

### ***Papers under review***

- Dogan, E.B., Bolderdijk, J.W. & Steg, E.M. (under review). *Making Small Numbers Count: Comparing the Effects of Environmental versus Financial Feedback on Eco-Driving*

'Het nieuwe rijden' wordt vaak uitgelegd als financieel voordelig: door sneller op te schakelen bespaar je brandstof. Maar is dit wel de beste tactiek, gegeven dat de financiële voordelen vaak zeer klein zijn? In een experiment presenteerden we de financiële (X eurocenten aan brandstofbesparing) en milieuvriendelijke (X gram besparing CO<sub>2</sub>) voordelen van concrete milieuvriendelijke rijgedragingen (bijvoorbeeld de dakkoffer verwijderen). Deelnemers gaven aan dat ze de CO<sub>2</sub> besparingen meer de moeite waard vonden dan de geldbesparingen.

Implicatie: het communiceren van de CO<sub>2</sub> effecten van beleid kan de individuele consument weliswaar minder zeggen dan equivalente financiële besparingen, maar kan toch beter motiveren omdat het consumenten in staat stelt om zich goed te voelen over zichzelf ('ik draag mijn steentje bij aan het milieu').

- Bolderdijk, J.W., Gorsira, M., Steg, L. & Keizer, K.E. (under review). *Knowledge of Values Helps Explaining (In)effectiveness of Environmental Awareness Campaigns*

We wilden testen wat de invloed van kennis op gedrag is. We lieten een groep deelnemers een filmpje zien waarin de milieu-nadelen van waterflesjes werden uitgelegd (oa onnodig energie en materiaalgebruik), terwijl een andere groep deelnemers een neutrale film zag. Deelnemers die het milieufilmpje zagen bleken wijzer te zijn geworden van het filmpje; ze scoorden significant beter op een kennistest over waterflesjes. Echter, alleen mensen die sterke milieuwaarden hebben gaven aan ten gevolge van het milieufilmpje minder waterflessen te willen gebruiken. Anderen werden niet beïnvloed.

Implicatie: het geven van informatie is niet altijd voldoende om gedragsverandering te bewerkstelligen. Het is belangrijk dat gegeven informatie aansluit bij waarden van de doelgroep.

- Bolderdijk, J.W., & Frieswijk, R., Woerdman, E. & Steg (in preparation). *Explaining Individual Differences in Public Support for Personal Carbon Trading: A Psychological Perspective*

Nu het emissiehandel systeem voor grote bedrijven in de EU is doorgevoerd, gaan er stemmen om ook een emissiehandel voor huishoudens te gaan implementeren: ook huishoudens moeten immers gestimuleerd worden om zich milieuvriendelijk te gedragen. In een vragenlijst hebben we onderzocht wat de animo is voor een dergelijk systeem. We vonden dat de steun voor een dergelijk systeem sterk afhankelijk is van de manier waarop emissierechten worden verdeeld: mensen die momenteel weinig energie gebruiken zijn voor een systeem waarin iedereen evenveel rechten krijgt, terwijl mensen die momenteel veel energie gebruiken eerder voor een systeem zijn waarin emissierechten worden verdeeld op basis van historisch gebruik. Interessant genoeg vinden we hetzelfde patroon wanneer we mensen vragen welk systeem het meest effectief is om milieuproblemen terug te dringen.

Implicatie: meningen over nieuw beleid lijken te worden gekleurd door eigenbelang; mensen geloven sneller dat het emissiehandel systeem effectief is om milieuproblemen aan te pakken wanneer ze er zelf

financieel belang bij hebben. Dit betekent dus dat het geven van informatie – hoe accuraat en goedbedoeld ook - niet altijd tot overtuiging kan leiden aangezien de meningen van consumenten vertekend kunnen zijn.

### ***Papers published***

- Bolderdijk, J.W., Lehman, P.K. & Geller, E.S. (2012). Promoting Pro-environmental Behavior with Rewards and Penalties. In Steg, L., van den Berg, A.E., de Groot, J.I.M., (Eds.), *Environmental Psychology: An Introduction* (pp. 233-242). British Psychological Society and John Wiley & Sons, Ltd.

In dit boekhoofdstuk bespreken we hoe belonen en straffen kunnen worden ingezet om duurzaam consumenten gedrag te promoten. De conclusie luiden onder andere dat belonen minder nadelige bij effecten heeft dan straffen, en dat financiële beloningen soms minder effectief zijn dan niet-materiele beloningen.

- Bolderdijk, J.W., Steg, L. & Postmes, T. (2012). Fostering Support for Work Floor Energy Conservation Policies: Accounting for Privacy Concerns. *Journal of Organizational Behavior*. DOI: 10.1002/job.1831

Zorgen over privacy is destijds als een van de redenen aangevoerd waarom de kilometerheffing niet is doorgevoerd. Recentelijk bleek uit een poll dat de meerderheid geen problemen heeft met het af luisterprogramma PRISM. Hoe kunnen dit soort discrepanties worden verklaard? In dit paper onderzochten we het idee dat privacy voor veel consumenten een ongrijpbaar concept is, waardoor het zich leent voor subjectieve invulling: in 3 onderzoeken vinden we consistent dat consumenten zich minder zorgen maken over privacy wanneer registratieapparatuur wordt tot persoonlijke (financiële) voordelen kan leiden.

Implicatie: zorgen over privacy zijn niet een vast gegeven, mensen hebben de neiging om hun mening over privacy zorgen af te laten hangen van (financieel) eigenbelang.

Bolderdijk, J.W., Steg, L., Geller, E.S., Lehman, P.K. & Postmes, T. (2012). Comparing the Effectiveness of Moral versus Monetary Motives in Environmental Campaigning. *Nature Climate Change*.

<http://dx.doi.org/10.1038/NCLIMATE1767>

Bij milieucampagnes wordt vaak geappelleerd aan de financiële voordelen van energiebesparing. Dit onderzoek laat echter zien dat deze strategie niet altijd effectief is: de financiële voordelen van energiebesparingen zijn vaak vrij klein in relatie tot de geïnvesteerde moeite. Daarnaast zien de meeste consumenten zichzelf liever als 'groen' dan als 'gierig', wat een andere reden is waarom appelleren aan milieuvriendelijke motivaties in sommige gevallen effectiever is.

Implicatie: in tegenstelling tot wat vaak wordt aangenomen is het communiceren van financiële voordelen niet altijd effectief, zeker als het om zeer lagen bedragen gaat. Houdt rekening met het feit dat consumenten, naast het motief om geld te besparen, ook een ander motief hebben: ze willen zichzelf graag zien als goed persoon.

*Elk van bovenstaande papers, alsmede de Engelse abstracts zijn beschikbaar voor de user group: stuur een email naar [j.w.bolderdijk@rug.nl](mailto:j.w.bolderdijk@rug.nl)*