



# Communicatiemethoden voor ondersteunen gedrag | Matrix en voorbeelden

1 oktober 2021; RIVM Corona Gedragsunit

## Introductie

Tijdens de coronacrisis is veel kennis opgedaan over factoren die van invloed zijn op gedrag. Ook hebben we meer geleerd over communicatiemethoden waarmee we gedrag kunnen ondersteunen. Denk aan voorlichtingscampagnes over testen, persconferenties, rolmodellen die informatie delen of gerichte benadering van doelgroepen bij vaccineren.

Door te begrijpen welke factoren van invloed zijn op iemands gedrag, en welke methoden hierbij passen, kun je succesvoller zijn in het ondersteunen van gedrag.

In dit document beschrijven we deze factoren en de communicatiemethoden die daarbij passen. We maken de theorie levend en toepasbaar met voorbeelden uit de praktijk.

Vanuit de RIVM Corona Gedragsunit bieden we dit document aan als hulpmiddel voor professionals bij het ontwikkelen van communicatiematerialen en interventies om gedrag te ondersteunen. De coronacrisis vormt de inspiratiebron waarop de voorbeelden zijn gebaseerd, maar de matrix is ook te gebruiken bij andere thema's waarbij het gaat om ondersteunen van gedrag.

Dit document en de matrix zijn gebaseerd op het eerder verschenen artikel [Communicatiemethoden voor ondersteunen gedrag](#)

Bekijk ook onze gerelateerde documenten:

- [Basisdocument Preventiegedrag en Welzijn](#)
- [Stappenplan Overheidscommunicatie Interventies](#)

## Gebruik van dit document

U vindt in dit document (1) [een korte beschrijving van factoren](#) die van invloed zijn op gedrag en (2) [communicatiemethoden](#) voor het ondersteunen van gedrag.

Vervolgens wordt (3) een [matrix](#) gepresenteerd. Per factor zijn er meerdere communicatiemethoden die kunnen leiden tot passende ondersteuning. Via de matrix ziet u welke methoden bij welke factoren passen. Alle combinaties van factoren en methoden zijn in principe mogelijk. In de matrix worden enkele combinaties uitgewerkt, zodat u meegenomen wordt in hoe de uitwerking ervan in de praktijk eruit kan zien.

Door in de matrix te klikken op 'voorbeeld' komt u bij de praktijkvoorbeelden, waarin een communicatiemethode is ingezet om een bepaalde factor te ondersteunen. Dit zijn recente voorbeelden uit de coronacrisis. Als bijvoorbeeld de sociale omgeving voor uw doelgroep of voor een specifieke casus een belangrijke factor van invloed is, dan kunt u voorbeelden bekijken waarbij 'modeling' of 'peer education' is ingezet.

Als u (nog) geen inzicht heeft in wat de belangrijkste 'factoren van invloed' zijn voor uw doelgroep of uw casus, dan kunt u daar eerst onderzoek naar doen. Het [Stappenplan](#) kan hierbij helpen.

## 1. Factoren van invloed op gedrag



### Risicoinschatting

Als mensen denken dat er een grote kans is dat ze zelf besmet raken en anderen besmetten én als de gevolgen van een besmetting hen ernstig lijken, kunnen ze meer geneigd zijn om de maatregelen na te leven.



### Capaciteit en motivatie om vol te houden

Het volhouden van de maatregelen vergt fysieke en mentale energie. Als fysieke en mentale reserves beperkt zijn door aanhoudende stress, vermoeidheid of uitputting, dan kan iemand minder goed zijn gedrag aanpassen of controleren.



### Responseeffectiviteit

Mensen zijn eerder geneigd maatregelen na te leven als ze geloven dat de maatregelen werken in het reduceren van het besmettingsrisico.



### Omgeving en sociale invloeden

Een fysieke en sociale omgeving die het gewenste gedrag ondersteunt, speelt een grote rol bij het volhouden van gedrag. Denk aan de inrichting van de fysieke leefomgeving en wat men anderen ziet doen (sociale omgeving).



### Self-efficacy en (sociale) barrières

Mensen moeten er vertrouwen in hebben dat ze de geldende maatregelen goed en consistent kunnen naleven, en dat ze dit ook kunnen in lastige situaties. Daarbij zijn steun, vaardigheden en motivatie belangrijk.



### Ervaren rechtvaardigheid

Mensen zijn meer geneigd om maatregelen na te leven als ze het gevoel hebben dat die maatregelen rechtvaardig zijn. Daarbij gaat het om de maatregelen zelf en om de vraag of de lasten eerlijk verdeeld zijn over verschillende burgers en verschillende groepen in de samenleving.



### Zelfregulatie en gewoontes

Mensen gebruiken allerlei verschillende zelfregulatiestrategieën om door hen zelf gestelde doelen te bereiken. Een belangrijk onderdeel van zelfregulatie is het omgaan met gewoontes.

Zie ook: [Basisdocument Preventiegedrag en Welzijn](#)

[Direct naar de matrix](#)

## 2. Communicatiemethoden bij het ondersteunen van gedrag

Methoden	Hoe?
Bewustwording / bewustzijn vergroten	Bied informatie over oorzaken en gevolgen van besmettingen op een concrete, begrijpelijke manier aan. Benoem nut en noodzaak van maatregelen en gevolgen van wel en niet naleven van de maatregelen (voor jezelf en anderen).
Framing	Benadruk de positieve gevolgen van naleven van de maatregelen (winst-frame) of de nadelige gevolgen van niet naleven van de maatregelen van het gewenste gedrag (verlies-frame).
Risico-personalisering	Zorg ervoor dat mensen een zorgvuldige afweging kunnen maken van de risico's en de mogelijke gevolgen van het niet naleven van de maatregelen.
Geanticiperde spijt	Stimuleer mensen om vooraf goed na te denken over gedragskeuzes ("hoe zou je je voelen als...").
Action planning	Help mensen om concrete plannen te maken die het voor hen makkelijker maken om de maatregelen na te leven.
Coping planning	Daag mensen uit om van tevoren na te denken over mogelijke obstakels die het naleven van de maatregelen moeilijk zouden kunnen maken, en help ze oplossingen te verzinnen.
Steun faciliteren	Benoem bestaande mogelijkheden voor praktische en emotionele steun. Moedig het vragen en aanbieden van hulp aan en maak dit makkelijk.
Overtuiging	Leg het wie, wat, waarom en hoe van elke maatregel eenduidig uit. Spreek vertrouwen uit dat mensen de maatregelen kunnen naleven.
Herattributie	Help mensen om 'fouten' – voorvallen waarin ze maatregelen niet goed naleefden – te zien als situatiegebonden momentopnames, en 'successen' – voorvallen waarin ze de maatregelen wel goed naleefden – als stabiel en persoonsgebonden.
Implementatie intenties	Vertaal de maatregelen in concrete 'als-dan' plannen. "Als u boodschappen gaat doen, dan gaat u alleen." Op deze manier kan de betreffende situatie vanzelf het goede gedrag 'opwekken'.
Fysieke omgeving veranderen	Leg uit welke omgevingsaspecten welk gedrag kunnen uitlokken en pas waar mogelijk de publieke omgeving zodanig aan dat deze naleving van de maatregelen makkelijker maakt.

Methoden	Hoe?
Erkennen	Erken dat weerstand en negatieve emoties bestaan en dat naleving soms lastig is, en toon hier begrip voor.
Grotere doel	Maak concreet welke grotere doelen nagestreefd worden en welke maatregelen op welke manier bijdragen aan het bereiken van dat doel.
Perspectief bieden	Wees zo concreet mogelijk over toekomstige verbeteringen. Mensen hebben een perspectief nodig om zich op te richten.
Autonomie benadrukken	Spreek vertrouwen uit dat iedereen wil bijdragen aan de oplossing van het probleem. Benoem dat iedereen een eigen verantwoordelijkheid heeft voor het verloop van de crisis.
Belonen	Benoem en beloon naleving van de maatregelen.
Sociale normen	Communiceer dat uit onderzoek blijkt (mits dat zo is) dat mensen zich veelal aan de meeste maatregelen houden en ook achter de maatregelen staan.
Sociale druk weerstaan	Bied mensen die zich aan de maatregelen willen houden handvatten om te kunnen omgaan met sociale situaties waarin druk wordt uitgeoefend om de maatregelen niet na te leven.
Modeling & Peer Education	Laat waar mogelijk zien dat invloedrijke mensen uit verschillende doelgroepen de maatregelen naleven en dat zij dit belangrijk vinden.
Sociale netwerk inzetten	Activeer bestaande sociale netwerken voor het verspreiden van informatie en het benadrukken van het belang van het naleven van de maatregelen.
Transparantie	Leg helder uit hoe maatregelen tot stand zijn gekomen; bijvoorbeeld welke procedures daarbij gevolgd zijn, wie in het beslisproces meegenomen zijn, en hoe afwegingen gemaakt zijn.
Proces deelname	Betrek stakeholders bij keuzes.



# Voorbeelden (1)

Op deze pagina ziet u voorbeelden waarbij een specifieke communicatiemethode is ingezet om bepaalde factoren die van invloed zijn op gedrag, te ondersteunen.

[Terug naar de matrix](#)

## Voorbeeld A

Methode: [Bewustwording / bewustzijn vergroten](#)

Factor van invloed: [\(1\) Risicoinschatting](#), [\(2\) Responseffectiviteit](#), [\(3\) Self-efficacy en \(sociale\) barrières](#)

### Bewustzijn bevorderen

- Lokale cijfers op het [Coronadashboard](#)
- Visualisaties van de [gevolgen van corona voor het lichaam](#)
- Reportageserie [“Zij stierven door corona”](#)
- [Uitwerking van de maatregelen](#) door expertisecentrum Pharos
- [Filmpje met uitleg over de maatregelen](#) van de stichting Voorlichters Gezondheid

### Bewustwording van effecten

De beeldende uitleg van Diederik Jekel over het [samenspel van de maatregelen](#) is een goed voorbeeld van het uitleggen van nut en noodzaak van de maatregelen.

## Voorbeeld B

Methode: [Framing](#)

Factor van invloed: [Risicoinschatting](#)

Het expliciet maken van de opbrengst van de maatregelen, bijvoorbeeld door deze uit te drukken in [voorkómen IC-opnames](#).

Zeker bij een verlies-frame moet ook altijd handelingsperspectief geboden worden. Deze strategie is alleen effectief als ze gepaard gaat met een groot of groeiend gevoel van self-efficacy.

## Voorbeeld C

Methode: [Risicopersonalisering](#)

Factor van invloed: [Risicoinschatting](#)

[Communicatie over ‘long covid’](#); langdurende en ernstige gezondheidsschade onder een grote groep vooral jonge, vooraf gezonde mensen die een coronabesmetting hebben doorgemaakt. Om een geïnformeerde afweging te kunnen maken is het voor deze doelgroep van belang om te weten dat corona ook voor hen zware gevolgen kan hebben.

## Voorbeelden (2)

Op deze pagina ziet u voorbeelden waarbij een specifieke communicatiemethode is ingezet om bepaalde factoren die van invloed zijn op gedrag, te ondersteunen.

[Terug naar de matrix](#)

### Voorbeeld D

Methode: [Geanticiperde spijt](#)

Factor van invloed: (1) [Responseffectiviteit](#), (2) [Capaciteit en motivatie om vol te houden](#)

Onderdeel van de speech van Hugo de Jonge tijdens de [persconferentie van 20 januari 2021](#): “Hoe groot zou de spijt zijn als we nu afwachten en over een week of drie achterom kijken en zien dat we kostbare kansen hebben laten liggen.”

### Voorbeeld E

Methode: [Action planning](#)

Factor van invloed: (1) [Self-efficacy en \(sociale\) barrières](#), (2) [Zelfregulatie en gewoontes](#)

De concrete handelingsperspectieven die worden geboden in de [factsheet 'Tips om veilig de feestdagen te vieren in coronatijd'](#) zijn een goed voorbeeld van de manier waarop action planning ondersteund kan worden met communicatie.

### Voorbeeld F

Methode: [Coping planning](#)

Factor van invloed: (1) [Self-efficacy en \(sociale\) barrières](#), (2) [Zelfregulatie en gewoontes](#)

Een voorbeeld is de '[wijs op reis](#)' informatie van de overheid uit juni 2020.

Benoem ook concreet manieren waarop organisaties, overheden en besturen (bijvoorbeeld regionale overheden, werkgevers, sociale organisaties en geloofsgemeenschappen) voorzieningen kunnen treffen en structuren zo aan kunnen passen dat naleving van de maatregelen makkelijker wordt, zoals in [de informatie voor werkgevers](#) op de Rijksoverheidswebsite [Ondernemersplein](#).

## Voorbeelden (3)

Op deze pagina ziet u voorbeelden waarbij een specifieke communicatiemethode is ingezet om bepaalde factoren die van invloed zijn op gedrag, te ondersteunen.

[Terug naar de matrix](#)

### Voorbeeld G

Methode: [Steun faciliteren](#)

Factor van invloed: [Self-efficacy en \(sociale\) barrières](#)

- Het [landelijke platform voor coronahulp](#)
- De [Quarantainegids](#) met concrete uitleg over hulp en steun
- Hugo de Jonge tijdens de [persconferentie van 12 januari 2021](#): “En natuurlijk is het lastig om binnen te blijven. Als je niet goed weet wie je kan helpen met boodschappen, of met de hond, bijvoorbeeld. Er is hulp. Altijd. Vrijwilligers van tal van organisaties, zoals het Rode Kruis,.....”

### Voorbeeld H

Methode: [Overtuiging](#)

Factor van invloed: (1) [Self-efficacy en \(sociale\) barrières](#), (2) [Zelfregulatie en gewoontes](#), (3) [Capaciteit en motivatie om vol te houden](#)

- [Uitleg van de Nederlandse maatregelen](#) op de website van de Rijksoverheid
- De [video-animaties in begrijpelijke taal](#) van de Stichting Lezen en Schrijven
- Mark Rutte in zijn [toespraak van 16 maart 2020](#): “Samen komen we deze moeilijke periode te boven.”

### Voorbeeld I

Methode: [Herattributie](#)

Factor van invloed: (1) [Self-efficacy en \(sociale\) barrières](#), (2) [Zelfregulatie en gewoontes](#), (3) [Capaciteit en motivatie om vol te houden](#)

- [Televisiecommercial](#) over afstand houden tijdens de feestdagen, waarbij het niet naleven van de 1,5 meter afstand op herkenbare wijze als situatiegebonden ‘fout’ in beeld is gebracht.
- Mark Rutte tijdens de [persconferentie van 17 november 2020](#): “De cijfers laten zien dat de maatregelen werken. Of eigenlijk dat ons gedrag werkt. (...) Ik vind dat een compliment aan ons allen. We kunnen dit dus blijkbaar samen nog een keer voor elkaar boksen.”

# Voorbeelden (4)

Op deze pagina ziet u voorbeelden waarbij een specifieke communicatiemethode is ingezet om bepaalde factoren die van invloed zijn op gedrag, te ondersteunen.

[Terug naar de matrix](#)

Voorbeeld J	Voorbeeld K	Voorbeeld L
<p>Methode: <a href="#">Implementatie intenties</a></p> <p>Factor van invloed: <a href="#">Zelfregulatie en gewoontes</a></p>	<p>Methode: <a href="#">Fysieke omgeving veranderen</a></p> <p>Factor van invloed: <a href="#">Zelfregulatie en gewoontes</a></p>	<p>Methode: <a href="#">Erkennen</a></p> <p>Factor van invloed: <a href="#">(1) Capaciteit en motivatie om vol te houden, (2) Ervaren rechtvaardigheid</a></p>
<p>De opsomming ‘wanneer was je je handen’ in de <a href="#">poster Goed je handen wassen</a> en het <a href="#">filmpje over handen wassen</a> zijn een voorbeeld, alhoewel de exacte ‘als-dan’ formulering – waarvan onderzoek laat zien dat deze uitvoering van het gedrag echt positief bevordert – ontbreekt. De poster en het filmpje bieden wel zeer duidelijke en concrete uitleg over hoe het gevraagde gedrag precies uitgevoerd moet worden; dit bevordert naleving.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Concrete tips van de Algemene Werkgeversvereniging Nederland over het veilig inrichten van de werkvloer</li><li>• Eenrichtingsverkeer invoeren in winkelstraten, cirkels tekenen in parken en handzeppompjes bij de ingangen van gebouwen plaatsen (wel belangrijk dat deze gevuld zijn en ook gemakkelijk te bedienen)</li><li>• Website IK HOU afstand VAN JOU van de Gemeente Amsterdam: bijv. tips over het veilig inrichten van je huiskamer als er mensen op bezoek komen.</li></ul>	<p>Mark Rutte tijdens de <a href="#">persconferentie van 12 januari 2021</a>: “Geen verrassend besluit dus, maar natuurlijk wel een enorme tegenvaller. En voor veel mensen ook een ongelooflijk lastige boodschap. (...) We zien het allemaal om ons heen gebeuren en we voelen het misschien ook zelf – onmacht, frustratie en ook moedeloosheid. Het wordt steeds moeilijker vol te houden en dat is ook begrijpelijk.”</p>



# Voorbeelden (5)

Op deze pagina ziet u voorbeelden waarbij een specifieke communicatiemethode is ingezet om bepaalde factoren die van invloed zijn op gedrag, te ondersteunen.

[Terug naar de matrix](#)

Voorbeeld M	Voorbeeld N	Voorbeeld O
<p>Methode: <a href="#">Grotere doel</a></p> <p>Factor van invloed: <a href="#">Capaciteit en motivatie om vol te houden</a></p>	<p>Methode: <a href="#">Perspectief bieden</a></p> <p>Factor van invloed: <a href="#">Capaciteit en motivatie om vol te houden</a></p>	<p>Methode: <a href="#">Autonomie benadrukken</a></p> <p>Factor van invloed: <a href="#">Capaciteit en motivatie om vol te houden</a></p>
<ul style="list-style-type: none"><li>Rijkscampagne 'Daar doe ik het voor' die in veel gemeentes is doorvertaald, bijvoorbeeld in <a href="#">Veldhoven</a> en in Nieuwegein</li><li><a href="#">#IStayHomeFor</a> challenge op Instagram</li></ul>	<p>Hugo de Jonge tijdens de <a href="#">persconferentie van 12 januari 2021</a>: "Vaccinatie is dé troef die we in handen hebben om uit deze ellende te komen. (...) En als alles meezit, dan moet het lukken om de meest kwetsbare mensen en de mensen die voor hen zorgen voor het begin van de lente beschermd te hebben. (...) Als zij gevaccineerd zijn, is dat een belangrijke stap richting een beschermde bevolking, richting minder maatregelen en meer vrijheid."</p>	<p>Mark Rutte beoogde dit bijvoorbeeld in zijn <a href="#">toespraak van 16 maart 2020</a>: "Ik reken op u."</p>

# Voorbeelden (6)

Op deze pagina ziet u voorbeelden waarbij een specifieke communicatiemethode is ingezet om bepaalde factoren die van invloed zijn op gedrag, te ondersteunen.

[Terug naar de matrix](#)

## Voorbeeld P

Methode: [Belonen](#)

Factor van invloed: [Capaciteit en motivatie om vol te houden](#)

Mark Rutte in zijn speech tijdens de [persconferentie van 7 april 2020](#): “Ten eerste dat ik vorig weekend echt trots was op ons land. Ondanks het stralende weer en met de nodige inzet van burgemeesters is het in het hele land gelukt de regels in acht te nemen. (...) En die paar uitzonderingen doen niets af aan het feit dat Nederland zich vorig weekend van zijn beste kant heeft laten zien. We hebben dit dus voor elkaar over.”

## Voorbeeld Q

Methode: [Sociale normen](#)

Factor van invloed: [Omgeving en sociale invloeden](#)

- [Een vol Vondelpark](#), bijvoorbeeld, kan de indruk wekken dat de meeste jongeren zich niet aan de maatregelen houden. Dat de meeste jongeren op dat moment níet in een park waren en zich wel aan de maatregelen hielden is minder zichtbaar. Het communiceren van sociale normen kan helpen om zo’n verkeerde perceptie van de norm bij te stellen.
- [Ferd Grapperhaus over Oudjaarsavond](#): “Het overgrote deel van de mensen heeft zich voortreffelijk opgesteld.”

## Voorbeeld R

Methode: [Sociale druk weerstaan](#)

Factor van invloed: [Omgeving en sociale invloeden](#)

Het topic “[Wat kan ik doen of zeggen als mijn vrienden zich niet aan de regels tegen corona houden?](#)” van het Nederlands Jeugdinstituut of op de website Coronaconflict.

# Voorbeelden (7)

Op deze pagina ziet u voorbeelden waarbij een specifieke communicatiemethode is ingezet om bepaalde factoren die van invloed zijn op gedrag, te ondersteunen.

[Terug naar de matrix](#)

## Voorbeeld S

Methode: [Modeling](#)

Factor van invloed: [\(1\) Omgeving en sociale invloeden](#), [\(2\) Ervaren rechtvaardigheid](#)

De manier waarop [Diederik Gommers](#) over de crisis en zijn omgang met de maatregelen communiceert via zijn Instagram account.

## Voorbeeld T

Methode: [Peer education](#)

Factor van invloed: [\(1\) Omgeving en sociale invloeden](#), [\(2\) Ervaren rechtvaardigheid](#)

Vooraanstaande [personen uit de moslimgemeenschap in Limburg](#) die informatie delen over vaccinaties.

## Voorbeeld U

Methode: [Sociale netwerk inzetten](#)

Factor van invloed: [\(1\) Omgeving en sociale invloeden](#), [\(2\) Ervaren rechtvaardigheid](#)

- De [Corona helpdesk door en voor statushouders](#)
- De website "Wij helpen nu" van het Samenwerkingsverband Marokkaanse Nederlanders
- De [Expertise-unit Sociale Stabiliteit](#) brengt vertegenwoordigers van verschillende gemeenschappen met elkaar in verbinding, onder andere om strategieën te bespreken om de coronamaatregelen binnen verschillende gemeenschappen onder de aandacht te brengen.

# Voorbeelden (8)

Op deze pagina ziet u voorbeelden waarbij een specifieke communicatiemethode is ingezet om bepaalde factoren die van invloed zijn op gedrag, te ondersteunen.

[Terug naar de matrix](#)

## Voorbeeld V

Methode: [Transparantie](#)

Factor van invloed: [Ervaren rechtvaardigheid](#)

Mark Rutte was in zijn speech tijdens de [persconferentie van 12 maart 2020](#) heel transparant over het feit dat we niet alle kennis tot onze beschikking hadden: “Feit is dat je in een crisis als deze met 50% van de kennis 100% van de besluiten moet nemen en de gevolgen daarvan dus ook moet dragen.”

## Voorbeeld W

Methode: [Proces deelname](#)

Factor van invloed: [Ervaren rechtvaardigheid](#)

Bij de totstandkoming van het [Jeugdpakket](#) ter ondersteuning van jongeren in coronatijd, zijn jongeren zelf en relevante organisaties nadrukkelijk betrokken. Ook is geld beschikbaar gesteld voor initiatieven vanuit jongeren zelf.