

'Gemeente X stopt met roken'

Basisregels voor lokale activiteiten

In het Vlaams actieplan tabak, alcohol en drugs (2009-2015) wordt het belang van gezondheidsbevordering binnen lokale gemeenschappen sterk gepromoot. Redenen:



- Lokale activiteiten spreken de mensen persoonlijk aan en de boodschap kan op maat van de inwoners worden gebracht. De impact van de sociale omgeving op het (on)gezond gedrag is het sterkst in de dagelijkse omgeving.
- De gezonde gemeente kan haar netwerk gebruiken om een integraal gezondheidsbeleid te bereiken.
- Het rookbeleid voor de eigen werknemers van de gemeente en in de gemeentelijke infrastructuur zoals de bibliotheek of de sporthal, heeft een voorbeeldfunctie voor anderen.

Door samenwerking met verschillende actoren en afstemming tussen lokaal en nationaal niveau worden mensen op steeds verschillende momenten in wisselende situaties aangespoord en gemotiveerd om niet te (gaan) roken.

Bij de opzet van een rookbeleid kan men van start gaan met een aantal basisregels:

- Basisregel 1: Duid een trekker aan
- Basisregel 2: Ken de beginsituatie
- Basisregel 3: Zet een doelstelling voorop
- Basisregel 4: Begrens je doelgroep en zoek partners
- Basisregel 5: Maak een kostenraming op
- Basisregel 6: Zet doelgerichte activiteiten op
- Basisregel 7: Matrix
- Basisregel 8: Maak een timing op
- Basisregel 9: Trek aandacht
- Basisregel 10: Toets de resultaten en laat anderen ook leren uit jouw ervaring
- Basisregel 11: Plan op lange termijn

Basisregel 1: Duid een trekker aan

Bepaal wie deze campagne trekt binnen de werkgroep gezonde gemeente.

Basisregel 2: Ken de beginsituatie

Al naargelang de bron rookt 22% tot 25% van de Vlamingen. Volgens de recente gezondheidsenquête is roken ook 'vooral een gewoonte van mensen en sociale middens die geen hoger onderwijs gevolgd hebben'.

Daarom:

- Maak een inschatting van het aantal rokers binnen uw gemeente.
- Welke groepen in onze gemeente roken het meest (actief en passief)? Welke worden niet bereikt met sensibilisatie?
- Hoe rookvrij is de omgeving van de eigen personeelsleden?

Basisregel 3: Zet een doelstelling voorop

De gemeente wil X rokende inwoners ondersteunen om te stoppen met roken.

Basisregel 4: Begrens uw doelgroep en zoek partners

Ga na welke doelgroep u met de campagne wilt bereiken.

- Een actie naar de rokende inwoners van gemeente X
- Een actie naar een specifieke doelgroep zoals kansarmen, jongeren, senioren,...
- Een actie naar intermediairs zoals artsen, lokale verenigingen
- Een actie naar eigen personeelsleden

Brainstorm over welke partners je kan betrekken. Verduidelijk de rol van elke partner.

- Denk aan communicatiedienst gemeente, lokale handelaars, horeca, jeugd-, sport- en cultuurverenigingen, ouderenraden, onderwijsinstellingen, dienstencentrum, erkend tabakoloog, Logo Antwerpen,...
- Hoe meer betrokken partners, hoe meer het werk kan verdeeld worden: communicatie / bekendmaking, ondersteuning bij acties, subsidies, evaluatie,... Als gemeente coördineer je de actie.

Basisregel 5: Maak een kostenraming op

De 8 rookstopsessies in groep kosten 205 euro. Hiervan krijg je 170 euro terug van de mutualiteit. Het eigen aandeel van elke deelnemer bedraagt dus 35 euro.

Sommige tabakologen werken met een derdebetalersregeling. Dit betekent dat de deelnemer enkel zijn eigen aandeel betaalt, namelijk 35 euro. De deelnemer betaalt dit bij aanvang van de eerste sessie. De tabakoloog ontvangt dan 170 euro per deelnemers van de mutualiteit. Je kan er als organisator voor kiezen om deze 35 euro op te leggen zodat de groepscursus helemaal gratis is voor de deelnemers.

Als de tabakoloog zonder derdebetalersregeling werkt betaalt de deelnemer in totaal dus 205 euro. De eerste sessie betaalt de deelnemer 50 euro, de tweede sessie 35 euro en de derde tot de achtste sessie 20 euro. De deelnemer ontvangt na elke sessie een attest voor de mutualiteit.

Als organisator betaal je de verplaatsingskosten en eventuele kosten voor de locatie en drankje. Hiernaast voorzie je als organisator budget voor het info- en afsluitmoment en de tussentijdse sessie met de diëtiste. Als je ervoor kiest om terugkomsessies te organiseren na afloop van de groepscursus plan je dit ook in.

Hou rekening met de kosten voor een promotiecampagne. Een campagne is maar succesvol als je je deelnemers bereikt. Hierbij vind je een kostenraming van Arendonk stopt met roken.

Kostenraming van Arendonk (± 13.000 inwoners) stopt met roken door als voorbeeld:

| Wat | Info | Prijs |
|----------------------------|---|---|
| Tabakoloog | Info- en afsluitmoment | € 250 |
| 8 Rookstopsessies in groep | € 205 /deelnemers waarvan €170 terugbetaald | € 35 /deelnemer (Gemeente kan dit ev. betalen om sessies laagdrempeliger te maken.) |
| Sessie door diëtiste | 2 uur | € 125 |
| Promomateriaal | <ul style="list-style-type: none"> - 250 affiches: € 123 - 2500 flyers: € 145 - 5000 bierkaartjes: € 340 - 3000 onderleggers: € 186 - Film zelf opgenomen: gratis - Website: € 30/ jaar - 11400 broodzakken: € 546 | € 1370 |
| TOTAAL | Vb. Arendonk | € 3000 (voorzien) |

Basisregel 6: Zet doelgerichte activiteiten op

Bij de opzet van doelgerichte activiteiten is het belangrijk de drie peilers (**educatie, facilitatie, afspraken en begeleiding**) van de matrix niet uit het oog te verliezen.

Raadpleeg het [draaiboek voor gemeenten rond groepscursussen 'stoppen met roken' in de Vlaamse gemeenten](#) indien interesse.

Basisregel 7: Matrix

Nu alle mogelijke doelgerichte activiteiten zijn gekozen is het belangrijk alle **acties in de matrix te gieten** bestaande uit 3 peilers en 4 niveaus. De toepassing van dit werkinstrument zal een duidelijk beeld geven op de campagne en de eventuele tekortkomingen. Kijk na of je campagne op alle peilers inzet en stuur je plan bij indien nodig.

Basisregel 8: Maak een timing op

Ga stapsgewijs en doordacht te werk in het opmaken van een tabakspreventiebeleid. Hou goed voor ogen op welke termijn je resultaten wilt halen en hoe de acties zullen verlopen. Besteed bij de opmaak van je timing voldoende aandacht aan communicatie en hou rekening met het budget.

Voorbeeld van timing zie bijlage 1

Basisregel 9: Trek aandacht

Om een geslaagd project te verwezenlijken moet het in het oog springen. Mensen moeten zich aangesproken voelen. Werk met een boegbeeld zoals een BV, burgemeester of schepen van de gemeente die stopt met roken. Laat hun eventueel een filmpje opnemen over waarom ze meedoen of een herkenbaar tekstje schrijven en gebruik dit mee voor promotie. Let er op dat elke doelgroep naar wie het project zich richt aangesproken voelt.

Zorg dat het promotiemateriaal positief en aantrekkelijk is. Andere gemeenten zoals Westerlo, Retie en Vosselaar gebruikten affiches, flyers, onderleggers, bierkaartjes, broodzakken, filmpje, website en facebookpagina (*zie bijlage 2*).

Maak je eigen affiche op www.vlaanderenstoptmetroken.be/actiezone/maak-zelf-een-affiche-of-flyer.

Ga van start! Veel succes.

Basisregel 10: Toets de resultaten en laat anderen leren uit jouw ervaring

Goede redenen om te evalueren zijn:

- inspanningen zichtbaar maken
- bijsturen van (delen) van project
- geschiktheid van interventie, materiaal, ... nagaan
- kwaliteit verhogen

Zorg dat je vooraf nadenkt over de evaluatie. Wat wil je evalueren? Het is belangrijk om zowel het proces (loopt alles volgens plan), het project (waardering van het project) als het effect (aantal rokers gestopt) te evalueren.

Hiervoor is het belangrijk om het aantal deelnemers te registreren, aantal mannen vs. vrouwen, aantal personen via OCMW-OMNIO-statuuat, aantal personeelsleden, ...

Bevraag je deelnemers naar rookgedrag (gestopt, hervallen, geminderd, niet gestopt), tevredenheid, via welk kanaal informatie gezien (wat werkt best?).

Basisregel 11: Plan op lange termijn

Mogelijke lange termijn acties zijn:

- Herhaal indien mogelijk de actie
- Stimuleer op regelmatige basis gezondheidswerkers voor het doorverwijzen, adviseren of begeleiden van rookstop
- Informeer de bevolking op regelmatige basis via openbare voorzieningen of plaatsen

Meer info

Logo Antwerpen

03 605 15 82

info@logoantwerpen.be

Logo Antwerpen, Lange Leemstraat 372, 2018 Antwerpen, www.logoantwerpen.be

Interessante links

- Op de website van Logo Antwerpen: www.logoantwerpen.be (selecteer in de groene balk de sector gemeente en het thema tabak, alcohol en andere drugs dan vind je onderaan het overzicht van relevante projecten)
- Op de website van www.vlaanderenstoptmetroken.be bij professionals
 - Gemeente
 - Bedrijf

Bijlage 1: Voorbeeld van timing Gemeente X stopt met roken

| Mei | Juni | Juli/aug | September | Oktober |
|--|--|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Basisregel 1 t/m 4: trekker, doelgroep, doelstelling en partners kiezen ■ Werk samen met Logo, erkend tabakoloog, lokale partners ■ Basisregel 6: acties uitstippelen en vastleggen met tabakoloog | <ul style="list-style-type: none"> ■ Basisregel 4: Samenwerken met en motiveren van lokale partners ■ Basisregel 5: maak een kostenraming op ■ Basisregel 9: boegbeeld contacteren, communicatiedienst past promotiemateriaal aan | <ul style="list-style-type: none"> ■ Promotiemateriaal drukken ■ Enkele promotiematerialen nog maken zoals filmpje, webpagina, facebookpagina | <ul style="list-style-type: none"> ■ Promotiemateriaal is klaar ■ Start promotie intern ■ Ev. vorming voor intermediairs of infomoment ■ Intermediairs uitnodigen op facebookpagina | <ul style="list-style-type: none"> ■ Promotie naar burgers start via intermediairs, verschillende diensten, raden, verenigingen, lokale handelaars, ... ■ Facebookpagina, website levendig houden |
| November | December | Januari | Jan-mei | Mei/juni |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Promotie naar burgers verderzetten via communicatiekanalen gemeente ■ Promotie voor stand roken met tabakoloog op vb. kerstmarkt,... ■ Facebookpagina, website | <ul style="list-style-type: none"> ■ Promotie tijdens kerstmarkt en mogelijkheid tot inschrijven voor infomoment, vragen aan tabakoloog ■ Extra promotie via cafés en restaurants ■ Facebookpagina, website | <ul style="list-style-type: none"> ■ Naar aanleiding van de goede voornemens: sensibilisering a.d.h.v. artikel in gemeentelijk infoblad, perstekst, nieuwjaarspeech burgemeester, ... ■ Infomoment met mogelijke rookstopmethoden ■ Start groepscursus ■ Facebookpagina, website | <ul style="list-style-type: none"> ■ Groepscursus ■ Stoppen met roken individueel of op zichzelf ■ Midden maart terugkommoment voor rokers die niet hebben meegedaan aan groepscursus ■ Communicatie: tussentijdse resultaten, tips rookstop,... | <ul style="list-style-type: none"> ■ Evaluatie campagne ■ Afsluitmoment rond 31 mei = Werelddag zonder tabak ■ Toekomstperspectief |

Bijlage 2: Voorbeeldflyer en onderlegger van de gemeente Westerlo



Voorbeeld onderlegger en flyer van de gemeente Retie



Voorbeeldflyer en bierkaartje van de gemeente Vosselaar

