

De Psychologie van een Duurzame Garderobe



PSYCHOLOGIE
MAGAZINE

&

 **milieu
centraal**



Marloes Zevenhuizen

Als redactiemanager online ben ik met mijn team verantwoordelijk voor alle online uitingen van Psychologie Magazine, waaronder de Psychologie Academy (online trainingen & masterclasses). Ik studeerde psychologie en journalistiek. Bij Psychologie Magazine komen deze twee perfect samen.

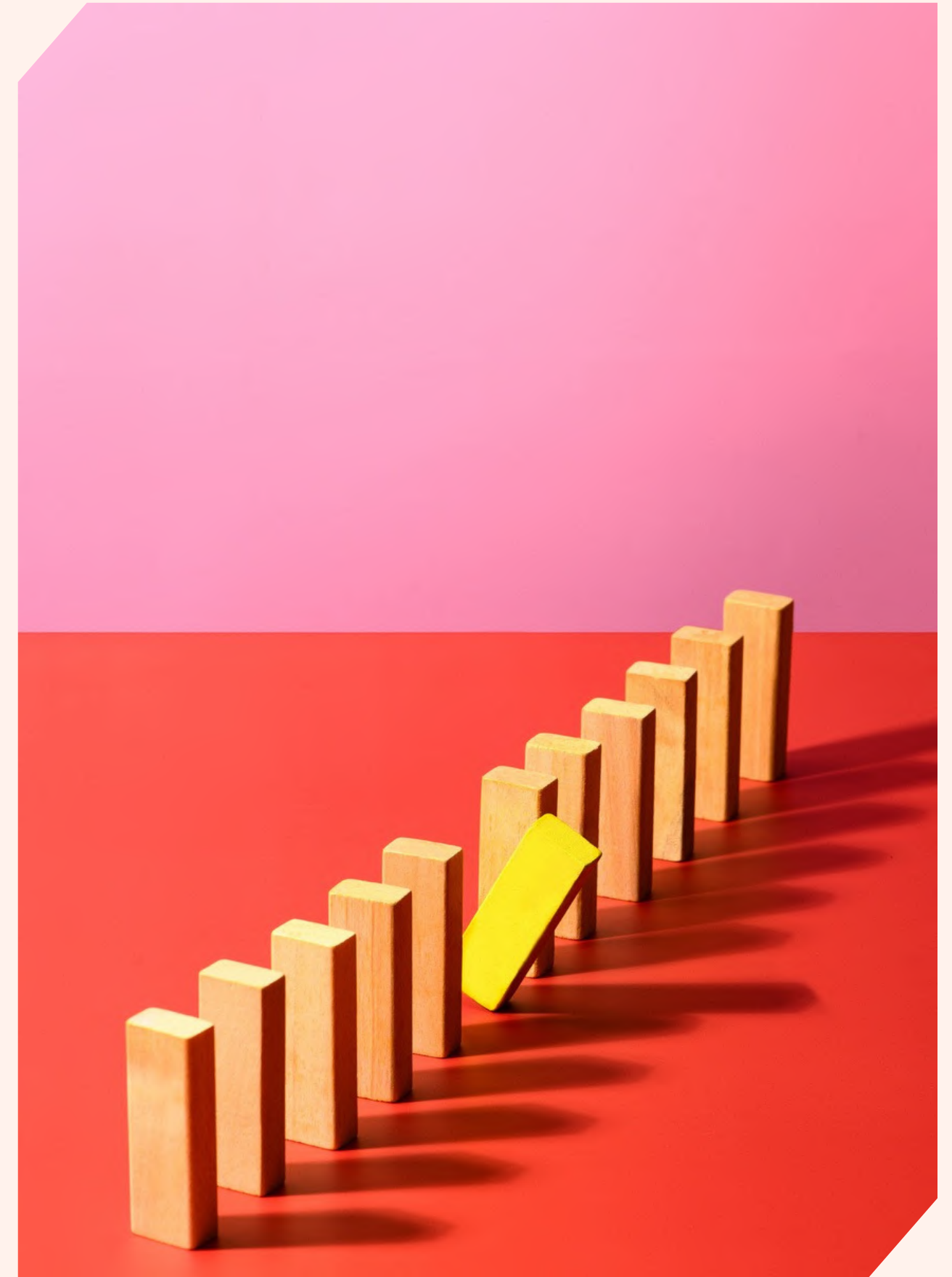
Silke Rupert

Als content manager bij Roularta Media Nederland maak ik deel uit van Roularta Brand Studio, het gespecialiseerde team dat zich richt op branded content. Ik ben betrokken bij het gehele proces, van het ontwikkelen van concepten tot de multimedia-publicatie van commerciële campagnes.

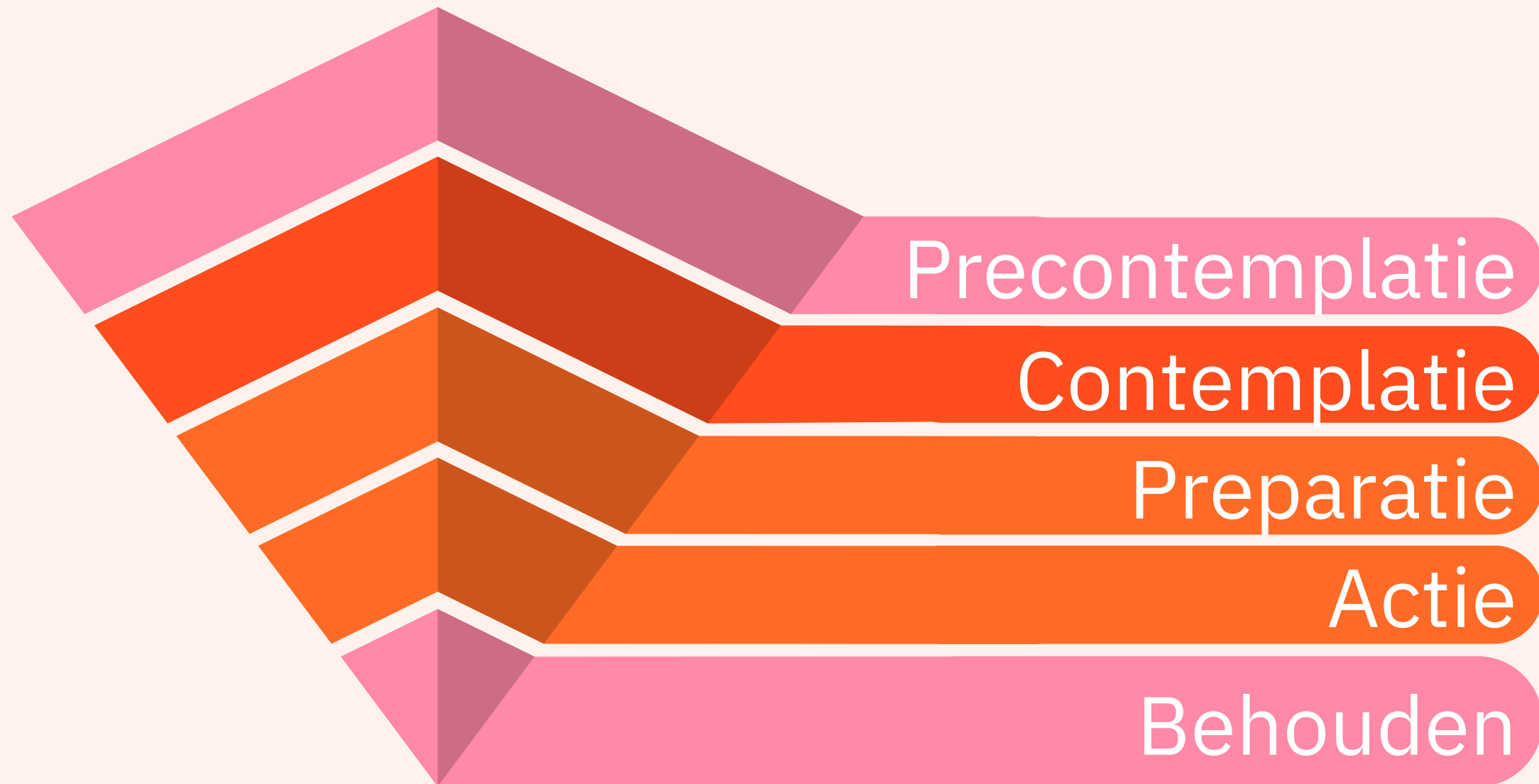


Branded content

als katalysator voor
gedragsverandering



Transtheoretisch Model



Prochaska, J.O., & DiClemente, C.C. (1984). The transtheoretical model of health behavior change. *Journal of Health Psychology*, 9(2), 123-145.

STDC Model



Kaushik, A. (jaar onbekend). See-Think-Do-Care framework. Google.

Gedrags- veranderingsfases

Door deze modellen te integreren, krijg je een beter inzicht in het proces van gedragsverandering en kun je de verschillende fasen verbinden aan wat je communiceert. Zo bouw je een effectieve contentstrategie met gerichte content voor elke fase.

koppelen aan
customer journey



Precontemplatie

- Doelgroep is nog onbewust van het probleem
- Bewustwording aanwakkeren, & besef creëren door te raken
- Blijf weg van een té commerciële boodschap
- Trek aandacht met testimonials en video's

See



Contemplatie

- Doelgroep denkt na over mogelijke verandering
- Bied content aan die helpt bij de overweging
- Benadruk voordelen en verken oplossingen
- Niet alleen informeren maar ook inspireren en emotioneren
- Denk aan diepgaande advertorials of een branded podcast over het onderwerp

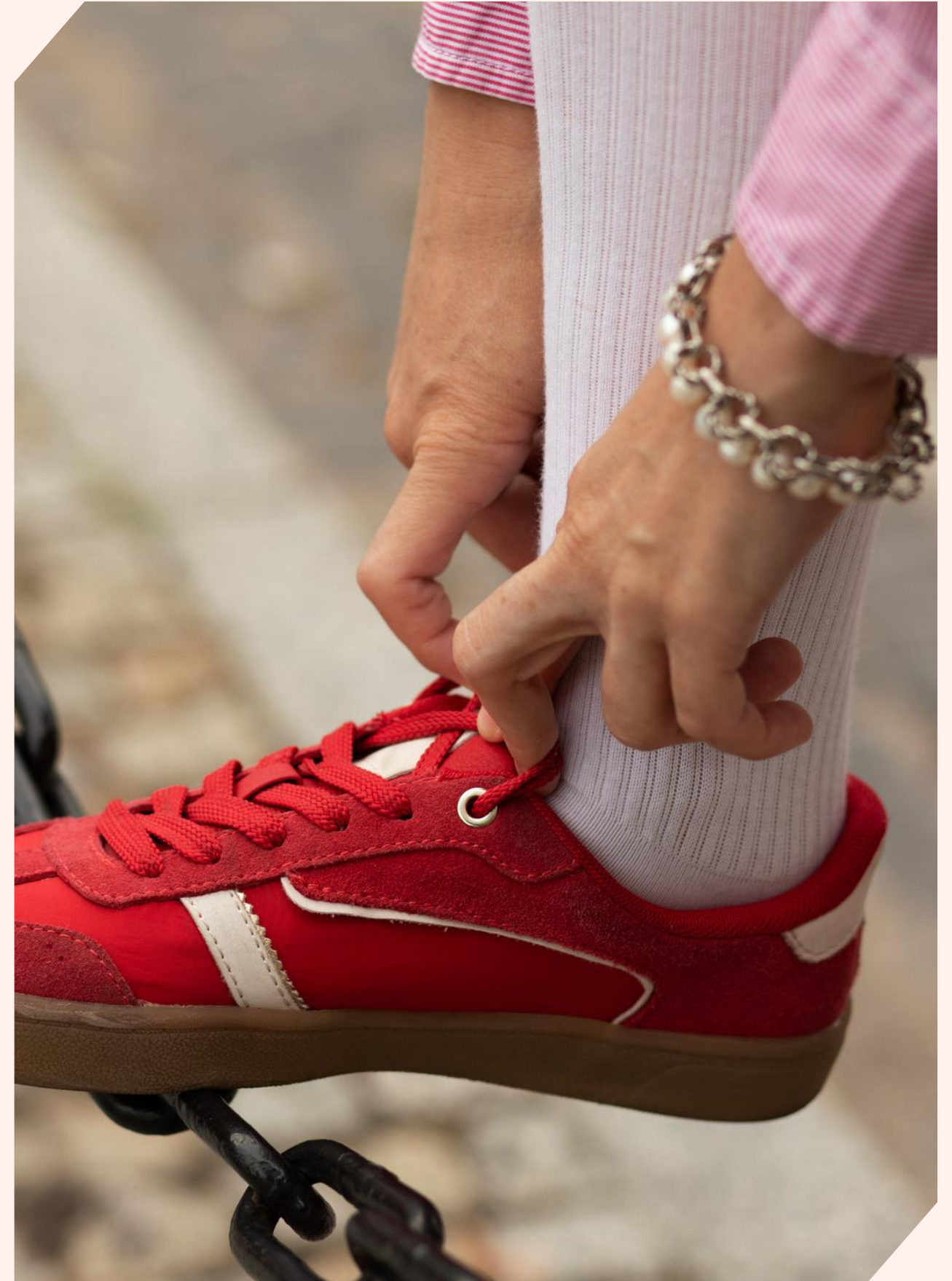
Think



Preparatie / Actie

- Doelgroep maakt plannen voor echte verandering
- Informeren, motiveren en praktische handvatten bieden
- Denk aan workshops, tutorials en checklists

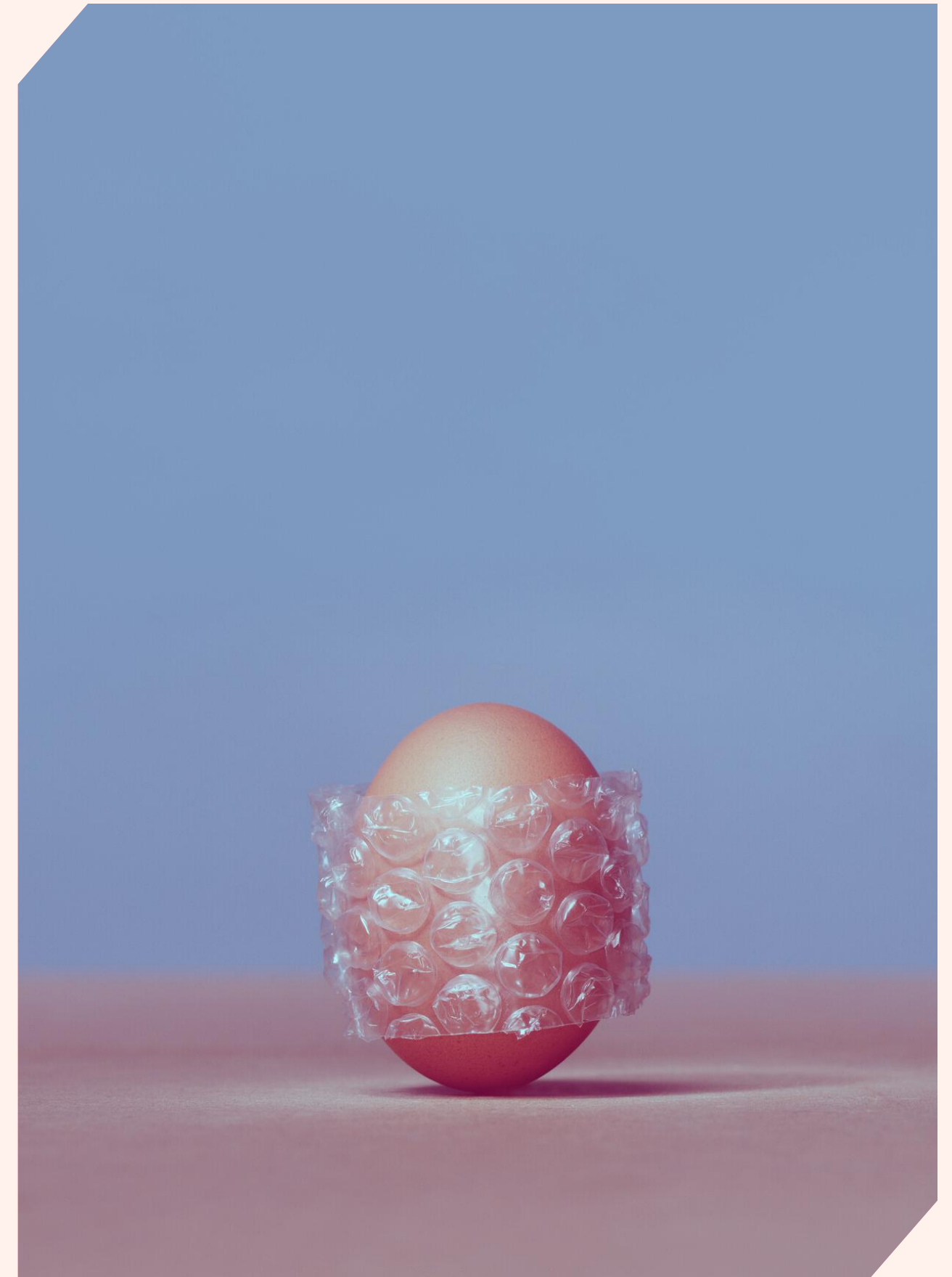
Do



Behouden

- Focus ligt op volhouden van het nieuwe gedrag
- Ondersteun, herinner aan doelen en vier successen
- Geef tips, beloningen en positieve feedback
- Zet in op user generated content voor een community gevoel: ervaringen delen & elkaar motiveren

Care



Voordelen van

- Authentiek en geloofwaardig door redactionele aard
- Storytelling zorgt voor emotionele betrokkenheid
- Credibility by association: profiteer van geloofwaardigheid, autoriteit en bereik
- Meer aandacht en grotere impact

Branded Content



Maar voor we
aan de case beginnen

bewustwording



Hoeveel kledingstukken hebben
mensen in de kast hangen?
(exclusief ondergoed)

100 stuks // 130 stuks // 170 stuks



Hoeveel liter water kost de
productie van 1 spijkerbroek?

80 liter // 800 liter // 8000 liter



Stel, je besluit dit jaar 3 kledingstukken minder te kopen. Hoe lang kun je dan je mobiel opladen met de energie die je bespaart?

1 jaar // 5 jaar // 10 jaar lang elke dag



Probleem

Bijna tweederde van de Nederlanders vanaf 18 jaar weet dat het beter is voor het milieu om minder kleding te kopen. Echter, slechts één op de drie mensen geeft aan al bewust minder kleding te kopen. Vrouwen blijken de meeste kleding te kopen.

Daarom wil Milieu Centraal een campagne opzetten om vrouwen, die zich bewust zijn van de impact, ook daadwerkelijk minder kleding te laten kopen.



& doelstelling



Oorsprong samenwerking

- Psychologie Academy:
ingrijpen op gedragsniveau
- Doelgroep: van
contemplatie naar actiefase

***mijn
Stijl iD***

Je belangrijkste
must-have
is een
eigen stijl

Laat zien wie je bent!

- Activatie van waarden, leidt tot gedragsverandering
- Concrete handvatten: vind de stijl die bij jou past, minder miskopen
- Niet belerend maar positief
- Ism experts: gedragsverandering (koopimpulsen weerstaan), stylist (shoppen in eigen kast), modepsycholoog, kleurenexpert, influencers
- Veel verschillende elementen: video, podcast, downloads, quiz

**mijn
Stijl iD**



milieu
centraal

PSYCHOLOGIE
ACADEMY

**mijn
Stijl iD**

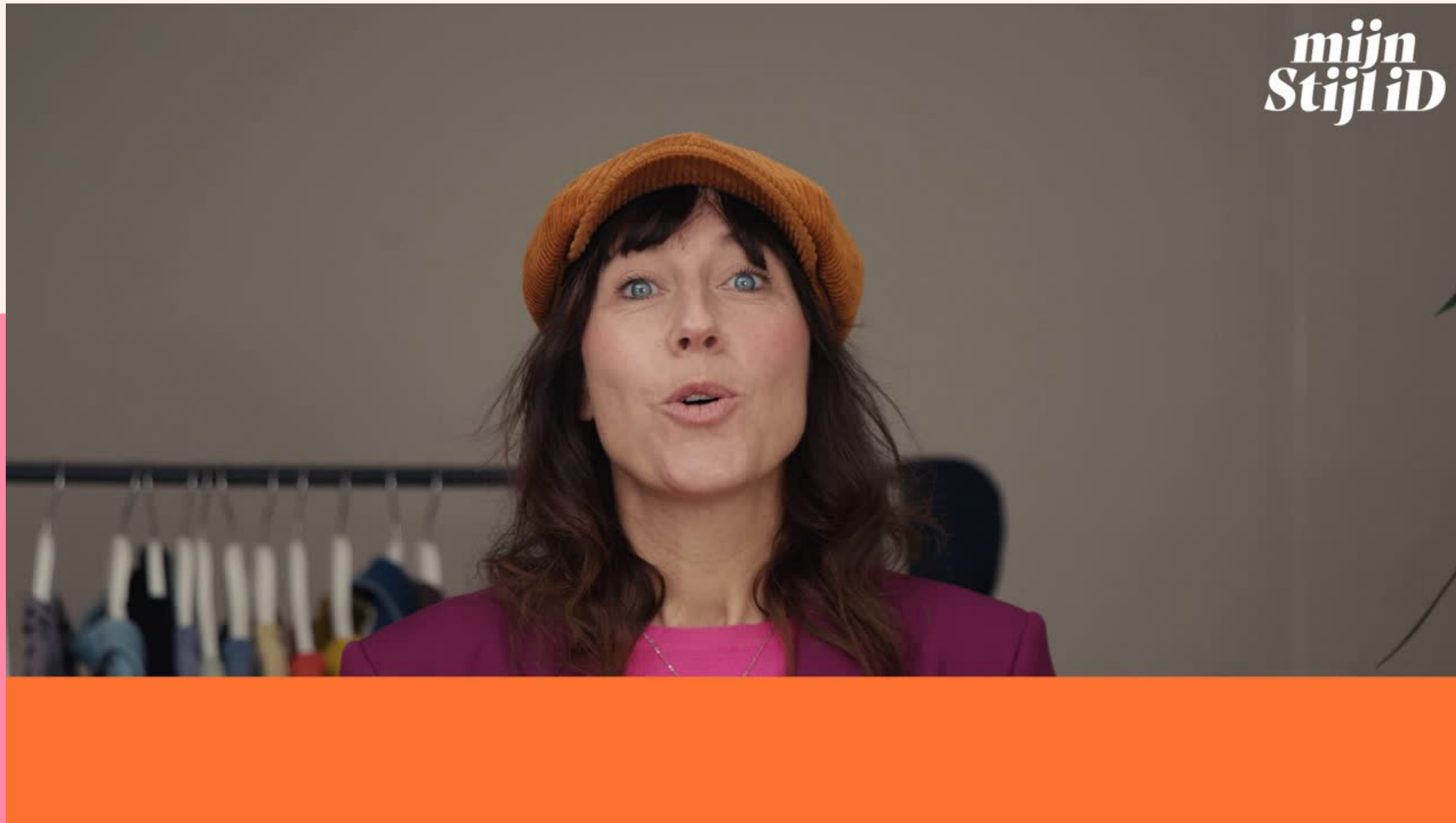
Laat zien wie je bent

Doe de gratis training

Kijkje achter de schermen



Kijkje achter de schermen



Mijn stijl iD board

Deel de combi die je maakte aan de hand van Mirjams tips

Pinned

Zo plaats je een foto

Klik op het **+icoontje** rechtsonder en tik eventueel een onderwerp en tekst in.

Voeg je foto toe door op een van de icoontjes te klikken.

Je kunt bijvoorbeeld een foto van dit apparaat uploaden of een foto maken.

Vervolgens klik je op **'Publiceren'**.

Je anonieme bijdrage is dan zichtbaar voor anderen.

0

1

Anonymous
Mar 4, 2025

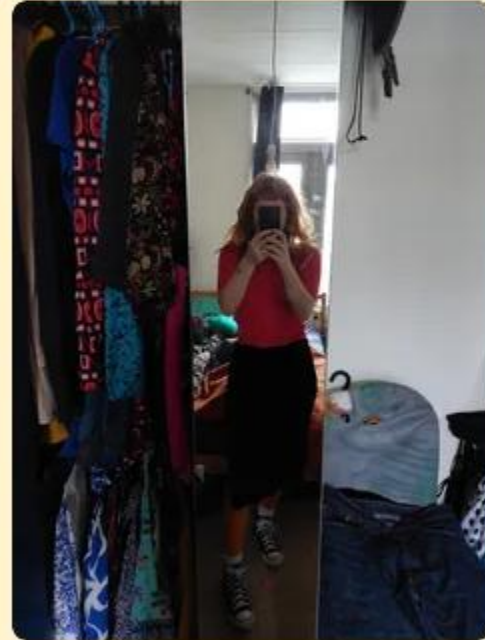


Een van mijn favoriete outfit.



3

0



4

0



2

0



2

0



1

0



1

0



0

0



6

0



2

0



1

0



4

1

Anonymous
Apr 7, 2024
heel leuk die printjes bij elkaar!



5

0



Checklist

TWEEDE LEVEN VOOR JE KLEDING

Neem je eigenlijk liever geen afscheid van het kledingstuk? Denk dan aan:

- **Is het kapot?** Repareer het kledingstuk zelf of laat het repareren. Een kleermaker kan vaak meer dan je voor mogelijk houdt.
- **Is het niet meer waterdicht of vuilafstotend?** Laat de eigenschappen van de stof herstellen, zodat het weer als nieuw functioneert. Of koop een product waarmee je dit zelf (in de wasmachine) kunt doen.
- **Past het niet (meer)?** Of is de pasvorm niet naar je wens? Vermaak het stuk zelf of ga naar een kleermaker (zoek online op kledingreparatie + je woonplaats).

Wil je het kledingstuk echt niet houden? Dan zijn je opties:

- **Geef het door.** Maak er een vriend of familielid blij mee. Of verkoop het via een tweedehandswinkel of website. Er zijn ook steeds meer leuke kledingruil-initiatieven. (Tips daarvoor krijg je aan het einde van deze Stap.)
- **Geef je kledingstuk een ander doel.** Maak bijvoorbeeld van een oude spijkerbroek een tas, of van een trouwjurk bekleding voor een wiegje.

Is geen van de vorige opties mogelijk? Kies dan voor...

- **De kledingbak.** Schone kleding kun je voor hergebruik en recycling inleveren in een gesloten zak in de textielcontainer. Er staat er altijd één in jouw buurt.
- **De vuilnisbak.** Alleen kleding met niet-uitwasbare vlekken, bijvoorbeeld van verf, olie of smeer, hoort bij het restafval.



Aanvullend op de training

Wat doe ik aan vandaag?

Onze outfit is meer dan alleen maar mooi of praktisch: het beïnvloedt allerlei psychologische processen. Enclothed cognition heet dat fenomeen in de wetenschap en je kunt het vrij makkelijk in je voordeel inzetten.

tekst: Judith van Ankeren // foto's: Andrey Lisakov, Anna Shvets

PSYCHE

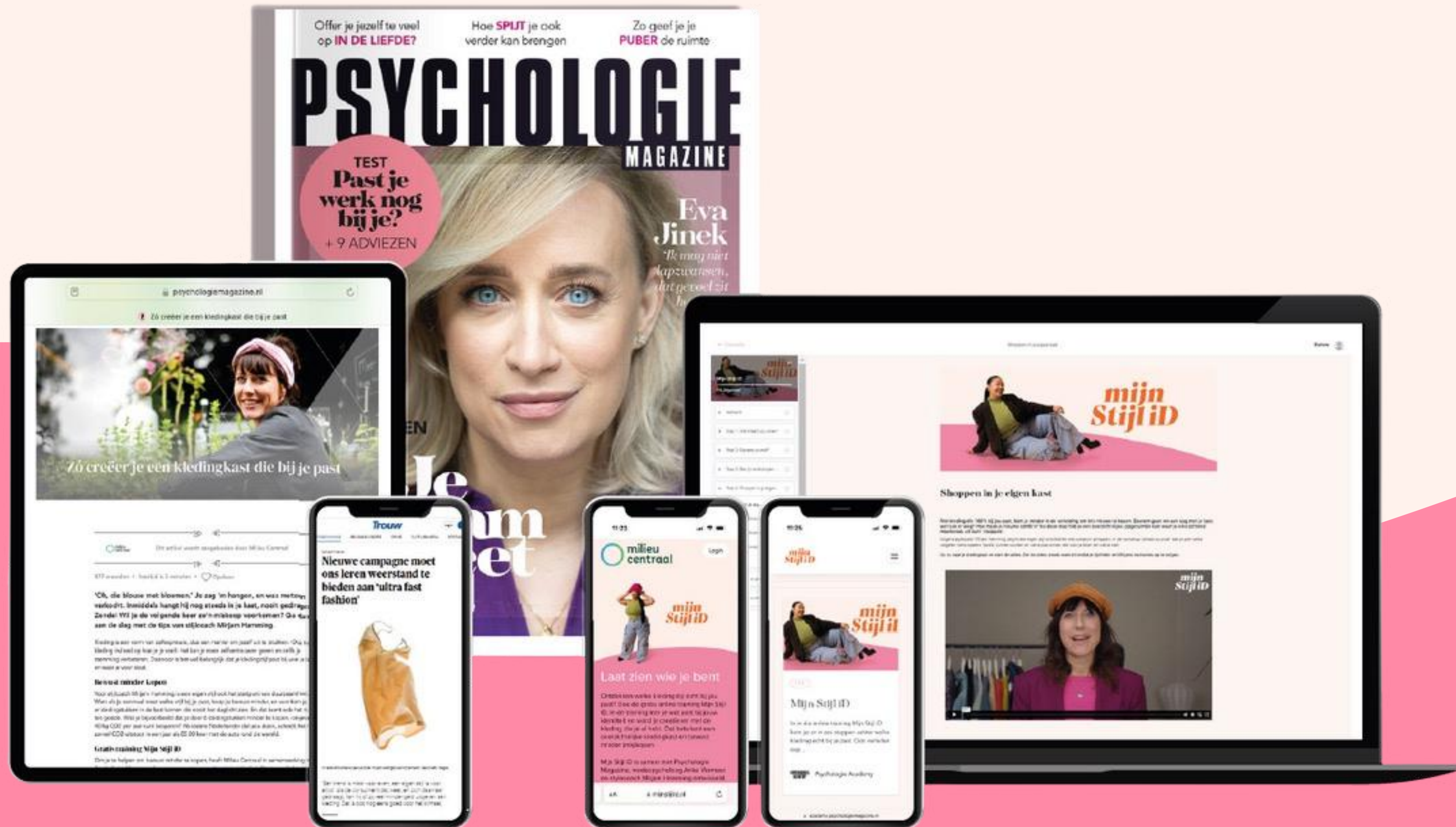
Dit ben ik

Felle kleuren, een shirt van een band, merkkleding: kleding draagt vaak ook uit wie we (willen) zijn. Uit onderzoek van Motivation blijkt dat hoe meer mensen kleding gebruiken om hun identiteit te versterken, hoe groter hun garderobe is en hoe meer aankopen ze doen. En dat terwijl vier op de tien mensen juist aangeven minder kleding te willen kopen – uit financiële én duurzame overwegingen. De intentie is er dus, maar is lastig in praktijk te brengen. Daarbij geeft elke aanschaf een dopamineshot in het brein. Wil je je daartegen wapenen, dan kan het bijvoorbeeld helpen om je identiteit te versterken met de kleding die je al hebt. Uit onderzoek van de Hogeschool van Amsterdam blijkt namelijk dat we gemiddeld maar liefst 173 kledingstukken in de kast hebben hangen, waarvan 50 ongebruikt. Weet je eenmaal in welke kleding je je het meest jezelf voelt, dan kun je de verleiding makkelijker weerstaan. //

GRATIS TRAINING
Ontdekken welke kledingstijl écht bij je past? In samenwerking met Milieu Centraal hebben we de online training **Mijn Stijl iD** ontwikkeld. Deze gratis training helpt je om kledingkeuzes te maken die passen bij jouw identiteit. Ook leer je hoe je creatiever wordt met de kleding die je al hebt. En dat betekent een overzichtelijke kledingkast én minder (mis)kopen. Meld je gratis aan via: mijnstijlid.nl

FOTO: MARIKAZHNEVA, BLOMMEN O.A.: A.H. GILISKY, Enclothed cognition, Journal of Experimental Social Psychology, 2012 / K. Pine e.a., Happiness. It's not in the jeans, University of Hertfordshire Press, 2012

Aanvullend op de training



En?

- Veel media-aandacht op alle kanalen: Volkskrant, 8 uur journaal, Aaf&Lies podcast
- Genomineerd voor Mercur en PR Award

Werkte het?



En?

Effect op deelnemers gemeten door vragenlijsten:

- De doelgroep dacht vaker na over hoeveel kleding ze kochten
- Het leek de doelgroep minder moeilijk om te minderen met shoppen
- In de 3 maanden na de training kocht de doelgroep 2,4 kledingstukken minder
- Als we dat allemaal zouden doen, dan scheelt dat 1,2 megaton CO2 uitstoot per jaar

Werkte het?



What's next?

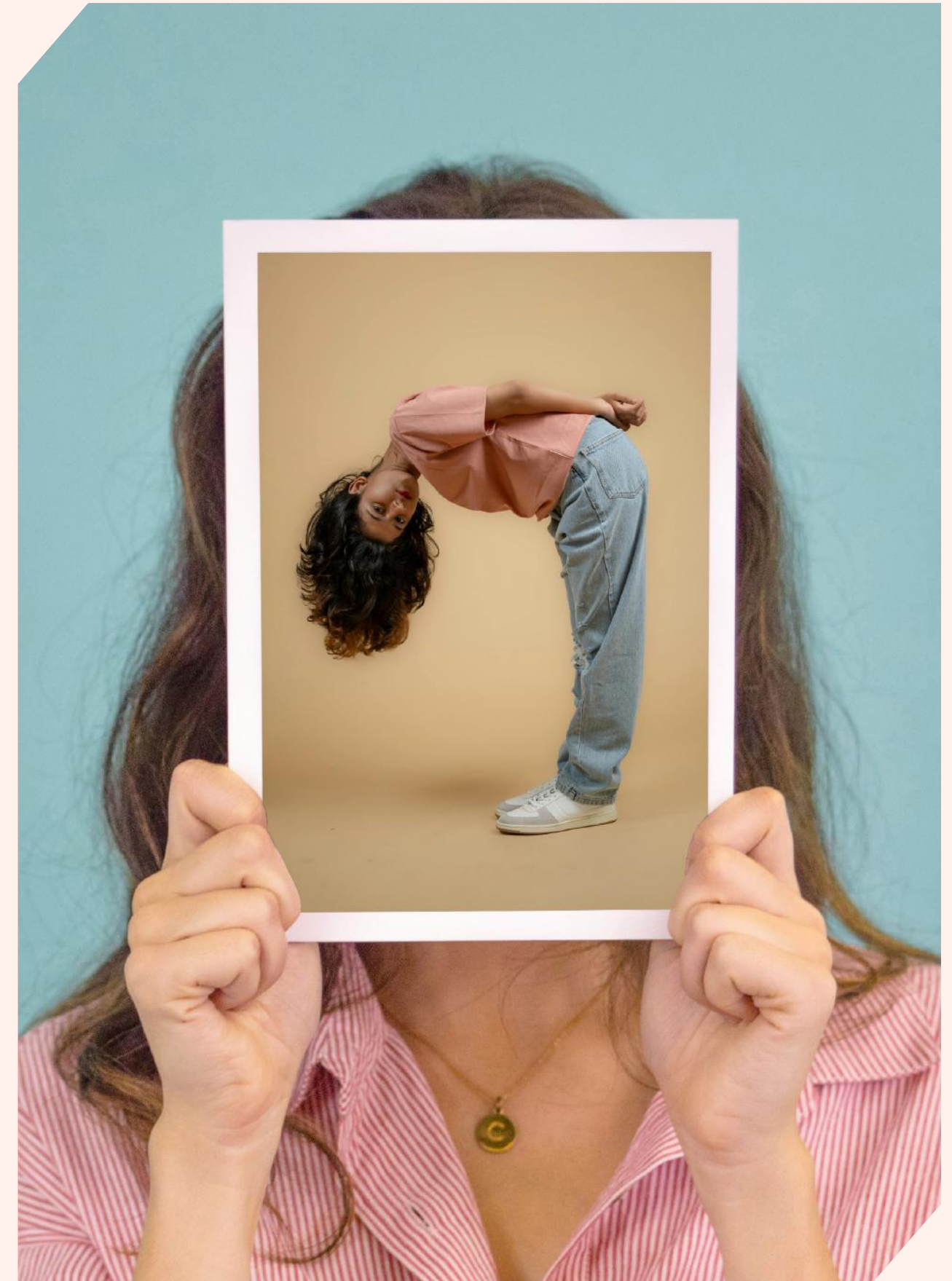
- Vernieuwde & geoptimaliseerde training
- Nieuwe modules en video's toegevoegd



Mode
is tijdelijk
stijl
is blijvend

Takeaways

- Match op waarden is essentieel, wetenschap als basis
- E-learning grijpt in in alle fases van gedrags-verandering, Psychologie Magazine autoriteit op dit gebied
- Bied concrete handvatten voor gedragsverandering
- Speel in op emotionele en rationele drijfveren
- Houd rekening met terugval, gedragsverandering is geen lineair proces
- Gebruik gedragsinzichten als basis





mijn
vandaag

Psychologie Magazine
& Milieu Centraal

Vragen?



Roularta
Brand Studio

RoulartaBrandStudio@Roularta.nl