



VOORPRET

**'MIES' EN 'MAGNEET'
ALLITEREREN**



De Durfpoli

In 2018 reikte ik de eerste magneetwoordentrofee uit aan de Durfpoli, een initiatief van de Rijksuniversiteit Groningen en jeugdinstituting Accare. In veel ziekenhuizen is er een angstpoli, waar mensen behandeld worden tegen angsten en fobieën. In Groningen wilden ze het anders aanpakken. Ze kozen de naam Durfpoli. En wat bleek? Kinderen en jongeren vertelden in hun omgeving gemakkelijker over hun bezoek aan de poli. 'Ik moet weg, want ik ga naar de Durfpoli.' Waar de 'angstpoli' voor hen iets stigmatiserends had, was nu de zwaarte eraf. Ze gingen leren dúrven. En daarmee zetten ze direct de eerste stap in de gewenste richting.

Ik vind het een prachtig voorbeeld van het effect van woorden. Ik noem zulke woorden 'magneetwoorden'. Ze benoemen wat je wilt aantrekken (durf in dit geval) in plaats van wat je wilt afstoten (angst) – naar de twee polen van een magneet. Deze woorden drukken uit waar je naartóe wilt, in plaats van waar je vanáf wilt. Zo versterk je wat je wilt bereiken. **Trofeewaardig** dus.

Hoe Mies werd aangetrokken door magneetwoorden

Het exacte moment waarop ik het woord 'magneetwoorden' bedacht, weet ik niet meer. Wel heb ik altijd het effect van de magneet gevoeld. Opgevoed met 'wie goed doet, goed ontmoet'. Opgeleid in taalbeheersing en gedragssturende teksten. En ondernemend als zzp'er.

Ik merkte in mijn werk als zelfstandig tekstschrijver en trainer dat je een magneet kunt zijn. Als je zichtbaar bent voor anderen met projecten waar je blij van wordt, dan trek je meer van die projecten aan. Sterker nog,

toen ik een boek had geschreven over persberichten, een uitvloeisel van een betaalde opdracht, kreeg ik verzoeken om persberichtentrainingen te komen geven. Terwijl ik nog nooit een persbericht had geschreven! Ik leerde ervan dat je je projecten dus beter heel bewust kunt kiezen. Waar wil je méér van? Wat wil je aantrekken?

In het dagelijks leven gaat het net zo. Je woorden maken verschil. Toen mijn zoon jong was, heb ik hem een keer een klap gegeven. Daar voelde ik me naar over. Maar mijn gedachten daarover maakten dat gevoel nog groter. 'Ik ben geen goede moeder' schoot het door me heen. Die gedachte was erger dan het feit, de klap, op zich. Misschien ken je de 'vier vragen die je leven veranderen' van de Amerikaanse auteur Byron Katie? Haar zelfonderzoekboek daagde me uit die uitspraak om te draaien. 'Ik ben een goede moeder': was dat niet net zó waar? Voor die stelling kon ik zeker zoveel bevestiging vinden. Al was het maar omdat ik me zorgen maakte over die klap. De omkering hielp me het goede te zien en te doen. Toen kwam een uitnodiging voor het 20-jarig bestaan van een marktonderzoeksbureau waar ik al lang voor werk. Maar wat voor cadeau geef je een jarig bureau? Hun slogan was net nieuw: **creating positive change**. Ik kreeg een idee. Wat is de rol van taal in *creating positive change*? Daar zou ik een presentatie over kunnen geven. Dat werd mijn cadeau. Niet dat ik die presentatie al had, maar het jubileum was een goede aanleiding om die te ontwikkelen. De sessie kwam er en werd de start van meer presentaties, die ik later Magneetwoorden ging noemen.

Het werd mijn missie om met taal het goede te versterken. Ik zag dat we in het dagelijks leven en in veel werksituaties gericht zijn op wat we níét willen (zie kader). In het boek laat ik zien waar en waarom dat gebeurt, wat het effect ervan is en hoe het anders kan.

Ondertussen is in mijn werk steeds duidelijker geworden dat inhoudelijke argumenten niet genoeg zijn om mensen ergens toe aan te sporen.

Met kennis alleen verander je zelden gedrag. Weten is nog geen doen, zoals de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid zegt. Daarom zetten gedragsexperts psychologische inzichten in om gedrag te sturen. Zijn mensen bereid en in staat om het gewenste gedrag te vertonen? Je woordkeus kan dat gedrag helpen aantrekken. Als een magneet dus. En dat 'magneet' begint met een m net als 'Mies', mijn achternaam: dat maakt het voor mij alleen maar aantrekkelijker. Ik hou van het spelen met taal. Wist je dat het **name letter-effect** is aangetoond? Mensen hebben voorkeur voor de letters uit hun naam. Er wordt zelfs een verband gesuggereerd tussen de beginletters van namen van mensen en die van hun beroep. Er zijn – laten we zeggen – meer tandartsen die Theo heten dan die Leo heten. Welkom in de magische wereld van de taal.

BLOEMLEZING UIT HET DAGELIJKS LEVEN?

Maak het niet te laat - Stop met schreeuwen - Niet zo zeuren - Maak je niet druk - Wind je niet op - Pak geen kou - Ik wil er niet alleen voor staan - Het lukt me niet - Ik wil minder onzeker zijn - Niet bang zijn voor de toekomst - Ik wil je geen angst aanpraten - Ik mag geen fouten maken - Ik kan dit niet - Ik ben niet goed genoeg - Niet springen (tegen de hond) - Niet met je schoenen op de bank - Let niet op de rommel - Als je je bord niet leegeet, krijg je geen toetje - Niet zo treuzelen - Ik wil niet gepest worden - Ik wil mijn baan niet verliezen - Ik wil niet alles alleen hoeven doen - Ik heb er geen zin in - Ik wil niet meer zo moe zijn - Ik heb geen focus - Niet zo lang op je telefoon - Niet haasten - Niet rennen - Glij niet uit - Kijk uit dat je niet valt - Ik wil niet te laat komen - Ik durf niet - Als ik maar niet afga - Als ik maar niet ziek word - Als ik mijn trein maar niet mis - Geen kleding laten slingeren - Je mag niet meer gamen - Niet snoepen voor het eten - Geen speelgoed afpakken - Niet gooien met de bal - Het hoeft niet perfect

- Ik ben het zat - Ze vinden me niet aardig - Ik wil je niet opjagen - Ik wil niemand schofferen - Niet smakken - Niet met volle mond praten
- Niet met je elleboog op tafel - Niet meer lezen in bed - Ik word niet serieus genomen - Er komt geen eind aan

Wat je niet wél vindt in dit boek

In *Magneetwoorden* leid ik je rond in de vele mogelijkheden van taal. Je ervaart bij welke woorden je weerstand voelt en wanneer je openstaat voor een boodschap. Het boek laat zien op hoeveel verschillende manieren je iets kunt zeggen of schrijven. En wil je zo inspireren tot een bewustere woordkeus. In het dagelijks leven en in je werk, of je nu een mail schrijft of een slogan bedenkt. Iedereen wil immers weleens ander gedrag zien, van diens kinderen, collega's of doelgroep.

In het eerste deel licht ik de magneetwoordengedachte verder toe. Wat is het effect van ontkenningen zoals 'Ik wil geen stress' of 'Hier niet duiken'? Waarom gebruiken we die zoveel? En waarom is het handiger om het anders te doen? Je leest over de **WEL-beweging** – een beweging die breder is dan taal alleen. Positief is de trend.

In het tweede deel zie je waar magneetwoorden opduiken in de praktijk: privé, professioneel of publiek. In gedachten en uitspraken, mails, borden en instructies, framing, campagnes en in projectnamen. Je leest hoe er vanuit verschillende vakgebieden naar de ontkenning wordt gekeken. Ik geef veel voorbeelden, zodat je de **twee polen** van de magneet gaat herkennen. Je krijgt meteen al ideeën om je repertoire te vergroten. Hoe kan het wél? In het derde deel lees je hoe je met magneetwoorden aan de slag kunt gaan. In je werk, bijvoorbeeld als communicatieprofessional of coach, maar zeker ook in de dagelijkse omgang met anderen. Je vindt er zeven

technieken: de omkering, concrete acties, complimenten en bedankjes, vragen en keuzes, goede voorbeelden, identiteitswoorden en beloftes, en knipoogteksten en rijm. Je ontdekt hoe je ze toe kunt passen. Daarna ben je een volleerde **magneetwoordenbaas**. Checken of dat gelukt is? Doe de test achter in dit boek: Ben jij ook al een magneet?

Alle voorbeelden uit de illustraties zijn echt. Vaak heb ik ze zelf gefotografeerd. Of het waren foto's die ik op X of Instagram tegenkwam of toegespeeld kreeg (iets posten over magneetwoorden werkte als een magneet!). Omdat de kwaliteit van de foto's wisselde en ik niet alle makers kon achterhalen, hebben we in dit boek gekozen voor typografische illustraties. Er zijn vooral teksten in opgenomen die je tegenkomt op straat en in de media of in het dagelijks leven thuis en op kantoor, omdat die voorbeelden voor iedereen herkenbaar zijn. Verder gaat het om kwesties als energiebesparing, welzijn of respectvol samenleven, omdat dat **grote actuele gedragsvraagstukken** zijn. Mensen aansporen iets (anders) te doen is doorgaans complexer dan mensen verleiden iets begeerlijks te kopen. Uiteraard zijn de principes van magneetwoorden net zo goed toepasbaar in andere situaties waarin gedrag wordt gestuurd.

In dit boek laat ik je een glimp zien van de gedragsprincipes die schuilgaan achter onze woordkeus, inclusief bewijs voor de werking ervan. Wil je daar alles van weten? Dan verwijst ik je graag naar de leestips achter in dit boek. Uit die literatuur blijkt bovendien dat communicatie een van de middelen is om gedrag te sturen, naast financiële prikkels, wetgeving en voorzieningen. Rookgedrag nam bijvoorbeeld sterk af toen de prijs van sigaretten omhoogging en een rookverbod ging gelden in binnenruimtes. Dat zet het effect van communicatie in perspectief. Evenzo heeft het ontwerp van een kantoorgebouw invloed: mensen kiezen vaker voor de trap als die meer op hun route ligt dan de lift. En als je een bewegingssensor monteert, is een bordje 'Vergeet het licht niet uit te doen' overbodig.

Met andere woorden is niet alles op te lossen. Tegelijk hebben woorden veel meer mogelijkheden dan we op dit moment benutten. Geloof ik daarmee dat het leven **maakbaar** is? Dat het een kwestie is van anders denken, praten, schrijven? Dat als je problemen niet benoemt, ze er niet zijn? Zeker niet. Maar woorden kunnen wel veel positiefs opleveren, zoals we in het verhaal van de Durfpoli al zagen.

EEN BERICHT DAT BLIJFT PLAKKEN

In Verona komen veel toeristen af op Casa di Giulietta, het huis dat Shakespeare zou hebben geïnspireerd tot *Romeo en Julia*. Een muur daar was volgeplakt met kauwgom. Het deed me denken aan de bruggen met slotjes: zie je er een paar hangen, dan hang je de jouwe er gemakkelijk bij. In het geval van de kauwgom was het museum not amused. Ze hingen een bordje op de muur met de tekst '*Please don't make the wall dirty*'. Tegen dovemansoren! Eén kauwgompje erbij maakt toch geen verschil? Hier heeft communicatie geen zin. Die muur moet je helemaal schoonmaken, zodat de drempel veel groter wordt om er iets op te plakken. Of verzin iets ludieks: een bord waarop toeristen juist uitgenodigd worden hun kauwgom te plakken, bijvoorbeeld als manier om te antwoorden op een stelling (ja/nee) of als manier om een kunstwerk te maken in het thema Romeo en Julia.



WELKE WOORDEN WERKEN VOOR WORKSHOPS?

'Moeten ze van tevoren nog iets doen?' vraagt de organisator van de workshop me. Ik hoor de workshopdeelnemers in gedachte al zuchten. Moeten. Voorbereiding. Huiswerk. Opdrachten. Zulke woorden liggen voor de hand, maar passen ze bij waar ik in geloof? Ik besluit de onderwerpregel van de mail die we vooraf sturen, aan te passen. Het wordt 'Voorpret'. Om 'alvast in de stemming te komen' kunnen ze blogs lezen, een artikel downloaden of al nadenken over een situatie om tijdens de training te bespreken. Zo voelen ze zich vrij om iets te doen en laat de toon van de mail doorschemeren dat het leuk gaat worden. Als ik echt wil dat ze van tevoren bijvoorbeeld een tekst insturen, dan voeg ik eraan toe: 'Mail voor [datum] je tekst naar [mailadres]. Dan kan ik het programma helemaal op maat maken voor jullie.' Ze krijgen er dus iets voor terug. Mijn mail na afloop van de workshop noemde ik vaak 'Materiaal workshop' of 'PowerPoint workshop'. Functioneel. Nu kies ik voor 'Nagenieten van de workshop'. In lijn met de voorpret vooraf. Ik benadruk waar ik zelf met plezier op terugkijk en voeg natuurlijk het beloofde materiaal bij.

En de titels in dit boek? Ik koos automatisch voor 'Intro' voor het inleidende hoofdstuk en voor 'Tot slot' aan het eind. Het duurde even voor ik me ervan bewust was. Net op tijd aangepast!



FIETSEN

Praktijkvoorbeelden van borden op straat, briefjes achter ruiten en slogans over het parkeren van je fiets.
Welke woorden hebben voor jou magneetkracht?

Verboden rijwielen te plaatsen

Hier geen fietsen plaatsen.
Houten fietsen toegestaan

Let op! Hier geldt: fiets
fout = fiets weg

Jouw fiets + ons
hek = onze fiets

Uw fiets stond fout gestald!

Hier alleen tuba's plaatsen
[bij muziekschool]

Fietsaso

Doe mee! Parkeer je fiets oké

Hier geen fietsen

Vak die fiets!
[in het fietsvak]

Fietsenstalling →

Fietsheld – Jij parkeert
je fiets goud

P – voldoende vrije
plekken langs het spoor

Doe eens gek. Zet je fiets
op de juiste plek. Het is
hier Amsterdam niet!

Zet je fiets in het rek

Plek zat bij het station

Geen fietsen,
nooduitgang vrijlaten

Hier fietsen plaatsen

Stal je fiets voor niets

Wij halen uw fiets vrijwillig weg

Gelieve hier geen fietsen
te plaatsen i.v.m. de vrije
doorgang in de openbare
ruimte. Bedankt namens
alle buurtgenoten!

Fiets doneren – Hier parkeren

Rijwielen in het fietsenrek of
bij u eigen voor de deur [sic]

Hier geen fietsen plaatsen.
We spuiten ze blauw!

Alléén fietsen met kinderzitje
en/of krat in dit vak

Verboden fietsen te plaatsen.
Deze worden anders op
uw kosten verwijderd

Bij de ANWB houden wij van
fietsen, maar niet voor de
etalage. Fietsen kunt u om de
hoek plaatsen of in de rekken
voor de horeca. Bedankt!

Fietsen plaatsen links
achter de trap

Geen fietsen tegen
de gevel plaatsen

Waarschuwing – Fietsen
worden verwijderd

Geen fietsen s.v.p.

Church parking only.
Violators will be baptized :)

Geen fietsen tegen het raam
zetten a.u.b. maar doe je
het toch, dan is het eigenlijk
ook weer niet zo heel erg



DEEL 1

**OVER DE NIET-
MACHINE EN DE
WEL-BEWEGING**



Niet-boodschappen: wat doen ze met jou?

Zinnen met 'niet' erin vind je overal: in je dagelijks leven, op straat, in je werk, in bedrijfs- en overheidscommunicatie. Ik noem ze 'nietjes', al staat er lang niet altijd letterlijk 'niet' in. Het gaat om ontkenningen in brede zin: 'tegen', 'geen', 'anti' of 'zonder' kunnen ook, of '-loos', 'verboden voor' of een naam met alleen het probleem erin.

Het is niet verwonderlijk (eh... best logisch) dat we niet-boodschappen gebruiken, want we zijn eerder gericht op wat we niet willen dan op wat we wel willen. Bovendien weten we vaak beter wat we niet willen dan wat we wel willen. Ik ga er zo meteen op in. Maar eerst: wat is het effect van deze nietjes in de openbare ruimte op jou? En hoe komt dat?

Ze maken je opstandig

- ▶ Hier geen rijwielen plaatsen
- ▶ Dit is geen honden-uitlaatplek!!!
- ▶ Verboden te voetballen

Iets niet mogen roept weerstand op. Als je een voetbal bij je had gehad, zou je die muur waarop dat bordje hangt toch even uitproberen. Bij de tekst 'Verboden fietsen te plaatsen' kun je recalcitrant reageren: ik heb er anders maar één. En een hondenbezitter kan maar zo denken: 'Geen hondenuitlaatplek? Dat zullen we nog weleens zien!'

Dat het verbod opstandig maakt, komt doordat het je vrijheid inperkt. Dit type weerstand wordt in de sociale psychologie **reactance** genoemd. Je herkent het gevoel vast. Stel, je hebt een tijdje achter een tractor gereden omdat je niet kon inhalen. Plotseling slaat de tractor af. Wat doe je? De

kans is groot dat je ineens extra hard gaat rijden om het nare gevoel te compenseren. Dat is reactance.

Bij veel van die borden krijg je de indruk 'Ik mag hier ook niks'. Zeker een bord met een lijst verboden bij de entree van een park ('Geen harde muziek, niet bbq'en, geen afval achterlaten') geeft je geen welkom gevoel. Op een terras zag ik 'Verboden hier eigen consumpties te nuttigen'. Hoe anders komt het over als er staat 'Gereserveerd voor onze gasten'.

Als er een reden is voor een verbod, is het goed die in elk geval toe te lichten. 'Niet duiken – ondiep water'. 'Niet betreden – gras pas ingezaaid'. 'Niet parkeren – uitgang vrijhouden voor hulpdiensten'. Als je overtuigd bent van de noodzaak, neemt de opstandigheid af, omdat je je dan meer uit vrije wil aan de regels gaat houden. We krijgen nou eenmaal niet graag iets opgedrongen van anderen.

Ze brengen je juist op het verkeerde idee

- ▶ Het is verboden om met de kartonnen drankhouders te gooien
- ▶ Do not climb, play on and around pipe
- ▶ Verboden te zitten op de weegschaal

Het was nog niet in me opgekomen om mezelf te gaan wegen op een bagageweegschaal op een vliegveld, maar nou je het zegt! Bovendien: blijkbaar wegen mensen zich daar wel, anders hing dat bordje er niet. Je draagt dus onbewust bewijs aan voor het gedrag dat je afwijst. En gedrag is **besmettelijk**, we volgen gemakkelijk wat anderen doen. Toen baby-melkpoeder schaars was, riepen winkels op om 'niet te hamsteren'. Een consument kan dan concluderen dat het blijkbaar nodig is om te hamsteren. Die besmettelijkheid gaat behoorlijk ver. Uit experimenten van psycholoog Solomon Asch is bekend dat als proefpersonen een eenvoudige som krijgen, en zes (geïnstrueerde) mensen voor hen een verkeerd

antwoord geven op die som, ze ernstig aan zichzelf gaan twijfelen en zich conformeren aan de groep.

Communicatieadviseur Harrie van Rooij trof tijdens een schoolkamp in de keuken van de kampeerboerderij de wandtekst aan: 'Verboden met de deksels van pannen tegen elkaar te slaan'. Je hoeft geen psycholoog te zijn om te voorspellen welk effect zo'n tekst heeft. Communicatie-experts zullen in zulke gevallen dan ook aanraden niet te communiceren via bordjes, maar in te grijpen mocht iemand gaan drummen met deksels. Of mocht iemand op die weegschaal gaan zitten. Ook in de situatie van de kartonnen drankhouders in het voetbalstadion is meer te verwachten van andere oplossingen, zoals zichtbare inleverpunten en statiegeld. Daarover kun je dan weer communiceren: 'Lever de drankhouder in bij de bar en krijg 50 cent korting op je volgende bestelling'.

De niet-boodschappen brengen je dus precies op het verkeerde idee. Net als bijvoorbeeld 'Niet skaten' in een stationshal: o, wat een heerlijk gladde vloer! 'Verboden posters aan te plakken': o, wat een fijne wand! 'Niet aanmeren' bij een kasteelover: o, wat een prachtige plek om de boot aan te leggen. Als iemand je zegt 'Niet naar rechts kijken', zou jij dan niet nieuwsgierig worden?

Ze beschuldigen en ontmoedigen

- ▶ Hier geldt: fiets fout = fiets weg
- ▶ Sluikstorten Foei! Boete tot 250 euro mogelijk
- ▶ Fucking aso – haal je fucking auto weg als je klaar bent met laden.

Door jou kunnen anderen niet laden, HUFTER

Als je bestraffend wordt toegesproken, komt je **ego** in het geding. Het tast je status aan als je het gevoel hebt dat iemand zich boven je plaatst. Deze toon heeft alleen maar nadelen, stelt verandermanager Annemarie Mars.

Wil je meer bereiken met je boodschap? Gebruik dan magneetwoorden. Positieve woorden die zeggen wat je wél wilt en mensen onweerstaanbaar aantrekken.

Magneetwoorden hebben een magisch effect op mensen. Plotseling vinden ze het prima om hun fiets elders te parkeren, gooien ze hun rommel keurig in de prullenbak en zijn ze geïnteresseerd in jouw ideeën. Met magneetwoorden verander je dwarsliggers in medestanders. Zelfs in je eigen gedachten maken je woorden verschil. Ontdek de psychologie van positieve taal en leer hoe je deze elke dag kunt toepassen, thuis en op het werk. Zeg nou zelf:

- ▶ Ga je liever naar de **Angstpoli** of naar de **Durfpoli**?
- ▶ Word je lid van de **Zwerfafvalgroep** of **Supporter van Schoon**?
- ▶ Stuur je oma een kaartje waarop **#tegeneenzaamheid** staat of **#denkaanjou**?

Magneetwoorden beschrijft de technieken waarmee je zelf aantrekkelijke teksten kunt bedenken. Maak kennis met de omkering, identiteitswoorden en de kunst van knipoogteksten. Een boek dat je beeld van communicatie zal veranderen, boordevol hilarische, provocerende en ijzersterke voorbeelden.



Jeanine Mies is neerlandicus en helpt als schrijver en adviseur bedrijven en organisaties met het formuleren van aantrekkelijke boodschappen. Ze geeft presentaties en trainingen over magneetwoorden.

magneetwoorden.nl

