Cultuur en levensstijl
Een exploratief onderzoek bij Vlaamse en Nederlandse studenten

GUIDO VALKENEERS*

Samenvatting

Met het oog op een vergelijkend onderzoek inzake levensstijl en cultuur werd een vragenlijst voorgelegd aan eerstejaarsstudenten in de psychologie in Vlaanderen en in Nederland. Aangezien deze proefgroep betrekking heeft op jongeren kunnen de resultaten iets zeggen over toekomstige ontwikkelingen. Bovendien kunnen we bij de vergelijking tussen beide groepen mogelijk een aantal factoren constant houden, zodanig dat de vastgestelde verschillen niet toegeschreven kunnen worden aan de samenstelling van de proefgroepen. Een Principal Component Analyse bracht niet minder dan 21 factoren aan het licht, vandaar dat we kunnen stellen dat de basisstructuur van cultuur en levensstijl zeer complex is. Het vergelijkend onderzoek gebeurde op grond van de itemscores. Bij de overgrote meerderheid van de items stelden we geen betekenisvolle verschillen vast. Dit wijst erop dat beide culturen veel gelijkenissen vertonen, o.a. op het gebied van gevoeligheid voor mode en belangstelling voor sport blijken de twee groepen een gelijkaardige interesse te hebben. Voor dertien items daarentegen werden significante verschillen geconstateerd. Deze tonen aan dat Nederlandse studenten – in vergelijking met hun Vlaamse collega's – toleranter zijn t.o.v. onzekerheid in het leven, een geringere machtsafstand erkennen en een meer feminien karakter vertonen.

Trefwoorden: consumentengedrag, levensstijl, crossculturele verschillen.

Inleiding

De vraag naar de interculture verschillen inzake levensstijl is relevant voor marketeers, aangezien producten en diensten steeds meer in een internationaal kader aan de man gebracht worden. Hierbij kan de vraag gesteld of consumenten uit diverse landen al dan niet verschillend benaderd dienen te worden. Indien culturen wezenlijk verschillen dient het marketingmanagement hierop in te spelen. Hofstede (2004, p. 16) omschrijft het begrip cultuur als "de collectieve mentale programmering die de leden van één groep of categorie mensen onder-

* Guido Valkeneers is docent consumentenpsychologie en marktonderzoek aan de Lessius Hogeschool te Antwerpen. Dit onderzoeksproject kwam tot stand dankzij de ondersteuning van E. Dries, L. Gijbels en C. Delodder; wij danken deze studenten voor hun bijdrage.

scheidt van die van andere". Hij heeft uitgebreid onderzoek verricht over de basisstructuur van cultuur en tevens bestudeerde hij - op grond van deze basisdimensies – crossculturele verschillen. Hij toont tevens aan hoe deze belangrijk zijn voor het HR-management van multinationals.

In zijn studie heeft Hofstede vastgesteld dat cultuur vier dimensies bevat: onzekerheidsvermijding, machtsafstand, individualisme versus collectivisme en mannelijkheid versus vrouwelijkheid. De eerste dimensie definieert Hofstede als de mate waarin individuen onzekerheid tolereren in hun leven. Uit de resultaten bleek dat Belgen een hekel hebben aan onzekerheid en een tendens vertonen onzekerheid te vermijden. Nederlanders daarentegen stellen zich toleranter op tegenover onzekerheid. Machtsafstand omschrijft Hofstede als de mate waarin de leden van een groep aanvaarden dat de macht ongelijk verdeeld is onder de individuen. Uit de onderzoeksgegevens kwam naar voren dat Vlamingen - in vergelijking met Nederlanders - een grotere mate van machtsafstand t.o.v. hun superieuren erkennen. De derde dimensie van cultuur heeft betrekking op de mate waarin de banden tussen de individuen los zijn en iedereen geacht wordt voor zichzelf te zorgen, dit in tegenstelling tot culturen waarin individuen vanaf hun geboorte opgenomen zijn in hechte groepen die hun bescherming bieden in ruil voor loyaliteit. Op dit vlak constateerde Hofstede dat zowel de Vlaamse als de Nederlandse cultuur eerder individualistisch georiënteerd zijn. De vierde factor omschrijft Hofstede als mannelijkheid versus vrouwelijkheid. Deze dimensie verwijst naar de mate van onderscheidenheid van de sekserollen. Een samenleving is masculien indien de sociale sekserollen duidelijk onderscheiden zijn: mannen dienen assertief te zijn, vrouwen daarentegen behoren bescheiden en meer verzorgend te zijn. In een eerder vrouwelijke samenleving zullen deze verschillen tenderen te verdwijnen. België bleek, in die zin, een eerder masculien land te zijn, terwijl Nederland een meer 'vrouwelijk' karakter vertoonde. (Hofstede, 2004) Op grond van recentere onderzoeken heeft Hofstede een vijfde factor toegevoegd, nl. de korte versus lange termijnoriëntatie. Hij maakt evenwel geen vergelijking tussen Vlaanderen en Nederland voor deze vijfde factor.

Levensstijl is een onderdeel van cultuur, vandaar dat we eveneens aansluiting gezocht hebben in de literatuur over levensstijl. Van Raay en Antonides omschrijven levensstijl als "het geheel van waarden, interesses, opvattingen en gedrag van consumenten. Levensstijl omvat dus zowel gedrag als kennis en attitudes". (Van Raay & Antonides, 2002, p. 379) Volgens Kotler (2003, p. 198) kunnen we levensstijl definiëren als "het leefpatroon zoals dit tot uitdrukking komt in activiteiten, interesses en meningen. Levensstijl omvat meer dan sociale klasse en persoonlijkheid, het is een profiel van iemands handelen en interactie met de omgeving". De AIO-methode (activiteiten, interesses, opinies) bestaat uit statements die ontwikkeld werden om relevante aspecten van interesses, houdingen, overtuigingen, waarden en activiteiten te inventariseren. Zo stelden Wells en Tigert (Assael, 1995) vast op grond van factoranalyse dat de gehele datamatrix gereduceerd kon worden tot tweeëntwintig dimensies van levensstijl. Meerdere instituten ontwikkelden indelingen van levensstijl. De bekendste en meest gebruikte is deze van Mitchell: de Value and Lifstyle Segmentation (VALS). Hij kon op grond van onderzoek naar activiteiten, interesses en opinies de consumenten groeperen in acht verschillende groepen. (Van Raay & Antonides, 2002)

In het onderhavige onderzoek maken we een vergelijking tussen de Vlaamse en Nederlandse studenten. Een dergelijke vergelijking inzake cultuur en levensstijl heeft niet eerder plaats gevonden. Bovendien kunnen mogelijk op basis van deze empirische gegevens een aantal wederzijdse vooroordelen ontkracht worden.

1 Opbouw van de vragenlijst

Bij de operationalisering van het begrip cultuur werd uitgegaan van de dimensies zoals Hofstede deze voorgesteld heeft. Deze thema's zijn: onzekerheidsvermijding, machtsafstand, mannelijkheid versus vrouwelijkheid en individualisme versus collectivisme.

Uit de Marketing Scales Handbooks (Bruner & Hensel, 1992, 1998, 2001) selecteerden we volgende thema's: fashion consciousness, price consciousness, opinion leadership (fashion), intention to use credit card, attitude toward computer technology, sports activeness en sports enthusiasm. De schalen modebewustzijn, prijsbewustzijn en sportenthousiasme zijn oorspronkelijk afkomstig uit een psychografische studie van Wells en Tigert. (Bruner & Hensel, 1998) De schalen opinieleiderschap (mode) en sportactiviteit zijn voorgesteld door Lumpkin. (Bruner & Hensel, 2001) De schaal intentie tot het gebruik van bankkaarten is ontwikkeld door Sirgy en medewerkers. (Bruner & Hensel, 1998) De schaal attitude t.o.v. computertechnologie is afgeleid van een studie van Dickerson en Gentry (Bruner & Hensel, 2001) Met het oog op het volgen van recente ontwikkelingen werden twee actuele thema's toegevoegd met betrekking tot levensstijl. Deze categorieën omvatten het gebruik van de gsm en het mediagebruik, met hierbij inclusief het gebruik van internet.

In het handboek van van Raay en Antonides (2002) komen nog twee thema's omtrent levensstijlontwikkelingen naar voren, namelijk het materialisme en de belangstelling voor de gezondheid. Materialisme wordt hier omschreven als een drang naar bezit. De auteurs wijzen er tevens op dat mensen meer en meer belang hechten aan een goede gezondheid. Dit gezondheidsbesef vindt zijn weerslag in de producten die men kiest, zoals meer bruin brood, verse groenten, fruit, enz..

In de bijlage vindt de lezer een overzicht van de diverse categorieën en de hierbij horende items. Elk thema omvat vijf items die door de respondenten gescoord worden op een Likertschaal bestaande uit zes onderdelen. Hierbij werden volgende verbale ankerpunten gebruikt: helemaal niet akkoord, niet akkoord, eerder niet akkoord, eerder akkoord, akkoord, helemaal akkoord. De respondent dient een score toe te kennen op basis van zijn/haar attitude ten opzichte van elk item. Met het oog op het onderzoek van de relatie tussen levensstijl en andere variabelen hebben we tevens gevraagd naar: geslacht, leeftijd, urbanisatiegraad (stadscentrum, platteland, stadsrand), woonsituatie (kotstudent, pendelaar), en het maandelijks beschikbare budget.

De vragenlijst werd als concept toegezonden naar de betreffende hogeschool in Nederland. Vanuit de opmerkingen die hier geformuleerd zijn, werd een parallelvorm geconstrueerd. In deze parallelvorm zijn enkele typisch Vlaamse woorden zoals 'solden' vervangen door 'koopjes' en het gebruik van 'proton' vervangen door de 'chipknip', enz. Beide versies zijn evenwel inhoudelijk identiek.

2 De proefgroep

De twee respondentengroepen werden – academiejaar 2003-2004 – gerekruteerd uit een Nederlandse en een Vlaamse hogeschool en zijn studenten van het eerste jaar psychologie. De analyse van de gegevens zal moeten aantonen in hoeverre beide proefgroepen m.b.t. een aantal relevante variabelen gelijk(w)aardig zijn.

De Vlaamse studenten volgen het eerste jaar gegradueerde assistent in de psychologie en nemen deel aan deze enquête in het kader van het werkcollege economie. De deelname aan dit onderzoek vormt één van de opdrachten; in die zin kan men stellen dat in principe alle eerstejaarsstudenten hieraan deelnemen. De Nederlandse proefgroep bestaat uit studenten van de propedeuse toegepaste psychologie en deze studenten hebben de enquête ingevuld tijdens een college 'algemene psychologie'. Deze beide opleidingen zijn vergelijkbaar met elkaar en zullen in de toekomst omgevormd worden tot 'Bachelor in de Toegepaste Psychologie'. Tijdens de afname van de vragenlijsten werd uitdrukkelijk niet vermeld dat het een vergelijkende studie tussen beide landen betrof. De respondenten weten derhalve niet dat het onderzoek crosscultureel van aard is

In deze steekproef werden de studenten van de Vlaamse proefgroep die niet in Vlaanderen woonachtig zijn verwijderd. De studenten van de hogeschool in Nederland bleken allen in Nederland te wonen. De totale steekproef bestond uit 362 studenten, waarvan 262 afkomstig uit Vlaanderen en 100 uit Nederland.

Tabel 1 biedt een overzicht van de samenstelling van de beide subgroepen in functie van het geslacht. Uit deze tabel blijkt dat beide proefgroepen overwegend bestaan uit dames: de totale proefgroep bevat slechts 24 % mannelijke respondenten. In aansluiting hierbij kan men de vraag stellen of de verhouding dames/heren in beide subgroepen gelijklopend is. De hierbij horende chi-kwadraat waarde[1] is niet significant op het 1 % niveau. Hieruit blijkt dat de verhouding tussen het aantal dames en heren in beide subgroepen gelijklopend is.

In tabel 2 presenteren we een overzicht van de diverse leeftijden van beide subgroepen en de totale groep.

Tabel 1
Samenstelling van de proefgroep in functie van het geslacht

	Land		
Geslacht	België	Nederland	Totaal
man	58	30	88
vrouw	204	70	274
Totaal	262	100	362

1 (χ^2 =2,432 met 1 vrijheidsgraad; p= 0,119)

Tabel 2
Samenstelling van de proefgroep in functie van de leeftijd

	Land		
Leeftijd	België	Nederland	Totaal
jonger dan 18 jaar	3	24	27
18 jaar	110	27	137
19 jaar	80	12	92
20 jaar	35	20	55
21 jaar	23	8	31
22 jaar	6	3	9
ouder dan 22 jaar	5	6	11
Totaal	262	100	362

De modus van de totale steekproef is 18 jaar, hetgeen begrijpelijk is. Tabel 2 wijst er op dat de samenstelling van de leeftijden in beide subgroepen niet helemaal parallel loopt: de verdeling van Nederlandse respondenten blijkt meer gelijkmatig verdeeld te zijn. De chi-kwadraat waarde[2] toont aan dat er een betekenisvol verschil bestaat tussen beide subgroepen.

Tabel 3 biedt een inzicht in de mate van urbanisatiegraad voor de totale proefgroep en voor elke subgroep afzonderlijk.

Tabel 3
Samenstelling van de proefgroep in functie van de urbanisatiegraad

	Land		
Urbanisatie	België	Nederland	Totaal
stadscentrum	46	28	74
platteland	109	28	137
stadsrand	107	44	151
Totaal	262	100	362

In aansluiting hierbij kan men de vraag stellen of deze verdeling van de urbanisatiegraad parallel loopt in beide proefgroepen. De bijbehorende chi-kwadraat waarde[3] toont aan dat er geen betekenisvol verschil op het 1 % niveau bestaat tussen de beide groepen. Hieruit blijkt dat inzake urbanisatiegraad beide subgroepen een gelijkaardige samenstelling hebben.

Vervolgens komt de samenstelling m.b.t. de woonsituatie aan bod. Deze verdeling per subgroep en voor de totale proefgroep vindt de lezer in tabel 4. Uit deze tabel blijkt dat

2 (χ^2 =71,05 met 6 vrijheidsgraden; p= 0,000)
3 (χ^2 =7,573 met 2 vrijheidsgraden; p= 0,023)

Tabel 4
Samenstelling van de proefgroep in functie van de woonsituatie

	Land		
Woonsituatie	België	Nederland	Totaal
kotstudent	89	20	109
pendelaar/thuiswonend	166	74	240
pendelaar/alleenwonend	5	6	11
Totaal	260	100	360

30 % van de respondenten op kamers verblijft. Er is evenwel een aanzienlijk verschil tussen beide subgroepen. De Vlaamse respondenten verblijven voor 34 % op kamers, terwijl dit percentage voor de Nederlandse respondenten slechts 20 % bedraagt. De chi-kwadraat waarde[4] toont aan dat dit verschil significant is op het 1 % niveau. In de Nederlandse proefgroep blijkt een kleiner aantal studenten op kamers te verblijven dan in de groep uit Vlaanderen.

Tenslotte komt het beschikbare budget van de respondenten aan de orde. Tabel 5 presenteert een overzicht van de reacties op deze vraag. Hieruit blijkt dat ruim 40 % van de geënquêteerden slechts 0 à 100 euro per week ter beschikking heeft.

Tabel 5
Samenstelling van de proefgroep in functie van het budget

	Land		
Geld	België	Nederland	Totaal
0 à 100	108	43	151
100 à 200	56	23	79
200 à 300	37	12	49
300 à 400	40	9	49
meer dan 400	16	9	25
missing	5	4	9
Totaal	262	100	362

Bijkomend onderzoeken we of het beschikbare budget gelijklopend is in beide proefgroepen. Uit de hierbij horende chi-kwadraat waarde[5] blijkt dat beide subgroepen op dit vlak een gelijkaardige samenstelling hebben.

Voor we op zoek gaan naar betekenisvolle verschillen tussen beide subgroepen onderzoeken we de mogelijkheid om het geheel van de items te reduceren tot een beperkt aantal basisdimensies.

4 (χ^2 =9,876 met 2 vrijheidsgraden; p = 0,007)
5 (χ^2 =4,634 met 5 vrijheidsgraden; p = 0,465)

3 Welke zijn de basisdimensies van levensstijl en cultuur?

De resultaten werden onderworpen aan een Principal Component Analyse, zonder rotatie. Deze componentenanalyse leverde éénentwintig factoren (met een eigenvalue > 1) op. Deze factoren verklaren 76 % van de totale variantie. Hieruit blijkt dat het domein van levensstijl een complexe samenstelling heeft. Slechts een beperkt aantal van deze factoren, namelijk vier, kunnen we interpreteren. De overige factoren blijken inhoudelijk een zeer heterogene samenstelling te hebben, waardoor de interpretatie bemoeilijkt wordt en er geen duidelijke labels voorzien kunnen worden. We bespreken kort deze vier psychologisch interpreteerbare dimensies.

Bij de bespreking van de constructie van de vragenlijst werden twee categorieën van items benoemd omtrent mode, namelijk opinieleiderschap (mode) en belangstelling voor mode. Het is merkwaardig dat deze twee groepen van items in de factoranalyse als één factor naar voor komen. Kennelijk is de belangstelling voor mode niet onafhankelijk van het opinieleiderschap op dit gebied. Hierbij een overzicht van de items met de hoogste lading in deze factor:

- *Ik ben graag op de hoogte van de laatste trends (lading 0,73);*
- *Ik kleed mij volgens de allernieuwste mode (lading: 0,70);*
- *Mijn vrienden zien mij als een goede bron van informatie/kennis over modetrends (lading: 0,68);*
- *Ik winkel graag voor nieuwe kledij (lading: 0,63);*
- *Ik help graag anderen modebeslissingen te nemen (lading: 0,62).*

Als overkoepelende term kan men deze eerste dimensie benoemen als ‘Ik heb belangstelling voor mode’.

Van de tweede psychologisch interpreteerbare factor volgen hierbij de vijf items met de hoogste ladingen voor deze factor:

- *Sport is een belangrijk deel van mijn leven (lading: 0,86);*
- *Ik doe graag actief aan sport (lading: 0,83);*
- *Ik doe aan sport om mij uit te leven (lading: 0,81);*
- *Ik doe niet graag aan sport (lading: -0,81);*
- *Actief sporten interesseert mij niet (lading: -0,73).*

Deze tweede component kan men - afgaand op de inhoud van deze items - interpreteren als ‘Ik heb belangstelling om actief aan sport te doen’. Lumpkin heeft als eerste evidentie omtrent deze dimensie naar voor gebracht. (Bruner & Hensel, 2001)

Voor de derde factor vermelden we eveneens vijf items met de hoogste ladingen:

- Het is belangrijk je in te zetten voor de zwakkeren in deze samenleving (lading: 0,66);
- De overheid dient meer geld te besteden aan de zorg voor de zwakkeren in de samenleving (lading: 0,56);
- Werken aan de opvoeding van kinderen en zorg voor hulpbehoevenden, is een fijne job

(lading: 0,49);
- Het komt erop aan zoveel mogelijk geld te verdienen (lading: -0,51);
- De overheid besteedt teveel geld aan de zorg voor de zwakkeren in de samenleving (lading: -0,46).

Deze derde component blijkt van bipolaire aard te zijn en verwijst naar de mate van sociale hulp die men wil bieden versus het belang dat men hecht aan materiële welvaart.

De vierde factor kan men interpreteren op grond van volgende items:
- Ik lees meestal de sportrubriek in de krant (lading: 0,46);
- Ik kijk en luister graag naar sportmanifestaties (lading: 0,45);
- Ik ga graag naar een sportmanifestatie (lading: 0,42).

Deze onderliggende dimensie kan omschreven worden als 'Ik heb belangstelling voor sportwedstrijden' en verwijst naar de groep van items die als eerste voorgesteld werden door Wells en Tigert. (Bruner & Hensel, 1998). We merken op dat het actief aan sport doen geheel onafhankelijk staat van de (passieve) belangstelling voor sportmanifestaties.

Vanaf de vijfde factor ontstaan er moeilijkheden voor de interpretatie van de factoren. Wellicht is de heterogeniteit van de items te groot om meer dan vier componenten te interpreteren. Mogelijk blijkt hieruit dat elementen van cultuur en levensstijl intensief met elkaar verweven zijn, waardoor een poging om onafhankelijke factoren te distilleren op problemen stuit.

Als besluit kan gesteld dat slechts vier van de gevonden componenten geïnterpreteerd kunnen worden. Deze vier factoren zijn in staat 31 % van de variantie te verklaren. Omwille van het gering aantal factoren dat psychologisch geïnterpreteerd kan worden, zal de verdere analyse van de gegevens opgezet worden vanuit de scores per item.

4 Bestaan er verschillen tussen beide subgroepen?

De Pelsmacker en Van Kenhove stellen dat de Likertschaal beschouwd kan worden als een intervalmeting, indien er voldoende onderdelen zijn in de antwoordmogelijkheden en er voldoende proefpersonen deelnemen aan het onderzoek. (De Pelsmacker en Van Kenhove, 2002) Vandaar dat het toegestaan is rekenkundige gemiddelden per item te berekenen. Om na te gaan welke items significante verschillen vertonen tussen Vlaanderen en Nederland maken we gebruik van de Mann – Whitney toets[6].

We bespreken achtereenvolgens een vergelijking op het vlak van levensstijl om nadien in te gaan op een vergelijking inzake de vier cultuurdimensies, het materialisme en de belangstelling voor gezondheid.

Van Peet e.a. merken op dat wanneer men een groot aantal toetsen tezelfdertijd uitvoert de afzonderlijke overschrijdingskansen weinig waarde hebben. Deze auteurs menen

6 Dit is de non parametrische variant van de t-test independant samples, die we gebruiken omdat de verdeling van de antwoorden vaak niet normaal verdeeld is.

dat, wanneer het aantal toetsen dat uitgevoerd wordt bekend is, de significantieniveaus gecorrigeerd kunnen worden. De bekendste correctie is de Bonferroni-correctie. (Van Peet e.a., 2001) De afdeling levensstijl bestaat uit 45 items, vandaar dat bij een gelijktijdige toetsing op het 5 % niveau, gezocht dient te worden naar items met een p-waarde kleiner dan 0.0011 (d.i.0,05/45). Tabel 6 biedt een overzicht van de items waarvoor dergelijke p-waarde geconstateerd werd en tevens het hierbij horende rekenkundig gemiddelde van beide subgroepen.

Tabel 6
Rekenkundig gemiddelde voor beide subgroepen per item en het significantieniveau

Item	Vlaamse studenten	Nederlandse studenten	significantie
Ik gebruik graag mijn bankkaart/PINpas om geld af te halen	4,26	4,87	0,001
Ik betaal mijn aankopen graag met mijn bankkaart/PINpas	3,88	4,74	0,000
Ik lees regelmatig de krant	3,43	4,29	0,000

Hieruit kan men besluiten dat er voor de 45 items m.b.t. levensstijl slechts drie significante verschillen naar voren komen. Zo konden we geen betekenisvolle verschillen vaststellen m.b.t. belangstelling voor de mode (10 items) en sport (10 items). Bij de intentie tot het gebruik van bankkaarten stellen we vast dat de Nederlandse studenten hier meer voor open staan dan hun Vlaamse collega's. Uit de items m.b.t. mediagebruik blijkt dat de Nederlandse studenten meer openstaan voor de media. Ze lezen, in vergelijking met hun Vlaamse collega's, regelmatiger de krant.

Vervolgens vergelijken we de belangstelling voor de gezondheid, het materialisme, en de cultuurdimensies van Hofstede. Uitgaande van de Bonferroni-correctie betekent een significantie op het 5 % niveau dat de p-waarde voor een gezamenlijke toets van 30 items kleiner dient te zijn dan 0.0016 (d.i. 0,05/30) om van significantie te kunnen spreken. Tabel 7 presenteert een overzicht van de vastgestelde significanties.

In de vragenlijst zijn vijf items opgenomen die gebaseerd waren op de schaal tolerantie voor onzekerheid. Uit de resultaten blijkt dat drie van deze items een significant verschil vertonen: Vlaamse studenten zijn meer dan hun Nederlandse collega's op zoek naar een stabiele job en vinden zekerheid belangrijk. Deze vaststellingen lopen volledig parallel met de resultaten van Hofstede.

Met betrekking tot de machtsafstand hebben we vastgesteld dat Vlaamse studenten meer dan hun Nederlandse collega's afstand bewaren t.o.v. hun docenten. Zo hebben we geconstateerd dat Vlaamse respondenten hun docenten minder tutoyeren, tevens zijn ze eerder van oordeel dat de instructies van de docenten strikt gevolgd dienen te worden. Deze resultaten liggen ook in de lijn van de bevindingen van Hofstede.

Het onderdeel individualisme versus collectivisme bracht geen afscheiding tussen beide groepen aan het licht; dit is volledig conform de verwachtingen.

Tabel 7
Rekenkundig gemiddelden voor beide subgroepen per item en significantieniveau

Item	Vlaamse studenten	Nederlandse studenten	significantie
Het bereiken van een stabiele job is belangrijk	5,09	4,58	0,000
Ik houd niet van onzekerheid	4,91	4,24	0,000
Zekerheid is belangrijk in het leven	5,00	4,34	0,000
Op school dienen de instructies van de docenten strikt gevolgd te worden	4,34	3,76	0,000
Op school spreek ik de docenten aan met hun voornaam	2,34	3,35	0,000
Ik spreek mijn docenten aan met je	2,33	2,93	0,000
Werken aan de opvoeding van kinderen en zorg voor hulpbehoevenden, is een fijne job	4,77	4,14	0,000
Werken in de verzorging en/of opvoeding, zie ik wel zitten	4,26	3,74	0,001
In dit leven draait alles om het bereiken van een goed verdienende job	3,34	2,80	0,001
Ik zou later graag veel geld verdienen	4,93	4,50	0,000

We merken m.b.t. de vrouwelijke geaardheid op dat de Vlaamse respondenten meer dan hun Nederlandse collega's belangstelling hebben voor verzorgende beroepen. Indien we evenwel gaan onderzoeken – eveneens op grond van de Mann Whitney test – in hoeverre we betekenisvolle verschillen ontdekken tussen vrouwelijke en mannelijke respondenten in Vlaanderen en Nederland afzonderlijk, blijkt dat er in de Nederlandse proefgroep slechts zes significante verschillen (op het 1 % niveau) vastgesteld kunnen worden, terwijl in de Vlaamse proefgroep niet minder dan dertig significante verschillen (eveneens op 1 % niveau) voorkomen. Zo hebben we o.m. kunnen vaststellen dat in de Vlaamse proefgroep beide items m.b.t. belangstelling voor verzorgende beroepen significante verschillen aan het licht brachten tussen vrouwelijke en mannelijke respondenten (p=0,000), terwijl in de Nederlandse proefgroep dit verschil afwezig was. In Vlaanderen zijn vrouwelijke studenten meer dan hun mannelijke collega's op zoek naar een verzorgend beroep, terwijl dit onderscheid niet naar voren komt in de Nederlandse proefgroep. Dit toont aan dat in Vlaanderen de sekserollen meer onderscheiden zijn dan in Nederland, hetgeen in de lijn ligt van de vaststellingen van Hofstede.

Van Raaij en Antonides beschreven de culturele ontwikkelingen inzake het streven naar bezit en welvaart. (Van Raay & Antonides, 2002) Uit de resultaten blijkt dat Vlaamse respondenten meer belang hechten aan materieel bezit dan de Nederlandse. Van Raay en Antonides toonden eveneens aan dat de consumenten meer belangstelling krijgen voor gezondheid. Uit de resultaten blijkt dat deze tendens zowel in Vlaanderen als in Nederland naar voren komt.

5 Welk is de invloed van overige variabelen?

Eerder, bij de voorstelling van de proefgroep, werd vastgesteld dat beide subgroepen gelijkwaardig zijn op het vlak van geslacht, urbanisatiegraad en budget. Anderzijds bleek de samenstelling van de twee subgroepen op het vlak van leeftijd en woonsituatie niet gelijklopend te zijn.

Thans is voor dertien items een betekenisvol verschil tussen Vlaamse en Nederlandse psychologiestudenten vastgesteld. Vervolgens dienen we aan te tonen dat deze vaststelling niet beïnvloed wordt door de samenstelling van beide subgroepen. Daartoe onderzoeken we of de variabele 'woonsituatie' en 'leeftijd' al dan niet een invloed hebben op het beantwoorden van deze 13 items. Op grond van de Mann – Whitney test kunnen we - afzonderlijk voor beide subgroepen - nagaan of de woonsituatie en de leeftijd een invloed hebben op deze itemscores. Uit de resultaten blijkt dat zowel in Vlaanderen als in Nederland er geen significante beïnvloeding bestaat van de woonsituatie en de leeftijd op het beantwoorden van deze items. Vandaar dat we kunnen besluiten dat de vastgestelde verschillen tussen Vlaanderen en Nederland niet te wijten zijn aan een andere samenstelling van de subgroepen, maar enkel toegeschreven kunnen worden aan hun nationaliteit.

Besluit

Met het oog op een exploratief onderzoek naar de gelijkenissen en verschillen inzake levensstijl en cultuur tussen Vlaanderen en Nederland hebben we een vergelijking gemaakt tussen twee vergelijkbare onderzoeksgroepen. We menen deze gelijkaardige groepen ontdekt te hebben in de eerstejaarsstudenten psychologie van een hogeschool in Vlaanderen en in Nederland.

De vragenlijst werd opgebouwd uit thema's omtrent levensstijl en cultuur en zijn afkomstig van meerdere auteurs. Volgende schalen werden in de vragenlijst verwerkt: modebewustzijn, prijsbewustzijn, opinieleiderschap (mode), intentie tot het gebruik van bankkaarten, attitude t.o.v. computertechnologie, sportactiviteit, sportenthousiasme, het gebruik van de gsm, mediagebruik, onzekerheidsvermijding, machtsafstand, vrouwelijkheid versus mannelijkheid, individualisme versus collectivisme, materialisme en belangstelling voor gezondheid.

Uit het onderzoek naar de gelijkheid tussen beide proefgroepen bleek dat de samenstelling op het vlak van geslacht, urbanisatiegraad en budget gelijklopend is voor Vlaanderen en Nederland. Beide subgroepen onderscheiden zich enkel op het gebied van de woonsituatie en leeftijd.

Vervolgens werden de resultaten onderworpen aan een factoranalyse. Door deze methode konden we éénentwintig factoren onderscheiden. Volgende dimensies bleken interpreteerbaar: belangstelling voor mode, het actief aan sport doen, sociale hulp en belangstelling voor sportmanifestaties. Aangezien er slechts vier interpreteerbare factoren duidelijk naar voor kwamen, werd de analyse van de resultaten verder gezet op basis van de scores per item.

Op het gebied van levensstijl kwamen er weinig betekenisvolle verschillen tussen beide subgroepen naar voor. Op het gebied van opinieleiderschap (mode), belangstelling voor mode, sportenthousiasme en sportactiviteit hebben Nederlandse en Vlaamse studenten een zelfde levensstijl. Voor een beperkt aantal items werden significante verschillen geconstateerd, zo blijkt de attitude t.o.v. het gebruik van bankkaarten positiever in Nederland dan in Vlaanderen.

Wanneer we de items die cultuur meten onderzochten, ontdekten we dat Vlaamse studenten, in vergelijking met Nederlandse studenten, niet houden van onzekerheid en liefst een stabiele job nastreven. Uit de items die verwijzen naar machtsafstand tussen docenten en studenten bleek dat de Nederlandse studenten meer dan hun Vlaamse collega's hun docenten met de voornaam aanspreken en meer tutoyeren. M.b.t. de dimensie vrouwelijkheid-mannelijkheid konden we vaststellen dat er meer betekenisvolle verschillen tussen de seksen bestaan in Vlaanderen dan in Nederland. Op het gebied van individualisme versus collectivisme konden we besluiten dat hieromtrent beide culturen parallel lopen.

Na de vaststelling dat de samenstelling van de beide proefgroepen niet gelijklopend was met betrekking tot de woonsituatie en leeftijd, zijn we nagegaan of deze variabelen een invloed uitoefenen op het beantwoorden van de betreffende items. Dit blijkt niet het geval te zijn. In die zin kunnen we besluiten dat de significante verschillen tussen Vlaanderen en Nederland niet te wijten zijn aan de samenstelling van beide subgroepen.

Tot slot kunnen we concluderen dat er meer gelijkenissen dan verschillen zijn inzake cultuur en levensstijl bij Vlaamse en Nederlandse jongeren. Voor zover we verschillen constateerden blijken deze in dezelfde lijn te liggen als de eerdere vaststellingen van Hofstede.

De vastgestelde verschillen tussen Vlaamse en Nederlandse studenten hebben een beperkte relevantie voor het marketingmanagement. Anderzijds, gezien deze verschillen verwijzen naar de omgang met mensen, is de betekenis voor het HR-beleid van multinationale ondernemingen des te belangrijker.

Bij wijze van besluit dient aangehaald dat – gezien de eenzijdige samenstelling van de proefgroep - deze studie vraagt voor replicatie en uitdieping. Hierbij kan gedacht worden aan een uitbreiding naar andere culturen, of naar een verbreding waarbij andere groepen van de bevolking systematisch vergeleken worden.

Bibliografie

Assael, H. (1995). *Consumer behavior and marketing action* (5th ed.). Ohio: South-Western College Publishing.

Bruner, G., & Hensel, P. (1992). *Marketing Scales Handbook I: A compilation of Multi-Item measures.* Chicago: American Marketing Association.

Bruner, G., & Hensel, P. (1998). *Marketing Scales Handbook II: A compilation of Multi-Item measures.* Chicago: American Marketing Association.

Bruner, G., & Hensel, P. (2001). *Marketing Scales Handbook III: A compilation of Multi-Item measures.* Chicago: American Marketing Association.

De Pelsmacker, P., & Van Kenhove, P. (2002). *Marktonderzoek: methoden en toepassingen* (4de dr.). Antwerpen: Garant.

Donthu, N. & Gilliland, D. (1996). Observations: The infomercial shopper. *Journal of Advertising Research,* 69-76.

Gerritsen, M. (2001). *Cultuur als spelbreker: de communicatieve gevolgen van cultuurverschillen tussen Vlaanderen en Nederland.* Nijmegen: Katholieke Universiteit.

Hofstede, G. (2004). *Allemaal andersdenkenden: omgaan met cultuurverschillen.* Amsterdam: Contact.

Kolman, L., Noorderhaven, N. G., Hofstede, G., & Dienes, E. (2003). Cross – cultural differences in Central Europe. *Journal – of – Managerial Psychology, 18,* 76 – 88. Geraadpleegd op 25 augustus, 2003, van PsycINFO Database Record.

Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (2003). *Principes van marketing* (3de ed.). Amsterdam: Pearson Prentice Hall.

Kucukemiroglu, O. (2001). Market Segmentation by using consumer lifestyle dimensions and ethnocentrism. *European Journal of Marketing, 33,* 470 – 487.

Lichtenstein, D. R., Netemeyer, R. G., & Burton, S. (1990). Distinguishing Coupon Proneness From Value Consciousness: An Acquisition – Transaction Utility Theory Perspective. *Journal of Marketing, 54,* 54-67.

Lichtenstein, D. R., Ridgway, N. M., & Netemeyer, R. G. (1993). Price Perceptions and Consumer Shopping Behavior: A Field Study. *Journal of Marketing Research, 30,* 234-245.

Malhorta, N.K. (1999). *Marketing research an applied orientation.* New Jersey: Prentice Hall.

Michman, R. (1991). *Lifestyle Market Segmentation.* New York: Praeger Publishers.

Pinxten, R. (1994). *Culturen sterven langzaam: Over interculturele communicatie.* Antwerpen: Hadewijch.

Shufeldt, L., Oates, B., & Vaught, B. (1998). Is lifestyle an important factor in the purchase of OTC drugs by the eldery? *Journal of Consumer Marketing, 15*(2), 111-124.

Van Peet, A., van den Wittenboer, G., Hox, J. (2001) *Toegepaste statistiek: inductieve technieken.* Stenfert Kroese : Groningen.

Van Raaij, W., & Antonides, G. (2002). *Consumentengedrag: Een sociaalwetenschappelijke benadering* (3de dr.). Utrecht: Lemma.

Wijnen, K., Janssens, W., De Pelsmacker, P., & Van Kenhove, P. (2002). *Marktonderzoek met SPSS: Statistische verwerking en interpretatie.* Antwerpen: Garant.

Bijlage: overzicht van de items per thema

Belangstelling voor mode

Ik kleed mij meestal naar de mode en niet naar gemak.
"De kleren maken de man!"
Ik kleed mij volgens de allernieuwste mode.
Men zou zich naar de mode moeten proberen te kleden.
Ik winkel graag voor nieuwe kledij.

Prijsbewustzijn

Ik winkel vaak tijdens de solden/koopjes.
Ik bekijk vaak advertenties op zoek naar aangekondigde promoties.
Men kan veel geld besparen door rond te kijken naar solden/koopjes.
Ik ben niet bereid extra moeite te doen om lagere prijzen te vinden.
Ik koop meestal het goedkoopste artikel.

Opinieleiderschap (mode)

Ik geniet ervan bevraagd te worden over modetrends.
Ik discussieer graag over mode.
Ik help graag anderen modebeslissingen te nemen.
Mijn vrienden zien mij als een goede bron van informatie/kennis over modetrends.
Ik ben graag op de hoogte van de laatste trends.

Intentie tot het gebruik van bankkaarten

Ik gebruik graag mijn bankkaart/PINpas om geld af te halen.
Ik ben geïnteresseerd in meer informatie over bankkaarten/PINpassen.
Ik vergelijk de voordelen tussen verschillende bankkaarten/PINpassen.
Ik betaal mijn aankopen graag met mijn bankkaart/PINpas.
Voor kleinere aankopen betaal ik bij voorkeur met proton/chipknip.

Attitude naar computer technologie

Ik surf graag op het internet voor ontspanning en plezier.
Ik surf graag op het internet voor informatie.
Ik bezoek graag chatsites.
Ik download graag muziek van het internet.
Ik vind het leuk om persoonlijke gegevens op mijn site te zetten.

Sportactiviteit

Ik doe graag actief aan sport.
Ik sport om fit te blijven.
Ik doe aan sport om mij uit te leven.
Ik doe niet graag aan sport.
Actief sporten interesseert mij niet.

Sportenthousiasme

Ik kijk en luister graag naar sport.
Ik lees meestal de sportrubriek in de krant.
Ik ga liever naar een sportgebeuren dan naar een party.

Ik ben een passieve sporter.
Sport is een belangrijk deel van mijn leven.

Het gebruik van de gsm

Ik maak graag gebruik van sms.
Ik ben bereikbaar via mijn gsm.
Ik koop graag een gsm bij elke nieuwste trend.
Ik telefoneer graag met een gsm.
Ik besteed maandelijks een flink bedrag aan gsmkosten.

Mediagebruik

Ik lees regelmatig de krant.
Ik kijk graag tv.
Ik lees regelmatig een tijdschrift.
Ik bekijk commercials op tv.
Ik maak gebruik van internet.

Onzekerheidsvermijding

Een diploma geeft zekerheid voor de toekomst.
Het bereiken van een stabiele job is belangrijk.
Ik houd niet van onzekerheid.
Ik streef een vaste relatie na.
Zekerheid is belangrijk in het leven.

Machtsafstand

Op school dienen de instructies van de docenten strikt opgevolgd te worden.
Op school spreek ik de docenten aan met hun voornaam.
Ik spreek mijn docenten aan met 'u'.
Ik spreek mijn docenten aan met 'je'.
Ik vind de afstand tussen mij en de docenten groot.

Mannelijkheid versus vrouwelijkheid

Werken aan de opvoeding van kinderen en zorg voor hulpbehoevenden is een fijne job.
In dit leven draait alles om het bereiken van een goed verdienende job.
Ik streef een baan na in het management en/of de commercie.
Werken in de verzorging en/of de opvoeding zie ik wel zitten.
Een job met grote verantwoordelijkheid zou ik graag doen.

Individualisme versus collectivisme

Het is niet verstandig persoonlijke bezittingen uit te lenen.
Ik geef graag geld aan verenigingen van gehandicapten.
De overheid dient meer geld te besteden aan de zorg voor de zwakkeren in de samenleving.
Het is belangrijk je in te zetten voor de zwakken in deze samenleving.
De overheid besteedt te veel geld aan de zorg voor de zwakkeren in de samenleving.

Materialisme

Ik zou later graag veel geld verdienen.
Ik hoop later een groot huis en een mooie auto te kunnen kopen.
In het leven komt het erop aan zoveel mogelijk bezittingen te vergaren.
“Geld maakt gelukkig!”
Het komt erop aan zoveel mogelijk geld te verdienen.

Belangstelling voor gezondheid

Roken schaadt de gezondheid.
Ik let op mijn lichaamsgewicht.
Ik eet veel groenten en fruit.
Gezondheid is belangrijk.
Ik doe voldoende lichaamsbeweging.

Summary

Culture and lifestyle
An investigation into the behaviour of Flemish and Dutch students

This paper presents the report of an investigation into the similarities and the differences between Flemish and Dutch students' behaviour. This investigation is based on a questionnaire about their culture and lifestyle. On the basis of a factor analysis we were able to identify a large number of factors, so we can say that the structure of culture and lifestyle is very complex. The investigation of similarities and differences between both groups was based on a item score. In the vast majority of the items we didn't find any significant differences. Hence we can say that both cultures are rather similar. But for thirteen items we did find significant differences. These differences prove the Dutch students – in comparison with the Flemish students - to be more tolerant of uncertainty in life, are less impressed by power and show a more feminist character.