

Pak een kar en eet gezonder

Loop je de supermarkt uit met chocoladerepen in plaats van het beoogde fruit en groente? Dan heb je vast en zeker een winkelmandje aan je arm gehad. Want daarmee is de kans dat je 'slechte' producten koopt namelijk bijna zeven keer groter dan met een winkelwagen.

DOOR ANNA TERESA BELLINZIS

Je verstand kan nog zo hard roepen dat je geen snoep en koek moet kopen, als je de 'verkeerde' lichamelijke bewegingen maakt in de winkel, zal je mandje er uiteindelijk toch vol mee liggen. Zo blijkt uit recent onderzoek van Bram van den Bergh, onderzoeker aan Rotterdam School of Management, Erasmus Universiteit. Volgens hem veroorzaakt de routinematige beweging van het buigen van de arm een 'Ik Wil Dit Nu' impuls.

Van den Bergh: „Onafhankelijke lichamelijke handelingen kunnen grote invloed uitoefenen op het consumentengedrag. Specifiek blijkt uit ons onderzoek dat het aanspannen van de arm (het buigen van de elleboog en de voorarm naar het lichaam toe bewegen zoals bij het dragen van een winkelmandje aan de arm), of het uitstrekken van de arm (wanneer de voorarmen van het lichaam weggestrekt worden zoals bij het duwen van een winkelkar) het koopgedrag beïnvloedt.”

De onderzoeker stelt dat het uitstrekken van de arm geassocieerd

wordt met het afwijzen van ongewenste voorwerpen. In tegenstelling daarmee wordt het aanspannen van de arm, een directe motorische beweging naar het eigen lichaam toe, geassocieerd met het zich toe-eigenen van gewenste objecten.

Buig je dus je arm bij het dragen van een winkelmandje dan ben je eerder geneigd 'slechte' producten als chocoladerepen te kopen dan wanneer je een wagentje duwt. Bij gelijke omstandigheden is die kans zelfs 6,84 maal groter. Producten die onmiddellijke bevrediging geven, maar op lange termijn ongezond zijn, zoals een snoepreep, winnen het dan van een gezonde appel.

Het zijn overigens niet alleen de smaak-

papillen die reageren op je lichaamshouding. Experimenten tonen aan dat de houding van je arm ook effect heeft op economische besluitvorming. Onderzoekskandidaten die hun arm onder de tafel hielden en deze naar boven duwden, kozen voor een kleinere, maar snellere financiële stimulans dan mensen die hun arm op tafel hielden en deze naar beneden drukten. De duwers, vergelijkbaar met het winkelmandje, hadden dus liever €15 nu dan €20 volgende week. En ook vergelijkbaar: gokkers die aan de hendel van een gokautomaat trekken, denken alleen aan de winst van nu en niet aan de financiële misère die komen gaat.

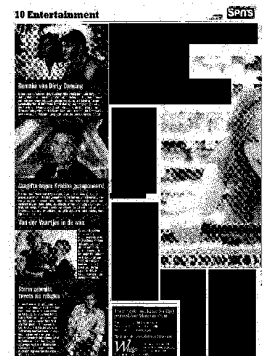
Volgens Van den Bergh zijn mensen zich niet bewust van deze samenwerking tussen lichaam en geest. „Velen van ons zien de menselijke motoriek - het onderdeel van het centrale zenuwstelsel dat met beweging te maken heeft - als een eenvoudig output-mechanisme dat niets te maken heeft met het begrijpen en voorspellen van consumentengedrag. Lichamelijke bewegingen drukken echter niet alleen dingen uit, maar beïnvloeden ook hoe we ons voelen en wat we denken. Deze

bevindingen zijn relevant voor alle marketing- en salesmanagers.”

Zij kunnen volgens de onderzoeker de consument als het ware uitbuiten door in te spelen op de gevolgen. Een winkel heeft er zo bijvoorbeeld baat bij als het deuren heeft waar de consument bij het naar binnengaan aan moet trekken. „Wie trekt in plaats van duwt, valt eerder voor aankopen waar onmiddellijk voordeel valt te behalen. Als je dus een verzekeringsagent bent of financiële producten verkoopt, kun je er maar beter voor zorgen dat mensen niet op korte termijn, maar op lange termijn denken. Een draaideur is dan al een goede start.” De bevindingen van Van den Bergh passen bij eerdere embodimentonderzoeken die ook aantonen hoe het gebruik van je spieren en je brein samenwerken. „Zit je bijvoorbeeld bij een autohandelaar op een houten stoel, dan zul je ook veel harder zijn tijdens het onderhandelen van de prijs. Krijg je een lekkere zachte stoel aangeboden, dan ben je een zwakke 'tegenstander’.”

“

MET GEBOGEN ARMEN ZOEK JE ONMIDDELLIJKE BEVREDIGING,



EEN 'IK WIL DIT NU'-IMPULS

” BRAM VAN DEN BERGH,
ONDERZOEKER

