



Psychologie & Nudging Voor Gezonder Gedrag, Voeding en Leefstijl

Lunch-webinar / Key Insights



Webinar Woensdag

Deze webinar terugkijken:

De opname van dit webinar vind je via onderstaande link:

Klik hier 📌

<https://www.unravelresearch.com/webinars/nudging-voor-gezonder-leven>

Alle webinars terugkijken?

Ga naar de overzichtspagina en kijk al onze afgelopen webinars terug. Bijvoorbeeld over De Psychologie van de Supermarkt, of De Psychologie van Onweerstaanbare Brand Assets.

Klik hier 📌:

<https://www.unravelresearch.com/webinars/>



UNRAVEL

Webinar Woensdag

Geen webinars missen?

Wil je weten wanneer we de volgende webinar houden?

Schrijf je in om op de hoogte te blijven!

- ✓ Krijg **live** antwoord op je vragen
- ✓ Ontvang de **opname** en sheets altijd via de mail
- ✓ Webinar toevoegen aan je **agenda** met 1 klik 🥳

 **Klik hier je in te schrijven**

Je bent met ruim 5100 anderen in goed gezelschap!

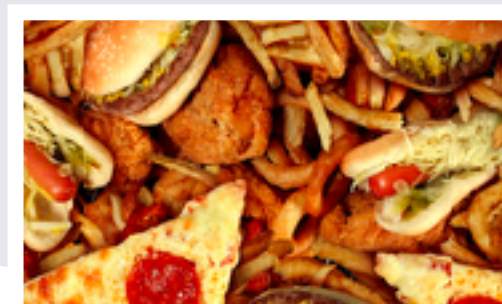


UNRAVEL

Inzicht #1. Beïnvloeden van gezondheidsgedrag

Gezondheidsgedrag kent vele vormen. Als we vanuit het perspectief van de beïnvloeding kijken, zijn er globaal twee groepen te herkennen.

- Enerzijds is er het slechte gedrag wat je zou willen verminderen, zoals bijvoorbeeld ongezond eten, roken of drinken.
- Anderzijds is er ook beïnvloeding mogelijk van het gewenste gedrag dat misschien juist te weinig wordt gedaan. Denk hierbij bijvoorbeeld aan beter slapen, sporten, gezonder eten en meditatie.



Slecht gedrag

Hoe te verminderen?



Goed gedrag

Hoe te promoten?

Inzicht #2. Waarom doen we zo vaak wat slecht is?

Ondanks dat we wel weten wat goed voor ons is, doen we dit zelden. Er zijn drie grote drivers die verklaren waarom we zo irrationeel zijn.

- **Instant gratification.** Het intuïtieve brein verlangt altijd naar een beloning die zo snel mogelijk volgt. Zo heeft het eten van fastfood voordelen op korte termijn (het is lekker), maar nadelen op lange termijn (het is ongezond). Die trade-off is bijna niet te maken in ons brein. Om überhaupt na te kunnen denken over de lange termijn gevolgen en ons gedrag hierop aan te passen, moet het rationele brein (systeem 2) het intuïtieve brein (systeem 1) overrulen. Dit is niet de baseline van onze hersenen, dus hier is heel veel voor nodig.
- **Gewoontes.** Gedrag uit het verleden, zal automatisch het gedrag zijn dat we in de toekomst uitvoeren. Juist omdat we al de neiging hebben om voor de instant gratification te gaan, slijten die gedragingen in ons brein.
- **Beschikbaarheid.** Ons brein zoekt altijd de weg van de minste weerstand. Hoe makkelijker het is om ongezond gedrag uit te voeren of, andersom gezien, hoe moeilijker het is om het gezonde te doen, heeft een groot effect op wat we feitelijk doen.

Heel veel nudges zijn gebaseerd op het aanpassen van de beschikbaarheid, zowel feitelijk als mentaal. De lange termijn strategieën grijpen juist meer aan op de gewoontes. Helaas valt er aan de instant gratification niet veel te doen.



Instant gratification



Gewoontes

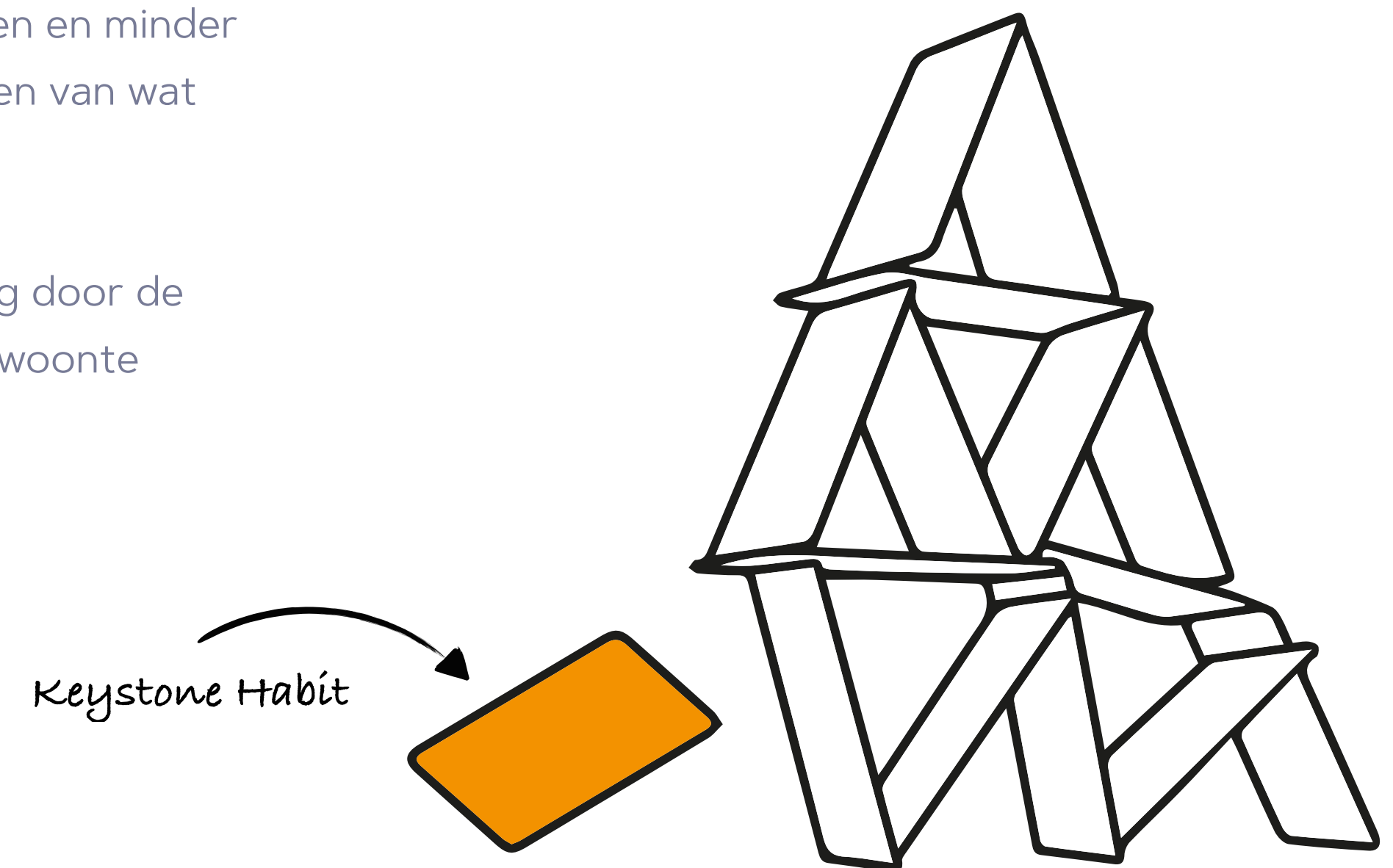


Beschikbaarheid

Inzicht #3. Keystone habits

Keystone habits zijn gewoontes die andere gewoontes oproepen. Dit kan positief werken, zoals bijvoorbeeld bij sporten. Dit is niet alleen beter voor de gezondheid door het sporten zelf, maar het roept ook andere positieve gewoontes op. Er is zo ook de behoefte om gezonder te eten, minder alcohol te drinken en minder stress te hebben. Echter kunnen keystone habits ook negatief werken. Denk hierbij aan het nemen van wat lekkers terwijl je iets op Netflix kijkt.

Je wordt niet geboren met keystone habits, maar deze slijten er langzaam in. Dit komt simpelweg door de co-presentatie van twee stimuli die op den duur met elkaar geassocieerd worden. Vanuit één gewoonte komen zo alle andere gewoontes als het ware in een stroomversnelling.



Inzicht #4. Soorten nudges voor gezondheidsgedrag

Cognitieve nudges zorgen via de cognitieve route ervoor dat bepaalde informatie meer zichtbaar wordt of makkelijker te verwerken is.

- **Descriptieve informatie.** Gedrag kan worden gestuurd door simpelweg informatie beschikbaar te maken waar mensen wellicht niet van op de hoogte waren.
- **Evaluatieve informatie.** Door informatie ook tastbaar te maken, is het makkelijker om informatie van verschillende producten met elkaar te vergelijken.
- **Zichtbaarheid gezonde opties.** Wanneer gezonde opties niet heel zichtbaar zijn in een omgeving is de kans kleiner dat mensen voor deze gezonde optie gaan.

Emotiegerichte nudges sturen mensen via negatieve of positieve emoties de juiste richting in.

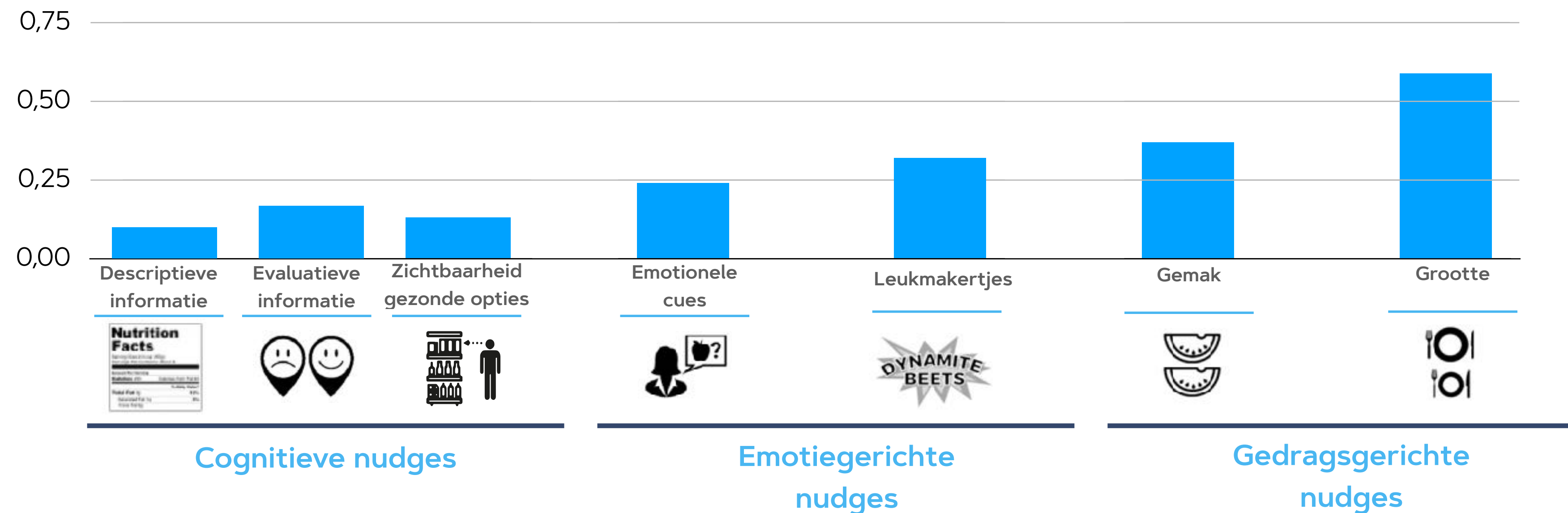
- **Emotiegerichte informatie.** Door een emotionele lading aan informatie te geven, is er meer effect dan alleen de feitelijke informatie.
- **Negatieve emotiegerichte informatie.** Negatief geformuleerde emotiegerichte informatie is alleen effectief wanneer mensen ook in staat zijn om iets met die informatie te kunnen doen. Op een sigarettenverpakking, dus wanneer er sprake is van een verslaving, werkt dit niet.
- **Leukmakertjes.** Door gezonde keuzes op een leuke manier te framen, worden deze interessanter en aantrekkelijker gemaakt.

Gedragsnudges veranderen iets aan de context of aan de omgeving, om zo mensen in een bepaalde richting te sturen.

- **Gemak.** Hoe makkelijker het is om een gezonde keuze te maken, hoe groter de kans dat deze optie wordt gekozen.
- **Grootte.** Van een klein bord wordt minder gegeten dan van een groot bord. Ook wordt er minder gegeten als het kleurcontrast tussen het bord en het eten hierop groter is.

Inzicht #5. Effectiviteit van nudges

Binnen de cognitieve nudges is evaluatieve informatie het meest effectief. Simpelweg informatie verschaffen heeft al impact op gedrag, maar het is nog effectiever als je deze informatie tastbaar maakt. De emotionele nudges zijn al een stuk effectiever dan de cognitieve nudges. Hieruit blijkt weer dat de we vaak veel onbewuster te werk gaat dan we zelf denken. De gedragsgerichte nudges zijn het meest effectief in het beïnvloeden van gedrag.



Inzicht #6. Langdurig aanpassen van gezondheidsgedrag

Naast nudging kun je met campagnes ook gedragsverandering teweegbrengen. Sommige strategieën zijn niet heel effectief in het structureel aanpassen van gedrag.

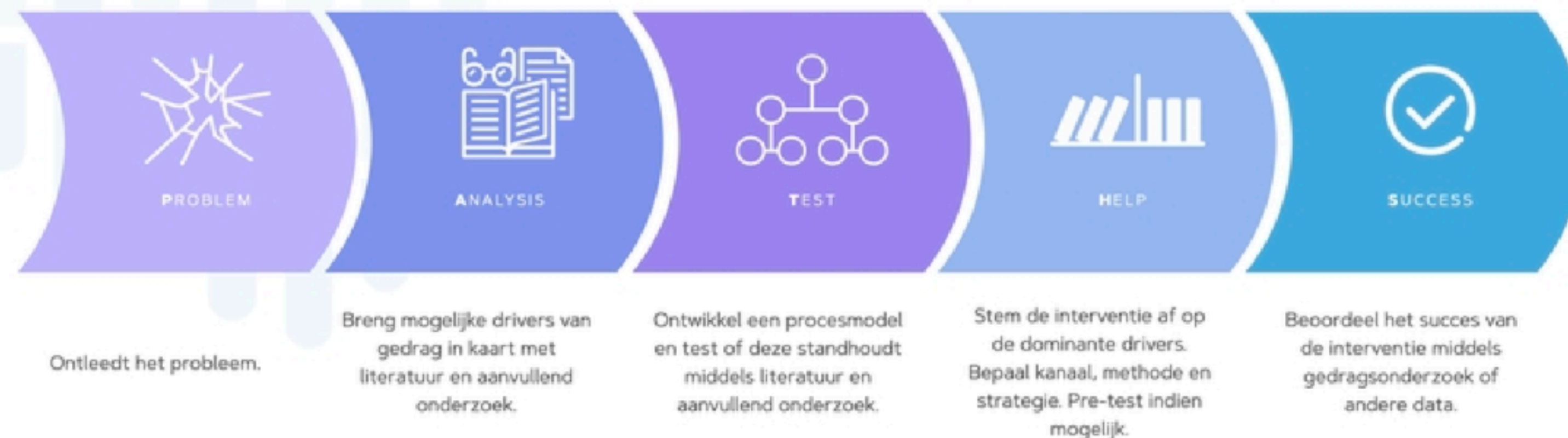
- **Kennis en bewustwording.** Het geven van kennis werkt niet goed om het gedrag te veranderen, omdat het gedrag niet wordt vertoond door een gebrek aan kennis. Ook als dit wel zo is, laat het probleem zich vaak niet oplossen door het opvullen van kennis. Uitzonderingen hierop zijn nieuwe issues waarvan mensen nog helemaal niets weten.
- **Wetgeving.** Soms kan wetgeving heel effectief zijn, bijvoorbeeld door de beschikbaarheid van ongezonde producten te verlagen. Tegelijkertijd is wetgeving een keiharde maatregel waardoor er weerstand kan ontstaan. Via economische maatregelen kan gedrag worden beïnvloed, maar dit is tijdelijk. Er wordt snel een nieuwe prijsstandaard gezet, waardoor gedrag ook weer terugkeert naar hoe het voorheen was.

Met gewoontes kun je gedrag wel aanpassen op structurele wijze. De belangrijkste factor die hierbij kan worden ingezet is identiteit. Als een gewoonte deel uitmaakt van je identiteit, volgt dit gedrag veel makkelijker. Om gezond gedrag te promoten, moet je ervoor zorgen dat gezondheid als identiteit wordt gezien. Dit kan op verschillende manieren.

- **Self persuasion.** Door mensen bewust te maken dat hun gedrag niet overeen komt met hoe ze zichzelf zien, zullen ze zichzelf overtuigen door het gewenste gedrag te doen.
- **Sociale normen.** We willen graag bij een groep horen: het gedrag wat andere vinden dat we moeten doen of wat zij daadwerkelijk doen heeft heel veel invloed op onze identiteit. Bij gezondheidsgedrag stuurt een descriptieve norm (wat men daadwerkelijk doet) meer dan een injunctie norm (wat men hoort te doen). Normen expliciet maken kunnen helpen bij gedragsverandering, maar ze kunnen ook tegenwerken wanneer het normen zijn jouw outgroup.
- **Levensgeluk als keystone habit.** Mensen die gelukkig zijn hebben op een tal van gezondheidsgebieden de wind mee.

Inzicht #7. Interventie volgens het PATHS model

Wanneer je een succesvolle interventie wilt opzetten, moeten verschillende stappen doorlopen worden. Deze stappen zijn beschreven vanuit de sociale psychologie in het PATHS model. Wanneer je direct vanuit het probleem een interventie creëert en stappen voorbij gaat, wordt er niet goed ingegaan op de onderliggende factoren. Doe hier dan ook goed onderzoek naar in de vorm van bijvoorbeeld interviews en literatuuronderzoek. Zo kan het probleem goed in kaart worden gebracht en in een model worden gezet. Hieruit kun je de dominante drivers achterhalen en zo beslissen met welke factoren iets kan worden gedaan voor de grootste impact. Hierbij is ook belangrijk te bedenken welke factoren daadwerkelijk kunnen worden beïnvloed en onderscheid te maken tussen impact of korte en lange termijn.



PATHS model

Key Take-Aways

- ✓ **Pas je de quick-wins al toe?** Maak gezondheidsinformatie duidelijker, gezonde opties leuker en makkelijker.
- ✓ **Ken de werkelijke factoren achter langdurige gedragsverandering.** Identiteit, sociale normen en algeheel geluk zijn allesbepalend.
- ✓ **Gebruik je een evidence-based interventieproces?** Ontleedt dominante drivers achter gedrag, test een interventie en rol deze daarna pas groot uit.

Bedankt voor je aandacht!

Meer weten over Gedragsbeïnvloeding?

Neem een kijkje op onze website

[👉 Meer lezen over gedragsbeïnvloeding](#)