



Wanneer welke tool voor gedragsverandering?

Frederike Mensink

Adviseur gedragsverandering VWS

Lid kernteam BINNL

Dag van het gedrag - 9 november 2023

Steeds meer aandacht voor gedrag

Gedragsteam bij DPC



Martijn Bemelmans



Joost Loef



Rita Timmerman



Charlotte Wennekers

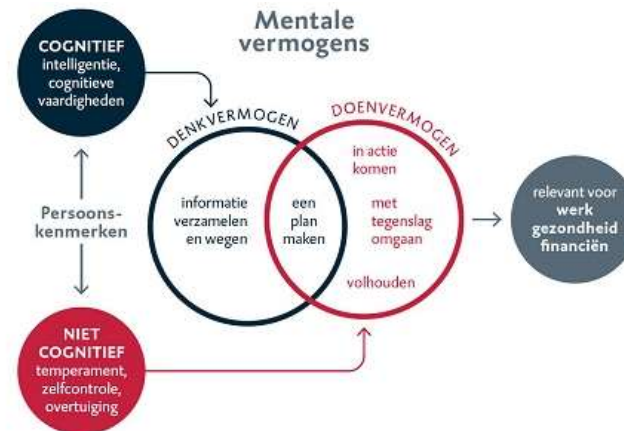


Roos van den Wijngaard

THE BEHAVIOURAL INSIGHTS TEAM



Beleidskompas



Wanneer welke tool voor gedragsverandering?



Waarom gebruik je een gedragstool?

- + Om gedrag in kaart te brengen / te analyseren
- + Om gedegen, onderbouwde strategieën en interventies te ontwikkelen (beleid, toezicht & communicatie)
- + Draagvlak binnen organisatie



**Waarom gebruik je
een gedragstool?**

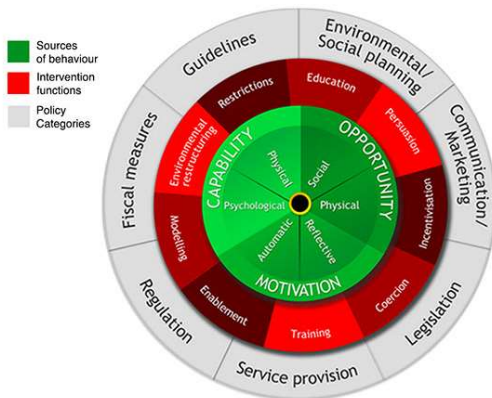
Waarom gebruik je een gedragstool?

- vergeten wijziging uren door te geven



- 1, 2, 3, 4: hoeveel kinderen gaan er naar de opvang?





Tool

Gedragsverandering bij bedrijven

Wanneer je als beleidsmaker, toezichthouder, communicatieadviseur of uitvoerder te maken hebt met een doelgroep die uit bedrijven bestaat, helpt deze tool je aan de hand van 6 stappen bij het maken van een gedragsanalyse. Zo ben je beter uitgerust om passende interventies te ontwikkelen.

Dienst Publiek en Communicatie
 Ministerie van Algemene Zaken

CASI – Communicatie Activatie Strategie Instrument

Handleiding voor de facilitator

- Gedragsverandering met communicatie
- Acht interventiestrategieën
- Gebaseerd op analyses en gedragszichten

DOE-MEE tool

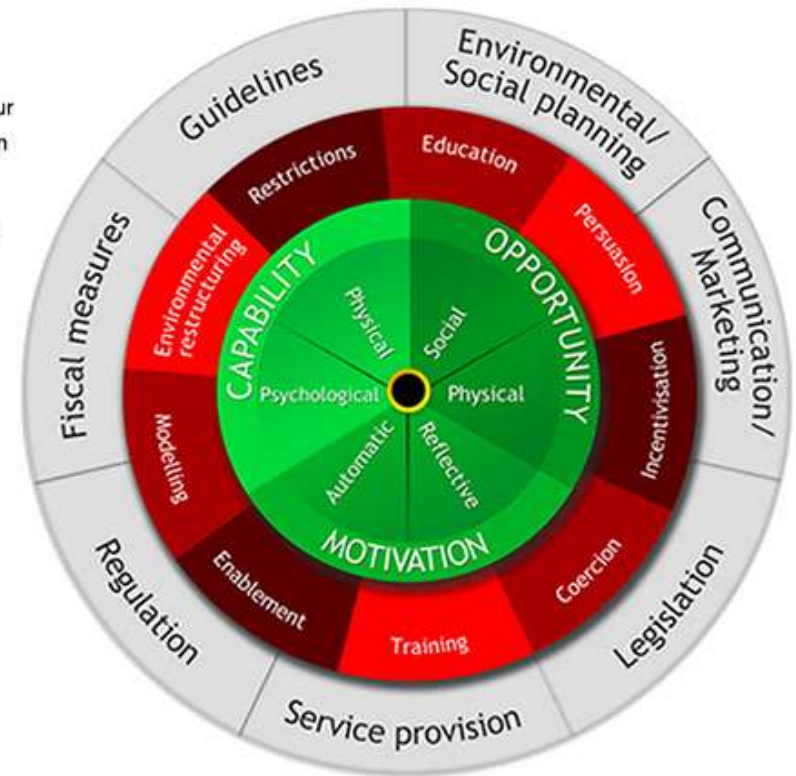
Met kennis van gedrag beleid maken

InterventieKompas
Gedragsanalyse voor handhaving en toezicht

Interventie toolbox

Behaviour Change Wheel

- Sources of behaviour
- Intervention functions
- Policy Categories



Behaviour Change Wheel

- + Capability: bekwaamheid, sociaal en fysiek
- + Opportunity: gelegenheid, fysiek en psychologisch
- + Motivation: onbewust en beredeneerd
- + B = behaviour



Behaviour Change Wheel

- + Goed te gebruiken voor:
 - aanpak gedragsverandering op strategisch en praktisch niveau;
 - ontwerpen van nieuw beleid;
 - als bestaande interventie(mix) niet goed werkt.

Behaviour Change Wheel

- 1) Wat is het probleemgedrag
- 2) Doelgedrag en doelgroep vaststellen + welke gedragsbepalers moeten veranderen
- 3) Welke interventiefuncties kunnen ingezet worden, gekoppeld aan beleidsinstrumenten
- 4) Bepalen concrete gedragsveranderingstechnieken en methode van uitvoering

Bedrijventool

- + Als je doelgroep uit bedrijven bestaat
- + Biedt gestructureerde werkwijze en concrete handvatten om gedragsanalyse te doen
- + Op basis hiervan inspiratie voor interventies
- + De tool gaat ervan uit dat je al een stevige gedragswetenschappelijke kennisbasis hebt
- + Bestaat uit 7 stappen


Bedrijventool

0. Het doel dat de overheid wil bereiken
1. De gedragsverandering die de overheid wil realiseren bij de doelgroep
2. Het bepalen van het archetypebedrijf en de DMU (Decision Making Unit)
3. Identificeren van relevante stakeholders en vertrouwde bronnen
4. Vaststellen van de mentale uitgangspositie van de DMU's binnen de doelgroep
5. Het bepalen van de gedragsfactoren en waarden
6. Aandachtspunten bij ontwikkelen van interventie(s) en keuze leiderschapstijl
7. Het bepalen van de interventies

CASI

- + Instrument voor ontwikkelen van strategieën en interventies die bijdragen aan het oplossen van een gedragsprobleem **met inzet van communicatie**.
- + Helpt bij praktische toepassing van wetenschappelijke inzichten
- + Geschikt voor zowel kleinschalige als crossmediale communicatie

CASI

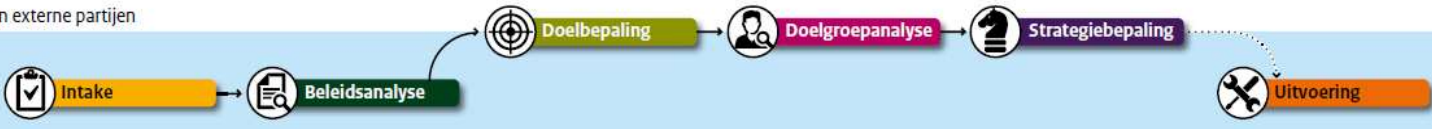
 Dienst Publiek en Communicatie
Ministerie van Algemene Zaken

CASI – Communicatie Activatie Strategie Instrument

Handleiding voor de facilitator

- > Gedragsverandering met communicatie
- > Acht interventiestrategieën
- > Gebaseerd op analyses en gedragsinzichten

Ook betrokkenheid van externe partijen
Intern Rijksoverheid



```
graph LR; Intake[Intake] --> Beleidsanalyse[Beleidsanalyse]; Beleidsanalyse --> Doelbepaling[Doelbepaling]; Doelbepaling --> Doelgroepanalyse[Doelgroepanalyse]; Doelgroepanalyse --> Strategiebepaling[Strategiebepaling]; Strategiebepaling -.-> Uitvoering[Uitvoering];
```

CASI

+ Strategieën kiezen

	Omgaan met aversie en scepsis	Gedrag behapbaar maken	Gevoel van kunnen vergroten	Inspelen op identiteit	Sociaal beïnvloeden	Benutten van automatisch gedrag	Associaties en emoties aan gedrag koppelen	Doelgericht kennis overdragen
Weerstand: aversie en scepsis	■						■	
Weerstand: inertia		■					■	
Zelfbeeld	■		■	■				
Automatische reacties en onbewuste associaties						■	■	
Emoties	■						■	
Sociale omgeving					■	■		
Fysieke omgeving		■				■		
Kunnen		■	■					
Kennis					■			■
Houding				■	■		■	■

CASI

+ Technieken kiezen

Gedrag behapbaar maken



Mensen zullen eerder het gewenste gedrag vertonen als het makkelijk is om te doen. Het helpt dus als je gedrag behapbaar maakt. Dat kan door concreet handelen te stimuleren of mensen een duwtje in de goede richting te geven. Hieronder staan verschillende manieren waarop je dit kunt doen. Wat zou voor jouw doelgroep kunnen werken?

Doelen stellen

Concrete doelen helpen bij gedragsverandering. Je kunt daarom mensen aanmoedigen om effectieve gedragsdoelen te formuleren. Hoe concreter, hoe beter. Dus liever 'Ik wil drie keer per week een half uur fietsen' dan 'Ik wil meer sporten'. Te ambitieuze doelen kunnen demotiveren omdat ze minder vaak worden behaald, maar een doel moet ook hoog genoeg zijn om te inspireren. Je kunt een middenweg vinden met een laag-hoog-doel, zoals: 'Ik wil twee tot vier keer per week een half uur fietsen'.

Zelfsturing

Mensen kunnen ook zichzelf sturen met duwtjes in omgeving. Bijvoorbeeld snacks weg leggen of instellen om te bewegen. Er bestaan hiervoor stee hulpmiddelen. Denk aan Sticck.com, een site waar voornemen vastlegt, daar geld op inzet en andere dit te controleren. De overheid kan zelfsturing ook bijvoorbeeld door gokverslaafden de mogelijkheid zichzelf op de zwarte lijst van casino's te zetten.

Standaardkeuze (default)

Mensen zullen vaak doen wat als standaardkeuze (default) wordt gepresenteerd. Dit komt onder andere omdat ze erop vertrouwen dat dit een goede keuze is. Het scheelt ze de moeite om erover na te denken. Dit kun je benutten door van het gewenste gedrag de standaardkeuze te maken. Bijvoorbeeld door standaard geen plastic tasje meer mee te geven of door de gewenste keuze al aan te vinken op een website.

Coaching

Inspele op identiteit



We hebben een grote innerlijke behoefte aan een positief zelfbeeld. Zelfbeeld kan daardoor een krachtige drijfveer zijn voor gedrag. Wanneer iemands identiteit wordt bedreigd, kan er juist weerstand optreden. Verschillende interventies kunnen dit gegeven positief benutten om gedrag te veranderen. Wat zou voor jouw doelgroep kunnen werken?

Aanspreken op rol (altercasting)

Met deze interventie plaats je iemand in een sociale rol om het bijbehorende gewenste gedrag te stimuleren. Dit kan op directe wijze, zoals de Belastingdienst doet. Die spreekt mensen toe in de rol van ouders die het belangrijk vinden om de zaken voor hun kind goed te regelen. Op die manier worden ze gestimuleerd om wijzigingen die relevant zijn voor de kindertoeslag, op tijd door te geven. Daarnaast kun je indirect, door inzet van een boodschapper, de ontvanger automatisch in een bepaalde rol zetten. Zo roept een kind bij mensen beschermende gevoelens op. Dat kan effectief zijn in het overbrengen van een boodschap tegen bijvoorbeeld steekwapens.

Persoonlijk maken

Het verzoek aanpassen aan de persoon verhoogt de kans op succes. Je voelt je namelijk meer aangesproken en de boodschap is relevanter voor je. Een brief met een persoonlijke aanhef zorgt al voor meer respons dan 'Geachte heer, mevrouw,'.

Waarden activeren

Het activeren van waarden zorgt vaak voor gedrag dat past bij hogere doelen en bij hoe mensen echt zijn. Bovendien is waardegedreven gedrag vaak langduriger van aard. Medewerkers van een overheidsorganisatie printen bijvoorbeeld minder wanneer ze eerst de vraag krijgen welke milieuwwaarden ze bezitten. In een ander voorbeeld werden kinderen gevraagd naar hun carrièreambities en of tandenpoetsen daarvoor belangrijk was. Op die manier werden hun waarden gekoppeld aan tandenpoetsen.

Trots aanspreken

Trots is een positieve emotie die mensen laat nadenken over zichzelf. Door mensen te complimenteren met hun gedrag, bijvoorbeeld milieuvriendelijk gedrag te prijzen, stimuleer je hen om vol te houden. Ook kun je inspele op toekomstige trotse gevoelens die gepaard gaan met het gewenste gedrag, waarmee je de doelgroep stimuleert het ook daadwerkelijk te gaan doen. Dit kan bijvoorbeeld door beelden te laten zien van een persoon die vrijwilligerswerk doet en hiervoor wordt geprezen door zijn omgeving.

DOE-MEE tool

Met kennis van gedrag beleid maken



DOE-MEE tool

- + Ontwikkeld door BIT I&W (en biedt intern workshops aan)
- + Generieke tool; niet alleen voor beleid, ook uitvoering, toezicht, organisatievraagstukken

DOE-MEE tool

4 stappen:

- 1) **D**oorgronden (afbakenen beleidsopgaven en gedragsanalyse)
- 2) **O**ntwerpen (ontwikkelen interventies)
- 3) **E**xperimenteren (testen interventies)
- 4) **M**onitoring **E**n **E**valuatie (monitoren en evalueren beleid)

DOE-MEE tool

Tool onderscheidt 5 typen gedragsfactoren:

- 1) Motieven
- 2) Bekwaamheden (kennis & vaardigheden)
- 3) Omstandigheden
- 4) Sociale omgeving
- 5) Menselijke keuzeprocessen

Interventiekompas



InterventieKompas
Gedragsanalyse voor handhaving en toezicht

- + Specifiek voor toezichthoudende en/of handhavende organisaties en inspectiediensten
- + Hoe kun je ervoor zorgen dat personen en bedrijven de regels naleven?
- + Tool biedt houvast om gesprek te voeren
- + Door beïnvloedende factoren in kaart te brengen

Interventiekompas



InterventieKompas
Gedragsanalyse voor handhaving en toezicht

- + 1. Projectgegevens
- + 2. Doelgroepanalyse
- + 3. Doelgroepverdeling
- + 4. Koers bepalen

Door beïnvloedende factoren in kaart te brengen, krijg je advies over de oplossingsrichting

Hier zie je jouw antwoorden weergegeven in het kompas.
Uitschieters geven aan in welke richting relevante interventies te vinden zijn.



Selecteer wie je wilt beïnvloeden.
Het kompas toont de onderdelen die van toepassing zijn.



Interventie Toolbox



- + Ontwikkeld door Nederlandse Arbeidsinspectie
- + Om een interventiemix te bepalen in toezichtprogramma's
- + Onderbouwing voor keuzes en interventies worden expliciet gemaakt
- + Deelnemers werken mee aan denkproces → draagvlak

Stap 1 Kies de doelgroep/risico's

- Tools kiezen m.b.v. 'keuzewijzer kiezen'



Stap 2 Begrijp de doelgroep(en) m.b.v. 'keuzewijzer begrijpen'



Stap 3 Kies een aanpak

Kies een interventie(mix)

Vormgeven van de gekozen interventie(mix)

Interventiewijzer

Overzichtstabel



Gebruik de interventiewijzer om te bepalen welke interventie het meest geschikt is voor jouw doelgroep



Niet-willer

- > Maakt kosten-baten afweging
- > Doet wat anderen doen



Niet-kunner

- > Kan niet



Niet-weter

- > Weet niet



Nalever

- > Geholpen
- > Niet-geholpen

Stap 4 Effect onderzoeken

Moet inzichtelijk maken of de (operationele) doelen van een programma zijn bereikt en of de ingezette interventie(mix) daaraan heeft bijgedragen.

**Heb je iets nieuws
gehoord?**

Hulpvragen voor gebruik van tools

Handig voor gebruik van een tool

- + Enige (basis)kennis van gedragsverandering
- + Betrekken contactpersoon gedrag van jouw departement (zie binnl.nl)

Hoe kies je?

- + Aard van het vraagstuk
- + Wat vind je zelf belangrijk bij gebruik van een tool

Stel de juiste vraag

Richt de tool zich op beleid, communicatie of toezicht?

Voor welke doelgroepen is de tool?

Waar wordt de tool in praktijk het meest voor gebruikt?

Welke gedragsbepalers zitten in de tool?

Op wat voor soort interventies en strategieën kom je uit met de tool?

Hoe ondersteunt de tool de gebruiker?

Hoe helpt de tool als het gedragsvraagstuk nog niet concreet is?

Beleid, communicatie of toezicht?

- + Alle tools kijken naar brede pallet
 - + Verschil in focus
- Komt tot uiting in gedragsbepalers/factoren, werkproces, soort interventies

Welke doelgroepen?

- + Generieke tools
- + Tools met specifieke aandacht voor bedrijven. Want organisatiekenmerken en beslisstructuren ook relevant:
 - Bedrijventool
 - Interventietoolbox (specifiek voor bedrijven waar Nederlandse Arbeidsinspectie toezicht op houdt)

Waarvoor in praktijk meest gebruikt?

Vaker ingezet voor gedragsanalyse:

Bedrijventool

Doe MEE

Op weg helpen/ter inspiratie:

Doe MEE

InterventieKompas

Ingezet voor zowel gedragsanalyse als
interventieontwikkeling:

Behaviour Change Wheel

CASI

InterventieKompas

Interventietoolbox

Volledig gedragstraject ondersteunen:

Behaviour Change Wheel

Bedrijventool

CASI

Interventietoolbox

Hoe ondersteunen de tools jou?

- + Diverse vormen van ondersteuning:
 - Werkproces (wie betrek je, hoe geef je sessies vorm)
 - Handleiding
 - Online omgeving
 - Sessies
 - Werkbladen
 - Werkvormen

Hoe ondersteunen de tools jou?

- + Behaviour Change Wheel: beschreven in boek van Susan Michie incl. werkbladen, BCT's Taxonomy-app.
- + Bedrijventool: online tool. Toelichting gebruik in tool zelf (toolgedragsveranderingbedrijven.nl).
- + CASI: Werkwijze beschreven in handleiding, werkbladen, Miro-templates, kaarten interventiestrategieën. Training voor rijksambtenaren.

Hoe ondersteunen de tools jou?

- + Doe MEE: werkwijze beknopt in brochure, werkblad voor fysieke sessies.
- + Interventiekompas: online tool. Toelichting gebruik in tool zelf www.interventiekompas.nl
- + Interventietoolbox: online tool. Toelichting gebruik in tool zelf. Biedt verschillende werkvormen: hiervoor zijn handleidingen, werkbladen voor fysieke sessies.



Hoe helpen tools als gedragsvraagstuk nog niet zo concreet is?

- + Alle tools gericht op formuleren concreet gedragsdoel (foto kunnen maken)
- + Meeste tools bieden hulpvragen om doelgedrag zo concreet mogelijk te maken:
 - Welk gedragsdoel is geschikt om nu aan te werken?
 - Wie is precies de doelgroep?
 - Hoe ziet hetgeen zij moeten doen eruit?
 - Kijk naar hoe kansrijk het is?
 - Etc.



**Welke
gedragsbepalers
zitten in de tools?**

Welke gedragsbepalers zitten in de tools?

- + Tools hanteren verschillende groeperingen/clusters

Welke gedraagsbepalers zitten in de tools?

CASI > Hulpblad gedragsbepalers > Doelgroepanalyse



<p>Weerstand</p> <p>Weerstand is een sterk motief om gedrag niet te vertonen. Er zijn drie vormen. Het is belangrijk om ze in de juiste volgorde weg te nemen:</p> <ol style="list-style-type: none"> Aversie: mensen voelen zich gedwongen tot verandering en verzetten zich om het gevoel van autonomie terug te krijgen Scopsis: mensen zijn niet overtuigd van het nut van de verandering of wantrouwen de afzender en komen met tegenargumenten Inertia: mensen zijn passief, omdat de interesse in verandering ontbreekt of ze er tegenop zien. <p>Speelt (een vorm van) weerstand een belangrijke rol? Kun je deze weerstand tegen gedragsverandering verminderen?</p>	<p>Zelfbeeld</p> <p>Het beeld dat we van onszelf hebben, is een belangrijke bepaler van ons gedrag en hangt nauw samen met onze waarden. Wanneer gedrag in lijn ligt met ons zelfbeeld, zijn we eerder intrinsiek gemotiveerd. Je kunt een bestaand zelfbeeld makkelijker activeren dan veranderen. Als het doelgedrag niet past bij ons zelfbeeld, is de kans daarom kleiner dat we het gaan vertonen.</p> <p>Hoe belangrijk is het gedrag voor het zelfbeeld? Op welke waarden van mensen kun je inspelen?</p>	<p>Automatische reacties en onbewuste associaties</p> <p>Veel van ons gedrag doen we automatisch, zonder dat we hoeven na te denken of een bewuste keuze hoeven te maken. Denk aan praten, eten, slapen. Ook communicatie roept onbewust (en soms onbedoeld) associaties op. Zo kunnen beelden van mensen in nood weerzin oproepen in plaats van medeleven en zo leiden tot een automatische vermijdingsreactie. Het is vaak makkelijker om wenselijke automatismen te benutten dan om ongewenst automatisch gedrag te doorbreken.</p> <p>Zijn er automatische reacties of onbewuste associaties die het gedrag oproepen? Welke kun je benutten of veranderen?</p>	<p>Emoties</p> <p>Specifieke gevoelens, zoals angst, blijdschap of verbazing, zijn een belangrijke motivatie voor gedrag. Emoties kunnen ontstaan wanneer belangrijke waarden of behoeften worden aangesproken of bedreigd. Bij heftige emoties staan mensen niet meer open voor een inhoudelijke boodschap. Het is dan belangrijk om de bron van de emoties te achterhalen. Voorgestelde emoties zijn beter te beïnvloeden dan emoties die mensen direct ervaren. Door emoties te erkennen of op te roepen, kun je hun invloed op gedrag verzwakken of juist versterken.</p> <p>In hoeverre spelen emoties een rol bij het gedrag? Waar kun je op inspelen?</p>	
<p>Sociale omgeving</p> <p>De mensen om ons heen beïnvloeden ons gedrag: familie, vrienden en collega's, maar ook mensen die we als autoriteit zien. Twee normen spelen hierbij een rol:</p> <ul style="list-style-type: none"> Injunctieve norm: de perceptie van wat voor ons belangrijke mensen gewenst gedrag vinden. Dit komt niet altijd overeen met de (wettelijke) regels. Descriptieve norm: de perceptie van wat deze andere mensen doen. <p>Als deze twee normen verschillen, dan heeft de descriptieve norm meestal een sterker effect op gedrag dan de injunctieve norm of de regels.</p> <p>Hoe beïnvloeden anderen het gedrag? Van welke normen kun je gebruikmaken?</p>	<p>Fysieke omgeving</p> <p>Het ontwerp van de omgeving bepaalt hoe mensen keuzes maken, zowel online als offline. Dit wordt keuze-architectuur genoemd. Die is nooit neutraal en duwt mensen in een bepaalde richting. Zo kan gedrag moeilijker of makkelijker worden door obstakels (verkeersdrempels) of hulpmiddelen (keuzehulp) in de omgeving. Ook kan de omgeving een bepaalde gedragsnorm communiceren, bijvoorbeeld: een rommelige straat zegt dat sociaal gedrag mag. Een ingreep in de fysieke omgeving kan aandacht trekken en ander gedrag stimuleren.</p> <p>Hoe beïnvloedt de fysieke omgeving het gedrag? Kun je omgevingselementen aanpassen?</p>	<p>Kunnen</p> <p>Als mensen het gedrag kunnen vertonen, zullen ze dat ook eerder doen. Omgekeerd vormt 'niet kunnen' een belemmering, iets kunnen is afhankelijk van vaardigheden, middelen en de situatie (denk aan tijd en stress). Ook het gevoel dat je het kunt (eigen effectiviteit) speelt een grote rol. Het gevoel competent te zijn, is belangrijk voor intrinsieke motivatie. Dit gevoel is makkelijker te beïnvloeden dan vaardigheden en middelen.</p> <p>In hoeverre zijn mensen in staat om hun gedrag te veranderen?</p>	<p>Kennis</p> <p>Weten wat de voor- en nadelen van bepaald gedrag zijn, helpt bij het maken van keuzes. Daaronder valt ook kennis over risico's van gedrag. Kennis kan dus de houding ten aanzien van het gedrag beïnvloeden. Echter, niet alle kennis is belangrijk om een afweging te maken. Zoek naar wat relevant is voor je doelgroep. Je kunt nieuwe kennis overbrengen, maar ook proberen om misvattingen te corrigeren. Let op: (meer) correcte kennis leidt niet automatisch tot het gewenste gedrag.</p> <p>Weten mensen voldoende over het gedrag? Zijn er misvattingen die je moet wegnemen?</p>	<p>Houding</p> <p>Als mensen positief staan tegenover gedrag, zullen ze het eerder uitvoeren, vooral als het iets nieuws is. Naast weten wat voor- en nadelen van gedrag zijn, gaat het vooral om de waarde die eraan wordt toegekend. Wanneer we iets belangrijk vinden om te doen, zijn we intrinsiek gemotiveerd. Er kan echter wel een verschil zitten tussen iemands houding en zijn/haar gedrag, bijvoorbeeld vanwege belemmeringen in de omgeving of het eigen kunnen. Ook het beïnvloeden van risicoperceptie kan relevant zijn voor de houding.</p> <p>Hoe staan mensen tegenover het gedrag? Kun je de afweging van voor- en nadelen beïnvloeden?</p>

oorden weergegeven in het kompas. n welke richting relevante interventies te vinden zijn.



Wat voor soort interventies en strategieën?

- + Handig is: duidelijke link tussen gedragsbepalers en strategieën
- + Onderscheidende technieken hangen vaak samen met focus van de tool (beleid, communicatie of toezicht)

Wat voor soort interventies en strategieën?

- + CASI: 8 **strategieën** met in totaal 51 **technieken**
- + Voorbeeld: *Inspelen op identiteit*:
 - Aanspreken op rol
 - Persoonlijk maken
 - Waarden activeren
 - Trots aanspreken

Inspelen op identiteit



We hebben een grote innerlijke behoefte aan een positief zelfbeeld. Zelfbeeld kan daardoor een krachtige drijfveer zijn voor gedrag. Wanneer iemands identiteit wordt bedreigd, kan er juist weerstand optreden. Verschillende interventies kunnen dit gegeven positief benutten om gedrag te veranderen. Wat zou voor jouw doelgroep kunnen werken?

Aanspreken op rol (altercasting)

Met deze interventie plaats je iemand in een sociale rol om het bijbehorende gewenste gedrag te stimuleren. Dit kan op directe wijze, zoals de Belastingdienst doet. Die spreekt mensen toe in de rol van ouders die het belangrijk vinden om de zaken voor hun kind goed te regelen. Op die manier worden ze gestimuleerd om wijzigingen die relevant zijn voor de kindertoeslag, op tijd door te geven. Daarnaast kun je indirect, door inzet van een boodschapper, de ontvanger automatisch in een bepaalde rol zetten. Zo roept een kind bij mensen beschermende gevoelens op. Dat kan effectief zijn in het overbrengen van een boodschap tegen bijvoorbeeld steekwapens.

Persoonlijk maken

Het verzoek aanpassen aan de persoon verhoogt de kans op succes. Je voelt je namelijk meer aangesproken en de boodschap is relevanter voor je. Een brief met een persoonlijke aanhef zorgt al voor meer respons dan 'Geachte heer, mevrouw,'.

Waarden activeren

Het activeren van waarden zorgt vaak voor gedrag dat past bij hogere doelen en bij hoe mensen echt zijn. Bovendien is waardegedreven gedrag vaak langduriger van aard. Medewerkers van een overheidsorganisatie printen bijvoorbeeld minder wanneer ze eerst de vraag krijgen welke milieuwwaarden ze bezitten. In een ander voorbeeld werden kinderen gevraagd naar hun carrièreambities en of tandenpoetsen daarvoor belangrijk was. Op die manier werden hun waarden gekoppeld aan tandenpoetsen.

Trots aanspreken

Trots is een positieve emotie die mensen laat nadenken over zichzelf. Door mensen te complimenteren met hun gedrag, bijvoorbeeld milieuvriendelijk gedrag te prijzen, stimuleer je hen om vol te houden. Ook kun je inspelen op toekomstige trotse gevoelens die gepaard gaan met het gewenste gedrag, waarmee je de doelgroep stimuleert het ook daadwerkelijk te gaan doen. Dit kan bijvoorbeeld door beelden te laten zien van een persoon die vrijwilligerswerk doet en hiervoor wordt geprezen door zijn omgeving.



Overzicht van de tools



Beleidsontwikkeling en -
uitvoering:

[DOE-MEE tool – Met kennis
van gedrag beleid maken](#)



Beleidsontwikkeling, -
uitvoering en -toezicht:

[Tool Gedragsbeïnvloeding bij
bedrijven](#)



Toezicht:

[De Interventietoolbox](#)



Beleidsontwikkeling en -
uitvoering:

[Behaviour Change Wheel](#)



Toezicht:

[Het InterventieKompas](#)



Communicatie:

[Communicatie Activatie
Strategie Instrument \(CASI\)](#)

Welke tools zijn er nog meer?

- + Intervention Mapping → kort toelichten
- + Tools van adviesbureaus

Vragen

