



Nudging voor geluk

Lunch-webinar / Key Insights



UNRAVEL

Webinar Woensdag

Geen webinars missen?

Wil je weten wanneer we de volgende webinar houden?

Schrijf je in om op de hoogte te blijven!

- ✓ Krijg **live** antwoord op je vragen
- ✓ Ontvang de **opname** en sheets altijd via de mail
- ✓ Webinar toevoegen aan je **agenda** met 1 klik 🥳

 **Klik hier je in te schrijven**



Je bent met ruim 5100 anderen in goed gezelschap!



UNRAVEL

Webinar Woensdag

Deze webinar terugkijken:

De opname van dit webinar vind je via onderstaande link:

Klik hier 📌

<https://www.unravelresearch.com/webinars/hoe-nudging-mensen-en-jezelf-gelukkiger-maakt>

Alle webinars terugkijken?

Ga naar de overzichtspagina en kijk al onze afgelopen webinars terug. Bijvoorbeeld over De Psychologie van de Supermarkt, of De Psychologie van Onweerstaanbare Brand Assets.

Klik hier 📌:

<https://www.unravelresearch.com/webinars/>



UNRAVEL

Inzicht #1. Levensgeluk als keystone habit

Keystone habits zijn gewoontes die bij het uitvoeren ook automatisch andere gewoontes oproepen. Iemand die gaat sporten, eet bijvoorbeeld ook gezonder, krijgt meer slaap en drinkt minder alcohol. Uit onderzoek blijkt dat levensgeluk ook een keystone habit is. Als mensen gelukkiger zijn, heeft dat op een tal van facetten een positieve invloed.

Bijvoorbeeld, gelukkige mensen:

- Sporten meer
- Eten gezonder
- Ervaren minder stress
- Krijgen meer betaald
- Gebruiken minder tabak, alcohol en drugs
- Hebben minder fysieke kwaaltjes

Al deze gevolgen maken mensen ook weer gelukkiger en zo beland je in een positieve loop.



Inzicht #2. Worden we gelukkiger?

Als je objectief kijkt naar de levensstandaard zou je moeten zeggen dat mensen nu gelukkiger zouden moeten zijn. Toch lijkt het alsof ons geluk steeds dalende is. Dit komt onder andere door de **optimism gap**. Dit is een cognitieve bias waardoor het lijkt alsof het met jou goed gaat, maar met de mensen om je heen niet. Dit komt omdat we maar een klein deel zien van wat andere doen, en aangezien er graag wordt geklaagd, leiden we daaruit af hoe mensen zich voelen.

Toch worden we wel steeds iets gelukkiger, maar het gaat lang niet zo snel als alle andere levensvooruitgang op medische, economische en technische gebieden. Hierdoor worden we in de ervaring van geluk geremd in ons hoofd.

Er zijn een aantal wetmatigheden over hoe geluk wereldwijd verdeeld is:

- Rijke mensen zijn gelukkiger dan armere mensen in hetzelfde land
- Rijkere landen zijn gelukkiger dan armere landen
- Als een land rijker wordt, wordt het gelukkiger

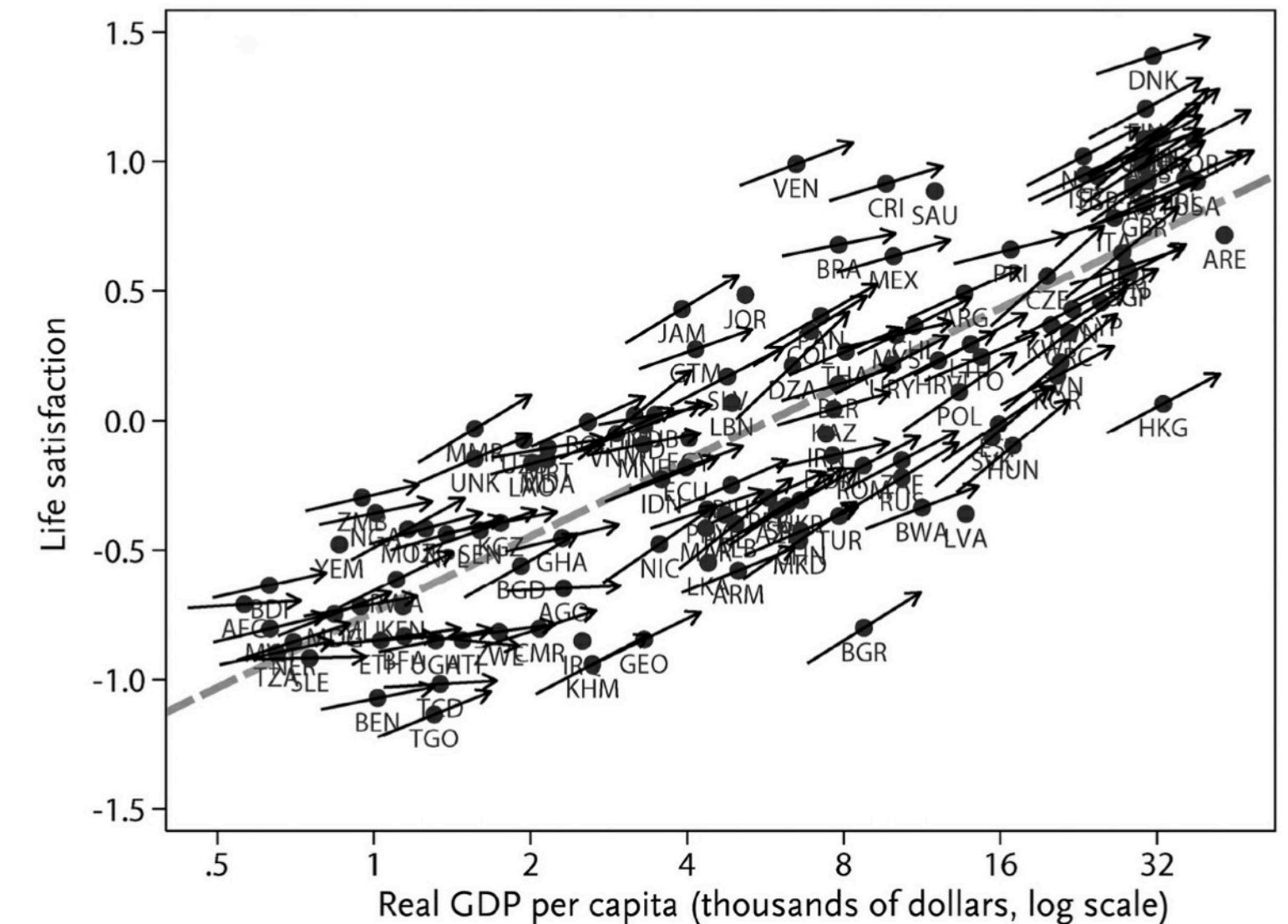


Figure 18-1: Life satisfaction and income, 2006

Source: Stevenson & Wolfers 2008a, fig. 11, based on data from the Gallup World Poll 2006. Credit: Betsey Stevenson and Justin Wolfers.

Inzicht #3. **Waarom zoeken we geluk niet op?**

Er zijn een aantal biases in ons hoofd waardoor geluk altijd weer terugkomt op een baseline niveau.

We kunnen slecht onze toekomstige emotie voorspellen.

- **Impact bias.** Wanneer er ons iets overkomt, overschatten we de impact hiervan, zowel voor de positieve als negatieve gevolgen. Bij het winnen van de loterij wordt er gedacht dat dit je voor de rest van je leven gelukkiger maakt. Dit is de eerste tijd ook wel zo, maar daarna vlakt het heel snel weer af naar een baseline niveau van geluk of in sommige gevallen zelfs daaronder.
- **Projection bias.** De huidige staat waarin we ons verkeren maakt het moeilijker om in te schatten hoe we ons zullen gaan voelen. Als je bijvoorbeeld boodschappen doet wanneer je honger hebt, heeft die honger heel veel invloed op wat je gaat kopen.

We kiezen in ons leven niet voor de dingen die ons het meest gelukkig maken.

- **Rule based choice.** Wat ons op het moment het meest gelukkig maakt, is niet hetgeen wat we van tevoren zouden voorspellen. We zoeken vaak veel variatie op, terwijl consistentie ons in de regel veel gelukkiger maakt.



Inzicht #4. Hoe kun je geluk meten?

Direct:

- **Experience sampling.** Je legt mensen een survey voor en vraagt kwantitatief geluk uit. Dit is al een vrij consistente en betrouwbare maat, ook al is deze niet helemaal volledig door sociale wenselijkheid en biases.
- **Periodiek uitvragen.** Het werkt beter om op meerdere momenten mensen te vragen hoe gelukkig ze zich op dat moment voelen en daar het gemiddelde van te nemen.

Indirect:

- **Hersenactiviteit.** Hier kun je de baseline van positieve emotie van aflezen.
- **Aflezen aan gedrag.** Een van de manieren hiervoor is de glimlach-index, waarbij je op een openbare plek gaat staan en turft hoe vaak mensen glimlachen. Dit is dan een soort geluksindex.

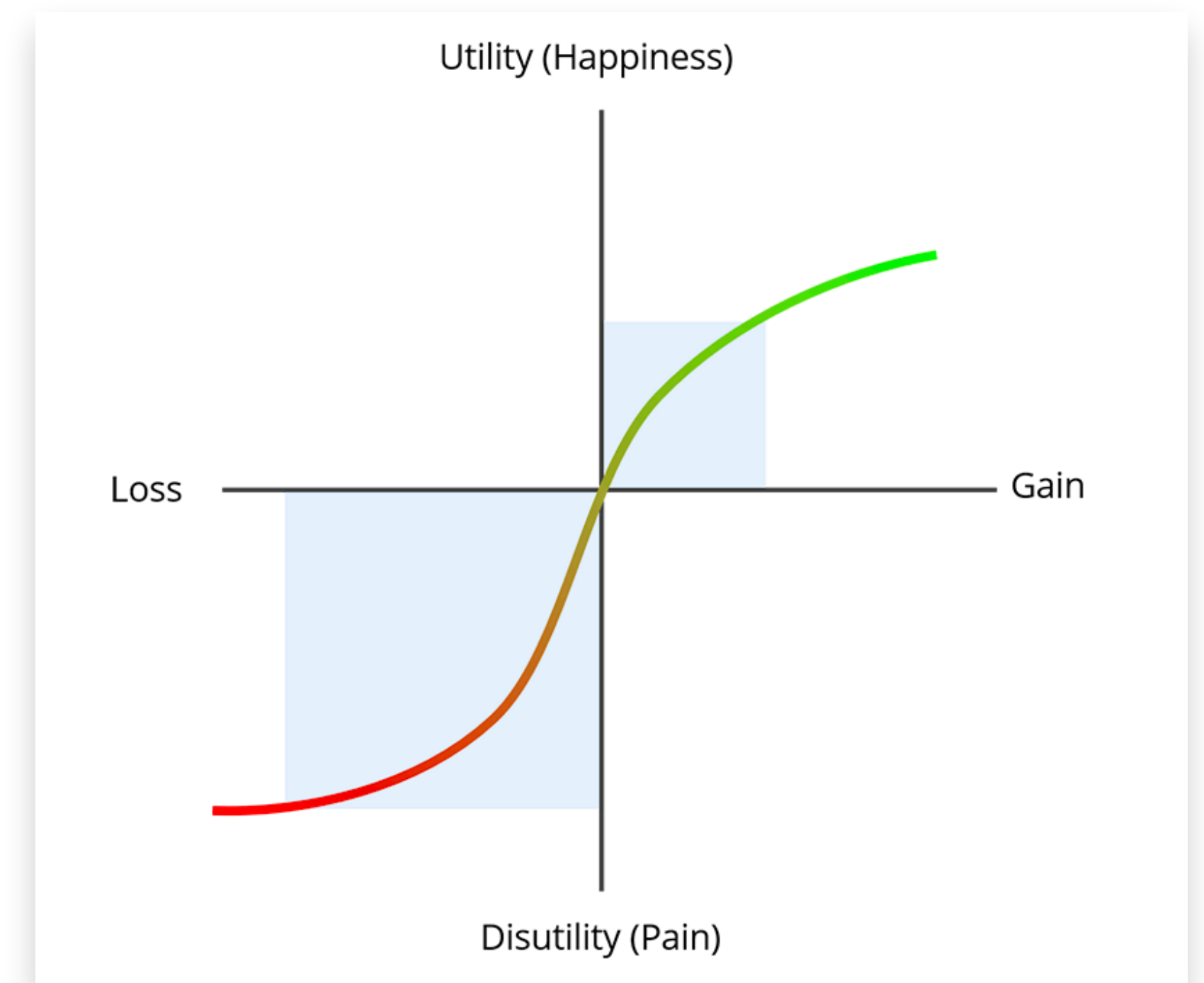
Uit onderzoek blijkt dat al deze vormen van meten heel sterk met elkaar correleren. In dat geval is het vaak goed om de meest simpele methode van meten te pakken: hier dus het uitvragen van geluk.

Inzicht #5. Verlies weegt zwaarder dan winst

Iets wat we krijgen of iets positiefs wat we ervaren, weegt helaas minder zwaar dan iets kwijtraken of een negatieve ervaring. Als je bijvoorbeeld 100 euro zou verliezen, vind je dit veel vervelender dan hoe fijn je het vindt om 100 euro te krijgen. Ook wordt luxe inleveren als veel vervelender ervaren dan de luxe nooit gehad te hebben.

Dit geldt ook voor momenten die jou geluk opleveren of kosten. Het kan daarom heel goed werken om dingen die je geluk opleveren op te splitsen. Dit zorgt ervoor dat je het geluk dubbel kunt ervaren. De andere kant op werkt het beter als je negatieve dingen in één klap ondervindt, omdat je het dan niet twee keer hoeft te ervaren.

Daarnaast is het ook zo dat het totale geluk niet alleen bestaat uit het geluk wat je op dat moment van iets ervaart, maar ook uit het horen dat het gaat gebeuren en de anticipatie van het moment. De anticipatie vergroot de emotie die je gaat ervaren tijdens het moment, zowel in positieve als negatieve zin.



Inzicht #6. Paradox of choice

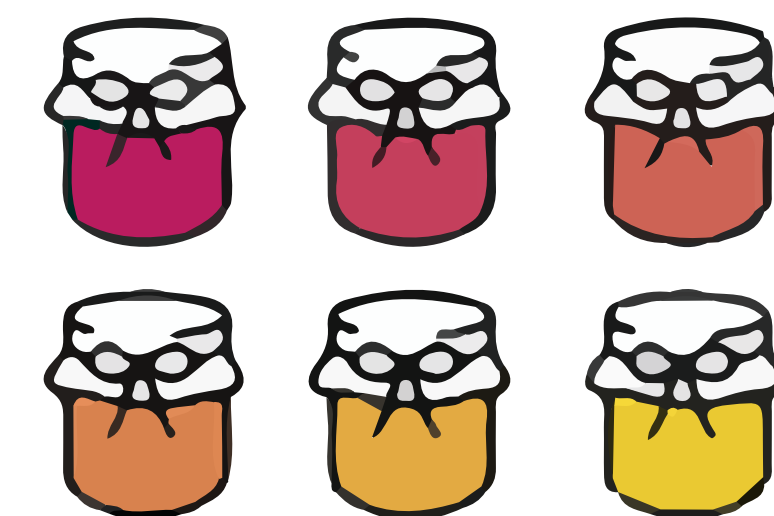
Soms kan een keuze maken heel fijn zijn, want keuzevrijheid is voor de mens heel belangrijk. Echter, wanneer je moet kiezen tussen twee fijne opties, moet je een van de goede opties laten gaan. Hierdoor ervaar je een stukje verlies, waardoor de positieve ervaring minder groot is.

In de basis houden mensen van keuzes kunnen maken, maar er is een punt waarop er teveel keus is en er sprake is van **choice overload**. Dit wordt geïllustreerd in een onderzoek waarbij mensen de keuze hadden tussen verschillende soorten jam. Wanneer er veel opties zijn, worden meer mensen aangetrokken tot het aanbod, maar uiteindelijk koopt slechts een heel klein deel iets. In een situatie waarin er minder opties zijn, wordt de interesse van minder mensen getrokken, maar uiteindelijk koopt een groter deel iets. Het geven van keuzes maakt dus wel gelukkig, maar teveel keuze zorgt ervoor dat iemand überhaupt geen keuze kan maken en afhaakt.



24 opties

Trekt 60% van de klanten aan
3% koopt iets



6 opties

Trekt 40% van de klanten aan
30% koopt iets

Inzicht #7. Peak-end rule

Je uiteindelijke ervaring wordt veelal bepaald door de peak-end rule. Dit houdt in dat er twee dingen zijn die je het meeste bij blijven: het hoogtepunt en het einde.



Een slecht dessert is vervelender dan een slecht voorgerecht, omdat de negatieve ervaring van het voorgerecht minder goed blijft hangen dan de negatieve ervaring van het dessert aan het eind van je diner.



Op de laatste dag van je vakantie kun je het best iets heel leuks doen, omdat de positieve ervaringen van dit moment het langst blijven hangen.



Aan het einde van het IKEA bezoek kan je goedkoop een ijsje halen, waardoor hetgeen dat blijft hangen is dat IKEA goedkoop is.

Inzicht #8. Wanneer maakt geld gelukkig?

Geld maakt tot zekere hoogte gelukkig wanneer het in bepaalde situaties wordt uitgegeven:

- **Koop ervaringen in plaats van dingen.** Een bezit wordt vaak weer opgeslokt in de baseline van geluk, maar op een ervaring kan je een leven lang terugkijken.
- **Verblijd anderen in plaats van jezelf.** Het blijkt leuker een cadeau te geven, dan een cadeau te krijgen.
- **Koop veel kleine pleziertjes.** Kleine gelukjes werken beter dan voor om hetzelfde geld wat groots te doen. Ook kleine dingen kunnen al een behoorlijke dosis emotie met zich meebrengen. Het groter maken zorgt voor een marginale verhoging van geluk.
- **Koop minder verzekeringen en garanties.** Mensen die geneigd zijn om dit wel te doen, kopen met meer angst en onzekerheid.
- **Stel consumptie uit.** Uitgestelde consumptie maakt je gelukkiger, omdat je het betaalmoment loskoppelt van het consumptiemoment.
- **Focus op de vervelende details van je dromen.** In dromen over de toekomst hebben we erg de neiging om negatieve aspecten buiten beschouwing te laten. Hierdoor koesteren we een beeld wat niet haalbaar en niet realistisch is.
- **Vermijd vergelijkingen.** Zodra je gaat vergelijken wordt je altijd bewust van hetgeen je niet hebt.
- **Volg de kudde, in plaats van je verstand.** Je hebt al het gevoel dat je een goede keuze maakt omdat de groep dit heeft gedaan en de mentale uitputting van het overanalyseren van je keuze wordt bespaard.

Inzicht #9. Wat drijft geluk?

Er zijn drie bouwstenen van intrinsieke motivatie:

1. Sociale Connectie

Eenzaamheid is de grootste drijver van ontevredenheid. In een onderzoek waarbij treinreizigers elke dag een gesprek met een vreemde aan moesten gaan, bleek dat ze een stuk gelukkiger werden. Ook fysiek contact blijkt onmisbaar. Heel veel communicatie kan ook online plaatsvinden, maar dit doet niet volledig recht aan connecties leggen met anderen.

2. Autonomie en vrijheid

Keuzevrijheid is ontzettend belangrijk voor de mens. Het simpelweg benadrukken dat mensen keuzevrijheid hebben, zorgt ervoor dat mensen eerder bepaalde keuzes maken. Hierbij blijkt een sterke correlatie tussen de democratische index en tevredenheid: hoe meer democratie er in een land is, hoe tevredener mensen zijn. Daarbij geldt ook: liever ellende in vrijheid, dan een gedwongen goede uitkomst. Mensen ervaren liever een beetje ellende als ze hierin nog iets kunnen kiezen.

3. Productiviteit (Mastery)

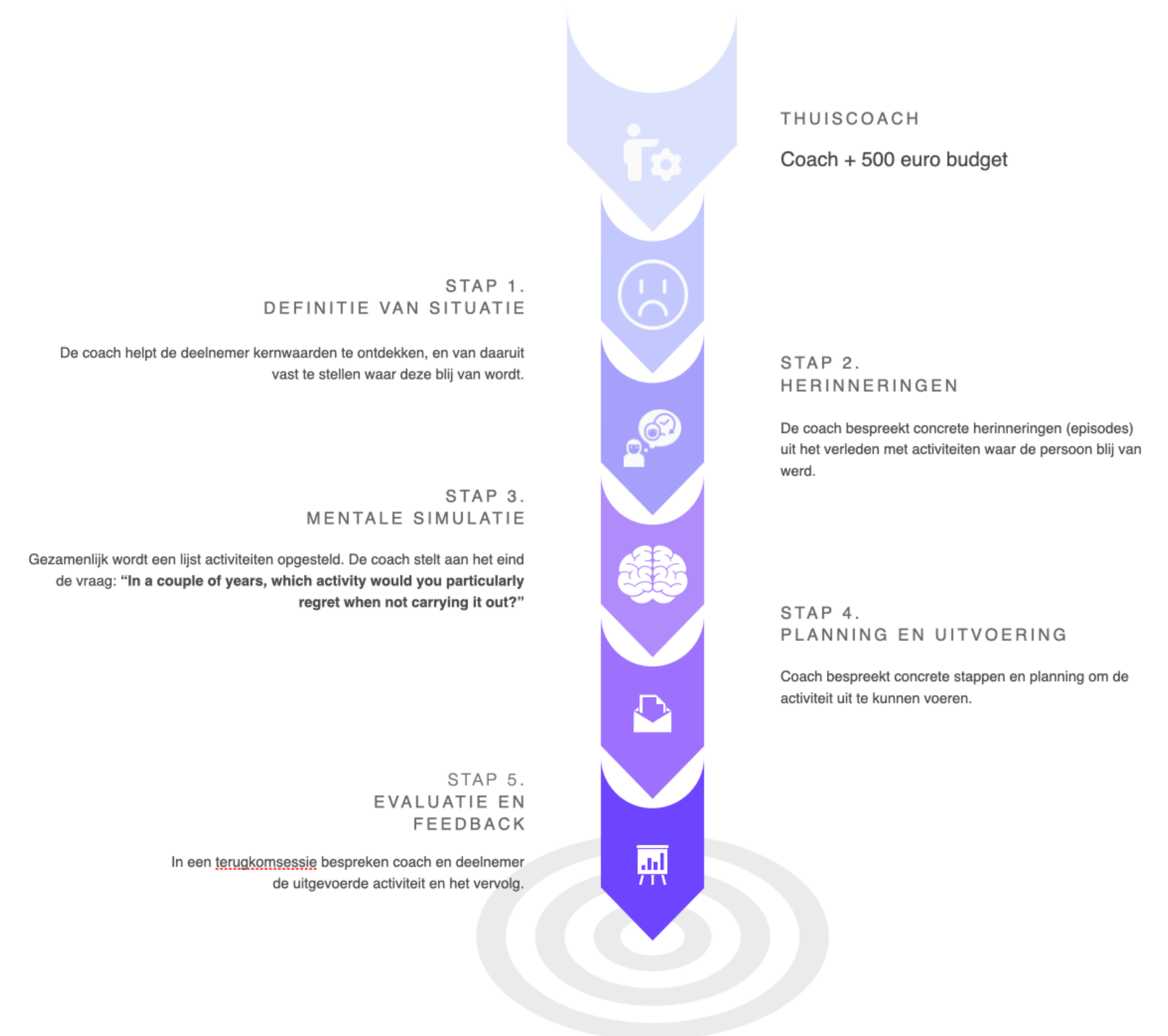
Er blijkt een sterke correlatie te bestaan tussen werkgelegenheid en tevredenheid. Het is een basisbehoefte van de mens om zich nuttig te voelen en daarin zingeving willen ervaren. Dit is ook belangrijk bij het ervaren van geluk. Flow is het hoogst bij een net hanteerbare uitdaging, waarbij het dus belangrijk is dat een uitdaging lastig is maar wel haalbaar.

Inzicht #10. De Happiness Route interventie

De Happiness Route Interventie verlegt de focus van 'ziekte en zorg' naar 'gezondheid en gedrag'. In eerder onderzoek zorgde deze interventie voor 40% meer algemeen welbevinden en 23% minder gebruik van de zorg.

In deze interventie krijgen mensen een happiness coach die mensen thuis helpt om er achter te komen waar ze gelukkig van worden. Hierbij worden verschillende stappen doorlopen:

- **Stap 1.** Vastleggen van kernwaarden en dingen waar je gelukkig van wordt.
- **Stap 2.** Terugdenken aan herinneringen waar een gelukkig gevoel bij wordt ervaren.
- **Stap 3.** Door gebruik te maken van mentale simulatie je voorstellen wat je het ergst zou vinden als je dat nooit meer zou mogen doen.
- **Stap 4.** Het plannen en uitvoeren van hetgeen wat in stap 3 naar voren kwam.
- **Stap 5.** Evaluatie en feedback moment.



Key Take-Aways

- ✓ **Pas je de quick-wins al toe?** Maak gezondheidsinformatie duidelijker, gezonde opties leuker en makkelijker.
- ✓ **Ken de werkelijke factoren achter langdurige gedragsverandering.** Identiteit, sociale normen en algeheel geluk zijn allesbepalend.
- ✓ **Gebruik je een evidence-based interventieproces?** Ontleedt dominante drivers achter gedrag, test een interventie en rol deze daarna pas groot uit.

Bedankt voor je aandacht!

Meer weten over Nudging?



Bespreek de mogelijkheden met Tim, onze mede-oprichter

👉 Een online afspraak plannen

← Klik hier om een online
afspraak te plannen