

<b>Algemene gegevens</b>	
PPS-nummer	AF12061
Titel	DONRO
Topsector en innovatiethema	AF 10 Consument
Projectleider (onderzoek)	Daniella Stijnen (Food & Biobased Research Wageningen UR)
PPS-coördinator (namens private partij)	Ahold Europe (René Gogelein)
Contactpersoon overheid	Cor Wever
Status (lopend of afgerond)	lopend
Type onderzoek (F, T of V)	Toegepast (industrieel)
Werkelijke startdatum	1 januari 2013
Werkelijke einddatum	1 januari 2016
Korte omschrijving inhoud	Doel is het ontwikkelen van een systeem waarbij we het directe effect van nudges op individuele consumenten kunnen meten en veranderingen in voedselkeuzegedrag vastgesteld kunnen worden. E.e.a. wordt gemeten en getest in zowel een Real-life omgeving (supermarkt en RvT) als een virtuele omgeving, welke in het project ontwikkeld wordt, om zo valide voorspellingen te kunnen doen of een nudge effectief is.

<b>Highlights</b>
<p>In 2014 zijn de volgende resultaten gerealiseerd:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Pilotonderzoek/Screening van nudges: opzetten, afnemen, analyseren en rapporteren.</b> In januari 2014 zijn de in 2013 geselecteerde nudges onderzocht ('gescreend') in relatie tot de gekozen productgroepen. Deze studie geldt als pilotstudie voor de daadwerkelijke meetperiode in de RL supermarkt.</li> <li>• <b>Metingen in de Real-life supermarkt.</b> In de periode week 20 t/m week 45 zijn metingen gedaan in de testwinkel (supermarkt). Gedurende deze periode wordt de invloed van nudges op consumentengedrag en de aankoop van de geselecteerde productgroepen gemeten. De effectiviteit van de nudges is gemeten a.h.v. salesdata, tracking data (beïnvloedt de nudge het beweeg-/verblijfpatrion van consumenten in de winkel?), vragenlijsten (zijn consumenten zich bewust van de nudges?)</li> <li>• <b>Demontage van de nudging-instrumentatie van de RL supermarkt.</b> Na afloop van de metingen in de testwinkel (supermarkt) heeft demontage van de instrumentatie plaatsgevonden.</li> <li>• <b>Identificatie van testproducten, nudges en instrumentatie voor RL restaurant.</b> In het Wageningen UR - Restaurant van de Toekomst zijn op basis van literatuurstudie en gesprekken met betrokken partners keuzes gedaan voor de te nudgen productcategorieën (brood, soep, maaltijdsalades en fruitsmoothies/groenteshakes). Gedurende de meetperiode (september t/m december) zijn deze productgroepen genudged met (combinaties van) geur, licht en geluid. Daarvoor is het Wageningen UR - Restaurant van de Toekomst verder ingericht als test-restaurant voor dit project. Het test-restaurant is uitgerust met tracking, geur nudges, licht nudges en geluid nudges.</li> <li>• <b>Pilotonderzoek nudges RL restaurant.</b> In augustus 2014 zijn de geselecteerde nudges geur, licht en geluid getest in relatie tot de gekozen productgroepen (brood, soep, maaltijdsalades en fruitsmoothies/groenteshakes) voor de studie in het RL restaurant. Deze studie geldt als pilotstudie voor de daadwerkelijke meetperiode in het RL restaurant.</li> <li>• <b>Opzetten en afnemen van de metingen in RL restaurant.</b> Hierbij gaat het om</li> </ul>

de implementatie van de verschillende nudges (geur, geluid en licht) en de implementatie van de metingen van consumentengedrag in het eerdergenoemde RL test-restaurant. Gedurende de meetperiode (week 37 t/m week 51, 2014) zijn per geselecteerde productgroep specifieke nudges op gebied van geur, licht en geluid in meerdere condities (bijv. mate van intensiteit van de nudge) aangeboden.

- **Vervolg ontwikkeling van VR supermarkt en VR restaurant.** Deze activiteit is eind 2013 gestart en is afgerond in 2014. De VR supermarkt is een virtuele versie van de in dit project gebruikte testwinkel (supermarkt). Het VR-restaurant is een virtuele versie van het Wageningen UR Restaurant van de Toekomst.