

LILIAN  
LENNART  
ROMY  
ROOS

# GEDRAGS- VERANDERING

Onderzoek naar het bereiken van gedragsverandering in  
een interventie voor mensen met obesitas



# Inhoud

1. Gedragsveranderingstechnieken
2. Eetwissel campagne
3. Nudging in apps
4. Reactance
5. Kleurgebruik

# 1 - Gedragsveranderingstechnieken

Een effectieve interventie om (extreem) overgewicht te behandelen bestaat uit:

1. Het implementeren van een gezond voedingspatroon
2. Zorgen voor meer beweging
3. Het toepassen van gedragsveranderingstechnieken

In dit hoofdstuk zoomen we specifiek in op nummer 3. Dus wat zijn goede gedragsveranderingstechnieken die gehanteerd kunnen worden in de strijd tegen obesitas?

**Volgens onderzoek werken de volgende punten bij zelfmonitoring als het gaat om het bereiken van gedragsverandering bij obesitas:**

- (SMART) doelen stellen (bijvoorbeeld op het gebied van streefgewicht, eetgedrag, wekelijkse aantal minuten bewegen, etc.)
- Werken met tussendoelen. Het bereiken van een doel is namelijk erg motiverend en geeft het gevoel dat je goed bezig bent. Door te werken met het tussentijds behalen van doelen bouw je op naar het bereiken van je einddoel.
- Doelgerichte feedback van een deskundige.
- Het monitoren van gewicht, voedselinname en fysieke activiteit verhoogt de bewustwording van onbekend gedrag en kan zorgen voor structuur. Uit onderzoek blijkt dat het consequent monitoren van gewicht & voeding zorgt voor het grootste gewichtsverlies. Het kan namelijk confronterend zijn om, na een tijdje van monitoren, te zien wat je eet- en beweeggedrag daadwerkelijk is.  
(RIVM, 2019)

**Andere essentiële punten voor gedragsverandering bij obesitas zijn:**

- Het vermijden van verleidingen is belangrijk, afleiding vinden tijdens moeilijke momenten waar de verleiding groot is om bijvoorbeeld iets ongezonds te eten kan helpen.
- Hulp/bemoediging van familie, vrienden, of een community zorgt ervoor dat gedragsverandering makkelijker is vol te houden.  
(Nederlandse Stichting Over Gewicht, z.d.)

# 1 - Gedragsveranderingstechnieken

## 1.1 – Wilskracht

Oude gewoontes afleren en dit blijvend vast kunnen houden kost enorm veel wilskracht. Wilskracht is *‘het vermogen om wat je wil doen ook te doen ondanks allerlei verleidingen om het anders te doen’* (Ensie, 2019). Hoe vaker op de dag je wilskracht nodig hebt, hoe moeilijker het wordt om iets te blijven volhouden. Daarom is een goede tip om de **taken of handelingen waar je het meest tegenop ziet in de ochtend te doen**. Dan heb je namelijk nog het meeste zelfcontrole. Daarnaast geeft het voor de rest van de dag een fijn gevoel als je bijvoorbeeld in de ochtend al gesport hebt (Marcus, 2018).

### Belonen

Een andere, belangrijke tip bij gedragsverandering en wilskracht is: beloon jezelf. Ook beloond worden door iemand anders is effectief. Als je ergens veel wilskracht nodig voor hebt gehad (bijvoorbeeld voor het bereiken van een doel), kan het bemoedigend zijn om daar een beloning voor te ontvangen. Hier zijn een aantal voorbeelden van:

- Een compliment van jezelf of van een ander krijgen
- Spreek met jezelf af dat je na het behalen van een doel een leuk uitje gaat plannen met een goede vriend
- “Als ik deze week 2x sport, mag ik ...(vul iets in)”

Een beloning hoeft dus niet duur of ingewikkeld te zijn, maar kan wel helpen om gedragsverandering vol te houden. (Baumeister & Tierney, 2012)

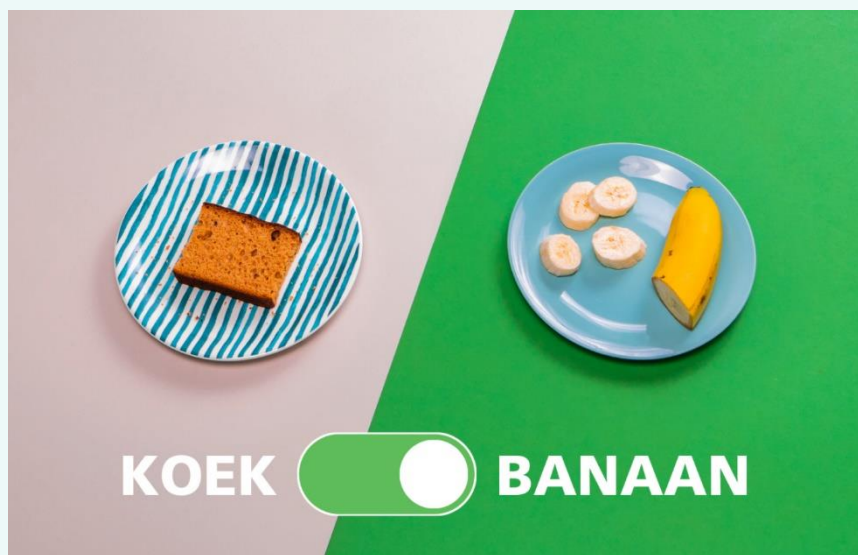
## 2 - Eetwissel campagne

Het Voedingscentrum introduceerde in 2019 een campagne – de Eetwissel campagne – die mensen er bewuster van zou moeten maken dat het bereiken van een gezond eetpatroon niet ingewikkeld hoeft te zijn. De campagne stimuleerde mensen om voor gezondere opties te gaan qua eten. De campagne richtte zich op het zetten van kleine stapjes in het veranderen van je eetgedrag, zogenaamde ‘eetwissels’. Door deze kleine stappen creëer je sneller nieuwe gewoontes.

Het doel is om richting de Schijf van Vijf te gaan als het gaat om eetgedrag, maar dit lukt volgens het Voedingscentrum vaak niet in één keer, want grote veranderingen houd je moeilijker vol dan kleine veranderingen.

Deze campagne is een goed voorbeeld van een interventie gericht op gedragsverandering bij afvallen of het bereiken van een gezonde levensstijl.

(Voedingscentrum, 2019)



# 3 - Nudging in apps

De definitie van nudging is *'beïnvloeden van gedrag door een zetje in de goede richting te geven'* (Encyclo, z.d.)

Normaalgesproken zie je nudging vaak in het echt. Een bekend voorbeeld is de pianotrap op de foto, die mensen zou moeten stimuleren om de trap te nemen in plaats van de roltrap (Taylor, 2016).

Maar kan nudging ook digitaal? En hoe zien zulke digitale nudges er dan uit? Dat is in dit hoofdstuk onderzocht.

Er bestaan verschillende apps die al gebruik maken van nudging. Uit deze apps zijn een aantal voorbeelden van digitale nudges gehaald:

- Er bestaan apps waarbij je eerst een soort '**contract**' met jezelf moet sluiten over de afspraken die je met jezelf maakt. De app Stickk, die je kan helpen om doelen te bereiken, is een app die gebruik maakt van zo'n contract.
- Het sturen van **reminders** d.m.v. een melding of een pop-up is ook al nudging, het geeft je een duwtje in de richting om de app te gaan gebruiken.
- Er zijn apps die gedragsverandering willen bereiken door ervoor te zorgen dat het X aantal dagen niet gebruik maken ervan, (financiële) **consequenties** heeft.
- Sommige apps werken met een **streak**. Elke dag als je de app gebruikt, wordt dit geteld. Als je een streak van 33 hebt, betekent dat dus dat je al 33 dagen lang achter elkaar de app hebt gebruikt. Als je een dag mist, gaat de streak weer naar 0. Ook dit is een vorm van nudging, omdat je natuurlijk niet wil dat je streak stopt.  
(Braun, 2019)

Een ander goed voorbeeld is de wandelapp 'Ommetje'. Bij deze app kom je in een ranglijst met andere gebruikers. Tegenover een wandeling maken van X aantal minuten, staat een puntenaantal. Hierdoor zit je dus in een soort **competitie** met andere appgebruikers. Het kan je motiveren of een duwtje in de rug geven om vaker te gaan wandelen, zodat je hoger in de ranglijst komt te staan (NPO Radio 2, 2021).



# 4 - Reactance

Op het moment dat je gedrag wil veranderen door middel van een interventie, moet je er waakzaam voor zijn dat er geen **reactance** ontstaat. De definitie van reactance is *'de gedragsmatige respons van een persoon om een bedreigd gevoel van gedragsvrijheid te beschermen of te herwinnen'*. Makkelijker gezegd: op het moment dat iemand het gevoel krijgt dat iets verplicht is, ontstaat er weerstand. Als iets verplicht moet en er geen keuzevrijheid is, kunnen mensen het gevoel krijgen dat ze iets opgelegd krijgen en geen vrijheid meer hebben als persoon.

In een interventie, zoals een app, kan hiermee rekening worden gehouden door de gebruiker het gevoel te geven dat hij of zij zelf de controle heeft.

Een voorbeeld: een gezondheidsapp waarin wordt bijgehouden bij welke restaurants en bars je allemaal hebt ingecheckt. In plaats van het verbieden of bestraffen van het bezoeken van fastfoodrestaurants, stuurt de app een berichtje als je voor de zoveelste keer bij een fastfoodrestaurant bent. Iets als *"Hi, je checkt in bij een fastfoodrestaurant, maar wist je dat 500 meter verderop ook een saladebar is?"*. Uit onderzoek blijkt dat zo'n manier van communiceren in een app effectiever is dan verplichtingen stellen.

(Gonny van der Zwaag, 2013)

# 5 - Kleurgebruik

Kleuren hebben een groot effect op hoe we ons voelen, hoe we informatie verwerken en op ons gedrag. Hieronder een paar interessante inzichten:

- Warme kleuren worden gezien als stimulerend, koude kleuren als rustgevend.
- De kleur **blauw** staat voor betrouwbaarheid, intelligentie en straalt rust uit. In een blauwe kamer wordt je productiever. Een negatievere associatie met de kleur is bedroefdheid.
- De kleur **geel** geeft focus en doelgerichtheid. De kleur staat voor geluk en plezier. Een negatievere associatie met de kleur is jaloezie.
- De kleur **oranje** staat o.a. voor vrolijkheid, passie, energie en optimisme. Negatievere associaties met de kleur zijn: goedkoop en niet serieus.
- De kleur **rood** is stimulerend, activerend en krachtig. Negatievere associaties met de kleur zijn: gevaar, bloed en woede.
- De kleur zwart roept vooral negatieve gevoelens als duisternis & rouwen op. Tegelijkertijd straalt de kleur wel professionaliteit uit.
- De kleur **groen** doet denken aan natuur, jeugd en gezondheid. De kleur wordt veel gebruikt om producten een duurzame uitstraling te geven.
- De kleur **paars** straalt creativiteit, luxe en wijsheid uit.  
(The Big Story, 2017) & (Beeldbalie, 2015)

## 5.1 – Vormen

Ook vormen hebben een bepaald effect op je brein. Hier kan rekening mee worden gehouden bij het maken van een interventie.

- **Ronde vormen**, zoals cirkels komen over het algemeen vriendelijk op ons over en staan voor eeuwigheid & beweging.
- **Hoekige vormen**, zoals vierkanten roepen een gevoel van veiligheid en orde bij ons op.

Over het algemeen worden ronde vormen meer gewaardeerd door mensen, omdat ze sympathie opwekken. Hoekige vormen kunnen 'strenger' overkomen.  
(FLD, 2019) & (Eurib, 2021)



# Conclusie

De belangrijkste inzichten uit dit onderzoek zijn dat...:

- ... er verschillende soorten **gedragsveranderingstechnieken** bestaan die gebruikt kunnen worden bij de strijd tegen obesitas, zoals het stellen van doelen en het vormen van een community.
- ... **wilskracht** erg belangrijk is voor het blijvend veranderen van je gedrag. Een handige tip is om bijvoorbeeld te sporten in de ochtend, wanneer je nog weinig wilskracht hebt 'verbruikt' door de dag heen.
- ... **beloningen** helpen om gemotiveerd te blijven.
- ... het creëren van een gezonde levensstijl makkelijker haalbaar is als het in **kleine stapjes gebeurt**, in plaats van één grote stap in een keer.
- ... **digitale nudges**, zoals pushmeldingen of een competitie, kunnen helpen om een duwtje in de goede richting te geven.
- ... je ervoor moet waken dat je mensen niet te veel verplichtingen oplegt, keuzevrijheid is belangrijk zodat er geen **reactance** (weerstand) ontstaat.
- ... **kleuren en vormen** hebben invloed op ons gedrag. Het is goed om hier rekening mee te houden bij het maken van een interventie.

# Bronnen

Baumeister, R. F., & Tierney, J. (2012). *Wilskracht*. Amsterdam, Nederland: Nieuwezijds.

Beeldbalie. (2015, 2 juni). De betekenis van kleuren. Geraadpleegd op maart 2021, van <http://www.beeldbalie.nl/betekenis-van-kleur/>

Braun, A. (2019, 22 januari). Digital Nudges: Technologies That Help Us to Build Better Habits. Geraadpleegd op maart 2021, van <https://www.maketecheasier.com/digital-nudges-technologies-build-better-habits/>

Encyclo. (z.d.). Nudging - definitie - Encyclo. Geraadpleegd op maart 2021, van <https://www.encyclo.nl/begrip/nudging>

Ensie. (2019). *Wilskracht | betekenis & definitie*. Geraadpleegd op 21 maart 2021, van <https://www.ensie.nl/betekenis/wilskracht>

Eurib. (2021, 4 februari). Ronde vormen: is dit beter dan vierkant? Eindelijk weten we het! Geraadpleegd op maart 2021, van <https://www.eurib.net/ronde-vormen/>

FLD. (2019, 18 september). De betekenis van vormen... Geraadpleegd op maart 2021, van <https://nl.freelogodesign.org/blog/2019/09/18/de-betekenis-van-vormen>

Gonny van der Zwaag, iCulture.nl. (2013, 14 juli). Kan een app je gedrag veranderen? Geraadpleegd op maart 2021, van <https://www.iculture.nl/apps/kan-een-app-je-gedrag-veranderen/>

Marcus, G. (2018, 17 augustus). Gedragsveranderingstechniek: Zelfcontrole toepassen. Geraadpleegd op maart 2021, van <https://yeptrainingen.nl/gedragsveranderingstechniek-zelfcontrole-toepassen/>

Nederlandse Stichting Over Gewicht. (z.d.). Gedragsverandering – Stichting Over Gewicht. Geraadpleegd op februari 2021, van <https://overgewichtnederland.org/leefstijl/voeding/gedragsverandering/#1520342279995-03f636aa-88fb>

NPO Radio 2. (2021, 11 februari). Erik Scherder over wandelapp Ommetje: “De competitie is een enorme beloning”. Geraadpleegd op maart 2021, van <https://www.nporadio2.nl/nieuws/30060/erik-scherder-over-wandelapp-ommetje-de-competitie-is-een-enorme-beloning>

RIVM. (2019). *Werkzame elementen van gecombineerde leefstijlinterventies*. Geraadpleegd van [https://www.loketgezondleven.nl/sites/default/files/2019-05/190510\\_011324\\_120568\\_Werkzame\\_elementen\\_GLI\\_A4L\\_V5\\_TG.pdf](https://www.loketgezondleven.nl/sites/default/files/2019-05/190510_011324_120568_Werkzame_elementen_GLI_A4L_V5_TG.pdf)

Taylor, P. (2016, 12 mei). The architecture of choice. Geraadpleegd op maart 2021, van <https://designerlythinking.wordpress.com/2012/07/31/the-architecture-of-choice/>

The Big Story. (2017, 15 juni). Psychologie van kleur: dit zeggen kleuren over merken. Geraadpleegd op maart 2021, van <https://thebigstory.nl/psychologie-van-kleur/#:%7E:text=Kleur%20is%20meer%20dan%20alleen%20een%20esthetische%20keuze.&text=Volgens%20de%20Amerikaanse%20psycholoog%20Jacob,juist%20een%20rustgevend%20effect%20hebben.>

Voedingscentrum. (2019). Eetwissel (persmap 2019-2020). Geraadpleegd op 21 maart 2021, van <https://www.voedingscentrum.nl/nl/pers/persmappen/persmap-eetwissels.aspx>