



**Wil je aandacht?  
Wees dan ergens tégen.**

**Wil je wat bereiken?  
Wees dan ergens vóór.**

We kunnen sterk gericht zijn op wat we níét willen. Problemen krijgen vanzelf aandacht. Dat heeft een functie, maar kan ook averechts werken. Hoe richt je de schijnwerper bewust op wat je wél wilt? Bijvoorbeeld in mails, in campagneteksten, hashtags, projectnamen, uitspraken en gedachten. Magneetwoorden doen dat. Zeven technieken om de aantrekkingskracht van positieve taal te benutten.

**1**

**Omkering: benoem wat je wilt aantrekken in plaats van afstoten.**

Als je tégen stagediscriminatie bent, ben je waarschijnlijk vóór gelijke stagekansen. Wat wil je dat kinderen wél doen als je ze vraagt niet door elkaar te praten? Of je collega's als ze 'geen vaat moeten laten staan'? Kies voor projecten, functies en organisaties een naam die de beoogde opbrengst weerspiegelt, een uitkomstnaam: liever 'Durfpoli' dan 'Angstpoli' en 'Handboek Veilig Thuis' in plaats van 'Handboek huiselijk geweld'. Wie wil er nou 'ambassadeur jeugdwerkloosheid' zijn? Je kunt ook een nieuwe naam verzinnen, zoals 'ik rij MONO' voor 'niet appen achter het stuur'.

**2**

**Concrete acties: bied handelingsperspectief.**

Buig laat-doelen om naar doe-doelen. Beschrijf het gewenste gedrag zo concreet mogelijk. Check: is het gedrag te filmen? Dan is het uit te voeren. 'Kijk niet weg' bij kindermishandeling wordt dan 'Meld je vermoeden anoniem, bel 0800-...'. Concrete acties tegen woninginbraken zitten bijvoorbeeld in 'Ramen dicht, lichtje aan, deur op slot'. Of 'In vijf stappen meer focus op je werk'. Het kan ook iets kleins zijn, zoals 'Check je bandenspanning' om uitstoot te verminderen. Je kunt die voorgenomen handeling bovendien koppelen aan een concreet moment: 'Nieuwe maand? Check...'.

# 3

## **Positieve feedback: geef complimenten, bedankjes en motivatie.**

Beloon mensen voor het gewenste gedrag. Wie iets krijgt (alleen al 'bij voorbaat dank'), is sneller geneigd om aan een verzoek te voldoen. Je bevordert de bereidheid. In 'Fijn dat je 30 km/u rijdt' of 'Top dat je ons een handje helpt' zit verpakt wat de bedoeling is en dat je ervan uitgaat dat mensen zich daaraan houden. Met positieve feedback blijven mensen het gewenste gedrag bovendien langer vertonen. Voorbeelden: 'Wow, wat schoon!' of 'Je hebt al x calorieën verbruikt' en 'Super dat je je wachtwoord hebt vervangen. Wel zo veilig'.

# 4

## **Vraag/keuzes: laat mensen zelf beslissen.**

De woorden 'moeten' en 'niet mogen' roepen al snel weerstand op. Mensen worden niet graag beknot in hun vrijheid, ze voelen zich liever autonoom. Stel een vraag zoals 'Waar laat jij je peuk?' of geef keuzes/opties en ze denken zelf na over hun gedrag. Als ze eigen argumenten mogen bedenken, overtuigen ze zichzelf: 'Ik houd het hier schoon, omdat...' of 'Voor wie doe jij het?' Bij een verzoek om informatie kun je iemand de keuze geven om te mailen of te bellen.

# 5

## **Goede voorbeelden: benadruk dat anderen het gewenste gedrag al vertonen.**

Bijvoorbeeld: '3,1 miljoen mensen hebben de app al gedownload' of 'Doe jij OOK mee?' Zo bevestig je de sociale norm. Benoem voorbeeldgedrag van 'autoriteiten': personen met wie mensen zich graag identificeren of aan wier mening mensen waarde hechten. Bijvoorbeeld BN'ers die zich uitspreken voor vaccinatie met 'Ik stroop mijn mouw op', een youtuber of een bekende collega in je organisatie.

# 6

## **Identiteitswoorden/beloftes: zorg dat mensen zich committeren aan het gedrag.**

Laat ze iets beloven (bijvoorbeeld vinkjes zetten op 'ikpas' om alcoholgebruik op pauze te zetten) of benoem wat mensen hebben toegezegd. Mensen zullen zich dan eerder overeenkomstig gedragen, want ze hebben het beloofd. Verder kun je identiteitswoorden gebruiken: als iemand 'Bob' is drinkt die vanzelfsprekend niet, en een 'Supporter van Schoon' kan geen afval in de berm achterlaten. Thuis of op het werk kun je je omgeving aanspreken op een positieve eigenschap ('behulpzaam').

# 7

## **Knipoogteksten/rijm: verzin iets pakkends.**

Zorg voor opgekrulde mondhoeken. Als je mensen kunt laten lachen of even verrast met iets onverwachts, laten ze hun weerstand eerder varen. Bijvoorbeeld tegen kinderen: 'De kapstok roept, hij mist je jas'. Met rijm bekt een oproep of slogan al snel lekkerder en onthouden mensen die beter. Denk verder aan dubbele betekenissen (zoals 'SnoepGoed') of overdrijvingen ('Houd uw kinderen in de gaten, anders eten we ze met huid en haar op'). Check of de bedoeling duidelijk blijft en of de creatieve vondst bij je onderwerp past (niet 'Wil je blijven leven, wacht dan even' bij een spoorwegovergang).

**Veel succes!** 😊

Deze checklist komt uit 'Magneetwoorden' (Uitgeverij Haystack, 2024).  
Bestellen en meer inspiratie? Kijk op [magneetwoorden.nl](https://magneetwoorden.nl)

