

Werkzame elementen en interventies voor het bevorderen van naleving van corona gedragsmaatregelen

Tabellen per gedragsregel

Inhoudsopgave

1. [Hand hygiëne](#)
2. [Zich laten testen op corona](#)
3. [Zich laten vaccineren](#)
4. [Naleving van quarantaine en isolatie](#)
5. [Mondkapjes gebruiken](#)
6. [Naleven van drukte mijden/ afstand houden](#)

De [Methodologie](#) is achteraan dit document te vinden.

Evidentie

We gebruiken een systeem met groene bolletjes om de mate van evidentie voor interventies aan te geven. Zie hieronder de bijbehorende legenda.

Legenda Mate van evidentie

= Er is enig bewijs dat de effectiviteit van de interventie onderbouwt, zoals een enkele sterke experimentele studie, expert opinie






= Er is redelijk bewijs vanuit reviews/ een aantal experimenten van minstens moderate kwaliteit en er is sprake van expert consensus





= Er is sterk bewijs vanuit systematische reviews/ een aantal experimenten van minstens moderate kwaliteit en er is sprake van expert consensus

1. Handhygiëne

Gedrag: naleving van handhygiëne	Inzichten uit RIVM- onderzoek Corona gedragsunit	Interventies	Voorbeeld	Achtergrond
<p>Context Omgeving aanpassen (zowel fysieke als sociale omgeving)</p>	<p><i>Draagvlak is hoog en mensen zijn ook overtuigd dat de maatregel effectief is, maar mensen vinden het wel lastig.</i></p> <p><i>Mensen geven vaker aan hun handen te wassen als zij dit makkelijker vinden (vragenlijst factsheet veilige feestdagen)</i></p>	<p>Zorgen voor toegankelijke en gemakkelijke handenwasmogelijkheden</p> <p style="text-align: center;">● ●</p>	<p>Plek om handen te wassen dichtbij keuken of toilet.</p> <p>Adviseer dat zeep en papieren doekjes makkelijk beschikbaar en zichtbaar moeten zijn in huis om handen wassen makkelijk te maken.</p>	<p>Systematic review (White, 2020, hoog QoE)</p> <p><i>(vragenlijst factsheet veilige feestdagen)</i></p>
		<p>Reminders door visuele cues in de omgeving op punt waar gedrag plaats moet vinden</p> <p style="text-align: center;">●</p>	<p>Herinner mensen eraan dat zij de handen moeten wassen bij thuiskomst of op visite: handpompje bij ingang huis</p> <p>Gebruik bij openbare toiletten visuele cues als pijlen naar wastafels</p>	<p>Expert input (Notitie winst behalen)</p> <p>Veldexperiment openbaar toilet Blackwell et al (2017, moderate QoE)</p>
	<p><i>De sociale norm (wat zie je anderen doen) voor nauwgezet 20 seconden handen wassen is relatief laag, terwijl het draagvlak hoog is.</i></p> <p><i>Mensen geven vaker aan hun handen te wassen als zij zien dat anderen in hun omgeving dit ook doen (vragenlijst factsheet veilige feestdagen)</i></p>	<p>Positioneer handenwasplek op openbare en zichtbare plek</p> <p style="text-align: center;">● ●</p>	<p>Plaats handenwasplek in het zicht van andere mensen</p>	<p>Systematic review (White, 2020, hoge QoE)</p>
		<p>Inzetten op sociale normen</p> <p style="text-align: center;">●</p>	<p>Communiceer dat de meeste mensen dit een goede en nuttige maatregel vinden</p>	<p>Expert input (Notitie winst behalen)</p>

		Gebruik autoriteit en sociaal bewijs in persuasieve boodschappen 	Benadruk op openbare handenwasgelegenheden dat experts of gerespecteerde personen handenwassen aanbevelen, of dat de andere mensen hun handen wassen	Veldexperiment in ziekenhuislobby voor bezoekers (Gaube et al., moderate QoE)
Communicatie	<i>Mensen geven vaker aan hun handen te wassen als zij denken dat het helpt (vragenlijst factsheet veilige feestdagen)</i>	Benadruk de effectiviteit van handen wassen bij thuiskomen en op bezoek gaan 	Communiceer dat handen wassen de kans verkleint dat je een naaste besmet	factsheet veilige feestdagen
		Stimuleer het maken van 'als-dan' plannen 	Help mensen een plan formuleren als: 'Als ik thuiskom, dan was ik meteen mijn handen' zodat er koppeling komt tussen de situatie (als ik thuiskom) en het gedrag (handen wassen).	Expert input (Notitie winst behalen)+ factsheet veilige feestdagen
Controle		-		

2. Testen



Gedrag: naleving van zich laten testen op het virus	Inzichten uit RIVM- onderzoek Corona gedragsunit	Interventies	Voorbeeld	Achtergrond
Communicatie	De meest genoemde reden om niet te testen is dat mensen hele milde klachten ervaren en niet denken dat het corona-gerelateerd is	<p>Help bij het kunnen herkennen van klachten</p> 	<p>Benadruk dat veelvoorkomende (winterse) verkoudheidsklachten, zoals een loopneus, ook symptomen van COVID-19 kunnen zijn en dat testen uitsluiting kan geven.</p> <p>Leg uit dat als men eerder negatief getest is met vergelijkbare klachten, dit niet betekent dat latere klachten ook geen COVID-19 kunnen zijn.</p>	<p>Notitie winst behalen Forthcoming: <i>notitie redenen om niet te testen bij klachten</i></p>
		<p>Maak duidelijk dat ook milde klachten coronasymptomen kunnen zijn</p> 	<p>Informeert dat 1 op de 10 van de mensen die zich laat testen met coronavirus besmet blijken en dat er dus een reële kans is dat mensen met milde klachten wél besmet zijn</p> <p>Informeert mensen dat men het meest besmettelijk is op het moment dat men klachten krijgt en dat 'even aanzien' – hoe logisch ook in andere situaties – bij COVID-19 niet de juiste aanpak is.</p>	<p>Notitie winst behalen Forthcoming: <i>notitie redenen om niet te testen bij klachten</i></p>
		<p>Houd testen op de agenda van de gewone burger. Elke week hebben andere mensen klachten: een effectief</p>	<p>Blijf aandacht vragen voor testen</p> <p>Overweeg regelmatige reminders en/of het opsturen van een aantrekkelijke informatieposter die mensen thuis op</p>	<p>Notitie winst behalen Forthcoming: <i>notitie redenen om niet te testen bij klachten</i></p>




		communicatiemoment kan een cue zijn tot testen.	kunnen hangen die als cue kan dienen. Die poster kan ook sleutel informatie bevatten over de andere basisregels die complexer zijn en waar mensen niet persoonlijk over geïnformeerd zijn (hoe en wanneer de handen goed te wassen; hoe veilig een mondkapje te gebruiken; etc.)	
	<i>Een klein deel van de mensen vindt dat een test doen hen niet genoeg op zou leveren.</i>	Maak de effectiviteit van testen duidelijk	Gebruik visueel communiceren waarom het zo snel mogelijk testen en isoleren bij klachten zo belangrijk is en hoeveel besmettingen dat op termijn kan schelen. Leg uit dat <u>direct</u> laten testen helpt om je te isoleren en het virus dus niet door te geven aan vrienden, familie en collega's. Elke tijdig opgespoorde besmetting kan zo een heel groot aantal besmettingen over 3 maanden voorkomen. Communiceer ook terug aan de bevolking hoeveel besmettingen er middels testen, BCO en isoleren zijn voorkomen	Forthcoming: <i>notitie redenen om niet te testen bij klachten</i>
	<i>92% zou het (heel) erg vinden om het virus door te geven aan iemand anders</i>	Benadruk de collectieve, en niet de individuele motivatie om te testen	Overweeg het communiceren van de norm dat meer dan 90% het (heel) erg zou vinden anderen te besmetten. (en dat zij het op hun beurt weer aan een grote groep doorgeven).	<u>Notitie naleven van quarantaine en isolatie advies</u> Forthcoming: <i>notitie redenen om niet te testen bij klachten</i>
	Het blijft voor veel mensen lastig om de inschatting te maken wanneer testen nodig is en symptomen kunnen duiden op COVID-19	Zorg dat regels helder en duidelijk zijn	Benadruk veelvoorkomende (winterse) verkoudheidsklachten, zoals een loopneus, ook symptomen van COVID-19 kunnen zijn en dat testen uitsluiting kan geven	<u>Notitie winst behalen</u> Forthcoming: <i>notitie redenen om niet te testen bij klachten</i>




Omgeving aanpassen	10% van de mensen noemt een logistische reden om niet te testen (bereikbaarheid testlocatie, beschikbare tijdstippen voor een afspraak)	Maak (duidelijk dat) testen sneller en dichterbij huis (kan) dan voorheen	Maak (duidelijk dat) testen sneller en dichterbij huis (kan) dan voorheen	Notitie <i>winst behalen</i> Forthcoming: <i>notitie redenen om niet te testen bij klachten</i>
Controle	-			


3. Vaccineren

Gedrag: Vaccineren	Inzichten uit RIVM-onderzoek Corona gedragsunit	Interventies	Voorbeeld	Achtergrond
Communicatie	<p>Een primaire gegeven reden tegen vaccineren zijn de onbekende lange termijn gevolgen. (rapport <i>Twijfels</i>)</p> <p>Daarnaast twijfels en zorgen over veiligheid en betrouwbaarheid van de vaccins (uit <i>verkenning rapport</i>).</p> <p>Met een geleidelijke toename in kennis (over langetermijnevolgen en effectiviteit) denkt men meer vertrouwen en bereidheid tot vaccineren te krijgen (rapport <i>Twijfels</i>)</p>	<p>Zorg voor informatie over mogelijke bijwerkingen op korte en lange termijn</p>	<p>Geef informatie over voor- en nadelen en risico's, hoe kwaliteit van vaccins gegarandeerd wordt en hoe de ontwikkeling zo snel kon.</p> <p>Stem deze informatie af op verschillende doelgroepen</p>	<p>Notitie <i>Twijfels</i> op basis van vragenlijst en interview data CGU</p> <p>Verkenning factoren van invloed op deelname aan COVID-19 vaccinatie</p> <p>WHO rapport 2020</p>



<p><i>Twee primaire gegeven redenen voor vaccineren bleken 'het beschermen van anderen' en 'de uitweg uit de crisis'. (rapport Twijfels). Daarnaast het eindigen van de corona maatregelen (rapport Verkenning)</i></p>	<p>Geef twijfelaars technische informatie en reflecteer op wat de keuze voor henzelf en anderen betekent, benadruk de sociale voordelen</p> 	<p>Geef informatie over wat er in het vaccin zit, en hoe het vaccin werkt.</p> <p>Blijf reflecterende informatie aanbieden, proactief en gedurende de gehele vaccinatieperiode.</p> <p>Contact met apotheker of huisarts over afwegingen kan helpen. Gebruik bijv. een keuzetool om te helpen bij afwegingen maken.</p>	<p><i>Notitie Twijfels op basis van vragenlijst en interview data CGU</i></p> <p>Verkenning factoren van invloed op deelname aan COVID-19 vaccinatie</p> <p>WHO rapport 2020</p>
<p><i>Een toenemende of hoge vaccinatiegraad wordt zowel als stimulators (meer vertrouwen in de veiligheid/effectiviteit) als rem (als die al hoog is, hoef ik niet meer: 'freeriding') gezien.</i></p>	<p>Maak belang hoge vaccinatiegraad duidelijk en bespreek freeriding en dilemma's</p> 	<p>Illustreer het belang van een hoge vaccinatiegraad en benadruk belangen van verschillende partijen.</p> <p>Adresseer dilemma's in de latere fases van de vaccinatiecampagne (urgentie van naleven en vaccineren van laag-risico groepen) (beide rapporten)</p>	<p><i>Notitie Twijfels op basis van vragenlijst en interview data CGU</i></p> <p>Verkenning factoren van invloed op deelname aan COVID-19 vaccinatie</p> <p><i>SPI- B report (2020) op basis van rapid review van eerdere campagnes, met reviews van UK vragenlijst data, en bewijs aangedragen door SPI-B leden</i></p>

	<p>Veel geïnterviewden die van twijfel naar voor vaccineren waren gegaan, hadden hier een duidelijke cue to action voor (bijv. tv-programma met arts, krantenartikel) (rapport twijfel)</p>	<p>Communiqueer naast massamedia (persconferenties, campagnes, tv en krant) ook via vertrouwde zenders</p> 	<p>Zet de huisarts, GGD-medewerkers of apotheker in (die hiervoor goed geïnformeerd dienen te zijn) Gebruik ook tv-programma's met experts of artsen als cue to action</p>	<p>Notitie Twijfels op basis van vragenlijst en interview data CGU</p> <p>Dubé (2015) <i>moderate tot hoge kwaliteit review van reviews over strategieën om vaccin twijfel aan te pakken</i></p> <p>WHO rapport 2020</p>
	<p>Het is onduidelijk of het vaccinatieprogramma kan leiden tot lagere naleving van andere gedragsregels, met indirect observationeel bewijs uit andere infectieziekten (SPI-b)</p>	<p>Benadruk belang naleving andere maatregelen en risico's, afgestemd op groepen.</p> 	<p>Leg uit waarom naleving van andere maatregelen van belang blijft en welke risico's er nog steeds zijn na vaccinaties. Waak voor ondermijnen vaccinatie promotie communicatie.</p>	<p><i>SPI-B report (2020) op basis van rapid review van eerdere campagnes, met reviews van UK vragenlijst data, en bewijs aangedragen door SPI-B leden</i></p>
		<p>Reminders en recall</p> 	<p>Gebruik herinneringen via bijvoorbeeld SMS, digitale reminders, email of brief om vaccinatie intenties om te zetten in gedrag.</p> <p>Notificaties voorafgaand aan een vaccinatie en reminders indien de afspraak is gemist werken waarschijnlijk, waarbij telefonische reminders het meest effectief lijken.</p>	<p><i>Moderate kwaliteit systematische review en meta-analyse over het effect van pushberichten op vaccinatiegraad door Atkinson et al (2019)</i></p> <p><i>Moderate cochrane review over het effect van notificaties op vaccinatie, Jacobson (2020).</i></p> <p>Verkenning factoren van invloed op deelname aan COVID-19 vaccinatie</p>



	<i>De sociale omgeving wordt in een recent WHO-rapport genoemd als één van de factoren waar vaccinatiecampagnes op zouden kunnen inspelen. Dit omvat zowel de geldende sociale normen, als sociale netwerken en dominante tendensen in de media.</i>	<p>Communiceer over de (toenemende) vaccinatiebereidheid van specifieke groepen. Benadruk de pro-vaccin sociale norm.</p> 	<p>Communiceer de sociale norm, bijvoorbeeld: "In jouw gemeente is x% van plan zich te laten vaccineren"</p>	<p>WHO rapport 2020</p> <p><i>Belle (2021) moderate kwaliteit. online experiment over manipulatie sociale normen</i></p>
Omgeving aanpassen	<i>Voor mensen die vóór vaccinatie hebben gekozen, blijkt dat interventies die het gemak en de toegankelijkheid van vaccinatie bevorderen bijdragen aan het vaker daadwerkelijk halen van de vaccinatie</i>	<p>Maak het makkelijk en toegankelijk om te laten vaccineren en hiervoor een afspraak te maken</p> <p>Zorg voor een mogelijkheid om voorgenomen vaccinatie direct te plannen en vast te leggen</p> 	<p>Bied de vaccinatie aan op een makkelijk bereikbare plek (en een passend tijdstip). Denk hierbij ook aan vaccinatie op het werk of in de avonden (WHO). Voor ouderen kan bezoeken aan huis werken (Thomas review 2018)</p> <p>Zorg voor het direct kunnen maken van een vaccinatie - afspraak of alvast kunnen laten registreren om een vaccinatieafspraak te ontvangen als mensen later aan de beurt zijn.</p>	<p>WHO rapport 2020</p> <p>Verkenning factoren van invloed op deelname aan COVID-19 vaccinatie</p> <p><i>Dubé (2015) moderate tot hoge kwaliteit review van reviews over strategieën om vaccin twijfel aan te pakken</i></p> <p><i>Jarret et al (2015) moderate kwaliteit review over wegnemen vaccine twijfel strategieën</i></p>
		<p>Zet vaccinatieafspraak als standaardoptie (default) </p>	<p>Als standaardoptie (default) een afspraak ingepland krijgen met optie tot verzetten of opt-out</p>	<p>Verkenning factoren van invloed op deelname aan COVID-19 vaccinatie</p>
		<p>Stimulans of beloningen voor</p>	<p>Bijv. voedselbonnen,</p>	<p><i>Dubé (2015) moderate tot</i></p>



		vaccineren 	cadeaubonnen, loterijprijzen, babyproducten, het verstrekken van vervoer of kinderopvang, gratis vaccinatie	<i>hoge kwaliteit review van reviews over strategieën om vaccin twijfel aan te pakken</i>
Controle	-			

4. Naleving van quarantaine en isolatie

Gedrag: naleving van quarantaine en isolatie	Inzichten uit RIVM-onderzoek Corona gedragsunit	Interventies	Voorbeeld	Achtergrond
Communicatie	<p><i>Een lage risicoperceptie (inschatting van de kans dat men zelf COVID-19 heeft en/of dat aan anderen over kan dragen) maakt thuisblijven lastig. Ricoperceptie lijkt met name laag bij terugkomst uit een hoog-risicogebied ("besmettingsgraad in Nederland is gelijk of hoger") en bij milde klachten.</i></p> <p><i>Bij milde klachten gaan veel mensen toch naar het werk of op bezoek bij vrienden.</i></p>	<p>Zet in op sterke risico communicatie</p> 	<p>Leg uit dat mensen in elk van die situaties (buiten mensen met een positieve testuitslag om) een substantieel verhoogd risico lopen besmet te zijn; en daarmee een verhoogd risico vormen anderen te besmetten (indien dat verhoogde risico bekend is).</p>	<p>Notitie winst behalen</p>
	<p><i>Een betere naleving kan worden bereikt door kennis en vaardigheden om het beleid ten uitvoer te brengen.</i></p>	<p>Geef informatie over hoe te isoleren, wanneer dit nodig is en waarom het helpt</p> 	<p>Vertel concreet wie wat moet doen, wanneer/in welke situatie, en waarom (wat is het infectierisico, hoe werkt dit advies om infecties te voorkomen, en hoe goed). Geef gedetailleerd advies aan</p>	<p>Notitie winst behalen</p> <p>SPI-B: The impact of financial and other targeted support on rates of self-isolation or</p>

			mensen in isolatie (bijv. een hulplijn of SMS dienst) Illustreer wat de impact is voor de pandemiebestrijding, wat levert het hen en de samenleving concreet op.	<i>quarantine,</i> Notitie Naleven quarantaine en isolatie advies
		Geef informatie over hoe mensen de quarantaine/isolatie periode kunnen volbrengen	Zowel praktisch (zoals boodschappen, kinderen naar school) als sociaal, emotioneel, fysiek (hoe kom je toch aan buitenlucht of beweging) en financieel (te benutten hierbij zijn onder andere de reeds ontwikkelde quarantaine gids en het steunpuntcoronazorgen.nl)	Notitie Naleven quarantaine en isolatie advies memo Gedragwetenschappelijke literatuur over thuis-isolatie
	<i>Het blijkt lastig om covid-19 gerelateerde klachten te herkennen als zodanig.</i>	Ondersteun mensen bij klachtherkenning	Zet in op verduidelijken wat coronasymptomen zijn en benadruk dat dit ook om milde klachten kan gaan	Notitie Naleven quarantaine en isolatie advies memo Gedragwetenschappelijke literatuur over thuis-isolatie
Omgeving aanpassen	<i>Voor de meesten is het regelen van praktische dingen (boodschappen doen, naar de apotheek, of de hond uitlaten) een reden om naar buiten te gaan.</i>	Stimuleer het maken van actieplan of coping plan	Spoor mensen ook aan om nu al concrete voorbereidingen te treffen (bijvoorbeeld een afspraak met burens over boodschappen of een gevulde voorraad kast) zodat zij voorbereid een periode in isolatie/quarantaine door kunnen brengen, zowel voor zichzelf als voor het ondersteunen van anderen	Notitie winst behalen

		<p>Voorzie in financiële of andersoortige praktische ondersteuning</p> 	<p>Bied mensen/werkgevers financiële of anderszins ondersteuning indien zij inkomsten niet kunnen missen (geen eten op tafel, huur niet kunnen betalen) of geen vervangend personeel hebben.</p> <p>Bijv. betaald (ziekte) verlof.</p>	<p>Notitie winst behalen</p> <p><i>SPI-B: The impact of financial and other targeted support on rates of self-isolation or quarantine.</i></p>
			<p>Geef voorrang en gratis bezorging van boodschappen.</p> <p>Zorg dat mensen direct terecht kunnen bij thuisbezorg voorzieningen zoals de supermarkt en apotheek.</p>	<p><i>SPI-B: Reducing within- and between-household transmission in light of new variant SARS-CoV-2.</i></p> <p>Notitie Naleven quarantaine en isolatie advies</p>
		<p>Ondersteun in psychologisch welzijn</p>	<p>Bied toegang tot sociale steun en mentale gezondheidsdiensten die op afstand interventies kunnen bieden.</p> <p>Bijv. vouchers voor online entertainment, gebruik van 'check in and chat' diensten bij vrijwilligers, follow-up door hulpdiensten (case worker?) om behoeften te indentificeren.</p>	<p><i>SPI-B: The impact of financial and other targeted support on rates of self-isolation or quarantine.</i></p> <p><i>SPI-B: Reducing within- and between-household transmission in light of new variant SARS-CoV-2.</i></p>
		<p>Stimuleer en ondersteun sociale steun en sociale netwerken</p> 	<p>Stimuleer sociale netwerken (zoals buurtverenigingen, clubs, en andere netwerken) om praktische en sociale</p>	<p>Notitie winst behalen</p>

			<p>steun te bieden en naleving van maatregelen doelgroepgericht te bevorderen.</p> <p>Organiseer activiteiten voor vrijwilligers (dagelijkse contact, boodschappen halen) of een online buddy system om ervaringen te delen</p>	<p>SPI-B: Positive strategies for sustaining adherence to infection control behaviours</p>
<p>controle</p>	<p><i>Bij milde klachten gaan veel mensen toch naar het werk</i></p>	<p>Overweeg aanvullende maatregelen richting werkgevers</p> 	<p>Indien werkgevers ondanks goede informatie en voorzieningen, toch druk uitoefenen op personeel om ondanks een quarantaine of isolatie advies te gaan werken</p>	<p>Notitie Naleven quarantaine en isolatie advies</p>

5. Mondkapjes gebruiken

Gedrag: naleven van mondkapjesgebruik	Inzichten Corona gedragsunit	Interventies	Voorbeeld	Achtergrond
Communicatie	86% steunt het gebruik van een mondkapje in publieke binnenruimtes	Mondkapjesadvies ●	Adviseer het gebruik van een mondkapje op de gewenste plaatsen in gewenste omstandigheden	Voor-na meting VS werkte het. In RCT Australië tijdens griep maar 50% adherence
		Demonstreer hoe mondkapjes gebruikt moeten worden ●	Instructievideo' s voor correct gebruik	Expert input + gedragliteratuur mondkapjes
Context Omgeving aanpassen	Vakantie in buitenland met mondkapplicht versterkte draagvlak voor dragen van mondkapje		-	
Controle	93% zegt in januari een mondkapje te dragen in publieke binnenruimtes	Verplicht stellen ●	In Rotterdam en Amsterdam nam dragen van mondkapjes toe na verplichtstellen	NL studie

6. Naleven van drukte mijden/ afstand houden

Gedrag: naleven van drukke mijden/ afstand houden	Inzichten uit RIVM-onderzoek Corona gedragsunit	Interventies	Voorbeeld	Achtergrond
Communicatie	<p><i>Naarmate mensen drukte mijden en afstand houden als minder nuttig zien, doen ze het minder</i></p>	<p>Maak nut duidelijk van drukte mijden en afstand houden</p>	<p>Visualiseer de invloed van deze maatregelen op de verspreiding van het virus</p>	<p>Notitie <u>winst behalen</u></p>
	<p><i>Mensen houden minder afstand van vrienden en familie en gaan er vanuit dat het risico in deze context klein is (ze verwachten dat vrienden/familie niet op bezoek zouden komen met klachten).</i></p>	<p>Maak drukte vermijden en afstand houden haalbaar</p>	<p>Bied handelingsperspectieven aan (als situatie X zich voordoet, pas oplossing Y toe). Dergelijke vaardigheden en strategieën kunnen met behulp van rolmodellen gedeeld worden.</p>	<p>Notitie 1,5 meter afstand houden en drukte vermijden</p>
	<p><i>Mensen schatten de sociale norm (mate waarin anderen zich houden aan de drukte vermijden en afstand houden) lager in dan deze lijkt te zijn op basis van gerapporteerd draagvlak en het gedrag.</i></p>	<p>Maak duidelijk dat er ook bij bekenden een besmettingsrisico is (o.a. door aanname dat milde klachten veilig zijn)</p>	<p>Help bij herkennen milde klachten</p> <p>Help mensen bij hoe zij tegen bekenden kunnen zeggen dat ze niet willen dat ze langskomen bij (milde) klachten</p> <p>Legitimeer de rol waarin men zelf verantwoordelijkheid neemt</p>	<p>Notitie <u>winst behalen</u> & Notitie <u>1.5 meter afstand houden en drukte vermijden</u></p>

		<p>Maak duidelijk wat de daadwerkelijke sociale norm is</p> 	<p>Ontkracht misconceptie over sociale norm door de daadwerkelijke (positievere) norm te communiceren.</p> <p>Maak mensen bewust van dat wat men op drukke plekken ziet, niet de norm is (velen willen liever niet in drukte zijn én velen vermijden die drukte).</p>	<p>Notitie 1,5 meter afstand houden en drukte vermijden</p>
<p>Omgeving aanpassen</p> <p><i>Te drukke plekken zorgen ervoor dat het moeilijker is om afstand te houden</i></p> <p><i>Naarmate mensen het moeilijker vinden om drukte te vermijden en afstand te houden, doen ze dat minder</i></p>		<p>Drukke beheersen</p> 	<p>Reguleer drukte op straat om afstand houden mogelijk te maken. Toestroom en/of bezoekersaantallen reguleren, monitoren van de aantallen</p>	<p>Notitie winst behalen</p> <p>video observatie studie Amsterdam/Rotterdam</p>
		<p>Informeel in 'real time' waar het druk is</p> 	<p>Mensen informeren welke plekken wanneer te drukst zijn, en ook waar of wanneer het rustiger is (bijv. via website of app; handelingsperspectief bieden)</p>	<p>Notitie winst behalen & online experiment moderate kwaliteit (medische locaties)</p>
		<p>Richt de omgeving zo in dat afstand houden mogelijk en de norm is</p> 	<p>Stimuleer de (lokale) overheid, maar ook ondernemers en burgers (in hun eigen thuissituatie met bezoek) om de omgeving anders in te richten.</p> <p>Richt de omgeving slim in met cues</p>	<p>Notitie winst behalen & Notitie 1,5 meter afstand houden en drukte vermijden</p>

Controle	<i>Te drukke plekken zorgen ervoor dat het moeilijker is om afstand te houden</i>	Drukke beheersen	Handhaven en controleren	Notitie <i>winst behalen</i>
-----------------	---	------------------	--------------------------	--

Methodologie

Voor deze inventarisatie van interventies en maatregelen is literatuur verkregen in de database van de Corona Gedragseenheid waarvoor wekelijkse searches worden gedaan in databases van Google Scholar, Pubmed, Embase, PsycInfo, Psy Arxiv.

Daarnaast is er een extra search gedaan in de Cochrane database, PHE database, L.OVE platform by Epistemonikos. Hierbij zijn zoektermen gebruikt waaronder covid, corona, SARS-COV-2, covid-19, intervention, experiment, trial*, increas*, decreas*, review*, RCT*, testing, vaccin uptake, hand hygiene, hand washing, quaranti*, isolat*, social distanc*, face mask*, physical distanc*, work*.

Daarnaast zijn pre-print databases als Psy Arxiv en Med Rxiv doorzocht.

Voor de search naar vaccinatie-interventies is gebruik gemaakt van de volgende zoektermen: "vaccin*, immuniz/sation* hesistan*, review, meta-analysis, willingness, determinants, factors, influences, barriers, acceptance, improve, refusal, uptake, rate*, interventions, strategies, confidence, 4C model, intention, SAGE, behavior, elderly, adults, healthcare workers, high-risk, community, general population, covid, influenza.

De literatuur is aangevuld met de sneeuwbal methode, waarbij in de geïdentificeerde literatuur wordt gekeken naar referenties voor mogelijk nieuwe relevante studies. Bij niet-corona specifieke literatuur is geconcentreerd op reviews en experimenteel onderzoek.

Inclusiecriteria interventiestudies

- Engels of Nederlandstalige wetenschappelijke literatuur.
- Gerelateerd aan COVID-19 (of soortgelijke infectieziekten) en gedrag
- Peer reviewed en gepubliceerd tussen 2010 en 2020.
- Typen studies zijn reviews, (quasi-)experimentele studies, overzichtsrapporten, observationeel onderzoek.
- De studie heeft gedrag als uitkomstmaat en niet enkel intenties of percepties.
- Kwaliteit is minstens *moderate*; beoordeeld aan de hand van het type studie
 - o Voor reviews is hierbij gebruik gemaakt van de Health Evidence Tool (McMaster University, 2018).
 - o Experimentele studies zijn beoordeeld met het GRADE Handbook op risk of bias en quality of evidence (Schünemann et al) en Moola S, Munn Z, Tufanaru C, Aromataris E, Sears K, Sfetcu R, Currie M, Qureshi R, Mattis P, Lisy K, Mu P-F. Chapter 7: Systematic reviews of etiology and risk. In: Aromataris E, Munn Z (Editors).

- Overige studies zijn beoordeeld met de Checklist for Analytical Cross Sectional Studies van het Joanna Briggs Instituut. Reviewer's Manual. The Joanna Briggs Institute, 2017. Available from <https://reviewersmanual.joannabriggs.org/>

Er is in verband met beperkte tijd door één onderzoeker gelezen en beoordeeld, en indien er twijfel was over de kwaliteit van bewijs of risk of bias, is de studie besproken met een tweede onderzoeker.

Aanvullende onderbouwing van interventies

De literatuur uit deze searches is aangevuld met eerder gepubliceerde documenten van de Corona Gedragsunit te vinden op <https://www.rivm.nl/qedragsonderzoek/kennisintegratie>.

Daarnaast zijn een aantal rapportages van de Independent Scientific Pandemic Insights Group on Behaviours (SPI-B) gebruikt. SPI-B geeft onafhankelijk expert advies over gedrag aan SAGE (Scientific Advisory Group for Emergencies, die de ministers en overheid in Engeland informeert. In deze rapporten liggen veelal Brits vragenlijstonderzoek, observationeel onderzoek, interventie onderzoek en expert opinie ter onderbouwing. Een van de [rapporten](#) heet Positive strategies for sustaining adherence to infection control behaviours, waarin adviezen uit meerdere eerdere rapporten samen komt.

Daarnaast zijn er WHO rapporten gebruikt, zoals het [rapport](#) Behavioural considerations for acceptance and uptake of COVID-19 vaccines.