

# Stel eens een vraag!

TEKST LIESBETH GERRITSEN EN WALDO SWIJENBURG MARE

Stel iemand een vraag en je krijgt doorgaans antwoord. Maar hoe betekenisvol is dat antwoord? Als we moeten afgaan op de populaire boeken van Ap Dijksterhuis of Victor Lamme: niet of nauwelijks. MARE Research wil met een expert- en literatuuronderzoek een tegengeluid laten horen.

Dijksterhuis en Lamme stellen dat mensen weinig tot geen inzicht in het bewuste hebben en dat het vruchtbaarder is hun brein te meten dan een vraag te stellen. Het bewuste zou sowieso weinig invloed hebben. Dat het onbewuste almachtig is en de fMRI-scanner hét instrument om daar inzicht in te krijgen is echter onjuist, blijkt uit ons onderzoek.

MARE Research interviewde 15 experts uit het (semi-)wetenschappelijke - en onderzoeksveld en deed een uitgebreide literatuurstudie om te achterhalen wat de heersende opvattingen zijn over het verkrijgen van inzicht in gedrag en motieven van consumenten. De studie toont aan dat het bewustzijn wel degelijk een belangrijke rol speelt. Vooral als een consument nieuwe informatie of keuzes krijgt voorgeschoteld (zoals bij een nieuwe propositie of campagne) wordt de informatie bewust overwogen. Het onbewuste heeft ook invloed, maar het bewuste bepaalt het gedrag. Om Dick Swaab te citeren: 'Automatisch autorijden gaat prima, totdat je in een onverwachte situatie terechtkomt die je aandacht vraagt. Dan neemt het langzame, bewuste handelen het over..' (Uit: Wij zijn ons brein, 2010).

Zelfrapportage, vooral in de vorm van kwalitatief onderzoek, is dus de beste manier om inzicht te krijgen in overwegingen en gedrag. Via kwalitatief onderzoek wordt de relevante beslisser, het bewuste, kritisch geraadpleegd en worden ook andere bronnen in de analyse meegenomen, zoals kennis van de doelgroep en de markt.

Dat een hersenscan het interview gaat verdringen is twijfelachtig. Diverse wetenschappers wijzen de pretenties van neuromarketing af. De analyses zijn verre van wetenschappelijk en voor velerlei uitleg vatbaar. Er worden geen echte voorspellingen gedaan maar vooral bevestigingen uit de resultaten gevist. Helaas weten nog weinig beslissers in het bedrijfsleven van deze breed gedragen academische kritiek op het gebruik van fMRI voor marktonderzoek. <<

Bij MARE verscheen *De zin en onzin van het (on)bewuste*. Zie [www.mare-research.nl](http://www.mare-research.nl); MARE is ook aanwezig op het MIE. Kijk voor een recensie van het boek op pagina 46.

NEUROMARKETING

Bij zijn aantreden in 2010 uitte de MOA Ombudsman al zorgen over onderzoek in sociale media, en over DM-acties die voor enquêtes moesten doorgaan. Onzuiverheden op plekken waar je ze kunt verwachten. Maar recentelijk moest de Ombudsman drie grote oppositiepartijen in Den Haag kritisch onder de loep leggen. De bevindingen waren schokkend: de SP, D66 en GroenLinks maakten zich alle schuldig aan misleidende onderzoeksrapportage. Zij verklaarden op zelfselectie gebaseerde onderzoeksresultaten als landelijke representatief, aldus MOA Ombudsman Lex Olivier.

## MOA Ombudsman pakt politiek aan

**De boosdoeners:**

### SP

#### Enquête huisartsenzorg

**De aanklacht:** Zelfselectie. Het onderzoek was voor iedereen vrij toegankelijk, ook voor niet-huisartsen. Respondenten konden zelfs meerdere malen deelnemen. Het onderzoek werd bovendien nadrukkelijk uitgevoerd onder de SP-vlag.

**De reactie:** De SP stelt dat er sprake is van 'politiek onderzoek' en vraagt zich af waar de MOA zich mee bemoeit. Voor een nieuw topic (huisartsenspensioen) kiest de partij voor een identieke opzet: een korte poll met de mogelijkheid om meerdere keren mee te doen.

### GroenLinks

#### Enquête kinderopvang

**De aanklacht:** Bezoekers van de GroenLinks-website kunnen deelnemen aan een onderzoek over kinderopvang. Ook hier is sprake van zelfselectie dus kan er niet van representatief onderzoek worden besproken. Wel wordt het rapport aan minister Kamp overhandigd met het verzoek hierop te reageren in het Kamerdebat.

**De reactie:** GroenLinks neemt niet de moeite om te reageren.

### D66

#### Ondernemersonderzoek

**De aanklacht:** Zelfselectie, en wederom was het onderzoek voor iedereen vrij toegankelijk, ook voor niet-ondernemers. Doordat D66 de nadrukkelijke afzender is, kan een overmaat aan D66-georiënteerde ondernemers hebben deelgenomen. **De reactie:** D66 stelt dat het hier niet gaat om representatief onderzoek (ondernemers). Het was 'om de gedachten te ordenen'. Waarom dan de publiciteit zoeken, vraagt de MOA zich af.

De drie hier genoemde partijen probeerden het publieke debat te beïnvloeden met een onzuivere weergave van de werkelijkheid. Dit heeft uiteraard negatieve gevolgen voor de maatschappelijke besluitvorming. Toch trokken zij geen van allen het boetekleed aan toen zij hierop werden aangesproken. Desondanks hoopt de MOA Ombudsman dat de partijen in de toekomst zorgvuldiger te werk gaan.

De uitspraak en motivering van de MOA Ombudsman kan worden nagelezen op [www.moaweb.nl/kwaliteitsnormen/compliance/moa-ombudsman/behandelde-klachten](http://www.moaweb.nl/kwaliteitsnormen/compliance/moa-ombudsman/behandelde-klachten). <<