

# ‘TROTS STIMULEERT DUURZAME KEUZES’

- **Emoties beïnvloeden aankoopgedrag.**
- **Geanticiperde emoties hebben meer invloed dan ervaren emoties.**

**Inspelen op trots en schuldgevoel motiveert mensen om zich duurzaam te gedragen.** Dit laat Marleen Onwezen zien in het proefschrift dat ze vrijdag 2 mei verdedigt.

***Op welke manier beïnvloeden trots en schuldgevoel ons gedrag?***

‘We weten dat veel mensen positief staan tegenover het milieu. Toch kiezen ze niet altijd milieuvriendelijk wanneer ze de keuze hebben tussen een regulier en milieuvriendelijk product. Gemak en prijs spelen immers ook mee. Er zit dus een gat tussen onze normen en intenties. Wij laten nu zien

dat emoties, vooral trots maar ook schuldgevoel, helpen onze normen wél om te zetten in intenties. Wanneer je bijvoorbeeld een papertje op straat gooit, evalueer je die handeling volgens je eigen normen van milieuvriendelijkheid. Dit kan zorgen voor schuldgevoel en volgende keuzes beïnvloeden.’

***In uw experimenten blijkt gedrag zelfs al te veranderen wanneer mensen verwachtten dat ze zich straks schuldig en of trots zullen voelen.***



‘Geanticiperde emoties hebben zelfs meer invloed op intenties dan ervaren emoties. Dit komt, denken we, omdat mensen hun emoties overschatten. Ze verwachten dat ze trotser zullen zijn als ze iets goeds doen, dan ze daadwerkelijk zijn.

Van tevoren focussen mensen zich sterk op eventuele gebeurtenissen, maar ze vergeten hoe afgeleid je vaak bent tijdens dagelijkse keuzes.’

***Hoe kun je al deze kennis in de praktijk brengen?***  
‘Dat is niet precies wat we heb-

ben onderzocht, maar laten we speculeren. In plaats van interventies die inzetten op het overdragen van kennis, kunnen we inzetten op emoties. Bijvoorbeeld door bij het schap een reminder te plaatsen, waardoor mensen zich afvragen: voldoet dit aan mijn standaarden? Of je kunt mensen zich trots laten voelen door een wedstrijdelement toe te voegen. Dat je mensen uit bepaalde straten laat zien hoe ze qua milieuvriendelijk gedrag presteren tegenover mensen uit andere straten, steden of landen.’

***Je gaat zo natuurlijk nooit iemand overtuigen die niets geeft om duurzaamheid.***

‘Je kunt het inderdaad zien als laaghangend fruit. Het is een manier om mensen die al positief staan ten opzichte van het milieu daadwerkelijk te activeren.’ **RR**