

Onderzoek toont aan: nudging in de supermarkt stimuleert de verkoop van groenten en fruit

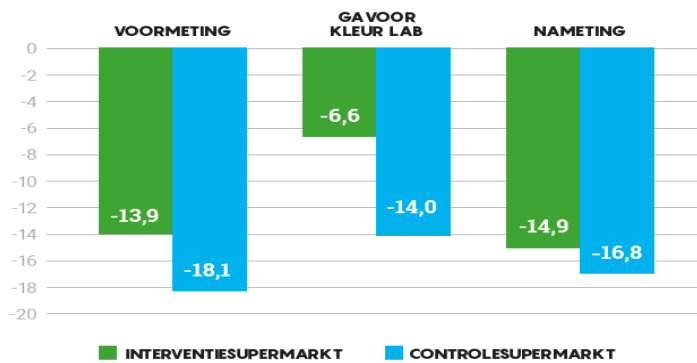
NAGF zet retailers aan consument te verleiden tot gezondere voedselkeuzes

Nederlanders eten nog steeds te weinig groenten en fruit. Het Nationaal Actieplan Groenten en Fruit (NAGF) wil de consumptie verhogen en startte eind 2018 een uniek experiment naar de potentie van nudges in de supermarkt. Hieruit blijkt dat consumenten met een paar simpele nudges zijn aan te sporen om meer groenten en fruit te kopen. Het vandaag gepubliceerde rapport biedt alle supermarkten concrete handvatten om mee aan de slag te gaan en moet helpen bij het behalen van de doelen in het Nationaal Preventieakkoord.

Voor het experiment werd het Dirk-filiaal in Leidschenveen gedurende zes weken omgetoverd tot 'Ga Voor Kleur Lab'. Groenten en fruit kregen, door subtiele aanpassingen in de winkelomgeving, een prominentere plek. Voor het eerst in Nederland zijn in een supermarkt zoveel verschillende nudges tegelijk getest. Het ging om zeven variaties, waaronder toegangspoortjes, winkelwagen-inlays en een gezond aanbod bij de kassa. De veranderingen in de verkoopcijfers zijn vergeleken met een controlesupermarkt van Dirk zonder nudges.

Positieve resultaten

De resultaten zijn positief: hoewel in beide supermarkten in 2018 minder groenten en fruit verkocht werden dan in 2017, was de daling in de interventiesupermarkt tijdens het Ga voor Kleur Lab 6,6 procent, tegenover 14,0 procent in de controlesupermarkt*. Verder blijkt uit het onderzoek dat individuele nudges geen aantoonbaar effect hebben; juist een combinatie van nudges is nodig om koopgedrag in de supermarkt te stimuleren. De resultaten bieden een interessant inzicht in het effect van verschillende nudgingstrategieën samen en zijn een goed voorbeeld voor supermarkten die consumenten willen aanmoedigen om meer groenten en fruit te kopen.



Figuur 1
De gemiddelde percentuele daling in de verkoop van verse groenten en fruit in kilogrammen per 100 transacties in de voormeting (week 34 t/m week 39), tijdens het Ga Voor Kleur Lab (week 40 t/m week 45) en in de nameting (week 46 t/m week 51) in de controle- en interventiesupermarkt.

Gemiddelde percentuele daling in de verkoop van verse groenten en fruit (in kilogram/100 transacties) t.o.v. 2017.

*Er is niet onderzocht in hoeverre de omzetsdaling in deze filialen (enigszins) overeenkomt met - of juist tegenovergesteld is aan - het landelijke beeld.

Samen aan de slag

Na het succesvolle experiment roept het NAGF andere supermarkten op om ook aan de slag te gaan en nudging in te zetten om de groente- en fruitverkoop gedurende een langere periode te stimuleren. "Consumenten hebben een steuntje in de rug nodig om gezonde keuzes te maken. Als alle supermarkten dit zouden doen dan kun je landelijk heel veel gezondheidswinst behalen", aldus Jaap Seidell, hoogleraar Voeding en Gezondheid aan de Vrije Universiteit Amsterdam.

Over Ga Voor Kleur Lab

Een onderzoeksteam van de Vrije Universiteit (VU), de Universiteit Utrecht (UU), het Voedingscentrum en het Academisch Medisch Centrum (AMC) voerde het onderzoek van het experiment uit. Het Ga Voor Kleur Lab is onderdeel van de campagne Ga Voor Kleur, een initiatief van het Nationaal Actieplan Groenten en Fruit (NAGF) in samenwerking met het campagnebureau voor voedselvraagstukken Food Cabinet. Ga Voor Kleur heeft als doel de consumptie van groenten en fruit in Nederland flink te verhogen.

Wat is nudging?

Nudging is het geven van een subtiel duwtje in de juiste richting. Het is een eenvoudige manier om gedrag te veranderen zonder de keuzevrijheid van consumenten aan te tasten. Nudging richt zich met name op automatisch en onbewust keuzegedrag.

Nederland gezonder

Maar één op de tien Nederlanders haalt de door het Voedingscentrum aanbevolen dagelijkse hoeveelheden van 250 gram groenten en 200 gram fruit. Het eten van voldoende groenten en fruit kan overgewicht, chronische ziekten als diabetes, hart- en vaatziekten en bepaalde vormen van kanker helpen voorkomen. In het Nationale Preventieakkoord hebben supermarkten afgesproken te streven naar een jaarlijkse consumptiegroei van producten uit de Schijf van Vijf, waaronder groenten en fruit, en consumenten te verleiden deze producten te kopen.