

Gedragswetenschappelijke beïnvloeding energie-consument

Publieke samenvatting / Public summary

Is consumentengedrag te beïnvloeden met een lifestyle product?

In dit project staat het gedrag van mensen bij temperatuurverandering centraal. Het doel is een lifestyle product te ontwikkelen dat het onderbewuste gedrag van de energie-consument beïnvloedt. Dat gebeurt op wetenschappelijk onderbouwde en bewezen wijze. Het product is een energiezuinige koeler. Die verleidt de consument om de verwarming niet een graadje hoger te zetten als het koud wordt.

Onderzoeksvraag

Hoe kunnen we mensen met een product zo beïnvloeden dat ze zich lekker voelen in hun woonomgeving, terwijl ze toch minder energie verbruiken?

Onderzoeksmethode

In een eerste studie hebben de onderzoekers verschillende uitvoeringen van de koeler gemaakt, een apparaat dat op tafel ligt en door verdamping koele lucht afgeeft. Daarbij hebben ze gevarieerd met (warme en koud) kleurgebruik en symboliek. Zo hebben ze de koelers uitgerust met rode stippen en met blauwe stippen. Een andere koeler ontwierpen ze met waterdruppels als print en de volgende met vlammen. De onderzoekers lieten de respondenten plaatsnemen in de proefruimte, vroegen naar de beleving van de ruimte, maakten een foto met een warmtebeeldcamera en lieten daarna een

Projectinformatie / Project information

Projectnummer / Project number
TESA114003

Subsidiebedrag / Grant amount
€ 66.342,00

Algemene informatie / General information

Penvoerder / Secretariat
M.D. Meulenbelt

Publicaties en materialen / Publications and attachments

- 28.01.2019

Eindrapport TESA114003

Volg Topsector Energie op X / Follow Topsector Energie on X

@TSEnergie

afleidende test uitvoeren om wat tijd te overbruggen. Vervolgens vroegen ze opnieuw naar hun beleving van de temperatuur, terwijl de koeler, al dan niet werkend, in steeds een verschillend design voor hen lag. Ook werd weer een foto gemaakt.

Ditzelfde onderzoek hebben ze herhaald met de toepassing van verschillende kleuren licht in de omgeving. In de ene conditie werd de ruimte verlicht met rood getint licht en in een volgende met blauw getint licht. Natuurlijk was er ook steeds een controlegroep waarbij neutrale kleuren werden toegepast.

Resultaten

Uit het eerste experiment bleek dat het kleurgebruik niets deed met de temperatuurbeleving van gebruikers. De onderzoekers doken daarom opnieuw de literatuur in om te achterhalen waarom de verwachte effecten niet werden gevonden. Ze kwamen een interessant aanknopingspunt tegen: het verschil tussen proximale en perifere beïnvloeding.

Bij perifere beïnvloeding wordt de experimentele variabele (in dit onderzoek de kleur) niet bewust waargenomen. Soms blijkt de invloed van een variabele op het gedrag dan sterker te zijn. In een tweede studie hebben de onderzoekers de rode en blauwe kleur daarom buiten het directe gezichtsveld van mensen geplaatst. De onderzoekers vonden hierbij wel hele interessante resultaten waarmee de consumentenbeleving direct te beïnvloeden blijkt. Deze zijn verwerkt in het uiteindelijke lifestyle product. Op dit moment loopt een octrooiaanvraag voor dit product. De precieze uitvoering kan daarom nog niet gedeeld worden.

De data in deze applicatie is afkomstig van de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) en wordt in samenwerking met de Topsector Energie ontsloten.

Voor meer informatie over de Topsector Energie, ga naar www.topsectorenergie.nl.

Voor meer informatie over de TSE / Energie-Innovatie regelingen die RVO aanbiedt, ga naar www.rvo.nl/tse.