

# Inhoudsopgave

**Voorwoord redactie**

**Voorwoord president wellness foundation**

## DEEL 1: INTRODUCTIE

<b>1. Gedrag en psychologie</b>	<b>20</b>
Jan Middelkamp	
1.1	Introductie
1.2	Soorten gedrag
1.3	Basistheorieën over gedrag
1.4	Theorieën in perspectief
1.5	Onbewust gedrag
1.6	Onderzoek naar gedrag
1.7	Motiveren en coachen van gezond gedrag
1.8	Tot slot
1.9	Bronnen
1.10	Testvragen en opdrachten

---

## **2. Gezondheidsgedrag: de rol van professionals**

**56**

Alfonso Jiménez en Thomas Rieger

- 2.1 Introductie
- 2.2 Gezondheid
- 2.3 Gezondheidsgedrag
- 2.4 Definities
- 2.5 Doelgroepen
- 2.6 Professionals en EQF-standaards
- 2.7 Tot slot
- 2.8 Bronnen
- 2.9 Testvragen en opdrachten

---

## **3. Gezondheidsgedrag: overzicht van effecten en problemen**

**82**

Alfonso Jiménez, Chris Beedie en Gary Liguori

- 3.1 Introductie
- 3.2 Overzicht van soorten gezond gedrag
- 3.3 Onderzoek naar gezondheidsgedrag
- 3.4 Tot slot
- 3.5 Bronnen
- 3.6 Testvragen en opdrachten

<b>4. Modellen over motivatie en gedragsverandering</b>	<b>102</b>
Jan Middelkamp	
4.1 Introductie	
4.2 Factoren	
4.3 Modellen	
4.3.1 Health-belief model	
4.3.2 Zelf-effectiviteitstheorie	
4.3.3 Theorie van beredeneerd gedrag	
4.3.4 Theorie van gepland gedrag	
4.3.5 Zelf-beschikkingstheorie	
4.3.6 Transtheoretisch model van gedragsverandering	
4.3.7 I-change model	
4.4 Tot slot	
4.5 Bronnen	
4.6 Testvragen en opdrachten	

---

**5. Zelf-beschikkingstheorie** **126**  
Jennie Hancox, Nikos Ntoumanis, Cecilie Thogersen-Ntoumani en  
Eleanor Quested

- 5.1 Introductie
- 5.2 Beïnvloeden van motivatie
  - 5.2.1 Ondersteunende motivatie en coaching strategieën
  - 5.2.2 Niet-ondersteunende motivatie en coaching strategieën
- 5.3 Uitdagingen en valkuilen
- 5.4 Tot slot
- 5.5 Bronnen
- 5.6 Testvragen en opdrachten

---

**6. Transtheoretisch model van gedragsverandering** **146**  
Jan Middelkamp

- 6.1 Introductie
- 6.2 Componenten
  - 6.2.1 Fasen van verandering
  - 6.2.2 Beslissingsbalans
  - 6.2.3 Zelf-effectiviteit
  - 6.2.4 Processen van verandering
- 6.3 Gedragsstrategieën
- 6.4 Tot slot
- 6.5 Bronnen
- 6.6 Testvragen en opdrachten

## DEEL 3: SPECIFIEKE TYPEN VAN GEZONDHEIDSGEDRAG

### **7. Motivatie en gedragsverandering in voeding** **180** Mikko Rinta en Jussi Riekki

- 7.1 Introductie
- 7.2 Beloningssystemen bij eten
- 7.3 Homeostatisch eten
- 7.4 Non-homeostatisch eten
- 7.5 Tot slot
- 7.6 Bronnen
- 7.7 Testvragen en opdrachten

---

### **8. Motivatie en gedragsverandering in levensstijl** **200** Peter Wolfhagen

- 8.1 Introductie
- 8.2 Motieven om gedrag in levensstijl te promoten
- 8.3 Factoren gerelateerd aan een gezonde levensstijl
- 8.4 Strategieën per fase van verandering
- 8.5 Tot slot
- 8.6 Bronnen
- 8.7 Testvragen en opdrachten

---

**9. Motivatie en gedragsverandering in fitnessclubs** **224**  
Paul Bedford

- 9.1 Introductie
- 9.2 Methode
- 9.3 Resultaten
- 9.4 Tot slot
- 9.5 Bronnen
- 9.6 Testvragen en opdrachten

---

**10. Motivatie en gedragsverandering in groepslessen** **238**  
Peter Wolfhagen en Jan Middelkamp

- 10.1 Inleiding
- 10.2 Methode
- 10.3 Resultaten
- 10.4 Tot slot
- 10.5 Bronnen
- 10.6 Testvragen en opdrachten

## DEEL 4: SPECIALE ONDERWERPEN

### **11. Technologie ter ondersteuning van motivatie en gedragsverandering** **274**

Bryan O'Rourke

- 11.1 Introductie
- 11.2 Impact van technologie
- 11.3 Gedragsverandering en motivatie
- 11.4 Mobiele gezondheid en fitness applicaties
- 11.5 Sociale netwerken
- 11.6 Draagbare technologie en het internet
- 11.7 Tot slot
- 11.8 Bronnen
- 11.9 Testvragen en opdrachten

---

### **12. Klantenservice en communicatie ter ondersteuning van motivatie en gedragsverandering** **290**

Thomas Rieger

- 12.1 Introductie
- 12.2 Basis van diensten
- 12.3 Communicatie accommodatie theorie (CAT)
- 12.4 Kameraadschap als communicatieconcept
- 12.5 Interviewen
- 12.6 Tot slot
- 12.7 Bronnen
- 12.8 Testvragen en opdrachten

---

**13. Onderzoek naar trainingsgedrag in fitnessclubs** **312**  
Jan Middelkamp

- 13.1 Introductie
- 13.2 Studie 1
- 13.3 Studie 2
- 13.4 Studie 3
- 13.5 Studie 4
- 13.6 Studie 5
- 13.7 Tot slot
- 13.8 Bronnen
- 13.9 Testvragen en opdrachten

---

**14. Motiveren en coachen door de personal trainer, fysiotherapeut en diëtist** **330**  
Jan Middelkamp

- 14.1 Introductie
- 14.2 Eén-op-één coaching; een dynamische relatie
- 14.3 Onderzoek
- 14.4 Contactplanning bij gedragscoaching
- 14.5 Tot slot
- 14.6 Bronnen
- 14.7 Testvragen en opdrachten

**Over de auteurs**

**Over EuropeActive, NL Actief, Wellness Foundation en BlackBoxPublishers**



In dit boek *Motiveren en coachen van gezond gedrag*, wordt een breed scala aan strategieën en praktische tools weergegeven, gebaseerd op wetenschappelijke theorieën en raamwerken. In veertien hoofdstukken worden onderwerpen behandeld gerelateerd aan training, voeding en levensstijl, samen met meer specialistische onderwerpen over communicatie en de rol van technologie om motivatie en gedragsverandering te ondersteunen. Dit boek ondersteunt professionals in gezondheid, fitness en sport om meer leden, patiënten en klanten actief te krijgen en te houden. Personal trainers, fitness instructeurs, groepsfitness instructeurs, fysiotherapeuten, voedingscoaches, sport coaches en vele anderen krijgen inzicht in de basiselementen van motivatie en gedragsverandering. Daarnaast staat dit boek vol met praktische strategieën en tools die direct toe te passen zijn in de praktijk.

In dit boek vind je bijdragen van een grote groep experts uit verschillende landen, zoals Spanje, Groot-Brittannië, Finland, Nederland, Duitsland, Australië en de Verenigde Staten. Veel dank gaat uit naar deze groep. Tevens grote dank en waardering voor het team van EuropeActive en de support van de sponsor.

Veel leesplezier!

Mede namens EuropeActive en de auteurs



**Dr. Jan Middelkamp**  
*Redacteur*

Voor het motiveren en coachen van preventief gezondheidsgedrag is het dus cruciaal om sterk rekening te houden met en strategieën te vinden die tegemoet komen aan de principes en wetten van instinctief en operant gedrag.

Psycholoog en nobelprijs winnaar Daniel Kahneman deelt het bewuste en onbewust denken in twee systemen in. Systeem 1 functioneert snel en vaak onbewust. Systeem 2 werkt langzaam en overwegend bewust. Zie tabel 1.2.

	Systeem 1	Systeem 2
<b>Kenmerken</b>	Onbewust Snel Zoekt patronen Creëert verhalen Roept emoties op	Bewust Langzaam Werkt logisch Overweegt Snapt abstracte concepten
<b>Voordelen</b>	Snel reageren bij crisis Simpel uitvoeren eenvoudige taken Creativiteit	Biedt ruimte voor nadenken Overwegen van voor- en nadelen Beperkt fouten
<b>Nadelen</b>	Kans op te snel oordelen Kan leiden tot fouten Onnodige emotionele reacties	Kost meer/veel tijd Vergt meer tijd en inspanning

*Tabel 1.2: overzicht van kenmerken van de twee systemen van Kahneman (2016).*

De tweedeling van Kahneman zie je in de wetenschappelijk literatuur regelmatig terug in relatie tot de *Dual Processing Theory*. Deze theorie legt uit dat veel informatie automatisch en onbewust wordt verwerkt, dus systeem 1 en dat slechts een deel van de informatie bewust wordt waargenomen en opgeslagen door middel van systeem 2. Dit bewust en actief verwerken van informatie kost flink wat meer mentale energie. Ook Kahneman geeft aan dat er strijd der machten plaatsvindt tussen systeem 1 en 2. Hij maakt echter ook duidelijk dat ze aanvullend op elkaar functioneren. Zo gebruik je doorgaans meer systeem 2 bij

het invullen van een belastingformulier en raadpleeg je nadrukkelijker systeem 1 bij het vinden van de liefde van je leven. Je haalt dus het meeste uit de systemen door ze juist complementair te gebruiken, afhankelijk van de taak die voor je ligt. In het volgende deel lees je meer over onbewust gedrag.

## Onderzoek naar onbewust gedrag en gezondheid

Sheeran en anderen (2013) voerden een verkennende literatuurstudie uit naar de rol van onbewuste gedragingen in relatie tot gezondheid en gedragsverandering, zoals priming. Van priming is sprake wanneer je een stimulus sneller herkent of erop reageert dan dat je deze hebt waargenomen. Het wordt beschouwd als een van de manifestaties van het impliciete, of niet-declaratieve geheugen. De auteurs concluderen dat er nog maar weinig onderzoek is uitgevoerd naar onbewust gedrag en gezondheid. Hollands en anderen (2016) trekken een soortgelijke conclusie en wijzen erop dat gezondheidsgedrag veelvuldig onbewust tot stand komt door omgevingsinvloeden (environmental cues) en waarschuwen voor interventies die eenzijdig op bewuste gedragsstrategieën zijn gebaseerd.

## 1.5 ONBEWUST GEDRAG

Als het gaat om onbewust gedrag en gedragsverandering (lees: beïnvloeding), dan is Robert Cialdini een belangrijke voorloper. Hij is een Amerikaanse (voormalig) professor in marketing en psychologie. In 1984 publiceerde hij zijn wereldberoemde boek *Influence: The Psychology of Persuasion* (ook in de Nederlandse taal uitgegeven: *Invloed, de zes geheimen van het overtuigen*). In dit boek lees je over zes strategieën hoe je mensen kunt beïnvloeden. Hoewel het werk decennia oud is en vooral is toegepast in marketing, zijn de wetmatigheden van Cialdini nog steeds actueel en ook relevant bij het motiveren en coachen van preventief gezondheidsgedrag. De zes strategieën zijn: wederkerigheid, consistentie (en commitment), consensus, sympathie, autoriteit en schaarste.

De eerste is wederkerigheid. Volgens Cialdini krijg je als je iets weggeeft sneller iets terug. Wilt u een kopje koffie vraagt de verkoper? De klant krijgt daarna bewust of onbewust toch het gevoel dat die iets terug moet doen en niet met lege handen kan weggaan. Het is ons van jongs af aan geleerd dat dit zo hoort. Als professional kun je dit gebruiken door kleine gifts aan de klant te geven, wellicht als reminder om gezondheidsgedrag te stimuleren. Een tweede wetmatigheid is de volgende; mensen nemen als ze eenmaal een eerste stap hebben gezet gemakkelijker de volgende. Ze willen namelijk consistent zijn in hun gedrag. Zo bleken de deelnemers aan een experiment die eerst ja hadden gezet tegen het promoten van een campagne door middel van het opplakken van een kleine sticker bij de deur, sneller ja te zeggen tegen het plaatsen van een groot bord in de tuin dan personen die de eerste stap hadden overgeslagen. Een derde beïnvloedingsstrategie is consensus (en sociale bewijskracht). Een oud gezegde wijst er al op: als één schaap over de dam is volgen er meer. Een voorbeeld hiervan is reclame voor bioscoopfilms wat aangeeft: al een miljoen mensen hebben de film gezien. Het zegt niets over de kwaliteit van de film, maar als een miljoen mensen al zijn geweest, dan zal het wel goed zijn. Bij online marketing is een bekend voorbeeld het aantal Facebook likes wat een post heeft gekregen. Heeft een website 10.000 likes, dan zal het wel een goede website zijn. Idem gaat op als een vakantie tien keer goed beoordeeld is. Een vierde strategie is sympathie. Als iemand je aardig vindt, word je sneller iets gegund

dan wanneer iemand je niet mag. Goede verkopers zijn dan ook vaak 'likable'. Uiteraard proberen goede beïnvloeders ervoor te zorgen dat de persoon van wie ze iets gedaan willen hebben ze aardig gaat vinden. Complimenten geven is hiervan het bekendste voorbeeld. In het hoofdstuk over de zelf-determinatie theorie lees je meer over motivatie ondersteunende en niet ondersteunende strategieën in het kader van dit boek. Sympathie speelt hierbij een belangrijke rol. Malcom Gladwell (2005) beschreef in dit kader een experiment van Levinson waarin er bij artsen die fouten maakten vooraf kon worden voorspeld of er na de misstand een rechtszaak volgde. Dit bleek afhankelijk te zijn van de duur die ze met de patiënt hadden doorgebracht (gemiddeld drie minuten langer dan de artsen die wel werden vervolgd) alsmede de houding en toon waarop de arts met de patiënt communiceerde voor de operatie. Wanneer er een prettige relatie was gebouwd en er ging iets mis, dan volgde geen rechtszaak. Een dominante toon daarentegen correleerde met het tegenovergestelde. De vijfde van de zes beïnvloedingsstrategieën van Cialdini is autoriteit. Als een arts zich uitspreekt over jouw gezondheid, dan neem je dit sneller voor waar aan dan wanneer de vuilnisman iets beweert. Als professional kun je dit principe goed toepassen door jezelf als expert te laden. Let wel op dat je niet steeds zelf uitlegt dat je de expert of de beste bent; je moet dit door een ander laten doen. Je kunt wel relevante diploma's of certificaten delen en een eigen website met jouw profiel en overzicht van competenties werkt uitstekend. Verzamel en deel referenties en aanbevelingen. Een zesde wet is die van schaarste. Als er weinig van iets is, dan willen mensen het sneller hebben. Marketeers gebruiken deze beïnvloedingsstrategie van Cialdini door bewust schaarste te creëren. Bij personal trainers werkt dit principe in beginsel op dezelfde manier. Een trainer die populair is ziet zijn prijzen stijgen omdat het aantal persoonlijke sessies beperkt is (zo'n 30 tot 40 max per week) terwijl de vraag groot is. In gedragsbehoud kan dit ook voordelen bieden omdat een klant bij een dergelijke trainer minder snel zal stoppen (eenvoudig en op korte termijn opnieuw beginnen is namelijk lastig).

Vanuit Nederland doet psycholoog Ab Dijksterhuis onderzoek naar het onbewuste. Hij toetst onder meer de *Unconscious Thought Theory* (UTT) (Strick en anderen, 2011), waarin wordt gesteld dat het onbewuste bij complexe situaties tot betere uitkomsten leidt dan het bewuste denken. In het boek *Het slimme*

# 1.10 Testvragen en opdrachten

## VRAGEN

- Wat is het verschil tussen preventief en curatief gedrag?
- Wat zijn aandachtsgebieden van de cognitieve psychologie (noem er minimaal vier)?
- Wat bedoelt Kahneman met systeem 1 en systeem 2?
- Welke zes strategieën benoemt Cialdini (noem er minimaal vier)?
- Welke drie functies heeft wetenschappelijk onderzoek?
- Wat is het verschil tussen verifiëren en falsificeren?
- Wat is de hoogste vorm van onderzoek en beschrijf wat dit inhoudt?

## OPDRACHTEN

- Zoek via google een wetenschappelijk artikel (in het Engels) en lees hiervan de samenvatting (abstract).
- Lees een van de boeken uit de literatuurlijst van dit hoofdstuk. Blijf dicht bij je interesse en bespreek het boek met een medestudent of collega.