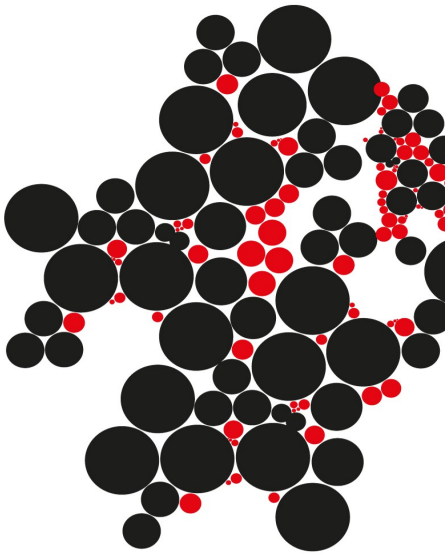



BACHELORTHESIS, APRIL 2014



**DE INVLOED VAN SOCIAL PROOF OP DE
PERCEPTIE VAN BIOLOGISCH ETEN.**



DANIELA GUDDORP
SO163155

FACULTEIT GEDRAGSWETENSCHAPPEN
VAKGROEP: PSYCHOLOGIE VAN CONFLICT
RISICO & VEILIGHEID

EERSTE BEGELEIDER: KUTTSCHREUTER, DR. M.W.M.
TWEEDE BEGELEIDER: HILVERDA, M.

UNIVERSITEIT TWENTE

Samenvatting

In dit onderzoek is gekeken naar het effect van social proof op de perceptie van biologisch voedsel.

Voor het experiment werd met behulp van een nep-facebooksite over biologisch eten de social proof componente gemanipuleerd. Hiervoor kregen twee groepen van participanten een verschillend aantal likes onder de door de onderzoeker geselecteerde commentaren te zien: de ene groep had veel likes onder de positieve commentaren en weinig likes onder de negatieve commentaren, de andere groep weinig likes onder de positieve commentaren en veel likes onder de negatieve commentaren. Vervolgens hebben de participanten een vragenlijst over hun kijk op biologisch eten ingevuld. Verwacht werd dat de proefpersonen in de positieve conditie biologisch eten positiever zouden beoordelen dan de proefpersonen uit de negatieve conditie.

158 Nederlandse en Duitse studenten hebben in het onderzoek meegedaan.

Er werd één ANOVA-analyse uitgevoerd met alle participanten en één met alleen participanten, die de manipulatiecheck-vraag goed hadden ingevuld. Van deze laatste groep participanten kan worden aangenomen dat ze het aantal likes onder de commentaren hebben opgemerkt.

Uit de resultaten bleek, in tegenstelling tot de verwachting, geen significant effect voor de analyse van alle participanten. Een ANOVA-analyse met alleen participanten, die de manipulatiecheck-vraag goed hadden ingevuld, wees bij 3 van de 7 hypothesen een significant effect uit. Zo bleek het aantal likes onder facebookcommentaren wel invloed te hebben op negatieve gevoelens ten opzichte van biologisch eten, de schadelijkheid van pesticiden en de bereidheid om een hogere koopprijs te accepteren. Bovendien werd een significant effect voor het verschil tussen mannen en vrouwen, betreffende de beleving van biologisch voedsel gevonden. Dit komt overeen met de verwachting.

De resultaten bevestigen dus deels de hypothesen van dit onderzoek. Dat betekent dat social proof op sommige constructen van invloed is.

In de discussie en conclusie worden er implicaties gegeven voor vervolgonderzoek.

Abstract

This study examined the effect of social proof on the perception of organic food. In this experiment a fake-facebooksite about organic food was created to manipulate the social proof component. Therefore two groups of participants got different numbers of likes under the comments to look at. One group had a lot of likes under the positive comments and a few under the negative comments, the other group had a few likes under the positive comments and a lot of likes under the negative comments. After that the participants answered a questionnaire about their perception of organic food. The expectation was that participants from the positive group judge more positive about organic food than de participants from the negative group. 158 Dutch and German students completed the questionnaire. One ANOVA-analysis was done with all participants, another one with only those participants who answered the manipulationcheck-question correctly. These participants are expected to have noticed the number of likes under the comments. The results showed, against expectations, no significant effect voor all participants. An ANOVA-analysis with only those participants, who answered the manipulationcheck-question correctly, showed a significant effect for 3 out of the 7 hypotheses; negative emotions, harmfulness of pesticides and the purchasingprice for biological food. Furthermore a significant difference between men and women regarding the perception of organic food has been found. This is according to expectations.

Therefore the results do support some of the hypotheses, but not all. This means that social proof has an impact on some of the constructs. Implications for further research are provided within the discussion and conclusion part of this study.

Inhoud	
Samenvatting (Nederlands)	
Abstract (Engels)	
Inleiding	1
Social proof	1
Biologisch eten	2
Algemene informatie over biologisch eten	2
Het interesse in biologisch eten	4
Consumentenredenen voor en tegen biologisch eten	4
De gemiddelde consument van biologisch eten	5
Hypothesen	7
Methode	9
Respondenten	9
Experimenteel design	9
Materialen	10
Facebook	10
De Manipulatie: het aantal likes bij facebookcomments	10
Instrumenten	11
Procedure	12
Analyse Procedure	14
Resultaten	14
Toetsen van de hypothesen met alle participanten	14
Toetsen van de hypothesen met alleen manipulatiecheck-participanten	17
Is er een verschil tussen Duitsers en Nederlanders?	20
Is er een verschil tussen mannen en vrouwen ?	20
Discussie en implicaties	21
Betrouwbaarheid	23
Koopgedrag	24
Vershil tussen man en vrouw	24
Vervolgonderzoek	24
Dankbetuiging	25
Referenties	26
Appendix	29
vragenlijst	29
nep-facebookcommentaren	32

Inleiding

Social proof

Stelt u zich eens voor dat er een ramp aangekondigd wordt. Op televisie hoort u de verhalen over meters sneeuw en dat winkels en supermarkten daardoor mogelijk de komende tijd gesloten blijven. Hoe kunt u zich er het beste op dit scenario voorbereiden? Hoe veel levensmiddelen zult u kopen? Moet u zich überhaupt voorbereiden? Als u twijfelt hoe u het beste kunt reageren, is het waarschijnlijk dat u naast de eigen overwegingen ook naar het gedrag van anderen kijkt en hoe zij met de situatie omgaan. Dit is een voorbeeld van social proof.

Social proof is het psychologisch concept voor informatieve sociale invloed en houdt in dat een individu meer geneigd is een idee goed vinden, naarmate meer mensen het idee goed vinden. Mensen beslissen wat juist is door erna te kijken wat anderen vinden wat juist is (Cialdini, 2001). Als wij herhaaldelijk personen in een bepaalde situatie bepaald gedrag zien vertonen, gaan we automatisch ervan uit dat het gedrag gepast is (Cialdini,2001). Vervolgens gebruiken we het gedrag van anderen om te bepalen hoe wij ons zouden moeten gedragen. Social proof stelt dus dat mensen beslissen wat ze geloven of hoe ze zich in een bepaalde situatie moeten gedragen door te kijken wat anderen geloven en hoe zij zich gedragen.

Social proof is het meest invloedrijk onder twee condities: onzekerheid en gelijkheid (Cialdini,2001). Als we het gevoel hebben dat de mensen wiens gedrag wij beschouwen op ons lijken is het effect van social proof het sterkst aanwezig. We passen ons aan en doen het gedrag van anderen na. De tweede conditie is onzekerheid. Mensen volgen eerder de leiding van anderen als men zelf niet goed weet hoe ze zich moeten gedragen.

Als veel mensen hetzelfde gedrag vertonen gaan we ervan uit dat zij iets weten, dat wij niet weten. Helemaal als we onzeker zijn, zijn we eerder bereid om op de collectieve kennis van de massa te vertrouwen.

Tegenwoordig is de collectieve kennis van de massa ook online vertegenwoordigd, o.a. waarneembaar via media als Twitter en Facebook. In 2013 meldden Verroen, Gutteling en De Vries dat burgers bij incidenten gebruik maken van sociale netwerkpagina's om zich te informeren over een risico.

Bij twee incidenten met een hoge impact bleken mensen berichten en feedback van andere gebruikers via Twitter ook betrouwbaar en bruikbaar te vinden (Verroen, Gutteling & De Vries, 2013). Peer feedback en de informatie van anderen via media lijkt dus heel belangrijk in het nemen van beslissingen en heeft impact in verschillende domeinen zoals gezondheidsgerelateerd gedrag en eetgedrag (Verroen, Gutteling & De Vries, 2013). Social proof is een factor die mede bepaalt op welke wijze consumenten hun keuze maken en daarmee is het eveneens mogelijk dat social proof impact kan hebben op de keuze voor en perceptie van biologisch voedsel. Om meer inzicht te verschaffen in de wijze waarop social proof impact heeft op deze keuze, wordt dit met behulp van een experiment onderzocht. Hiervoor wordt een nep-facebooksite gemaakt. Er wordt een situatie gecreëerd waarin de participant op zijn eigen mening kan vertrouwen, maar eventueel ook op de mening van anderen (nep facebookcommentaren). Door het aantal likes onder de commentaren te manipuleren, is deze thesis erop gericht meer te weten over het effect van social proof in het domein van sociale media.

Biologisch eten

Algemene informatie over biologisch eten

Biologisch, ecologisch, natuurlijk, alternatief, onbespoten, vrij van pesticiden, milieuvriendelijk geproduceerd en biologisch eten zijn begrippen die één en hetzelfde beschrijven: producten die zonder het gebruik van synthetische of chemische stoffen zoals kunstmest of pesticiden geproduceerd worden (Schifferstein & Oude Ophuis, 1998). Forman en Silverstein schrijven in 2012 dat men in de biologische agricultuur een vergelijkbare benadering voor biologisch voedsel gebruikt waarbij planten en levende wezens zonder synthetische chemicalen, hormonen, antibiotica, genetische modificatie of bestraling opgroeien. Om als biologisch aangemerkt te mogen worden, behoren planten op een boerderij geproduceerd te worden waar synthetische pesticiden, herbiciden en kunstmest minimaal 3 jaar voor de oogst niet (meer) werden gebruikt. Ook moet er voldoende bufferzone zijn om contaminatie te voorkomen. Genetische veranderingen, ioniserende straling, gier en slijk zijn daarbij verboden.

Biologische dieren moeten zonder routineus gebruik van antibiotica en groeihormonen gefokt worden, voldoende ruimte ter beschikking hebben (Tiilikainen & Huddleston, 2008) en de mogelijkheid hebben om naar buiten te kunnen. Er moet humaan met een dier om worden gegaan en het krijgt natuurlijke voeding. Als een dier vanwege ziekte met antibiotica behandeld moet worden, mag het niet meer als biologisch worden verkocht. In Amerika certificeert de USDA (US department of agriculture) deze richtlijnen. Biologische boeren moeten zich opgeven voor een certificaat, voor de test slagen en heffing betalen. The NOP (national organic program) eist jaarlijkse inspecties om te garanderen dat iedereen zich aan deze richtlijnen houdt (Forman & Silverstein, 2012). Biologische boerderijen gebruiken daarbij minder energie en produceren minder afval. (Forman & Silverstein, 2012) In sommige landen moet biologisch eten milieuvriendelijk en recyclebaar worden verpakt (Tiilikainen & Huddleston, 2008).

Vergelijkbare bepalingen en voorzieningen zorgen ervoor dat biologisch eten maar een derde van de pesticiden van niet-biologisch eten bevat (Baker, Benbrook, Groth, & Benbrook, 2002).

Door afwezigheid van pesticiden tijdens het groeiproces kunnen de voedingstoffen behouden worden, wordt milieuverpesting geminimaliseerd (Grunert & Juhl, 1995) en daarnaast heeft biologisch geteeld groente en fruit meer biochemische energie om voordelige stoffen zoals antioxidanten te produceren (Winter & Davis, 2006, Shafie & Rennie, 2012). Er is geen noemenswaardig verschil in koolhydraat-, vitamines- of mineralen-gehalte gevonden, wat in tegenspraak is met het onderzoek van de Soil Association (2000) waar wel hogere vitamine C gehaltes in biologisch eten werd gevonden. Daarnaast hebben sommige studies lagere nitraatgehaltes in biologisch eten vastgesteld, wat voor elke levensmiddelengroep kan verschillen. Veel onderzoeksresultaten zijn in strijd met elkaar en er is geen duidelijk bewijs dat biologisch eten gezonder is dan conventioneel eten (Grunert & Juhl, 1995).

Uit recent onderzoek is gebleken dat het eten van organische producten, in vergelijking met conventioneel eten, geen voordelen qua voedingswaarden brengt. Studies hebben daarentegen ook geen schadelijke of ziektebevorderende effecten van een biologisch dieet aangetoond (Forman & Silverstein, 2012).

Interesse in biologisch eten

De interesse in organisch geproduceerd voedsel stijgt in de hele wereld (Roitner-Schobesberger, Darnhofer, Somsook & Vogl, 2007) en de laatste jaren is er een groeiende vraag naar biologische producten door consumenten (Shafie & Rennie, 2012).

Hoewel het aandeel biologisch voedsel van de totale voedselconsumptie in Europa per land sterk verschilt (Willer & Yussefi, 2004, Thøgersen, 2009) heeft Henson (Thøgersen, 2009) aangetoond dat de verkoop in veel Europese landen stijgt. Ook in Amerika groeide de markt voor biologisch eten; van 3,5 miljard dollar in 1996 naar 28,6 miljard dollar in 2010 (Forman & Silverstein, 2012).

Toch wordt er minder biologisch eten verkocht dan onderzoek naar de voorkeuren van consumenten doet vermoeden (Magnusson, Arvola, Hursti, Aberg & Sjoden, 2001; Shephard, Magnusson & Sjöden, 2005).

Waaruit resulteert deze tegenstrijdigheid tussen de voorkeuren en het gedrag van mensen? Een belangrijke reden dat de positieve attitudes in strijd zijn met het verwachte gedrag is de hogere prijs voor biologische producten (Shephard, Magnusson & Sjöden, 2005).

Hoe tevreden de klant met conventioneel eten is speelt eveneens een rol (Shephard, Magnusson & Sjöden, 2005). Bovendien is de beperkte beschikbaarheid een groot obstakel.

Consumentenredenen voor en tegen biologisch eten

Er is bewijs dat consumenten de sensorische eigenschappen van eten als de meest belangrijke factor in hun keuze van eten beschouwen (Shephard, R., Magnusson, M. & Sjöden, P., 2005). De meeste consumenten vinden traditionele kwaliteitsaspecten zoals versheid en smaak het belangrijkste als zij een keuze over het eten moeten maken (Torjusen, Lieblein, Wandel & Francis 2001; Roitner-Schobesberger, Darnhofer, Somsook & Vogl, 2007). Dit geldt vooral voor groente en fruit (Shafie & Rennie, 2012) en lijkt in overeenstemming met dat veel consumenten van biologisch eten melden dat biologisch eten lekkerder is. Toch heeft onderzoek hier onregelmatigheid uitgewezen. (Fillion & Arazi, 2002; McEachern & McClean, 2002), en traden bij het vergelijken van de sensorische kwaliteiten tegenstrijdige resultaten op (Bourn & Prescott, 2002).

Andere kwaliteiten zoals toevoegingen, resten van schadelijke stoffen, voedingswaarde en hoe het eten geproduceerd werd, worden steeds belangrijker (Shephard, Magnusson & Sjöden, 2005). Gezondheidsgerelateerde redenen blijven een vooraanstaand motief (Shephard, Magnusson & Sjöden, 2005), evenals gevolgen voor het milieu en deze zijn sterk afhankelijk van attitudes (Schifferstein & Oude Ophuis, 1998).

Volgens Ajzen (1991) is laag "actual control" een verklaring dat er in sommige landen minder biologisch eten gekocht wordt. Het is er moeilijker om biologisch eten te kopen omdat de beschikbaarheid lager is.

In de meeste landen zijn persoonlijke redenen net zo belangrijk als sociale redenen in de beslissing over biologisch eten (Thøgersen, 2009).

De gemiddelde consument van biologisch eten

Consumenten van biologisch groente zijn ouder, hebben een hogere academische opleiding en een hoger inkomen dan mensen die niet biologisch eten (Padel & Foster, 2005; Roitner-Schobesberger, Darnhofer, Somsook & Vogl, 2007).

De groep van mensen die biologisch eten koopt, laat zich het beste distingueren op basis van opleiding, body mass index, behaalde scores op de health locus of control scales, interesse in vegetarisch eten, naturopathie (Schifferstein & Oude Ophuis, 1998; Padel & Foster, 2005; Shafie & Rennie, 2012) én andere demografische variabelen zoals lifestyle en milieu-attitudes.

Er is een verschil in motieven van mensen die regelmatig organisch kopen en die soms kopen. Gezondheid is een belangrijker koopmotief voor consumenten, die af en toe biologisch eten kopen, dan voor regelmatige kopers. Voor hun is naast gezondheid ook het milieu belangrijk (Schifferstein & Oude Ophuis, 1997, Shafie & Rennie, 2012).

Regelmatige kopers van biologisch eten zijn hoger opgeleid, welvarender en behoren tot een hogere sociale klas.

Ofschoon alle consumenten milieuvriendelijke producten prefereren, schat niet iedereen de voordelen van biologisch eten voor het milieu hetzelfde in (Thøgersen, 1997). Er zijn verschillende mates waarin men denkt dat biologisch eten een verschil kan maken (Thøgersen, 2002), of erop vertrouwt dat een biologisch product daadwerkelijk biologisch

is Thøgersen, 2009).

Bovendien verschilt het koopgedrag niet alleen per land, maar eveneens per geslacht. Vrouwen hebben een hoger gezondheidsbewustzijn en spelen een belangrijke rol in het samenstellen van het eten voor het gezin (Fagerli & Wandel, 1999). Zij zijn zich meer bewust van chemische resten en conserveermiddelen in eten (Yiridoe et al, 2005). Ze zijn toegewijd aan natuurlijk eten, het beschermen van het milieu, en het betalen van een hogere prijs voor het milieu.

Toch kopen mannen vaker biologisch eten dan vrouwen. Een verklaring hiervoor is dat mannen eerder bereid zijn en hogere prijs te betalen (Roitner-Schobesberger, Darnhofer, Somsook & Vogl, 2007).

De meeste mensen hebben een positieve attitude tegenover biologisch eten, hoewel ze niet de intentie hebben om het te kopen.. De meest belangrijke koopedeterminant voor eten in het algemeen was de smaak. De minst belangrijke factor was dat het organisch geproduceerd werd. De meest voorkomende mening over biologisch eten is dat het duurder en gezonder is dan conventioneel eten. Consumenten zijn bereid tot 10-20% meer te betalen voor biologische producten, maar de prijs hiervan ligt vaak hoger. (Roitner-Schobesberger, Darnhofer, Somsook & Vogl, 2007).

Andere studies laten ook zien dat consumenten de voorkeur geven aan milieuvriendelijke producten en bereid zijn daarvoor een hogere prijs te betalen (Tiilikainen & Huddleston, 2008). Uit een analyse van attitudes blijkt dat voordelen zoals gezondheid, smaak en milieuvriendelijkheid meer in het oog vallen dan kosten of risico's (Thøgersen, 2009). Toch is de prijs een factor die het kopen van biologische producten afremt (Shafie & Rennie, 2012), vooral gezien het prijsverschil tussen biologisch eten en conventioneel eten. (Padel & Foster, 2005, Roitner-Schobesberger, Darnhofer, Somsook & Vogl, 2007).

Een andere belangrijke reden om geen biologisch eten te kopen is dat mensen vaak niet weten wat biologisch betekent (Roitner-Schobesberger, Darnhofer, Somsook & Vogl, 2007). Mensen, die onzeker zijn over biologisch eten zullen het waarschijnlijk niet kopen, ook al hebben ze de intenties om het te doen. Hetzelfde geldt voor mensen, die denken dat biologisch eten moeilijk verkrijgbaar is (Thøgersen, 2009).

Tenslotte telt ook de ervaring die een consument met biologisch en conventioneel eten heeft mee bij het beslissen wat voor product hij koopt (Thøgersen, 1997)

Hypothesen

Er is nog weinig bekend over de samenhang tussen social proof en voeding. Daarom worden in deze thesis verschillende aspecten met betrekking tot de relatie tussen social proof en biologisch eten onderzocht. De hypothesen toetsen allen welk effect social proof op de perceptie en het koopgedrag van consumenten kan hebben. Hierbij proberen de hypothesen afzonderlijke aspecten te belichten. Er wordt gekeken naar argumenten, waarvan de inhoud wetenschappelijk bediscussieerd kan worden, maar ook naar de emoties die de gedachte aan biologisch voedsel kan oproepen. Daarnaast is het belangrijk om die constructen te onderzoeken die aanzetten tot actie en het daadwerkelijke koopbedrag beïnvloeden. De resultaten van deze hypothesen hebben implicaties voor het koopgedrag van consumenten en kunnen daarmee mogelijk helpen de perceptie en het gedrag betreffende biologisch voedsel van consumenten te beïnvloeden. Hoewel de verwachting is dat alle aspecten in min of meerdere mate sterk beïnvloed worden, maakt deze duidelijk bij welke constructen consumenten bijzonder open staan voor beïnvloeding door middel van social proof.

Volgens Shephard, Magnusson en Sjöden (2005) zijn schadelijke stoffen zoals pesticiden in conventioneel voedsel een reden voor consumenten om biologische producten te kopen. In de media worden vaak de nadelen van pesticiden besproken en de meeste mensen weten om de risico's van pesticiden. Hierdoor hebben mensen vaak een mening over pesticiden en werkt het principe van onzekerheid, wat volgens (Cialdini, 2001) social proof versterkt, minder sterk. Als social proof hier desondanks een effect heeft, zou dat een sterk bewijs voor de invloed van social proof zijn. Hieruit volgt Hypothese 1:

H 1: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt ertoe dat mensen de schadelijkheid van pesticiden hoger in schatten.

Er is minder bekend over de risico's van biologisch eten dan over de risico's van conventioneel eten. Daardoor zou het principe van social proof bij hypothese 2 beter werken dan bij hypothese 1. Hypothese 2 is het logische pendant van hypothese 1:

H 2: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt ertoe dat

mensen de risico's van bacteriële verontreiniging bij biologische producten lager inschatten

Volgens Shephard, Magnusson en Sjöden (2005) zijn sensorische eigenschappen van eten de meest belangrijke factor in het beslissen of biologisch of conventioneel eten gegeten wordt. Dit richt zich dus op de gevoelens en emoties die biologisch eten bij de consumenten oproept. Hieruit volgt de derde hypothese:

H 3: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt tot meer positieve gevoelens over biologisch eten

Een obstakel om meer over biologisch voedsel te weten te komen is dat de consument zelf informatie moet zoeken. De volgende hypothese toetst niet alleen de perceptie van biologisch eten maar ook of de steun voor positieve commentaren consumenten aan kan zetten om zelf actie te ondernemen. Als dit het geval is, is dat een sterk bewijs voor de invloed van social proof omdat niet alleen de mening, maar ook het gedrag beïnvloedbaar was. Hieruit volgt de vierde hypothese:

H 4: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt ertoe dat mensen in meer informatie over biologisch eten geïnteresseerd zijn

Gezondheidsgerelateerde redenen blijven een vooraanstaand motief om biologisch eten te kopen (Shephard, Magnusson & Sjöden, 2005). Als social proof de perceptie van de voordelen voor de gezondheid kan beïnvloeden, zou men ermee een van de belangrijkste koopedeterminant kunnen beïnvloeden. Hieruit volgt de vijfde hypothese:

H 5: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt ertoe dat mensen meer vertrouwen in de voordelen van biologisch eten voor hun gezondheid hebben.

Niet iedereen vertrouwt erop dat een biologisch product daadwerkelijk biologisch is (Thøgersen, 2009). Dit is voor sommige mensen een reden om geen biologisch eten te kopen.

Omdat mensen hier onzekerder over zijn, wordt verwacht dat social proof hier sterker werkt. Als de volgende hypothese klopt zou men een reden om niet-biologisch eten te kopen met social proof kunnen beïnvloeden.

H 6: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt ertoe dat mensen meer vertrouwen hebben dat een product echt biologisch is

De zesde hypothese toetst een vraag, die voor de marktonderzoek van belang is. Volgens Verroen, Gutteling en De Vries (2013) heeft social proof invloed op het koopgedrag. Kan social proof de mensen zo sterk beïnvloeden dat mensen bereid zijn meer geld voor biologisch voedsel uit te geven dan dat ze dat zonder sociale steun zouden doen?

H 7: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt ertoe dat mensen bereid zijn een hogere prijs voor een biologisch product te betalen

Methode

Respondenten

158 personen hebben deelgenomen aan dit experiment, waaronder 121 vrouwen (76,6 procent) en 37 mannen (23,4 procent). Eén voorwaarde om deel te mogen nemen aan het onderzoek was dat de participant student moest zijn. Om hiervoor te controleren werd in het begin de demografische vraag gesteld of de participant een student is, 3 proefpersonen hebben met “nee“ geantwoord, 6 proefpersonen hebben niets ingevuld. De gegevens van deze 9 participanten worden niet meegenomen in de analyse. De deelnemers waren tussen de 18 en 33 jaar oud. 77 (48,7%) participanten zijn Nederlands, 81 (51,3 %) Duits en geen van de respondenten had een andere nationaliteit.

Experimenteel design

Het onderzoeksdesign is een tussen-proefpersonen design. In beide condities worden respondenten gevraagd om de vragenlijst in te vullen. In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van een online vragenlijst op surveymonkey.

Materialen

Facebook

Facebook biedt een platform dat ontworpen is om vrienden, familie en zakelijke contacten met elkaar te verbinden (Opgevraagd op 18 november 2013 van:

<https://www.facebook.com/>). 2012 hadden meer dan 1 miljard mensen een facebookaccount, wat facebook tot een van de meest gebruikte sociale networksites ter wereld maakt (Opgevraagd op 18 november van:

<http://money.cnn.com/2012/10/04/technology/facebook-billion-users/>).

Gebruikers kunnen op facebook hun persoonlijke interesses delen met anderen en online op een zogenaamde “wall” berichtjes plaatsen. Andere gebruikers kunnen door middel van de “like”-functie aangeven dat ze een bericht leuk vinden of het ermee eens zijn. Er zijn ook speciale discussiegroepen en fangroepen die op één bepaald onderwerp richten en daarbij mensen de kans geven om met andere leden uit deze groep over dat onderwerp te praten of te discussiëren. Doordat zoveel mensen bekend zijn met Facebook heb ik ervoor gekozen de sociale manipulatie in het experiment met behulp van een zelfgemaakte facebooksite uit te voeren. Hierbij wordt tegen de participant gezegd dat de commentaren van een echte discussiegroep van Facebook gekopieerd werden.

De Manipulatie: het aantal likes bij facebookcomments

Tegenwoordig zijn de meeste mensen met Facebook vertrouwd en weten zij dat het aantal likes onder een post aangeeft hoeveel mensen de inhoud van de post leuk vonden. Daarom

zal ik het liken op facebook niet verder toelichten. Het verschil in het aantal likes is de enige manipulatie in dit experiment en is, als er verschillen in de resultaten gevonden worden, de reden voor dat verschil. De commentaren met veel likes hebben tussen de 301 en 327 likes, de posts met weinig likes hebben tussen de 2 en 18 likes. Om het aantal likes te bepalen werd naar echte Nederlandstalige (Facebook)sites gekeken. De recepten op smulweb.nl hebben tot ongeveer 300 reacties, thuisbezorgd.nl heeft evenveel likes op Facebook en Nederlandstalige sites, die niets met eten te maken hebben, zoals dumpert.nl bereiken vaak meer dan 300 likes op facebook. Er werd voor een realistisch aantal likes gekozen, waarbij de manipulatie, het verschil tussen groep A en B, zo groot mogelijk is.

Instrumenten

Voor elk construct werd met behulp van een betrouwbaarheidsanalyse gecontroleerd of het weglaten van bepaalde vragen de betrouwbaarheid van het construct verhoogt. De grens voor een te lage betrouwbaarheid werd op 0.6 vastgelegd.

Uit de betrouwbaarheidsanalyse voor het construct "schadelijkheid van pesticiden" blijkt de cronbach's alpha van 0.94 heel hoog te zijn. Een te hoge betrouwbaarheid zou erop kunnen wijzen dat de vragen te veel op elkaar lijken. Dit construct werd met zes verschillende stellingen gemeten, die zich op verschillende aspecten van de schadelijkheid van pesticiden richt, namelijk het milieu, de dieren en de mens. Een voorbeeld hiervan is "pesticiden hebben langdurige gevolgen voor het milieu". Het schijnt dat participanten de situatie voor elk van de drie aspecten gelijk beoordelen. De Cronbach's alpha voor het construct "bacteriële verontreiniging" is berekend op 0.94. Er gelden dezelfde bedenkingen als bij het construct "schadelijkheid van pesticiden". Mogelijkerwijs lijken de vragen te veel op elkaar. Het construct werd net als het construct "schadelijkheid van pesticiden" met zes stellingen gemeten. Een voorbeeldstelling is "bacteriële verontreiniging is schadelijk voor de mens".

De variabele "negatieve gevoelens" ligt met een Chronbach's alpha van 0.801 ver boven de vastgelegde grens van 0.6. Dat betekent dat de betrouwbaarheid hoog genoeg is en geen van de vragen weggelaten hoeft te worden. Eén van de vier te beoordelen negatieve emoties was "bezorgd". De respondenten werden gevraagd om bij elke in de vragenlijst genoemde emotie aan te geven in hoeverre zij deze emotie ervaren als zij aan biologisch eten denken.

Het construct “positieve gevoelens” heeft een Cronbach's alpha van 0.86 en is hiermee als betrouwbaar geclassificeerd. De positieve emoties werden met zes stellingen gemeten. Een voorbeeld voor een positieve emotie is “vrolijk”.

“Vertrouwen in de voordelen van biologisch eten voor de gezondheid” heeft met een Cronbach's alpha van 0.84 een hoge betrouwbaarheid. Alle stellingen wordt meegenomen in de verdere analyse. Om het construct “Vertrouwen in de voordelen van biologisch eten voor de gezondheid” te meten werden er tien vragen gesteld, waaronder bijvoorbeeld “Biologisch eten heeft een positieve invloed op het welzijn van een mens”.

De betrouwbaarheid van het construct “interesse voor meer informatie” over biologisch eten is vastgesteld op 0.73. De vijf stellingen worden meegenomen in de verdere analyse. Een voorbeeldstelling is “Ik zou meer willen weten over de voor- en nadelen van biologisch eten”.

Een betrouwbaarheidsanalyse voor het construct “echt biologisch” wijst uit dat de betrouwbaarheid met een waarde van 0.75 niet heel hoog is, maar nog wel boven de grens van 0.6 ligt. Dit construct werd met vijf stellingen getoetst, waarbij één daarvan “Ik kan erop vertrouwen dat biologisch eten geen kunstmatige toevoegingen bevat”. Deze gegevens zijn samengevat in tabel 1.

Tabel 1

Constructen	Antal items	Cronbach's alpha
schadelijkheid van pesticiden	6	0,94
bacteriële verontreiniging	6	0,94
negatieve gevoelens	4	0,80
positieve gevoelens	6	0,86
interesse voor meer informatie	5	0,73
voordelen voor de gezondheid	10	0,84
Echt biologisch	5	0,75

Procedure

De proefpersonen werden geworven door het proefpersonensysteem van de universiteit

Twente, SONA. Studenten, die zich via het SONA-system registreerden, kregen een halve credit voor het invullen van de vragenlijst. Bovendien werden participanten persoonlijk, via de mail of Facebook gevraagd om aan dit experiment mee te werken en de link aan vrienden en vriendinnen door te geven. In alle gevallen was het invullen van de enquête geheel vrijwillig.

Proefpersonen mochten alleen deelnemen als ze student zijn en de Nederlandse taal voldoende begrijpen, wat van tevoren bij SONA-system aangegeven werd.

Dit onderzoek is een experimenteel onderzoek, waarbij gebruik wordt gemaakt van een online vragenlijst. Bij het openen van de vragenlijst krijgt elke proefpersoon dezelfde tekst met inlichtende informatie te lezen (zie appendix). Het belang van het onderwerp, en wat er van de proefpersoon verwacht wordt, wordt uitgelegd. Vervolgens krijgt de respondent een informed consent waarin elke respondent, die deelneemt, toestemming moet geven. Er komen een aantal demografische vragen om achtergrondinformatie over de respondent te verkrijgen en zeker te stellen dat elke respondent student is. Na het afronden van het formeel gedeelte begint het experiment. Hierna volgt het gedeelte van de vragenlijst waarin, als de hypothesen kloppen, verschillen tussen groep A en B worden gevonden.

Participanten krijgen een aantal stellingen te zien en moeten aangeven in hoeverre ze het ermee eens zijn. De antwoordkeuzemogelijkheden zijn met een 5 punten likert scale beperkt en lopen van helemaal oneens, via oneens, geen mening, mee eens naar helemaal mee eens. De proefpersonen worden van het systeem automatisch en willekeurig opgesplitst naar twee groepen, groep A en groep B. Vervolgens krijgt de proefpersoon een nepfacebookpagina en de bijbehorende uitleg te zien. De respondent wordt gevraagd om de teksten goed door te lezen, die zogenaamd van een echte facebookdiscussiegroep werd gekopieerd. De respondent weet op dat moment niet, dat het verzonden facebookteksten van fictieve personen zijn. De commentaren lijken op echte facebookcommentaren, de teksten zijn bij beide groepen hetzelfde, evenals de datum, de namen en de foto. Het doel van de facebookpagina wordt niet bekend gemaakt. Hiermee hebben we alle overeenkomsten beschouwd. Voor het experiment zijn er bewust verschillen ten opzichte van het aantal likes per facebookcomment aangebracht. Bij groep A hebben de positieve commentaren veel likes en de negatieve comments weinig likes. Bij groep B is het andersom; negatieve comments hebben veel likes, positieve comments hebben weinig likes. Deze manipulatie is de social proof component van het onderzoek. Om te controleren of de participanten de

facebookplaatjes gelezen hebben, volgt er een vraag over de inhoud van de posts. Door vervolgens te vragen of er meer steun voor positieve of negatieve posts was, wordt de respondent opmerkzaam gemaakt op het aantal likes. Dit om zeker te kunnen zijn dat de respondent het aantal likes gezien heeft en om de manipulatie te versterken door er met behulp van de vraag aan te herinneren.

Analyse procedure

De vragenlijst staat 3 weken online, daarna wordt de verkregen data met behulp van het statistiekprogramma SPSS geanalyseerd. De data wordt gezuiverd door in te stellen dat missing values alleen voor de betreffende vraag niet meegerekend worden (listwise excluded) en aangegeven getallen in de vorm van “van..tot” gemiddeld werden.

Toetsen van de hypothesen met alle participanten

Na het vaststellen van de betrouwbaarheid werden er per hypothese twee ANOVA's uitgevoerd. Beide ANOVA's toetsen of er per betreffend construct een significant verschil tussen de twee groepen bestaat. Als de p-waarde kleiner dan de gekozen alpha van 0,05 is, is er sprake van een significant verschil. Dat betekent dat er statistisch aannemelijk is gemaakt, dat er een verschil bestaat tussen de groep die de negatieve facebooksite te zien gekregen heeft en de groep die de positieve facebooksite te zien gekregen heeft. De tweede ANOVA toetst precies hetzelfde, maar neemt alleen de participanten in de berekening mee, die de manipulatiecheck goed hebben ingevuld. Deze participanten worden in de verdere tekst manipulatiecheck-participanten genoemd.

Dit zou een verschil kunnen maken omdat de participanten, die de manipulatiecheck verkeerd hadden, mogelijk niet goed naar de facebooksite gekeken hadden. Als de manipulatie niet waargenomen werd, kan er geen verschil tussen de twee groepen gevonden worden.

Eerst volgen de resultaten van de ANOVA's met alle participanten:

H 1: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt ertoe dat mensen de schadelijkheid van pesticiden hoger inschatten

Op basis van een ANOVA-analyse kan geconcludeerd worden dat er geen verschil tussen de twee groepen bestaat $F(1,147) = 1.063$, $p = 0,304$.

H 2: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt ertoe dat mensen de risico's van bacteriële verontreiniging bij biologische producten lager inschatten

Met een ANOVA-analyse werd geen significant verschil tussen de groepen gevonden $F(1,147) = 0.314$, $p = 0.576$.

H 3: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt ertoe dat biologisch eten meer positieve gevoelens oproept

Negatieve gevoelens

Met een ANOVA werd getoetst of één van de twee groepen significant negatievere gevoelens tegenover biologisch eten heeft dan de andere groep. De gevonden F-waarde van $F(1,149)=1.546$, $p = 0.216$ pleit tegen een verschil tussen de groepen.

Positieve gevoelens

Met een ANOVA werd getest of één van de twee groepen na het lezen van de facebookcommentaren meer positieve gevoelens tegenover biologisch eten heeft dan de andere groep. Dit blijkt niet het geval te zijn $F(1,148)= 0.113$, $p = 0.738$.

H 4: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt ertoe dat mensen in meer informatie over biologisch eten geïnteresseerd zijn

Met een ANOVA-toets werd getest of er een verschil tussen de twee facebook-groepen betreffend de interesse voor biologisch eten is. De analyse wees geen verschil tussen de groepen uit (voor alle participanten $F(1,148) = 0.203$, $p = 0.653$).

H 5: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt ertoe dat mensen meer vertrouwen in de voordelen van biologisch eten voor hun gezondheid hebben.

Op basis van een ANOVA-analyse kan geconcludeerd worden dat er geen verschil bestaat tussen de twee groepen $F(1,148)=1.063, p= 0.304$.

H 6: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt ertoe dat mensen meer vertrouwen erin hebben dat een product echt biologisch is

Op basis van een ANOVA-analyse kan geconcludeerd worden dat er geen statistisch verschil tussen de twee groepen te vinden is $F(1,148)= 0.180, p = 0.672$.

H 7: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt ertoe dat mensen bereid zijn een hogere prijs voor een biologisch product te betalen

In de vragenlijst worden de participanten gevraagd hoeveel geld ze bereid zijn te betalen voor een biologische appel vis-à-vis een niet-biologische appel. De verschilscore (23 Cent) van de twee aangegeven prijzen werd berekend en vervolgens werd met een ANOVA-analyse berekend of één van de twee groepen bereid is om meer voor een biologische appel te betalen. De ANOVA-analyse met alle participanten vindt geen significant verschil $F(1,140)= 0.329, p=0.567$.

Deze gegevens zijn afgerond samengevat in tabel 2.

Tabel 2 : ANOVA-resultaten per construct voor alle participanten

Constructen	Likes bij positieve berichten		Likes bij negatieve berichten		F	p
	M	SD	M	SD		
Schadelijkheid van pesticiden	35,01	5,5	34,03	6,15	1,06	0,3
Bacteriele verontreiniging	32,7	6,51	31,9	6,26	0,31	0,58
Negatieve gevoelens	6,95	2,82	7,55	3,08	1,55	0,22
Positieve gevoelens	15,52	4,75	15,78	4,69	0,11	0,74
Interesse voor meer informatie	18,37	3,19	18,13	3,32	0,2	0,65
Voordelen voor de gezondheid	30,45	5,77	31,45	6,12	1,06	0,3
Echt biologisch	16,26	3,93	16,52	3,56	0,18	0,67
Koopprijs	0,22	0,26	0,2	0,19	0,33	0,57

Toetsen van de hypothesen met alleen manipulatiecheck-participanten

H 1: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt ertoe dat mensen de schadelijkheid van pesticiden hoger inteschatten

Als men met een alpha van 10 procent toetst, is er sprake van een significant effect tussen de twee groepen als alleen de participanten in de analyse meegenomen worden, die de manipulatiecheck goed hadden.

H 2: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt ertoe dat mensen de risico's van bacteriële verontreiniging bij biologische producten lager inschatten

Op basis van een ANOVA-toets kan niet geconcludeerd worden dat er een verschil tussen de twee groepen bestaat $F(1,85) = 0.302, p = 0,584$.

H 3: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt ertoe dat biologisch eten meer positieve gevoelens oproept

Negatieve gevoelens

Wordt de ANOVA-test uitgevoerd als men alleen de participanten in de berekening meeneemt die de manipulatiecheck goed hebben ingevuld, wordt er een significant verschil tussen de groepen gevonden $F(1,86) = 7.683, p = 0.007$.

Positieve gevoelens

Een ANOVA wijst geen significant verschil uit tussen de twee groepen $F(1,86)=1.150, p = 0.287$.

H 4: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt ertoe dat mensen eerder in meer informatie over biologisch eten geïnteresseerd zijn

Op basis van een ANOVA met manipulatiecheck-participanten wordt geen significant verschil tussen de twee groepen gevonden $F(1,86) = 0.480, p = 0.49$.

H 5: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt ertoe dat mensen meer vertrouwen in de voordelen van biologisch eten voor hun gezondheid hebben.

Een ANOVA vindt geen significant verschil tussen de twee groepen $F(1, 86) = 0.906, p = 0.344$.

H 6: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt ertoe dat

mensen meer vertrouwen erin hebben dat een product echt biologisch is.

Dit geldt ook voor een ANOVA-analyse waarin alleen de manipulatiecheck-participanten in de berekening mee worden genomen $F(1,86) = 0.005$, $p = 0.946$.

H 7: meer steun in vorm van veel facebook-likes voor positieve commentaren leidt ertoe dat mensen bereid zijn een hogere prijs voor een biologisch product te betalen.

Wordt de ANOVA-analyse alleen met de manipulatiecheck-participanten uitgevoerd, wordt er een significant verschil gevonden $F(1,80) = 4.108$, $p = 0.046$.

Tabel3: ANOVA-resultaten per construct voor alle participanten

Constructen	Likes bij postieve berichten		Likes bij negatieve berichten		F	p
	M	SD	M	SD		
Schadelijkheid van pesticiden	35,49	5,78	33,3	6,05	2,97	0,09
Bacteriële verontreiniging	32,7	6,51	32	5,17	0,3	0,58
Negatieve gevoelens	6,46	2,15	8,18	3,59	7,68	0,01
Positieve gevoelens	16,15	4,89	15	5,12	1,15	0,29
Interesse voor meer informatie	18,33	3,56	17,85	2,85	0,48	0,49
Voordelen voor de gezondheid	31,52	5,72	30,3	6,3	0,91	0,34
Echt biologisch	16,17	4	16,23	4,1	0,01	0,95
Koopprijs	0,25	0,29	0,14	0,16	4,11	0,05

Is er een verschil tussen Nederlanders en Duitsers betreffende de manipulatiecheck?

Bij sommige hypotheses werd er een significant verschil tussen de twee groepen gevonden als alleen diegenen in de berekening mee worden genomen, die de manipulatiecheck goed hadden ingevuld. Wanneer alle participanten in de analyse mee werden genomen, werd er bij geen van de hypotheses een verschil gevonden. Om te toetsen of Duitsers meer moeite hadden met het begrijpen van de manipulatiecheck werd er een chikwadraattoets uitgevoerd. Hieruit blijkt dat Duitsers de manipulatiecheck gemiddeld net zo goed of slecht hebben ingevuld als de Nederlanders $\chi^2 = 0,967, p = 0.549$.

Is er een verschil tussen mannen en vrouwen betreffende de boven genoemde hypotheses?

Aangezien vrouwen een andere attitude tegenover biologisch eten hebben en ook anders door social proof beïnvloedbaar zijn, werd met een chikwadraattoets getest of er verschillende resultaten voor vrouwen en mannen gevonden zijn. Dit blijkt niet het geval te zijn $\chi^2 = 3,240, p = 0,072$ als we met een alpha van 5 procent toetsen, maar wel als we met een alpha van 10 procent toetsen. Hier is op te merken dat maar 35 mannen en 116 vrouwen aan dit onderzoek deelgenomen hebben, waardoor een analyse per geslacht moeilijk uitvoerbaar is omdat er te weinig proefpersonen in de mannengroep zouden zitten.

Discussie en implicaties

Voor geen van de opgestelde hypothesen werd er een significant verschil gevonden tussen de twee manipulatiegroepen als de ANOVA-analyses met de gegevens van alle participanten uitgevoerd werd. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat de participanten de manipulatie (het aantal likes op de nep-facebooksite) niet gezien hebben. De facebooksite verschijnt op het beeldscherm van de participant met de aanwijzing dat de participant deze site goed door moet lezen. Het is mogelijk dat een deel van de participanten dat niet deed. Om ervoor te zorgen dat participanten wel beter naar de site kijken zou men in een vervolgonderzoek in kunnen stellen dat deze site minstens 2 minuten open blijft staan zonder dat de proefpersoon naar de volgende vraag kan gaan, zodat de participant beter naar de site kijkt omdat hij op dat moment toch niks anders kan doen. Het zou ook kunnen dat de participanten het aantal likes onder de commentaren niet relevant vonden en alleen naar de inhoud van de commentaren gekeken hebben.

Voor de hypothesen over negatieve gevoelens, de schadelijkheid van pesticiden en de prijs voor een biologisch product werd er wel een significant verschil gevonden als de ANOVA-analyse met alleen manipulatiecheck-participanten uitgevoerd werd. Hieruit blijkt dat de manipulatiecheck-participanten beter naar de facebooksite gekeken hebben en vaker door het aantal likes beïnvloed werden dan de participanten, die niet aan de manipulatiecheck niet voldaan hadden.

Aangezien social proof invloed heeft op het koopgedrag (Verroen, Gutteling, & De Vries, 2013), komt het gevonden effect bij de prijs overeen met de verwachtingen. Het is echter niet duidelijk waarom er wel bij negatieve gevoelens, maar niet bij positieve gevoelens significante verschillen gevonden werden. Daarbij werd er bij de schadelijkheid van pesticiden wel significante verschillen gevonden, maar niet bij de schadelijkheid van bacteriën.

Omdat consumenten de sensorische eigenschappen van eten als de meest belangrijke factor in hun keuze van eten beschouwen (Shephard, Magnusson & Sjöden, 2005), werd er zowel voor positieve als negatieve gevoelens een significant verschil tussen de twee groepen verwacht.

Andere koopdeterminanten zijn bijvoorbeeld toevoegingen in het eten, resten van

schadelijke stoffen , voedingswaarde en hoe het eten geproduceerd werd (Shephard, Magnusson & Sjödn, 2005). Dat in het onderzoek alleen voor het construct van de schadelijkheid van pesticiden en niet voor bacteriële verontreiniging een significant verschil gevonden werd, komt niet overeen met wat de literatuur doet vermoeden. Volgens Shephard, Magnusson en Sjödn (2005) is de gezondheid een van de belangrijkste motieven om biologisch eten te kopen. Juist hier werd een significant verschil verwacht maar niet in de resultaten van het onderzoek gevonden.

Het zou ook kunnen dat de proefpersonen door hadden dat dit geen echte facebooksite was. Om de facebooksite nog meer op een echte facebooksite te laten lijken, zou men toestemming van facebookgebruikers kunnen vragen om hun profielfoto en hun hele naam voor de posts te gebruiken. Dit is geloofwaardiger dan dat geen van de personen een profielfoto heeft.

Bovendien zou het kunnen dat het aantal likes te klein was en de resolutie van de site te laag was. Om het voor de participant geloofwaardiger te maken, kan men de nepsite een naam geven en van een datum voorzien.

Er is echter niet één respondent, die bij de vraag over zijn mening over deze posts aangeeft te denken dat de site verzonnen is. Een deel van de respondenten geeft aan dat de commentaren de lopende discussie over biologisch eten goed weergeven en verschillende meningen duidelijk maken. Daarnaast wordt gemeld dat beide kanten van de discussie goed weergegeven worden en participanten de commentaren goed begrijpen. Dat spreekt ervoor dat de respondenten dachten dat de commentaren echte commentaren zijn en zich niet ervan bewust waren dat de site verzonnen is.

Er zijn ook respondenten die aangeven dat ze niet van dit soort discussies via Facebook houden door bijvoorbeeld te vragen of mensen “niks beters te doen“ hebben. Dit wijst erop dat de respondent niet of weinig geïnteresseerd is in de discussie en mogelijkwijs daardoor niet met voldoende aandacht naar de site heeft gekeken.

In dit onderzoek is ervoor gekozen de facebookcommentaren op een gemiddelde facebookdiscussiesite te laten lijken. De commentaren zijn deels in spreektaal geformuleerd.

Hierdoor zouden de respondenten de site als minder betrouwbaar in kunnen schatten en zich minder door de site laten beïnvloeden. Zo geeft een deel van de studenten aan dat ze de commentaren te zwart-wit, niet objectief of niet overtuigend vinden en ze meer argumenten en een geloofwaardige bron voor de commentaren missen. Dit zou kunnen betekenen dat de respondenten zich minder door de manipulatie laten beïnvloeden omdat ze de commentaren als niet wetenschappelijk afdoen en dus de juistheid van de inhoud betwijfelen. Ook is het mogelijk dat ze daardoor aannemen dat de schrijvers van de commentaren minder intelligent zijn dan zij zelf en social proof minder sterk werkt als men denkt van de anderen te verschillen.

Elk construct, dat voor de hypothesen wordt gebruikt, wordt in meer of minder hoge mate in deze nep-commentaren besproken. Het weglaten van één aspect kan dus geen invloed hebben gehad op verschillen in de resultaten.

De steekproef is niet representatief voor de hele bevolking. Het draait om een specifieke steekproef met specifieke eigenschappen: over het algemeen zijn studenten jonger, hebben een lager inkomen, zijn hoger opgeleid en zijn intelligenter dan de doorsnee burger. Dit is interessant voor het experiment, omdat zowel opleiding als ook leeftijd van invloed zijn op zowel het kopen van biologisch eten als op het laten beïnvloeden door anderen.

Dit onderzoek heeft aangetoond dat social proof in een online-omgeving effect heeft op de perceptie van biologisch eten. Volgens Harten en Tafarodi (2013) is de attitude van anderen sterker in een face-to-face gesprek te beïnvloeden dan in een online-omgeving. Dat de perceptie van biologisch eten in dit onderzoek ook online beïnvloedbaar spreekt voor een sterk effect van social proof.

Betrouwbaarheid

Hoewel de betrouwbaarheid van elk construct hoog genoeg was om geen vragen weg te laten, was de betrouwbaarheid voor de constructen “schadelijkheid van pesticiden” en “bacteriële verontreiniging” heel hoog. Aangezien deze constructen elk uit zes vragen bestonden, zou dat kunnen betekenen dat de vragen te veel op elkaar lijken. Een vervolgonderzoek, waarin meer tijd beschikbaar is, zou de vragenlijst van tevoren kunnen

testen ,bij sommige constructen meer vragen opstellen en voor het afnemen van de echte vragenlijst de validiteit en betrouwbaarheid bepalen.

Koopgedrag

Geld remt het koopgedrag af (Shafie & Rennie, 2012), maar doordat participanten uit de positieve conditie gemiddeld meer willen betalen voor een biologische appel dan participanten uit de negatieve conditie, wijst dit op een sterk bewijs van invloed van social proof. Dit heeft implicaties voor het vaststellen van de prijs voor een biologisch product.

Verschil tussen man en vrouw

Met een alpha van 10 procent is er een verschil gevonden tussen mannen en vrouwen. Dit werd om verschillende redenen verwacht. Ten eerste hebben mannen andere attitudes tegenover eten. Ten tweede zou er een verschil tussen man en vrouw kunnen zijn, betreffende de mate waarin zij zich laten beïnvloeden door social proof. Helaas hebben 35 mannen deelgenomen aan dit onderzoek, waardoor er geen verdere analyse per geslacht mogelijk was. Dit zou een interessant aspect voor een vervolgonderzoek kunnen zijn.

Vervolgonderzoek

Voor een vervolgonderzoek raad ik aan dit experiment met vier groepen uit te voeren. Er zouden twee negatieve conditie groepen en twee positieve conditie groepen moeten zijn, waarbij beide groepen opgesplitst worden. De ene helft uit de negatieve conditie krijgt een hoog aantal likes onder de commentaren te zien, de andere een minder hoog aantal. Hetzelfde geldt voor de positieve conditie. Op deze manier is de sterkte van de manipulatie beïnvloedbaar.

Dankbetuiging

Mijn dank gaat uit naar mijn twee begeleiders Dr. Margôt Kuttschreuter en Femke Hilverda.

Referenties

Amblee,N., Bui,T. (2011). Harnessing the Influence of Social Proof in Online Shopping: The Effect of Electronic Word of Mouth on Sales of Digital Microproducts, *International Journal of Electronic Commerce / Winter 2011–12, Vol. 16, No. 2*, (pp. 91–113).

Baker,B. Benbrook,C., Groth, E., Benbrook,K. (2002). Pesticide residues in conventional, integrated pest management (IPM)-grown and organic foods: insights from three US data sets, *Food Additives and Contaminants*, 19 (2002), (pp. 427–446)

Bourn D, Prescott J, A, (2002). comparison of the nutritional value, sensory qualities, and food safety of organically and conventionally produced foods. *Crit Rev Food Sci Nutr*. 2002; 42 (pp.1-34)

Cialdini, R. B. (2001). Influence: Science and practice. *Boston: Allyn & Bacon*.

Fillion,L. Arazi,S. (2002). "Does organic food taste better? A claim substantiation approach", *Nutrition & Food Science, Vol. 32 Iss: 4*, (pp.153 – 157)

Forman, J., Silverstein,J. (2012). Organic foods: health and environmental advantages and disadvantages , *Pediatrics 2012; 130; e1406*

Fagerli RA, Wandel M. (1999) Gender differences in opinions and practices with regard to a “Healthy Diet” , *Appetite 1999;32(2)* (pp.171–190)

Grunert, S.C., Juhl, H.J. (1995). Values, environmental attitudes, and buying of organic foods , *Journal of economic psychology 16* (pp. 39-62)

Lipinski-Harten, M. Tafarodi, R.W. ,(2013).Attitude moderation: A comparison of online chat and face-to-face conversation, *Computers in Human Behavior* ,volume 29, Issue 6, November 2013, (pp 2490–2493)

Magnusson, M, Arvola A, Hursti U, Aberg L and Sjoden, P (2001) Attitudes towards organic foods among Swedish consumers. *British Food Journal*, 103(3)

McEachern, M.G., McClean, P. (2002), Organic purchasing motivations and attitudes: are they ethical? *International Journal of Consumer Studies Volume 26, Issue 2*, (pp 85-92)

Padel, S., Foster, C. (2005). Exploring the Gap between Attitudes and Behaviour: Understanding why Consumers buy or do not buy Organic Food, *British Food Journal, Vol. 107 Iss: 8*, (pp.606 - 625)

Roitner-Schobesberger, B., Darnhofer, I., Somsook, S., Vogl, C.R., (2007). Consumer perceptions of organic foods in Bangkok, Thailand *Food Policy* 33 (pp.112-121)

Schifferstein, H.N.J, Oude Ophuis, P.A.M. (1998). health related determinants of organic food consumption in the Netherlands, *food quality and preference vol.9 no.3* (pp.119-133)

Shafie, F.A., Rennie, D. (2012). Consumer Perceptions towards Organic Food, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 49 (pp.360 – 367)

Shephard, R., Magnusson, M., Sjöden, P., (2005). Determinants of consumer behavior related to organic foods, *a journal of the human environment*, 34(4) (pp. 352 – 359)

Thøgersen, J., (1997). Understanding behaviours with mixed motives. An application of a modified theory of reasoned action on consumer purchase of organic food products', *Paper presented at the The Association for Consumer Research, European Conference, 25–28 July, 1997, Stockholm.*

Thøgersen, J., (2009). Consumer Decision-Making with Regard to Organic Food Products, *Traditional food production and rural sustainable development: a European challenge* (pp. 173-192)

Tiilikainen, A., Huddleston, P., (2008). Effect of Environmental Soundness on Consumers' Food Evaluation, and Willingness to Buy, *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*

Torjusen, H., Lieblein, G., Wandel, M. & Francis, C. A. (2001). Food system orientation and quality perception among consumers and producers of organic food in Hedmark County, Norway. *Food Quality and Preference*, 12, (pp. 207-216)

Verroen, S., Gutteling, J.M., De Vries, P.W., (2013) enhancing self-protective behavior: efficacy beliefs and peer feedback in risk communication, *Risk analysis*, 33 (7). (pp.1252 - 1264)

Willer, H. Youssefi, M., (2004) The World of Organic Agriculture : Statistics and emerging trends , *International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM)*, Bonn.

Winter, C.K., Davis, S.F. (2006). Organic foods, *Journal of Food Science*, Volume 71

Yiridoe, E.K., Bonti-Ankomah, S., Martin, R.C., (2005), Comparison of consumers perceptions and preferences toward organic versus conventionally produced foods: A review and update of the literature, *Renewable Agriculture and Food System*, Vol.20, (pp.193-205)

Appendix

vragenlijst

Introductie

Hallo en hartelijk welkom bij mijn bacheloronderzoek over biologisch eten! Eten – dat doen we allemaal wel. Maar wat eten we nou eigenlijk?

Elke dag maken we een min of meer bewuste keuze over de maaltijden die wij consumeren en beslissen hierbij of wij biologische levensmiddelen halen of niet. Wat kies jij? Ons dagelijks eten heeft invloed op onze gezondheid, het milieu en de dieren en dat maakt het een belangrijk en spannend onderwerp. Met deze vragenlijst wil ik onderzoeken wat jouw mening over biologische producten is. Het invullen van de enquête duurt ongeveer 30 minuten.

Het debat over biologisch vs. niet-biologisch eten blijft actueel en wordt tegenwoordig ook online veel bediscussieerd. Door sociale media kunnen mensen over de hele wereld met elkaar communiceren en al lang wordt over dit onderwerp op twitter, facebook etc. gepost. Je krijgt zometeen een aantal algemene vragen, een facebookplaatje en een aantal stellingen waarbij je aan moet geven in hoeverre je het ermee eens bent

Vergeet alsjeblieft niet aan het einde je Sona-nummer invullen zodat ik je de proefpersonenpunten toe kan kennen.

Alvast bedankt voor het invullen van mijn vragenlijst!

Informed consent

Deelname aan dit onderzoek is vrijwillig. Alle informatie zal strikt vertrouwelijk behandeld worden. De data wordt anoniem verwerkt en alleen voor mijn onderzoek gebruikt.

Je kan op ieder moment het onderzoek stop zetten en de toestemming alsnog in trekken. Als je na het onderzoek nog vragen hebt kan je contact opnemen met D.Guddorp@student.utwente.nl

***1. Ik heb de informatie over het onderzoek gelezen en begrepen en ik stem toe in deelname aan dit onderzoek.**

Ja

Nee

Algemeene informatie

*2. Welk geslacht heb je?

- man
- vrouw

*3. Hoe oud ben je?

*4. Welke nationaliteit heb je?

- Nederlands
- Duits

anders, namelijk:

*5. Ben je student(e) ?

- ja
- nee

*6. Hoe veel weet je over biologisch eten?

- heel weinig
- weinig
- niet weinig en niet veel
- veel
- heel veel

*7. Hoe vaak eet je biologisch eten?

- nooit
- heel af en toe
- 1-3 keer per maand
- elke week 1-2 producten
- meer dan 2 producten per week

Facebookcommentaren

Je ziet hieronder een aantal facebookposts van zowel voorstanders als tegenstanders van biologisch eten en de reacties van anderen daarop. Deze berichten komen van de grootste Nederlandse facebookdiscussiegroep over biologisch eten. Lees de posts en de reacties alsjeblieft goed door.



Petra

Honderd jaar geleden hadden mensen nog geen pesticiden en waren veel gezonder! Bovendien bevat biologisch eten tot 40 percent meer voedingsstoffen (zoals ijzer). Daar wordt de keuze lekker makkelijk gemaakt, toch? ;)

30-08-2013 · · Like · Comment

18 people like this.



Marloes nou, honderd jaar geleden leefden mensen onder hele andere omstandigheden. Het is niet eens aangetoond dat ze gezonder waren, laat staan dat ze vanwege het eten gezonder waren.

31-08-2013 · Like · 334 people

Write a comment...



Jeroen

Uit onderzoek blijkt dat biologisch eten meer mineralen en minder pesticiden bevat en dus gezonder is

21-08-2013 · · Like · Comment

13 people like this.

Write a comment...



Mike

Mensen onderschatten vaak de risico's van biologische producten. De kans op salmonella of e coli bacteria bv is hoger als je biologisch eet.

21-08-2013 · · Like · Comment

310 people like this.

Write a comment...

Respondents: 50%



Petra

Honderd jaar geleden hadden mensen nog geen pesticiden en waren veel gezonder! Bovendien bevat biologisch eten tot 40 percent meer voedingsstoffen (zoals ijzer). Daar wordt de keuze lekker makkelijk gemaakt, toch? ;)

30-08-2013 · Like · Comment

👍 322 people like this.



Marloes nou, honderd jaar geleden leefden mensen onder hele andere omstandigheden. Het is niet eens aangetoond dat ze gezonder waren, laat staan dat ze vanwege het eten gezonder waren.

31-08-2013 · Like · 👍 11 people

Write a comment...



Jeroen

Uit onderzoek blijkt dat biologisch eten meer mineralen en minder pesticiden bevat en dus gezonder is

21-08-2013 · Like · Comment

👍 327 people like this.

Write a comment...



Mike

Mensen onderschatten vaak de risico's van biologische producten. De kans op salmonella of e coli bacteria bv is hoger als je biologisch eet.

21-08-2013 · Like · Comment

👍 18 people like this.

Write a comment...

Respondents: 50%

***8. Wat vind jij van deze posts?**

***9. Is er over het algemeen meer STEUN voor positieve POSTS of voor negatieve POSTS over biologisch eten?**

- Meer steun voor positieve posts
- Meer steun voor negatieve posts
- Evenveel steun voor positieve als voor negatieve posts

Wat vind jij van biologisch eten?

*10. Geef hieronder aan in welke mate je het eens bent met de volgende stellingen

	helemaal mee oneens	mee oneens	geen mening	mee eens	helemaal mee eens
Biologisch eten bevat meer vitamines dan niet-biologisch eten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik geloof dat biologisch eten risicoloos is	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biologisch eten helpt tegen overgewicht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een biologische appel is gezonder dan een niet-biologische appel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vertrouw erop dat een product biologisch is als er een bio sticker op zit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biologisch eten is rijker aan voedingsstoffen dan niet-biologisch eten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik reken erop dat het dier een goed leven heeft gehad als er een bio sticker op het product zit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biologisch eten helpt me om te relaxen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vertrouw erop dat biologisch eten gezond voor me is	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biologisch eten is goed voor de weerstand	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb er vertrouwen in dat biologisch eten veilig is	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biologisch eten heeft een positieve invloed op het welzijn van een mens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb er vertrouwen in dat biologisch eten zo min mogelijk bewerkt is	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biologisch eten is beter voor de huid dan niet-biologisch eten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik ga ervan uit dat biologisch eten streng op pesticiden gecontroleerd wordt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biologisch eten helpt me om met stress om te gaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik kan erop vertrouwen dat biologisch eten geen kunstmatige toevoegingen bevat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

*11. Als ik denk aan het eten van biologische producten voel ik me...

	helemaal niet	nauwelijks	enigszins	nogal	heel erg
vrolijk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
bezorgd	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
positief	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
bang	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tevreden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
hulpeloos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
beter gehumeurd	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pessimistisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

interesse voor meer informatie

*** 12. Geef hieronder aan in welke mate je het eens bent met de volgende stellingen over biologische producten**

	helemaal mee oneens	mee oneens	geen mening	mee eens	helemaal mee eens
Ik zou meer willen weten over hoe ik een biologisch product herken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik zou meer willen weten over de voor- en nadelen van biologisch eten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik zou meer willen weten over welke wetten er voor biologisch eten gelden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik zou meer willen weten over de grootste verschillen tussen biologisch en niet-biologisch eten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik zou zelf informatie zoeken (bv via Internet, bibliotheek) over biologisch eten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

*** 13. Ik heb minstens een keer voorlichting (denk bv aan colleges of een cursus) over biologisch eten gehad**

- ja
 nee

*** 14. Ik zou voorlichting (denk bv aan colleges of een cursus) over biologisch eten willen**

- ja
 nee

risico's van pesticiden vs risico's van bacterien

Bij het verbouwen van voedingsmiddelen bijvoorbeeld groenten en fruit kan er gebruik worden gemaakt van chemische bestrijdingsmiddelen zoals pesticiden om het risico van bacteriën, schimmels en ongedierte tegen te gaan. Bij biologische voeding wordt er geen gebruik gemaakt van pesticiden.

* 15. De volgende stellingen gaan over de gevolgen van het gebruik van pesticiden.

Geef hieronder aan in welke mate je het eens bent met de volgende stellingen

	helemaal mee oneens	mee oneens	geen mening	mee eens	helemaal mee eens
pesticiden zijn schadelijk voor de mens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pesticiden hebben langdurige gevolgen voor de mens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pesticiden hebben ernstige gevolgen voor de mens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pesticiden zijn schadelijk voor de dieren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pesticiden hebben langdurige gevolgen voor de dieren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pesticiden hebben ernstige gevolgen voor de dieren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pesticiden zijn schadelijk voor het milieu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pesticiden hebben langdurige gevolgen voor het milieu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pesticiden hebben ernstige gevolgen voor het milieu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* 16. De volgende stellingen gaan over bacteriele verontreiniging. Geef hieronder aan in welke mate je het eens bent met de volgende stellingen

	helemaal mee oneens	mee oneens	geen mening	mee eens	helemaal mee eens
Bacteriele verontreiniging is schadelijk voor de mens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bacteriele verontreiniging heeft langdurige gevolgen voor de mens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bacteriele verontreiniging heeft ernstige gevolgen voor de mens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bacteriele verontreiniging is schadelijk voor de dieren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bacteriele verontreiniging heeft langdurige gevolgen voor de dieren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bacteriele verontreiniging heeft ernstige gevolgen voor de dieren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bacteriele verontreiniging is schadelijk voor het milieu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bacteriele verontreiniging heeft langdurige gevolgen voor het milieu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bacteriele verontreiniging heeft ernstige gevolgen voor het milieu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

*** 17. Hoe veel geld zou je bereid zijn voor een biologische appel te betalen? Typ alsjeblieft de prijs in euro in die je bereid zou zijn ervoor te betalen**

*** 18. Hoe veel geld zou je bereid zijn voor een niet-biologische appel te betalen? Typ alsjeblieft de prijs in euro in die je bereid zou zijn ervoor te betalen**

sociale media

***19. Heb je een facebookaccount**

- ja
 nee

***20. Hoe veel uren in de week zit je op facebook?**

***21. Zit je nog op andere sociale netwerken?**

- ja
 nee

***22. Hoe veel uren in de week zit je op andere sociale netwerken? (denk bv aan twitter,tumblr,myspace enz. Laat facebook hier dus wel buiten beschouwing)**

***23. Heb je voor dit onderzoek met iemand anders een keer over biologische producten gediscussieerd op sociale media of face-to-face?**

- ja
 nee

Einde vragenlijst

Hartelijk bedankt voor het invullen van mijn vragenlijst!

Je ontvangt binnen drie weken een mail met de debriefing over dit onderzoek van mij. Als je vragen hebt of contact met mij op wil nemen, kan dat via de mail : D.Guddorp@student.utwente.nl

Vul hieronder svp Jou Sona-nummer in, zodat ik je jouw halve credit toe kan kennen:

24. Sona-nummer:

25. Heb je nog opmerkingen over dit onderzoek / deze vragenlijst? Plaats deze dan hier:

26. Vul alsjeblieft hier je emailadres in. Ik zal het adres alleen gebruiken om je een debriefing over deze studie te sturen. Dit kan tot 3 weken duren. Jouw gegevens worden na het afronden van deze opdracht verwijderd.



Petra

Honderd jaar geleden hadden mensen nog geen pesticiden en waren veel gezonder! Bovendien bevat biologisch eten tot 40 procent meer voedingsstoffen (zoals ijzer). Daar wordt de keuze lekker makkelijk gemaakt, toch? ;)

30-08-2013 · · Like · Comment

18 people like this.



Marloes nou, honderd jaar geleden leefden mensen onder hele andere omstandigheden. Het is niet eens aangetoond dat ze gezonder waren, laat staan dat ze vanwege het eten gezonder waren.

31-08-2013 · Like 334 people

Write a comment...



Jeroen

Ut onderzoek blijkt dat biologisch eten meer mineralen en minder pesticiden bevat en dus gezonder is

21-08-2013 · · Like · Comment

13 people like this.

Write a comment...



Mike

Mensen onderschatten vaak de risico's van biologische producten. De kans op salmonella of e.coli bacteria bv is hoger als je biologisch eet.

21-08-2013 · · Like · Comment

310 people like this.

Write a comment...



Nicole

Ik denk dat biologisch eten niet zo gezond is als iedereen denkt. Het heeft ook wel nadelen en gevaren.

26-08-2013 · · Like · Comment

314 people like this.

Write a comment...



Marieke

Vaak is biologisch eten toch wel met pesticiden besmet. Voral melk en koriander. Ik koop echt geen biologische producten meer..

26-08-2013 · · Like · Comment

325 people like this.

Write a comment...



Angelique

Ik ben gek op biologisch eten. Niet alleen dat ik me beter voel, ik zie er ook beter uit. Mijn nagels breken niet meer af, mijn huid is gladder en mijn haar glanzender.

26-08-2013 · · Like · Comment

14 people like this.

Write a comment...



Anne

Biologisch eten is het geld absoluut wel waard. Ik eet al een jaar lang voornamelijk biologisch eten en voel me sindsdien gewoon veel beter

16-08-2013 · · Like · Comment

11 people like this.

Susan helemaal mee eens. ik heb nu zooo veel meer energie!

17-08-2013 · Like 2 people

Write a comment...



Petra

Honderd jaar geleden hadden mensen nog geen pesticiden - en waren veel gezonder. Bovendien bevat biologisch eten tot 40 percent meer voedingsstoffen (zoals ijzer). Daar wordt de keuze lekker makkelijk gemaakt, toch? ;)

30-07-2013 · Like · Comment

👍 322 people like this.



Marloes

nou, honderd jaar geleden leefden mensen onder hele andere omstandigheden. Het is niet eens aangetoond dat mensen vroeger gezonder waren, laat staan dat ze vanwege het eten gezonder waren.

31-07-2013 · Like · 11 people

Write a comment...



Jeroen

Uit onderzoek blijkt dat biologisch eten meer mineralen en minder pesticiden bevat und dus gezonder is

21-07-2013 · Like · Comment

👍 327 people like this.

Write a comment...



Mike

Mensen onderschatten vaak de risico 's van biologische producten. Er wordt mest van biologische dieren gebruikt- en die kunnen ook wel ziektes hebben. De kans op salmonella of e.coli bacteria is bv hoger als je biologisch eet.

19 07 2013 · Like · Comment

👍 13 people like this.

Write a comment...



Nicole

Ik denk dat biologisch eten niet zo gezond is als iedereen denkt. Het heeft ook wel nadelen en gevaren.

26-07-2013 · Like · Comment

👍 16 people like this.

Write a comment...



Marieke

Vaak is biologisch eten toch wel met pesticiden besmet. Vooral melk en koriander. Ik koop echt geen biologische producten meer...

26-07-2013 · Like · Comment

👍 13 people like this.

Write a comment...



Angelique

ik ben gek op biologisch eten. ik voel me beter en ik zie er ook nog beter uit. Mijn nagels breken niet meer af, mijn huid is gladder en mijn haar glanzender. Voor mij het beste beautysecret ;)

20-07-2013 · Like · Comment

👍 301 people like this.

Write a comment...



Anne

biologisch voedsel is het geld absoluut wel waard. Ik eet al een jaar lang voornamelijk biologisch eten en voel me sindsdien gewoon veel beter!

16.07.2013 · Like · Comment

👍 302 people like this.



Susan

elemaal mee eens.heb nu zooo veel meer energie!!!

17.07.2013 · Like · 25 people

Write a comment...