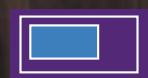


In Feite



Uitgave van STIVORO, voor een rookvrije toekomst. ■ JAARGANG 11 ■ JUNI 2006

F. ULIJEN, DE GAAIJ FOTOGRAFIE



STIVORO
VOOR EEN ROOKVRIJE TOEKOMST

inhoud

Feit en visie **2** De mythe van minder omzet **4** Een eerlijke vorm van publieksinformatie **6**
Tabaksontmoediging kosteneffectief **8** Samen sterk **12** Blij met rookvrij **14**

Het maatschappelijke belang van het Nationaal Programma Tabaksontmoediging

De samenleving vraagt steeds duidelijker om tabaksontmoediging. Maar het percentage rokers is in het afgelopen jaar niet gedaald, het blijft hangen op 28 procent. En wij hebben nog altijd geen rookvrije horeca, terwijl notoire rooklanden als Ierland en Italië dat wel hebben. Het is daarom hoog tijd om daar wat aan te gaan doen. De plannen liggen er.

Nu de politieke steun nog.

Het is een jaar geleden dat een groot aantal organisaties in de zorg dringend aandacht vroeg voor de voortschrijdende negatieve gevolgen van roken. Op 31 mei 2005 hebben zij, namens ruim 70.000 zorgverleners, een petitie aangeboden aan de vaste kamer commissie Volksgezondheid, Welzijn en Cultuur. Daarin vragen zij om ondersteuning van het tabaksontmoedigingsbeleid en een stevige voortzetting van dat beleid. Dat beleid zou volgens hen inhoud moeten krijgen onder andere in een horeca, waar bezoekers geen hinder, overlast en gezondheidsschade hoeven te ondervinden, en in voldoende mogelijkheden voor de zorg voor het helpen bij stoppen roken. Zorgverleners zijn ongerust omdat in Nederland nog steeds ruim 20.000 mensen jaarlijks overlijden als gevolg van roken. Nog steeds beginnen veel kinderen met roken (40 procent van de 15-jarigen rookt wel eens) – eenmaal verslaafd komen ze er moeilijk van af.

CONCRETE VOORNEMENS

Het is ook bijna een jaar geleden dat minister Hoogervorst, KWF Kankerbestrijding, de Nederlandse Hartstichting en het Astma Fonds op 15 juni 2005 een intentieverklaring hebben ondertekend waarin zij afspreken gezamenlijk het tabaksontmoedigingsbeleid te continueren en intensiveren. Deze intentieverklaring heeft inmiddels geleid tot het Nationaal

Programma Tabaksontmoediging waarin concrete voornemens zijn uitgewerkt op het gebied van voorlichting, ondersteuning én wettelijke maatregelen om het aantal rokers terug te dringen tot 20 procent in 2010.

Een jaar verder staat het tabaksontmoedigingsbeleid helaas nog op een laag pitje. Recent RIVM onderzoek (deze In Feite) laat zien dat er inmiddels doelmatige instrumenten beschikbaar zijn om het roken verder terug te dringen. Die instrumenten zijn het afgelopen jaar te veel in de kast blijven liggen, omdat er geen middelen zijn om ze grootschalig in te zetten. In een jaar is het percentage rokers niet verder gedaald – het blijft hangen op 28%. Nederland komt ook achterop qua percentage rokers en wet- en regelgeving, in vergelijking met andere landen. Volgens nieuwe cijfers scoort Nederland drie plaatsen lager dan in 2004, omdat wij geen rookverbod in de horeca hebben en minder investeren in een aanbod aan stopondersteuning. Notoire rooklanden als Ierland en Italië hebben wel een rookvrije horeca.

KRACHTIG BELEID

Tegelijkertijd zien we dat de samenleving duidelijker vraagt om tabaksontmoediging. Niet alleen zorgverleners, die de gevolgen van roken in hun dagelijkse werk ervaren, roepen

op tot een krachtig beleid. Ook de gewone burgers, de niet-rokers, ruim 2/3 van de Nederlanders, laten steeds duidelijker horen dat zij het niet langer acceptabel vinden last te hebben van tabaksrook. Illustratief is de actie van CAN, die in no time ruim 65.000 handtekeningen wist te verzamelen voor het eerste Burgerinitiatief. Uit recent onderzoek van het Astma Fonds, KWF Kankerbestrijding, de Nederlandse Hartstichting en STIVORO blijkt dat een meerderheid van de Nederlandse bevolking het prettiger vindt als er niet gerookt wordt als ze een horecagelegenheid bezoeken. Bovendien hoeft een rookvrije horeca zeker niet te leiden tot omzet- of banenverlies in de horeca (deze In Feite).

Het is hoog tijd om het Nationaal Programma Tabaksontmoediging te gaan uitvoeren. STIVORO staat er klaar voor om samen met KWF Kankerbestrijding, de Nederlandse Hartstichting, het Astma Fonds aan de slag te gaan. Met een goed samenhangend pakket van maatregelen kunnen we die 20 procent halen (deze In Feite). Politieke steun daarvoor is belangrijk. We rekenen er dan ook op dat de Tweede Kamer de minister steunt in zijn tabaksontmoedigingsbeleid!

*Lies van Gennip,
directeur STIVORO voor een rookvrije toekomst.*



TARQUINIA ZEEGERS



De mythe van minder omzet

De meerderheid van de Nederlandse burgers wil een rookverbod in de horeca. Maar de tabaksproducenten en de horeca vrezen omzetsdaling en verlies van banen. Onzin, zegt Luk Joossens, op basis van internationale studie. 'Het is een mythe dat een rookverbod de horeca geld en banen kost.'

Horeca vaart wél bij rookverbod

Ruim 60 procent van de Nederlanders vindt het prettig als er niet zou worden gerookt in café of restaurant. En ruim de helft (57 procent) wil dat de Tweede Kamer besluit tot een rookvrije horeca.

Dit blijkt uit onderzoek van TNS NIPO onder Nederlanders van 16 jaar en ouder. Het werd op 19 mei 2006 gepubliceerd door het Astma Fonds, KWF Kankerbestrijding, de Nederlandse Hartstichting en STIVORO. In 2004 bleek al dat ook een meerderheid van het horecapersoneel (52 procent) voor een volledig of een gedeeltelijk rookverbod (met rookruimtes) is. Op dezelfde dag, 19 mei, overhandigde de niet-rokers vereniging CAN 65.000 handtekeningen aan de Tweede Kamer. CAN wil ermee een rookverbod voor de horeca afdwingen.

In geen enkel land werd een omzetverlies in cafés en restaurants vastgesteld na het invoeren van een rookverbod

Steeds meer landen hebben een dergelijk rookverbod. Nederlanders hebben sinds 2003 dan wel recht op een rookvrije werkplek. Alleen, dit wettelijke rookverbod geldt nog niet voor de horeca. Koninklijke Horeca sloot in 2004 met de minister van volksgezondheid een zelfreguleringsovereenkomst. Dit stappenplan geeft cafés, discotheken en restaurants tot einde 2008 de

tijd om (gedeeltelijk) rookvrij te worden. Ierland, Italië, Malta, Noorwegen, Zweden, Schotland en Nieuw Zeeland hebben al wel een totaal rookvrije horeca. Engeland wordt volgend jaar volledig rookvrij.

GEEN OMZETVERMINDERING

De horeca en de tabaksindustrie blijven bezwaren aanvoeren tegen een totaal rookverbod. Ze schermen met omzetvermindering en met verlies van banen. Dat een tabaksverbod de horeca ernstige schade zou toebrengen, wuift Luk Joossens onmiddellijk weg. Joossens, werkzaam bij de Europese kankerliga's, droeg bij aan de in februari 2006 uitgekomen studie *Lifting the Smokescreen* van het Europese Smoke Free Partnership. Joossens was verantwoordelijk voor de deelstudie *Economic impact of a smoking ban in bars and restaurants*, waarin 97 onderzoeken over dit onderwerp onder de loep zijn genomen. Joossens: "De economische impact van een totaal rookverbod in de horeca is niet desastreus. Dat willen de producenten ons wel laten geloven. Het is een mythe dat het de horeca geld en banen kost." Hij citeert buitenlandse voorbeelden uit de studie. Zo heeft het in Ierland, sinds 29 maart 2004 rookvrij, niet tot een omzetvermindering geleid. Joossens: "Als zelfs in hét land van de pubs de argumenten van de tabaksindustrie gelogenstraft worden, wat wil je dan nog meer?" Ook in Noorwegen en Italië

is men enthousiast over het rookverbod. En in de stad New York steeg na het rookverbod de omzet van restaurants en cafés zelfs met 8,7 procent, en het aantal banen met ruim 10.000.'

OBJECTIEVE CRITERIA

De onderzoeksresultaten waarmee de tabaksindustrie haar bezwaren onderbouwt, zijn volgens het onderzoek *Lifting the Smokescreen* niet valide. Joossens: "De 35 onderzoeken die negatief over het rookverbod concludeerden, blijken niet te voldoen aan objectieve criteria die hun beweringen over omzetsdaling en verlies van banen rechtvaardigen. Slechts 21 onderzoeken voldeden wél aan de criteria en die oordeelden dat het rookverbod geen negatieve impact had op omzet en werkgelegenheid." En Joossens gelooft ook niet dat klanten wegblijven uit de cafés omdat ze er niet meer mogen roken.

Passief roken is nu nog vooral een probleem in horecazaken

Die verwachting leeft wel in de horeca. "De intenties en het gedrag van mensen komen niet altijd overeen. Iemand kan wel zeggen niet meer naar het café te gaan bij een rookverbod, dat betekent niet dat hij of zij dat daarom ook doet. In geen enkel land ter wereld werd een omzetverlies in cafés en restaurants

vastgesteld na het invoeren van een rookverbod."

In het Nationaal Programma Tabaksontmoediging, dat begin dit jaar door minister Hoogervorst (VWS) aan de Tweede Kamer is aangeboden, is het beschermen van de niet-rokers een belangrijk onderdeel. Zowel personeelsleden uit de horeca als de klanten moeten beschermd worden tegen ongewild meerooken. Volgens Joossens past daar geen rookvrije zone of een rookruimte in, alleen een totaal rookverbod. Joossens: "Want passief roken is vooral een probleem in horecazaken." Volgend jaar gaan de Belgische restaurants rookvrij worden. "In 2004 was Ierland het eerste land. We zijn nu twee jaar en zes landen met een rookvrije horeca verder. In dat tijdsbestek is het een stevige vooruitgang te noemen." ■

Combinatie van beeld en tekst op verpakkingen tabak

Een eerlijke vorm van publieksinformatie

De kleurenfoto's van de gevolgen van roken voor op de verpakking van tabakswaaren liggen klaar. Niet iedereen is hier enthousiast over. Maar, zegt VWS: "Het is de plicht van de overheid om de burger eerlijk en goed voor te lichten."

Met de soms afschrikwekkende kleurenfoto's van de gevolgen van roken op de verpakking van tabakswaaren, is het net als met het voetbal, zegt Pieter de Coninck, senior beleidsmedewerker tabaksontmoediging bij het ministerie van VWS. "Iedereen heeft er een mening over. Dat het discussie oproept is niet verkeerd. Maar de beeldvorming wordt vooral bepaald door enkele gruwelijke foto's van zwarte longen en afschuwelijke gezwellen. Die vormen trouwens een minderheid in de in totaal 42 beschikbare afbeeldingen. En juist die paar gruwelijke plaatjes zullen de Nederlanders voorlopig niet gaan zien." De minister van volksgezondheid Hoogervorst heeft de Tweede Kamer al beloofd de engste plaatjes weg te laten.

Als het aan Hoogervorst ligt komen de kleurenfoto's op korte termijn ook in Nederland op de verpakkingen. België en Engeland zullen ons op dit punt in ieder geval voorgaan. Lidstaten van de Europese Unie kunnen gebruik maken van een verzameling van 42 afbeeldingen die in opdracht van de Europese Commissie zijn vervaardigd. Dat minister Hoogervorst van de geboden mogelijkheid gebruik wil maken, staat in het Actieplan 2006 dat voortvloeit uit het Nationaal Programma Tabaksontmoediging.

EERLIJKE VOORLICHTING

Er zijn gezondheidsprofessionals, zegt De Coninck, die het effect van de afschrikwekkende beelden in twijfel trekken. Zij zijn ervan overtuigd dat je er geen gedrag mee verandert. Sterker nog: dat rokers door angst gedreven er zich van gaan afschermen. De Coninck: "Het neemt niet weg dat deze keuze van volksgezondheidsbeleid wordt ingegeven door de ernst van de problematiek. Roken is schadelijk en verslavend. Alleen daarom al is het een plicht van de overheid om de burger eerlijk en goed voor te lichten. Dat staat zelfs helemaal los van de idee of je er nu wel of geen gedrag mee beïnvloedt. Maar op basis van onderzoek zijn we van mening dat de kleurenfoto's bijdragen aan het verder ontmoedigen van roken."

Het pakje sigaretten wordt minder aantrekkelijk om te kopen

Dat de combinatie van waarschuwende teksten en beelden werkt, hebben ervaringen in landen als Brazilië en Canada uitgewezen, legt De Coninck uit. In 2001 was Canada het eerste land ter wereld om gezondheidswaarschuwingen ondersteund met foto's op de pakjes te introduceren. Een jaar later ging Brazilië ook ertoe over. Onderzoeken toonden aan dat de maatregel effect sorteerde. Veel rokers verklaarden dat de nieuwe waarschuwingen



hun intentie en motivatie om te stoppen met roken hadden vergroot. En het had ze aangezet om meer na te denken over de gevolgen van (mee)roken voor de gezondheid. Ze zijn daarom bijvoorbeeld minder gaan roken binnenshuis.

STERK EFFECT

De Coninck refereert ook aan Nederlands onderzoek van STIVORO uit 2002. De toen net geïntroduceerde waarschuwingsteksten op tabaksproducten hadden het roken minder aantrekkelijk gemaakt. De Coninck: "Toen die teksten er net op stonden nam het aantal telefoontjes naar de stoplijn van STIVORO gigantisch toe. Na verloop van tijd was er wel weer een daling, maar het aantal telefoontjes stabiliseerde op een niveau dat aanzienlijk hoger was dan dat vóór de introductie van de teksten."

Deze ervaringen in Nederland met de louter tekstuele informatie en de ervaringen in Canada en Brazilië met de combinatie van kleurenfoto's en voorlichtingsteksten, wijzen volgens De Coninck

allemaal in dezelfde richting. "De waarschuwingen hebben een sterk effect op het stoppen met roken. De combinatie van tekst en beeld maakt die effecten nog sterker. Dat is niet verwonderlijk, want we groeien ook op in een tijd die bol staat van beelden." En, zegt De Coninck, het heeft ook invloed op hoe er tegen roken wordt aangekeken. "Niet roken wordt steeds meer de sociale norm. Roken wordt steeds minder normaal gevonden." Daar komt bij, gaat De Coninck verder, dat zeker nu tabaksreclame bijna geheel verboden is, voor fabrikanten de verpakking een enorm belangrijk medium is geworden om met potentiële klanten te communiceren. "De kleurstelling, het design van het pakje is een belangrijke verleiding voor de consument om het pakje sigaretten of sigaren te kopen. De waarschuwende foto's en teksten doen echter afbreuk aan dat imago. Het pakje wordt minder aantrekkelijk om te kopen. En de tabaksindustrie heeft door de combinatie van kleurenfoto en voorlichtingstekst ook minder ruimte voor wervende teksten. Het is weliswaar een bijeffect, zegt De Coninck, maar het effect is er niet minder om." ■

RIVM onderzoekt gezondheidseffecten en kosten

Tabaksontmoediging kosteneffectief

Het RIVM heeft de gezondheidseffecten en kosten geschat voor verschillende maatregelen van tabaksontmoediging. Zelfs bij deze voorzichtige schattingen blijken de gezondheidseffecten op te wegen tegen de kosten van de maatregelen. "Dat is voor het tabaksontmoedigingsbeleid een heel gunstige boodschap."

Accijnsverhogingen, massamediale campagnes en individuele ondersteuning zijn doelmatige maatregelen om volwassenen te laten stoppen met roken. Al deze maatregelen leveren veel extra stoppers en daarmee gezondheidswinst op. En dat tegen relatief lage kosten. Dit blijkt uit onderzoek naar de gezondheidseffecten en kosten van het tabaksontmoedigingsbeleid. Het RIVM onderzocht het, in opdracht van het ministerie van VWS.

VEEL GEZONDHEIDSWINST

Talitha Feenstra, projectleider van het onderzoek, licht het toe: "Ons onderzoek was gericht op de kosteneffectiviteit van een aantal maatregelen. We hebben alleen maatregelen onderzocht met bewezen effect op het aantal rokers. Het heeft geen zin de kosteneffectiviteit te onderzoeken van maatregelen die niet werken."

Feenstra zegt dat bekend is dat door tabaksontmoedigingsbeleid veel gezondheidswinst te behalen is. "Dus zodra je de kosten van die maatregelen op een rijtje zet, kun je op je klompen aanvoelen dat die verhouding tamelijk gunstig zal zijn. Het is goed dat weer eens helder op een rijtje te hebben. Wat dat betreft was er geen nieuws onder de zon. Maar wat ons echt verraste was het volgende. Veelgehoorde kritiek op gezondheidsmaatregelen is dat als mensen bijvoorbeeld stoppen met roken het uiteindelijk geen winst in de

zin van kostenbesparing oplevert. Mensen die langer leven hebben extra zorg nodig. Want ze komen uiteindelijk in een verpleeghuis terecht, enzovoort, en dat kost allemaal weer geld. Ons onderzoek laat nu zien dat zelfs als je die extra kosten meeneemt, dat dan nog die verhouding heel gunstig uitvalt. Dat is voor de tabaksontmoediging een heel gunstige boodschap. Het ondervangt die kritiek. De gezondheidseffecten blijken op te wegen tegen alle kosten van de maatregelen."

GOEDKOPE MAATREGEL

Van accijnsverhogingen, massamediale campagnes en individuele ondersteuning is de eerste het meest kosteneffectief, aldus Feenstra. "Een accijnsverhoging is gewoon een goedkope maatregel. Het is een belastingverhoging. Individuele ondersteuning door een huisarts kost uiteraard meer."

De gezondheidseffecten blijken op te wegen tegen alle kosten van de maatregelen

Of dat consequenties voor het beleid zou moeten hebben? Feenstra: "Daar gaan wij bij het RIVM niet over. We hebben puur naar de verhouding tussen kosten en gezondheidswinst gekeken. En vanuit dat perspectief is het slimmer om accijnsverhogingen

in te voeren dan geld te stoppen in een massamediale campagne. Maar bij beleidskeuzes spelen natuurlijk meer aspecten een rol."

JONGEREN PRIJSGEVOELIGER

Is er bijvoorbeeld een uitspraak te doen over de meest effectieve maatregel voor tabaksontmoediging bij jongeren en bij ouderen? Feenstra: "Dat weten wij niet omdat die vraag gaat over de effectiviteit. Dat hebben we niet onderzocht." Het neemt niet weg, zegt ze, dat accijnsverhoging het roken onder jongeren ontmoedigt. Bij jongeren kan veel gezondheidswinst behaald worden door te voorkomen dat ze beginnen met roken. Een accijnsverhoging is hiervoor een zeer doelmatige vorm van preventie, aldus Feenstra. "Een prijsverhoging van 20 procent op de tabaksproducten verlaagt het aantal jeugdige rokers met bijna 20.000 op de korte termijn. Accijnsverhogingen gelden natuurlijk voor iedereen. Het is wel zo dat jongeren er in het algemeen gevoeliger voor zijn dan volwassenen. Dat heeft te maken met hun inkomen. Je zou dus

kunnen zeggen dat accijnsverhogingen bij jongeren iets beter werken. Net als bij mensen met een laag inkomen, die zijn ook prijsgevoeliger." ■

QALY's

De gezondheidswinst van niet (meer) roken is te meten in QALY's (Quality adjusted life years). Een winst van 1 QALY staat gelijk aan een extra jaar leven in goede gezondheid. De kosteneffectiviteit van een accijnsverhoging komt uit rond de € 5.000,- per QALY. Voor massamediale campagnes ligt de kosteneffectiviteit beneden de € 10.000,- per QALY. Ondersteuning bij stoppen met roken kost tussen de € 9.000,- en € 16.000,- per QALY. Dergelijke bedragen voor preventie gelden als doelmatig, omdat het betekent dat een extra gezond levensjaar wordt gewonnen voor relatief weinig geld, aldus het RIVM.

Niet beginnen met roken: 'Actie tegengif'



Bij deze activiteit spreken de leerlingen met hun klas af niet te gaan roken. Deze klassikale niet-rokenafpraak wordt aangeboden aan de eerste en tweede klas van het voortgezet onderwijs. De klassen die het beste presteren en de beste creatieve opdracht maken ontvangen een prijs. Er zijn prijzen beschikbaar op provinciaal niveau, landelijk niveau en Europees niveau. Dit project maakt onderdeel uit van een Europees samenwerkingsverband. In de organisatie van dit project wordt nauw samengewerkt met de GGD'en.

Doel: Het beginnen met roken uitstellen en de intentie om er niet mee te beginnen versterken. Daarnaast versterkt dit project de norm in de klas om niet te gaan roken.

Resultaten: In het schooljaar 2004-2005 deden 100.000 leerlingen mee aan dit project. Voor invoering van dit project heeft TNO Preventie en Gezondheid vastgesteld dat deze aanpak werkzaam is in het uitstellen van het beginnen met roken. Jaarlijks wordt onderzocht welke aanpassingen nodig zijn om het project aantrekkelijk te houden voor scholen en leerlingen. ■

Stoppen-met-roken in lage welstandsgroepen



Rokers verdienen 'n beloning

ROOK 24 NOVEMBER 24 UUR NIET EN JE MAAKT KANS OP EEN LCD-TV

Je bent een roker? Dat is mooi. Want iedere roker maakt kans op een van de twaalf LCD-televisies van LG. Of een van de vele prijzen uit de Achmea Health Shop. Wil jij ook een beloning verdienen? Meld je dan nu aan op www.verdienebeloning.nl



In 2005 heeft STIVORO een proef uitgevoerd met een stoppen-met-rokenactiviteit voor rokers uit de lage welstandsgroepen zonder of met slechts een geringe intentie om te stoppen. In deze groep wordt relatief veel gerookt. De doelgroep werd uitgenodigd 24 uur niet te roken (een haalbaar doel). Ze konden hun ervaringen kwijt op een vragenlijst op internet en kregen daarop feedback op maat. Deze activiteit is de eerste fase van de campagne die bij de landelijke uitrol zal worden gecombineerd met een tweede fase die bestaat uit een reguliere stopcampagne waarin een definitieve stopping wordt gestimuleerd en ondersteund.

Doel: De activiteit is erop gericht dat rokers vertrouwen ontwikkelen te kunnen stoppen met roken. Wie voldoende gemotiveerd raakt om te stoppen.

Resultaat: Onderzoek door Rescon toonde aan dat de 24-uurs stoppoging leidde tot een versterking van de motivatie om niet te roken, tot meer vertrouwen in eigen kunnen om te kunnen stoppen en in het vergroten van de intentie om met roken te stoppen. ■

STIVORO aanbod voor stoppen met roken

Via televisie, radio, telefoon, internet informeert STIVORO rokers over de voordelen van het gebruik van ondersteuning, welke vormen van hulp er zijn en waar men deze hulp kan krijgen.

STIVORO biedt zelf een reeks van bewezen effectieve gedragsmatige vormen van ondersteuning aan.

- informatie over het waarom en hoe van stoppen op internet en in een brochure;
- informatie en advieslijn;
- digitaal advies op maat;
- persoonlijke telefonische coach;
- groepstraining in samenwerking met GGD en thuiszorg.

Voor de zorg ontwikkelt STIVORO, in samenwerking met universiteiten en beroepsgroepen, speciale voorlichtingsprotocollen om rokers te adviseren bij stoppen met roken: de minimale interventiestrategie, kortweg de MIS. Er zijn protocollen gemaakt voor intermediairs als huisartsen, cardiologen en hart en vaatverpleegkundigen, verloskundigen en longartsen en longverpleegkundigen.

Het is de bedoeling dat de frequentie waarin de voorlichting wordt gegeven, toeneemt, de kwaliteit van de advisering wordt verbeterd en meer wordt verwezen naar andere vormen van hulp. STIVORO werkt aan het structureel inbedden van deze protocollen in de zorg. Het trainen van professionals maakt hier een belangrijk onderdeel van uit.

Doel: STIVORO streeft een positieve houding van rokers ten opzichte van stoppen-met-roken hulp na. Dit om het gebruik van ondersteuning te laten toenemen en daarmee het effect van stoppogingen te vergroten.

Resultaten: bekendheid met het ondersteuningsaanbod is toegenomen. Van de cardiologieafdelingen werkt 54 procent met de Minimale Interventiestrategie



Stoppen-met-roken. Van de verloskundigen is inmiddels tweederde getraind in het uitvoeren van de stoppen-met-rokenadviesing. Van de intermediairs die met longpatiënten werken, voornamelijk verpleegkundigen, zijn inmiddels ruim 500 getraind. ■

Tabaksontmoediging effectief door combinatie activiteiten

Samen sterk

De meningen over hoe het roken het beste kan worden teruggedrongen zijn verdeeld. Maar eigenlijk vormen al die opinies samen de beste aanpak. Juist de samenhang van maatregelen maakt het beleid effectief.

Hoe kan het roken het beste worden teruggedrongen? Door te zorgen dat de jeugd niet begint? Door volwassen rokers te helpen bij het stoppen? Door het roken overal te verbieden? De meningen verschillen over de beste aanpak. Meningen ingegeven door logica die op zichzelf klopt. Maar vaak een insteek betreffen, die slechts een deel van het verhaal beslaat. Als de aanpak dan ook uit alleen dat deel bestaat, blijven de effecten beperkt. De meerwaarde zit in de combinatie van verschillende activiteiten.

DALENDE TREND

Een logische gedachte is dat als je ervoor zorgt dat de jeugd niet met roken begint, het roken vanzelf uitsterft. Op dit onderdeel heeft in de uitgangspunten van de overheid en in de activiteiten van STIVORO ook lang de nadruk gelegen. Op een bepaald moment werd duidelijk dat deze strategie niet werkt. Als jongeren leven in een wereld waarin roken de norm is, kan je niet verwachten dat zij er niet aan beginnen, alleen omdat hen gemeld wordt dat het slecht voor hun gezondheid is. Terwijl hun omgeving verder de boodschap uitstraalt dat roken OK is. Daarom zijn de veranderingen van de laatste jaren van groot belang. Het aantal volwassen rokers is gedaald, tabaksreclame is verboden, er staan waarschuwingen op de pakjes sigaretten en misschien wel het belangrijkste: roken is niet meer de dominante norm. Wat hun

omgeving uitstraalt, klopt nu meer met de boodschap dat ze niet moeten beginnen met roken. Om de dalende trend in het roken bij de jeugd te continueren, is het van belang deze ontwikkeling voort te zetten: het roken onder volwassenen moet verder dalen, de horeca moet rookvrij worden, het aantal verkooppunten moet verminderen (iets dat zo schadelijk is, kan niet het product zijn dat op elke hoek van de straat te koop is) en indringende waarschuwingen op de pakjes. Onder deze voorwaarden kunnen activiteiten om jongeren van het roken te weerhouden succesvol zijn. Het blijft belangrijk om op school kennis over te dragen over de gevolgen van roken en meeroken, de intentie om niet te beginnen te versterken, het imago van het niet-roken moet verbeteren zodat roken als hulpmiddel om je identiteit vorm te geven, minder aantrekkelijk wordt.

COMBINATIE

In het beleid ligt nu de nadruk op het terugdringen van het roken onder volwassenen. Als het percentage rokers echt moet afnemen kan dit op korte en middellange termijn alleen op deze wijze. Het aantal rokers is de afgelopen 5 jaar met 650.000 verminderd. Als dit resultaat tot stand had moeten komen door minder beginnende rokers, dan had vanaf 2000 geen enkele jongere meer moeten beginnen met roken. En dan was de vermindering van het aantal volwassen rokers (15 jaar en ouder) nog niet groter geweest dan 400.000. Dit is natuurlijk niet realistisch.

Voor het stoppen met roken zijn drie factoren van groot belang: goed op de hoogte zijn van de nadelen van het roken en de voordelen van het stoppen, ervaren dat de sociale norm zich ontwikkelt richting niet-roken en het gevoel in staat te zijn om te stoppen. De kennis over de gevolgen van het roken en meeroken is bij het grootste deel van Nederlandse bevolking aanwezig. Deze kennis is vaak niet voldoende om te gaan stoppen. Daar is combinatie met de andere factoren van belang. In de eerste plaats de sociale norm. Niet-roken wordt steeds meer de norm naarmate het percentage rokers afneemt en de overheid regulerend optreedt op punten waar dat past. De status van het product is hier van belang. Tabak is een legaal product maar zou als het nu voor het eerst op de markt zou komen, niet worden toegelaten. Van de overheid mag worden verwacht dat de schadelijke gevolgen van een product met een dergelijk twijfelachtige 'legale' status zoveel mogelijk worden bestreden. Daar zijn de afgelopen jaren belangrijke stappen gezet: blootstelling aan tabaksrook op de werkplek is verboden, het actief promoten van het product via reclame en sponsoring mag niet meer en de consument wordt op een duidelijke wijze geïnformeerd over de schadelijkheid van het product. Hiermee geeft de overheid een belangrijke impuls aan normverandering en daarmee aan de motivatie van veel rokers om te proberen te stoppen. Zoals hierboven aangegeven kunnen hier de komende jaren nog de nodige stappen worden gezet om de norm ten aanzien van roken verder te veranderen.

VARIËTEIT AAN HULPMIDDELEN

De derde factor die van belang is voor het stoppen met roken is het leveren van de tools aan de rokers die de strijd willen aangaan met hun verslaving. Verslavingsdeskundigen stellen de verslaving aan roken op één lijn met de verslaving aan alcohol en heroïne als het gaat om de moeite die het kost daarmee te breken. Er is wel gezegd dat dit opgaat voor ongeveer de helft van de rokers. Om deze rokers te ondersteunen moet een variëteit aan hulpmiddelen beschikbaar zijn. Voor het realiseren hiervan zijn een aantal maatregelen nodig: het vergroten van de beschikbaarheid door inbedding in de zorg en de toegankelijkheid door deze hulp te vergoeden net als bij de ondersteuning voor de ontwenning van andere verslavingen. In verschillende landen zijn hier al belangrijke stappen gezet. Als aan deze factoren aandacht wordt besteed kunnen preventie-activiteiten als campagnes om mensen te stimuleren over stoppen na te denken meer effect hebben.

Bovenstaande maakt duidelijk dat de verschillende onderdelen van het tabakontmoedigingsbeleid sterk samenhangen en dat de resultaten die met een onderdeel kunnen worden behaald afhangen van de mate waarin er ook aan de andere onderdelen aandacht wordt besteed. Dit pleit voor een geïntegreerd samenhangend pakket van voorlichting, ondersteuning en wettelijke maatregelen. ■

Niet-roken is cool: Nou weten we het wel



Naast televisiecommercials wordt een brede mediamix ingezet: radiocommercials, boemerangkaarten, gekke gadgets, non-spotadvertising bij de BOX, een zomertour langs badplaatsen die bij Nederlandse jongeren populair zijn en een muziekclip.

Doel: Jongeren in de puberteit zijn op zoek naar een eigen identiteit. Roken is op dat moment voor hen aantrekkelijk, omdat het geassocieerd wordt met volwassenheid, onafhankelijkheid en stoerheid. Door niet-roken neer te zetten als stoer en cool wordt roken minder aantrekkelijk.

Resultaten: De campagne '...maar ik rook niet' verwierf een grote bekendheid en

veel waardering bij de doelgroep. Driekwart van de jongeren heeft met anderen, vrienden of ouders over de campagne gesproken. Het imago van de niet-roker was na de campagne vaker stoer, leuk en cool, en de intentie om niet te roken nam toe.

Deze campagnes moeten samen met de andere voorlichtingsactiviteiten en wettelijke maatregelen leiden tot effecten op gedragsniveau. Hier zijn de afgelopen jaren resultaten geboekt: het roken onder jongeren van 10 tot 19 jaar is afgenomen van 31 procent in 1996 naar 23 procent in 2005. De groep die nooit heeft gerookt is in die periode gegroeid van 50 naar 54 procent. ■



Het rookvrije restaurant Dining in Den Haag

Blij met rookvrij

Chef-kok/eigenaar Ruben van Dielen: "Dat het restaurant rookvrij is, stoelt op een aantal poten. Ik heb zelf een hekel aan roken. Wij werken hier met een volledig open keuken, midden in het restaurant. Ook al hangt er een afzuigkap boven, het kan toch niet de bedoeling zijn dat het eten in contact komt met tabaksrook? En, heel belangrijk, het restaurant is een open ruimte waar mensen toch redelijk dicht op elkaar zitten. De mensen komen allemaal om te eten en roken

hoort daar niet bij, vind ik. Het is asociaal om te gaan roken waar anderen zijn, zeker als je zo dicht op elkaar zit.

GEEN OMZETDALING

In het begin waren er nogal eens discussies met gasten over het rookvrije. Dat ze toch proberen om te mogen roken. Maar ik heb geleerd dat je met zulke rokers niet in discussie hoeft te gaan. Ze zijn uitsluitend met hun eigen ding bezig en niet met wat de rest ervan vindt. Dan merk je

toch ook goed dat het een verslaving is. Een omzetting heb ik er niet door gekregen. Ik ontvang meer positieve dan negatieve reacties. Ik ben er gewoon heel duidelijk in. Zelfs op het terras buiten wordt er niet gerookt. Sommige rokers die in gezelschap van niet-rokers zijn durven de uitdaging aan en roken even niet. Daar ben ik dan blij om. Zij geven mij de kans om mijn kwaliteit als kok te laten zien zodat ze hun sigaret niet eens missen." ■

Massaal stoppen met roken



Nog pakweg 1.000 tot oudejaarsavond

is de kans van slagen het grootst. En dat is nu precies waar www.nederlandstartmetstoppen.nl over gaat. Ofwel, u vindt er het antwoord op uw vraag: wat is voor mij de beste voorbereiding om vanaf 1 januari met roken te stoppen. Meld u zich dus ook aan op de website of het STIVORO, 0900 0022 (€ 0,10/min). U weet dan zeker dat u op nieuwjaarsdag met een serieuze stoppoging van start gaat. Dus ga vandaag nog naar: www.nederlandstartmetstoppen.nl

NEDERLAND START MET STOPPEN

Campagnes om stoppen met roken op de agenda van rokers te zetten, worden sinds 1991 door STIVORO gevoerd. De grote campagnes die worden ingezet als er budget voor beschikbaar is gesteld, sluiten meestal aan bij gebeurtenissen die het voornemen om met roken te stoppen, beïnvloeden, zoals de jaarwisseling, wettelijke rookverboden en prijsverhogingen. Zo is rond de jaarwisseling 2003-2004 de campagne 'Nederland start met stoppen' en 'Nederland gaat door met stoppen' gevoerd'. In bestaande en in speciaal hiervoor

gemaakte televisieprogramma's is het stoppen met roken aan de orde gesteld. Een reeks van bekende en onbekende Nederlanders verscheen in beeld en op de radio om de actie te ondersteunen, te vertellen over hun ervaringen of aan te geven dat ze mee gingen doen. Met een teller werd het publiek geïnformeerd over het aantal rokers met het plan om rond 1 januari 2004 te stoppen. Om een breed publiek, en vooral ook de lagere welstandsgroepen te bereiken, is van een gevarieerd aantal thema's en programma's gebruik gemaakt.

Om de kwaliteit van stoppogingen te verbeteren is voorafgaand aan de stopdag gecommuniceerd over een goede voorbereiding en over het gebruik van ondersteuning bij het stoppen. De communicatie na 1 januari was gericht op het volhouden van het niet roken.

Doel: De activiteiten hebben als doel het aantal stoppogingen te vergroten en de effectiviteit ervan te verbeteren

Resultaten: Rond de jaarwisseling 2003-2004 deden ongeveer 1 miljoen rokers een stoppoging. Deze aantallen komen overeen met de andere intensieve stopcampagnes. Het aantal succesvolle stoppogingen was echter tweemaal zo groot. 24 procent van de rokers bleek na een jaar succesvol te zijn geweest. Met 240.000 minder rokers kwam het percentage rokers in Nederland in 2004 twee procent lager uit op 28 procent.

De oorzaak voor dit ongewoon hoge succespercentage ligt naar alle waarschijnlijkheid in de effecten van wetgeving voor een rookvrije werkplek en in de accijnsverhoging in februari 2004 op een moment dat veel rokers bezig waren met hun stoppoging. In totaal stopten 240.000 rokers definitief met roken. Het percentage rokers in Nederland kwam in 2004 twee procent lager uit op 28%. Als de helft van het effect wordt toegeschreven aan de campagne dan bedroegen de kosten 60 euro per succesvolle stopper. ■

colofon

In Feite is een nieuwsbrief uitgegeven door
STIVORO voor een rookvrije toekomst.

Postbus 16070, 2500 BB Den Haag

T 070.312 04 00 F 070.312 04 95

www.stivoro.nl

Tekst Leo Lotterman, Grieto Zeeman

Foto's Paulien de Gaaij

Grafisch ontwerp en opmaak hollandse meesters BNO, Utrecht

Drukwerk Libertas, Bunnik

© Den Haag, juni 2006

STIVORO is een initiatief van:

