



Datum : 28 september 2006

---

## Voorlichtingscampagnes over gezond gedrag combineren met maatregelen in de leefomgeving

---

*Gedrag heeft een grote invloed op de gezondheid. Daarom financiert de overheid regelmatig publiekscampagnes om burgers aan te zetten tot gezonder gedrag. Voorlichting via de massamedia blijkt echter alleen zinvol als het burgers in het dagelijks leven ook gemakkelijker wordt gemaakt om gezonde keuzes te maken. Dus: een campagne over bewegen, maar ook aantrekkelijke fietsroutes naar werkplekken, winkelcentra en scholen. Een leefstijlcampagne geeft mensen de informatie om hun gedrag te beoordelen. De leefomgeving helpt hen om niet alleen anders te willen, maar ook anders te doen. Dit schrijft de Gezondheidsraad in een advies dat vandaag wordt aangeboden aan de minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.*

De effectiviteit van publiekscampagnes is moeilijk wetenschappelijk vast te stellen. Als er al een gedragsverandering te constateren valt, dan is vaak onduidelijk waar die aan toegeschreven moet worden. De effecten zijn nooit meer dan bescheiden. Gedrag sturen met informatie is namelijk niet zo gemakkelijk. Kennis is bijvoorbeeld wel vrij goed over te dragen, maar de invloed op gedrag is zeer beperkt. Vaardigheden zijn veel belangrijker, maar die ontwikkelen via publiekscampagnes is weer erg lastig. De combinatie van voorlichting via de massamedia en maatregelen in de leefomgeving is dan ook cruciaal.

Wordt gekozen voor publiekvoorlichting als onderdeel van het beleid, dan is een planmatige aanpak van de campagne noodzakelijk. Vooraf is een analyse nodig van de factoren die ongezond gedrag in stand houden. Verder moet gebruik gemaakt worden van theoretische en empirische kennis over het beïnvloeden van gedrag. Zo weten we inmiddels door het meten van hersenactiviteit dat rokers minder aandacht besteden aan angstaanjagende informatie dan aan een neutrale boodschap. En is eenmaal een campagne ontworpen, dan is testen in een experimentele setting noodzakelijk, om na te gaan of de verwachte effecten ook inderdaad optreden bij de doelgroep.



In de commissie Effectiviteit van massamediale voorlichtingscampagnes hadden zitting:

- Prof. dr GJ Kok, hoogleraar toegepaste psychologie, Universiteit Maastricht, *voorzitter* • Prof. dr ir J Brug, hoogleraar determinanten van de volksgezondheid, ErasmusMc, Rotterdam • Dr A van Gageldonk; psycholoog, Trimbos-instituut, Utrecht (tot 20 april 2004) • Mw drs C Gozeling, *adviseur* programma secretaris ZonMw, Den Haag • Mw prof. mr dr M Junger; bijzonder hoogleraar vormgeving van de (beroeps)opleidingen pedagogiek, Universiteit Utrecht • Prof. dr HCG Kemper; emeritus hoogleraar gezondheidkunde met betrekking tot bewegen, VUmc, Amsterdam • Prof. dr PG Klandermans; hoogleraar toegepaste sociale psychologie, Vrije Universiteit, Amsterdam • Mw dr MA Koelen; universitair hoofddocent communicatie- en innovatiestudies, Universiteit Wageningen • Prof. dr FJ Meijman • huisarts en hoogleraar medische publieksinformatie, VUmc, Amsterdam • Dr JBF de Wit; universitair hoofddocent sociale psychologie van gezondheid, Universiteit Utrecht • Drs EJ Schoten, Gezondheidsraad, Den Haag, *secretaris*

*De publicatie 'Plan de campagne; Bevordering van gezond gedrag door massamediale voorlichting' (nr 2006/16) is te downloaden van [www.gr.nl](http://www.gr.nl) en in een papieren versie op te vragen bij het secretariaat van de Gezondheidsraad, fax (070) 340 75 23, e-mail: [order@gr.nl](mailto:order@gr.nl). Nadere inhoudelijke inlichtingen verstrekt de heer drs EJ Schoten, tel. (070) 340 71 80, e-mail: [eert.schoten@gr.nl](mailto:eert.schoten@gr.nl).*