk onderzoek wordt vaak één nudge getest. Dan is het meestal net wel of net niet significant. Wij gebruiken in de praktijk meerdere nudges tegelijk en dit heeft goede resultaten. Het nadeel is dat je niet echt uitspraken kan doen over welke nudge wel of niet gewerkt heeft.” Dit is online beter te zien. “Vaak werkt cross-selling het best; dus als je vanuit een relevante categorie een product aanbiedt dat je probeert te nudgen. Dan moet je wel goed kijken naar welke producten dicht tegen elkaar aan liggen en welke vaak samen worden gekocht.”

Nudging in kantines

Terug naar de magere beelden in de kantines. Want naast supermarkten, is nudging in kantines ook aangetoond volgens de onderzoekster Christina Kawa, ook al is het effect klein. “De effectgroottes van deze beïnvloedingen worden vaak beschreven als relatief klein, wat betekent dat ze kleine gedragsveranderingen veroorzaken. De ene nudge is effectiever dan de andere.”

En het tonen van die magere beelden bleek geen slecht idee. Na verschillende onderzoeken, bleek dat het tonen van het Giacomettibeheld wel degelijk effect had op het kopen van minder calorieën. De beelden moesten dan wel aanwezig zijn tijdens het maken van de keuzes en de mensen moesten zich er

niet bewust van zijn. Toen de beelden werden weggehaald, ontstond er waarschijnlijk een weerstand-effect, want er werden meer calorieën gekocht dan voorheen.

Weerstand en acceptatie

In de onderzoeken naar nudging met het Giacometti beeld speelde waardering en acceptatie van de nudge en het bewustzijn van de nudge een rol. Wanneer participanten doorhadden wat de nudge was, werkte hij niet meer. Ze accepteerden de nudge dus niet bewust als gezondheidsinterventie, en daarmee was het helpende effect ook gelijk weg.

Aalst zegt over weerstand en acceptatie het volgende. “Het is bij nudging heel belangrijk dat je heel dicht bij de initiële intentie van mensen blijft en op het juiste moment de nudge toepast. Zorg dat het stapje klein blijft. Een overtuigde vleeseter gaat door nudging niet zomaar voor een vegetarische schnitzel. Nudging is vooral effectief voor de zwevende kiezer.”

Kunst als nudging

Ditzelfde geldt volgens Aalst bij het inzetten van kunst als nudging. “Het idee is interessant. Kunst is iets wat opgaat in de omgeving. Je denkt niet meteen: iemand probeert me een bepaalde boodschap aan te praten. Kunst interacteert met mensen, want ze vinden er misschien iets van. Dat kan wie weet wel aanzetten tot een bepaalde houding of gedrag, zonder dat het voelt als een promotie van iets. Het is goed dat het wordt onderzocht.”

Of in de toekomst in alle kantines Giacometti beelden worden getoond, valt te betwijfelen. Ook de onderzoekers kwamen tot de conclusie dat deze specifieke nudge vooral gebruikt zou moeten worden in educatieve settings. Wel is het gebruiken van kunst in voedingsnudging interessant en creatief bedacht. Misschien werken plaatjes van hele magere beelden niet geweldig, maar wie weet mooie schilderijen van gezonde lichamen wel? Of in het kader van duurzaamheid; schilderijen van een gezonde planeet, blije dieren en mooie tafels gevuld met groen eten. Met een creatieve geest zullen er nog een hele hoop interessante experimenten te bedenken zijn.