



# 5 onmisbare gedragsinzichten voor effectieve sport- en beweegaanpak

# Introductie

Sportbeleid is vaak goed bedoeld. Meer sportparken, meer aanbod, meer campagnes. Maar ondanks alle inspanningen blijven veel inwoners zitten waar ze zitten:

**op de bank..**

De grote vraag is dus niet: wat bieden we aan?  
Maar: waarom wordt het (niet) gebruikt?

Gedrag is geen kwestie van informeren of motiveren alleen.

Mensen doen wat past bij hun gewoontes, routines, omgeving en comfort. Wie inwoners echt in beweging wil krijgen, moet eerst begrijpen waarom ze stilstaan.

**Deze 5 gedragsinzichten helpen jou om beleid te buigen naar gedrag en daarmee naar impact.**

# 1 Gedrag is contextgebonden, niet logisch

Wat voor de één vanzelfsprekend is (elke ochtend hardlopen), is voor de ander absurd (wie heeft daar tijd voor?).

Mensen maken keuzes op basis van gemak, gewoontes en directe omgeving. Dat betekent dat sportbeleid pas effect heeft als het inspeelt op echte situaties van mensen, niet op wat beleidsmatig logisch lijkt.

## TIP

Observeer gedrag daar waar het plaatsvindt. Denk in “gedrag in context”, niet in ‘doelgroep A’ of ‘burger B’.

# 2

## Informatie is niet genoeg

Campagnes richten zich vaak op kennis en bewustwording, maar gedrag verandert zelden door alleen te weten wat goed is.

Gedrag verandert pas als het ook gevoeld, begrepen en mogelijk wordt gemaakt in het dagelijks leven. Informeren is slechts een startpunt.

### TIP

**Combineer informatie met actieperspectief, emotie of sociale norm. Zeg niet alleen wat, maar ook hoe, waarom en wanneer.**

# 3 Motivatie is grillig, gedrag is routine

Veel beleid probeert mensen te motiveren. Maar motivatie is vluchtig: vandaag ben je enthousiast, morgen moe.

Gedragsverandering lukt pas als gedrag in de routine past. Niet groot en meeslepend, maar klein en haalbaar.

## TIP

Denk in kleine stappen. Laat mensen kiezen wat voor hen werkt. Creëer ruimte om te oefenen.

# 4 Niet alle barrières zijn zichtbaar

“Ze hebben er gewoon geen zin in” is zelden het hele verhaal. Misschien voelen ze zich bekeken, missen ze vertrouwen, snappen ze de regels niet, of hebben ze geen sportkleding.

Barrières zijn vaak sociaal, psychologisch of cultureel. Wie die niet ziet, mist de kans op effectieve actie.

## TIP

Ga in gesprek. Luister en vraag door. Vraag niet alleen wat mensen willen, maar waar ze op vastlopen.

# 5 Gedrag veranderen vraagt om samenwerking

Gedrag is geen individuele kwestie. De omgeving, buurt, school, zorgverlener of sportcoach speelt een enorme rol.

Beleid dat gedrag wil beïnvloeden, heeft partners nodig. Geen losse interventie, maar een gedeelde aanpak.

## TIP

Werk samen met professionals die de leefwereld van inwoners kennen. Ontwerp samen en implementeer met betrokkenheid.

# Conclusie

Als je wilt dat mensen in beweging komen, moet je eerst stil durven staan. Bij hun gedrag, hun verhaal, hun realiteit.

Deze 5 inzichten zijn geen checklist, maar een andere bril. Een gedragsbril die helpt om van goedbedoeld beleid effectief beleid te maken.

“

*De sessie over doelgroepsegmentatie opende echt onze ogen voor nieuwe kansen. Het hielp ons om onze boodschap scherper en effectiever over te brengen.*

Luthmarnick Maria  
Directeur bij Sportief Besteed  
Groep

## Wil je hiermee aan de slag?

In de training **Meer inwoners aan het Sporten en Bewegen door social marketing** leer je hoe je deze inzichten toepast op jouw praktijk. Geen modellen op papier, maar strategie in actie!

“

*Mooie afwisseling tussen theorie, interactie en actief bezig zijn met onze eigen infectieziektevraagstukken. Toegespitst op onze praktijk, met heldere opbouw en concrete resultaten*

deelnemer GGD Twente over  
de training social marketing



## Wil je deze training? Neem dan contact op!

Deze training wordt op maat en incompany aangeboden.  
Neem contact met ons op om de mogelijkheden met  
elkaar te bespreken.

**Ida Kersseboom**

06-25557911

[ida@onderzoekshuis.nl](mailto:ida@onderzoekshuis.nl)