

De eerste stap naar een rookvrije Grote Markt

Een onderzoek naar het ontmoedigen van roken op de Grote Markt



Auteur: Nooreddin Hamel

Studentnummer: 305771

School: Hanzehogeschool Groningen – HiB

Opdrachtgevers: Lector Gezonde Stad & Gemeente Groningen

Vakcode: FMVB18GRA

2 juni 2020

Student:	Nooreddin Hamel
Studentnummer:	305771
Datum:	2 juni 2020
Instelling:	Hanzehogeschool Groningen
Instituut:	Instituut voor Facility Management
Studie:	Facility Management
Major:	Hospitality in Business
Bedrijfsbegeleider:	Jeannette Nijkamp
Docentbegeleider:	Nieuwenhuisen, MA (Margreet)
Tweede beoordelaar:	Nuis, CM (Nella)
Vertrouwelijk:	Ja
Woorden:	10.955

Voorwoord

In februari 2020 ben ik gestart met een uitdagend doch interessant slot van mijn studieloopbaan, namelijk het schrijven van dit adviesrapport. Voor u ligt het adviesrapport “*De eerste stap naar een rookvrije Grote Markt*”.

Het onderzoek wat heeft geleid tot dit rapport is uitgevoerd in opdracht van KennisCentrum NoorderRuimte van de Hanzehogeschool. Dit kenniscentrum heeft de handen ineengeslagen met de Lector Gezonde Stad en de gemeente Groningen. Studenten van verschillende opleidingen zijn uitgedaagd om een bijdrage te leveren aan het realiseren van een rookvrije generatie, dit onderzoek maakt daar deel van uit.

Ik wil graag van deze gelegenheid gebruik maken om een aantal mensen te bedanken voor hun waardevolle bijdrage en hulp. In eerste instantie wil ik Jeannette Nijkamp en Lidy Bosker van Lectoraat Gezonde Stad bedanken voor het bieden van de mogelijkheid tot het uitvoeren van dit onderzoek en hun betrokkenheid bij het onderzoeksproces. Bij Bureau NoorderRuimte wil ik Stefan Lechner en Otto Lussenburg bedanken voor hun expertise, raad en nauwe betrokkenheid bij alle fasen van dit onderzoek. Daarnaast wil ik graag een dankbetuiging doen aan Margreet Nieuwenhuizen die als waarnemend beoordelaar met een vriendelijke en open houding, regelmatig polshoogte nam bij het afstudeertraject en mij heeft voorzien van de nodige steun op momenten waarop ik dit nodig had. Tot slot wil ik alle geïnterviewden bedanken voor hun bereidheid om mee te werken aan dit onderzoek en het delen van hun kennis en praktijkervaring.

Ik kijk met een tevreden blik terug op het uitvoeren van dit onderzoek!

Ik wens u veel leesplezier,

Groningen, 2 juni 2020

Nooreddin Hamel

Managementsamenvatting

Jaarlijks overlijden in Nederland meer dan 20.00 mensen aan de gevolgen van roken. De Nederlandse overheid heeft in samenwerking met Gezondheidsfondsen Voor Rookvrij en andere partijen de ambitie om in 2040 een geheel rookvrije generatie te realiseren. De gemeente Groningen heeft de ambitie om als provincie voorloper te zijn in de ontmoediging van roken. Op dit moment wordt er door de gemeente gewerkt aan een programma van eisen voor de herinrichting van de Grote Markt. Het streven is om deze vernieuwde markt op te leveren in 2023. Dit onderzoek combineert de ambitie van de gemeente Groningen om voorloper te zijn in het ontmoedigen van roken met het opstellen van een programma van eisen voor de Grote Markt. De Hoofdvraag die hiervoor is opgesteld luidt:

“Hoe kan de gemeente Groningen toekomstige faciliteiten in de fysieke omgeving van de Grote Markt invloed laten uitoefenen op het ontmoedigen van roken”

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van verschillende theoretische ankerpunten. De volgende onderzoeksmethoden zijn ingezet: deskresearch, interviews en een enquête. Omgevingspsychologie en nudging vormen de hoofdelementen waarbinnen dit onderzoek is uitgevoerd. Daarnaast is de term “fysieke omgeving” geoperationaliseerd. Door middel van een benchmark is onderzoek gedaan naar internationale vormen van ontmoediging. Er zijn 2 interviews uitgevoerd onder experts in nudging en omgevingspsychologie. Ook is er een interview gehouden met 2 verantwoordelijken van het project voor de herinrichting van de Grote Markt. De grootste onderzoeksgroep betreft een groep van 102 gebruikers van bestaande rookvrije zones en de Grote Markt. Onder hen is een enquête afgenomen. Uit deze enquête vloeiden attitudes, sociale invloeden en externe variabelen met betrekking tot rookvrije zones, de Grote Markt, invloeden van de fysieke omgeving en nudging. Op basis hiervan konden conclusies worden getrokken over het gedrag van deze gebruikers. Ongeveer de helft van de respondenten bestond uit rokers.

Het plein van de Grote Markt dient te voldoen aan een aantal voorwaarden en eisen. Toepasbare vormen van ontmoediging zijn het bieden van handelingsperspectief, het laten gelden van een sociale norm en het toepassen van altercasting, wederkerigheid en priming. Op internationaal vlak zijn er interessante bevindingen gedaan met betrekking tot het betrekken van jeugd en omgaan met rokers en rookoverlast in de openbare ruimte. Gebruikers van rookvrije zones houden zich over het algemeen aan rookverboden en gaven aan dat verschillende aspecten uit de omgeving nauwelijks invloed hadden op hun keuze om te roken. Ook gaven gebruikers van rookvrije zones over het algemeen aan dat zij vinden dat er op de Grote Markt geen rookverbod dient te gelden, wel stond men positief tegenover het toepassen van nudging ter ontmoediging van roken.

Roken betreft complex verslavingsgedrag waardoor het moeilijk is om te bepalen in welke mate de fysieke omgeving van de Grote Markt hier invloed op kan uitoefenen. Groen, water en kunst hebben een stress verlagende werking en kunnen roken ontmoedigen, het is al bekend dat deze faciliteiten op het plein zullen worden geplaatst. Het belangrijkste advies aan de gemeente Groningen is om vervolgonderzoek te doen. Dit kunnen zij zelf doen of uitbesteden. Verder is het van belang dat er geen rookfaciliteiten geplaatst worden op de markt, echter dienen rokers elders in de omgeving wel gefaciliteerd te worden door middel van een rookzone. Ook is het van belang dat er geen faciliteiten op het plein komen die de associatie met roken op kunnen wekken. Er zijn een aantal punten uit dit onderzoek ter discussie gesteld die de validiteit en de betrouwbaarheid in gevaar hebben gebracht.

Begrippenlijst

Hieronder worden in dit onderzoek gebruikte begrippen omschreven die uitleg vergen of ruimte bieden voor interpretatie.

Ontmoedigen	Het laten afnemen van de drang om (op een bepaalde plek) te roken.
Faciliteiten	De term faciliteiten wordt breed aangevlogen en richt zich in dit onderzoek op alle tastbare zaken die op de Grote Markt kunnen komen in 2023.
Openbare ruimte	Ruimte in de buitenlucht die voor iedereen toegankelijk is
Plein	Het te herontwerpen deel van de Grote Markt
Coronacrisis	Op 27 februari heeft het coronavirus Nederland bereikt. Op 11 maart 2020 werd de uitbraak van het virus formeel erkend door de overheid en het RIVM als pandemie. Het virus heeft grote gevolgen voor de Nederlandse samenleving waardoor de overheid verschillende maatregelen heeft moeten treffen. Deze maatregelen zijn bedoeld om de snelheid van de verspreiding van het virus terug te dringen. Eenieder in Nederland dient zoveel mogelijk thuis dient te blijven en er dient minimaal 1,5 afstand gehouden te worden van anderen.
Secondhand smoke	Dit betreft rook afkomstig van brandende rookwaren en de door rokers uitgeademde rook.
Roken	Met roken wordt in dit onderzoek bedoeld, het roken van schadelijke tabakswaren. Er wordt geen onderscheid gemaakt in sigaretten, sigaren, e-sigaretten etc.
DropPit	Een asbaktegel voor sigarettenpeuken en klein afval.

Inhoudsopgave

Voorwoord	1
Managementsamenvatting	2
H1. Inleiding	6
1.1 Beschrijving betrokken partijen en herkomst vraagstuk	6
1.2 Aanleiding	7
1.3 Probleemstelling	8
1.4 Doelstelling	8
H2. Onderzoeksvragen	9
2.1 Hoofdvraag	9
2.2 Deelvragen	9
2.3 Conceptueel model	10
H3. Theoretisch kader	11
3.1 Fysieke omgeving	11
3.2 Ontmoediging	12
3.3 Benchmark	15
3.4 Samenvatting theoretisch kader	15
H4. Methodologie	16
4.1 Coronacrisis	16
4.2 Onderzoeksgroep(en), -eenheden en verantwoording	16
4.3 Onderzoeksinstrumenten en verantwoording	18
4.3.1 Deskresearch	18
4.3.2 Kwalitatief onderzoek	18
4.3.3 Kwantitatief onderzoek	19
4.4 Dataverzameling, dataverwerking en -analyse per onderzoeksinstrument	20
4.5 Betrouwbaarheid en validiteit	21
4.6 Samenvatting onderzoeksmethoden	22
H5. Onderzoeksresultaten	23
5.1 Resultaten deelvraag 1: Welke vormen van ontmoediging zijn toepasbaar op de Grote Markt	23
5.2 Resultaten deelvraag 2: Hoe wordt roken op vergelijkbare internationale locaties ontmoedigd	26
5.3 Resultaten deelvraag 3: Wat is het effect van ontmoediging van roken op gebruikers van rookvrije zones in Nederland	31
5.4 Resultaten deelvraag 4: Hoe kunnen faciliteiten van een publieke ruimte roken ontmoedigen	32
5.5 Samenvatting resultaten	34

H6. Conclusie, discussie en aanbevelingen	35
6.1 Conclusies	35
6.2 Discussie.....	37
6.3 Aanbevelingen	38
6.4 Financiële en juridische aspecten.....	40
H7. Reflectie.....	41
7.1 Professioneel functioneren	41
7.2 Reflectie op ontwikkeling als Facilitair Manager.....	41
Literatuurlijst	42
Bijlage 1: Visie bestemming binnenstad Groningen: herinrichting Grote Markt	46
Bijlage 2: Theorie stappen in een benchmark proces.....	47
Bijlage 3: Interviewschema mini-interview	48
Bijlage 4: Interviewschema Paul van der Bosch & Gijs Hoogwerf	49
Bijlage 5: Interviewschema Danny van der Roest	50
Bijlage 6: Interviewschema Sabine Jansen.....	51
Bijlage 7: Transcript interview Sabine Jansen	52
Bijlage 8: Transcript interview Danny van der Roest	68
Bijlage 9: Transscript interview Paul van der Bosch & Gijs Hoogwerf	96
Bijlage 10: Enquêtevragen.....	109
Bijlage 11: Enquêteresultaten	111
Bijlage 12: ASE-Model	123
Bijlage 13: Illustraties publieke rookgelegenheid Singapore.....	124
Bijlage 14: Schematische weergave benchmark	125
Bijlage 15: Raadsbrief gemeente Groningen.....	126
Bijlage 16: Schematische weergave onderzoek	130
Bijlage 17: Beoordelingsformulier presentatie opdrachtgever	131
Bijlage 18: Kopie SafeAssign plagiaatscan	132

H1. Inleiding

In dit hoofdstuk worden de opdrachtgevers van het praktijkvraagstuk benoemd en zal de context, aanleiding, probleem- en doelstelling worden beschreven en toegelicht.

1.1 Beschrijving betrokken partijen en herkomst vraagstuk

De opdracht is uitgevoerd voor de Lector Gezonde Stad, mw. Jeannette Nijkamp van de Hanzehogeschool, dit betreft de interne opdrachtgever. 'Lector Gezonde stad' is een initiatief van Hanzehogeschool Groningen, de gemeente Groningen, VanWonen Vastgoedontwikkeling bv en het Universitair Medisch Centrum Groningen (UMCG). Dit samenwerkingsverband investeert in de Lector Gezonde Stad.

Gemeente Groningen (externe opdrachtgever)

De externe opdrachtgever is de Concernadviseur Strategie en Programmamanager Healthy Ageing van de gemeente Groningen, Marieke Zwaving. Het aantrekkelijk en gezond houden van de stad voor jong en oud is voor haar een belangrijk agendapunt.

Lector Gezonde stad (interne opdrachtgever) en Kenniscentrum NoorderRuimte

Het doel van de Lector Gezonde Stad is om een bijdrage leveren aan het verhogen van het aantal gezonde levensjaren van de inwoners van de gemeente Groningen.

De Lector Gezonde Stad werkt samen met Kenniscentrum NoorderRuimte (KCNR). Hier werken studenten, docenten, onderzoekers en lectoren samen met partners uit het werkveld aan praktijkgerichte, maatschappelijke vraagstukken (Bureau NoorderRuimte, 2020).

Herkomst vraagstuk

Het vraagstuk is ontstaan bij en voorgedragen door de gemeente Groningen (Mw. Zwaving) aan de Lector Gezonde Stad. Via KennisCentrum NoorderRuimte is het vraagstuk bij de onderzoeker terecht gekomen. De onderzoeker is uitgedaagd om binnen dit kader een onderzoek op te zetten die een nuttige bijdrage levert aan de doelstelling van de gemeente om kinderen in Groningen geboren na 2017 rookvrij te kunnen laten opgroeien.

1.2 Aanleiding

Gezondheid

Jaarlijks overlijden in Nederland meer dan 20.000 mensen aan de gevolgen van roken en *secondhand smoke*. Roken leidt tot grote gezondheidsrisico's en tot hoge kosten van de gezondheidszorg (de Kinderen et al., 2016). Het is bekend dat er niet één oorzaak ten grondslag ligt aan gezondheidsverschillen. Een slechtere gezondheid wordt veroorzaakt door een combinatie van factoren die op allerlei manieren met elkaar zijn verweven, zoals genetische factoren, een ongezonde leefstijl, een laag opleidingsniveau, een laag inkomen, werkloosheid, een ongunstige woon- en leefomgeving en een minder motiverende sociale omgeving. Nijkamp (2019) stelt dat Groningers met een lage SES (sociaaleconomische status) gemiddeld een ongezondere leefstijl hebben: ze bewegen minder en roken meer. Ook zijn mensen met een lage SES vaker eenzaam, fysiek minder fit en mentaal minder gezond (Nijkamp, 2019).

Rookvrije generatie

De gemeente Groningen is onderdeel van het netwerk 'Gezondheidsfondsen voor rookvrij', dit is een initiatief van KWF Kankerbestrijding, het Longfonds en de Hartstichting. Het betreft een samenwerkingsverband van publieke en private organisaties die strijden voor een samenleving waarin niemand meer hoeft te overlijden aan de gevolgen van roken. De gemeente Groningen werkt samen met meer dan dertig partners, waaronder de Hanzehogeschool, het UMCG en de RUG, aan het stimuleren dat kinderen die vanaf 2017 zijn geboren, rookvrij opgroeien.

Wanneer kinderen niet met roken in aanraking komen, zullen ze zelf ook minder snel gaan roken, waardoor een sneeuwbaaleffect ontstaat. Om dit te bereiken, ontmoedigen de gemeente en partners dat er in en om hun gebouwen wordt gerookt. De gemeente Groningen heeft als ambitie om als provincie voorloper te zijn in de ontmoediging van roken binnen het project "Rookvrije Generatie".

Grote markt

Binnen de gemeente wordt er momenteel gewerkt aan het project "Ruimte voor jou". Dit project maakt onderdeel uit van het nieuwe bestemmingsplan voor de binnenstad. Hiervoor wordt tot aan de periode 31 juni 2020 gewerkt aan een programma van eisen (PVE) voor de inrichting van het plein. Dit PVE zal na deze datum worden vertaald naar een ontwerp voor de herinrichting van de Grote Markt (zie bijlage 1). Daarbinnen dient dit onderzoek het belang van het ontmoedigen van roken in het hart van de binnenstad van Groningen: de Grote Markt. De gemeente Groningen (2016) geeft aan dat de herinrichting van de Grote Markt de laatste stap is binnen de visie Bestemming binnenstad van de gemeente. In 2021 zullen bussen niet meer over de Grote Markt rijden en hierdoor ontstaat ruimte om na te denken over het opnieuw inrichten van het plein.

1.3 Probleemstelling

Nijkamp (2019) stelt dat interventies om gezondheidsverschillen te verkleinen vooral gericht zijn op het inzetten op leefstijlverandering bij mensen met een ongezonde leefstijl, dit heeft echter onvoldoende resultaat opgeleverd. Een verdere verbetering van de gezondheid van de inwoners van Groningen is dus gewenst. Er zijn allerlei mogelijke manieren waarop de fysieke omgeving kan bijdragen aan het verbeteren van de gezondheid. Het stimuleren van een rookvrij Groningen door het invoeren van rookvrije zones is hiervan een voorbeeld. Echter blijken hieraan allerlei haken en ogen te zitten, zoals het optreden van een waterbedeffect, wat inhoudt dat rokers elders alsnog staan te roken. Dit zorgt weer voor overlast (Nijkamp, 2019). Beperkingen in de openbare ruimte hebben dus tot gevolg dat er op andere plaatsen gerookt zal worden. De burgemeester en wethouders van Groningen hebben groen licht gegeven voor het instellen van een rookvrije zone in de openbare ruimte middels een Algemeen Plaatselijke Verordening (APV): rondom de ingang van het UMCG. Het ontbreekt op dit moment aan juridisch instrumentarium om het roken op andere soorten plaatsen dan in de gemeentelijke APV aangeduid, te voorkomen. Uit een interne brief (zie hiervoor bijlage 15) van de gemeente blijkt dat het verzoek aan de gemeenteraad om op openbaar terrein rookplaatsen aan te wijzen en te faciliteren, is afgewezen. Vanuit de Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG) zal worden aangedrongen om de Tabakswet zodanig te wijzigen waardoor gemeenten de mogelijkheid krijgen om (grotere en andere) rookvrije zones aan te wijzen. De kans bestaat dat het doel om kinderen die vanaf 2017 zijn geboren rookvrij te laten opgroeien, niet wordt behaald. Als roken niet op een alternatieve wijze wordt ontmoedigd komt de volksgezondheid in het geding. Ook bestaat er bij gebrek aan ontmoediging een grotere kans op gezondheidsrisico's en dit zou kunnen leiden tot hogere kosten in de gezondheidszorg.

1.4 Doelstelling

Het doel van dit onderzoek is ertoe bij te dragen dat kinderen in Groningen rookvrij kunnen opgroeien. Enerzijds door te stimuleren dat mensen niet beginnen met roken of hiermee stoppen, anderzijds door de overlast van de mensen die nog wel roken, zo klein mogelijk te maken (Nijkamp, 2019). Het is van belang om te investeren in een fysieke en sociale leefomgeving die de gezondheid van de inwoners van Groningen vergroot en hen verleidt tot het maken van gezonde keuzes. Er is behoefte aan een onafhankelijke blik die de huidige situatie objectief onderzoekt en een advies formuleert over hoe er in de openbare ruimte voor kan worden gezorgd dat roken wordt ontmoedigd (Nijkamp, 2019). Er wordt in acht genomen dat roken legaal is, maar roken wel degelijk moet worden ontmoedigd. Omdat het op dit moment ontbreekt aan juridisch instrumentarium, is het niet mogelijk om roken in de openbare ruimte wettelijk te verbieden. Er zal worden onderzocht hoe roken op een alternatieve wijze kan worden ontmoedigd. In samenspraak met de opdrachtgevers heeft de onderzoeker gekozen om de Grote Markt in dit onderzoek te gebruiken als casus. Door de herinrichting van de Grote markt ontstaat ruimte om na te denken over het inrichten van het plein. De ambitie van de gemeente Groningen om als provincie voorloper te zijn in het ontmoedigen van roken, vraagt om creatieve oplossingen en het aanboren van nieuwe grond. Deze ambitie zal worden toegepast op de herinrichting van het plein op de Grote Markt in Groningen door te onderzoeken hoe toekomstige faciliteiten hier invloed kunnen uitoefenen op het ontmoedigen van roken. Er wordt namelijk vanuit facilitair oogpunt naar het vraagstuk gekeken.

H2. Onderzoeksvragen

In dit hoofdstuk zullen de hoofdvraag en bijbehorende deelvragen benoemd worden. De hoofdvraag betreft een onderzoeksvraag die de kern vormt van dit praktijkvraagstuk. De gemeente Groningen heeft behoefte aan input betreffende oplossingen in het ontmoedigen van roken, die toepasbaar zijn in de fysieke omgeving van de Grote Markt.

2.1 Hoofdvraag

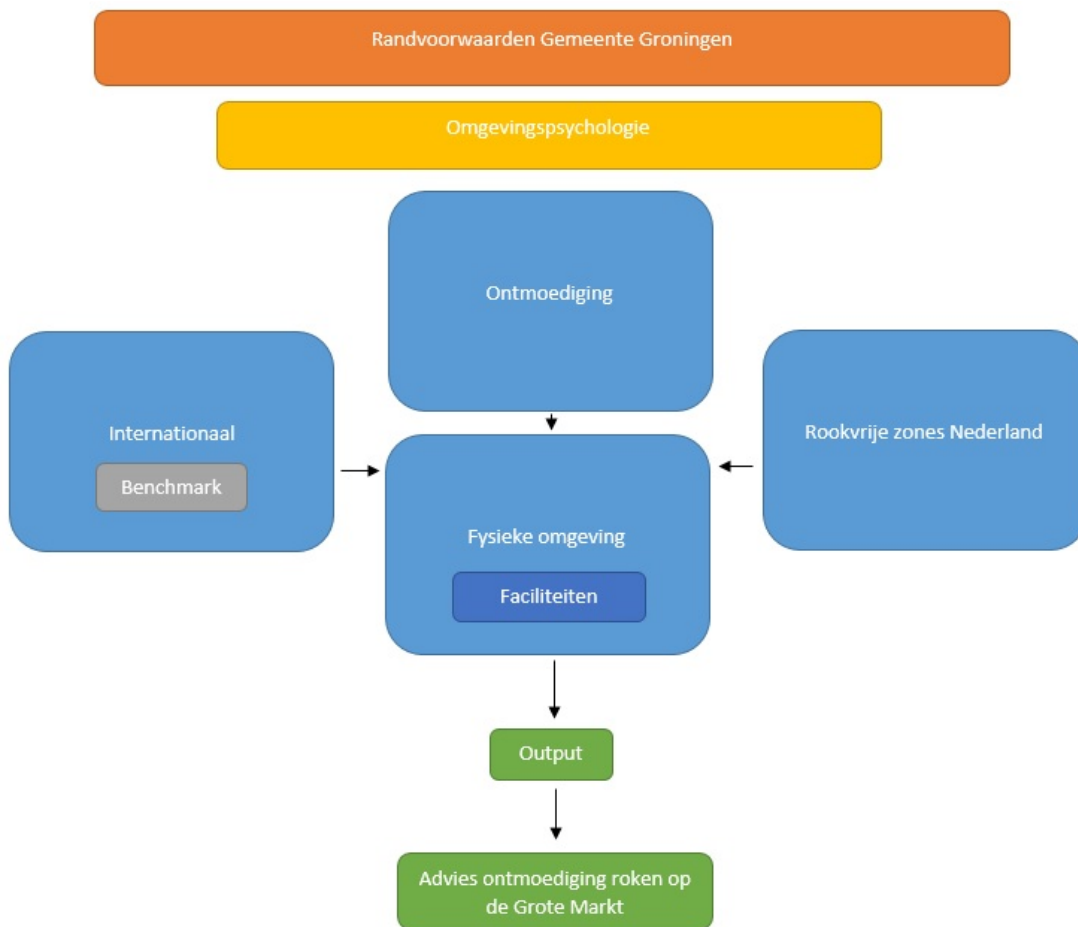
Hoe kan de gemeente Groningen toekomstige faciliteiten in de fysieke omgeving van de Grote Markt invloed laten uitoefenen op het ontmoedigen van roken?

2.2 Deelvragen

- Welke vormen van ontmoediging zijn toepasbaar op de Grote Markt?
- Hoe wordt roken op vergelijkbare internationale locaties ontmoedigd?
- Wat is het effect van ontmoediging van roken op gebruikers van rookvrije zones in Nederland?
- Hoe kunnen faciliteiten van een publieke ruimte roken ontmoedigen?

2.3 Conceptueel model

Hieronder wordt een schematische weergave van het onderzoek weergegeven.



Figuur 1: Conceptueel model

H3. Theoretisch kader

In voorgaande hoofdstukken zijn een aantal kernbegrippen genoemd waaronder ‘fysieke omgeving’, ‘benchmark’, en ‘ontmoediging’. Deze zullen hier worden behandeld. Hiernaast bewaakt het theoretisch kader de strekking van de deelvragen en kadert de geselecteerde theorie de rode draad van dit onderzoek.

3.1 Fysieke omgeving

De herinrichting van de Grote Markt focust zich op invulling geven aan de fysieke ruimte. Denk hierbij aan faciliteiten als water, zitplaatsen en groenvoorziening. Het begrip heeft een brede strekking, omdat er middels een PVE invulling wordt gegeven aan het ontwerp van de omgeving van de Grote Markt.

Het betreft echter een zeer breed begrip dat op verschillende manieren wordt gedefinieerd en toegepast. Ter verheldering van de intentie van het gebruik van de term fysieke leefomgeving, zijn een aantal in de Omgevingswet genoemde thema’s (Rijksoverheid, 2016) geselecteerd voor dit onderzoek:

- Bouwwerken
- Infrastructuur
- Watersystemen
- Water
- Bodem
- Lucht
- Landschappen
- Natuur
- Cultureel erfgoed

Deze thema’s maken onderdeel uit van visies en beleid (Rijksoverheid, 2016) en zijn daarom relevant en toepasbaar bevonden. De thema’s dienden als afbakening zodat niet buiten deze onderwerpen werd getreden in de uitvoering van dit onderzoek. Uit een onderzoek uitgevoerd door de afdeling maatschappelijke gezondheidszorg van het Erasmus MC in Rotterdam, blijkt dat er nog weinig kennis is over de link tussen de fysieke omgeving en het maken van gezonde keuzes (Kamphuis, Etman, Oude Groeniger, & van Lenthe, 2014).

3.2 Ontmoediging

Theorie uit de Omgevingspsychologie heeft de basis gevormd van het begrip ontmoediging in dit onderzoek. Deze keuze is gemaakt omdat er, zoals genoemd in hoofdstuk 1, een gebrek is aan juridisch instrumentarium om roken in de openbare ruimte te verbieden. Omgevingspsychologie wordt door Gifford (2016) ook wel omschreven als de relatie tussen de mens met de fysieke omgeving. Omgevingspsychologie omslaat een breed terrein waarbij, naast kleur, licht en vorm ook samenspel van zichtbare en onzichtbare eigenschappen van de omgeving een rol spelen (Hamel & Colenberg, 2013).

Gebruikers

Er worden door Hamel & Colenberg (2013) stappen genoemd naar een goed ontwerp:

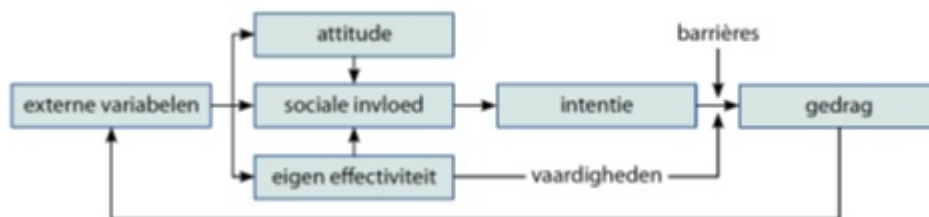
1. Het bepalen van het gedrag dat het ontwerp dient te ondersteunen of stimuleren en de hierbij behorende beleving.
2. **Het onderzoeken van de achtergrond van gebruikers van deze omgeving, wat zij daar doen en wat hun behoeften zijn.**
3. Een voorlopig ontwerp en verwachte gevolgen voor gebruik van de omgeving
4. Na uitvoering van de bouw, het evalueren van de ervaring van gebruikers.
5. Het delen van de kennis met vakgenoten.

In de scope van dit onderzoek dient het ontwerp van de Grote Markt het ontmoedigen om daar te roken. In de tweede stap van het stappenplan wordt het belang benadrukt voor gedegen onderzoek naar gebruikers van een te ontwerpen omgeving. Het was in eerste instantie van belang om te onderzoeken wat de achtergrond van gebruikers van rookvrije zones was, wat zij daar doen en wat hun behoeften zijn. Stap 3, 4 en 5 waren in dit onderzoek niet aan de orde omdat dit onderzoek zich enkel heeft gefocust op advies dat ondersteuning biedt aan het opstellen van het PVE voor het ontwerp van de Grote Markt.

ASE-model

Uit het voorgaande stappenplan van Hamel en Colenberg (2013) kwam het belang van de achtergrond van gebruikers naar voren. Om bij de hiervoor genoemde stap in kaart te brengen wat gebruikers dreef tot het maken van een bepaalde keuze, waren meetbare indicatoren nodig. Een model dat wordt gebruikt voor het opstellen van interventies omtrent stimuleren van gezond gedrag, is het ASE-model (der Burgt & Mechelen, 2008). ASE staat voor attitude, sociale invloed en effectiviteit. Dit model stelt dat dit drie belangrijke factoren zijn die invloed hebben op gezondheidsgedrag. Het zijn factoren die zich zowel in de mens als de omgeving bevinden. Een individu is zich doorgaans niet van al deze factoren bewust (der Burgt & Mechelen, 2008). Het ASE-model is een model waarmee gedrag geanalyseerd en verklaard kan worden, daarom is het toegepast voor het onderzoeken van gebruikers van rookvrije zones. In paragraaf 4.2 van dit onderzoek wordt hier dieper op in gegaan. Het model beantwoordt tegelijkertijd de vraag hoe je gedrag vervolgens kan beïnvloeden. Interventies werken alleen wanneer deze zijn gebaseerd op oorzaken en symptomen van gebruikers.

Om invloed uit te oefenen op gedrag was het van belang om genoemde determinanten bij gebruikers in kaart te brengen. Faciliteiten hadden de kans om hier een rol in te spelen. Hieronder wordt een schematische weergave van dit proces getoond.



Figuur 2. Het ASE-model. Bron: (der Burgt & Mechelen, 2008)

Nudging

De onderzoeker heeft gekozen om in het onderzoek *nudging* in het bijzonder toe te passen. Aangezien er op dit moment geen juridische maatregelen kunnen worden ingezet om roken te voorkomen, is er onderzocht hoe mensen gestimuleerd kunnen worden om gewenst gedrag te vertonen. Letterlijk vertaald betekent een *nudge* een stoot(je) of een duwtje in de juiste richting (Thaler & Sunstein, 2018). De theorie beschreven in het boek *Nudge* van Richard Thaler en Cass Sunstein (2008) kijkt naar hoe mensen ertoe kunnen worden gebracht een gezondere keuze te maken. Nudging schaadt de mensen hun autonomie minder dan dat wet- en regelgeving dat doen, omdat mensen niks wordt opgelegd of verboden (Marteau, Ogilvie, Roland, Suhrcke, & Kelly, 2011). Het is van belang dat er een goede afweging wordt gemaakt of een maatregel in het belang van anderen is of in het belang van een individu. Het individu kan namelijk een schuldgevoel krijgen wanneer hij geconfronteerd wordt met de nadelige effecten van ongezondheid. Daarentegen is het de bedoeling dat het individu geconfronteerd wordt met de voordelen van gezond leven (Thaler & Sunstein, 2018). Het RIVM (Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu) heeft verkend hoe nudging gezondheid en een gezonde leefstijl kan bevorderen. Het RIVM heeft in samenwerking met een stagiair (Zantinge, Lambooi, & Risamenapatty, 2017) een raamwerk gemaakt van werkende mechanismen bij nudging met daarin 7 heuristieken die ingezet kunnen worden:

- *Default*: de neiging om te kiezen voor een toegewezen optie.
- Beschikbaarheid: een keuze baseren op informatie of een optie die beschikbaar is in het geheugen.
- Representativiteit: een inschatting maken of iemand tot een bepaalde categorie behoort.
- *Anchoring*: de neiging om een schatting te maken op basis van een willekeurig startwaarde of referentiepunt.
- *Framing*: een keuze baseren op de manier waarop informatie positief of negatief gepresenteerd wordt.
- Sociale norm: het baseren van keuzes op basis van het gedrag van anderen en dit toepassen op eigen gedrag.
- *Fun theory*: het aantrekkelijk maken van gewenst gedrag door iets vernieuwends, grappigs of leuks.

Mensen gebruiken deze heuristieken om complexe taken en keuzes te reduceren, tijd te besparen en om kansen in te schatten. Dit gebeurt op basis van intuïtieve oordelen (Tversky, & Kahneman, 1974). De heuristieken zijn geselecteerd omdat het concreet weergeeft welke mechanismen een rol spelen wanneer nudging wordt toegepast. De term is hiermee geoperationaliseerd.

3.3 Benchmark

De benchmark is uitgevoerd aan de hand van de stappen in het boek *Business- & Managementmodellen* (Mulders, 2018). De stappen die in een benchmark moeten worden gevolgd zijn weergegeven in bijlage 2. In de benchmark zijn in de eerste stap elementen opgenomen die worden benoemd in de 'EMPOWER' meetmethode van de *World Health Organization* (2013). Dit zijn: toezicht, rookvrij beleid, stop-programma's, gezondheidswaarschuwingen, massamedia, reclameborden, belastingbeleid en de betaalbaarheid van rookwaar sinds 2008. Voor de tweede stap, het bepalen van de partners, zijn een aantal landen geselecteerd. Op basis van de toetsing van de kritische succesfactoren aan de prestatie indicatoren is in de derde stap deskresearch uitgevoerd naar praktijkvoorbeelden van ontmoediging in de fysieke omgeving.

Aangezien een benchmark aanvankelijk is bedoeld als analyse van een organisatie, zijn alleen de eerste 3 stappen gebruikt in dit onderzoek. De stappen hierna zijn niet toe te passen op een publieke locatie van een gemeente zoals de Grote Markt.

3.4 Samenvatting theoretisch kader

De fysieke omgeving is gedefinieerd aan de hand van verschillende thema's binnen de omgevingswet welke onderdeel uitmaken van visie en beleid. Theorie uit de omgevingspsychologie stelt dat het onderzoeken van de achtergrond van gebruikers van belang is. Voor het bepalen van deze achtergrond is in dit onderzoek het ASE-model toegepast. Nudging vormt de basis waarin dit onderzoek is aangevlogen, deze term is opgedeeld in verschillende heuristieken. Een benchmark diende het doelgericht sturen naar de toekomst door op basis van verschillende kritische succesfactoren een vergelijking uit te voeren, in dit onderzoek is het toegepast op verschillende landen.

H4. Methodologie

In dit hoofdstuk worden de verschillende methoden en onderzoeksinstrumenten voor dataverzameling benoemd en onderbouwd. Er wordt beschreven hoe informatie is verzameld, geanalyseerd en verwerkt. Daarnaast wordt uitgelegd hoe de validiteit en betrouwbaarheid is gewaardborgd. Een schematische weergave van de methodologie en daarbij toegepaste theorie wordt weergegeven in bijlage 16.

4.1 Coronacrisis

In de methodologie zijn aanpassingen gedaan in verband met de uitbraak van de coronacrisis die indien van toepassing in dit hoofdstuk zijn beschreven.

4.2 Onderzoeksgroep(en), -eenheden en verantwoording

Er komen een aantal onderzoeksgroepen aan bod in dit onderzoek. Deze betrokken partijen leverden de resultaten die nodig waren voor de beantwoording van de in hoofdstuk 2 genoemde deelvragen.

Gebruikers huidige rookvrije zones

De doelgroep van dit onderzoek bestaat uit toekomstige gebruikers van de Grote Markt. Aangezien roken op de Grote Markt op dit moment nog niet actief wordt ontmoedigd, omvat deze onderzoekspopulatie gebruikers van bestaande rookvrije zones. Er is hierin onderscheid gemaakt tussen rokers en niet-rokers. Het was voor de coronacrisis de bedoeling om een diverse onderzoeksgroep fysiek te benaderen in rookvrije zones, omdat het inrichtingsplan (Gemeente Groningen, 2016) zich richt op alle gebruikers van 8 tot 88.

Experts

De doelgroep experts bezit de nodige kennis die is gebruikt voor de beantwoording van deelvraag 1 en 4. Er zijn interviews afgenomen onder twee experts op het gebied van omgevingspsychologie en nudging. Sabine Jansen heeft een master in 'health promotions psychology' en is gedragspsycholoog bij 'D&B Gedragspsychologen'. Ze heeft ervaring in verschillende gezondheidsprojecten voor onder andere gemeenten, waarbij nudging is toegepast. Danny van der Roest is specialist gedragsverandering binnen zijn eigen onderneming: 'Maverick Nudging en gedragsverandering', waarbij nudging veelvuldig is toegepast.

Projectmanagers Grote Markt

Er is een interview afgenomen onder de Projectmanager Stadsontwikkeling: en de projectleider van de herinrichting van de Grote Markt van de gemeente Groningen. Dit interview is afgenomen om informatie te verkrijgen over het project voor de herinrichting van de Grote Markt. Deze input is nodig geweest ter beantwoording van deelvraag 1 en 4. Om te kunnen bepalen welke vormen van ontmoediging toepasbaar zijn op de Grote Markt, was het van belang om te bepalen waaraan de Grote Markt dient te voldoen en hoe deze er ongeveer uit komt te zien. Paul van der Bosch is de projectleider van het team voor de herinrichting van de Grote Markt en is daarmee een belangrijke stakeholder. Projectmanager Stadsontwikkeling Gijs Hoogwerf is lid van het project herinrichting Grote Markt en richt zich voornamelijk op de beleving van gebruikers, dit maakt hem essentieel in het leveren van waardevolle input.

Vergelijkbare situaties Internationaal

Door middel van een benchmark is een internationale analyse uitgevoerd. De Verenigde Staten, Zweden, IJsland, Singapore en Engeland zijn bepaald doordat de externe opdrachtgever deze heeft benoemd als potentieel interessant. (M. Zwaving, persoonlijke communicatie, 6 maart 2020). IJsland wordt ook door het Trimbos instituut genoemd als voorloper in rookpreventie (Smeet, Monshouwer, Iryna Batyрева, de Wilde, & de Greef, 2019). De onderzoeker heeft Denemarken hieraan toegevoegd op basis van resultaten uit het vooronderzoek.

Vergelijkbare situaties nationaal

Er zou aanvankelijk een interview plaatsvinden met een facilitair manager van het Het Erasmus Medisch Centrum (EMC) in Rotterdam omdat uit vooronderzoek bleek dat dit gehele plein een rookvrije zone is. Echter was het ziekenhuispersoneel door de coronacrisis niet beschikbaar voor niet-essentiële zaken. Deze onderzoeksgroep is hierdoor komen te vervallen.

4.3 Onderzoeksinstrumenten en verantwoording

In deze paragraaf wordt elk gebruikt onderzoeksinstrument benoemd en onderbouwd.

4.3.1 Deskresearch

Deskresearch is een belangrijk instrument geweest om kennis op te doen tijdens het vooronderzoek en het opstellen van het onderzoeksplan. Door middel van deskresearch zijn relevante theorieën geselecteerd in hoofdstuk 3. Door de coronacrisis zijn in de fase na het onderzoeksplan enkel elektronische bronnen gebruikt. Google scholar, Hanze worldcat, resultaten van reeds uitgevoerde onderzoeken en overheidspagina's van genoemde landen zijn benaderd via het internet. Verder is deskresearch toegepast ter beantwoording van deelvraag 2 en 4.

4.3.2 Kwalitatief onderzoek

Focusgroep

Aanvankelijk was het de bedoeling om een focusgroep uit te voeren. Het was de bedoeling om hier met de Projectmanagers van de Grote Markt, experts en een groep gebruikers, door middel van een brainstormsessie na te denken over creatieve oplossingen voor rookontmoediging op de Grote Markt. Door een zeer lage respons van experts op uitnodigingen van de onderzoeker, heeft er geen focusgroep plaats kunnen vinden. Experts die bereid waren om mee te werken aan dit onderzoek zijn hierdoor gebruikt voor het afnemen van interviews. Ter vervanging van de input van de projectmanagers, is er onder hen een interview afgenomen.

Mini-interviews

Om tot een goede enquête te komen, is er in 3 iteraties gewerkt aan een enquête die bestemd is voor de onderzoeksgroep 'Gebruikers huidige rookvrije zones'. Als eerste iteratie zijn mini-interviews afgenomen onder 5 respondenten. Dit aantal is door de onderzoeker bepaald doordat de eerste iteratie slechts is bedoeld om de herhaalbaarheid (Verhoeven, 2014) te bepalen en onduidelijke vragen aan te passen of te vervangen. De inhoudelijke resultaten van de afgenomen mini-interviews zijn niet meegenomen in dit onderzoek.

Half-gestructureerde interviews

Door middel van interviews zijn de belevingen van de geïnterviewden met betrekking tot verschillende onderwerpen bepaald. De interviews zijn afgenomen door middel van telefonisch contact, Skype en Teams. Voor de uitbraak van de coronacrisis was het de bedoeling om interviews fysiek af te nemen. Er is gekozen voor half-gestructureerde interviews (Verhoeven 2014), omdat hierin de mogelijkheid zat om door te vragen waar de onderzoeker dit nodig achtte. De interviews zijn gebruikt ter beantwoording van deelvraag 1 en 4.

4.3.3 Kwantitatief onderzoek

Observatie

Voor de uitbraak van de coronacrisis zouden bestaande rookvrije zones worden geobserveerd. Vanwege de coronacrisis was observatie niet gewenst, omdat de onderzoeker zich hiervoor onnodig buitenshuis zou bevinden. Het doel van de observatie was het bepalen van de omgevingsfactoren die van invloed zijn op rookgedrag van gebruikers. Locaties met rookvrije zones zijn bovendien verlaten door de coronacrisis. Hierdoor is de methode observatie komen te vervallen.

Enquête

Op basis van de uitkomsten van de mini-interviews is een enquête opgesteld. De enquêtevragen worden weergegeven in bijlage 10. De onderwerpen zijn naast de uitkomsten van de mini-interviews, gebaseerd op het in paragraaf 3.2 beschreven ASE-model en indicatoren uit de fysieke omgeving. De enquête is toegepast ter beantwoording van deelvraag 1 en 3.

4.4 Dataverzameling, dataverwerking en -analyse per onderzoeksinstrument

Deskresearch

Voor het selecteren en analyseren van literatuur en informatie betreffende de benchmark van geselecteerde landen is gebruik gemaakt van de stappen in paragraaf 3.3. Om een brug te slaan tussen oriëntatie op internationaal vlak en het komen tot relevante resultaten voor het beantwoorden van deelvraag 2, heeft de onderzoeker een aantal eisen opgesteld. De eisen die de onderzoeker heeft gesteld aan het beschrijven van de benchmark in de resultaten zijn de volgende:

- Voor alle landen worden vergelijkbare percentages rokers onder de bevolking genoemd.
- Per land worden de voor dit onderzoek meest relevante interventies bepaald in rookontmoediging op basis van prestatie indicatoren.
- Per land wordt minimaal 1 interventie genoemd.
- Interventie biedt potentie in het ontmoedigen van roken in de openbare ruimte.
- Interventie is te vertalen naar de fysieke omgeving en faciliteiten hierbinnen.
- Interventie is toe te passen zonder juridisch rookverbod.

Voor Nederland zijn alleen de percentages in rokers en de belangrijkste overheidsmaatregelen genoemd, immers doelt deelvraag 2 op het vergaren van internationale praktijkvoorbeelden binnen de strekking van dit onderzoek. Voor de overzichtelijkheid van de benchmark is er geen onderscheid gemaakt in de mate waarin personen roken. Ook is deskresearch gebruikt in deelvraag 4 om de relatie van roken met stress en de invloed van groenvoorziening, water en fijnzinnige kunst te bepalen. Deze faciliteiten komen op de Grote Markt en vooronderzoek gaf hier aanleiding voor.

Interviews

Alle interviews zijn opgenomen, getranscribeerd en gecodeerd. Voor het afnemen van de interviews zijn interviewschema's opgesteld met een topiclijst (Verhoeven, 2014) gebaseerd op de theorie betreffende nudging en de fysieke omgeving uit paragraaf 3.1 respectievelijk 3.2. De term nudging is concreet gemaakt met de in paragraaf 3.1 genoemde heuristieken. Op verzoek van de projectleiders van de Grote Markt is één interview afgenomen onder hun beide, dit heeft geen gevolgen gehad voor de kwaliteit van de dataverzameling.

Enquête

In de tweede iteratie is de enquête getest onder 10 medestudenten en docent onderzoek Stefan Lechner. Hiermee zijn hiaten in de vraagstelling achterhaald en verbeterd. Als derde iteratie is de enquête afgenomen onder 102 respondenten waarvan 90 hem volledig hebben doorlopen. De enquêteresultaten worden weergegeven in bijlage 11. Deze resultaten zijn geëxporteerd naar SPSS. Hierin zijn verschillen geanalyseerd tussen rokers en niet-rokers op basis van kruistabellen, waarna deze zijn geanalyseerd en beschreven. Op basis van de open antwoorden uit de enquête is het ASE-model ingevuld. De antwoordmogelijkheden voor de stellingen zijn bepaald met behulp van de Likertschaal uit Verhoeven (2014). De enquête is opgesteld met behulp van Enalyzer waarbij gebruik is gemaakt van een gratis account. De enquête is verspreid onder de sociale kring van de onderzoeker via de platformen WhatsApp, Facebook en LinkedIn. De resultaten zijn gebruikt voor de beantwoording van deelvraag 1 en 3. Voor het opstellen van de enquêtevragen en het analyseren van de hierin gegeven antwoorden, is het ASE-model gebruikt.

4.5 Betrouwbaarheid en validiteit

Kwantitatief onderzoek

De enquête is gesloten op het moment dat de onderzoeker constateerde dat er geen nieuwe respons meer was. Het meten van de betrouwbaarheid is uitgevoerd aan de hand van de coëfficiënt Cronbach's alfa (Verhoeven, 2014). Dit wordt uitgedrukt in een waarde tussen 0 en 1 die de interne consistentie in de enquête meet. Op basis van Verhoeven (2014) is bepaald dat de coëfficiënt een minimale waarde moet hebben van 0,6 om de betrouwbaarheid te waarborgen. De meting is weergegeven in tabel 2. De coëfficiënt is in alle gevallen hoger dan 0,7 waarmee de enquête wordt beschouwd als betrouwbaar.

Stellingen	Aantal vragen	Coëfficiënt
Rookvrije zones	7	0,83
Openbare plekken	6	0,81
Roken Grote Markt	10	0,79
Nudging	3	0,76

Tabel 1: Cronbach's alfa coëfficiënt.

Er is een analyse uitgevoerd om verschillen in antwoorden te bepalen tussen rokers en niet-rokers. Dit is slechts gedaan voor de stellingen over roken op de Grote Markt en nudging omdat deze vragen gesteld zijn aan zowel rokers als niet-rokers. Ook hebben deze vragen dezelfde antwoordschaal waardoor deze vergelijkbaar zijn. Doordat het advies zich richt op de doelgroep van de Grote Markt, zijn er geen verbanden beschreven tussen respondenten en andere demografische gegevens.

Kwalitatief onderzoek

De onderwerpen in de interviews zijn gebaseerd op de theorie genoemd in hoofdstuk 3. In dit onderzoek wordt gemeten wat er gemeten moet worden door slechts vragen te stellen die vooraf zijn gebaseerd op interviewschema's. Deze zijn weergegeven in bijlage 4, 5 en 6. In de interviews zijn geen sturende vragen gesteld, maar vragen die open en objectieve antwoorden opleverden.

4.6 Samenvatting onderzoeksmethoden

Dit onderzoek bevat 4 onderzoeksgroepen: gebruikers van huidige rookvrije zones, experts, projectmanagers Grote Markt en vergelijkbare internationale situaties. In dit onderzoek is gebruik gemaakt van de onderzoeksinstrumenten: deskresearch, mini-interviews, half-gestructureerde interviews, en een enquête. De methode observatie is door de coronacrisis komen te vervallen. Om de betrouwbaarheid en validiteit te waarborgen is gebruik gemaakt van onder andere vooraf opgestelde interviewschema's en een meting van de interne consistentie van de enquête.

H5. Onderzoeksresultaten

De resultaten zijn voortvloeijsels uit de afgenomen enquête, interviews, en uitgevoerde deskresearch. Per deelvraag wordt vermeld welke onderzoeksmethode is ingezet om tot het onderzoeksresultaat te komen. Tot slot wordt aan het einde van dit hoofdstuk een korte samenvatting gegeven van de resultaten.

5.1 Resultaten deelvraag 1: Welke vormen van ontmoediging zijn toepasbaar op de Grote Markt

De onderzoeksresultaten in deze paragraaf zijn beschreven op basis van de gecodeerde transcripten van de interviews met de experts en projectleiders van de Grote Markt. De complete transcripten worden weergegeven in bijlagen 7, 8 & 9. Daarnaast zijn resultaten uit de enquête beschreven die de mening van gebruikers van rookvrije zones weergeeft met betrekking tot de toepassing van nudging.

Interview Paul van der Bosch & Gijs Hoogwerf

Eisen ontwerp

De ambitie en de kenmerken voor het ontwerp van de Grote Markt zijn vastgelegd in 5 hoofdambities, de ‘big five’ genoemd:

1. Het moet een centraal plein zijn waar mensen naar toe gaan in plaats van slechts langs lopen.
2. De voetganger op één. Busbanen verdwijnen, hierdoor komt er meer ruimte beschikbaar.
3. Het plein dient levendig te zijn, het moet bruisen.
4. Er moeten evenementen kunnen plaatsvinden zoals de kermis, Noorderslag etc.
5. Het moet een klimaat robuust plein zijn. Dit betekent onder andere dat er meer gezelligheid en intimiteit moet ontstaan door het plaatsen van groenvoorziening.

Het is belangrijk dat er synergie dient te zitten in alle zaken tezamen. Het plein moet 24 uur per dag, vier seizoenen lang uitnodigen om ernaartoe te komen.

Healthy ageing & Roken

Dhr. Hoogwerf (zie bijlage 9) geeft over het thema *healthy ageing* aan: “Gezondheid is een thema wat wel raakt aan waar we mee bezig gaan, in die zin dat we als het gaat om het plein, willen inzetten op een plein waar het verblijf gewoon heel prettig is. Waar mensen elkaar kunnen ontmoeten, waar levendigheid is, ook klimaat en groen krijgt daar een plek in.”. Het stimuleren van gezond gedrag gebeurt in de vorm van het weren van bussen en het bieden van meer ruimte aan voetgangers en fietsers. Ook het verleiden van jeugd door gezond gedrag te vertonen en te gaan bewegen is een voorbeeld. Roken is een onderwerp wat nog niet op de agenda staat maar waar ze vroeg of laat wel mee te maken krijgen. Ook stelt dhr. Hoogwerf: “Mijn droom is om de Grote Markt in te richten zonder borden waarop staat wat je vooral niet mag”.

Interview Sabine Jansen en Danny van der Roest

Uit de interviews met dhr. van der Roest (zie bijlage 8) en mw. Jansen (zie bijlage 7) zijn een aantal vormen van ontmoediging naar voren gekomen die van toepassing zouden kunnen zijn op de Grote Markt. De heuristieken *anchoring*, representativiteit, *default*, beschikbaarheid en fun theory worden door de geïnterviewden beschouwd als minder goed toepasbaar op het onderwerp roken.

Handelingsperspectief

Beide geïnterviewden beamen dat rokers een handelingsperspectief moet worden geboden wanneer ze willen roken. Mensen die (heftig) verslaafd zijn aan roken willen toch een sigaret opsteken. Mw. Jansen: "Mensen willen toch ergens een peuk opsteken en zijn op dat moment op de Grote Markt, dus dan moet je eigenlijk bedenken van is er ergens, in de omgeving, een plek waar ze dat wel kunnen doen dan.". Dhr. van der Roest: "Je zou bijvoorbeeld kunnen zeggen hè, het is een rookvrij plein wil je roken, prima! Alleen dan doe je het hier.".

Framen

Het is van belang om na te denken over hoe een boodschap wordt overgebracht. Een verbod wordt gezien als belerend. Er dient wel duidelijkheid te zijn in wat er van mensen verwacht wordt.

Sociale norm

Een norm kan eraan bijdragen dat de maatschappij roken als onwenselijk bestempeld. Als voorbeeld noemt mw. Jansen het feit dat het onder jongeren en studenten steeds minder stoer wordt bevonden om te roken. De sociale norm is door mw. Jansen ingezet bij een project waarbij er een aantal belangrijke personen uit een plaatselijke buurt van de interventie werden weergegeven. Een gezellige oude dame, of een gezellige man die iedereen kent. Deze werden gebruikt om de boodschap over te brengen. Dhr. van der Roest geeft in het interview aan dat mensen sneller gehoor zullen geven aan een heersende sociale norm dan aan een rookverbod. Doordat er een bepaalde norm heerst, voelen mensen zich bezwaard om te roken. Het is van belang dat een dergelijke norm duidelijk wordt gecommuniceerd.

Altercasting

Altercasting is een vorm van gedragssturing die gebruikers in een bepaalde sociale rol dwingt om zich te gedragen naar deze rol. Als voorbeeld hiervan noemt mw. Jansen een filmpje (Ogilvy, 2013) van een kind in Thailand die vraagt aan rokende mensen om een aansteker. Deze volwassenen weigeren en confronteren het kind met de gevaren van roken. Dit experiment heeft tot gevolg dat mensen worden gedwongen zichzelf een spiegel voor te houden.

Wederkerigheid

Dit principe maakt gebruik van het feit dat je iemand iets geeft en dat je daarvoor iets terugverwacht. Mw. Jansen noemt als voorbeeld een straatverkoper die je een krant geeft en vervolgens verwacht dat je dan het fatsoen opbrengt om even een praatje te maken. Een ander voorbeeld wat ze noemt is een bedrijf die sportfaciliteiten aanbiedt aan haar medewerkers maar daarvoor in de plaats wel verwacht dat medewerkers verantwoordelijkheid nemen om te gaan bewegen.

Priming

Priming is het geven van informatie waardoor je mensen in een bepaalde *mindset* brengt. Dhr. van der Roest heeft dit toegepast om plaatsing van afval rondom ondergrondse afvalcontainers te ontmoedigen. Door het verspreiden van citroengeur associeerden mensen de plek met reinheid en ontstond minder 'bijplaatsing'. Primen kan ook een tegenovergestelde werking veroorzaken waardoor men bijjuist zou kunnen gaan roken. Dit kan al gebeuren als men wordt geconfronteerd met het woord roken of plaatjes van roken.

Fear Appeal

Een fear appeal komt neer op het bang maken van mensen, bijvoorbeeld door ze te confronteren met risico's van roken. Dit leidt in veel gevallen tot weerstand waardoor mensen zich afsluiten voor de boodschap.

Enquête

De stellingen met betrekking tot nudging zijn ingevuld door 87 respondenten. 81,6% van de respondenten gaven aan dat ze het eens waren met de stelling dat nudging zou moeten worden toegepast om roken op de Grote Markt te ontmoedigen, meer dan de helft hiervan bestond uit rokers. 83,9% van de respondenten is het eens met de stelling dat het een goed idee is om nudging toe te passen om roken op openbare plekken te ontmoedigen. 81,6% van de respondenten is het eens met de stelling dat sturen van gedrag door nudging in Groningen moreel aanvaardbaar is. Er zit een significant verschil tussen rokers en niet rokers in de stellingen over nudging. Rokers waren het voornamelijk 'eens' met de drie stellingen, niet rokers gaven vaker aan het er 'sterk mee eens' te zijn bij alle 3 de stellingen.

5.2 Resultaten deelvraag 2: Hoe wordt roken op vergelijkbare internationale locaties ontmoedigd

In deze paragraaf worden resultaten uit de internationale benchmark beschreven. De benchmark is uitgevoerd aan de hand van de stappen in het benchmarkproces. Een schematische weergave van kritische succesfactoren en scores per land wordt weergegeven in bijlage 14. De jaartallen 2010 en 2018 zijn geselecteerd op basis van beschikbare gegevens van de World Health organization (WHO).

Nederland

In 2010 was het percentage rokers vanaf vijftien jaar in Nederland 27%, in 2018 was dit 23,4% (World Health Organization, 2020). Nederland voert op verschillende wijze maatregelen in om roken te ontmoedigen, dit maakt onderdeel uit van de ambitie om in 2040 een rookvrije generatie te behalen. De belangrijkste maatregelen zijn door de Rijksoverheid beschreven in het nationaal preventieakkoord (2018):

Wettelijke maatregelen

- Het verbergen van rookwaar bij winkels.
- Rookruimten in de horeca zijn verboden.
- Rookverbod op schoolterreinen vanaf augustus 2020.

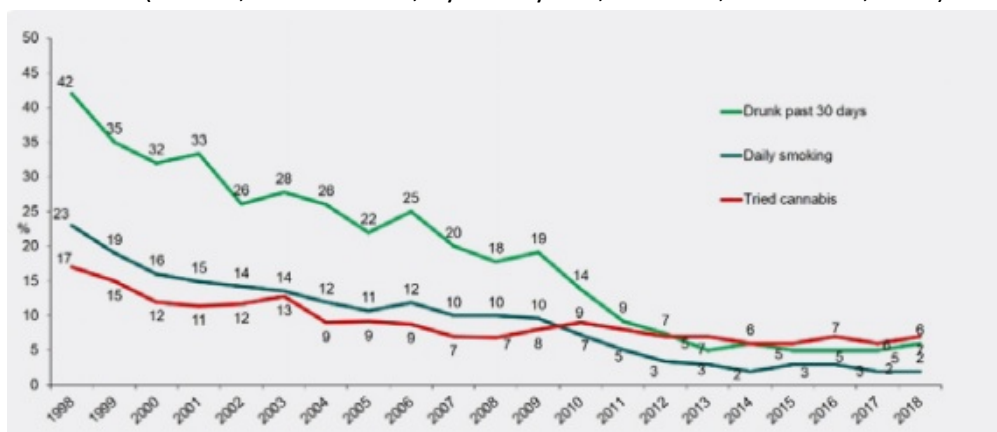
Andere maatregelen

- Rookvrije kinderboerderijen, kinderopvanglocaties en ziekenhuizen per augustus 2020.
- Door middel van verschillende campagnes worden jongeren en zwangere vrouwen ontmoedigd om te beginnen met roken of gemotiveerd om te stoppen. Enkele campagnes zijn 'NIX18', 'Rookvrije Generatie' en 'Rookvrij Zwanger'.

IJsland

In 2010 was het percentage rokers vanaf 15 jaar in IJsland 19,4%, in 2018 was dit 13,8% (World Health Organization, 2020). De belangrijkste wettelijke maatregel in IJsland is het verbieden van roken in restaurants, cafés, bars, nachtclubs, kleuterscholen, basisscholen, middelbare scholen op het terrein van kinderdagverblijven (World Health Organization, 2019).

IJsland gebruikt een preventiemethode die zich voornamelijk richt op jongeren. In figuur 3 wordt een daling in dagelijks rokende 15- en 16-jarigen weergegeven. Jongeren bieden potentie doordat ze op verschillende manieren kunnen worden ondersteund en gestuurd door interventies van lokale overheden (Smeets, Monshouwer, Iryna Batyreva, de Wilde, & de Greef, 2019).



Figuur 3. Middelengebruik van 1998 tot 2018 onder 15- en 16-jarige jongeren in IJsland (ICSRA, 2018)
Het IJslandse model bestaat niet uit vaststaande of vooraf bepaalde interventies. Op lokaal niveau wordt bepaald waar kansen liggen om deze aan te pakken. Dit proces wordt weergegeven in figuur 4.



Figuur 4. Jaarlijks proces IJslandse preventiemodel in 4 stappen. Bron: (Smeets, Monshouwer, Iryna Batyreva, de Wilde, & de Greef, 2019)

In het monitoringsproces worden alle kinderen op scholen in de leeftijdsgroepen 10-20 jaar geënquêteerd, de respons van dit onderzoek ligt tussen de 81%-91% (Smeets, Monshouwer, Batyreva, de Wilde, & de Greef, 2019). De vragen die hierin worden gesteld hebben als doel om beschermende factoren en risico's te achterhalen. Beschermende en risicofactoren zijn bijvoorbeeld de mate waarin tijd wordt doorgebracht met het gezin, er controle is van ouders, er buiten laat wordt rondgehangen, er feestjes zijn zonder toezicht en gestelde regels door ouders met betrekking tot middelengebruik. Deze informatie wordt teruggekoppeld aan lokale overheden. Met de resultaten wordt de dialoog aangegaan tussen o.a. sportclubs, scholen, gemeenten en ouders. Met de uitkomsten van deze dialoog bedenken deze partijen samen maatregelen en interventies die worden ingezet op lokaal niveau met als doel het beheersen van risicofactoren en het versterken van beschermende factoren.

Smeets, Monshouwer, Batyreva, de Wilde, & de Greef (2019) hebben de belangrijkste geïmplementeerde interventies onderzocht. De eerste interventie betreft het verstrekken van een tegoedkaart om deel te kunnen nemen aan verschillende sport- en spelactiviteiten. Deze worden in Reykjavik verstrekt aan alle kinderen van 6 tot 18 jaar. Ten tweede worden ouders op scholen nauw betrokken bij de ontwikkeling van kinderen. Door middel van een overeenkomst worden ouders gevraagd om beloftes te doen aangaande afspraken met kinderen om 's avonds op tijd thuis te zijn. Ook wordt hierin bijvoorbeeld verzocht aan ouders om voldoende tijd met hun kinderen te spenderen.

Singapore

In 2010 was het percentage rokers vanaf 15 jaar in Singapore 16,5%, in 2018 was dit 16,5% (World Health Organization, 2020). Roken in de binnenruimte van publieke locaties is in Singapore niet toegestaan. Rokers in de openbare ruimte worden gefaciliteerd door een beperkt aantal rookruimten (Singapore Government Agency, 2012). Rokers in de openbare ruimte worden getracht te roken in rookzones en -ruimten, voorbeelden hiervan worden weergegeven in bijlage 13. De in Singapore ontwikkelde 'smoking cabin' (Smoking Cabin SG, 2020b) richt zich op het aanpakken van gevolgen van *secondhand smoke*. De cabine filtert sigarettenlucht waardoor niet-rokers, gezinnen en kinderen geen nadelige effecten ondervinden door roken. De cabine zet 99.95% van sigarettenrook om in schone lucht.



Illustratie 1: Rookcabine Singapore. Bron: (Smoking Cabin SG, 2020a)

Engeland

In 2010 was het percentage rokers vanaf 15 jaar in het Verenigd Koninkrijk 25,4%, in 2018 was dit 19,2% (World Health Organization, 2020). De Britse overheid voert op verschillende manieren een ontmoedigingsbeleid (UK Government, 2019), waaronder het aanmoedigen van jonge mensen om niet te beginnen met roken, bestaande rokers aanmoedigen om te stoppen en anderen beschermen tegen de schadelijke effecten van sigarettenrook. In samenwerking met het NHS (National Health Service), het openbare gezondheidszorgstelsel van het Verenigd Koninkrijk, is het fonds 'Breathe 2025' opgericht (North Yorkshire County Council, 2019). Het fonds speelt een belangrijke rol als partner van de lokale overheid in de plaats Yorkshire. De organisatie voert campagnes met als doel een generatie te realiseren waar geen ruimte voor tabak is en waar roken ongebruikelijk is. Het project heeft rookvrije borden gerealiseerd (zie illustratie 2) in openbare speelruimtes om mensen twee keer na te laten denken over het roken van schadelijke sigaretten in de buurt van kinderspeelplaatsen. Hierdoor worden lokale families in staat gesteld om een rookvrije omgeving met een frisse, schone omgeving te eisen. Een andere interventie van het fonds was het plaatsen van borden bij de ingang van een lokaal ziekenhuis. De interventies zijn onderdeel van Engeland haar nationale belofte om een rookvrije generatie te realiseren.



Illustratie 2: Bord rookvrij openbare speelruimtes. Bron: (North Yorkshire County Council, 2019)

Denemarken

In 2010 was het percentage rokers vanaf 15 jaar in Denemarken 25,3%, in 2018 was dit 18,6% (World Health Organization, 2020). Denemarken heeft in 2020 aangekondigd een nieuw pakket aan maatregelen te implementeren. Dit houdt volgens Hefler & von Eyben (2020) in:

- Eenvoudige verpakking van tabaksproducten.
- Een verbod op reclame voor verkooppunten.
- Verschillend rookvrije gebieden waaronder scholen en andere onderwijsinstellingen.
- Een totaal verbod op roken door leerlingen tijdens schooluren.
- Een verbod op de verkoop van tabak aan personen onder de 18 jaar.

Op de luchthaven van Kopenhagen is door een groep nudging experts een experiment uitgevoerd (Schmidt et al., 2016) met het doel om rokers op een daarvoor bestemde plek te laten roken. Op basis van observatie in het vooronderzoek zijn een aantal plekken geconstateerd waar rokers bij buitenkomst op zoek gingen naar een rookplek. Om rokers voor te bereiden op het zoeken naar een rooklocatie bij het verlaten van het gebouw, werden stickers aangebracht met een afbeelding van een brandende sigaret. Zie hiervoor illustratie 3.



Illustratie 3: Aanduiding rookzone. Bron: (Hansen, 2018)

Na drie maanden van observatie, analyse en diagnose werd een *nudge*-interventie geïmplementeerd. Het eindresultaat is weergegeven in illustratie 4. Hierbij is gele tape aangebracht om de rookplek aan te duiden.



Illustratie 4: Rookplek. Bron: (Hansen, 2018)

Na implementatie was het rookpercentage binnen rookvrije ruimten gedaald van 56,28% naar 26,46%. Dit resultaat is gemeten door observatie van het gedrag van een groep van 1695 rokers vóór de interventie ten opzichte van een groep van 1489 rokers na het invoeren van de interventie.

5.3 Resultaten deelvraag 3: Wat is het effect van ontmoediging van roken op gebruikers van rookvrije zones in Nederland

Voor het meten van het effect van ontmoediging van roken op gebruikers van rookvrije zones is gebruik gemaakt van een enquête. De enquêteresultaten worden weergegeven in bijlage 11. Open antwoorden zijn gecategoriseerd en geanalyseerd door middel van het ASE-model, een schematische uitwerking hiervan is te vinden in bijlage 12.

Rookvrije zones

Van de groep bestaande uit 102 respondenten gaf 48% aan (wel eens) te roken. 78,6% hiervan gaf aan niet te roken wanneer zij zich in een rookvrije zone bevinden. 85,7% van de respondenten gaven aan dat zij zoeken naar een alternatieve plek om te roken wanneer zij zich in een rookvrije zone bevinden. 35,7% van de respondenten gaven aan dat het bord dat aangeeft dat zij zich in een rookvrije zone bevinden niet ontmoedigt om te roken. 81% van de respondenten die roken, gaven aan andere rokers er niet op aan te spreken wanneer zij hun zien roken binnen een rookvrije zone. Rokers gaven veelvuldig aan dat ze zich aan de regels houden van een rookverbod.

Grote Markt

Van de groep bestaande uit 102 respondenten rookt 52% niet. 92 van de 102 respondenten gaven aan gebruik te maken van de Grote Markt. Het doel van het gebruik van de Grote Markt was voor het grootste gedeelte: als doorweg naar een andere plek in de binnenstad (92,4%), voor de horeca en eetgelegenheden (90,2%) en voor een evenement of festival (62%). 54,4% van de respondenten is het eens met de stelling dat er op de Grote Markt gerookt mag worden. 52,2% van de respondenten geeft aan dat roken op de Grote Markt ontmoedigd moet worden. 26,1% gaf aan het eens te zijn met de stelling dat de Grote Markt een rookvrije zone dient te worden, 34,8% staat hier neutraal in. Er zit een klein verschil tussen rokers en niet rokers in de stellingen over de Grote Markt. Rokers zijn het ten opzichte van niet-rokers oneens met de stellingen dat roken op de Grote Markt ontmoedigd moet worden en dat de Grote Markt een rookvrije zone zou moeten worden.

Invloed Fysieke omgeving

Het grootste gedeelte van de rokers variërend van 56,8% (Stelling aanwezigheid van groen) tot 84,1% (Stelling aanwezigheid van bankjes en stoelen), gaf aan dat de aanwezigheid van groen, water, bankjes en stoelen, kunst en historische architectuur niet zorgt voor het verminderen van de trek om te roken. In de open antwoorden gaven zeven rokers aan dat de aanwezigheid van andere mensen in hun buurt ervoor zorgt dat ze niet roken. Drie rokers gaven hier aan dat de aanwezigheid van kinderen een rol speelt om niet te roken.

5.4 Resultaten deelvraag 4: Hoe kunnen faciliteiten van een publieke ruimte roken ontmoedigen

De onderzoeksresultaten in deze paragraaf zijn beschreven op basis van deskresearch en de gecodeerde transcripten van de interviews met de experts en projectleiders van de Grote Markt.

Deskresearch

Uit onderzoek (van Dijk, de Boer, Scheurink, & Buwalda, 2016) blijkt dat mensen met een lage sociaaleconomische status over het algemeen meer roken. Onder andere de invloed van de fysieke omgeving leidt bij mensen met een lage sociaaleconomische status tot een verhoogd risico op oncontroleerbare stress. Het effect van ongezond gedrag en stress kunnen elkaar versterken, aangezien roken een stemmingsverbeterend effect kan hebben. Hierdoor kan er beter worden omgegaan met oncontroleerbare stress.

De universiteit van Wageningen heeft een onderzoek uitgevoerd naar het effect van groen op de gezondheid en het gebruiken van natuurlijke omgevingen om menselijk gedrag te beïnvloeden. In dit onderzoek (van Dillen, de Vries, Groenewegen, & Spreeuwenberg, 2011) wordt gesteld dat aanwezigheid van groen en natuur het geluk vergroot en stress vermindert. Uit een ander onderzoek (Nutsford, Pearson, Kingham, & Reitsma, 2016) blijkt dat de nabijheid van water het welzijn bevordert en stress vermindert.

Wanneer we gestrest zijn, geeft ons lichaam een hormoon af dat cortisol wordt genoemd (Bergland, 2013). Een studie van de Universiteit van Westminster (Clow & Fredhøj, 2006) heeft uitgewezen dat de cortisolspiegel van een groep van 28 proefpersonen met maar liefst 32% daalde na slechts 40 minuten naar kunstwerken te hebben gekeken. Onder normale omstandigheden duurt het ongeveer vijf uur voordat de cortisolspiegel zo sterk daalt.

Interview Paul van der Bosch & Gijs Hoogwerf

Faciliteiten op de Grote Markt zullen bestaan uit groenvoorziening, water (bijvoorbeeld een fontein), speelfaciliteiten, zitplaatsen en fijnzinnige kunst. Deze faciliteiten vormen de basis in het PVE. Alle elementen dienen individueel meerwaarde te leveren aan het totale plein. Het is ook mogelijk dat er faciliteiten gecombineerd worden, bijvoorbeeld water en spelen. Dhr. Van den Bosch (zie bijlage 9) geeft aan dat op de markt verschillende *mixed zones* die ruimte bieden om invulling aan te geven. Het plein zal door middel van gele klinkers een geheel worden. Met belijning, een rij bankjes of bomenrij dienen de verschillende zones van elkaar te worden afgebakend.

Interview Sabine Jansen en Danny van der Roest

Roken betreft complex verslavingsgedrag, zowel geestelijk als fysiek. Hierdoor is het niet duidelijk of het toepassen van nudging effectief is om roken te ontmoedigen. Wanneer de nadruk wordt gelegd op negatieve aspecten van roken, bestaat het risico dat de roker zich de 'slechterik' voelt. Daarentegen wordt het wel aannemelijk bevonden dat er draagvlak is onder gebruikers om bij te dragen aan een schone lucht. Roken is hier een klein onderdeel van. Het volgende proces wordt gebruikt door beide geïnterviewden om tot een goede interventie te komen:

- Het uitvoeren van een voor-meting.
- Uitvoeren van een omgevingsanalyse
- Observatie gedrag
- Implementatie interventie
- Nameting

Een meting wordt beschouwd als het turven hoeveel mensen roken, hoeveel mensen niet roken en het berekenen van de verhouding hiertussen. Er dient een voor- en nameting uitgevoerd te worden op een voor de Grote Markt vergelijkbare plek, waardoor je wat kan zeggen over de verhouding op de Grote Markt waar interventies zijn gehouden t.o.v. locaties waar dat niet het geval is. Om te komen tot een interventie is het van belang om rekening te houden met 3 factoren.

- Motieven
- Weerstand
- Omgeving

Motieven en weerstand bepalen door middel van observatie

Observatie is door beide geïnterviewden onderschreven als de meest doeltreffende en belangrijke methode om het rookgedrag van gebruikers op een bepaalde locatie te bepalen. Het is van belang om te kijken naar hoe mensen roken, waar men rookt, of men in groepsverband rookt of alleen en of mensen zich afzonderen om te roken. Rokers op een openbare locatie zullen geen pluriform gedrag vertonen, er zullen verschillende doelgroepen aanwezig zijn, dagjesmensen, stamgasten uit de horeca, winkelend publiek etc. Mw. Jansen gaf in het interview aan (zie bijlage 7) dat dit het beste te achterhalen is door middel van observatie van de omgeving en het gedrag van gebruikers. Uit observatie van gedrag van gebruikers kunnen motieven blijken. Op deze motieven kun je vervolgens inspelen. Door middel van observatie kan ook achterhaald worden of de omgeving weerstand opwekt, het kan zijn dat door een hard verbod op roken mensen in de weerstand schieten en toch ongewenst gedrag vertonen. Mw. Jansen noemt als voorbeeld een boodschap: "Hé, je moet stoppen met roken, want daar word je echt lelijk en snel oud van." Ze vervolgt: "Want dan heb je hogere kans op dit en dat.. en het gevaar daarin is dat je dus argumenten aandraagt waar mensen eigenlijk niet zoveel mee kunnen. Dat is denk ik, ja, dat ze denken "dat is niet echt op mij van toepassing"." Vragen in een interview of enquête leiden tot sociaal wenselijke antwoorden. Mw. Jansen schat dat ongeveer in 80% van de gevallen de intentie om iets te doen niet leidt tot het daadwerkelijke gedrag.

Omgeving en faciliteiten

Een door beide geïnterviewden veelvuldig toegepaste manier om gedrag te sturen is het aanbrengen van een boodschap op een straat of stoep. Dhr. van der Roest (zie bijlage 8) geeft aan dat de aanwezigheid van groen op het plein en de gezonde lucht die ontstaat als gevolg van het weren van verkeer, de suggestie wekken dat het een ‘gezond’ plein betreft. De aanwezigheid van groen wordt door beide geïnterviewden meermaals benoemd als factor die een positieve impact heeft op de gemoedstoestand. Beide geïnterviewden geven aan dat er op het plein geen faciliteiten aanwezig moeten zijn die roken faciliteren. Zo dienen er geen drop-pits te zijn op het plein en is het gunstig als afvalbakken niet voorzien zijn van een aspunt. Ook de omgeving speelt een rol, als er op een bepaalde plek veel peuken op de grond liggen of wanneer er een asbak aanwezig is, kunnen dit *triggers* zijn om te roken. Een omgeving waar jeugd aanwezig is of waar sportfaciliteiten aanwezig zijn kan daarentegen de associatie opwekken om niet te roken. Ook kan het schoonhouden van de omgeving gunstig effect hebben. Een afdakje waar mensen veelal staan te roken bepalen de norm dat het oké is om daar te roken.

Keuzemoment

Interventies dienen zo dicht mogelijk op het keuzemoment te zitten. Hoe meer tijd en ruimte tussen het keuzemoment en de boodschap, hoe meer de boodschap afzwakt. Als voorbeeld hiervan noemt dhr. van der Roest een onderzoek die hij in opdracht van de ANWB heeft uitgevoerd. De probleemstelling was hier dat fietsers vaak wel licht hebben maar deze niet aan zetten. Na het plaatsen van de simpele tekst op het fietspad “zet je licht aan” bij het stoplicht waar mensen stilstaan, was er een stijging van 30% in het aantal verlichte fietsen.

5.5 Samenvatting resultaten

Toepasbare vormen van ontmoediging zijn het bieden van handelingsperspectief, het laten gelden van een sociale norm en het toepassen van altercasting, wederkerigheid en priming.

IJsland en Engeland focussen zich voornamelijk op jeugd. Singapore heeft een rookvrije ruimte ontwikkeld waar tabaksrook wordt omgezet in schone lucht. In Denemarken is er op succesvolle wijze voor gezorgd dat rokers roken in daarvoor bestemde rookzones. Gebruikers van rookvrije zones houden zich over het algemeen aan rookverboden. Gebruikers gaven ook aan dat verschillende aspecten uit de omgeving nauwelijks invloed hadden op hun keuze om te roken. Een rookverbod is niet wenselijk, wel staat men positief tegenover het toepassen van nudging om roken te ontmoedigen. Om te bepalen hoe faciliteiten van een publieke ruimte roken kunnen ontmoedigen is het van belang om gedegen onderzoek te doen door middel van observatie.

H6. Conclusie, discussie en aanbevelingen

6.1 Conclusies

Deelvragen

Welke vormen van ontmoediging zijn toepasbaar op de Grote Markt?

Om te bepalen welke vormen van ontmoediging toepasbaar zijn is in eerste instantie onderzocht aan welke eisen het plein van de Grote Markt dient te voldoen. Vervolgens is dit getoetst aan de in de theorie genoemde heuristieken binnen nudging en andere door de experts genoemde kansrijke vormen van ontmoediging. Niet alle in de theorie genoemde heuristieken zijn toepasbaar bevonden. De belangrijkste toepasbare vormen van ontmoediging betreffen het toepassen van de sociale norm en het juist *framen* van de boodschap die overgebracht moet worden. De default, beschikbaarheid, representativiteit, anchoring, en fun theory zijn minder goed toepasbare vormen van ontmoediging. Naast de in de theorie genoemde heuristieken is geconcludeerd dat altercasting, wederkerigheid en priming zeer goed toepasbaar zijn. Doordat er synergie dient te zitten in alle zaken tezamen, is het niet wenselijk dat vormen van ontmoediging de nadruk leggen op roken. Tot slot kan basis van de uitkomsten van de enquête worden gesteld dat nudging een toepasbare vorm van ontmoediging is.

Hoe wordt roken op vergelijkbare internationale locaties ontmoedigd?

Voor de landen IJsland, Engeland, Singapore en Denemarken zijn relevant bevonden interventies gevonden. Engeland en IJsland gebruiken methoden om roken op lange termijn roken uit te faseren. Ten eerste door gezond gedrag onder jongeren te stimuleren, ten tweede door roken ongebruikelijk te maken door middel van het realiseren van rookvrije omgevingen.

Er is geen verband te leggen tussen pogingen om roken te ontmoedigen en een landelijke afname van roken. Wanneer er een verbod geldt in een bepaald gebied of zone in de openbare ruimte, worden rokers in veel gevallen wél in staat gesteld om op een daarvoor bestemde plek te roken. Het richten op de doelgroep jongeren is op internationaal vlak een veelvoorkomende manier van ontmoedigen, op de lange termijn bieden jongeren de kans om roken langzaamaan uit te bannen wanneer zij in hun omgeving nog nauwelijks te maken krijgen met roken. Het betrekken van de sociale omgeving en de ouders van jongeren in dit proces kan doeltreffend zijn. Een afgeschermd ruimte en het tegengaan van secondhand smoke is een goede manier om niet-rokers te beschermen voor de zichtbaarheid van rook respectievelijk hun gezondheid.

Wat is het effect van ontmoediging van roken op gebruikers van rookvrije zones in Nederland?

Rookvrije zones zijn effectief als het gaat om het niet laten roken van mensen binnen deze ruimte. Het is wel van belang dat rokers een plek hebben waar ze kunnen roken, op dit moment zoeken rokers buiten deze zones alsnog een plek om te roken. Dit bevestigt het door de opdrachtgever genoemde optreden van een waterbed-effect. Er is echter geen draagvlak voor het instellen van een rookvrije zone op de Grote Markt. De trek om te roken wordt door de fysieke omgeving van rokers nauwelijks verminderd. Tot slot kan worden gesteld dat sociale invloeden een grote rol spelen in de keuze om wel of niet te roken.

Hoe kunnen faciliteiten van een publieke ruimte roken ontmoedigen?

Er zit een verband tussen de fysieke omgeving, roken en stress bij mensen met een lage sociaaleconomische status. Het plaatsen van groen, waterelementen en fijnzinnige kunst in de publieke ruimte, biedt potentie in het verlagen van stress. Hierdoor bestaat een grote kans dat mensen minder geneigd zouden kunnen zijn om in de nabijheid van deze faciliteiten te gaan roken. Het is niet bekend wat de rol van deze faciliteiten is bij mensen met een andere sociaaleconomische status. Verder is het lastig om te bepalen welke faciliteiten een rol kunnen spelen in het ontmoedigen van roken. Om tot een concrete conclusie te komen over hoe faciliteiten roken kunnen ontmoedigen, is het van belang om gedegen onderzoek te doen naar de doelgroep van de Grote Markt door middel van observatie. Op basis van bevindingen hierin kan worden bepaald waar een interventie moet worden ingezet en met behulp van welke faciliteit. Er zijn verschillende zones bekend waarin op de Grote Markt wel of niet 'speelruimte' beschikbaar komt voor het plaatsen van faciliteiten. Het is in ieder geval van belang dat er geen asbakken in prullenbakken en drop-pits aanwezig zijn. Ook bestaat een grote kans dat speel- en sportfaciliteiten roken ontmoedigt. Het weren van verkeer op de Grote Markt is een goede manier om een brug te slaan tussen het creëren van schone lucht en het ontmoedigen van roken.

Hoofdvraag

Hoe kan de gemeente Groningen toekomstige faciliteiten in de fysieke omgeving van de Grote Markt invloed laten uitoefenen op het ontmoedigen van roken?

Roken betreft complex verslavingsgedrag waardoor het moeilijk is om te bepalen hoe faciliteiten in de fysieke omgeving van de Grote Markt hier invloed op kan uitoefenen. Het is gebleken dat groen, water en kunst een stress verlagende werking kan hebben en roken kan ontmoedigen, deze faciliteiten worden reeds meegenomen in het PVE. Speelgelegenheden en een schone lucht door middel van het weren van bussen zijn goede instrumenten om de boodschap over te brengen. Ook dienen er geen associaties met roken aanwezig te zijn. Door middel van vervolgonderzoek naar de doelgroep van de Grote Markt kan er meer informatie achterhaald worden over hun rookgedrag, in welke mate zij een probleem veroorzaken voor de gemeente en de rol die faciliteiten in de fysieke omgeving hierop kunnen uitoefenen. Een verbod is niet wenselijk, het duiden van de boodschap door middel van de heersende sociale norm met betrekking tot roken wel. Tot slot is het van belang dat de boodschap die de faciliteiten moeten overbrengen, indirect doch positief wordt *geframed*.

6.2 Discussie

Een aantal punten in dit onderzoek vormden een bedreiging voor de betrouwbaarheid, validiteit en de bruikbaarheid van het onderzoek

Het eerste punt is dat er weinig bekend is over invloeden van de fysieke omgeving op het verslavingselement bij rokers. Hierdoor hangt de effectiviteit van de toepassing van interventies af van vervolgonderzoek.

Ten tweede is niet duidelijk in welke mate de percentages rokers van 2010 tot 2018 in de benchmark, het gevolg zijn van daarna genoemde interventies. Er zou uitgebreider onderzoek moeten worden gedaan naar meerdere interventies waarbij ook de ontmoedigende werking bekend is, dit was niet mogelijk binnen de beschikbare tijd voor dit onderzoek. Het derde punt is dat de resultaten uit deskresearch van de Verenigde Staten en Zweden geen raakvlak hadden met de door de onderzoeker gestelde eisen in paragraaf 4.4. Om de betrouwbaarheid en de rode draad van dit onderzoek te bewaken zijn deze landen niet meegenomen in de resultaten. Het vierde punt is dat in de enquête het aantal respondenten per vraag verschilt doordat er sprake is van verschillende antwoordroutes. Ook hebben een aantal respondenten het invullen van de enquête vroegtijdig afgebroken waardoor de betrouwbaarheid nadelig is beïnvloed. Het vijfde punt is dat observatie had geleid tot betrouwbaardere resultaten ten opzichte van de enquête. Het observeren van rookgedrag leidt tot betrouwbaardere resultaten omdat er geen risico bestaat om sociaal wenselijke antwoorden te krijgen. Het bepalen van gedrag op basis van het ASE-model zou hiermee ook betrouwbaarder zijn geweest. Tot slot was het door het coronavirus slechts mogelijk om in sociale kring veldonderzoek te doen. Hierdoor is de grootste groep respondenten in de enquête (18 tot 25 jaar: 64,8% en 26 tot 35 jaar: 30,8%) niet representatief voor de doelgroep van de Grote Markt.

6.3 Aanbevelingen

Om faciliteiten in de fysieke omgeving van de Grote Markt roken te laten ontmoedigen worden de volgende aanbevelingen gedaan.

Nader onderzoek

Om te komen tot concrete nudges dient het onderwerp roken in eerste instantie een rol te krijgen in het PVE van het project van de herinrichting van de Grote Markt. Door middel van observaties kan vervolgens worden vastgesteld wat de waargenomen huidige situatie is qua rokers en rookoverlast op het plein. Het is aan te raden dit te doen voor én na het opleveren van de nieuwe Grote Markt, waardoor de kloof hiertussen duidelijk kan worden bepaald en het effect van interventies meetbaar kan worden gemaakt.

Optie 1:

De gemeente Groningen kan de uitkomsten hiervan bespreken door middel van een focusgroep. Het is aan te raden om hier een architect bij te betrekken, een omgevingspsycholoog, gebruikers van de Grote Markt (zowel rokers als niet rokers) en de projectleden voor de herinrichting van de Grote Markt. Het resultaat van deze discussie kan vervolgens vertaald worden naar een nudge. Het boek *Omgevingspsychologie en ontwerpen* (Hamel & Colenberg, 2013) kan hierbij ondersteuning bieden.

Optie 2:

De gemeente Groningen kan het bedenken van interventies uitbesteden door een bureau voor omgevingspsychologie in te schakelen. D&B gedragspsychologen wordt hiervoor aangeraden doordat zij ervaring hebben met het geven van advies aan gemeenten in de toepassing van nudging. De kosten hiervan hangen af van de aard van de opdracht, hiervoor kan D&B een offerte opmaken.

Rookfaciliteit

Wanneer er van rokers wordt verwacht om niet te roken op de Grote Markt, is het van belang dat rokers weten waar ze wél kunnen roken. Om de overlast van secondhand smoke te tackelen, wordt geadviseerd om een rookzone aan te wijzen en hier een 'Smoke Cabin' te plaatsen.

Speelfaciliteiten nabij risicogebieden

Het is wenselijk om speelfaciliteiten voor kinderen zo te ontwerpen waardoor deze makkelijk te verplaatsen zijn. Wanneer door middel van nader onderzoek bekend wordt op welke plekken op het plein overlast ontstaat door rokers, kunnen de speelfaciliteiten daarnaartoe worden verplaatst.

Communicatie via faciliteiten

De tekst "Ik draag bij aan een gezonde omgeving voor kinderen, doe jij ook mee?" kan op posters bij speeltoestellen en zitplekken worden opgehangen. De gemeente kan hierbij bekende Groningers zoals Kraantje Pappie, Bert Visscher, Rooie Rinus, Pé Daalemmer of straatmuzikant Moti vragen om deze boodschap over te brengen.

Spandoek bij opening Grote Markt

Door bij de opening van de Grote Markt een spandoek te plaatsen met de tekst: "De gemeente heeft bijgedragen aan een schonere lucht in Groningen, draag jij hier ook aan bij?" met daarbij het logo van "Op weg naar een rookvrije generatie" kan leiden tot rookontmoediging.

Schoonmaak

Het is van belang dat het nieuwe plein goed schoon wordt gehouden. Vuil en peuken kunnen triggers zijn voor rokers.

Aspunten

In het ontwerp dient te worden meegenomen dat afvalbakken niet zijn voorzien van aspunten. Ook dienen er geen *DropPits* op het plein te worden geplaatst.

6.4 Financiële en juridische aspecten

Financieel

De gemeente Groningen heeft vooraf bekend gemaakt een budget beschikbaar te stellen wanneer de gemeente daadwerkelijk over zou gaan op implementatie van de eerdergenoemde interventies. Hierdoor is in dit onderzoek geen rekening gehouden met een budget. De kosten voor een *Smoke Cabin* zijn eenmalig €18,349 met maandelijkse onderhoudskosten van €917 (Mothership 2019).

Juridisch

Voor dit onderzoek en vervolgonderzoek is de omgevingswet van belang. De omgevingswet heeft regels voor ruimtelijke ontwikkeling samengevoegd. De gemeente heeft door de Omgevingswet de mogelijkheid om de leefomgeving met overzichtelijkere regels in te richten. Het is voor het projectteam van de Grote Markt van belang om hier rekening mee te houden. Om roken te faciliteren, dient de Tabakswet te worden aangepast. Het is van belang dat de gemeente Groningen hierop aandringt bij de rijksoverheid zodat er een rookzone kan worden gefaciliteerd nabij de Grote Markt.

H7. Reflectie

Het betreft een reflectie op de onderzoeker zelf, waardoor deze is geschreven in de ik-vorm.

7.1 Professioneel functioneren

Er zijn een aantal punten die ik anders had gedaan als ik het onderzoek opnieuw had moeten uitvoeren. In eerste instantie had ik het breder aangevlogen door me niet te beperken tot faciliteiten in de fysieke omgeving. Dit komt doordat gedurende het onderzoeksproces is gebleken dat interventies veelal zijn gericht op sociale en wettelijke interventies waardoor het bewaken van de rode draad in het onderzoek is bemoeilijkt. Ik heb wel mijn best gedaan om dit zo goed mogelijk te vertalen naar faciliteiten. De keuze om het vanuit de fysieke omgeving te bekijken is gemaakt om het onderzoek facilitair genoeg te houden. Ten tweede had ik de deelvragen anders ingericht. Ik heb heel veel mails verstuurd om respondenten te krijgen voor de interviews en de focusgroep, dit heeft weinig respons opgeleverd. Hierdoor heb ik de keuze moeten maken om de focusgroep te laten vervallen en de Projectleiders van de Grote Markt te interviewen. De interviews hebben daarom veelal randvoorwaarden van het PVE opgeleverd die moeilijk onder een deelvraag te plaatsen waren. Aangezien mijn onderzoeksplan met opgestelde deelvragen goedgekeurd was, vond ik het niet verantwoord om de deelvragen aan te passen. Hierdoor heeft deze input minder raakvlak met de formulering van de deelvragen. Toch is het mij ondanks tegenslagen van de coronacrisis gelukt om de rode draad en de betrouwbaarheid in dit onderzoek te bewaken.

7.2 Reflectie op ontwikkeling als Facilitair Manager

De reflectie is geschreven aan de hand van het ABCD-reflectiemodel. Het betreft een reflectie op het afstudeerproces.

ABCD-reflectiemodel	
Aanleiding	Door het oplopen van vertraging in het afstudeertraject was het moeilijk om mijn motivatie te herpakken. De eerste poging om af te studeren was afgebroken door persoonlijke omstandigheden, de tweede keer was het door een beslissing van de toenmalige organisatie niet mogelijk om de afstudeeropdracht uit te voeren en de derde keer had de opdracht geen GO ontvangen van het praktijkbureau in verband met te weinig facilitaire raakvlakken. Na deze tegenslagen heb ik een pauze genomen en de moed verzameld om het afstudeertraject alsnog succesvol af te ronden.
Belangrijk	Wat voor mij bij het afstuderen belangrijk is geweest, is om niet passief te zijn. Dit heb ik gedaan door me te houden aan een vooraf opgestelde planning waarin ik het proces heb opgedeeld in taken met een deadline.
Conclusie	Er zijn een aantal aangeleerde competenties van de opleiding van belang geweest: gedegen (voor-)onderzoek, het achterhalen van en het inspelen op de vraag van de betreffende doelgroep en het opbouwen van een professioneel netwerk. I
Doen	Ik wil mijn kennis blijven verbreden door in contact te blijven met mensen die ik op professioneel vlak ga treffen, zodat ik van hun ervaringen kan leren. Een facilitair manager is een 'spin in het web' en mijn doel is om een zo groot mogelijk web te spinnen!

Literatuurlijst

- Bergland, C. (2013, 22 januari). *Cortisol: Why the "Stress Hormone" Is Public Enemy No. 1*. Geraadpleegd op 22 mei 2020, van <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/the-athletes-way/201301/cortisol-why-the-stress-hormone-is-public-enemy-no-1>
- Bureau NoorderRuimte. (2020 januari). *Bureau NoorderRuimte*. Geraadpleegd op 3 maart 2020, van <https://www.hanze.nl/nld/onderzoek/kenniscentra/kenniscentrum-noorderruimte/bnr/bureau-noorderruimte/stage-afstuderen-bnr>
- Clow, A., & Fredhoi, C. (2006). Normalisation of salivary cortisol levels and self-report stress by a brief lunchtime visit to an art gallery by London City workers. *Holistic Health*, 3(2), 29–32. Geraadpleegd van https://www.researchgate.net/publication/252281628_Normalisation_of_salivary_cortisol_levels_and_self-report_stress_by_a_brief_lunchtime_visit_to_an_art_gallery_by_London_City_workers
- de Kinderen, J. A., Wijnen, F. M., Evers, S. M. A. A., Hiligsmann, M., Paulus, A. T. G., De wit, G. A., ... Evers, S. M. A. A. (2016). *Maatschappelijke kosten baten analyse van tabaksontmoediging*. Geraadpleegd van <https://www.trimbos.nl/docs/754f91b5-ff36-4452-85cb-2e00933ff970.pdf>
- Der Burgt, V. M., & Mechelen, V. E. (2008). *Preventie en gezondheidsbevordering door paramedici* (2008ste editie). Geraadpleegd van <https://books.google.nl/books?id=IpSlsjbBQVsC&pg=PA19&lpg=PA19&dq=ase+model+burgt+en+mechelen-gevers&source=bl&ots=O4UGAYJCvX&sig=c4SEFZosEuHcBsrNzgL2ROjdFEE&hl=nl&sa=X&ei=zxm8VLyhMMMyuPKfSgTg&ved=0CCMQ6AEwAA#v=onepage&q=ase%20model%20burgt%20en%20mechelen>
- Gemeente Groningen. (2016). *Uitvoeringsprogramma Bestemming Binnenstad 2016 - 2021*. Geraadpleegd van https://ruimtevoorjou.groningen.nl/wp-content/uploads/2016/05/uitvoeringsprogramma-bestemming-binnenstad_0.pdf
- Gemeente Groningen. (2019, 6 april). *"Jouw Grote Markt", herinrichting van het plein*. Geraadpleegd op 17 april 2020, van <https://ruimtevoorjou.groningen.nl/project/1-herinrichting-grote-markt-gereed-2020/>
- Gifford, R. (2016). *Research Methods for Environmental Psychology*. Geraadpleegd van <https://books.google.nl/books?hl=nl&lr=&id=vJqLBgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP7&dq=Research+Methods+for+Environmental+Psychology&ots=hQHBOxjiG&sig=FQKIFlhYTyciyhleGQrMNFMDpkl#v=onepage&q=Research%20Methods%20for%20Environmental%20Psychology&f=false>
- Hamel, R., & Colenberg, S. (2013). *Omgevingspsychologie en ontwerpen*. Amsterdam, Nederland: Amsterdam University Press.
- Hansen, P. G. (2018). *Do Prescriptions Work Better Than Proscriptions?* [Illustratie]. Geraadpleegd van <https://inudgeyou.com/en/do-prescriptions-work-better-than-proscriptions/>
- Hefler, M., & von Eyben, F. E. (2020, 24 januari). *Denmark: a new era for tobacco control*. Geraadpleegd op 29 april 2020, van <https://blogs.bmj.com/tc/2020/01/24/denmark-a-new-era-for-tobacco-control/>

ICSRA. (2018). *Substance use in Iceland 1997-2018* [Figuur]. Geraadpleegd van <https://planetyouth.org/>

Kamphuis, C. B. M., Etman, A., Oude Groeniger, J., & van Lenthe, F. J. (2014). *Relaties van de fysieke omgeving met leefstijl, redzaamheid en sociale verbindingen*. Geraadpleegd van <https://hdl.handle.net/1765/77517>

Marteau, T. M., Ogilvie, D., Roland, M., Suhrcke, M., & Kelly, M. P. (2011). Judging nudging: can nudging improve population health? *BMJ*, 342(jan25 3), d228. <https://doi.org/10.1136/bmj.d228>

Mothership. (2018, 14 juli). *Smokers beware, so far only 5 designated smoking areas set up in Orchard Road*. Geraadpleegd op 7 mei 2020, van <https://mothership.sg/2017/07/smokers-beware-so-far-only-5-designated-smoking-areas-set-up-in-orchard-road/>

Mothership. (2019, 21 mei). *60 smoking cabins to be launched around S'pore by end of 2019*. Geraadpleegd op 9 mei 2020, van <https://mothership.sg/2019/05/60-smoking-cabins-to-be-launched-around-spore-by-end-of-2019/>

Mulders, M. (2018). *Business- & Managementmodellen* (4de editie). Groningen, Nederland: Noordhoff.

Nijkamp, J. (2019 september). *ONDERZOEKSOPDRACHT KCNR FEBRUARI 2020*. Geraadpleegd op 19 februari 2020, van <https://www.hanze.nl/assets/kc-noorderruimte/Documents/Public/Onderzoeksopdrachten-februari-2020/Gezonde%20Rookvrije%20Stad.pdf>

North Yorkshire County Council. (2019, 5 november). *Drive to make public spaces smoke-free*. Geraadpleegd op 6 mei 2020, van <https://www.northyorks.gov.uk/news/article/drive-make-public-spaces-smoke-free>

Nutsford, D., Pearson, A. L., Kingham, S., & Reitsma, F. (2016). Residential exposure to visible blue space (but not green space) associated with lower psychological distress in a capital city. *Health & Place*, 39, 70–78. <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2016.03.002>

Ogilvy. (2013). *Smoking Kid - Best of #OgilvyCannes 2012 / #CannesLions* [Videobestand]. YouTube. Geraadpleegd van https://www.youtube.com/watch?v=g_YZ_PtMkw0

Rijksoverheid. (2016, 26 april). *Wet van 23 maart 2016, houdende regels over het beschermen en benutten van de fysieke leefomgeving (Omgevingswet)*. Geraadpleegd op 4 maart 2020, van <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stb-2016-156.pdf>

Rijksoverheid. (2018). *Nationaal Preventieakkoord*. Geraadpleegd van <https://www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/convenanten/2018/11/23/nationaal-preventieakkoord/nationaal-preventieakkoord.pdf>

Rookvrije generatie. (z.d.). *Wij willen dat kinderen rookvrij kunnen opgroeien. Samen gaan we op weg naar een Rookvrije Generatie!* Geraadpleegd op 8 februari 2020, van <https://rookvrijegeneratie.nl/over-de-rookvrije-generatie/>

Schmidt, K., Schuldt-Jensen, J., Carøe Aarestrup, S., Rathman Jensen, A., Lund Skov, K., & Guldberg Hansen, P. (2016). *NUDGING SMOKE IN AIRPORTS A CASE STUDY IN NUDGING AS A METHOD*. Geraadpleegd van https://inudgeyou.com/wp-content/uploads/2017/08/OP-ENG-Nudging_Smoke_in_Airports.pdf

Singapore Government Agency. (2012, 28 oktober). *No-smoking rules in Singapore*. Geraadpleegd op 9 mei 2020, van <https://www.gov.sg/article/no-smoking-rules-in-singapore>

Smeets, L., Monshouwer, K., Batyreva, I., de Wilde, E. J., & de Greeff, J. (2018). *Het IJslandse preventiemodel*. Geraadpleegd van <https://www.trimbos.nl/docs/8f7d09f6-2fce-411b-ac40-9dc5faaccb75.pdf>

Smoking Cabin SG. (2020a). *In the News media and press* [Illustratie]. Geraadpleegd van <https://smokingcabin.sg/media/>

Smoking Cabin SG. (2020b, 3 april). *Smoking Cabin features*. Geraadpleegd op 11 mei 2020, van <https://smokingcabin.sg/features/>

Thai, L. S. (2018). *Smoking zone outside Far East Plaza* [Illustratie]. Geraadpleegd van <https://www.straitstimes.com/singapore/environment/orchard-ramps-up-fight-against-smoking>

Thaler, R., & Sunstein, C. (2018). *Nudge*. Amsterdam, Nederland: Business Contact.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science*, 185(4157), 1124–1131. <https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124>

UK Government. (2019, 22 juli). *Post implementation review of tobacco legislation: consultation document*. Geraadpleegd op 7 mei 2020, van <https://www.gov.uk/government/consultations/the-impact-of-tobacco-laws-introduced-between-2010-and-2016/post-implementation-review-of-tobacco-legislation-consultation-document>

van Dijk, G., de Boer, R., Scheurink, A. J. W., & Buwalda, B. (2016). Neurobiologie van vitaliteit: de rol van sociaal-economische status. *Neuropraxis*, 20(6), 184–192. <https://doi.org/10.1007/s12474-016-0137-0>

van Dillen, S. M. E., de Vries, S., Groenewegen, P. P., & Spreeuwenberg, P. (2011). Greenspace in urban neighbourhoods and residents' health: adding quality to quantity. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 66(6), e8. <https://doi.org/10.1136/jech.2009.104695>

Verhoeven, N. (2014). *Wat is onderzoek ?* (5de editie). Den Haag, Nederland: Boom Lemma.

World Health Organization. (2013). *WHO report on the global tobacco epidemic*. Geraadpleegd van https://www.who.int/iris/bitstream/10665/85380/1/9789241505871_eng.pdf?ua=1

World Health Organization. (2019a). *Report on the global tobacco epidemic: Country profile Denmark*. Geraadpleegd van https://www.who.int/tobacco/surveillance/policy/country_profile/dnk.pdf?ua=1

World Health Organization. (2019b). *Report on the global tobacco epidemic: Country profile Great Britain and Northern Ireland*. Geraadpleegd van https://www.who.int/tobacco/surveillance/policy/country_profile/gbr.pdf?ua=1

World Health Organization. (2019c). *Report on the global tobacco epidemic: Country profile Netherlands*. Geraadpleegd van https://www.who.int/tobacco/surveillance/policy/country_profile/nld.pdf?ua=1

World Health Organization. (2019d). *Report on the global tobacco epidemic: Country profile Singapore*. Geraadpleegd van https://www.who.int/tobacco/surveillance/policy/country_profile/sgp.pdf?ua=1

World Health Organization. (2019e). *Report on the global tobacco epidemic: Country profile Sweden*. Geraadpleegd van https://www.who.int/tobacco/surveillance/policy/country_profile/swe.pdf?ua=1

World Health Organization. (2019f). *WHO report on the global tobacco epidemic: Country profile Iceland*. Geraadpleegd van https://www.who.int/tobacco/surveillance/policy/country_profile/isl.pdf?ua=1

World Health Organization. (2019g). *WHO report on the global tobacco epidemic: Country profile United States of America*. Geraadpleegd van https://www.who.int/tobacco/surveillance/policy/country_profile/usa.pdf?ua=1

World Health Organization. (2020, 8 april). *Prevalence of current tobacco use Data by country*. Geraadpleegd op 5 mei 2020, van <https://apps.who.int/gho/data/view.main.GSWCAH20v>

Zantinge, E., Lambooi, M., & Risamenapatty, R. (2017). *Eindnotitie SPR project 'The value of Nudging'*. Geraadpleegd van <https://www.rivm.nl/sites/default/files/2018-11/Eindnotitie%20Value%20of%20nudging%202017.pdf>

Bijlage 1: Visie bestemming binnenstad Groningen: herinrichting Grote Markt



Bron: (Gemeente Groningen, 2019)

Bijlage 2: Theorie stappen in een benchmark proces.

1. Bepalen waarop benchmark moet worden toegepast

De organisatie bestaat uit een brede verzameling van processen. Er moet worden onderzocht op welk(e) proces(sen) de benchmark moet worden toegepast. Op basis daarvan worden kritische succesfactoren vastgesteld die met elkaar zullen worden vergeleken.

2. Partners bepalen

Er moeten minimaal 3 partijen worden meegenomen. De organisatie zelf, de “Best in class” (dit is het land die het beste presteert) en de gebruiker.

3. Bepalen van de methoden om gegevens te verzamelen en het verzamelen van gegevens.

Op basis van de succesfactoren worden de prestatie indicatoren bepaald. Deze gegevens dienen verzameld te worden. Het is lastig om prestatie indicatoren en kritische succesfactoren met elkaar te vergelijken, er moet rekening worden gehouden met het feit dat er wel dingen met elkaar worden vergeleken die met elkaar vergeleken kunnen worden.

4. De kloof bepalen

De verzamelde gegevens dienen overeen te komen in een schematische weergave. Hieruit blijkt hoe goed er wordt gescoord ten opzichte van eisen van gebruikers.

5. Toekomstige niveaus van presteren bepalen.

Samen met de verantwoordelijken van het proces worden nieuwe prestatie-indicatoren en eventueel kritische succesfactoren bepaald.

6. Publicatie van bevindingen en zorg dragen voor draagvlak door acceptatie

Er zal draagkracht voor de bevindingen moeten worden gecreëerd bij gebruikers. De verantwoordelijken voor het proces dienen de gebruikers te betrekken bij ontwikkelingen uit het project.

7. Maatregelen in plan verwerken

Om de nieuwe prestatie-indicatoren en succesfactoren in de praktijk te brengen wordt een plan van aanpak voor uitvoering opgesteld onder supervisie van verantwoordelijken van het proces.

8. Implementatie

Dit betreft het toepassen van de plannen. Ook is het van belang dat de benchmark jaarlijks opnieuw wordt uitgevoerd zodat een gunstige concurrentiepositie wordt bewaakt door het bewust worden van trends en ontwikkelingen.

Bron: (Mulders, 2018)

Bijlage 3: Interviewschema mini-interview

Respondent:

Leeftijd:

Afgenomen door:

Datum:

Plaats: Groningen

Medium: Telefonisch

Doel: *achterhalen wat de effecten zijn een rookvrije zone op gebruikers en of er draagvlak is voor het toepassen van nudging op de Grote Markt om roken te ontmoedigen*

Uitleg nudging: *Nudging is een duwtje geven in de goede richting door het gewenste gedrag aantrekkelijk te maken, zonder mensen daarbij in hun vrijheden te beperken. Het doel is gedrag (licht) bijsturen, waarbij het gaat om onderbewust gemaakte keuzes. Dus het beïnvloeden van onderbewust gedrag*

Tijdsindicatie: 5-10 minuten

Algemene vragen:

- Leeftijd:
- Geslacht:
- Werk je, studeer je of ben je werkloos
- Roker: ja/nee

Vragen Roker

- Bevind je je weleens in een rookvrije zone? Waar rook je als je in een rookvrije zone bent en toch wil roken?
- Hebben objecten in een rookvrije zone jou wel eens de keuze doen maken om ergens wel of juist niet te roken? (Denk aan Bouwwerken, Infrastructuur, Watersystemen, Water, Bodem, Lucht, Landschappen, Natuur, Cultureel erfgoed) (doorvraag)
- Ben je wel eens op de grote markt? Zo ja, wat is het doel van jouw bezoek hieraan?
- Ben je bekend met nudging?
- Hoe zou dit denk jij van toepassing kunnen zijn op toekomstige faciliteiten op de grote markt? (Denk bijvoorbeeld aan de aanwezigheid van water, kunst, zit plek of groenvoorziening)
- Vind je het moreel aanvaardbaar als de gemeente op de Grote Markt jou zou proberen te ontmoedigen om te roken door middel van nudges? En waarom?

Vragen Niet roker

- Bevind je je weleens in een rookvrije zone?
- Hoe merk je in een rookvrije zone dat roken niet mag?
- Ben je wel eens op de grote markt? Zo ja, wat is het doel van jouw bezoek hieraan?
- Ben je bekend met nudging?
- Zou dit volgens jou kunnen helpen om rokers te ontmoedigen om te roken?
- Hoe zou dit denk jij van toepassing kunnen zijn op toekomstige faciliteiten op de Grote Markt? (Denk bijvoorbeeld aan de aanwezigheid van water, kunst, zit plek of groenvoorziening)
- Vind je het moreel aanvaardbaar als de gemeente op de grote markt zou ontmoedigen om te roken door middel van nudges? En waarom?

Bijlage 4: Interviewschema Paul van der Bosch & Gijs Hoogwerf

Respondent 1 : Gijs Hoogwerf

Functie: Projectmanager stadsontwikkeling en lid projectteam 'Mijn Grote markt'

Organisatie: gemeente Groningen

Respondent 2: Paul van der Bosch

Functie: Projectleider en projectmanager voor projectteam 'Mijn Grote Markt'

Organisatie: gemeente Groningen

Afgenomen door: Nooreddin Hamel

Datum en tijdstip:

Locatie: Microsoft Teams

Interviewvorm: Half-gestructureerd

Introductie Mijn onderzoek gaat over hoe de faciliteiten in een fysieke omgeving roken zouden kunnen ontmoedigen. Dit is redelijk nieuw terrein, mijn onderzoek dient als eerste stap voor de gemeente om de toepasbaarheid van verschillende technieken uit de omgevingspsychologie op faciliteiten in de fysieke omgeving te achterhalen.

Doel: Huidige situatie en stand van zaken project Grote Markt achterhalen

- **Welkom heten - Mezelf voorstellen + het onderzoek**

Interviewvragen:

- Wat is jullie functie binnen het project van de Grote Markt? Heb jij in het kader van gezondheid ook te maken met rookbeleid, -preventie of het demotiveren van roken?
- Hoe ben je betrokken bij het project van de Grote markt?
- Met welke kritische succesfactoren (KSF) moet je rekening houden bij de uitvoering van het project?
- Er is een inventarisatie gemaakt van meningen, wensen en behoeften van de markt als het gaat om faciliteiten, zijn daar gedetailleerde uitkomsten van bekend?
- Proberen jullie gezond gedrag te bevorderen/stimuleren op de grote markt? Zo ja, wordt er ook gekeken naar het ontmoedigen van roken?
- Ik ga onderzoek doen naar hoe de faciliteiten op de grote markt een rol kunnen spelen in het ontmoedigen van Roken, doen jullie hier al iets mee?

Afsluiting

Bijlage 5: Interviewschema Danny van der Roest

Respondent: Danny van der Roest

Functie: Specialist gedragsverandering

Organisatie: Maverick Nudging en gedragsverandering

Afgenomen door: Nooreddin Hamel

Datum: Vrijdag 24 april

Medium: Telefonisch

Interviewvorm: Half-gestructureerd

Welkom

Introductie Mijn onderzoek gaat over hoe de faciliteiten in een fysieke omgeving roken zouden kunnen ontmoedigen. Dit is redelijk nieuw terrein, mijn onderzoek dient als oriëntatie voor de gemeente om te de toepasbaarheid op faciliteiten/de fysieke omgeving te achterhalen.

Doel: Achterhalen welke vormen van ontmoediging toepasbaar zouden zijn voor het ontmoedigen van roken, en hoe faciliteiten hierin een rol kunnen spelen.

Interviewvragen:

- Wat is je functie binnen Maverick? Hoe ben je hier terecht gekomen?
- Heb je wel eens onderzoek gedaan naar de relatie tussen gebruikers van een (openbare) ruimte en de invloed hiervan op het maken van gezonde keuzes?
- Heb je wel eens onderzoek gedaan naar roken, rokers of het ontmoedigen van roken? Zo ja, op wat voor manier?
- Hoe denk jij dat nudging kan worden toegepast in openbare ruimten ter bevordering van gezond gedrag? En ter ontmoediging van roken?
- Waar hou je rekening mee wanneer je aan de slag gaat met een opdracht van een klant
- Nudging is een containerbegrip en wordt ook wel opgedeeld in de heuristieken: default, beschikbaarheid, representativiteit, anchoring, framing, sociale norm of fun theory (individueel behandelen). Zeggen deze jou iets? Zo ja, heb je deze ooit toegepast in cases binnen Maverick ter stimulance van gezond gedrag?

Afsluiting

Bijlage 6: Interviewschema Sabine Jansen

Respondent: Sabine Jansen

Titel en Functie: MSc health promotions psychology en Gedragpsycholoog

Organisatie: D&B Gedragpsychologen

Afgenomen door: Nooreddin Hamel

Datum: Donderdag 23 april

Medium: Skype

Interviewvorm: Half-gestructureerd

Welkom

Introductie Mijn onderzoek gaat over hoe de faciliteiten in een fysieke omgeving roken zouden kunnen ontmoedigen. Dit is redelijk nieuw terrein, mijn onderzoek dient als eerste stap voor de gemeente om te de toepasbaarheid op faciliteiten/de fysieke omgeving te achterhalen.

Doel: Achterhalen welke vormen van ontmoediging toepasbaar zouden zijn voor het ontmoedigen van roken, en hoe faciliteiten hierin een rol kunnen spelen.

Interviewvragen:

- Wat is je functie binnen D&B? Hoe ben je hier terecht gekomen?
- Heb je wel eens onderzoek gedaan naar de relatie tussen gebruikers van een (openbare) ruimte en de invloed hiervan op het maken van gezonde keuzes?
- Heb je wel eens onderzoek gedaan naar roken, rokers of het ontmoedigen van roken? Zo ja, op wat voor manier?
- Hoe denk jij dat nudging kan worden toegepast in openbare ruimten ter bevordering van gezond gedrag? En ter ontmoediging van roken?
- Waar hou je rekening mee wanneer je aan de slag gaat met een opdracht van een klant
- Doe je ook onderzoek naar gebruikers van een bepaalde ruimte om een advies te formuleren? Zo ja hoe?
- Doe je ook onderzoek naar gedragsintenties van gebruikers?
- Doe je onderzoek naar Externe variabelen (factoren)?
- Doe je onderzoek naar Barrières (om bijvoorbeeld het tegengestelde effect te voorkomen)?
- Nudging is een containerbegrip en wordt ook wel opgedeeld in de heuristieken: default, beschikbaarheid, representativiteit, anchoring, framing, sociale norm of fun theory (individueel behandelen). Zeggen deze jou iets? Zo ja, heb je deze ooit toegepast in cases binnen Maverick ter stimulatie van gezond gedrag?

Afsluiting

Bijlage 7: Transcript interview Sabine Jansen

Sabine: In de woonkamer aan het werk zijn maar ehh...

Nooreddin: Dat begrijp ja.. dat met het lawaai en dergelijke en je wil elkaar natuurlijk ook niet te veel tot last zijn.

Sabine: Nee, klopt maareh..

Nooreddin: Nee, ik snap ik.. nou ehh ja goed ehh in ieder geval dat je even eh tijd vrij kon maken. Dat is hartstikke fijn

Sabine: Ja, zeker.

Nooreddin: Dat helpt me zeker heel erg in mijn onderzoek ehm.. Ja, ik had je al ehm.. kort via de mail al even uitgelegd. Wat voor onderzoek ik doe, ehm, ik zit.. ehm.. ik studeer facility management en ik studeer aan de hanze, in ehh Hanzehogeschool in Groningen. En ehm ik doe een opdracht waarbij de externe opdrachtgever de gemeente Groningen is, en die heeft ons aan dan uitgedaagd om ehm.. te kijken naar hoe wij uit in de stad kunnen bevorderen dat ehh dat er minder gerookt wordt. Onder het kader van de rookvrije generatie ehm. Ja, mijn onderzoek specifiek gaat echt over hoe dus op de Grote Markt dus, dat is een groot plein in eh.. in Groningen kan ehh.. ehh ja actief kan worden ontmoedigd, omdat daar dus nu een project gaande is, waarbij dus eigenlijk het hele plein dus wordt heringericht. En dan wordt er gekeken van nou wat willen. Wat wil de bevolking eigenlijk? Wat willen ondernemers en daar wordt nu een programma van eisen voor eh.. voor op, voor opgesteld eigenlijk – en ik ga dus kijken hoe ja die zaken die daar dus komen dan eventueel dus invloed kunnen uitoefenen op mensen hun gedrag. En nou ja, ik ben dus facilitair manager en daarbij is dus heel erg van belang dat je andere deskundigen natuurlijk zo veel mogelijk benut om ehm.. hun expertise toe te kunnen passen. En dus ja, vandaar is ehh.. mijn keuze ook gevallen om jullie te benaderen. Fijn dat je daar in ieder geval wel bij wou helpen. Ja, het is wel redelijk nieuw terrein waar ik me op begeef, he.. ehm.. ontmoedigen van roken gebeurt natuurlijk, al wel heel veel, maar ehh echt de hoe.. het onderzoeken hoe ehh.. bepaalde ja, faciliteiten in die fysieke omgeving, zeg maar mensen onbewust kunnen beïnvloeden om.. ehm.. roken te ontmoedigen of om ergens niet te roken, is ja best lastig, omdat het natuurlijk een heel nieuw terrein is. Maar ik heb het zelf een beetje afgekaderd. En ehm.. nou ja, daarbij beperk ik me tot zaken binnen de bouwwerken, binnen infrastructuur, ehm.. water, bodem, lucht, ehh landschappen, maar ook natuur, een cultureel erfgoed, want dat is aanwezig op de markt. Maar het doel van het interview is eigenlijk achterhalen welke vormen van ontmoediging... ja toepasbaar zijn voor mij op op roken en hoe faciliteiten daar een rol kunnen spelen. En daar ben ik gewoon benieuwd naar wat ja, kennis.. die jij normaalgesproken gebruikt in case binnen je werk en misschien voorbeelden uit de praktijk ehm, want in eerste instantie wa.. ehm.. ja, zal ik maar gewoon beginnen met de eerste vraag wat wat is je functie binnen DNB? En ja, hoe ben je daar terecht terechtgekomen.

Sabine: ehh.. Ik ehh heb zelf – ik heb een master gedaan en health promotions psychology, ehm.. wel dat je dus echt een sociale psychologie, dus echt gewoon ja, hoe verander het gedrag van mensen. En dan gaat het ook echt om vaak om groepen mensen. Dus wat je eigen als mensen, bijvoorbeeld op de markt, zijn echt hoe mensen zonder stoornis. Dat is natuurlijk echt de klinische kant. Maar echt, hoe gedragen zich men mensen zich, waarom gedragen ze zich zo en hoe kun je dat gedrag veranderen? Dus zo ben ik ook ehh.. uiteindelijk heb ik daar stage gelopen toen en ik werk hier nu twee jaar als gedragspsycholoog en wat we eigenlijk doen in we werken op heel veel verschillende thema's, ehm.. voornamelijk voor overheidsinstanties, dus voor veel gemeenten, maar soms ook wel voor ehm andere organisaties. Eigenlijk alles wat we doen willen we een positieve impact maken op de maatschappij, dus vandaar dat de overheid vaak de opdrachtgever is, want daar is er ook gewoon het geld om dat soort om dat soort projecten uit te voeren, ja en ja dus dat is

eigenlijk vooral wat we doen en wat we doen is we voeren heel veel projecten uit en een project ziet er meestal uit.. voeren eerst een analyse uit. Want wat is nou eigenlijk precies het probleem? ehh.. en we hadden ze ook het doel gedrag, want we zien vaak dat opdrachtgevers iets willen, ehm.. wat heel vaag is, dus ik doe veel met duurzaamheid en dan zeggen ze van ja, we willen dat mensen duurzame keuzes gaan maken, ja, dat u dat superleuk, maar daar kun je niks mee. Als je zegt echt iemand ja, wil jij duurzaam doen, dan weten ze niet, dus probeer je heel duidelijk dat in kaart te brengen, en dan echt gewoon als je duidelijk doel hebt van nou, we willen dat ehh.. dat meer mensen eh.. zonnepanelen aanleggen. Ik zeg maar wat. Dan heb je duidelijk doorgebracht en dan gaan we kijken.

Nooreddin: Ja.

Sabine: Ja, en dan gaan we kijken eigenlijk in drie categorieën waar ik van nou ja, wat is nu de situatie? Waarom hebben mensen ze wel, waaraan hebben ze ze niet? dus echt kijken naar die motieven en die weerstanden. Wat drijft mensen nou? en ook naar de omgeving, zijn er dingen in de omgeving die dus dat gedrag uitlokken of die het moeilijker maken om dat gedrag te vertonen en dat vertalen we door naar concrete interventies en hoe dat eruitziet verschilt heel erg je kunt, kijk als het gaat om een afval, ja.. een afvalprobleem dat mensen heel veel afval naast de container neerzetten. Dan gaat het vaak om echt fysieke aanpassingen daar bij de containers en dergelijke.

Nooreddin: Ja.

Sabine: Ehm.. heb je projecten voor de belastingdienst dat ze willen dat mensen in belasting.. ehm.. belastingaangifte op tijd gaan doen?, ja, dan is dit wat meer gewoon meer tekstueel. En hoe breng je bepaalde zaken is, wat mensen aanzet om dat toch te doen in een brief, dus dat is een beetje het algehele beeld van wat we doen. Ja..

Nooreddin: Ja. precies en en jullie doen dus veel ook voor lokale overheidsinstanties, gemeenten. Welke gemeente zijn zoal jullie opdrachtgevers? zijn op meerdere of alleen van de lokale gemeente, waar jullie standplaats is..

Sabine: Nee, echt alles heel Nederland, ja, ik kan ze wel allemaal opnoemen, maar dat is echt van alles, van Groningen tot Maastricht, Amsterdam zitten eigenlijk wel in veel gemeenten.. ja

Nooreddin: Oke, ja, precies dus jullie doen we wel heel veel inderdaad, dat komt wel heel bekend voor. Dat inderdaad, dat opdrachtgevers, ja ehm best wel vaag zijn en dat je daar zelf echt inderdaad een ehm.. concretere invulling achter moet zoeken. Dat is wel interessant.. ehm, en eh.. ja, iets specifiek in jouw werk. Heb jij wel eens onderzoek gedaan naar de relatie tussen gebruikers van een bepaalde plek, misschien wel een openbare plek, ehm...he de ruimte en de invloed hiervan op het maken van gezonde keuzes?

Sabine: Ehm, nou ja, ik heb hier en het werk nou, ik heb uiteindelijk geen project, wel een aantal voorstellen met partijen in gesprek geweest over roken op de werkvloer, dus dat is niet een openbare ruimte ziet wel iets afgebakender, daar ben ik wel mee bezig geweest. Ehm Ik zit in mijn werk voornamelijk op afval- en milieuprojecten, maar omdat ik ehm.. vanuit mijn studie best wel veel kennis hebben over gezondheidsgedrag hebben ze me aan jou, gelinkt. Ik weet wel eh.. ik kan je wel dingen vertellen.

Nooreddin: Je kan wel het een en ander vertellen.. ja precies en ehh die je hebt, je hebt je, je bent bezig met een casus zeg je die gaat over roken op de werkvloer. Daar ben je nog niet echt...

Sabine: Ja, daar ben ik, daar ben ik mee bezig geweest, er was een partij, ehm.. daar heb ik toen een soort van de offerte en sessies mee gehad om te kijken hoe ze dat konden aan.. ehh.. ja hoe ze dat eigenlijk konden aanpakken. Alleen dat was een particuliere partij en die hebben uiteindelijk toch gezegd van nou ja, bedrijven vinden het toch gewoon spannend. Wij kosten natuurlijk ook gewoon geld, is uiteindelijk besloten om dat niet door laten gaan. Dus we hebben daar niet iets. Ik heb niet

een project uitgevoerd, maar ik heb daar wel dus veel gekeken van oké. Wat speelt een rol bij roken? En zo dus ik heb me daar eh. daar mee bezig geweest.

Nooreddin: Ja, helemaal goed ehm, ja, dus je hebt wel een beetje onderzoek gedaan naar roken, rokers en ook het ontmoedigen van roken?

Sabine: Ja.

Nooreddin: Op wat voor manier heb jij toen eh onderzoek gedaan?

Sabine: En wat we voornamelijk doen, vaak is ehh.. we doen vaak literatuuronderzoek, dus kijken gewoon van. Nou ja, wat is er al bekend en ook ehh. we hebben heel veel kennis gewoon over hoe mensen werken en waarom ze bepaalde keuzes maken. Dus dat dat relateren we vaak aan gedrag, dus wat je bij roken ziet.. ja je had het in je mail bijvoorbeeld ook over nudging..

Nooreddin: Hmhmm...

Sabine: Ehm, nudgen is in die zin een klein, een klein onderdeel van gedragsverandering. Je hebt een soort van heel palet aan technieken die je kunt gebruiken en nudgen is daar één van en eh roken is wat dat betreft heel complex gedrag, omdat het veel dieper zit dan bijvoorbeeld ehh: mensen zetten hun afvalzak naast een container. Als je daar een nudge doet, zorgen dat mensen even begrijpen, je zet er iets neer, waardoor ze dat niet kunnen doen. En je doet er nog één of andere sociale norm van hé. We vinden het heel belangrijk en iedereen gooit ze naar afval netjes weg als een soort van de kleine die kleine duwtjes, kleine nudges die je heel makkelijk zijn voor mensen, met roken. Is dat wel wat..complexer denk ik.

Nooreddin: Hmhmm.

Sabine: Omdat nudges vaak werken als mensen op zich wel een goeie gedrag willen vertonen, maar dat zelf moeilijk vinden.

Nooreddin: Ja.

Sabine: Ehm.. en als je het overal roken hebt, is dat natuurlijk eh.. de vraag in hoeverre mensen ook gemotiveerd zijn om niet te roken of op een bepaalde plek niet te roken. Dus ik denk wel dat je bijvoorbeeld in de fysieke omgeving echt wel aanpassingen kan doen, maar dat je dr wel bij wel heel goed moet nadenken, ook wat mensen drijft en waarom ze roken en als je bijvoorbeeld hebt over roken op de Grote Markt. Wat is je doel? Is je doel dat de mensen helemaal niet meer roken? Wil je dat ze ergens anders gaan roken? Heb je, dat heb je dat in beeld? helder?

Nooreddin: Ja, nou. mijn doel is inderdaad wat je zegt. Kijk, roken is natuurlijk heel lastig, zeker als het gaat om nudges. Dat heb ik zelf ook in heel veel literatuur gelezen. Ehh. he, die die drang om te roken komt vaak voort uit natuurlijk een verslaving, en dat komt natuurlijk weer voort uit ehh. Ja, een heleboel samenloop van van samenloop van een heleboel sociale factoren natuurlijk, iemands jeugd, stress ehh.. de manier waarop iemand copet met met die stress, hè dus. Mijn onderzoek gaat niet over ehh hoe kan ik mensen laten we stoppen met roken, want dat is, dat is een ander gedeelte dat. Dat gaat natuurlijk te diep in op de sociale kant. En dat is natuurlijk misschien.

Sabine: Ja.

Nooreddin: Ja, het de de gehele interventie die die de overheid probeert te maken – ik probeer inderdaad echt een kleine gedeelte eruit te vissen van.. van eh..Hoe kun je inderdaad toch met die omgeving psychologie ervoor zorgen dat mensen op een bepaalde plek – bijvoorbeeld ja, niet roken of in ieder geval ontmoedigd worden om daar te gaan roken? Of misschien zelfs ja, om te gewoon om aangemoedigd te worden om om dan gewoon even niet te roken, ondanks het feit dat ze natuurlijk verslaafd zijn. En dat is natuurlijk wel lastig ehm. Hoe denk jij dat dat nudging kan worden toegepast, ten minste hé. Je hebt natuurlijk wel het één en ander gedaan, bijvoorbeeld met met afval zeg je, heb je daarin ook gekeken hoe dat in de openbare ruimte kan worden toegepast.

Sabine: Ja, ik weet het niet, ja nudging is altijd een beetje zo'n containerbegrip vind ik. Ehh ja, dr zijn natuurlijk heel veel interventie ehh. Ja die daar een soort van onder vallen of niet, of dat mensen zeggen: o, dat zijn nudges dat ik denk, ja, eigenlijk wel wat andere gedragstechnieken. Ehm..dus ja,

wij doen eigenlijk heel veel. Kijk als je bijvoorbeeld kijkt naar afval – ik denk alvast gewoon even een heel makkelijk voorbeeld, omdat dat altijd in de openbare ruimte ehm.. voorkomt: kijk, daar kun je bijvoorbeeld dingen doen met je kunt een als je hebt, je kunt gaan prullenbakken, een opvallende kleur geven dat mensen eerder daar.. ehh.. trekt eerder hun aandacht dat soort dingen. Je kunt het moeilijk maken, je ziet nu op veel plekken, zie je een soort van van die grasmatten of echt tuintjes om containers inkomen dat mensen denken: oh, dat is eigenlijk een mooie plek, dus daar ga ik niet mijn spullen. Neerzetten, want ja, dat is mooi en afval is vies dat is waar, ehm.. maar wat wij ook wel vaak doen is mensen echt bijvoorbeeld met stoep communicatie een handelingsperspectief bieden. Ehh dus als je iets dan zie je bijvoorbeeld echt gewoon een soort van afgebeeld bankstellen en lampen, of in ieder geval de dingen die mensen daar vaak neer zetten, en dan gewoon een heel duidelijk met een telefoontje en een telefoonnummer. En dan nog een tekeningetje, een vrachtwagen dat bij je komt ophalen, zo is, dan zit je meer. Ja, dan zit je al meer een soort van communicatie

Nooreddin: Ja, HmHm

Sabine: Maar dan geef je wel mensen als je bijvoorbeeld, want waar ik aan zit te denken. Als je dus mensen niet op de markt wil laten roken, mensen willen toch ze willen ergens een peuk opsteken en zijn op dat moment op de Grote Markt, dus dan moet je eigenlijk bedenken van is er ergens, in de omgeving, een plek waar ze dat wel kunnen dan doen, of waarvan je denkt, oh dat is niet zo erg, want dan zou het heel fijn zijn als je een soort van dat handelingsperspectief ook kunt geven.

Nooreddin: Ja, ja, dat is ook zo, het lastige is dat de ehh dat dat de gemeente eigenlijk zegt van nou, we willen eigenlijk in de openbare ruimte niet roken, faciliteren.

Sabine: Ja.

Nooreddin: Op zich begrijpelijk, maar inderdaad, wat je hebt benoemd is wel zo, want als je dat zien we ook, dat hebben wij ook zien hier in Groningen, bijvoorbeeld bij het UMCG het universitair medisch centrum daar. Dat is een officieel volgens de algemene plaatselijke verordening, een rookvrije zone. Alleen onder andere een probleem, want daar wordt wordt gemerkt, is dat mensen alsnog buiten die rookvrije zone, hè dan in de buurt dan gaan roken. Dus het probleem verplaatst zich dan eigenlijk alleen maar hè, dus ehm.. eh daarom is eigenlijk het, daarom heb ik een stapje terug genomen en gekeken van nou: want alleen het instellen van een rookvrije zone is dat nou wel zo effectief is, dat probeer ik zo objectief mogelijk te bekijken, dus vandaar he.. ook het onderzoek om nudging daarbij te betrekken. Ehm.. maar dat is dus ook de reden dat ik dat ik inderdaad wil kijken van nou: hoe kan ook, wat zijn toch die mogelijkheden? En wat triggert mensen nou eigenlijk? Als je kijkt naar de psychologie.

Sabine: ja

Nooreddin: Om, dhm ja, om zo'n, keuze wel of niet te maken, dus wat voor wat voor dingen daar? Ja, wat voor dingen daar zouden kunnen plaatsen? Ik ben nou, ik heb daar bijvoorbeeld ook een enquête nu voor voor uitstaan. Als we het hebben over de dus de tussentijdse resultaten. Merk je wel dat mensen eigenlijk zeggen van nou, ik denk niet dat op zon, openbare plek dat het effectief zal zijn om daar een rookvrije zone in te stellen, ehh.. maar ze waren wel heel enthousiast he bij het geven van bijvoorbeeld het voorbeeld over nudgen. Of nou ja, je hebt bij de efdeling bijvoorbeeld die prullenbak. Natuurlijk.

Sabine: ja..

Nooreddin: Zo heb ik daar zou ik een aantal voorbeelden laten zien. Mensen gaven aan van nou, maar als je dit concept van je nudgen dus dat kleine duwtje geven zou toepassen op de markt. Dat zou ik dat zou men, rokers, en niet rokers zouden dat over het algemeen wel een goed idee vinden.

Sabine: ja, nou

Nooreddin: Ja, omdat het niet echt is toegepast op roken is ook is natuurlijk lastig om te kijken van nou.. hoe dan precies ehm. Maar ehm.. als jij ehm.ehh, als je kijkt naar zon, casus als je dr mee bezig gaat met wat voor zaken? Hou je rekening: hoe doe jij, onderzoek, zeg maar naar de ehm.. he

hoe pak je dat aan? Als je een casus krijgt, zeg maar van een opdrachtgever. Wat zijn dan dan, zijn de stappen die jij volgt om te komen tot een advies.

Sabine: Ehm, ja, eerst breng ik dus echt in beeld van. Ja, wat is het doel gedrag, en dan volgens mij wel redelijk goed afgebakend soort van dat je tenminste je wil dat ze niet meer roken op de grote markt. Maar als een mijn opdrachtgever dat zegt dan ben ik nog niet blij, want dan ja, ik wil altijd formuleren in van wat wil je dan dat ze wel doen.

Nooreddin: hmhm..

Sabine: Dus ik wil dat ze naar huis gaan om te roken, of ik wil dat ze naar de straat verderop gaan om te roken, of ik ja, in ieder geval zoiets dat probeer ik in ieder geval nog in kaart te brengen, als ik dat hebt gedaan. Dan ga ik: vaak ligt er een beetje aan wat de situaties is maar in ieder geval kijken? Wat is in de literatuur over bekend? Zijn er al andere projecten? Is er al informatie, gewoon een beetje googlen van wat is er al gedaan.

Nooreddin: Mmm.

Sabine: En dan gaan we vaak als dus iets in in de openbare ruimte gewoon observeren. Daar staan een middag of een paar middagen en dan gaan we kijken wat gebeurter er. Roken de mensen hier. Roken ze alleen, roken ze in groepjes, ook als ze voorbijkomen of gaan ze op het plein zitten en daar iets opsteken gewoon echt kijken wat er gebeurt, en vervolgens wil jij de motieven en weerstanden ook nog in kaart brengen. Ja, je kunt bijvoorbeeld, stel, je gaat er zitten en je ziet dat er meer op die markt een bankjes staat. Waar iedereen aan het roken is dat je dus kunnen kijken van hé, oké, blijkbaar is er zo'n bankje, echt iets wat rokers aantrekt. Dan kun je daar iets mee of als je ziet ja, hé mensen die komen al rokend de markt op lopen dan ja, dan is het wel leuk. Als je daar een interventie gaat maken, maar als ze dus al beginnen met roken ergens anders, dan wil je misschien daarvoor al zitten. En dan ben je verderop zitten dus zo dat eigenlijk een beetje in kaart brengen. En dan wil je het liefst ook nog eh praten met die rokers dus eigenlijk gewoon interviews houden en dan niet eens per se over over de oplossing. Maar van ja, ik wil gewoon een beetje in beeld brengen van wat zijn motief of hun weerstanden zouden ze het erg binnen om ergens anders te roken. Waarom ze per se hier? vinden ze dat gezellig? Omdat ze met zn allen daar staan of hebben ze, dan kunnen ze effe rustig zitten, er bijkomen en mensen bekijken, en dat brengen we dan eigenlijk in kaart. En dan heb je de motieven, de weerstanden en de omgevingsfactoren allemaal op een rijtje. En dat zijn allemaal weer knoppen waar je dus aan kunt draaien.

Nooreddin: Ja, ja.

Sabine: En, allereerst wil je eigenlijk de weerstanden weghalen, dus stel dat mensen zeggen: ja, maar ja, weet je, dit is eigenlijk de enige plek in de stad waar je een beetje leuk leuk kan zitten en verder ehh.. de rest allemaal kut.

Nooreddin: Ja.

Sabine: Dan weet je ook oké, misschien moet je dan ergens een soort van alternatieven bieden. Ja, dat klinkt een beetje.. en met roken is dat een beetje moeilijk, want eigenlijk wil je het liefst dat ze helemaal stoppen. Maar als ze denken van hé, dit is een plek waar ook veel jeugd is. We willen niet dat hier te veel is. Kun je dat zien of als je ziet hé, er is zo'n plek daar waar superveel peuken liggen en daar gaan mensen gaan constant, want dat weten we ook uit de literatuur, dat onze mensen vaak veel peuken zien. Op het moment dat ze sigaretten zien dan worden ze getriggered, denk ik zo leuk, dan gaan ze dus ja dus. Misschien moet er wel vaker schoongemaakt worden of misschien moeten we er geen asbakken meer zijn, maar op die manier brengen dat eigenlijk in kaart. En als je voor jezelf helder hebt van oké, wat zijn dus factoren die daar een rol in spelen, dan kun je daar dus aan zitten draaien. Als je denkt van oké liggen super veel peuken constant. Misschien moet je dan daar wel iets mee of als je denkt o daar staan prullenbakken die altijd als asbak worden gebruikt. Misschien moet je daar daar iets mee om te zorgen dat ze daar niet meer een peuken in kunnen gooien of wat dan ook.

Nooreddin: Ja.

Sabine: Dus dat is een beetje hoe we het aanpakken. Normaal.

Nooreddin: Ja, ja, die visuele zaken. Dat is inderdaad wel wat van belang. Dan kon ik, dan kan ik me inderdaad ook goed vinden, maar jij zegt eigenlijk ook als ik, als ik.. wat je net ook zei, is bijvoorbeeld als je met zn opdrachtgever aan de gang gaat en je gaat het nog kijken van nou ja, wat wat, wat wil je dan precies? In dit geval zou je zeggen: het is eigenlijk wel van belang dat rokers weten waar ze dan wel kunnen roken. Als ze bijvoorbeeld aangegeven voordat dat dat dat je bijvoorbeeld op een bepaalde plek niet mag roken.

Sabine: Ja, ja, tenminste, dat is wel wat ik altijd ehm belangrijk vindt, en dat is heel moeilijk en dat soort opdrachtgever vaak ook heel moeilijk om te accepteren, want het is echt ja, maar je moet er gewoon niet meer roken. Dat is vaak wat ze dan zeggen, maar ja, dan ga je naar een heel ander doelgedrag toe, want dan zeg je oké, we willen alle bezoekers van de grote markt laten stoppen met roken en dat is wel een doelgedrag waar je iets anders voor nodig is.. ehm en dat is super lastig omdat je ja als je ergens naar die gedragsverandering kijkt. Het gaat vaak in super kleine stapjes, maar het is wel denk ik belangrijk om je dat te beseffen, want als je niet gaat interveniëren op we gaan mensen helpen met stoppen, want dat zou ook een aanpak kunnen zijn als je zegt: oké, we gaan nu een heel Groningen, één of andere aanpak ehh.. uitzetten waardoor iedereen laten stoppen, dan gaan mensen vanzelf ook minder roken op de Grote Markt. Maar als je zegt dat we willen iets doen, gewoon met die fysiek omgeving, dan moet je wel er van bewustzijn dat mensen nog steeds aan het roken zijn. Ja, en het is je ziet dat wel bijvoorbeeld in de horeca, je ziet wel, dat is natuurlijk de laatste jaren wel een trend dat steeds minder is, dus op het moment dat je het gaat verbieden op plekken? ehh ja, je zorgt dat mensen niet meer naar de kroeg kunnen en ze moeten naar buiten. En je ziet wel dat het op een gegeven moment minder wordt.

Nooreddin: Hmhmm.

Sabine: Als je altijd in de regio buiten moet staan, maar dat is wel soort het proces van de lange adem—.

Nooreddin: Ja.

Sabine: En ik denk helemaal als je dr dus voor kiest om het niet actief te gaan verbieden, want dat is natuurlijk ook de vraag. Kijk: als de gemeente zegt we gaan het actief verbieden, dan hoeft je niet zo heel veel meer te doen, want dan is het gewoon. Het is hier verboden, dan kun je de handhaving en opzetten bij wijze van. Maar als je zegt van ja, we willen eigenlijk gewoon het zo inrichten dat het moeilijker wordt en zo.

Nooreddin: Ja, dat is het ook meer omdat de de gemeente zegt van het gaat nu op dit moment sowieso niet lukken om in de openbare ruimte te gaan verbieden.

Sabine: Nee, klopt.

Nooreddin: Dat lomt er gewoon niet doorheen, dus het is eigenlijk in het ja dan ook mijn eigen keuze geweest om te kijken van nou: wat zijn dan ook manieren om dat dan op alternatieve wijze te.. te ontmoedigen? ehm.. eh.. als je kijkt naar die die die cases, die jij zeg maar over het algemeen dan hebt gehad in je werk, als het dan wel gaat om omgevingspsychologie, toepassen, daarvan op een bepaald gedrag te veranderen, eh want het is uiteindelijk, wat komt daar vaak uiteindelijk uit als advies? Wat zijn de meest effectieve manieren voor jou om gewenst gedrag te bewerkstelligen.

Sabine: Ja, dat ligt echt super erg aan het probleem, want het hangt er echt aan zeg maar of je een probleem en waar mensen door rood fietsen, of het gaat echt.. ja dat is per gedrag ook heel erg verschillend, ik kan er niet denk ik echt een algemeen advies over geven. Maar ik denk dat het allerbelangrijkste daarin is om dus echt heel goed in beeld te brengen: wat is nu de factoren zijn die het gedrag moeilijker of makkelijker maken? Is echt goed in beeld brengen op die markt? Een voorbeeld van oké, wat is nu? Zijn er afdakjes ofzo? Kan me best voorstellen dat als er plekken zijn soort van waar je droog staat, het super makkelijk is om daar te gaan roken ehm.. dat je en als ze er

niet zijn? Ja, kijk op een zonnige dag is natuurlijk anders. Maar als je het hebt over regen dat dat iets is wat echt een uitlokkende factor is, zo van oh ja, dat is super makkelijk of misschien zijn er nu wel allemaal prullenbakken met asbakken. Ik heb geen idee, maar die heb je natuurlijk met zo'n afbak. Dat geeft ook de norm weer van hé is gewoon prima normaal hier dat we allemaal roken komen als er allemaal horeca is, met terrasjes met asbakken. Dat is wel een duidelijk signaal van hé dit is gewoon prima, dit doen we allemaal.

Nooreddin: Ja, ja

Sabine: ja, en verder zit ik nog ja, dan ga je niet echt naar de gebouwde omgeving, maar ik kan me wel voorstellen dat je bijvoorbeeld ehm.. wel nog gaat werken met een soort van sociale normen of boodschappen ofzo in de vorm. Maar dan ga je echt meer naar een soort van campagne-achtige materialen toe, maarja dat je dat natuurlijk op het plein dat soort boodschappen wel en als je daar dan bepaalde gedragstechnieken in verwerkt.

Nooreddin: Ja, ja die boodschappen uiteraard dat zijn dan wel inderdaad meer de sociale...

Sabine: Ja.

Nooreddin: Zaken alleen ja, dat kan natuurlijk prima, uiteindelijk in mijn advies geformuleerd worden als er uiteindelijk blijkt dat dat dat effectief is, dat dat het misschien geplaatst kan worden op op zaken die fysieke omgeving. Dat is zeker een mogelijkheid ehm.. Even eigenlijk gekeken dan naar naar die gebruikers, he want..

Sabine: ja..

Nooreddin: Is het natuurlijk wel van belang om je noemde, net ook al twee zaken waar je naar keek als je als je kijkt naar gebruikers analyseren en wat met wat voor doel ze daar naartoe komen? eh.. Ik onderzoek zelf die gebruiker aan de hand van een model dat heet het ASE-model, en daarbij kijk ik dan naar bijvoorbeeld het gedrag. Ze intenties ook naar externe variabele, dus bepaalde factoren die een rol spelen in het maken van een keuze.. en ook barrières. Het kan ook zijn dat bepaalde zaken misschien een tegenovergesteld effect hebben ehm... Doe jij op die manier ook onderzoek naar gebruikers? Ehh.. hoe om het, hoe doe hoe breng je meestal dat soort dingen in kaart als je zeg maar een gebruiker in eerste instantie, ehm ja, Wil wachten halen wat wat zijn achtergrond is als jij een bepaalde casus hebt.

Sabine: Ja, dus dat is eigenlijk wat ik net zei, van vaak eerst observeren als dat dus kan, als het in de openbare ruimte is en daarna ehm.. vaak met interviews of met vragenlijsten een beetje afhankelijk van de situatie en wie je spreekt naar.. en daarbij is het.. ja. Waarom we graag observaties doen, ook is dat mensen heel slecht zijn in het inschatten van hun eigen gedrag. En ook als je aan mensen vraagt van, heb je de intentie tot iets... je ziet dat er een hele grote, eigenlijk een intentie gedragskloof is, dus mensen zeggen heel vaak. Ja, ik heb echt de intentie om dat te doen, maar eigenlijk maar in geloof.. eh.. ik geloof ongeveer 80 procent van de gevallen. Leidt intentie ook tot gedrag, dus dat is een hele moeilijke uitgangspunt om die te nemen.

Nooreddin: Ja. Ben ik het mee eens, hoor en sowieso is observatie natuurlijk eigenlijk de beste methode. Lastig is nu natuurlijk met de corona crisis dat dat eh niet mogelijk is..

Sabine: Ja, snap ik.. ja..

Nooreddin: Er valt niet heel veel te observeren bij een lege markt, dus eh.. ik heb het daarom ook in in de vorm van een enquête gedaan om ja, maar dat is natuurlijk wel minder goede methode dan bijvoorbeeld observatie als je het wil weten wat mensen drijft om bepaald gedrag te vertonen. Want het is over het algemeen natuurlijk onbewust.. ehm ehm. Ja dus, jij zegt eigenlijk van het dus over het algemeen het beste te doen door middel van het interview en en en observaties. Dat is duidelijk.

Sabine: Vragenlijst is ook wel prima, hoor alleen je ziet dat mensen het meest sociaal wenselijk proberen te antwoorden en dat mensen niet zo goed weten waarom ze iets doen. Dus heel vaak doen mensen is en dan zeggen: waarom doe je dat? Kijk en heel veel mensen die je gewoon een peuk op omdat ze gewoon zes, net zes andere mensen hebben, en dan worden ze getriggered. En als

je dan zegt, hé, waarom doe je dat...

Nooreddin: Hmmhmm.

Sabine: Dan zegt bijna niemand, omdat ik net iedereen zag roken, meer van ja weet ik niet. Ik had gewoon zin, weet je het zonnetje schijnt.. dus, dus mensen rechtvaardigen vaak hun eigen gedrag op een bepaalde manier.

Nooreddin: Ja.

Sabine: Maar ik denk dat je wel een indicatie kan krijgen van ik weet niet wat voor vragen je je dus precies hebt gesteld, maar ik denk dat een vragenlijst prima is om inzicht te krijgen in in ieder geval mensen ook door zelf over denken. Want dat is ook wel belangrijk als je weet hoe je doelgroep daarin staat. En als jij je doelgroep zegt van ja, ik zit hier altijd zo lekker die bankjes leuk mensen kijken. Ja, dan weet je dat dat in ieder geval een factor is die meespeelt.

Nooreddin: Mmm.

Sabine: Ja, en ik denk dat je dus inderdaad best wel veel hebt aan de literatuur, dus best wel veel literatuur, ligt er natuur.. natuurlijk over ook niet specifiek roken op één plek, maar waarom mensen roken en welke factoren dat beïnvloeden? Ik denk, als je dat allemaal samen neemt. Dus je best wel een ehh.. een goed beeld hebt.

Nooreddin: Ben ik ook zeker aan het kijken en ik doe ook een internationale benchmark – er zijn natuurlijk een andere landen, zijn zijn ze vaak ook al wat verder zie, bijvoorbeeld een IJsland dat ze al een heel.

Sabine: Ja.

Nooreddin: Heel model hebben ontwikkeld om ja om vooral de je gefocust op de jeugd. Om die ehm.. ja, om die echt een bepaalde levens levensstijl zeg maar aan te leren, waardoor ze eigenlijk die keuze helemaal niet meer maken om überhaupt te drinken of te roken. Of dus dat is ook heel interessant, ehm. Nou ja, nudging is inderdaad een een een containerbegrip ehh. ik ik – ik heb het zelf zeg maar in een aantal heuristieken onderverdeeld dat de.. het RIVM heeft dat eigenlijk in, in omdat het zo'n groot begrip is onderverdeeld in een aantal zaken die dus eh.. ja eigenlijk van van invloed zijn hè, dat is zeg zegt die zeggen die jou wat als ik zeg defaukt, beschikbaarheid, representativiteit, anchoring, framing, sociale norm en fun theory?

Sabine: Ja...

Nooreddin: En dan heb je die wel eens bij DNB toegepast in een in een casus?

Sabine: Ja, best wel veel.. of tenminste we gebruiken die best wel vaak al heel veel er zijn, denk ik wel meer dan 100 technieken, ehm.. maar vooral die sociale norm gebruiken we vaak.

Nooreddin: Mmm.

Sabine: Waar ik hier bijvoorbeeld aan het denken is helemaal als je het hebt over jongeren. Kijk je wil ook gewoon natuurlijk gebruikers, maar bij jongeren en roken is de sociale norm natuurlijk supersterk, is bij uitstek wel en een eh.. iets ja, wat je bij uitstek doet om dat andere mensen dat doet en hoe je dat zou kunnen gebruiken, is. Je kunt je ziet dat ook nu wel een beetje überhaupt al verschuiven. Dat roken is eigenlijk niet meer zo cool, zeg maar vroeger was je echt stoer als je rookte en dan begint al steeds een beetje minder te worden. Ehm.. In ieder geval, ik weet niet hoe dat is onder de echt.. de jongere generatie, maar bijvoorbeeld onder studenten is het al, ja, je bent niet meer per se heel cool ook als je rookt.

Nooreddin: Nee.

Sabine: Ehm, en dat zijn dingen die we bijvoorbeeld ehh.. vaak gebruiken. Kijk in afval communiceren we vaak van ja. De meeste mensen hier houden de buurt schoon of we gebruiken. Mensen hebben ook wel eens een project gedaan over in ehm in Den Haag ging het over veiligheid op pleinen en dat je ja, Er waren gewoon mensen die ze maakte.. ja, ze lieten afval achter en het was gewoon een beetje een grimmige sfeer zeg maar, we hebben een aantal mensen gepakt uit die wijk. Echt van die hele typerende mensen zo'n super oud dametje, zo'n supergezellig man die iedereen kent, die

supergoed lagen en eigenlijk iedereen wel aardig vond, en die hebben we toen supergroot soort van afgebeeld op posters. Met "wij hebben respect voor ons kepler pleinen" enzo dus dan heb je echt, dan gebruik je niet soort van hé, dat sociale norm is, dat iedereen het goed doet. Maar je pakt gewoon een aantal belangrijke figuren die als belangrijk zijn op.. ja.. op die locatie en die dragen die mogen die boodschap uit van hé. Wij doen dit.

Nooreddin: En dat zijn de bekende mensen geweest die bijvoorbeeld die die waren, ze denken van oh, die doet het, dan doe ik het ook.

Sabine: Ja, of gewoon zijn of dat je dus ja, een manier die wij ook wel eens gebruiken, is altercasting en altercasting is en je hebt gewoon heel veel sociale rollen. In je dag weet je wel, en je kunt gewoon iemand vriend zijn, of met iemands' zoon een leraar of je bent de werknemer en daar horen bepaalde gedragingen bij door. Je gedraagt je anders bij, vrienden ehm.. dan voor je echt over uw werkgever, vaak en wat je kunt doen, is bij altercasting kun je die bepaalde rol echt benadrukken. Dus je ziet dat en verkeerssituaties wel is dat heel vaak eens boodschap komt vanuit de kinderen dat er kinderen spelen, ehm.. bijvoorbeeld en doordat je die boodschap niet vanuit de gemeente brengt, ofzo of vanuit de overheid, maar vanuit een kind van hé. Ik speel hier wordt die rol ineens heel erg geactiveerd van. Nou ja, jij bent hier de verantwoordelijke en dat zou je natuurlijk ook met roken kunnen gebruiken. Kijk, je rookt op een openbare plek waar nog super veel andere mensen zijn ehm.. kinderen. Kijk, als je het dan niet voor jezelf doet, er lopen hier allemaal kinderen rond, doe dan voor hun. Dus dat zijn dingen.

Nooreddin: Waardoor mensen eigenlijk een beetje worden geremind aan hun verantwoordelijkheid eigenlijk, ja

Sabine: Ja, en als je dus ja, dan kun je ook wel mee bezig soort van ja, van wie komt dan de afzender.

Nooreddin: Ja.

Sabine: Ehm (..) ja, en ik zit nog te denken of je iets kan met bijvoorbeeld wederkerigheid, ofzo dat betekend dat je. Ja dus, je geeft mensen iets ehm.. en omdat je ze iets geeft van: ik heb iets voor jou gedaan en je kent het wel een soort van als iemand jou een krant in je hand probeert te duwen, ergens in de straat zovan dan wil je hem niet aannemen, want dan moet je kopen.

Nooreddin: Ja.

Sabine: Of nou ja in ieder geval, dan moet je in ieder geval fatsoen brengen om een praatje met iemand te maken en dat is gewoon dat gevoel is supersterk van oh, als iemand iets voor mij doet, moet ik iets terugdoen. Want je wil.. je kan ook gewoon de krant meepakken en weggelopen, zeg maar dat is niks, er is niemand die dat tegenhoudt, maar dat voelt gewoon echt sociaal gezien heel ongemakkelijk en altijd geneigd. En je kunt dat ook doen ehm..

Nooreddin: Want heb je daar een voorbeeld van, hoe je hoe jij dat misschien ooit hebt toegepast voor het stimuleren van gezond gedrag?

Sabine: Ja, ik zit even te denken, ja, waar waar je dus bijvoorbeeld aan kunt denken... dus soms ehh (...) stel je ehh je wil werknemers je wil dat je werknemers gewoon meer gaan bewegen, dat je werknemers iets gaan doen om vitaler te.. Dan kun je gewoon zeggen: van hé: pak je verantwoordelijkheid, weet, je, ga allemaal aan het bewegen. Maar ja, dat is leuk, maar dat vraag je gewoon. Terwijl als jij vanuit werk vanuit je werkt, ineens facilitair dat daar een soort van sportruimte is, dat een sport apparaten zijn of je, of je gee.. of je zegt dat, dan geef je dat is enerzijds makkelijker, je faciliteert het, maar het is ook zo van hé.

Nooreddin: Daar in ruil voor willen ik wel...

Sabine: Dan wil ik ook wel iets terugdoen.

Nooreddin: Ja, want bedoel je van omdat ik jullie die faciliteiten aanbiedt om te kunnen sporten, verwacht ik eigenlijk ook wel een beetje van jullie dat jullie gaan sporten?

Sabine: Ja, zegt.

Nooreddin: Dat hij denkt van nou, dan zijn we werknemers zonder zeg maar?

Sabine: Ja, kijk is, het is makkelijker als je mensen iets aanbiedt en bijvoorbeeld bij afval. Doen we dat ook wel eens vragen we aan mensen? Hé, willen jullie GFT afval scheiden?

Nooreddin: Ja.

Sabine: Ja, zeggen mensen, ja wil ik wel doen, maar is gedoe.

Nooreddin: Ja.

Sabine: Zijn en dan zijn we langs te gaan en dan hebben we mensen, dan GFT gewoon zo'n.. klein.. prullenbakje, je weet je wel die op het aanrecht kan zetten. Gegevens van hé, we zijn bezig met een actie en daarom hebben, we weten dat mensen dat best wel moeilijk vinden. Dus we hebben iets en we hebben hier nu iets voor u speciaal voor u, om dat makkelijker te maken. En dan geef je mensen een soort van cadeautje. Wat super relevant is, past bij dat gedrag. Mensen denken o, daar kom je nu speciaal naar mij toe brengen, om mij dan te helpen het makkelijker te maken en dan zie je dat ze veel eerder geneigd zijn om dat te doen.

Nooreddin: Ja, precies.

Sabine: Ja, ik zit te denken of je daar bij roken ook iets kan doen ofzo, weet niet zo goed ehm..

Nooreddin: Nou, het is in ieder geval leuk om die voorbeelden te horen. Ik, ik kan kan zelf inderdaad ook kijken om.. hoe dat om te vertalen is naar ehh... het stimuleren van ehh.. ja. een gezonde vorm van..

Sabine: Ja.

Nooreddin: Een vorm van ontmoediging van roken, maar dat is wel zeker interessant ehm..

Sabine: Ja, ja, en wat ook.

Nooreddin: In ieder geval wel leuk om die voorbeelden te horen..

Sabine: Ik heb ook nog een dat is een filmpje van die zal ik je zo wel even sturen, en dat noemen we zelfovertuiging. En als, mensen hebben best wel vaak weerstand als je zegt: hé, je moet stoppen met roken, want daar ga je eerder door van

Nooreddin: Ja.

Sabine: Sommige mensen boeit dat gewoon niet zoveel. Of ik zeg: hé, je moet stoppen met roken, want dan wordt je echt lelijk van en wordt je echt snel oud van. Sommige mensen zal dat er echt iets zijn dat ze denken. 'Nou ja, boeien dat zie ik er oud uit' en sommige mensen vinden dat heel erg. Wij zijn heel erg vaak geneigd om dus mensen te zeggen: je moet dit doen. Stoppen je moet je stoppen met roken, want dan ga je dus je moet stoppen met roken, want dan heb je hogere kans op dit en dat en het gevaar daarin is dat je dus argumenten aandraagt waarin mensen waar mensen eigenlijk niet zoveel mee kunnen. Dat is denk ik, ja, dat ze denken dat is niet echt op mij van toepassing en ik zal je dat filmpjes zo even sturen, maar wat ze daar hebben gedaan...

Nooreddin: Dank je wel alvast...

Sabine: Wat ze daar hebben gedaan, is heel vet, je ziet allemaal mensen, roken ehm. En dan gaat er echt een kind van tien gaat daar op af. En die zegt: "hé, je hebt je een vuurtje voor me?"

Nooreddin: Ja! Dat heb ik wel eens gezien die ja, dat is in Thailand geloof ik..

Sabine: Ja, maar dat is echt super mooi gedaan, want wat je daar ziet is dat mensen zeggen allemaal: "Nee, je mag niet roken, want dat is slecht voor je, is slecht voor je." En dan gaan ze allemaal argumenten aandraagen. Maar wat grappig daarin is. Dus als ze dus met de argumenten komen, je ziet dat mensen zeggen echt hele verschillende dingen. Soms zeg ik nee, dan krijg je kanker en andere zeggen: nee, dat krijg je rimpels, maar dan zit je dus.

Nooreddin: Volhouden dat is inderdaad wel een interessante manier om misschien wel ja.. per individu te achterhalen, wat wat hun nou..

Sabine: Ja.

Nooreddin: Triggert om bijvoorbeeld die keuze wel of niet te maken. Dat is wel interessant.

Sabine: Ja, maar dit zijn wel ja, dit zijn dus gewoon en ik denk dat het ook wel zo is dat het minder gaat om de fysieke omgeving, er zijn weinig echt nudges zijn als het gaat om roken, omdat het gewoon zo complex gedrag is, wat alleen met nudges, denk ik moeilijk op te lossen is.

Nooreddin: Ja.

Sabine: Maar.. er zijn natuurlijk wel, je kijken wat ik net zei van ja zijn er dus in die omgeving echt dingen waarvan je denkt? O ja, er staan asbakken nu, dat is natuurlijk gewoon super duidelijk signaal dat het oké is ook om te roken.

Nooreddin: Ja.

Sabine: Ehmm

Nooreddin: En natuurlijk, wat je net zei, ook van met de aanwezigheid van waar mag je dan wel roken dat dat eh..

Sabine: Ja, je kunt er ook nog aan denken ik, ik weet niet hoe ze dat helemaal gaan herinrichten ofzo. Maar je kunt ook bedenken van ja en wat voor situaties is roken eigenlijk een beetje een no go. En dat is vaak voor als je aan het sporten bent ofzo dat ze echt iets dus stel dat je daar nou een soort stel dat er daar iets wordt gemaakt of zo ik weet niet zo goed. Ja, dat is natuurlijk op de Grote Markt moeilijk, maar is ook denken aan. Hoe kun je het een soort van de functie van de ruimte meer relateren aan iets waar rook is sowieso al niet meer echt een logisch e keuze, bijvoorbeeld in een park met bankjes..

Nooreddin: Bijvoorbeeld met sport...

Sabine: Wat zei je?

Nooreddin: Bijvoorbeeld sportfaciliteiten ofzo plaatsen, bedoel je dat?

Sabine: Ofzo ja, ik zit te denken, sporten, ja, of de speeltuin. Kijk de speeltuin, en dat is natuurlijk een goede hangplek 's avonds. Maar op het moment dat er kinderen spelen, zijn er weinig mensen die daar echt gewoon, maar ja vol met goed fatsoen zitten te roken en het zal eens gebeuren. Maar dan wordt je vaak wel op andere ouders effe daarop aangesproken van hé, ga dat eens ergens anders doen, dus daar kun je natuurlijk ook naar kijken. Van wat is een functie.. of ja. Hoe kun je daar iets mee.

Nooreddin: Ja, dat is wel interessant. Inderdaad, ehh.. dat mensen misschien hè als daar bijvoorbeeld inderdaad bepaalde dingen zouden staan die mensen associëren met een positief gezond gedrag,...

Sabine: Ja!

Nooreddin: Daardoor juist minder geneigd worden om een sigaret op te steken, omdat dat er heel ongezond ehh.. en ongewenst gedrag is. Dat is wel interessant..

Nooreddin: je loopt even vast, hoor.

Sabine: Ik dat.

Nooreddin: Maar ik wist het ook niet nee, ik ehh wist dat je met je telefoon dat kunnen opnemen, maar ehh dit is ook heel erg anders.

Sabine: ja, dat is echt ideaal.

Nooreddin: Zeker voor het transcriberen natuurlijk van mijn scriptie

Sabine: Ja, zeker.

Nooreddin: Ja, maar ehh even kijken of we waren we, want ehh je had het over, we hadden het over ehhhh, ja, ehh hoe de handig ja bijvoorbeeld sportfaciliteiten ehh bij roken een rol zouden kunnen spelen. Nou ja, het is inderdaad wel een leuke, want er is natuurlijk heel veel speel, ja, speelruimte tussen aanhalingstekens, omdat er ehh eigenlijk nog niet helemaal concreet bekend is wat daar komt aan faciliteiten dus wel bekend dat dat er behoefte is aan groen en zitplek en ehh water.

Bijvoorbeeld op het plein, ehm hè, dus dat soort dingen alleen verder is er nog wel veel ruimte voor

voor invulling, dat kan dat dat dat ja, dat kan zeker kijken naar die mogelijkheden, ja, ook leuk inderdaad, dat filmpje nog nog even een keer te zien. Ik had 'm wel een keer gezien, maar het is wel grappig dan ook wel even kijken hoe dat even van ja, hoe daar ook daar misschien iets elementen uit kan kan pakken die van toepassing zouden kunnen zijn in die fysieke omgeving. Ja, ik weet niet of jij misschien verder nog voorbeelden hebt van zaken waar je meestal rekening mee houdt en wanneer je een ehm wanneer wanneer je echt gaat kijken naar hoe je dingen kan, ja heb je überhaupt eerder dingen toegepast op op echt fysieke dingen, dus, op faciliteiten of zijn het vaak wel communicatie dingen geweest in de vorm van posters en dat soort dingen? Volgens mij val je weer weg.

Sabine: Ja, ik hoor jou echt heel slecht. Maar ehh

Nooreddin: Ja, ik mijn vragen hebt meegekregen, maar ik hoor je net nu weer een beetje.

Sabine: Ja, wat ik doe even mijn hotspot aan om te kijken hoe het dan gaat, dan denk ik beter, dan heb ik iets betere verbinding neem ik aan

Nooreddin: Maar hij is redelijk constant hoor nu.

Sabine: Nou, oké, dan hoop ik dat goed blijft gaan. Nee, als je de vraag nog even een keertje wil herhalen.

Nooreddin: Ja, sorry, want nou ja, tot nu t.. ik ben even benieuwd naar nog voorbeelden, zeg maar van ehh cases, die jij zelf hebt gehad hebben als het gaat om het bevorderen van gedrag, want je geeft aan van nou, wat je vooral ook hebt gedaan, is dat je bijvoorbeeld met communicatie met posters ehhh dingen hebt gedaan, heb jij ook wel eens aanpassingen gedaan aan fysieke zaken, zoals ehmm. Ja, Heb je wel eens iets iets veranderd, zoals een prullenbak of een bankje, of iets in die trant OM gedrag te bevorderen.

Sabine: Jaa.. Dat best veel. Je kunt bijvoorbeeld denken aan, ehm.. als je het hebt over mobiliteit. Dus hoe mensen fietsen, je hebt soms wel eens dat mensen bijvoorbeeld ehh spookfietsen in ehm.. in Rotterdam op de erasmusbrug hebben we een interventie uitgevoerd, daar ook de belijningen op de weg veranderd.

Nooreddin: Ja.

Sabine: Zodat duidelijk hadden van he.. je fietst hier eigenlijk op.. aan de verkeerde kant. Mensen reageerde daar best wel intuïtief op. Als je alleen een bepaalde kant opstuurt, ehm dus dat is eentje. Je kunt denken aan bijvoorbeeld food stapjes naar ehm een prullenbak toe ehm.. vast wel eens gezien. Als je het hebt over nudging hebt is dat natuurlijk echt het schoolvoorbeeld van wat vaak gebruikt wordt. Ehm.. prullenbakken hebben we ook wel ehmm veel meegedaan. Ehm.. ja je hebt dus die tuintjes er omheen die je vaak ziet. Ik weet niet of je die wel eens hebt gezien dat mensen niet meer iets naast de container kunnen zetten.

Nooreddin: Tuintjes zei je?

Sabine: Ja, dus, dan heb je.

Nooreddin: Nee, dat heb ik niet eerder gezien

Sabine: Dan heb je dus naast de container, ehm eigenlijk bloemen staan ehm dus bloemen of planten ofzo is wel iets dat mensen niet meer daar....

Nooreddin: Hoor je mij nog?

Sabine: Gaat het goedkomen, want ik heb je nu op de hotspot gezet, want ik wordt er helemaal gek van, maar ehm ja dus tuintjes dus echt soort van, ik kan daar ook wel een foto van sturen straks, ehm dat mensen daar niet meer hun afval neer kunnen zetten, ehhh we zijn nu in Enschede bezig met een project. En daar heb je bijvoorbeeld dus het zon, er zit zo'n haak aan veel containers en daar hangen mensen hun spullen vaak aan en aan vast hangen. Ja, dat hoort daar niet, want dan kan die container niet meer geleegd worden, kan niet die niet meer de lucht in, ehm dus daar zijn we nu bezig, willen we eigenlijk hebben we nog niet gaan, maar we willen wij eigenlijk iets gaan doen om daar iets op te

maken. Dus we zitten te denken aan een soort van nep: vogelnestjes, een soort van associatie met natuur. Dat mensen denken wow wat effetjes een soort van uit die automatische piloot te halen waarop ze dat gewoon altijd ophangen dat ze denken. Oh, wacht.

Nooreddin: Wat bedoel je precies met met haken waaraan vuilniszakken hangen?

Sabine: Ja, dat is gewoon ja, dat is daar is. Er zijn gewoon containers van die ondergrondse containers en mensen moeten er hun afval ingooien en daar zit een soort van haak op. Dat is gewoon eigenlijk gewoon een soort van.

Nooreddin: aah.. zodat het... ja..

Sabine: Als je dat dat dicht bij waar die kan dat zomaar mensen denken: oh, dit is echt een chille haak, hier kan ik mijn zak aan ophangen zijn van die restafvalcontainers, en dat restafval moet erin. En die.. en dan ze van die.. andere scheidde heel goed hun afval. En daar zitten, want ik zakken met lege plastic en die moet in een plastic container, maar ze denken: oh, dat kan die aan die haak, weet je wel, is makkelijk, dan maak je mensen.. denken ook echt dat ze dan het goed doen, maar dan bijvoorbeeld iets op die haak te maken waardoor het duidelijk is van hé hier hoort het niet, ehm.. en dat is een voorbeeldje.

Nooreddin: Want dat maak je dan specifiek op die haken waardoor mensen dat dan niet meer...

Sabine: Wat we nu willen gaan doen ehm zijn we nog mee bezig, maar dat is allemaal. We wilden eigenlijk rond pasen. In de lente wilden we een soort van guerilla actie doen door de hele stad dat er een soort van vogelnestjes wilden we maken dat ze dan wij maken en dan heb je die associatie met natuur. En je gaat niet echt soort van iets aan een vogelnestje hangen, maar dat je dus effetjes een soort van die (dursjurb?) hebt van oh, dit hoort hier niet en we hebben ook.. we hebben ook wel eens gedacht om bijvoorbeeld als je het dan over afval hebt, om echt iets te maken, gewoon dat het zo afloopt ofzo gewoon een betonnen of ijzeren driehoek. Daarnaast, als je daar niet iets op kunt zetten – maar dat is ook een verandering, maar ja, dan heb je een soort van die positief associatie van.. het is ook leuk om schoon en dat is wat ik, waar ik net ook een beetje op doelde van: Misschien kun je het ook nog, versterkt als je het relateert aan nog een soort van gevoel dat mensen denken. Oh, hier hoort dat echt niet meer.

Nooreddin: Zeg het tegenovergestelde, want als je dat mensen denken van oh, dat is leuk dat is natuur, ja.. dat gaan we niet vervuilen met een vuilniszak, zeg maar ja.

Sabine: Ja, en je hebt ook wel eens, ehm.. ja hebben wij niet gedaan, maar een partij waar veel meer mee samenwerken. We houden het gewoon even bij de prullenbak, omdat ie, dat denk ik, het makkelijkste voorbeeld in de openbare ruimte. Die hebben een soort van mat gemaakt om de prullenbakken heen.

Nooreddin: Ja.

Sabine: Als je daar je het opzette, wat er dus niet hoorde – want het moet erin, dan lichtte die zo rood op.

Nooreddin: Oké.

Sabine: Dus je het eigenlijk is, volgens mij noemde ze het ook het heterdaadje ofzo. Maar maar ja, dat is natuurlijk heel. Het is natuurlijk heel duidelijk: kijk als jij gewoon een zak, ergens naast zet ja, dat hoort niet echt, maar dat valt vaak niet zo op. Maar mensen doen het vaak ook omdat het een anonieme situatie is, maar ja, als je ineens een soort van rooie spotlight staat en iedereen kan dat zien dat jij daar dus iets neerzet, dat die daar allemaal rood oplicht. Dat is natuurlijk een supersterke prikkel van hé. Dit moet ehh.. dit moet niet hier misschien.

Nooreddin: Ik begrijp hem. Ja, oké, dat is een leuk voorbeeld. Wel, ja.

Sabine: Ja, en ook verder ja, om op het waalstrand, hebben we iets gedaan tegen zwerfafval, ehhm..

daar hebben we containers, allemaal felblauw gemaakt omdat ze gewoon niet zo goed.. opvielen.

Nooreddin: Ja.

Sabine: Ehm, En daar wilden we eigenlijk wat je daar zag is mensen gingen het natuurgebied in ehm.. ja en de associatie natuur moet je schoonhouden. Dat is best wel sterk, maar mensen gaan dan vanaf. In Nijmegen ga je zo, vanaf de stad loop je een bruggetje over en dan ben je eigenlijk in dat natuurgebied dus mensen ervaren dat niet echt heel erg zo. Dus, nouja eerst hadden we gewoon een heel groot planten en toen dacht: o moeten daar een soort van poort maken, echt gewoon een soort van met allemaal takken en bladeren dat mensen echt het gevoel hebben: Ik ga nu de natuur in dat je die associatie versterkt. Nou, dat was allemaal geen geld voor uiteindelijk, maar uiteindelijk hebben we wel een soort van heel groot bord gemaakt met ehm.. ook uitleg van he is natuurgebied. Daarom staan hier geen containers en nog een soort van papieren afvaltasjes die ze dan konden meenemen .. in. Maar dat is heel duidelijk. Wordt van oh? Ja, nee, het is niet gewoon een plek is niet de stad, dus als je denkt, dus dat is ook niet de bedoeling. Maar als je denkt van nou ja hier gooi ik mijn afval weg: Nee, dit natuurgebied en de reden dat hier geen prullenbakken staan.

Nooreddin: Ja.

Sabine: Dus dat zijn een aantal dingen die we hebben gedaan, Ik hoorde jou net ook de fun theory nog noemen. Ja, dan heb je het echt over die dingen eigenlijk als holle bolle Gijs bijvoorbeeld, of dat je het echt ehm.. echt leuk maakt, ehm .. dat is denk ik met roken moeilijker omdat je ja je vraagt in die zin zou wel kunnen hoor, maar bij ons.

Nooreddin: ja, het is wel lastig omdat je zeg maar niet mensen.. ehh.. wil verleiden om juist wel te gaan roken, dus..

Sabine: Klopt, je wil het ook niet superleuk maken om dan maar drie straten verderop te roken. Dat dat is denk ik best lastig.

Nooreddin: Ja.

Sabine: Maar ehm..

Nooreddin: Nee, maar ik kan me wel wat met die met die voorbeelden hoor. Dat is in principe wel ehh.. heb ik wel dan voldoende beeld bij van eh met voorbeelden die jij hebt genoemd, en ik ga zelf dan even kijken hoe dat eventueel te vertalen is naar deze situatie. Maar ehm.

Sabine: Ja.

Nooreddin: Het is in ieder geval interresant hoor!

Sabine: Ja, het is dat denk ik goed om te kijken dan toch nog soort van waar dan die weerstand zit, zeg maar van waarom? Waarom zouden mensen toch per se daar willen roken weet je wel? Waarom kunnen ze dat dan niet ergens anders doen? Want wat je vaak ziet is op het moment dat ze in de weerstand gaan. Dan kun je doen wat je wil, maar dan komt eigenlijk niks meer aan, dus het is wel belangrijk om dat in kaart brengen en daarbij ook goed kijken als je toch wel ja, hoe je dat ook, hoe je alles framed enzo ik denk dat het wel scheelt dat er niet echt een heel verbod is of zo, maar dat het misschien ja als je een soort van stel dat je ondernemers zover krijgt, daar ofzo om het zover te krijgen en ik weet niet als dat een soort van ernst van nou ja, we gaan voor een gezonder Groningen ofzo. Dat is iets anders dan zo'n belerend vingertje van je mag je er niet roken of zo dan mag er weer iets niet van de gemeente.

Nooreddin: Precies, en dat is ook inderdaad de juiste insteek, die de gemeente niet wil hebben.. eh.. we willen..

Sabine: nee.

Nooreddin: Gemeente wil niet zeggen van nou, dit mag allemaal niet en het belerende vingertje, maar het is gewoon echt uitnodigen van. Nou, kijk ehh.. zo dit, dit willen we wel. Zo willen we wel dat je je gedraagt

Sabine: ja..

Nooreddin: Ondernemers heb ik dan overigens wel uitgesloten uit mijn onderzoek, omdat dat

achteraan.

Sabine: Lastig is.

Nooreddin: Dus het gaat echter maar om het plein van de van de Markt zelf. Maar ehm, nee, dat dat klopt, dat is inderdaad ook ook zo, en ik denk dat het ook wel van belang is wat je zegt dat ehh.. ja dat je achterhaald wat nou die die motivatie is van mensen om nou specifiek daar te roken.

Sabine: Ja.

Nooreddin: Nou, eenmaal goed, ik ehm, ik weet in ieder geval wel wat ik wat ik wou weten. Ik weet niet of jij misschien ehh.. naar aanleiding van ehh van mijn vragen naar aanleiding van mijn onderzoek misschien nog andere tips hebt of dingen zegt van nou, hier kan je nog aan denken of neem dit nog mee. Dit is van belang, want dat heb ik geleerd.

Sabine: Nee, ik denk dat de meest belangrijke dingen wel heb gezegd en dat het ook ja het allerbelangrijkste is, denk ik echt om goed naar de situatie te kijken, ze zeggen ook wel: ja, gedragsverandering is maatwerk, dus dat je ook wel ja, ik weet niet soms zie je mensen supergoede interventies ergens en dan zie.. en die werken dan supergoed en dan zien we dat een andere gemeente, of zo dat meteen zo klakkeloos overneemt, zonder eigenlijk kijken van wat zijn de drijfveren wel hetzelfde of is de situatie wel hetzelfde. Ik denk dat dat wel de grootste misser is die je kunt maken. Dus wacht ja.

Nooreddin: De motivatie en de drijfveren zeg je maar zijn er nog.. ehh

Sabine: Ja...

Nooreddin: Andere dingen, zoals.

Sabine: Ja.

Nooreddin: Ja, doelgroep? Of wat.. ik weet niet.

Sabine: ja, ook ja.. dus zorg dan, je wil gewoon.. er zijn zoveel gedragstechnieken en die passen allemaal op een andere manier weer er der op, ja, ik weet niet. We zien nog wel eens dat mensen denken van oh ja, zo'n tuintje is leuk om een container werkt supergoed in Rotterdam, echt waar we hebben die daar neergelegd 80 procent reductie van bijplaatsingen...En in amsterdam willen ze het ook, leggen ze het neer zeggen ze ze "ja, want is dit nou, her werkt hier niet" ja dat komt omdat ze gewoon niet hebben gekeken naar hun bewoners. Wat wat is daar aan de hand, ehm, ja in Rotterdam was, het gewoon.. het zag er allemaal gewoon een beetje verloedert uit en zo mensen wisten niet hoe dat ze met hun afval moesten. Leg ze een tuintje neer, dus je doet zo stoepcommunicatie wat ze wel met hun grofvuil moeten doen, en mensen weten dat.. nou dat is top. Maar in Amsterdam was dat helemaal niet het probleem, zaten we in een wijk en mensen waren super boos op de gemeente, want gemeente had parkeerplekken afgepakt.

Nooreddin: Oké... ja..

Sabine: Dus echt totaal totaal ongerelateerd natuurlijk.. maar mensen dachten gewoon: fuck de gemeente maakt me niet uit, kun je tuintjes neerleggen, maar wij hebben onze parkeerplekken niet en dat was gewoon wat er mis was.

Nooreddin: Snap ik.. ja

Sabine: Ja, dus dan pak je er dezelfde interventie, het wel de hele drijfveren en de weerstanden waarom mensen bepaalde keuzes maken, zijn heel anders.

Nooreddin: Ja, ja... ja...

Sabine: dat is denk ik ook stel dat je wel ergens gewoon dingen tegenkomt dan je.. waarvan je denkt. Dit is vet.. kunnen gebruiken zou ik altijd goed checken van sluit dat.. aan op en wat de doelgroep hier beweegt.

Nooreddin: Precies. Oké, nou, dan ga ik meenemen is een mooie, mooie laatste tip in ieder geval

Sabine: Ja.. Yes..

Nooreddin: Ehm nou ja hartstikke bedankt. Ik heb er heel veel aan gehad. Ik ga het ook proberen te vertalen, ook naar naar naar mn ehm.. he, uiteindelijk naar mijn advies en eh.. hoe dat dan

uiteindelijk op de Grote Markt kan worden toegepast. En ehm.. ja, jouw input daarvoor was in ieder geval heel erg waardevol. Dus heel erg bedankt daarvoor!

Sabine: ja, succes!

Nooreddin: Ja.. dankjewel!

Sabine: Ik ben heel benieuwd waar je mee komt, hou me maar ehh.. als je wil op de hoogte, ik ben wel benieuwd wat je uiteindelijk ehm gaat doen en wat het uiteindelijke advies wordt.

Nooreddin: Ik ehm ja snap ik, ja, is goed, ik zal het je – ik zal even op de hoogte houden – we op de hoogte. Het is officieel wel een vertrouwelijk rapport, maar ik kan even overleggen met de gemeente of ik misschien een aantal dingen uit mijn adviezen, die voor jou ook in je werk misschien wel leuk zouden zijn of ik die, misschien even naar je toe kan sturen, dus ik heb je mailadres .. ehm..ga ik ga ik doen.

Sabine: yes! succes nog verder.

Nooreddin: Heel erg bedankt. En jij eh.. blijf gezond en ook heel veel succes met je werk.

Sabine: Ja, heheh doeidoei

Nooreddin: oke, doedoeg.

Bijlage 8: Transcript interview Danny van der Roest

Nooreddin: Hai! hartstikke goed. Nou, nou werkt ie nou ja,

Danny: Goedemorgen

Nooreddin: Goedemorgen! fijn dat je even de tijd voor me vrij kon maken deze vreemde periode

Danny: Ja, geen probleem

Nooreddin: Ja! hou je het zelf nog een beetje uit met je werk, zo eh.. ik weet niet of je thuis werkt of op kantoor?

Danny: Nee, ik eh.. ik werk inmiddels thuis, want dat heeft ook te maken dat ehm ik sinds kort ook ehm.. parttime.. ehm.. een paar dagen in de week ook bij een nieuwe organisatie ben gestart.

Nooreddin: Oh, kijk! oké..

Danny: Ja, ik ehh.. werk nu voor de rijksoverheid.

Nooreddin: Oh, ja.. leuk!

Danny: Ja, ik heb ehm.. ik ben de afgelopen twee jaar vanuit Maverick heb ik heel veel onderzoek gedaan naar ehm.. gedragsverandering en energietransitie. Verduurzaming van woningen en nu kreeg een aanbod om wat heel erg gedrags.. zo onderzoek door te zetten bij ehm.. bij de overheid. Toen dacht ik, nou.. dat laat ik niet lopen

Nooreddin: Nee, precies.. dat is een mooi, mooie ehh.. volgende stap in je carrière dan

Danny: ja precies en, ja, en een mooie manier natuurlijk om meer impact te maken natuurlijk maakt het is. Vanuit een kleinere onderneming blijft het blijven een kleine opdrachten natuurlijk, als je het grote beeld bekijkt, het grotere plaatje bekijkt.

Nooreddin: Ja..

Danny: Heb je natuurlijk de kleine opdrachten die je doet, nu in een keer de kans om het in een keer heel groots aan te pakken. En dus dat is heel mooi ..

Nooreddin: Dat is een mooie stap..

Danny: Ja! Vandaar dus dat ik 1 april daarmee begonnen, middenin de lockdown..

Nooreddin: Ja, dat is vreemd lijkt me om een nieuwe baan te starten, terwijl je er niet fysiek aanwezig, maar ik neem aan dat je daar dan ook niet op kantoor.

Danny: Nee, nee, nee, nee. Dus ik werk eigenlijk helemaal thuis en ik moet eigenlijk m'n eigen functie.. ehm.. inrichten en ik moet wel een heel nieuw, ja. Wil niet zeggen. Nu een heel nieuw cluster laten we maar zeggen helemaal vormgeven..

Nooreddin: Ja

Danny: Het is toch wel bijzonder als je.. als je.. laten We zeggen ehm werk mag bepalen als het ware. He.. dat je je collega's niet eens kent en ik weet niet eens weet wat voor projecten er allemaal lopen.. op de afdeling..

Nooreddin: Nee

Danny: Dus dat is een hele rare start.. Wat dat betreft

Nooreddin: ja, dat je heel vreemd. Inderdaad, ja, ik hoop dat ze misschien komt binnenkort met eh.. wat versoepeling met anderhalve meter afstand gewoon weer kantoorwerk kunnen toelaten dus dat je misschien een klein beetje, ja, dan nog wel daar kan. Wel leuk om even te zien met wie je werkt en waar je precies werkt en dat soort dingen

Danny: Ja precies. Nou moet ik zeggen dat ik gelukkig wel al ehm..ben er in het verleden wel vaker geweest eigenlijk, ik heb een opdracht gedaan ehm.. voor die organisatie.

Nooreddin: Hmhm

Danny: Dus daar ben ik wel vaak langs geweest, dus ik ken het wel een beetje want je hebt met een paar mensen van de afdeling. En de rest ken ik allemaal niet, dus dat ja, het is ehh.. het is een bijzondere start,

Nooreddin: Bijzonder. Ja we zitten in een bijzondere tijd. Misschien dat we dit nog wel aan onze kleinkinderen vertellen, haha dat wij eh... in het corona-tijdperk leefden. Want nouja, je gaf al een beetje aan inderdaad wat je wat je deed bij Maverick, Ik zag ook op het internet staan eh.. dat je vooral bezig was met energietransitie, een cyber security

Danny: Ja

Nooreddin: Maar dat alles met de ook met gedragsverandering en nudging eh te maken had, hè dat je daar ook veel mee bezig bent. Ehm.. want wat is formeel gezien bij Maverick dan eh.. je functie?

Danny: Ik ben ehh,, ik ben ehh.. de oprichter ervan

Nooreddin: Hmhm

Danny: En inmiddels dus omdat dus de samenstelling helemaal is veranderd

Nooreddin: Ja

Danny: We zijn dus, eind vorig jaar heb ik ehh.. want ik heb het samen opgezet met een studievriend van mij ehh... ehm.. in 2013

Nooreddin: Hmhm

Danny: En hij is vorig jaar, kreeg hij een heel mooi aanbod om een heel gedrag team op te gaan zetten bij ehm, provincie Noord Brabant

Nooreddin: Ja!

Danny: En toen dacht hij: nou, doe maar! En zeker omdat hij een vierde kindje op komst had.. had hij zoiets van nouja.

Danny: Het ondernemer zijn is heel heel tof, maar houdt.. het blijft altijd natuurlijk een bepaalde mate onzekerheid ehm..

Nooreddin: Hmhm..

Danny: Dus toen dacht hij nou ja, goed dus dat is zo'n mooi aanbod dicht bij huis ook, want wij zijn zo gevestigd in Rotterdam maar hij woont in Tilburg. Dus ehm.. hij dacht van ja goed.. na veel wikken en wegen.. heeft ie daar toch eh.. is hij daar toch gewoon voor gegaan, en toen kreeg ik dus aan het einde van het jaar dus ook nog een mooi aanbod om bij de Rijksoverheid een aan de slag te kunnen. Toen dacht ik ja.. dan doe ik dat ook ehm dus eigenlijk zijn we dus overgegaan van een bedrijf waar we, met eh.. nouja goed eh.. in die tijd waren we hoo.. werkzaam met drie man, ja.

Nooreddin: Hmhm..

Danny: Ehm en nu is het overgegaan naar een eenmanszaakjes. Ik ben eigenlijk nog ehh.. de enige die d'r echt eh.. werkzaam is

Nooreddin: Oh, je bent de enige die daar nog actief is.

Danny: Ja, ja.. precies en ik doe nog wel eh.. ik doe nog wel opdrachtjes. Maar allemaal wat wat kleinere opdrachten nu dus niet advies opdrachten en trainingstrajecten dat soort zaken

Nooreddin: Ja..

Danny: Dus dus de de de de tent.. het is een beetje veranderd. De afgelopen maanden ..

Nooreddin: Ja.. ja.. precies

Danny: Maar maar mijn functie blijft hetzelfde, ik ben gewoon eigenaar en oprichter en ehm.. ja.. me hoofd maar hoofd taak is gewoon een adviseur, lawe zomaar zeggen..

Nooreddin: Ja, ja.. lijkt me toch wel eh..

Danny: Niet alleen adviseur overigens moet ik zeggen, want ik pak nog wel echt projecten op en ik voer ze uit

Nooreddin: Ja.. ja.. lijkt me best wel lastig eigenlijk, het is wel een beetje je kindje natuurlijk he, omdat je het natuurlijk zelf hebt opgericht. En eh.. ja, als je toch een beetje de transitie gaat maken naar ehm.. naar overheidswerk misschien komt dat dan toch een beetje te vervallen. Misschien dat dat toch een beetje pijn doet ergens.

Danny: Ja,.. eh.. het was heel lastig, want we hadden we allebei heel erg.. die ehm.. mijn partner en ik. We hadden echt.. eh..shit hoe gaan we dit doen, want ja, het draait allemaal heel goed, en er was niks mis mee, met mensen in dienst en ehm.. ja.. d'r liep vanalles

Nooreddin: Hmhm..

Danny: Ehm, dusja, dat was heel lastig. Inderdaad alleen ja, wij, wij zijn allebei destijds niet begonnen omdat we nou geboren ondernemers zijn of omdat we nou zo graag zelf een eigen zaak wild hebben..

Nooreddin: Nee...

Danny: Maar omdat we echt met deze kennis aan de slag wilden gaan, toen wij op de arbeidsmarkt kwamen in 2012 midden in de crisis, In een vakgebied was toen helemaal nog niet bekend nog..

Nooreddin: nee,

Danny: dus, toen ehh.. toen waren er ook geen banen op dat vlak hadden we zoiets van ja, goed we kunnen twee dingen doen of iets gaan doen waar we eigenlijk helemaal geen zin hebben of we of we gaan zelf aan de slag hiermee, en we hebben voor het tweede gekozen, ehm.. nu is gedragsverandering of nudging eh.. het is echt hip, het is echt geland bij heel veel bedrijven

Nooreddin: Precies..

Danny: Nu kregen we allebei de kans om er echt ehm.. ehm.. ja echt heel goed mee aan de slag te gaan en echt opstellen van m'n eigen team, bij ehm.. bij hebben overheden dus nou ja, dan kun je echt impact maken en dat impact kunnen we eigenlijk veel interessanter dan een eigen zaken hebben dus..

Nooreddin: Ja.. ja..

Danny: Maarja! Neemt niet weg dat het inderdaad letterlijk eh..je kindje is wat je op dat moment op een gegeven. Wat ik zeg, we haddeb iemand in dienst en ehm.. nouja goed zijn contract ehm.. liep ook rond die tijd af ehm.. die hebben we niet verlengd dan.. en dat waren natuurlijk wel, ja.. lastige beslissingen wel wel jammer maar...

Nooreddin: Ja, dat zijn wel lastige dingen, en ja.. je leert er natuurlijk ook van.. en het is wat je zegt, kijk.. nudging ehh.. is natuurlijk groot geworden, onder andere door dat boek van Thaler en Sunstein in 2008 en eh.. toen is het balletje natuurlijk een beetje gaan rollen en zijn steeds meer bedrijven door naar de mogelijkheden gaan kijken.. en ja.. je hoort wel vaak dat dat eh.. Gemeenten en overheden daar ook vaak ehm.. interesse in heeft om te kijken hoe dat toe te passen is. En daar ligt natuurlijk ook het geld. Dus ehm.. nou ja, goed mooi stap. In ieder geval lijkt me in je.. in je.. ehm.. in je loopbaan.

Danny: Ja!

Nooreddin: Nouja goed, ik had je al ehm.. om even naar mijn onderzoek te gaan.. ehm.. Ik had je al een beetje kort via de mail uitgelegd wat ik wat ik precies aan het doen ben ik studeer in ieder geval facility management aan de Hanzehogeschool in Groningen.. ehm. Nou ja als facilitair manager ben je.. wordt je eigenlijk best wel breed opgeleid, hè dus vooral bedrijfskundig ingericht. Maar het is daarin ook echt van belang dat je bij het doel van onderzoek ook bij een casus of bij een opdracht eh.. ja gebruik maakt van ehm.. experts, natuurlijk uit het werkveld dus, vandaar ook dat eh.. ik ja jou hebt gemaild.Ehm.. nou ja, ik doe onderzoek naar het ontmoedigen van roken op de grote markt specifiek. Ik weet niet of je wel de Grote Markt best geweest gedaan. Ja, nou ja, goed daar. Daar is in ieder geval nu een project gaande waarbij het plein zelf dus niet zozeer de horeca eromheen zelf en de de busbaan is die voor andere komt echt dan eenmaal een herinrichting van het plein, waarbij de nu op het programma van eisen worden opgesteld, om ja te kijken van wat zijn de behoeften van van de bevolking? Wat willen we dat allemaal hebben en daar zijn ze nu tot de zomer van 26 mee bezig om dat op te stellen? En ik hoop dat mijn onderzoek daarbij misschien voor het gedeelte gezondheid ook spelen. Want ik wil dus kijken hoe ja zaken uit gegevens psychologie onder andere rol kunnen

spelen bij het ontmoedigen van roken. En daar ben ik niet zozeer op. Ja, de intentie om mensen te laten stoppen met roken, want dat is een beetje de big picture. Zeg maar van de van alle campagnes samen van de overheid en allerlei organisaties en natuurlijk generatie rookvrij campagne van de overheid. Alleen ik kijk echt naar een klein gedeelte, ehm ja.. nudging en ontmoediging van roken in de fysieke omgeving van die markt. Hoe dat er exact ook uit komt te zien en waar dat een rol kan spelen. Het heeft onder andere te maken met het feit dat ehh.. de gemeente op dit moment niet het juridisch instrumentarium heeft om te zeggen van nou: "We verbieden het gewoon om om daar te roken, omdat het een openbare ruimte is – en ja, dat komt er gewoon simpelweg niet doorheen. Dus zodoende is een beetje eigenlijk mijn keuze gevallen op eh.. op kijken naar deze mogelijkheden en zo kijken naar naar nudging, gedragsverandering en omgevingspsychologie.. mmm. Ik doe meerdere dingen, waaronder dus via een enquête, probeer ik mensen, eh.. ja, bepaalde zaken te achterhalen wat hun behoeftes zijn op de markt, of zij vinden dat dat daar nog gerookt mag worden. Hè, dat soort dingen. Ehh.. Door middel van interviews probeer ik dus een beetje de theoretische kant helder voor mezelf te krijgen, omdat ik natuurlijk zelf wel toch wat minder kennis heb op dat vlak, ehm.. is het voor jou dan een beetje helder wat mijn onderzoek dan inhoudt en wat ik ehm precies doe?

Danny: Ja, ja.. nee, helder

Nooreddin: Oké, nouja.. eh

Danny: Dat is inderdaad ook het type opdracht waar wij, wij.. ook aan werken ja

Nooreddin: Ja, ja, nou ja goed en inderdaad wel interessant, maar eigenlijk wel gelijk een uitdaging, he want we hebben het echt over een verslaving en er is weinig onderzoek gedaan naar nudging en roken zegmaar.. ehm.. even kijken heb jij in eerste instantie..

Danny: Nou, er is op zich al wel heel veel gedaan hoor naar roken alleen ja, het vaak is alleen vaak gericht op stoppen, wat betekent dat het gelijk een hele opdracht maakt maakt omdat kijk bij heel veel gedragingen waar mensen vanuit nudging op richt, daar zit niet echt een verslavingscomponent in, en dat maakt het heel erg lastig dat je mensen zo ver krijgt dat ze.. eh.. dat ze stoppen

Nooreddin: Ja..

Danny: Ik weet niet in hoeverre laten we zo maar zeggen er ook gerapporteerde onderzoeken zijn gedaan naar het ontmoedigen van roken op bepaalde plekken.. dat weet ik niet.

Nooreddin: Hmhm..

Danny: Ik weet wel dat er heel veel dingen zijn gedaan en heel vaak verschijnt er ook rapport of een halfbakken rapport.. of een (beursberekening?) Daar kan je dan uiteindelijk helemaal niks mee.

Nooreddin: Nee,

Danny: En ehm, maar de de.. er gebeuren wel wat dingen maar inderdaad hebben hoor.

Nooreddin: Ja, er gebeuren inderdaad ook dingen, onder andere in de vorm van ja natuurlijk, campagnes, hè, posters. Op pakjes worden er natuurlijk afbeeldingen weergegeven.. op die manier..

Danny: Een stom idee overigens..

Nooreddin: Ja, dat heb ik gelezen op jullie website.. dat je daar van zeiden van nou ja, dat is eigenlijk helemaal niet zo'n, zo'n goeie eh.. vorm eigenlijk van nudging.. voor roken..

Danny: Het zijn een stel beleidsmakers die dat eh.. die dat op basis van pseudopsychologie hebben bedacht en ondanks dat wetenschappers echt al.. echt al ja-ren schreeuwen zijn van "dit werkt niet, haal het er nou af"

Nooreddin: Eh.. wat bedoel je met pseudopsychologie, sorry?

Danny: Ja.. dat.. kijk het probleem met gedrag is he.. Wij zijn mensen, mensen zijn de hele dag bezig met het Interpreteren van onze eigen gedrag, met het gedrag van anderen, we zijn bezig met het beïnvloeden van andere.. andermans gedrag, hè.

Danny: Eh.. dat is gewoon wat wij doen als mens zijnde en daarom heeft iedereen nog het idee dat

ze gedrag ook wel snappen.

Nooreddin: Ja

Danny: En dan zeggen ze: "ja, je moet mensen gewoon bang maken, want als mensen bang zijn, dat doen ze het niet meer." Ja, dat is gewoon klinkklare onzin, ehh, want als wij mensen gaan bang maken, dan sluiten mensen zich af voor een boodschap en zeker bij roken, mensen zijn verslaafd aan roken, ze doen dat de hele tijd, ze weten ook dat het slecht is..

Nooreddin: Hmhm..

Danny: Dus dat hoeft je ook niet de hele tijd te zeggen, maar wat je gaat doen met zo'n plaatje is een ehh.. is weerstand opwekken

Nooreddin: Ja

Danny: Dus wat gaan ze doen, ze sluiten zich af voor de boodschap van wat je vaak bij roken ziet, ik weet niet of jij rokers in je omgeving hebt of dat je zelf misschien rookt, maar.. "ze hebben weer nieuwe plaatsjes op die verpakkingen, kijk ik heb weer een nieuwe voor bij mijn collectie"

Nooreddin: Ja.

Danny: Je hebt heel veel rokers die die plaatjes sparen, en dat is gewoon puur een reactie om om te gaan met het feit dat ze worden geconfronteerd met slecht gedrag, met met met ehm..

Nooreddin: Ja..

Danny: Gedrag waar een serieuze consequentie aan aan hangt, die je overigens niet meteen merk natuurlijk.

Nooreddin: Nee..

Danny: En ehm.. ja, soms zo'n fear-appeal zoals ze dat zo mooi noemen.. dat werkt helemaal niet dat dat dat alleen maar (contra?) het zorgt dat mensen zich afsluiten van de je boodschap dus, en daar is echt zo veel onderzoek naar gedaan.. maar op een of andere manier een beleidsmaker heeft dan bedacht van "ja, dat werkt heel goed want angst is een goede motivator." Ja.. in sommige gevallen, maar in de meeste gevallen zeker niet, en zeker niet als het gaat om gedrag, wat mensen heel moeilijk kunnen laten, gaan..

Nooreddin: Ja, en dan duidt je eigenlijk gewoon op weerstand.

Danny: Ja

Nooreddin: Ja, ja, ja precies ja, dat zijn inderdaad wel zaken eh.. die inderdaad wel veel gebeuren en of dat wel goed is, en of dat wel of niet goed is daar is inderdaad wel een discussie over te voeren. Ehm.. ik heb zelfs dus mijn onderzoek echt gericht op de fysieke omgeving, ehm.. he dus dat wil zeggen: voorbeelden daarvan zijn hoe bouwwerken, hoe infrastructuur, water, bijvoorbeeld fontein en of wat dan ook. Lucht, landschappen, natuur, de aanwezigheid van groen, cultureel el.. erfgoed, kunst. Dat soort dingen, hè hoe ehh.. ehh.. die zaken ehh.. een een soort trigger kunnen zijn voor mensen om te denken van oké, nouja.. he.. ik ga hier niet roken op deze plek of ik zal nu eventjes niet roken of wat dan ook. En ehm.. daarbij laat ik alle andere overheidsinterventies eigenlijk een beetje achterwege, omdat dat ja een beetje buiten mijn onderzoeks eh, gebied valt. Ehm.. maar ik vind het wel interessant om te horen dat die angst dat dat niet zozeer een hele effectieve methode is om.. ja.. mensen te laten stoppen, niet..

Danny: ja, en dat komt ook... ehm.. (...) ja, goed. Maakt eerst je verhaal maar even af.

Nooreddin: Ehm, nou ja, wat ik even benieuwd naar ben.. He je hebt natuurlijk een eigen organisatie eh een tijdje geleden opgestart, en daar ben je al langere tijd bezig met.. met.. gewoon opdrachten denk ik van opdrachtgevers. Heb je wel eens onderzoek gedaan naar de relatie tussen gebruikers van een openbare ruimte en de ehh.. invloed die zij die die kan maken op het maken van.. eh.. die die heeft op het maken van gezonde keuzes, nouja ik kan dan roken zeggen, maar ik weet niet of je daar misschien specifiek in iets hebt gedaan.

Danny: Nouja, ik heb wel onderzoek gedaan, inderdaad naar peuken afval..

Nooreddin: Hmmhm..

Danny: Dat is natuurlijk weer.. wat een heel apart onderdeel van afval is hè en sigarettenpeuken beschouwt men niet eens een afval ehh, een soort van norm die heerst van sigarettenpeuken die men op de grond gooide, "Dat maakt toch niet zoveel uit" Nou, dat maakt juist heel veel uit, elke sigarettenpeuk bevat 40 liter rondwater, maar goed...

Nooreddin: Ja..

Danny: Maar op het maken van gezonde keuzes zo direct niet, Ik heb er wel heel veel over gelezen natuurlijk en het heeft heel veel raakvlakken met andere opdrachten die ik heb gedaan,

Nooreddin: Ja

Danny: de de invloed van.. van.. de omgeving van een buitenruimte ja, op keuzes die wij maken ehm, ja.. daar ben ik verder wel bekend mee ja. Ik heb natuurlijk niet rechtstreeks onderzoek gedaan en dat maakt om keuze. Ehm.. kijk, je hebt natuurlijk ook wel heel veel onderzoek naar hoe zorgen we ervoor dat mensen niet continu, bijvoorbeeld bij de aankoop eh.. een banaan kopen in plaats van een kaasbrood, of dat ze eerder een vegetarisch alternatief kiezen, daar deed ik allerlei onderzoeken naar, en heel veel daar van kun je ook best wel gebruiken voor.. ehm..voor roken. Nouja, roken is wel een uitzondering omdat je dus die verslavingscomponent erin hebt zitten..

Nooreddin: Ja

Danny: Dat is heel anders dan, ehm.. een lunch halen. Wat.. veel.. onbewuster gaat eigenlijk dan ehm, dan je zou denken. En mensen maakt het misschien niet zo heel veel uit of ze nou een broodje ham hebben of een broodje kaas.. eh.. of een soepje bij wijze van, dat kan je best wel goed sturen.. van roken is natuurlijk iets waar echt een geestelijke en een fysieke verslaving aan vast zit.

Nooreddin: Hmmhm..

Danny: En dat maakt het eh.. maakt het wel lastig.

Nooreddin: Ja. Wat.. wat zijn in jouw optiek dan de de kansen van nudging als het gaat om het feit dat.. dat mensen toch wel verslaafd zijn aan roken, denk jij dat het dan toch ja.. ervoor kan zorgen dat mensen op een bepaalde plek niet ehh.. hè, dat ze kunnen worden ontmoedigd om daar te gaan roken?

Danny: Nouja goed, ik denk dat wat hier een goede strategie zou kunnen zijn, is niet zozeer het vragen van he.. "Wil je niet roken hier?"

Nooreddin: Hmmhm..

Danny: Ten eerste omdat als jij mensen iets gaat verbieden, dan voelen ze zich aangetast in hun keuzevrijheid, en dan ehh he.. (rejectence?) Dan ehm mensen steigeren ehm, dus je moet altijd zo veel mogelijk dingen formuleren in wat ze wel moeten doen. Niet in wat ze moeten doen.. ehm dus je zou bijvoorbeeld kunnen zeggen hè. Het is een rookvrij plein wil je roken, prima! Alleen dan doe je het hier.

Nooreddin: Ja

Danny: Je mag best roken, alleen dan moet je het even ergens anders doen.

Nooreddin: Ja, ja.. dus je zegt eigenlijk dat ze dan wel een plek toegewezen moeten krijgen of aangegeven van nou, daar kan het dan wel.

Danny: Ja, dat je gewoon zegt he.. en dat je bij wijze van spreken gewoon een lijn om het plein heen trekt, van dit is een rookvrij plein. Eh.. en roken prima, maar doe het erbuiten

Nooreddin: Ja...

Danny: En kijk en heftige.. heftig verslaafde mensen die roken toch wel die die die en die zullen ook hun vrienden achterlaten, en een groepje vrienden die echt heel heftig graag wil roken zou misschien als groepje weggaan, maar meestal zijn mensen ook weer te lui dat ze dan denken: "Ja, ik ga niet in mijn eentje uit mijn groep weg, ik wacht wel even.. ik stel het wel even uit" of wat dan ook.

Nooreddin: Ja

Danny: Maar het is ehm.. ehm dat je het dus niet framed als een verbod. Ehm, zullen mensen er wel eerder gehoor aan geven, als je dat combineerd met met met bepaalde andere zaken, met bijvoorbeeld een bepaalde norm die er heerst..

Nooreddin: Hmhm..

Danny: Dat je aangeeft van hé, dit is.. dit is.. he, je moet op een bepaalde manier een norm zien te communiceren op dat plein

Nooreddin: Ja

Danny: Ehm en waar je ook mee kan gaan spelen is inderdaad allerlei omgevingsfactoren ehh.. die de suggestie wekken dat.. dat het een gezond plein is hè, dat heb je het bijvoorbeeld over groen en dat soort zaken

Nooreddin: Dat, dat associëren mensen met met met natuur- met gezond en dat soort zaken.

Nooreddin: Ja

Danny: En als je zo'n soort norm weet neer te zetten, ook in die omgeving dan voelen mensen zich ook eerder bezwaard als zij eehmm...eh als zij gaan roken.. ik weet niet wat jij op een gegeven moment zei over die busbaan die eromheen liep?

Nooreddin: Ja, dus, zit nu een busbaan om het plein heen, dus om de markt zelf.. die gaat weg en bussen worden dan omgeleid, en dat wordt dan eigenlijk een verlengstuk van de Markt, dus die breidt zich verder uit waardoor het een soort meer als geheel wordt, eigenlijk want ehm, je hebt eigenlijk in het midden het plein daaromheen, de busbaan en daaromheen zitten dan nou ja, horeca, winkels, ehh.. maar ook studentenverenigingen. Dat soort dingen ehh.. en, en dat zal dan wat meer in elkaar gaan overlopen. Dat zal wat meer een geheel worden. En ehh.. dat is natuurlijk nog niet bekend wat daar precies gaat komen, er is wel bekend van nou, er is een inventarisatie gemaakt bij mensen, hè, ondernemers, omwonenden en dergelijke.. mensen hebben behoefte aan zitplek, groen en eh.. water. En misschien een fontein, of iets in die trant, alleen ja dat, dat is nog echt in concept. Ehm.. maar inderdaad ja, wat je zegt van ehm.. eh ja, he dus het is, is inderdaad wel interessant. Ja... even kijken hoor..

Danny: Want ik zást eraan te denken: kijk als jij, bijvoorbeeld met brommers en auto's en wat dan ook gaat toelaten op dat plein, en je gaat bijvoorbeeld communiceren over zonder gezonde lucht, dan krijg je .. dikke.. dikke die ermee, echt niet weet je wel, die auto mag hier wel rijden, en die vieze brommers die mag hier wel voorbij crossen, en ik mag geen sigaretje roken.

Nooreddin: Ja, precies..

Danny: En een auto dat (gast?) natuurlijk een roker uit hé..

Nooreddin: Ja. inderdaad, hè, want die is misschien weg en taxi ze dus ook hè, er mocht natuurlijk al sowieso geen bestemmingsverkeer komen, maar eh.. jij gaf bijvoorbeeld ook aan van nou, als mensen op het plein dingen zien die ze associëren met gezond, dan zijn ze dus minder geneigd om iets te doen wat ongezond is, kun je daar misschien wat meer over vertellen? Want je gaat aan groen. Heb je misschien meer voorbeelden daarvan van, van hoe je dat misschien in de praktijk toegepast, in een openbare ruimte? Want je hebt gezien, of wat je weet?

Danny: Ik moet ik – ik heb daar dingen over gelezen. Ik heb daar zelf nooit echt op die manier echt een.. een een project mee. Ik ben wel ooit bezig geweest met met met een project waarin ik de fysieke ruimte heb deels moeten aanpassen.. een een meer in de algemene zin wat je ziet, maar dan zou je zelf even zoeken, maar is groen..

Nooreddin: Ja

Danny: Die heeft een hele, hele goede, hele positieve impact op onze gemoedstoestand, ehm en en

de.. ervaring van de buitenomgeving he, van de buitenruimte.

Nooreddin: Ja

Danny: Ehm, dus daar kan je welmee spelen om om in ieder geval een bepaald, of in ieder geval een bepaalde normen of gevoel neer te zetten op zo'n plein.. en waar ik trouwens ook aan zat te denken. Waar je ook mee moet opletten.. is als je roken wil ontmoedigen op plein plein moet je ook vooral de faciliteiten er niet naar maken, dus als je een prullenbak hebt, moet je niet daar moet niet zo'n aspunt in zitten of zo. Dan eh.. zo'n asbakje of iets

Nooreddin: Ja

Danny: Er moeten ook geen rookpits zijn want dan ga je dus een norm geven

Nooreddin: Ja

Danny: Dus als je zegt van jemag hier niet roken, maar dan wel wel de faciliteiten bieden om de peuk netjes weg te gooien, je moet er dan ook in alles communiceren dat je daar niet kan roken,

Nooreddin: Ja

Danny: Emm en wat ook belangrijk is, ik weet niet of je bekend bent met het concept van priming?

Nooreddin: Priming.. ehh.. dat heb ik heb zelf niet opgenomen in mijn onderzoek. Ik heb wel meerdere heuristieken binnen nudging eh.. onderzocht en eh.. benoemd die ik ook gebruik alleen priming is daar niet één van.

Danny: Nouja, priming is dus een bepaald principe waarbij je dus door het geven van stukjes informatie, een bepaald type informatie, dat je met mensen in een bepaalde mindset brengt.

Nooreddin: Ja

Danny: Waardoor ze eigenlijk, ehm.. eerder bepaald gedrag gaan vertonen wij hebben het zelf ooit een keer gedaan met geur, bedenk ik me nu net, misschien interresant om eens een keer te gaan onderzoeken.

Nooreddin: Hmhm..

Danny: Wij hebben ehm, bij een gemeente rondom milieuperrons, hè, dat zijn die ondergrondse containers

Nooreddin: Ja

Danny: Hebben wij ehm.. citroengeur verspreidt.

Nooreddin: Hmhm..

Danny: Dat is natuurlijk omdat wij citroengeur associëren met schoonmaakmiddel en reinheid en al die dingen, ehm, wij hebben daar toen ehm ehm.. gemeten wat het doet met bijplaatsing, hè dus dus afval dat naastde container staat, op het moment dat wij die citroengeur gingen verspreiden, op het het perron. Dat er veel minder bijplaatsing was, en als er bijplaatsing was, dan was het veel kleiner

Nooreddin: Ja.

Danny: En dat komt gewoon puur omdat je mensen primet met iets – dat kan natuurlijk ook tegen je werken. Als je heel veel gaat communiceren op de één of andere manier over roken, he dus als jij van roken.. als je het over als je plaatjes van roken ziet, of het woord roken is al genoeg, als je dat telkens blijft herhalen of wat dan ook

Nooreddin: Ja

Danny: Dan kun je een juist mensen primen, en zeker omdat die verslavingscomponent erin zit bij roken, denken mensen "Oeh, ik heb eigenlijk wel behoefte aan een sigaretje nu."

Nooreddin: Ja, ja.. dat kan ook een tegenovergestelde werking hebben eigenlijk.. he..priming

Danny: Ja, precies, want ook in ons brein, ons brein kent geen herkenningen, he een bekend voorbeeld is altijd, als ik tegen jou zeg: denk niet aan een witte ijsbeer, waar denk je nu aan?

Nooreddin: Precies.. ja.. dan denk je aan een witte ijsbeer

Danny: Precies ja, ontkenningen werken niet in ons brein. Dus als jij zegt, je mag niet roken of wat

dan ook, het enige wat het brein dan over roken denk is dan "Oh! roken! oh, verrek, ik heb wel zin in een sigaretje nu"

Nooreddin: Ja

Danny: Dus daar moet je mee oppassen ook, dus dat je in je communicatie niet eh.. eh.. veel op die roker gaat zitten

Nooreddin: Nee,

Danny: Maar wat.. ja, goed. Ik dwaal wel een beetje alle kanten op hoor

Nooreddin: Nee geeft niet hoor, Ik vind ik interessant om te horen – als je te veel afdwaalt op een gegeven moment dan zal ik dat wel aangeven

Danny: haha, eh.. ik denk ook wel een belangrijk is, net wat ik zeg, die norm, die is heel belangrijk je ziet sowieso nu ook dat de norm wat betreft roken, aan het veranderen is hè, wordt steeds meer.. onwenselijk gemaakt in de maatschappij

Nooreddin: Ja

Danny: Dat is heel belangrijk. Ehh zo'n norm kun je ook proberen te stellen, bijvoorbeeld op het plein bijvoorbeeld dat wanneer je het plein oploopt, dat je een duidelijke grensovergang maakt, dat kan bijvoorbeeld met kleuren tegels of wat dan ook he, dan kan je duidelijk een overgang maken..

Nooreddin: Ja

Danny: En dan moet je communiceren dat je op dat plein wel of niet kan.

Danny: He, dus eigenlijk van he.. "Groningen is een vooruitstrevende stad, wij willen een gezond plein hebben voor iedereen.. daarom hebben wij taxi's eh. eh.. verbannen?" he, bladiebladiebla he, je maakt een heel heel lijstje met dingen en ehm wat je jullie eraan doen om het heel gezond te maken.

Nooreddin: Hmhm

Danny: We plaatsen bomen en dit en dat, ehm en dan één van de dingen is roken, weet je wel zonder dat je daar heel erg de focus op legt dat het een onderdeel wordt van eigenlijk een soort van grote dingen. Grote ding is een gezonde binnenstad met goede luchtkwaliteit.

Nooreddin: Ja

Danny: Zodra jij deze grens overgaat, geldt eigenlijk die norm

Nooreddin: Maar je geeft aan, want als je zo'n als je bijvoorbeeld communiceert dat mensen dat je bepaalde dingen doet om het gezonder te maken, bijvoorbeeld het verbannen van taxi's en bussen dat soort dingen, het plaatsen van groen. Ehm.. he je gaf net aan met priming kan dus ook het tegenovergestelde natuurlijk ontstaan. Dus als jij tegen mensen gaat zeggen van nou hè, dan wordt hier bijvoorbeeld niet meer gerookt of zo, zou je dat dan in de communicatie moeten vermelden? want dat zou natuurlijk weer kunnen veroorzaken dat mensen dan toch weer de neiging hebben om juist wel...

Danny: Ik denk ik, als het een onderdeel is van een, een heel plan heb je ten eerste minder weerstand. Het is dus niet van he "Ik als roker, ik ben weer.. de.. paria, ofzo" he, ehm ehm "De slechterik" dan is het gewoon alles wat niet goed is voor de luchtkwaliteit hebben we gewoon hier verbannen daar is iedereen het mee eens, want iedereen voor schone lucht. En roken is daar een onderdeelje van. er ook hier zijn. Ik denk dan dat daar de focus niet zo hard op het roken komt te liggen ja, precies je aangeeft dat schone lucht, dat mensen dan misschien dan automatisch meer geneigd zijn hoe meer om dan bijvoorbeeld geen sigaret op te steken op die plek omdat dan..

Danny: Ja, dat die.. die..

Nooreddin: Dat niet die gewoon die schone lucht bevordert, maar dat je dan niet letterlijk benoemd van "Er wordt hier niet gerookt"

Danny: Nouja, je moet natuurlijk wel duidelijk zijn en wat je wil, want als je alleen maar zegt van: "nou, we willen hier schone lucht" ja, een roker steekt zijn sigaretje toch wel op, omdat de norm nog steeds is, je mag.. je mag.. op zo'n openbare plek, mag je roken

Nooreddin: Ja

Danny: Zeker als het strakt lekker weer wordt, iedereen mag weer naar buiten en je, en je hebt een paar biertjes op op het terrastje

Danny: En je loopt ondertussen dat plein weer op, dan denk je van "Hm, Ik steek ondertussen even een peukje op" ehm.. dus daar moet je kijken of je daar ehm, he dus je, je moet wel, je moet wel.. als je bepaald gedrag van mensen wil hebben, moet je wel expliciet zijn in wat je van ze wil..

Nooreddin: Ja

Danny: Ik denk in deze in deze context, is het goed om dat in een in een in een in een in een in een ander jasje te gieten, hè dat je heel wat communiceert van gezond en goed voor de lucht, daarom hebben we ook bomen geplaatst

De verbinding werd hierna verbroken, ik belde opnieuw.

Nooreddin: Je viel even weg hoor.. je viel even weg.

Danny: Ja, de verbinding viel even weg

Nooreddin: Ja, ik weet niet hoe, nou gek. Maar eh, je gaf aan dat dat bomen werden geplaatst.

Danny: Ahem, ja, precies. Dus je moet heel erg laten zien de norm hier is gezond en daar doen wij ook vanalles aan, namelijk door

Nooreddin: Ja

Danny: Door bepaalde voertuigen uit dit gebied te weren door bomen te planten en samen maken we hier iets moois van, een beetje zo'n soort verhaal. Ehm.. en dan wel een paar concrete dingen erbij noemen, daarom rijden hier geen brommers. Daarom wordt hier niet gerookt. Daarom puntje puntje, puntje.

Nooreddin: Ja

Danny: Dus je moet wel expliciet zijn in wat je van mensen wil. Alleen ik zou dus niet één ding alleen maar richten op het roken, als je daar rondloopt en je ziet alleen maar "Hé niet roken niet roken, niet roken, niet roken"

Nooreddin: Nee..

Danny: Dan eh..

Nooreddin: Nee, dat is ook niet het idee, het is inderdaad het idee dat eigenlijk eh.. ehh.. faciliteiten die daar komen in de fysieke omgeving, dat die onbewust mensen hun gedrag beïnvloeden. En eh dat is natuurlijk heel erg lastig. Eh alleen ja, inderdaad, het is niet de bedoeling dat daar heel eh.. eh heel groot met koeienletters komt. ehh Ja, dat weet ik veel, iets heel letterlijks dat het echte echt heel specifiek de richting gaat, van jij mag hier niet roken, want dat is in principe het vingertje wijzen wat de gemeente ook niet wil, die zegt van: he, roken.. het is legaal, de willen ook niet rokertje pesten of tegen hem zeggen van nou ja, jij doet iets wat wat niet mag hè, want dat zorgt inderdaad ook weer voor weerstand, wat je net ook al aangaf. Maar dat zijn wel eh.. leuke voorbeelden. Ik weet niet of jij ehm..

Danny: Ja, oh nee.. sorry..

Nooreddin: Ja met jou, ja, ik weet niet of jij misschien ook voorbeelden hebt van van hoe jij nudging hebt toegepast in de openbare ruimte, want je gaf wel al aan van nou, ik heb bijvoorbeeld met ehh met ehh citroen lucht ervoor gezorgd dat, ervoor gezorgd dat.. projecten zorgt dat ehm he ja, mensen dan met ehm.. dan de ruimte associëren met schoon en dat ze het daar ook schoon houden, heb jij als het gaat om gezond.. Dat is natuurlijk wel breed, maar kun je misschien voorbeelden noemen van hoe jij nudging hebt toegepast in je werk om ja ehh.. ja toch mensen en gezondere keuze te laten maken?

Danny: Ja, ik zou.. ik doe wel wat projecten.. (door elkaar heen?) ehh lopen een zelf vergeet ik ze ook altijd weer. En waar ik wel aan zat te denken wat je kan doen, is je zo'n grensovergang maakt

Nooreddin: Hmhm

Danny: Dat je zoiets aangeeft van hé op dit plijn wordt niet gerookt,

Nooreddin: Ja

Danny: Een duidelijke norm. Dus als je wil roken, doe dat hier dan even. He, dat is meer van kijk hoe aardig wij zijn, we attenderen er op dat het hier trouwens niet mag, maar als je het hier wil doen, doe het dan hier even, dus wij zeggen ook niet, niet dat jij hier mag roken,

Nooreddin: Hmhm

Danny: Dus als je wil roken, doe dat hier dan even.. dat kan hier dan nog. zodra je die grens over gaat is het gewoon eigenlijk een no go, weet je, dat doe je dan niet meer.

Nooreddin: Ja, precies, dus dat je wel een duidelijke afscheiding hebt van, hier wel en hier niet.

Danny: Ja precies, en het gaat echt niet zo zijn dat mensen dan in één keer massaal en eh, op die grens gaan staan roken en dat er dan opeens een soort van muur van rook daar om dat plein heen hangt, ehm, dat doen mensen ook niet zo snel weet je wel. En dan steken ze hooguit even die sigaretet snel nog op en dan eh.. vaak heftige rokers, dat zal nog wel meevallen. En ik weet natuurlijk niet wat het beleid dan is met terrasjes die eromheen komen te liggen,

Nooreddin: Nou ik ik ik ik beter zelf niet op op de terrasjes en de ondernemers, omdat dat echt weer een vak en een geval apart is en eh.. omwille de tijd van mijn onderzoek heb ik dat gewoon even buiten beschouwing gelaten. En focus ik me alleen op het plein,

Danny: Ja

Nooreddin: Maarja, wat je net aangaf, wij hebben in Groningen. Bij het UMCG, bij het universitair medisch centrum hebben wij het eerste in Nederland ehh geplaatste rookvrije gebied volgens de algemene plaatselijke verordening. Dus dat is ook echt dat het volgens ehh de wet en regelgeving dan op die plek niet mag om te roken en ook onder andere omdat daar gewoon patiënten met een infuus, en dokters met doktersjassen een eh.. verpleegster stonden te roken altijd, he dus die plek is wel rookvrij gemaakt en dat is dan ehh de eerste officiële echt in Nederland geplaatste APV. Alleen ja, je merkt wel dat dat er veel overlast is aan mensen die dan toch net buiten die zone gaan roken, hè van ja, daar mag het niet, dan ga ik er wel iets bij te staan en daar is dan weer heel veel overlast. Is dat natuurlijk ook weer lastig. Daar gaat mijn onderzoek wel weer minder over hoor, maarja, dat is natuurlijk wel een een bijkomend effect, wat wat wat.. wel kan ontstaan.

Danny: Ja, precies en kijk daarom vroeg ik het, eh, Ik denk dat weinig mensen echt de hele dag op dat plein gaan zitten het plein zal er waarschijnlijk zijn om heel even een pauze te houden of om even overheen te lopen. En de meeste mensen zullen toch uiteindelijk naar een terrasje gaan, kijk en als ze op dat terras gewoon kunnen gaan roken, dan zullen ze op dat plein echt geen sigaret opsteken, weet je wel even, is gewoon echt het uitstellen van ehh.. een.. een.. een sigaret en

Nooreddin: Ja, klopt

Danny: He, en eh.. wat je ook vaak ziet is, het is een goepscontext dat mensen heel veel meer. He, dat zou je ook moeten onderzoeken verder hoor, dat wordt nu natuurlijk een beetje lastig met die lockdown, maar ehm.. ehm er zullen weinig mensen zijn die echt zeggen, nou, ik loop effe weg uit de groep en die moet per se een sigaretje roken, want dan denk ik van "ja goed, dan wacht ik wel effe op een andere.. op een ander" Nouja goed.

Nooreddin: Ja, dat dat vraagt inderdaad wel verder onderzoek. Ik heb zelf dan eigenlijk geen hoe alhoewel observatie natuurlijk een hele mooie methode zou zijn, daar, op dat plein om te kijken hoe mensen ja, hoe ze daar komen en waarom ze roken. Met hoeveel mensen ze roken is misschien ook zelfs nog wel, interviews op het moment dat ze er zijn, nouja is nu natuurlijk lastig met met met de coronacrisis. Dus ik heb echt puur en alleen een enquête uitgezet om toch te proberen om die dingen te achterhalen, alhoewel dat natuurlijk wel lastig is omdat mensen uiteindelijk wel sociaal wenselijke antwoorden geven. Maar goed, dat is nou eenmaal ehh.. niet anders, maar dat kan dus, dat is zeker wel interessant hoor en dat bevestigt je daar ook mee, want ik ook eerder heb gehoord

ehm, ja.. dat het wel van belang is dat dat dat dat je onderzoekt of er mensen op die plek zelf zeg maar wat eh..

Danny: Heel belangrijk van zie je dat mensen effe gewoon.. he, mensen komen van een terrasje af gaan, gaan naar een volgende bestemming toe en roken tussendoor een sigaretje, he? of gaan ze echt effe lekker zitten daar zo. ehm..

Nooreddin: Ja

Danny: Dan kun je heel duidelijk zien waarom mensen roken, en ook in welke context is eh eh het in hun eentje? zijn er meerdere rokers? is het een groepje van alleen rokers dat zich afsplitst?

Nooreddin: He, dat zegt veel meer over de motivatoren van het gedrag. En dan kun je daar ook wat gericht op inzetten. Maar ik denk, ik denk ook roken is natuurlijk ook een.. ehm.. vrij breed iets.

Nooreddin: Ja

Danny: He, als in ehh.. eh.. ik denk dat je te maken hebt met een vrij .. ja.. ehm.. pluriform gedrag ofzo, er zullen mensen zijn die effe die tussendoor roken, er zullen mensen zijn die in groepjes zijn, ik denk dat dat zo divers is.

Nooreddin: Dat je veel beter eigenlijk kan inzetten op een bepaalde norm op dat plein, dat die omgeving ook moet communiceren van hé. Hier is het gezonde ehm..

Nooreddin: Ja, en wat bedoel je precies met pluriform gedrag?

Danny: Ja, ik bedoel ik bedoel ehm.. ik denk niet dat je zal zien dat er één type persoonlijen of een type reden is waarom ze daar roken, ik denk dat ehm, en zeker niet op een drukke dag als de horeca open is ook en alles, er zitten wat dronken mensen tussen, der zullen wat dagjes mensen zijn.. ehm.. wat stamgasten zijn die elke dag op het plein rondhangen.

Nooreddin: Ja

Danny: Een winkel publiek, weet ik het, dus dat. Zo veel door elkaar heen, met zo veel verschillende redenen om even een sigaretje te doen dat echt heel moeilijk is om daar specifiek op te interveniëren.

Nooreddin: Precies! en had je al wat voorbeelden gevonden in je cases? of..

Danny: We hebben een onderzoek gedaan voor de ANWB.

Nooreddin: Hmhm om je licht aan te zetten, dat was eigenlijk een vrij simpel onderzoek waarbij de kracht niet zozeer zat in de nudge zelf, maar in waar en wanneer je die prikkel geeft.

Nooreddin: Ja

Danny: Dat was een onderzoek om mensen te stimuleren om hun fietslicht aan te zetten. Nou, uit m'n onderzoek bleek de meeste mensen wel licht hebben maar gewoon niet aanzetten. Vergeten ze gewoon, doen ze niet, wat dan de reden dan ook is. Ehm daar zijn wij gaan kijken van ja, goed hoe kun je die mensen nou bereiken. Heel lastig natuurlijk. Het is bij gedragsverandering is het heel belangrijk dat je zo dicht mogelijk op het keuzemoment gaat zitten. Hoe meer tijd en ruimte er zit tussen. Hoe meer ruimte zit tussen je boodschap en het keuzemoment, hoe meer de boodschap afzwakt. Daarom is de campagne vaak ook vaak heel heel slap,

Nooreddin: Ja

Danny: Heel matig.

Nooreddin: He, dus je moet echt op het moment, als het gaat om roken bijvoorbeeld, zou je echt op het moment dat die mensen misschien wel ze zouden worden getriggered om die sigaret opsteken eigenlijk al daarvoor moet je eigenlijk al eh.. een nudge hebben uitgevoerd om het echt effectief te maken.

Danny: Ja. precies. Dus daarom moet je dan moet er al het plein iets gebeuren, en niet bijvoorbeeld een campagne doen. Of een of andere busadvertentie, dat soort dingen, en en, echt op het plein iets doen. Dus ook van nou goed. En bij de ANWB dachten we van nou, hoe kunnen we nou zo dicht

mogelijk op dat moment komen. Toen dachten we van nou, eigenlijk is dat vrij simpel: op de fiets.

Nooreddin: Ja

Danny: Dus we zijn op fietspaden, en met name dan bij ehm.. verkeerslichten, waar mensen stilstaan, hebben we een "tag" gebracht. Een hele simpele tag gewoon puur met met de tekst zet je licht aan, meer niet. Met een lampje erboven en een smiley erboven, he.. dat is natuurlijk gebiedende wijs, je wil natuurlijk ook niet dwingend overkomen, dus dan maak je er een smiley bij, dat klinkt heel kleuterig.

Nooreddin: Sorry, dat heb ik misschien niet helemaal meegekregen, waar had je die geplaatst? eh.. die eh tag met die smiley?

Danny: Nou, gewoon op een fietspad.. op een. eh. op een route. En dan met name bij verkeerslichten, want daar staan mensen stil. Dat is natuurlijk een mooie gelegenheid om een licht aan te doen en ehm

Nooreddin: Ja

Danny: En ehm.. ehm.. eigenlijk wat ik ook zeg, he, de boodschap moet vaak heel simpel zijn, zeker als je op de fiets zit, ben je helemaal niet gefocust op op op moeilijke berichten – want je bent op het verkeer aan het letten

Nooreddin: Ja

Danny: Ehm, en dat is sowieso bij gedragsverandering heel belangrijk en je moet altijd van uitgaan. Mensen hebben niet de mentale capaciteiten en motivatie om diep over jouw boodschap na te denken dus hou hem zo simpel mogelijk

Nooreddin: Het moet heel simpel zijn, ja

Danny: Wel, gewoon concreet wat je wil van mensen: zet je licht aan, meer niet, punt. en ehh.. mensen weten waarom dat belangrijk is dus dat hoeft je ook niet te gaan vertellen. Nou goed dat hebben gedaan.

Danny: Dan is dat in één oogopslag duidelijk is wat je van ze verwacht. Nou, zet je licht aan, doe dat op het moment dat ze het ook kunnen doen, dus als ze op de fiets zitten en even stilstaan voor een verkeerslicht, ehm, nou, dat hebben wij ehh met met met krijtverf hebben we die tekst aangebracht op fietspaden en daar hebben we gemeten hebben. En we hebben gezien dat er een stijging was van 30 procent in het aantal verlichtte fietsen met voor- en achterlicht.

Nooreddin: Ja, best wel een efficiënte campagne.

Danny: Ja precies en die is ehh.en die wordt nu elk jaar door de ANWB weer gedaan, die is inmiddels door heel Nederland,

Nooreddin: Ja!

Danny: Dus dat is wel heel gaaf, dat is vooral heel, dat is gewoon, een hele simpele, want kijk de nudge zelf is niet zo spannend, maar het gaat er om dat je hem op het juiste moment. Ehh. en het is een hele goedkope manier, want het is gewoon krijtverf, dat is, dat blijft een paar maanden erop zitten, en dat spoelt vanzelf weer weg.

Nooreddin: Hmhm

Danny: En wat de ANWB heeft gedaan, die heeft, ehh.. mallen, he spuitmalletjes, hebben ze uitgedeeld aan al hun leden, met een met een bus.

Nooreddin: Ja

Danny: Die mensen zijn overal in de wijk, zijn ze die tekst gaan zetten en echt met een enorm klein budget hebben zij door heel Nederland, die tekst kunnen zetten, dus dat was wel interessant. maar goed.

Nooreddin: Oke! Dat is wel interessant.

Danny: Ja, nou goed, dan hebben we pilot gedaan dus met geur dus waar ik net ook al zei

Nooreddin: Ja

Danny: Ja, we hebben iets gedaan op de markt in Den Haag, de haagse markt, een hele grote markt is dat. Op zich niet een heel spannend iets, want het is ook een beetje campagneachtig iets. Ehm.. waarvan je dadelijk heb gehaald. Heel erg gekeken naar wat communiceer je naar mensen en op welk moment om om mensen weerbaarder te maken tegen zakkenrollers. Wat je vaak ziet in de trand van boodschappen is ehh.. ehh. van "pas op, zakkenrollers!" Let op. Ja, wat, wat? Wat is dat, "let op!" wat moet ik dan doen? Opletten..

Nooreddin: Hmhmmm

Danny: Moet ik dan de hele tijd naar mijn tas kijken ofzo, wat.. wat wil je precies van mensen als je zegt "let op" terwijl je eigenlijk moet gaan kijken, van nou, wat is nou de concrete gedraging die je van mensen vraagt. Dat is dat ze hun portemonnee in hun binnenzak stoppen bijvoorbeeld. He, want ehm.. he heel veel mensen die hebben ja het of in hun achterzak zitten of los in de tas liggen.

Nooreddin: Ja

Danny: uiteindelijk hebben we gezeg van nou, we moeten kijken naar wat mensen dan wel moeten doen en heel concreet wat ze moeten doen he, stop je portemonnee in je binnenzak en hebben we ook nog gekeken naar een paar strategische punten, he de pinautomaten.

Nooreddin: Hmh

Danny: Dan staan mensen met een portemonnee in hun hand dan krijgen ze hun, hun geld ook, op dat punt worden overigens, ook dan wordt heel vaak worden worden pincodes afgekeken, kijk ehm, zakkenrollers waarbij je spullen wegstop. Daar hebben we een sticker naast de pinautomaat geplaatst met daarop inderdaad he, heb je zo meteen gepind? stop je geld veilig weg in je binnenzak.

Nooreddin: Ja, het is eigenlijk wat mensen wel moeten doen in plaats van alleen de tekst pas op: zakkenrollers, want mensen weten dan niet wat ze moeten doen.

Danny: Ja, ja precies,

Nooreddin: Of wat er precies van ze wordt verwacht. .

Danny: Ja, het enige wat je dan doen is angst aanjagen want "oh, jee shit, er zijn dus blijkbaar zakkenrollers en ik ben een potentieel slachtoffer oh shit en nu en nu?" en verder doe je niks, ehm en in onze communicatie hebben we niet ingezet op die zakkenrollers, hebben niks gezegd over zakkenrollen. We hebben alleen maar gezegd, hou je spullen veilig is, waardoor je dus ook primet op "veilig" op een veilig gevoel. En inderdaad gezegd wat ze wel moeten doen. Op het juiste moment, op het moment dat zij in hun portemonnee opbergen, gezegd berg hem even op een goeie plek op.

Nooreddin: Ja

Danny: En nog een kleine grappige nudge die we hadden gedaan, normaalgesproken ben ik niet zo'n fan van, van die laten we maar zeggen, die grappige nudges zoals de pianotrap

Nooreddin: Nee

Danny: Vaak zullen deze maar kortondig werken. Ehm maar op de markt hebben wij ehm, een nudge aangebracht bij de pinautomaat op de vloer, probleem dat je daar had, namelijk is als het druk was, dus op drukke warme dagen, was er een enorme opstopping rondom het pinautomaat rondom, rondom de pinautomaat, dus alle mensen stonden dan op de stoep, door elkaar heen

Nooreddin: Ja

Danny: en wat één doorgang belemmerde en twee: een ideaaaaale kans was voor zakkenrollers om natuurlijk heel dicht op de pinner te kunnen staan en te zien wat die, wat die aan het doen was, dus wat de pincode was of wat dan ook.

Nooreddin: Ja

Danny: Dus wat hebben wij toen gedaan, wij hebben een zebepad ehm achter de pinner langs getrokken laten we zo maar zeggen, Hè dus die die die die ja die in de looprichting van het pad was

geplaatst.

Nooreddin: Hmhm

Danny: Ehm en wat je dan ziet, is dat dat een automatische reactie ontstaat van mensen die achter het zebrapad blijven want een zebrapad daar ga je niet opstaan, hè, dat is een soort van aangeleerd gedrag wat we inmiddels hebben in Nederland.

Nooreddin: Ja

Danny: Iedereen die niet op een zebrapad gaat staan dus mensen blijven nog achter het zebrapad wachten

Nooreddin: Ja

Danny: Waardoor je dus automatisch ehm, afstand houdt tot de pinner en tegelijkertijd is de doorstroom goed, want mensen die dus over de stoep lopen, die kunnen gewoon met het zebrapad meelopen langs alle alle mensen die staan te wachten

Nooreddin: Ja, dat is wel een leuk voorbeeld ja

Danny: Daar staat dus een filmpje van op ehh.. onze website..

Nooreddin: Dat zal ik eens bekijken straks nar ons gesprek, want inderdaad ja, want je je noemde eigenlijk al dat zijn leuke, bijvoorbeeld, je noemde eigenlijk al van van je bent eigenlijk niet zo'n fan van die trap. Eigenlijk las ik ook op jullie website dat jullie zeiden van nou die die die pianotrap dus eigenlijk niet zo'n ehm, ja, eigenlijk niet zo'n effectieve manier van ehm, van nudgen omdat het maar kortstondig werkt. Ik heb eigenlijk, zeg maar een zelf, mijn in mijn onderzoek nudging onderverdeeld in een aantal heuristieken, he die had ik in mijn mail ook al benoemd en ik ben benieuwd per of per heuristiek of per ondedeel of jij vind dat die toepasbaar zijn op roken. Ja, in hoeverre je dat dan ook weet natuurlijk, want ik heb in eerste instantie de default, hè. Dat is in wezen eigenlijk ehh.. ehm de neiging om te kiezen voor een bepaalde toegewezen optie. Ja, ik weet niet of je hier bekend mee bent en of jij denkt dat die van toepassing zou kunnen zijn op roken?

Danny: Ja, ik ben met alle bekend, ja default, Ik weet niet precies hoe je die zou moeten toepassen hierzo. Kijk. Je zou eerder uit kunnen gaan van een norm. He dus de norm is gewoon van nou, je rookt niet, dat doen we hier gewoon niet.

Nooreddin: Hmhm

Danny: Ehm de default weet ik niet zo goed hoe je dat, ja mensen moeten niet per se een keuze maken, ja tussen wel en niet roken. Ja die, die het is niet roken, je moet actief kiezen voor wel ook mensen hebben, kijk mensen hebben zelf dat pakje in hun zak zitten en die kiezen er zelf voor of ze wel of niet gaan roken, default optie zie ik niet helemaal hoe je die kan toepassen..

Nooreddin: Nee, oké, duidelijk

Danny: En de beschikbaarheid, hoe zie je die voor je?

Nooreddin: Nou ja, beschikbaarheid zie ik als dat je een keuze baseert op informatie of optie die het meest beschikbaar is eh.. in je geheugen ehm..

Danny: Ja!

Nooreddin: Dus, ja ik ik, ik heb, ik werk, natuurlijk niet met met die heuristieken alleen ik ik ik doe. Ik moet wel kijken of ze toepasbaar zijn, misschien heb jij een voorbeeld van hoe dat ja.. hoe dat om van hoe je zeg, iets wat heel snel beschikbaar is in je geheugen. Hoe je dat, ja...

Danny: Ja, nouja kijk het probleem is – natuurlijk hebt hier niet te maken met twee keuzes die mensen moeten maken, ehm en kijk als je zegt van mensen moeten of een banaan kiezen of een twix

Nooreddin: Ja

Danny: Dan kan je inderdaad zorgen dat alles wat met gezond en met fruit en dat soort dingen te maken, kun je dan activeren en eh.. beschikbaar stellen aan mensen, dus dan zullen ze eerder die banaan kiezen. Maar hier kun je dat een beetje moeilijk doen. En het enige wat je kan doen is

gewoon telkens op die gezonde lucht op één of andere manier communiceren door die bomen door..

Nooreddin: Ja

Danny: Door dat te benadrukken op een positieve manier. Ehm, en dan zullen ze eerder daaraan denken en dus ook eerder bezwaard voelen als ze.. als ze een sigaret opsteken, maar op die manier, op die manier zie ik die beschikbaarheid niet echt voor me.

Nooreddin: Ja, en representativiteit?

Danny: Ja representativiteit, ja die vind ik ook lastig..

Nooreddin: Ja, dat heb opgeschreven als het maken van een inschatting ehh.. of iets of iemand tot een bepaalde categorie behoort, ehm..

Danny: Nouja, wat je wel kan doen nu ik zit te denken dat zijn ehm, hele leuke technieken, is de techniek, labeling of altercasting word het genoemd

Nooreddin: Ja

Danny: Daar zitten hele, hele kleine verschillen tussen dus die zou je even moeten opzoeken – eigenlijk heel simpel, je plakt mensen een label op, een positief label. en dan gaan ze zich daar naar gedragen.

Nooreddin: Ja

Danny: Want mensen hebben de stomme neiging om alles wat positief is aan zichzelf toe te schrijven, zelfs als ze het niet belangrijk vinden. Want als jij zegt "He, Jij bent toch zo en zo?" En positief dan dan in één keer vinden mensen het wel belangrijk.

Nooreddin: Ja

Danny: Dus als jij tegen mensen zegt: "jij bent echt iemand die ehm" ik noem maar wat he.. "geeft om anderen" of "geeft om kinderen" of "jij bent iemand die geeft om een gezonde leefomgeving"

Nooreddin: Ja...

Danny: Dus, rook je niet op dit plein. En dan denken mensen "Ja, tof, zo ben ik wel" "Ja, dat is typisch ik" "ja ik ik. Ik geef daarom. Ik heet inderdaad om een gezonde (kaft?)" he, en dat kun je dan doen door er een positief label op te plakken, he.. dus "jij bent toch dit" of "jij bent echt typisch zo" he.. "dan doe je dit" He, als gevolg daarvan, je kan het ook in een vraagstelling doen, eh "jij bent toch ook iemand die geeft om gezonde buiten kwaliteit?" of eh.. "luchtkwaliteit?"

Nooreddin: Ja..

Danny: En ehh.. of "de gezondheid van de mensen om je heen?" "Daarom steken wij op dit plein geen sigaret op" he, dat je zo'n soort ehm.. bericht geeft.

Nooreddin: Een positief label eraan geeft, ja..

Danny: Ja, ja.. precies. Mensen alijd ehm, da.. is.. e.. stomme ego van de mens, hè als je mensen met een positieve eigenschap, he dat je dat naar ze toeschrijft, ook als dat niet..helemaal niet bij die mensen past.

Nooreddin: Ja..

Danny: Dan zeggen ze ja...ja.. ja.. dat ben ik wel, ja ik vind gezond eten heel belangrijk. Je praat met iemand met obesitas en die zou ook ja zeggen weet je wel, dus ja.. ehm.. daar (??) werk wat probleem.

Nooreddin: Dat was labeling, wat bedoel je met altercasting? Is dat dan hetzelfde? of..

Danny: Ja, dat is een aanverwante techniek, meer krijgen zitten zitten wat structuur verschillen tussen die weet ik zo even niet uit m'n hoofd zo en ehm.. ehm.. wat je wel.. nog kan doen daarbij, dat hoort vooral bij, nou.. dat kan je wel doen.. als mensen zichzelf zien, worden ze zich heel erg bewust van zichzelf, en gaan ze eerder norm conform gedrag. Omdat ze zich dan opeens heel bewust zijn van zichzelf, in een bepaalde sociale context. He, en als je op dat moment ook nog een label opgeplakt, hè dan dan dan, projecteren ze ze letterlijk dat wat jij zegt op zichzelf.

Nooreddin: Ja

Danny: Dus als hij zichzelf hebben als ze dat plein opgaan, en ze zouden dan zichzelf bijvoorbeeld

zien in een spiegel waarbij staat van "ik geef om gezonde luchtkwaliteit"

Nooreddin: Ja..

Danny: "En daarom rook in niet" of weet ik veel wat he..Je moet even kijken hoe je dat dan.. precies gaat formuleren. maar projecteren of iets.. mensen projecteren. die eigenschap echt heel erg op zichzelf.

Nooreddin: Ja, dus als je er echt een spiegel neerhangt met de tekst daarboven" ik ik geef om" bijvoorbeeld "gezonde luchtkwaliteit" en dat dat ook dat ze dan in die spiegel kijken en dat ze dat dan associëren met zichzelf eigenlijk, denken van. "Nou ja, inderdaad, daar sta ik voor" ja precies ja

Danny: Ja precies

Nooreddin: Oké, het is wel een leuke voorbeeld inderdaad. Hadden we ehm.. hadden we anchoring al, had ik die al gevraagd?

Danny: Ehm.. nee. Anchoring is ook een lastige omdat dat..eh.. ja, ja, hoe je die kunt toepassen..

Nooreddin: Mmm ja, die heb ik opschrijven als de neiging om een inschatting te maken op basis van een willekeurig referentiepunt, of startwaarde, ja, maar er rinkelt bij jou niet een, twee, die een belletje of die kan worden toegepast voor het bevorderen van gezond gedrag.. of op roken. Ja.

Danny: Of je, dan krijg je een hele rare interventie, laten we zeggen. Dan krijg je zo iets van "De gemiddelde roker laat een uur tussen een sigaret zitten, dus steek er nu een op en dan kan je.. ja.. ja..

Nooreddin: Ja, haha dat wordt dan een beetje..

Danny: Dan heb je letterlijk een hele, hele vreemde keuze die mensen moeten maken.. dat is dan een ja/nee keuze van iets wat ze toch al doen, de default is "ik rook al" , "ik ga al een peuk opsteken" en daar moet je op een of andere manier van af zien te wijken..

Nooreddin: Ja

Danny: Die heuristieken hebben te maken met een bepaalde inschatting of een kansberekening van iets, en dat is natuurlijk niet aan de orde.

Nooreddin: Nee

Danny: Framen kan je wel heel veel mee doen.

Nooreddin: Hmhm

Danny: En ja, positief framen wat ik al zei.. niet zeggen wat mensen niet moeten doen, maar ehh.. zeggen wat ze wel moeten doen.

Nooreddin: Ja.

Danny: Eh.. in wat voor frame praat je over luchtkwaliteit, spreek je over gezondheid, spreek je over eehm een bepaalde norm, een moreel appèl, wat anders zou ik kunnen doen, maar framen kun je alle kanten mee op kening is gewoon puur in wat voor sausje giet ik de boodschap

Nooreddin: Ja

Danny: Ehm, nou.. sociale norm, zeker mee gaan werken. Dat is bij roken heel, heel, heel heel belangrijk, ehm.. het moet onwenselijk zijn wat jij doet. En het moet duidelijk zijn: andere mensen doen het ook niet. dus doe jij het ook niet. Dat is sowieso een hele sterke techniek om het gedrag te sturen, bij roken is dat dus heel belangrijk, zeker omdat je nu ook even duidelijk hele duidelijke verandering ziet ontstaan in die normen, je mag niet meer roken in de horeca

Nooreddin: Ja

Danny: Je mag niet meer roken op terrasjes volgens mij, he dat komt er ook langzaam in, op steeds meer plekken mag je niet meer roken. Wordt echt duidelijk van, wij als maatschappij accepteren het niet meer dat je overal staat te roken

Nooreddin: Ja

Danny: Enn dat is een hele belangrijke denk ik wel gewoon weet je wel voor het rookgedrag

Nooreddin: Precies, ja

Nooreddin: dat is ook zo, je hebt natuurlijk ook dat die sociale norm wat verschuift, vroeger was het misschien nog wel cooler om te roken, tegenwoordig wordt dat toch wat minder stoer en en.. cool

Danny: Ja, ja je bent toch een beetje een slapjanus als je rookt

Nooreddin: Ja, precies dat is inderdaad dus wel, en fun theory, he dat gaf je ook al aan dat.. eh.. want ik las ook op jullie website dat jullie aangaven van nou "wij vinden die pianotrap eigenlijk helemaal geen nudging" ehm, waarom, waarom vind je dat soort dingen niet ehm.. waarom vind je die dingen alleen maar effectief voor de korte termijn?

Danny: Ehm, ja, dat is dus een dingetje ehm, ehm. Heel kort nudging, is dus niets meer, want ik vind of je het boekje nudging ook echt heb gelezen, maar hè nudging.. is het toepassen van wetenschappelijke gedragsinzichten om praktische problemen op te lossen.

Nooreddin: Ja

Danny: Dat is uiteindelijk helemaal uit de hand gelopen met allerlei marketingbureau's die ermee aan de slag gingen en toen kreeg je dus een soort van misvatting dat gedrag in een keer leuk moet zijn en dat kreeg je dingen als de pianotrap, de pratende prullenbak, dat soort zaken.. nou dat werkt wel, want het is in één keer grappig he want als jij een keer in de efteling ben is het heel grappig om je afval in een keer in een holle bolle Gijs te gooien.

Nooreddin: Ja, want je maakt daardoor wel die goede keuze op.. he. Je gaat daardoor met de trap in plaats van de lift of je gooit iets in de prullenbak in plaats van op de grond.

Danny: Ja, precies. Dus het werkt wel. Alleen moet jij je effe indenken dat je dan holle bolle gijs voor je deur hebt staan.. of dat het hele stadscentrum volstaat met holle bolle gijsen, ehm.. op een drukke dag, dan wordt je knettergek, dan stomp je dat ding gewoon in een dag de grond uit..

Nooreddin: Ja, ja..

Danny: Zo'n pianotrap ook, als je daar voor je werk komt, en je loopt elke dag over die irritante klote trap tijdens spitsuur, dan wordt je knetterge van dat ding, dan ga je juist met de roltrap. Dat is het ding vaak met die filmpjes..

Nooreddin: Ja, precies volgens jou, zijn die langetermijneffecten niet duidelijk eigenlijk

Danny: Nouja, haha die zijn wel duidelijk, ze werken niet en vaak averechts.

Nooreddin: Hahah, ja oke..

Danny: En het is namelijk. Het zijn zijn dingen die leuk zijn voor een eenmalige keuze. Moet jij één keer een keus maken, dan werkt het heel goed om die keuze heel grappig te maken of aantrekkelijk en heel leuk, want je moet die keuze maar een keer maken en daarna is het klaar.

Nooreddin: Ja

Danny: Moet jij die keuze heel vaak maken, dan trekt het veel te veel aandacht, plus mensen zijn zich erh ook heel erg bewust van dan dat je ze aan het beïnvloeden bent. Dan moet je ook niet vergeten..

Nooreddin: Ja.. dan worden mensen beperkt in hun.. ehm.. gedrags.. of in hun keuzevrijheid, en dat is natuurlijk juist wat nudging vaak, wat wat.. niet niet de intentie is.

Danny: Nee, precies en dan zie je dat de weerstand ontstaat. Dus dat filmpje, het werkt wel, alleen vaak alleen maar voor hele specifieke gevallen, in een.. eh.. heb jij in een pretpark last van afval dan werkt een holle bolle Gijs. Kinderen vinden het grappig, die ouders vinden dat superleuk om de kinderen in één keer een blikje, in een keer in een of andere dikke vetzak gooien, dat is grappig, maar dat werkt niet in een binnenstad volstaat.. met met met schreeuwende prullenbakken, dan wordt je knettergek.

Nooreddin: Ja, je bedoelt eigenlijk van, zo'n nudge kun je eigenlijk ook niet makkelijk over of he.. klakkeloos overnemen van een plek andere plek, in eerste instantie als het gaat om fun theory. En ten tweede is het van belang dat.. je eigenlijk kijkt naar of ze er uiteindelijk wel ook op lange termijn

effectief zijn en of ze uiteindelijk niet alleen maar ehm, alleen maar ehm, weerstand gaan veroorzaken.

Danny: Ja, nouja, precies en dat is heel belangrijk. Ehm.. ehm.. hoe meer hoe, hoe meer emotionele waarde jij, ehm.. hoe zeg je dat, emotionele involvement krijgt met een nudge, hoe meer ehm.. neveneffecten er kunnen optreden, verveling of uiteindelijk boos worden of weet ik veel wat en dat is natuurlijk met die fun theory, er is een hele duidelijke involvement van de gebruiker

Nooreddin: Ja

Danny: Die zijn hè die die hebben echt een afkeer er tegen.. je moet ook niet vergeten: er zijn mensen die er een stronthekel aan hebben.. die...

De verbinding werd hierna verbroken, ik belde opnieuw.

Nooreddin: Hallo, hoor je mij? daar was ik weer.. ik weet niet wat er steeds mis gaat. Ik denk dat die app waarmee ik die ehh.. gesprekken opneem na een half uur automatisch deruit klappt..

Danny: Ja, dat denk ik ook..

Nooreddin: Maar goed, ik heb je gelukkig weer, ja, want je gaf aan dat sommige mensen misschien een schijthekel hebben aan en dat soort dingen dus dat je moet rekening moet houden met emotionele betrokkenheid bij bij dat soort.. de bij dat soort interventies.

Danny: Ja, ja, precies dus, het is de..de.. hoe meer je natuurlijk mensen echt actief bij gaat betrekken en hoe hoe meer emotie erbij komt, hoe groter de kans is dat het het gaat vervelen of dat het.. dat het backfiet.. Laten we zeggen hé, en daar is natuurlijk daar moet je mee oppassen.

Nooreddin: Ja

Danny: Terwijl zo'n nudge die wij hebben gemaakt voor de ANWB, het is een megasaaie nudge, he.. ik noem het maar even een nudge.. Het is gewoon een saaie tekst "Zet je licht aan" met een lachend gezichtje derbij, meer is het niet, Maar daarom juist

Nooreddin: Ja

Danny: Omdat die niet zoveel vraagt van mensen, het is gewoon een hele simpele, simpel que meer is het niet die op de juiste momenten terugkomt. En wij hebben nog eens het geluk gehad dat je kracht een herhaling hebt en dat die ook op veel punten terugkomt.

Nooreddin: Ja, ik heb zelf ook vaak gezien op op op op op op op fietspaden.

Danny: Ja, precies en en en daarom is die zo effectief, het vraagt niet veel van mensen en ze hoeven ook niet leuk vinden. Het is ook niet afhankelijk van smaak. Kijk zoals een piano trap, laat ik zeggen dat. Sommige mensen vinden het leuk, sommige mensen vinden het stom. Dat is humor, moet je ook mee oppassen. Als je humor gaat gebruiken ja, sommige mensen hebben gewoon een ander gevoel voor, humor en die ben je gewoon meteen kwijt al, terwijl "zet je licht aan" valt niet zoveel van te vinden. Het is gewoon is dat zet je licht aan, punt. Meer is het niet, mensen weten waarom het belangrijk is. Bijna iedereen is het daarmee eens.

Nooreddin: Hmhm

Danny: Dus, er valt weinig tegenin te brengen en daar moet je dus heel wat met met met een nudge mee oppassen, bijvoorbeeld hoe opvallender je hem gaat maken, hoe leuker ook, of hoe meer aandacht die trekt, hoe meer mensen zijn die ook een mening over kunnen vormen en er tegen kunnen zijn. Daarom daarom vind ik zelf nudging in de openbare ruimte heel interessant dat vind. En daarom vind ik dit vraagstuk interresant, omdat je.. die openbare ruimte zijn mensen helemaal niet mee bezig, hoeveel bomen er op straat staan.. Daar letten mensen niet bewust op een hele grote invloed op gedrag en ook onze ervaring hoe hoe bankjes zijn gepositioneerd of er ook fonteintjes staat, het enige wat mensen het enige wat mensen denken, is leuk plein of oh saai plein, niemand weet eigenlijk wat die factoren in de omgeving zijn

Nooreddin: Wat voor invloed ze hebben.. of.. ja..

Danny: Ja, precies en ehm.. ehm.. daarom is het ook zo krachtig. ehm.. ehm.. Ja, ja.

Nooreddin: Ja, precies dat is ook zo hoor, dat is ook heel eh prachtig, aan de andere kant ook lastig natuurlijk omdat je die die correlaties moet gaan vinden van wat drijft mensen nou zo'n bepaalde keuzes wel of niet te maken, en hoe? Hoe.. zijn die zaken in de omgeving dan op hun van invloed, ehm maar goed, ja, dat is in ieder geval voor mij wel interessant dat wat je aangaf, want die heuristieken en ook zeg maar die voorbeelden die je gaf van labeling en altercasting en hoe die sociale norm van belang is in deze kwestie, ehm.. eigenlijk terechtgekomen bij mijn mijn laatste vraag, en dat is ehm.. normaalgesproken als jij een opdracht aanneemt van van een van een klant. Ehh.. hoe pak je dat aan dat waar? Waar haal je meestal rekening mee als jij aan de slag gaat? Ik weet niet of jij een bepaalde checklist afgaat of dat je een vast plan aanhoudt.

Danny: Ja, ik ik, ik heb een vaste werkwijze. Eerste dingen is daar goed luisteren naar het probleem. Wat zijn dan ook de echte doelen waarvan je opdrachtgever? Want vaak zijn de dingen die tegen je zeggen niet uiteindelijk het uiteindelijke doel? Goed vragen wat is nou echt je doel? Dat klinkt nogal "obvious" natuurlijk, maar toch krijg ik opdrachten die uiteindelijk heel anders blijken te zitten omdat zij zelf al een een een stel.. stel in jouw geval zou bijvoorbeeld kunnen zijn eigenlijk interesseert het roken de gemeente niet zoveel maar gaat om de luchtkwaliteit.

Nooreddin: Mmm.

Danny: Nou, dan zou je bijvoorbeeld kunnen zeggen, nou goed dan gaan maar in ieder geval gefocust om op iets anders, wat eigenlijk veel meer impact heeft. Ik nou goed, dat is in jouw geval en het is meer om het even aan te tonen wat je daar moet doen, maar goed toch heel belangrijk dingen is. Vierde ding is ehh.. een opdrachtgever heeft altijd weet al precies wat er aan de hand is. Wat het probleem is – en hij heeft allerlei allerlei ehh.. allerlei aannames, altijd testen! negen van de tien keer, klopt een aanname niet. Is het ook niet gefundeerd of het is, en dat heeft te maken met dingen zoals representativiteitheuristiek, beschikbaarheidshEuristiek, ehm mensen die voor de gemeente werkt, die die werken vaak vanuit een probleem, hè dus die krijgen alleen maar informatie over een probleem. Zwerfafval in een park? we hebben heel veel zwerfafval: "parkbezoekers zijn asociaal"

Nooreddin: Ja..

Danny: Ga je in het park zitten? Zie je dat op ehh.. dat we echt een keertje onderzocht honderden mensen in een park keer een hele dag, en er zijn twee mensen die een appel laten liggen waarvan één iemand achter zijn kind aan moet rennen.

Nooreddin: Ja..

Danny: De rest van het afval is afval wat per ongeluk is weggewaaid..

Nooreddin: Ja precies,

Danny: Mensen zijn helemaal niet asociaal, terwijl de gemeente had destijds tegen ons gezegd: "Ja, we moeten ze maar eens billenkoek gaan geven die mensen, we moeten duidelijk maken dat ze zich niet zo asociaal moeten gedragen." En dat is dus helemaal niet het probleem. Dus. Het is altijd test je aannames en daarom moet je dus vooronderzoek gaan doen. Vooronderzoek kan uit verschillende dingen bestaan: Observaties is een hele goede hè, want dan kun je mensen natuurlijk de setting bekijken

Nooreddin: Ja

Danny: En dan kun je kun je best wel veel ehm, ehm.. van de motivatie uithalen.

Nooreddin: Hmhm..

Danny: Je kan een interview of vragenlijsten afnemen. Dat is heel erg geschikt om praktische belemmeringen te achterhalen, bijvoorbeeld als mensen zeggen: 'Ka ik gooi mijn afval gewoon op straat, want er zijn nergens prullenbak'. En dan kijk je om je heen en dan denk je: ach nee, inderdaad, of ze zitten altijd vol. Eh.. het is niet geschikt om een psychologische motivator te achterhalen. Dat komt omdat wij een mensen helemaal niet in staat zijn om eigenlijk te begrijpen waar eigenlijk ons gedrag vandaan komt. En mensen geven dus heel vaak sociaal wenselijke antwoorden

Danny: Ja

Danny: Dus, is niet echt echt meer psychologische motivatoren achterhalen... ja, ja, een interview of een vragenlijst is daar niet voor geschikt.

Nooreddin: Nee, dan zou je echt moeten gaan observeren.

Danny: Ja, precies je hebt nog allerlei andere methodes, je hebt allerlei psychologische test nog gaan doen, maar dat is en dan krijg je meer lab setting dat dat een heel ander verhaal kan in sommige opdrachten wel. Ehm, ik heb namelijk ooit een keer een opdracht gedaan voor de buitenruimte. Ehm, daar hadden we ooit het idee om een 3D-simulatie te maken van de.. ehm.. en dat had te maken met routing hé. Dus: hoe lopen mensen in bepaald gebied in en waar lopen ze naar toe?

Nooreddin: Ja

Danny: Toen dacht ik van, dan kunnen we bijvoorbeeld een 3D-simulatie maken. Mensen laten rondlopen in verschillende, he, in je omgeving, met verschillende aanpassingen, kijken wat ze doen.

Nooreddin: Ja.

Danny: Was was het budget helaas niet naar.. ehm, ehm.. maar goed hè, dus je hebt ook allerlei andere technieken.

Nooreddin: Want hoe gaf je dat aan? Dat.. dat die term waarvan je zegt, maar dat is wat lastiger?

Danny: Ehm...

Nooreddin: Want jee zei: ehm, lab, ehm.. want je zei als je dat toepast, dan dan.. is dat wat..

Danny: Ja, je hebt allerlei psychologische testen, dus die je in het lab kan. Doe jij bijvoorbeeld onbewuste associaties achterhalen kan je een "IET" doen een 'implicite association task', dan is ..dat is iets waarbij mensen ja ga.. ga ik je niet mee lastigvallen, maar dan moeten mensen heel snel reageren op bepaalde woorden die ze zien..

Nooreddin: Ja

Danny: ..en uit die reactietijd kun jij bepalen of er een sterke of zwakke associatie is tussen twee dingen ehm,

Nooreddin: Oke, oke..

Danny: En dat zijn associaties die mensen op bewust niveau niet hebben. Ze hebben dat bijvoorbeeld ook gebruikt om in impliciete racisme te meten, en er waren mensen – die waren expliciet heel erg niet racistisch, maar impliciet zag je toch dat ze dan ehm.. slechte eigenschappen, en dat dat dat de reactietijd tussen bijvoorbeeld donkere personen en eh.. slechte eigenschappen... Die reactie dus was veel korter dan tussen positieve eigenschappen en donkere personen. En dat betekent dat ons brein dus langer over die informatie moet doen omdat die die associatie tussen die concepten minder of meer ook ook juist wel sterker is.

Nooreddin: Jaja

Danny: En daarmee kun je allerlei impliciete associaties achterhalen. Maar goed, dat is allemaal niet relevant denk ik.. voor dit.

Nooreddin: Dat is best wel een diepe, diepe, psychologisch onderzoek inderdaad, denk ik voor faci.. voor mijn onderzoek iets minder van toepassing, maar het klinkt wel heel interessant, want ehm.. ja, inderdaad wat mensen zeggen en wat mensen doen, wat je eerder ook al noemde, denk ik dat dit een hele goeie methode is om die verschillen daartussen eigenlijk eh.. ja te bewijzen eigenlijk he want mensen zich aan de ene kant van nee, ik heb geen voorkeur voor een ehh.. een bepaalde kleur en de andere kant zie je toch wel dat hun brein misschien ehm.. ja bepaald negatieve zaken, wel sneller associeert met met hun huidskleur ofzo.

Danny: Nou ja precies, en het heeft natuurlijk ook te maken met hoe ons brein werkt. Ons brein is namelijk heel slecht in het onthouden of.. in in het waarderen van informatie "is het goede of slechte informatie?" En "wie is de bron?" om ons brein is.. is net als een computer, die legt gewoon vast. Ik zie een nieuwsbericht, ehm.. zwart persoon doet dit.. ehm, een zwart persoon heeft een negatief iets gedaan. Hop, en dat gaat gewoon op de harddrive en zo verzamelt een brein, informatie.

Nooreddin: Ja

Danny: En uiteindelijk denkt ie.. het brein weet het niet meer op het nou, of we het eens zijn met die informatie, of dat die informatie van onbetrouwbare bron komt, ehh. of wat dan ook, het is gewoon puur informatie die eh.. he ze gewoon associatie die die die telkens ontstaat door wat wij zien, en dan kunnen we misschien op bewust niveau mee oneens zijn. Maar onbewust is toch die associatie gelegd, maar goed, dat maakt allemaal niet uit.

Nooreddin: Nou ja, dat is wel interessant, maar je ziet ook dat bij mensen natuurlijk bijvoorbeeld heel recent voorbeeld over dat de de de correlatie tussen coronavirus en 5G masten, haha, daar moest ik zelf wel heel erg om lachen, alleen ik verbaas me wel hoeveel mensen daar ehm.. in dat in dat neppe nieuws eigenlijk geloofde, terwijl ze, terwijl ik dan denk ik van ja check effe je bronnen, als je een klein beetje kijkt van: "waar komt dat vandaan?" Dan zie je dat dat helemaal niet gebaseerd is op wetenschappelijk onderzoek of wat dan ook.

Danny: Ja, precies.

Nooreddin: Maar goed, mensen horen dat zo vaak en ja uiteindelijk gaan ze het gewoon geloven.

Danny: Ja, ja ja.. het 'mere-exposure effect' heb je ook.. dat betekent dat als je mensen heel vaak een stimulus eh aanbiedt. Hé dus hetzelfde een stukje informatie telkens opnieuw aanbiedt zie je ook dat mensen na een tijdje gewoon in gaan geloven of dat in ieder geval prettiger gaan vinden.

Nooreddin: Ja

Danny: Dat is natuurlijk ook een deel wat je bij marketing ziet, he als wij heel vaak een reclame zien van dat mag gaan automatisch ook wel vanuit dat het een goed product is. Want ja, we zijn er bekend mee en voelen om daar op één of andere manier prettig bij, want zoek in reclames bepaalde bepaalde gevoelens koppelen aan een aan een product of een merk dus dat we een positieve associatie krijgen met een merk. Dat merk wordt heel vaak gezien als iemand in de winkel en daar koppelen we allerlei positieve eigenschappen aan, terwijl.. dat weet je helemaal niet want je hebt het product helemaal niet geprobeerd. Je hebt je reclame gezien.. dat zegt helemaal niks over de kwaliteit van een product.

Nooreddin: Nee, nouja, wat minder toepassing op roken natuurlijk hè, omdat we wel weten dat roken slecht is en eh.. haha.. mensen niet zozeer zullen zeggen van nou "roken is zo slecht nog niet" Maar ehm..

Danny: Nee

Nooreddin: Ja, oké, dat is inderdaad wel een leuk voorbeeld. ehm..

Danny: Ja, het is dus dat, en verder heb je dan nog, als vooronderzoek heb je dan, ehm.. je kan ook nog bepaalde analyses gaan doen heb heeft te maken met ehm.. met OV ook met file rijders. Dan kun je reizigersinformatie gaan analyseren ehm. Bij een afval-project kun je gewoon vuilniszakken opentrekken en gaan kijken wat voor afval he.. wat voor afval liggen in de bak. Welk afval vinden we erbuiten ehm, ja met roken wordt dat effe iets lastiger..

Nooreddin: En in dit geval is het lastig, want, op de grote markt, op dit moment ehm.. wordt er niks gedaan aan ontmoediging.. de markt is leeg..

Danny: Normaal.

Nooreddin: Er is niet echt een huidige situatie, hè der worden natuurlijk wel de campagnes uitgevoerd door de overheid alleen maar onderzoek is echt nieuw terrein, dus dan maakt het ook lastig om, ja, te gaan kijken wat het huidige situatie van ontmoediging van roken daar, dus dat dat is niet echt mogelijk dan natuurlijk wel gedrag proberen te achterhalen wat ik in ieder geval nu heb gedaan, is met een enquête, dat probeer ik dan ja, in ieder geval bij rookvrije zones, hè, want die zijn heel veel, probeer ik in ieder geval te achterhalen. Wat zijn daar gewoon die effecten? En ja, hoe? Hoe vinden mensen dat dat dat bepaalde zaken specifiek genoemd dan uit de omgeving, invloed dan uitoefenen op wel of niet de keuze te maken om te roken? Nou ja, inderdaad minder goed dan observatie, maar op die manier inderdaad zal dat misschien een beetje hetzelfde zijn als wat jij in je proces doet, maar na een analyse voordat je inderdaad ehh.. bezig gaat met met een advies of wat

dan ook op een conclusie.

Danny: Ja, precies je moet altijd vooronderzoek doen, ook omdat het heel veel inzicht geven in welke technieken of welke mogelijkheden je eigenlijk voor interventies. Soms kom je er gewoon heel duidelijk achter van oké, flauw voorbeeld. Eigenlijk loopt 90 procent van de mensen niet via de hoofdingang het park binnen, maar via een één of andere zij ingang. Dat zou je daar eigenlijk een interventie moeten gaan doen en he.. niet alles te gaan te gaan doen om bij de hoofdingang bijvoorbeeld zulk soort zoeken.

Nooreddin: Ja,

Danny: En ook bijvoorbeeld als rokers allemaal al rokend binnenkomen? of steken ze op het plein een sigaret op? of komen ze van terrasjes af en gaan ze dan roken? Dat heeft natuurlijk heel veel aanknopingspunten voor uiteindelijk natuurlijk de oplossing. Moet je iets gaan doen voordat mensen het plein op komen moeten doen? Op natuurlijk op het plein? moet je al die horeca, dat misschien ook, jij zegt dan op het plein maar stel, nou dat 90 procent van rokers van een terrasje afkomt en dan gaan roken.. vermoedt overigens wel dat dat ook niet zo is, hoor maar stel dat de situatie zou zijn, dan weet je: oké, misschien moet ik iets bij die horecaondernemers gaan doen.

Nooreddin: Ja, precies ja, zoals ik zei, dat is inderdaad wel wat wat minder waar ik me dan een focus alleen het is wel van belang omdat die horeca daar natuurlijk zit dus wat je zegt klopt. Het is eigenlijk wel van belang om te weten of mensen nou eh van tevoren al beginnen met roken of van een terrasje afkomen, dan gaan roken, of alleen roken als ze ook op de markt zijn of he.. en dat dient dan eigenlijk onderzocht worden door of observatie of natuurlijk die mensen gewoon vragen van hé, wat was nou voor jou de aanleiding om op dat moment.. Ja.. die sigaret op te steken, bijvoorbeeld.

Danny: Ja, ja, precies

Nooreddin: Oké. Dus jij doet.. even kijken.. jouw proces is dan in ieder geval een instantie goed luisteren naar de opdrachtgever. Dan ga je testen. Je doet vervolgens een analyse verder.

Danny: Ja, dat is vooronderzoek. Dan heb je dus heel duidelijk van oké: welke gedragsfactoren spelen wat zijn de oorzaken en welke aanknopingspunten heb ik voor een interventie? Dus omgevingsanalyse daarin is ook heel belangrijk? Hoe ziet die fysieke omgeving er dan uit? Ehm.. Dat kun je bijvoorbeeld ook zien welke triggers zijn er.. kijk stel dat jij op het plein al 8 tabaks-shops heb zitten met een groot uithangbord van Marlboro en weet ik het allemaal. He, dan weet je ook dat is natuurlijk een enorme trigger voor mensen om te gaan roken,

Nooreddin: Ja

Danny: Of als er overal asbakken staan. ja, dan weet je ook dat dat nodigt alleen maar uit..

Nooreddin: Ja, precies.

Danny: He, dus een omgevingsanalyse hoort er ook nog bij, nou als je dat allemaal duidelijk hebt gemaakt, dan ga je gewoon concepten ontwikkelen. Op dat moment ga je pas, ehm.. strategieën zoeken, hè dus dus bepaalde psychologische principes. Ehm.. en dan ga je kijken van: Hoe kan ik zo'n psychologische techniek, nou omzetten in een in een interventie?

Nooreddin: Hmhm..

Danny: Dan dan ga je ook pas je medium kiezen. Ga ik doen in de straatmeubilair. Ga ik een postercampagne doen. Ga ik dus vloerstickers aanbrengen, weet ik veel wat, want dan weet je, ehm.. wat je moet doen, bijvoorbeeld op een specifieke plek of moeten we een hele hele plein gaan aankleden? Wat moeten we nou precies gaan doen? Ja, en dan ga je het implementeren en meten. Meten is altijd belangrijk om voor en een nameting gaan doen. Dus voordat je hele interventie implementeert, ga je al eh.. enkele tijd meten en het is afhankelijk van welk gedrag je meet, hoelang je dat meet.

Nooreddin: Ja

Danny: Nou, in jouw geval. zullen genoeg mensen roken, dus ik denk dat je met een paar dagen heb je al genoeg informatie om een betrouwbare meting te doen,

Nooreddin: Ja

Danny: En ehm ook altijd het échte gedrag meten, je moet dus niet aan mensen gaan vragen ehh.. wat ze doen, je moet altijd het directe gedrag meten wat je wil meten, in jouw geval is dat makkelijk want je hoeft alleen maar te gaan observeren en kijken hoeveel mensen roken. Ehm dat kan misschien niet voor het hele plein, maar dan kun je bepaalde vlakken aanwijzingen, je kan zeggen Nou, ik heb drie vlakken en daar ga ik observeren,

Nooreddin: Ja

Danny: Gewoon turven, hoeveel mensen roken, hoeveel mensen niet, dus je moet ook meten hoeveel mensen er niet roken, dan kun je de verhouding berekenen en het kan best zijn dat het misschien in je nametingen minder mensen roken, maar als er ook minder mensen op het plein waren – dan heeft dat.. eh.. dan is de verhouding misschien nog steeds hetzelfde, snap je?

Nooreddin: Ja

Danny: Dus ehm.. nou goed, hè voor-meting doen, jouw interventie implementeren, dan doe je na meting. Die kan je dan met elkaar vergelijken en als je het echt goed wil opzetten, ga je op een andere klein in Groningen, diezelfde meting doen, alleen zonder zonder interventies. Dan kan je kijken, is daar ook een verschil plaatsvinden inhoudend, dat daar evenveel mensen roken in de na-meting als in de voor-meting waarin jouw interventie niet, he, dus op Grote Markt zie ik dat niet gebeuren.

Nooreddin: Hmhm

Danny: Dan kun je met redelijk veel zekerheid zeggen dat dat hoogstwaarschijnlijk komt door jouw interventie

Nooreddin: Ja, precies dan kun je dat in ieder geval aannemelijk maken. Als je het vergelijkt met een andere locatie.

Danny: Ja, ja, ja en nou goed wij doen daar echt statistische test op, hè, dus dat je echt statistisch significante effecten kan berekenen

Nooreddin: Hmhm..

Danny: En dan ja, goed, dan is het gewoon afronden. Dan is het inderdaad een eindrapport schrijven met aanbevelingen. Soms moet je zegt van nou, er is verder onderzoek nodig of implementeer her meteen, het is zo overtuigend

Nooreddin: Ja, precies

Danny: Of maak ik nog wat aanpassingen hier en daar ja " we zagen dat dat dat een bepaald deel slecht werd ontvangen" Of weet ik veel wat, he.. nou ja goed.

Nooreddin: Zijn er nog verdere onderzoeken nodig...

Danny: Ja.

Nooreddin: Wel, interessant is eigenlijk wel een beetje de bijna hetzelfde als hoe dat bij mij op de opleiding wordt aangeleerd. Als je een opdracht aanneemt, nou wel grappig. Inderdaad, om te weten hoe jij in de ehm, zo'n proces doorloopt en hoe je komt tot een uiteindelijk advies. Ehm, ja.. ik denk dat ik eigenlijk weet wat ik van tevoren wou weten, Ik weet niet. Mijn laatste puntje is: heb je verder nog kijkende naar mijn onderzoek en de vraagstelling en het ontmoedigen van roken en de fysieke omgeving. Heb jij misschien nog tips of zeg je van nou, denk hier nog aan of dit is van belang of, neem dit mee?

Danny: Ja, ik heb wat ik net al zat te denken. Jij doet natuurlijk een vooronderzoek en ik weet niet precies wat je er precies allemaal in vraagt, maar soms kun jij uit zo'n enquête bepaalde bevindingen halen die je kan gebruiken, weer in je interventie stel nou ik, ik weet niet precies waar je om hebt gevraagd hoor, maar stel nou, dat uit jouw enquête, blijkt dat heel veel mensen, Ik noem het maar weer hoor die schone lucht belangrijk vinden,

Nooreddin: Hmhm

Danny: Dan kun je dat gebruiken in je interventie, dan kan je zeggen van nou, he, uit het onderzoek

blijkt dat 86 procent van de Groningers graag een gezonde binnenstad willen hebben.

Nooreddin: Ja

Danny: Daarom hebben wij dit plein helemaal vergroend, goed, hè? Het enige wat we van jou vragen is dat je niet rookt, dan heb ik meteen ehh.. en daar heb je, en je maakt gebruik van de sociale norm, dus je legt ook sociale druk op de roker van hé. Iedereen vindt dit, je bent wel een beetje aso, dat impliceer je dan als je gaat roken hier, tweede ding wat ik zei dat is het reciprociteitsprincipe of wederkerigheid.

Nooreddin: Hmhmm

Danny: Eigenlijk voor wat, hoort wat om het effe heel flauw te zeggen, maar het is eh.. wij hebben ervoor gezorgd dat jullie als Groninger willen jullie allemaal een.. een.. schoon plein, hebben wij voor gezorgd, goed hè? Het enige wat we van van jou vragen is dat je daar dan niet gaat roken.. nou, goeie deal.

Nooreddin: Ja, dus eigenlijk je geeft iets, maar je verwacht dan ook dat dat dat men daar dan iets voor terugdoet, dus het wederkerigheid principe ja..

Danny: Ja, ik weet niet of jij bekend met met Cialdini?

Nooreddin: Nee, nee..dat zeg mij niks

Danny: Oké, dat is een auteur die ik zes basisprincipes voor gedragsbeïnvloeding beschreven. Dr zijn er veel meer, maar een goed startpunt, spel je als c, i, a, l, d, i, n, i

Nooreddin: i, n, i, Cialdini, ja

Danny: Die ja eh.. het boek heet gewoon invloed of influence, ligt eraan welke versie je koopt. Er staan 6 principes in en volgens mij heeft de nieuwste uitgave zelfs zeven..

Nooreddin: Ja

Danny: Zijn een paar hele robuuste beïnvloedingsstrategieën, heel kort boekje, ik denk ook iets van 100 pagina's of zelfs minder zelfs of 90.

Nooreddin: Ja.

Danny: En, en misschien ook wel leuk om te lezen en dat het best wel wat inzicht geven al in in gedrag en gedragsverandering.

Nooreddin: Hmhmm, oke leuk! Ik zal even kijken of ik die op de kop kan tikken, Cialdini.

Danny: En wat je kan doen, is een paar simpele dingetjes opzoeken, ook over verslavingsgedrag. Ehm, wat ik namelijk, ik heb laatst een stuk eh.. een boek gelezen, ook over verslavingsgedrag dan in de context van smartphone, dat we zo verslaagd zijn aan die smartphone, heeft te maken met allerlei ehm.. ehm.. eh.. ja die auteur, die heeft het geschreven vanuit een verslavingsoogpunt die heeft gezegd: nee, al apps en al die dingen op je telefoon, die hebben allemaal dezelfde construct als dat je bij verslavingsgedrag ziet en hij heeft telkens parallellen getrokken met met met met roken met ehm.. met drugsverslaving nou gameverslaving, dat soort dingen

Nooreddin: Ja

Danny: En daar kwamen uiteindelijk ook wel een aantal interessante dingen naar voren – bijvoorbeeld dat verslaving vaak heel erg context afhankelijk is, dat dan op zich kunnen we nog relatief makkelijk van de verslaving af worden geholpen, vaak omdat ze uit hun.. bijvoorbeeld als ik in eh.. in therapie ga

Nooreddin: Ja

Danny: Dan komen ze in een de andere omgeving, leren ze nieuw gedrag aan, niks meer aan de hand. Vervolgens gaan ze terug naar hun oude context, naar een oude omgeving, en bam.. het is weer terug

Danny: Ja

Danny: En ik weet niet – ja.. ehh.. het is misschien interessant om daar gewoon een paar kleine dingetjes over te lezen, dat je ook een beetje het gevoel hebt van, die verslavingscomponent van roken, die is al lastig maar...

Nooredin: Ja, precies en dat is natuurlijk wel van belang, ja, precies ja, inderdaad. Dat psychologische aspect is voor mij natuurlijk wat wat minder hè. Ik heb me daar wel het één en ander in ingelezen natuurlijk omdat bij ja, nudgen het natuurlijk lastig, is om dat rokers verslaafd zijn en verslaving komt dan weer voort uit allerlei, inderdaad context, factoren, sociale omgeving, ehh.. psychologische factoren, erfelijkheid eh.. weet ik het allemaal, vrienden en familie, he en dat is dus en dat dat is inderdaad ook lastig, hè. En ehm.. ja, dat is zeker een goeie tipik ga het meenemen, ik ga even kijken of ik dat boek over verslavingsgedrag, heb je daar een tip voor voor een boek, of?

Danny: Ja, het boek wat ik heb gelezen heet, volgens mij "superverslavend" dat is dan de Nederlandse vertaling. Even kijken van wie die is. Sowieso wel een leuk boek om te lezen.

Nooredin: Ja, superverslavend..

Danny: Op de voorkant staat een chocoladereep waar een smartphone uitkomt op basis van chocola.

Nooredin: Ohja, even kijken.. volgens mij... Ik zie een boek van.. Adam Alter.. waarom smartphones, apps en sociale media zo verslavend zijn..

Danny: Ja, ja..

Nooredin: Oké, dat is wel interessant.

Danny: Ja, en er zullen ook wel andere boeken zijn hoor en kijk ik, ik weet niet hoe snel jij leest, maar... eh..

Nooredin: Ik kan even kijken of ik hem kan vinden

Danny: Ja, het is sowieso wel interessant.. maar het is inderdaad wat jij zegt, het is bij roken, heb je, heb je, al die contextfactoren, hè. Je hebt erfelijkheid, kan je niks aan doen. Ehm, he.. maar wel, familie en vrienden kun je ook niet zoveel doen, maar wel ook een maatschappelijke context. Daar kun je natuurlijk wel op inspelen en dat soort dingen..

Nooredin: Daarom, en het is kleine gedeelte dat ik inderdaad er probeer er uit te vissen en hoe toch, ondanks al die dingen, hoe toch daar die omgeving die toch die fysieke omgeving ook wel zorgen dat mensen ieder geval die plek.. eh.. of in ieder geval op niet op dat moment eventjes niet roken. En ja, die verslaving gaat natuurlijk veel dieper en dat vergt natuurlijk ehh.. een hele andere tak van sport dan mijn facilitaire en bedrijfskundige inzicht om het zo maar te zeggen, haha..

Danny: Maar daarom zou ik het wel, ik zou het vooral richten op het uitstellen van roken, of in ieder geval, stoppen met roken dat is helemaal niet je opdracht, gewoon zorg ervoor dat ze het daar niet doen..

Nooredin: Precies, nou, dat is inderdaad ook mijn insteek.

Danny: Ja, precies, dan heb je een meerjarenplan en uiteindelijk doen ze het zo ver buiten de stad of toch uiteindelijk in de weilanden gaan roken..

Nooredin: Hahaha, uiteindelijk, inderdaad, en dan wordt het zo ver weg gedrukt dat mensen buiten de.. buiten de.. binnenstad moet gaan staan omm te kunnen roken en op die manier aan bannen we het langzaamaan, langzaam maar zeker wel uit

Danny: Ja precies, dus ehm..

Nooredin: Nouja, top.. heel erg dedankt voor je tips

Danny: Ik weet niet in hoeverre jij bekend bent met de omgevingspsychologie, je hebt ook een een.. bureau in Nederland dat bezig is met omgevingspsychologie

Nooredin: Ehm.. ja? ehm.. wat eh.. waar doel je op?

Danny: Ja, ik, ik weet effe niet meer hoe ze heten.

Nooredin: Ik heb al wel een gesprek gehad met een met een eh.. omgevings.. eh.. met een bedrijf die omgevingspsychologie doet, "DNB" die zit in Nijmegen.

Danny: Ja, ja, klopt ja, ja, ja.

Nooredin: Ja, je hebt ook eh.. "duwtje" bijvoorbeeld. Omgevingspsycholoog.nl ja, ik heb er

meerdere partijen wel eh.. wel benaderd, maar ehm..

Danny: Je hebt (Novi morens?) nog en en (chips?), die zijn allemaal van dezelfde knie, komen allemaal uit Nijmegen.

Nooreddin: Novi morens zei je, en?

Danny: Ja, Shift, ja, die komen allemaal een beetje, die komen, wij komen allemaal van van de Nijmeegse school af laten we maar zeggen

Nooreddin: Ja

Danny: Dus, dan zou je veel van dezelfde antwoorden krijgen..

Nooreddin: Ja, ja..

Danny: Maar je hebt ook even kijken.. volgens mij de omgevingspsycholoog heet die gewoon, even kijken of dat die is hoor..

Nooreddin: Ja, die heb ik al benaderd, dat is Joren van Dijk van omgevingspsycholoog.. tenminste.. dat dan de website.

Danny: Oke, ja, ja.

Nooreddin: Maar die kon mij wat minder vertellen over het toepassen op roken en ehh.. dus dat eh..

Danny: weinig.. of

Nooreddin: Ja, nee, die komt mij niet niet helpen met mijn onderzoek, die zei van "nou ja, ik ik, ik zou niet weten hoe ga je midden in de literatuur moeten zoeken" en dergelijke, die deed wat minder met het toepassen op gezondheid.

Danny: Ja, precies maar dat is dus ook weer net hoe je de insteekt, en ehm.. dat is natuurlijk wel iets wat belangrijk is bij zo'n project. Ehm, jouw opdracht is roken, maar dat betekent niet per sé dat je alleen maar in die rook.. framing moet blijven. Wat ik zeg, kijk als je, als je ook dingen kan vinden met ehm.. als je meer gaat zitten op die die gezonde beleving, wat zorgt ervoor dat mensen ehh.. in een gebied als gezond en prettig en weet ik veel wat ervaren.

Nooreddin: Ja..

Danny: Dan kom je wel weer raak ehm, dan raak je wel veel meer, ehh.. aan zijn brein

Nooreddin: Ja, precies Ja, ik, ik krijg ik in ieder geval mijn.. Ik doe een internationale benchmark, he, waarbij ik aan het kijken ben naar wat andere landen doen om eh om om roken te ontmoedigen. En daarbij betrek ik het wel iets breder, omdat het natuurlijk eigenlijk niet mogelijk is om te kijken wat de landen alleen maar doen in die fysieke omgeving, op een plein om mensen te ontmoedigen. Want ja, dat is.. daar is specifiek, is wel gewoon weinig van bekend. Als het gaat om de beschikbare literatuur, overheidspublicaties en dat soort dingen dus bedankt voor die tip in ieder geval hoor, het is inderdaad wel wat ik eh.. wat ik een beetje doe, eigenlijk.

Danny: Ja, nou top! Want is het idee de de de schrijf jij zometeen alleen een advies of mag jij ook echt gaan testen en echt gaan uitvoeren?

Nooreddin: Nee, ik ga echt alleen het advies op strategisch niveau geven, dus ehm.. ik ga echt alleen aangeven van nou ja, op basis van mijn onderzoek met interviews met m'n benchmark, met enquêtes is eruit gekomen dat dit en dit en dit en dit, daaruit vloeit dus een advies voort, maar ik ga niet ook specifiek ook kijken naar hoe dat dan specifiek zo'n, ehm.. zo'n nudge.. ik ga niet uitvoeren, ik ga hem ook niet testen. Dat is iets voor de gemeente zelf, of voor vervolgonderzoek om dat te doen.

De verbinding werd hierna verbroken, ik belde opnieuw.

Danny: Ja

Nooreddin: Hij viel weer even weg, haha.. ik weet niet wat je hebt meegekregen. Alleen ik gaf dus aan van, ehm.. ik probeer het dus alleen te formuleren op strategisch niveau, en daarbij ehm.. geef ik gewoon een een advies op basis van mijn resultaten uit m'n interviews uit m'n benchmark, uit mijn enquête en uit mijn ehm.. deskresearch.

Danny: Ja

Nooreddin: Dus uiteindelijk, he, de implementatie of he.. het testen van van bepaalde zaken, dat is dat is, dat is verder niet, dat valt buiten mijn ehm..Mijn onderzoek

Danny: Ja precies ja, oké nou.. tof!

Nooreddin: Maar ik wil jou graag heel erg bedanken, ehm, Danny, ik ben heel blij dat je me wou helpen

Danny: Ja

Nooreddin: Ja, en ik hou je wel even op de hoogte van de voortgang van ehm.. voor mijn project als uiteindelijk misschien wat leuks uitkomt kan. Ik zal ik even kijken, misschien het één en ander kan toesturen. Het is wel een vertourwelijk rapport, maar ehm.. misschien kan ik het dan toch even naar je mailen als ik klaar ben, maar ik ben heel erg dat je, dat je me wou helpen en je hebt me in ieder geval ruim voldoende info gegeven

Danny: Top, nou.. goed om te horen!

Nooreddin: Ik denk dat ik jou, gewoon heel veel succes ga wensen ook met je baan ook straks ehh.. bij je nieuwe werkgever.

Danny: Dank je wel, komt helemaal goed

Nooreddin: Ik zou zeggen blijf gezond en ehh.. in ieder geval nog een fijne dag en nog een fijn weekend!

Danny: Ja, top dankjewel, jij ook!

Nooreddin: Jo, heel erg bedankt he

Danny: Succes man!

Nooreddin: Dankje, hoihoi

Bijlage 9: Transscript interview Paul van der Bosch & Gijs Hoogwerf

Nooreddin: Om even te starten, hebben jullie er problemen mee als ik het gesprek even opneem?

Gijs: Wat mij betreft niet hoor.

Nooreddin: Het blijft overigens gewoon vertrouwelijk voor de gemeente, dus het zal verder niet naar buiten toe worden gepubliceerd. Welkom! Fijn dat jullie even tijd konden vrijmaken. Ik had jullie via de mail al even kort uitgelegd wat ik doe voor onderzoek. Ik ben dus de studenten aan de Hanzehogeschool en daar bij Bureau NoorderRuimte met een heel onderzoeksteam en dan doen we voor de gemeente, dus als externe opdrachtgever onderzoek naar, een gezonde rookvrije stad. Dat doe ik met twee andere groepsleden. Zo doen we ook andere projecten, bijvoorbeeld voetgangersvriendelijkheid. Maar ik houd mij dus bezig met rookvrij, en daarbij heb ik mij gefocust op de Grote Markt onder andere, dus voor het project waar jullie ook mee bezig zijn. Dus ook leuk om jullie even te spreken. Ik studeer dus Facilitair Management, dus ik richt me wel vooral op de faciliteiten die er dus komen. Daarbij voeg ik dus Nudging toe en andere theorieën en uitgangspunten uit de omgevingspsychologie om daarvan de mogelijkheden eigenlijk te exploreren, omdat het wettelijk gezien niet echt haalbaar is van zo'n plein of een openbare ruimte echt een rookvrije zone te maken. Dus vandaar een beetje mijn onderzoek. Is het helder? Hebben jullie daar misschien in het begin al vragen over?

Gijs: Ik heb is de eerste vraag: Wat is jouw naam eigenlijk? Want ik hoorde net Hamel, maar volgens mij is dat je achternaam of niet?

Nooreddin: Hamel is mijn achternaam. Ik heet Nooreddin.

Gijs: Oke, welkom. Je hebt het over Nudging. En gaat het echt specifiek over jou onderzoek en specifiek over roken?

Nooreddin: Mijn onderzoek gaat echt specifiek over roken inderdaad. Dat klopt. En Nudging inderdaad, omdat we dus niet de juridische instrumentarium is om dingen te bieden of wat dan ook. Dus ik wil echt kijken van: Hoe kunnen mensen dus op een onbewuste manier toch worden ontmoedigd om daar op dat plein toch die sigaret op steken? Het gaat niet om mensen te laten stoppen, want het gaat natuurlijk om een verslaving in de kern bij dit probleem. En dat is niet zozeer iets waar ik een oplossing voor probeer te vinden. Het is meer in het kader van natuurlijk het project van de overheid: Rookvrije generatie. Om straks naar de samenleving toe te gaan waarin mensen niet roken. En daarom probeer ik dat dus inderdaad met elkaar samen te voegen eigenlijk.

Paul: En je zegt van: Ik ben met een team bezig voor de gemeente Groningen. Kun je daar nog iets meer over vertellen?

Nooreddin: Met z'n drieën zitten wij inderdaad in een projectteam, waarbij één iemand zich wat meer focus op het UMCG. Weer een hele andere tak van sport. Ik focus mij echt op de Grote Markt en Nudging en de openbare ruimte. En mijn derde groepsgeenoot die focus zich meer op jongeren en op middelbare scholen en hoe het daar kan worden ontmoedigd. Bij jongeren begint het natuurlijk op jonge leeftijd. Daarom moet je dan al bezig zijn met ontmoedigen en dat soort dingen.

Gijs: En toen dacht jullie van nou laten we meteen maar een hoge ambitie pakken, we pakken de Grote Markt om daar ook mee aan de slag te gaan?

Nooreddin: We zijn echt uitgedaagd om zelf het richting en handen en voeten te geven. In principe gewoon de uitdaging van nou: Dit willen we, kijk zelf hoe je dat vorm wil geven. En dit is inderdaad wel heel hoog gegrepen. Get is ook niet zozeer dat dat direct allemaal toegepast moet worden. Het is eigenlijk meer ook onderzoekend en explorerend, de eerste stappen zetten naar, zodat er vervolgens ook kan worden gaan kijken hoe dat misschien op andere plekken kan worden toegepast of wat dan ook. Alleen omdat er dus een herinrichting plaatsvindt, is het dus leuk om daar een advies op te geven, omdat er natuurlijk straks een nieuwe situatie komt. Voor mij is het leuk om een uitdaging te

nemen van: Hoe kan dat onderdeel ontmoedigen van roken en gezonde stad, hoe kan dat daar een rol in spelen?

Gijs: En richten jullie je dan op echt de openbare ruimte exclusief de terrassen van ondernemers, zoals de Drie Gezusters, of wil je dat er ook in meenemen?

Nooreddin: Nee, ik laat in dit onderzoek in ieder geval de ondernemers buiten beschouwing, omdat het echt weer een hele andere tak van sport is. Omwille van de tijd bericht ik alleen op het plein en straks misschien iets uitgebreider natuurlijk, omdat die busbaan daar gaat verdwijnen. Maar echt alleen het plein van de markt zelf, dus daarin laat ik ondernemers buiten beschouwing.

Paul: Dus echt de openbare ruimte?

Nooreddin: Echt de openbare ruimte, ja.

Paul: Oké, en je hebt een aantal vragen?

Nooreddin: Ja, ik heb een aantal vragen inderdaad. Ik ben zelf bezig geweest met een enquête onder de bevolking zelf om te kijken: Wat zijn de effecten van rookvrije zones? Want er zijn natuurlijk een heleboel rookvrije zones, zoals de sportvereniging, het UMCG, et cetera. Dus ik ben aan het kijken wat mensen daarvan vinden en wat de effecten daarvan zijn en wat mensen vinden van het idee om dit soort zaken, zoals Nudging en dingen uit de omgeving psychologie, toe te passen in openbare ruimte. Daarnaast voer ik een benchmark uit en kijk ik ook naar wat andere landen doen voor ontmoediging in openbare ruimte. En inderdaad zo ben ik ook bij jullie aangekomen, om natuurlijk een beetje te kijken van: Hoe gaat het met het project? Wat is de stand van zaken? In eerste instantie ben ik even benieuwd naar wat jullie doen? Want ik weet dat jullie natuurlijk bezig zijn met project van de Grote Markt. Ik geloof dat Paul wat meer bezig is dan Gijs? Maar misschien kunnen jullie even kort vertellen wat jullie verantwoordelijkheid is en wat jullie rol is hierin?

Paul: Gijs wil jij beginnen?

Gijs: Ja, dat is prima. Ik ben projectmanager bij de gemeente Groningen bij afdeling stadsontwikkeling en ik ben onderdeel van het projectteam 'Mijn Grote Markt', herinrichting van de Grote Markt. En in het projectteam richt ik mij vooral op analyse, dus van: Hoe wordt de Grote Markt op dit moment beleefd? Maar ook: Hoe wordt dat de toekomst beleefd? Dus wat willen de bewoners, de inwoners, de gebruikers van de Grote Markt. Wat verwachten zij van de nieuwe Grote Markt. Daarnaast ben ik ook bezig met de verkeerssystemen. En daar kijk ik in mij van hoe dat in de toekomst eruit komt te zien rond de Grote Markt. Waar we trouwens ook aan het denken zijn: Hoe kunnen we Nudging gebruiken om fietsers een andere route te laten nemen, dus daar ben ik geïnteresseerd in. En voor de rest ondersteun ik Paul, die eigenlijk in dit geval de projectleider is voor de Grote Markt. Dus ik geef nu het stokje over aan Paul.

Paul: Goede uitgebreide toelichting, waardevol voor het projectteam van Gijs. Ik ben Paul van de Was, projectleider en projectmanager voor de herinrichting van de Grote Markt. Ik heb het stokje overgenomen van de programmamanager die dat tot twee maanden geleden deed. En hij gaat zelf ook weg, dat is Kevin van Osnabrugge, daar heb je volgens mij contract mee gezocht. En die heeft het naar mij doorverwezen. Ik ben als projectmanager verantwoordelijk voor het totale proces om ervoor te zorgen dat we de goede dingen op de goede momenten doen. We hebben een team, waar behalve Gijs, ook stedenbouwkundige ontwerpers, verkeerskundige projectondersteuners in zitten. En samen zorgen wij ervoor, tenminste dat is aan ons de taak, om ervoor te zorgen dat we een goed plan maken voor de herinrichting. We zijn op dit moment bezig met voorbereidingen voor een programma van eisen. Dat is allemaal de eerste stap die we moeten doen, voordat we ook echt naar een ontwerp kunnen. En voor het.. de Grote Markt hebben we wel gezegd van: We willen een programma van eisen, waarin we ook al sturen op het ontwerp. Dus niet alleen maar van: Kijk, zo ziet de ondergrond eruit en daar kan wel een boom, maar we willen ook alvast wat aangeven over waarvan wij denken dat in de basis ook groen een plek zou kunnen krijgen of waar fietsers langs zouden moeten. En dan is het volgens zaak om een ontwerp te maken wat daar op voortborduurt en

wat ook echt concreet een plaatje gaat opleveren. Nou, dat zal waarschijnlijk pas volgend jaar gaan gebeuren, want we hebben echt deze periode wel nodig, dit jaar, om het programma van eisen een goede manier vorm te geven. Zeker omdat het plein dan een plek is waar heel veel samenkomt. Zoals je begrijpt is het een centrale plek en alles wat je daar doet heeft effect op heel veel andere dingen. Dus dat moeten we allemaal goed in beeld brengen. Gezondheid is een thema wat wel raakt aan waar we mee bezig gaan, in die zin dat we als het gaat om het plein, willen inzetten op een plein waar het verblijf gewoon heel prettig is. Waar mensen elkaar kunnen ontmoeten, waar levendigheid is, ook klimaat en groen krijgt daar een plek in. Dus er zitten allemaal raakvlakken in die te maken hebben met gedrag van mensen. Roken is niet het eerste waar je dan aan denkt, maar uiteindelijk wel een onderwerp natuurlijk waar we ook mee te maken kunnen gaan krijgen.

Nooreddin: Oke, dank je wel. Inderdaad echt wel een uitdaging. Want je noemde er zelf ook al: Er komen heel veel mensen. Ik las ook dat jullie doelgroep voor het project 8 tot 88 is. Nou ja, dat is natuurlijk heel lastig om daar echt specifiek natuurlijk eisen voor op te stellen, maar wel heel interessant inderdaad. Ja want ik hoorde je al wat zeggen van: We zijn nu bezig met het programma van eisen. Dat duurt sowieso nog wel een jaar voordat je dat echt rond hebt en dat je dus echt een bureau kan gaan inschakelen, zoals ik las op het projectruimte voor jou, op de website. Dat je daar echt een bureau voor kan gaan inschakelen voor het ontwerp. Even in een notendop, kun je misschien uitleggen wat de kritische succesfactoren zijn? Of waar zaken zijn waar jullie echt rekening mee houden aangaande het project?

Paul: We hebben natuurlijk twee hele belangrijke documenten die de basisvormen waarmee wij die herinrichting op aangaan. Dat is de bestemming binnenstad als visie op hoe we de binnenstad zien. In die visie zit bijvoorbeeld ook het feit dat de bussen uiteindelijk van de Grote Markt gaan verdwijnen. In die visie zit ook dat we ruimte willen maken. We hebben ook die campagne 'Ruimte voor jou' op basis daarvan gemaakt. Waarin we willen benadrukken dat we bezig zijn om die binnenstad aantrekkelijk te houden, maar ook in de toekomst aantrekkelijker te maken waar het nodig is. En ook bereikbaar en toegankelijk. En dat is dan tegelijkertijd linkje naar 8 tot 88, eigenlijk komt het erop neer dat we zeggen: Iedereen die de binnenstad wil bezoeken, moet dat op een goede manier kunnen doen. Daar moet ook ruimte voor zijn, daar moet de binnenstad voor zijn ingericht. Nou dan is volgens de vraag: Hoe doe je dat dan? En dan komt het tweede document om de hoek kijken. En dat is de leidraad. Ik weet niet of je die kent? Een leidraad nieuwe stadswijk, die staat ook wel op de website. Dat is eigenlijk een soort basis voor de inrichting voor de binnenstad. Waarin we zeggen: Oké, als je een straat hebt, dan heb je verschillende typen straten. En dat kan bijvoorbeeld een fietsstraat zijn, of een leefstraat, of een doorstromingsstraat. Aan de westkant hebben we de Astraat en Brugstraat al heringericht. En gaan we dat nu ook aan de oostkant doen. En de Sint Jansstraat hebben we ook al in de afhang meegenomen. En die leidraad geeft wel richting aan waaraan de inrichting van de openbare ruimte in de basis moet voldoen. Dat is altijd maatwerk, maar in de basis. Maar de Grote Markt is daar dan weer benoemd als een speciale stadsruimte. Wat betekent dat we het gewoon een aparte plek. Daar heb je gewoon een eigen en aparte aanpak voor nodig. Dus die uitwerking zijn we nu aan het doen en daarvoor hebben we gezegd van: Goh, als we het dan hebben over de Grote Markt, wat is dan onze ambitie? Wat kenmerkt nou uiteindelijk ontwerpt wat we daar willen realiseren. Want daarvoor hebben de zogenaamde 'big five' beschreven. Die big vijf die bestaat eigenlijk uit vijf hoofd ambities. Één is dat het het centrale plein moet zijn, het moet wel die betekenis krijgen die het heeft, echt als het plein van.. van Groningen. Nu is het nog veel te veel een plein waar mensen langsgaan, langskomen, maar niet zozeer naar toe gaan. Tenzij je op het terras wil zitten bij de Drie Gezusters. Of tot voor kort bij het informatiecentrum, maar verder is dat niet echt een bestemming. Dat zit heel erg ook in de betekenis die aan het plein wordt toegekend. Het heeft ook de connectie met de cultuurhistorie en het erfgoed wat daar zit. Dat willen we nadrukkelijk naar voren halen. Tegelijkertijd hebben vanuit

die visie bestemming binnenstad gezegd: de voetganger op één. Dat is dan de tweede hoofdambitie. Dat betekent dat de voetganger daar echt letterlijk goed uit de voeten moet kunnen. Nou, de bussen gaan daar weg, dus we krijgen sowieso de situatie waarin we daar meer ruimte creëren. Maar goed, nog steeds het komt daar wel veel samen en hoe doe je dat dan? En één van de vragen die daarbij ook een rol speelt is: En als we een voetganger hebben, wat doen we dan met fietsers? En wat doen we met een taxi? En wat doen we met laden en lossen en al dat soort dingen? Dat is tweede het tweede vraagstuk. Derde is dat we zeggen: We willen een levendig plein. Er moet wat gebeuren, er moet wat te doen zijn, er moet gelegenheid zijn om elkaar te ontmoeten. En dat is dan het vierde. Nou die zit heel dicht tegen elkaar. Levendig kun je ook denken aan evenementen. Er moeten evenementen op kunnen plaatsvinden, zoals kermis, Noorderslag. Daar heb ik van de week nog een gesprek mee gehad. Dus er moet van alles mogelijk zijn en het moet bruisen.

Gijs: En dat dus 24 uur per dag. Dus niet alleen overdag, maar ook 's avonds, dat je het gevoel hebt van: Het is niet een doods plein, er gebeurt hier wat. En of dat nou door de horeca komt of een supermarkt die tot in de avond open is. Als er maar is reuring is.

Paul: Precies. En dat zit dus ook heel dicht tegen het de vierde punt aan van ontmoetingsplein. Want we hebben gezegd: We willen een plek zijn waar je inderdaad naar toe kan gaan om elkaar te treffen, te ontmoeten. Er moet gelegenheid zijn en het moet gefaciliteerd worden. Bijvoorbeeld er moeten zitjes zijn. Die ontbreken nu grotendeels, tenzij je commercieel gaat zitten op het terras. We willen iets doen met spelen, zodat het ook voor kinderen aantrekkelijk is om daar zijn. We willen misschien te doen met water en dat heeft ook met die levendigheid en variëteit op dat plein te maken, dus heel veel dingen tegelijk op dat plein. En dat moet allemaal plek hebben. En het vijfde punt is dan dat het klimaat robuust plein moet zijn. Dat betekent aan de ene kant heel erg gericht op duurzaamheid. Dan kun je denken aan waterafvoer of regenwater of zorgen dat de temperatuur in de binnenstad adaptief is naar het klimaat. Maar er zit ook in aspect in van vergroening, wat dan ook door heel snel stadjes wordt aangegeven: Wij vinden het belangrijk dat de klein wat meer groen komt. Dat geeft gezelligheid en meer intimiteit. Dus dat zit met name in die in dat laatste punt. Nou dat is even zo die vijf hoofdthema's. We zijn op dit moment die vijf hoofdthema aan het uitwerken en dat levert een aantal varianten en keuzemogelijkheden op. Waarover we het gesprek aangaan natuurlijk met het eigen bestuur maar ook met de stad. We gaan ook wat dingen nog op straat proberen, dis de bedoeling. Gewoon wat experimenteren met fietsroutes bijvoorbeeld of met zitten. Dus mogelijkheden om niet commercieel te zitten. Dat gaan we allemaal het komende half jaar doen. En je zei: We hebben daar nog een jaar voor. Dat is niet helemaal waar, want het is inmiddels bijna mei. We willen eind dit jaar eigenlijk wel dat programma van eisen hebben.

Nooreddin: Oké, interessant. Want inderdaad die big five zegt eigenlijk al best wel veel concreets over wat je in dat programma van eisen wil hebben staan. Daar moet je misschien alleen nog een concretere invulling aan geven? Is het wel al bekend dat je sowieso groen, water, zitplek, faciliteiten voor kinderen. is het dan wel al met zekerheid te zeggen dat het er komt? Of in een bepaalde vorm?

Paul: Ja, ik denk dat we met zekerheid kunnen zeggen dat al die verschillende dingen er komen. Het is alleen nog heel even de vraag van: Waar kan het? En wat betekent dat voor andere dingen die we willen? En hoe kunnen we al die dingen worden samengevoegd, zodat het uiteindelijk een plein wordt, wat ook echt tegemoet komt aan die feiten. En niet individueel, maar moet eigenlijk een soort synergie zijn. Het moet uiteindelijk een meerwaarde hebben in het totale.

Gijs: Je kunt ook zaken combineren, bijvoorbeeld water en spelen. Dat kun je ook heel goed combineren en misschien nog wel meerdere dingen kun je combineren. En dat is ook wel waar we naar op zoek zijn: Hoe kun je het eigenlijk zo inrichten dat ook het 24 uur per dag, vier seizoenen lang je uitnodigt om er te komen. En dan ga je ook meer in de psychologie en gedrag van: Hoe kun je voor zorgen dat de inrichting echt uitnodigt om er naartoe te komen? En ik kan me voorstellen in de winter dan staat het minder interessant als dat het 30 graden is. Dat is dan wel de zoektocht. Dus klopt, die

big five die geeft wel richting aan, alleen hoe het precies wordt ingevuld? Dat is nog even de vraag. En we maken wel eens de vergelijking: we hebben de ingrediënten, alleen hoeveel gram van iets en wanneer we die gaan mixen, dat weten we nog niet.

Nooreddin: Precies.

Paul: Maar het is wel goed voor jou om te weten dat we heel erg zit te denken aan, juist om al die dingen dat samen moeten komen. Om in het midden van het plein ook echte ruimte te houden voor evenementen. En dat betekent dat je het daar ook toch uiteindelijk niet vol kan zetten met bomen.

Nooreddin: Daar zat ik ook gelijk aan te denken inderdaad. Als er zoveel komt te staan, dan moet er natuurlijk ook wel een Noorderslag kunnen komen.

Paul: Precies. En misschien voor jou onderzoek is het goed om te weten dat onze gedachten op dit moment uitgaan naar eigenlijk rondom het plein gewoon een rand te maken. En die die rand hebben we een, dat is de gedachte zoals die nu is, we weten niet of het zo wordt, maar dat is zoals het nu is, hebben we een soort onderverdeling vanaf de gevel gezien. Dan heb je eerst twee meter wat echt hoort bij het gebouw. Er kan een uithangbord staan of daar kan een klein terrasje met twee stoelen staan of zo. Dan hebben we een.. een stuk, dat noemen we de comfortzone, waarin de mensen kunnen lopen. Eigenlijk gewoon een trottoir, om het simpel te zeggen. Dus dat kan gewoon een meter of vijf, zes zijn, waarin we zeggen, want die ruimte willen we altijd houden als basis. Daar waar het kan, ook omdat bijvoorbeeld bij evenementen zouden er eventueel ook hulpverleningsdiensten doorheen moet kunnen en dat soort zaken. En dan hebben we een.. een strook van ongeveer zes meter en dat zou op sommige plekken drie kunnen zijn, op andere plekken tien, dat weten nog niet precies, maar in principe is op basis van een strook. Die noemen we de mixed zone en in die mixed zone daar zit dan, afhankelijk van de plek op het plein, zitten daar functies in. Om een simpel voorbeeld geven: Bij de Grote Griet en de Drie Gezusters is het meest waarschijnlijke dat het voor het grootste gedeelte commercieel terras is. Maar als je in de overkant van het plein gaan kijken, dan heb je de ABN AMRO bank. Daar heb je eigenlijk alle ruimte als je ook zo'n zelfde strook aanlegt om daar veel meer te doen met water of met spelen of met bankjes. En wij willen eigenlijk overal zo'n mix hebben. En dat betekent dat we dus ook daar waar het vooral primair commercieel zitten is, daar zullen toch ook dingen in zitten van groen en van een bankje of een speelaanleiding. Dus dat is eigenlijk in de basis waar we aan zit te denken en hoe we dat precies invullen, dat weten we nog niet.

Nooreddin: Want je gaf wel aan van: Nou, we willen inderdaad een.. een stukje overhouden waar bijvoorbeeld een ambulance of een brandweer nog wel langs kan. Nou ja, goed die busbaan verdwijnt. Wordt die straat echt een geheel met de markt? Dus die stoep, het trottoir en wat nu de busbaan is en wat nu de markt is. Lopen dat in stenen echt in elkaar over? Of zal er nog wel een soort weg zijn voor bestemmingsverkeer?

Paul: Nee, want waar we wel voor moeten zorgen is dat fietsers het plein goed kunnen oversteken. En ik kan me ook voorstellen dat er voor laden en lossen ruimte moet zijn, maar dat zou niet meer in de vorm zijn zoals dat nu is. Dat zal niet meer herkennen zijn, dus die weg zoals die er nu ligt, die zal je niet meer terugzien.

Nooreddin: Nee, precies. Dus het zal wel echt zijn dat die wat meer zich over een plein zullen bewegen en hetzelfde geldt voor fietsers. Want we bannen fietsers straks niet helemaal uit van de Grote Markt, maar dat zal wel een beetje misschien dan richting opgave zijn van het shared space wat er nu ook al te zien is in de Brugstraat en dergelijke?

Paul: Ja, daar kan Gijs misschien wel over vertellen?

Gijs: Het is inderdaad heel waardevol dat we die bussen weghalen. Daardoor kun je het asfalt dat nu nodig is voor de bussen kun je verwijderen. En die kans hadden we ook in de Brugstraat en dat hebben we nu kunnen herinrichten zonder asfalt maar met klinkers, waardoor het eindelijk één ruimte wordt. En in de Brugstraat hebben we heel duidelijk nog wel een rijbaan, maar het om de hoek met een [onhoorbaar] is dat niet het geval. En vooral bij de kerk heb je eigenlijk alleen klinkers.

Dat wil niet zeggen dat we dat ook gaan doen bij de Grote Markt. Misschien wordt het meer een mix van Brugstraat en [onhoorbaar], we weten dat nog niet. Maar daar is wel dat asfalt en de mono gedachten van: Oké, deze ruimte is alleen bedoeld voor autoverkeer en voor bussen, dat gaat weg. Wij gaan er wel min of meer vanuit dat het ongelijkvloerse wordt, dus dat het één ruimte wordt. Misschien dat toch wel met belijning of met andere methodes toch wel wat besturen, want fietsers die zullen waarschijnlijk toch op de Grote Markt blijven. Dat je dan toch maar een soort begeleiding gaat krijgen, maar dan kun je eventueel op een rij met een bankje of een bomenrij of wat dan ook. En dat is ook de vraag die ik had van Nudging: Wat kun je daar allemaal mee doen? En liever willen we op die manier het gedrag gaan beïnvloeden dan dat met borden gaan werken of met asfalt of wat dan ook. Want we willen juist een multifunctioneel plein hebben. Dus wat Paul ook aangaf, bij een evenement dan wil je ook de ruimte gebruiken waar dan normaalgesproken een terras staat of wat dan ook. Dus daar zijn we nog naar op zoek en dat wordt ook wel een uitdaging voor de ontwerper. Hoe kan je het zo voor elkaar krijgen dat het gedrag zo wordt, dat ze niet meer over het plein gaan fietsen of de fietsen op de Grote Markt gaan stallen, zoals nu het geval is.

Nooreddin: Precies. En ik denk dat Nudging daar echt wel een heel interessant inzicht in kan geven. Want ik heb wel met verschillende omgevingspsychologen en experts van Nudging gesproken en het is toch inderdaad dat mensen zeker in de openbare ruimte, toch niet echt positief reageren als het gaat om onbewust gedrag, wanneer je met een vingertje gaat wijzen of mensen dingen gaat verbieden. Zeggen wat niet moet. Maar Nudging focust zich vooral op hoe je mensen onbewust een keuze wel kan laten maken. Een keuze waarvan wij zeggen: Nou, dat is een keuze die we willen dat ze maken. Dat is het interessante inderdaad ook daaraan. Kijk jij op dit moment alleen naar hoe, even gekeken naar Nudging, alleen naar hoe fietsers straks daar op die Grote Markt kunnen genudgd of trek je dat breder?

Gijs: Op dit moment is de grootste uitdaging wel de fietsers. En daar zit niet alleen in het stallen van een fiets, wat nu natuurlijk heel erg en gebeurt, natuurlijk maar ook van: Hoe kun je voorkomen dat fietsers een richting in gaan, waar je het liever niet wil? Bijvoorbeeld tussen beide markten. Daar mag je niet fietsen, maar hoe zorg je dat straks met de nieuwe inrichting Grote Markt, dat ook niet gaat gebeuren? Dat zien wij nu al echt als een grote opgave. Ik kan me ook voorstellen voor de terrassen, dat je dat ook gaat toepassen. Van: hoe kun je voorkomen dat een ondernemer toch extra rijen van stoelen gaat neerzetten? Maar ook misschien wel voor veiligheid voor kinderen, dat stel dat er een rijbaan komt, dat ze een rijbaan op rennen of in een fietsstroom rennen. Ik kan me ook voorstellen dat we daar ook wel aan gaan denken, maar nogmaals de grootste uitdaging ligt er echt wel bij die fietser. Want dat is wel een hele lastige. Dat zien we ook in andere delen van de binnenstad. We proberen of met borden de fietser op bepaald gedrag te wijzen of met nudging of wat dan ook. En wat je zei: Als je met het vingertje gaat wijzen van hé, iets mag niet. Dan krijg je altijd de vraag: Waarom dan niet? Waarom mag ik dit niet? Mijn visie is: je kunt beter iets met de wortel er iets voor elkaar krijgen, in plaats van met een stok gaan slaan. En zo proberen we dat hier ook te doen. Mijn droom is om de Grote Markt in te richten zonder borden waarop staat wat je vooral niet mag. Hoe we dat voor elkaar krijgen? Daar hebben we zeker ook de experts voor nodig, psychologen en wie weet dat jullie daar ook een rol in kunnen betekenen.

Nooreddin: Zeker. Ik heb ook mensen gesproken die daar ook wel soortgelijke projecten hebben gedaan. Ook voor verschillende gemeente. En zeker ook misschien als tip voor jou om dan toch even ook verder dan Groningen te kijken naar verschillende bureaus die daar dingen mee doen, want die hebben daar A ervaring mee en B natuurlijk de psychologische kennis om te weten hoe je mensen het beste kan sturen inderdaad. Want de reden wat je net noemt: We willen niet dat er overal borden komen met wat allemaal niet mag. Dat is ook de reden dat ik niet bijvoorbeeld met onderzoek heb ingestoken van: Moet de Grote Markt een rookvrije zone worden, want een rookvrije zone is toch dat je zegt van: Hier mag niet gerookt worden. Maar hoe kunnen we kijken van hoe we

mensen juist het gedrag kunnen vertonen, dat ze wel moeten vertonen. En inderdaad met fietsers is dat natuurlijk grootste opgave, want we zijn natuurlijk fietsland nummer één, Groningen is natuurlijk een studentenstad, een heleboel fietsen. Dus dat is natuurlijk in eerste instantie waar je naar kijkt. Ik focus mij daar dan niet op, maar op roken. Maar goed misschien zijn er toch weer raakvlakken uiteindelijk. Ik zal mijn rapport wanneer dat klaar is ook naar jullie toe sturen, Dan kunnen jullie er zelf naar kijken van: Wat hebben we daaraan? Wat kunnen we eventueel misschien toch meenemen? Dus dat is wel interessant. Ik had nog even een vraag over die big five. Want er is een inventarisatie gemaakt heb ik dus gelezen van behoeftes, wensen van bewoners maar ook van ondernemers en niet alleen mensen in Groningen maar ook er omheen. Daaruit is voortgekomen dat jullie de keuze hebben gemaakt: Speeltoestellen, groen, zitplek en water. Waren dat nou hoofdzakelijk de zaken die eruit sprongen bij die inventarisatie? Of is dat een keuze? Heb je bepaalde dingen achterwege gelaten en gezegd van: Dit kunnen we toepassen en willen we ook toepassen.

Paul: Nou, wij hebben in 2018 tijdens Let's Grow, dat festival, de vraag gesteld aan mensen: Wat vind je nou eigenlijk belangrijk om dit plein? Daar hebben we wel categorieën voor aangedragen. En dat ging ook over verlichting bijvoorbeeld, maar ook over water, en groen en inderdaad zitten op terrassen en andere dingen. En daar hebben mensen heel nadrukkelijk aangegeven dat ze met name groen en water eigenlijk ontzettend belangrijk vinden. Tegelijkertijd is vanuit de gemeenteraad ook een initiatiefvoorstel gekomen over spelen in de binnenstad. Daarbij is aangegeven: Goh, in de binnenstad is eigenlijk helemaal niks voor kinderen. Kunnen we niet iets doen om dat voor kinderen aantrekkelijk te maken? Ik zag toevallig net deze week dat de gemeente Assen ook zo'n traject in gaat, waarin ze allerlei speelaanleidingen in de binnenstad gaan realiseren. Die vraag lag ook voor de binnenstad van Groningen en opdracht ook vanuit de gemeenteraad. En tegelijkertijd hebben we ook wel gemerkt in de reacties van mensen dat ze zeggen van: Als je het hebt over wees interessant voor gezinnen, wat hebben kinderen dan in de binnenstad? Dus dat is wel een onderwerp die daar uit voortgekomen is. Nou, groen sowieso vanuit reacties van bezoekers, maar ook is dat natuurlijk een onderdeel van de politieke agenda van een college die voor het grootste deel uit van GroenLinks bestaat. En dat betekent dat er op dat vlak veel ambities liggen. Het is een beetje een mix. Dus voor een deel hebben we het wel zo verzameld op basis van reacties vanuit allerlei verschillende kanten en toen hebben we gezegd: Nou, dit zijn de dingen, de ingrediënten die op dat plein een plek moeten hebben. Maar qua kunst. Dat zou je ook kunnen zeggen van: Wil je niet een.. een of ander groot standbeeld? Nou dat is een onderwerp waarvan we hebben gezegd van: Nou nee, in eerste instantie hoeft dat niet per se. Maar het kan best zijn dat kunst, en daar hebben we ook wel een opdracht voor lopen om iemand mee te laten denken, kan kunst op een wat meer fijnzinnige manier toch een plek krijgen in het uiteindelijke ontwerp wat we dan gaan realiseren.

Nooredin: Precies. Wat subtieler dan een heel groot enorm standbeeld.

Gijs: Maar ook hier is het weer op meerdere manieren te gebruiken. Dus inderdaad niet een standbeeld of een kunstwerk om naar te kijken, maar ook moeten kunnen gebruiken. En een manier die je zou kunnen bedenken is spelen of misschien iets met klimaat. Je weet het niet. Misschien dat er vraag is om parasols te maken. Je weet het niet. Maar dan kun je wel de temperaturen omlaag krijgen. Dus zo probeer je eigenlijk met alles wel van: Oké, hoe kunnen we op meerdere manieren dan gaan toepassen? Want het plein mag niet één type gebruiker gaan krijgen. Nee je wil juist multifunctionaliteit uitdagen.

Nooredin: Precies. En ook gelijk natuurlijk een uitdaging omdat daar een banenmarkt zit en als je daar te veel toestellen en zaken hebt die eigenlijk de openheid of de ruimtelijkheid belemmeren, dan heb je natuurlijk A te maken met dat je bijvoorbeeld evenementen misschien niet meer of anders moet gaan organiseren. Maar die moet je daar echt helemaal omheen gaan plannen. Maar als ik het ga samenvatten: Jullie moeten natuurlijk rekeninghouden met de politiek, met de gemeenteraad, maar ook met gebruikers. Dus dat is echt een mix van verschillende partijen. Er misschien ook wel

meerdere wensen vanuit vanuit die Let's grow inventarisatie gekomen die jullie dan niet hebben toegepast? Qua wensen en faciliteiten.

Paul: Nou kijk, dat moet uiteindelijk blijken in het ontwerp. Mensen hebben massaal gezegd: We willen heel veel boom. Maar op het moment dat je helemaal vrij kan denken, dan is het makkelijk om te zeggen van: We willen van iets heel veel. Maar uiteindelijk in de mix van wat we willen met het plein, en wat ook mogelijk moet blijven, zal je toch keuzes moeten gaan maken. En soms zijn die ook gewoon ingegeven doordat er dingen niet kunnen. Want als je de tegels zou oplichten, dan zou je zien dat er op de Grote Markt ontzettend veel kabels en leidingen lopen. En dat betekent dus dat je niet zomaar overal bomen kan neerzetten. Om dan als voorbeeld te geven. Je hebt dan meer ruimte nodig. Dus in die mix gaan we uiteindelijk iets doen, waarvan we hopen dat de overgrote meerderheid zal zeggen van: Wow, dat is toch wel een hele verbetering ten opzichte van hoe het was. Ook al worden niet alle wensen misschien zo ingevuld als men wil.

Nooreddin: Duidelijk. En jullie hebben een bureau. En uiteindelijk gaan jullie dan, nou ja het is nu mei, dus niet over een jaar, maar over een half jaar, of in ieder geval het eind van het jaar wil je het programma van eisen af hebben. Jullie gaan dan een bureau inschakelen om daar een ontwerp voor te maken. Gaan jullie vervolgens dan ook na het voorstel van dat bureau eerst ook weer kijken wat mensen ervan vinden? En vervolgens implementeren of ga je gewoon implementeren op basis van dat advies?

Paul: Dit jaar gaan we vooral heel veel vragen van: Wat vindt men belangrijk? En het vervolg is dat we daar een voorstel voor gaan maken en natuurlijk leggen we die ook weer terug. Maar dat zou al wel enige richting gaan hebben. Dan ga je niet meer dingen die we dit jaar besloten helemaal opnieuw ter discussie stellen. We werken wel toe, dat is het idee, naar een ontwerp. Want anders dan wat je ook wel eens zien, waarin wordt gezegd van: Oké, we maken gewoon drie verschillende ontwerpen en dan zetten we die op internet en dan mag iedereen zeggen welk ontwerp hij of zij het mooist vindt. En de meeste stemmen gelden. Dat vinden we eigenlijk voor het plein, juist omdat er zoveel samen komt en ook omdat er zoveel verschillende belangen een plek moeten gaan krijgen, vinden we dat niet de beste oplossing. Dat is echt een soort middelmatig oplossingen. En wat wij graag willen is gewoon heel goed tegemoet komen met alle mensen die er zijn, maar ook rekening houden met inderdaad de dynamiek van het plein en de ambities die we daarvoor hebben voor de langere termijn.

Nooreddin: Precies. Oké duidelijk. Je had het al inderdaad over het aantal documenten die ook online staan, waaronder het bestemmingsplan. Ik heb ze wel gelezen. Ik heb daar iets minder gezien wat voor rol gezondheid nou eigenlijk echt heeft in het ontwerp van de markt. Kun je daar misschien wat meer over vertellen? Op wat voor manier proberen jullie gezondheid te bevorderen door middel van het ontwerp? Of is dat überhaupt iets waar jullie ook aan denken?

Paul: Ik weet niet of je de leidraad hebt gezien? Het bestemmingsplan is een visie op bestemming binnenstad. Maar de leidraad nieuwe stadsruimtes, die bevat niet een hoofdstuk over gezondheid per se. Maar volgens mij worden daar wel wat uitspraken gedaan over leefstijl en toegankelijkheid en verblijf en kwaliteit van verblijf. En daar zit wel heel veel als onderlegger onder, omdat je natuurlijk gezond gedrag wil bevorderen. En ook de ruimte wil geven. Maar het is volgens mij niet een apart hoofdstuk.

Nooreddin: Nee, precies. Maar het is dus niet zozeer dat jullie het nu, zoals bijvoorbeeld ook bij dat programma van eisen, dat echt een plek geven. Want die leidraad staat ook op binnenstad project? Ik zal die nog even nog een keer gaan bekijken dan.

Paul: Ja, moet je maar even bekijken. Kijk, gezondheid is een principe natuurlijk. Het is niet expliciet onderwerp. We gaan ook geen trambaan op de Grote Markt aanleggen. Maar wat we natuurlijk wel doen is dat zeggen van: we willen voetgangers ruimte geven, we willen fietsen faciliteren, we willen het verblijf aangenaam maken. En dat zijn allemaal dingen die hebben te maken met ook spelen en

dat soort dingen. Die hebben allemaal te maken natuurlijk wel uiteindelijk met gezond leefgedrag. Maar dat is niet een onderwerp waarvan we zeggen: Daar moeten we een apart thema van maken.

Gijs: Het wordt wel impliciet meegenomen. De healthy ageing is een onderwerp ook in de bestemming binnenstad en de leidraad openbare ruimte voor de binnenstad Groningen. En we gaan dan niet heel expliciet aangeven van: Oké, je mag hier niet roken of je mag hier geen frietje eten of wat dan ook. Dat doen we zeker niet, daar gaan wij ook niet over. Maar we proberen wel een plein te maken waarin je juist wordt uitgedaagd om juist met gezonde de zaken te komen. We hebben nu bijvoorbeeld de poffertjeskraam op de Grote Markt. Is dat gezond? Misschien als je met boekweitmeel poffertjes gaan maken. Dus geen idee. Maar we gaan ook bepalen van: Oké, de poffertjeskraam die moet weg, omdat het de ongezonde leefstijl bevordert of wat dan ook. Zo gaan we echt niet te werk. Maar we proberen wel een plein te ontwerpen waar iedereen welkom is. Dus ook de niet roker die zich daar ook op zijn gemak voelt. En nogmaals: We gaan we niet werken met de botsbodem of wat dan ook. En het wordt een plein van 8 tot 88, maar eigenlijk wordt het een plein van alle leeftijden van 0 tot 100 eigenlijk. Dus ja iedereen moet zich daar gewoon goed kunnen vertoeven, gezond, verkeersveilig. Dus zo steken we hem meer in. En ja nogmaals: Healthy ageing is een onderdeel, alleen is meer impliciet dan heel expliciet. Dus we gaan geen uitspraken doen over wel of niet roken.

Nooreddin: Precies. Ik was inderdaad gewoon even benieuwd naar wat voor rol gezondheid speelt bij jullie werk. Inderdaad ik kan me goed voorstellen dat het wat impliciete is en dat het inderdaad niet heel letterlijk is. Dat jullie mensen dingen gaan verbieden of met borden dingen gaan bevorderen. Dat is ook zeker niet wat ik onderzoek. Ik probeer ook echt gewoon te kijken van: Wat zouden dan bijvoorbeeld die effecten zijn van die zaken die daar straks komen, zoals groen, zitten, water. Wat voor effect heeft dat? En bevordert dat al dan niet rokers om bijvoorbeeld daar dan wel of niet te roken.

Paul: Ik moet denken aan: Ik was laatste ergens in een winkelcentrum en dan stond er iets bij een roltrap over van: Goh, als je nou lopend die trap op gaat, verbruik je zoveel calorieën. Even als een soort als je het hebt over Nudging, want dat is eigenlijk zo'n soort vorm. Waarin je mensen even attent maakt op het feit dat hun gedrag in het teken staat van meer of minder gezond. Met name als je dat positief formuleert dan zijn er best mogelijkheden voor. Maar dit is nu op dit moment zeker nog niet iets waar we nu heel concreet over aan het nadenken zijn. In de basis healthy ageing, en terecht dat Gijs het zegt, is natuurlijk wel vanuit de gemeente Groningen ook een belangrijk programma waarbij Rik [onhoorbaar], die jouw opdrachtgever uiteindelijk ook is, die hebben we natuurlijk ook betrokken bij de gesprekken over hoe doen we de inrichting? Wat is nodig voor een programma van eisen? Hoe vullen we die big five in? Daar betrekken we ook healthy ageing bijvoorbeeld wel in en gezondheid. Maar inderdaad meer impliciet en niet zozeer expliciet.

Nooreddin: Precies. Doen jullie wel onderzoek naar wat voor rol die faciliteiten dan straks hebben op healthy ageing of gezondheid? Als we het hebben over die impliciete toepassing?

Paul: In feite doen we dat nu al. Kijk maar naar wat we bijvoorbeeld in de Brug en in de Astraat hebben gedaan. Door de bus eruit te halen, door de voetgangers en fietsers meer ruimte te geven, daarmee een bevorder je natuurlijk ook gezond gedrag. Ik vind dat spelaanleidingen ook wel een voorbeeld zijn hoor. Waarin je ook de jeugd kunt verleiden om gezond gedrag te vertonen en te bewegen. Dus dat is wel een thema die uiteindelijk wel op de één of andere manier een plek zal gaan krijgen.

Nooreddin: Op die manier. Oke.

Gijs: En Nooreddin, hoe zie jij dat dan? Want met Nudging probeer je juist gedrag een bepaalde richting in te duwen. En hoe zou jij dat zien voor de Grote Markt?

Nooreddin: Dat is dus wat ik aan het onderzoeken ben. En daar zal ik uiteindelijk in mijn advies iets uit gaan rollen. Kijk het is natuurlijk van belang dat er niet met het vingertje wordt gewezen. Dat er

ook niet expliciet allemaal borden komen met: Rook hier niet. Het is echt nieuwe grond wat ik aan het aanboren ben. Het is echt een nieuw onderzoek. Er wordt heel veel gedaan met Nudging, alleen het is lastiger met roken omdat er echt een verslavings component aan zit. Dat zal waarschijnlijk richting opgaan van die zaken die jullie net noemen, wat voor effect heeft dat nou is? En is het dan een positieve of negatieve effect? En op wat voor manier zou dat misschien een rol kunnen spelen in het ontmoedigen van roken? Er zullen uiteindelijk misschien een aantal zaken komen uit andere landen die worden toegepast, als het gaat om de faciliteiten in de fysieke omgeving met het oogmerk om mensen gezonde keuze te laten maken. Dat zal dan uiteindelijk ook in dat advies dan geformuleerd worden wat daar voorbeelden van zijn en of die dan toepasbaar zijn of niet. Dat is natuurlijk dan de volgende stap. Ook natuurlijk nu met de coronacrisis, maar ook omwille van de tijd van mijn onderzoek heb ik niet de gelegenheid om ook een interventie, die ik dan uiteindelijk benoem, te testen en om te kijken of die ook toepasbaar is, want zulke zaken, ook als je kijkt naar wat er bijvoorbeeld in een ander land gebeurt, is niet één op één toe te passen ook in Nederland. Want je hebt te maken met een hele andere doelgroep, andere omgeving, andere normen en waarden, et cetera. Dus het zal uiteindelijk echt een advies zijn wat echt een beetje de eerste paar stappen vormt in misschien het aanzetten tot het doen van meer onderzoek.

Gijs: Hoe lang duurt jouw onderzoek? Hoe lang ben je hiermee bezig?

Nooreddin: Ik ben hier nu inmiddels vanaf februari mee bezig en duurt tot 3 juni.

Gijs: Ik zit te denken, want wij willen ook nog aan het testen op de Grote Markt. We gaan ook interventies toepassen, maar dat zal na de corona zijn. Misschien eind augustus of september. En misschien sta ik er ook wel voor open, ik weet niet of jij er ook voor open staat, om ook dit te gaan testen. Deze manier van Nudging, dus hoe kan je nou met roken, laten we het breder trekken, met healthy aging, hoe kun je dat een duwtje geven?

Paul: Ik ben ook wel benieuwd naar concrete voorbeelden van hoe je dat dan doet. Want kijk ik kan me voorstellen bij een bordje waarop staat: Gijs wil hier niet roken. En dat is geen Nudging, dat begrijp ik. Dat is gewoon een verbodsbord. Maar hoe ga je nou op een positieve manier mensen ertoe aanzetten om die sigaret niet op te steken?

Nooreddin: Een voorbeeld om iets concreets te noemen is bijvoorbeeld van: Nou, we hebben op de Grote Markt de bussen verwijderd, we willen niet meer dat brommers daar rijden, we willen daar geen uitlaatgassen hebben, zodat we een schonere lucht creëren. En daarbij hopen we dus ook dat jij daarmee aan denkt, dat je daar op één of andere op die roker inspeelt van: Wij vinden gezonde lucht heel erg belangrijk. Dat je daar misschien het mee promoot. Als je dan tegen mensen zegt bijvoorbeeld bij de opening van het plein van: Nou ja, wij vinden het heel belangrijk dat er schone lucht is, zodat iedereen kind en ouder daarvan kan genieten. Dat dat misschien al helpt. Dat komt ook uit één van mijn interviews hoor met een omgevingspsycholoog. Dat dat al een trigger kan zijn voor mensen om te denken van: Nou, ik steek in ieder geval nu niet die sigaret op. Dan heb je mensen niet gevraagd om niet te roken. Alleen omdat je ze dus nudged eigenlijk in de inrichting van die gezonde lucht. Dat ze dan daardoor misschien die keuze maken of bijvoorbeeld dat je aangeeft van: Dit plein is rookvrij. En als je dan wel wil roken, dat je aangeeft van waar ze dat dan bijvoorbeeld wel kunnen doen of doe het dan op het terras. Niet letterlijk, maar dat je dat dan ook op een creatieve manier probeert te communiceren.

Gijs: We proberen natuurlijk ook de Grote Markt wat kindvriendelijker te maken. We merken dat ze er relatief weinig kinderen op de Grote Markt zijn. Misschien dat dat ook een rol kan spelen. Als er juist wel kleine kinderen zijn, dat je minder snel geneigd bent om een sigaret op te steken. Dat je op die manier gaat inspelen op gevoel.

Nooreddin: Het is hetzelfde met psychologie. En vandaar inderdaad. Ik heb dezelfde vragen als jullie van: Nou, hoe zie je dat dan voor je? En wat gaat er dan uiteindelijk komen? En hoe wil je dan door middel van fysieke omgeving mensen ontmoedigen om te roken? Dat is inderdaad het vraagstuk. En

inderdaad straks als ik het advies klaar heb zal toch zeker niet helemaal duidelijk zijn hoe dat dan precies zit. De opdracht komt natuurlijk vanuit Marieke, die heeft contact met het lectoraat Gezonde Stad, dat is het bureau van de Hanzehogeschool, dat is mijn interne opdrachtgever. Dat bureau doet sowieso veel meer onderzoek. Dus na mij zullen misschien ook wel weer studenten zijn die mijn advies meenemen en misschien vervolgonderzoek gaan doen. En dat zou dan misschien voor jullie ook weer interessant kunnen zijn straks.

Paul: Ik heb even een ideetje wat zou opborrelt. Wij zijn van plan om eind mei, op de Grote Markt, daar waar de bushalte staan, achter de bushaltes, dus op het plein waar eerder informatiecentrum stond, om daar alvast een aantal dingen neer te zetten. En dan kun je ook denken aan een zitjes, ook een paar spelaanleidingen, heel eenvoudig nog. Maar dat doen we vooral om ook aandacht vragen voor het feit dat we met die herinrichting aan de slag gaat. Misschien ken die hele grote roze schep die we wel eens in de binnenstad hebben staan, die willen we daar ook bij plaatsen met wat zand eromheen, zon kinderen daar ook nog als een soort zandbak mee kunnen spelen. Als jij nou zegt van: God, als jullie daar toch gaan doen. Misschien heb jij een concreet voorbeeld of een idee, waarvan je zegt: Dat vind ik wel leuk als je dat daar nou eens in zou meenemen om te zien wat er gebeurt. Dat hoeft niet een soort formeel onderzoek ding te zijn. Maar misschien ook voor jezelf als je denkt van: Nou, ik ben bezig met mijn eindrapport en ik heb een aantal suggesties en adviezen, als je nou dit in het achterhoofd heb wat zou je dan voor die periode, waarschijnlijk doen we dat voor een paar maanden, zetten we dat dan neer. Wat zou je dan kunnen doen? Als het gaat over Nudging en niet roken. Wat zou je daar in de praktijk kunnen toepassen? Misschien kunnen we dat daar dan in meenemen. En dat is dan voor een tijdelijke situatie, maar het is natuurlijk wel heel interessant om te kijken van: Wat doet dat? Werkt dat? En zoals Gijs eerder zei, dat we later dit jaar nog wat meer en wat uitgebreider willen gaan experimenteren om dingen te uitproberen. Maar misschien zou dit iets kunnen zijn wat we in deze fase al mee kunnen nemen.

Nooredin: En eind mei zei je? Dat je dat ging doen dat experiment?

Gijs: Het idee nu is dat we dat tussen Pinksteren en Hemelvaart ergens gaan doen. Dus dan zit je in de laatste week van mei.

Nooredin: Ik heb jullie contact gegevens, dus als ik tegen die tijd inderdaad al concrete dingen heb waarvan ik zeg: Nou, dat kun je alvast misschien gaan proberen. Ja, dan zou ik dat inderdaad eventjes op de mail zetten. En dan kunnen we daar misschien nog even over hebben. Ik heb daar nu, als ik het nu zo bekijk, nog even geen concrete voorbeelden van, omdat ik dat echt uiteindelijk natuurlijk in mijn rapport ga formuleren en tegen de tijd dat je het gaat.. gaat doen eind mei, weet ik niet of ik dat al klaar hebt. Maar mocht ik wat we hebben op korte termijn, dan zou ik het jullie in ieder geval even laten weten, Misschien dat het een leuk is om dat mee te nemen.

Gijs: Voel je niet verplicht, maar het is even een voorstel.

Nooredin: Ja, hartstikke leuk voorstel. Is goed.

Gijs: En Nudging, je gaf aan dat ook collega studenten van jou er ook mee bezig zijn. Weet jij of ze nog bezig zijn met fietsen, fiets parkeren of?

Nooredin: Er is bij ons ook een groep studenten bezig met de voetgangersvriendelijkheid.

Gijs: Dat noemde je ja.

Nooredin: En dat is een groep van, ik geloof, zeven of acht. En die hebben zich met zijn allen wel gefocust dan op de Folkingestraat. Dus die zijn daar nu echt onderzoek aan het doen naar ondernemers. Ik weet niet exact de details daarvan, want het is een ander project. Maar daar zijn ze ook mee bezig. En het is ook echt inderdaad dat daar straks ook zeker wel meer mee gaat gebeuren. Ook na deze lichte studenten, om het zo maar te zeggen, zal er natuurlijk vanuit verschillende onderzoeksbureaus, waaronder het lectoraat Gezonde Stad van de Hanzehogeschool, maar ook Bureau NoorderRuimte, in het contact met Marieke Zwaag zal daar natuurlijk ook wel weer meer onderzoek naar gebeuren. Dus daar zijn inderdaad ook studenten mee bezig. Met

voetgangersvriendelijkheid, maar ook met fietsers die daarin mee worden genomen.

Gijs: Want ik was ondertussen ook aan het kijken op de website van NoorderRuimte. En ik kwam ze niet zo snel tegen. Ik weet niet of alles op de website wordt gezet?

Nooredin: Niet alles, maar ik geloof wel dat het wordt benoemd dat het een project is. Even kijken. Ik kan je wel het mailadres geven van de persoon die bezig is met die groep studenten. Misschien dat jullie iets kunnen, want het is natuurlijk niet het enige project wat jullie doen. En jullie zijn er nogal lang mee bezig en het is alleen maar leuk als je natuurlijk die kennis van studenten ook kan combineren met jullie projecten. Dus als jij opdrachten hebt of als jij ideeën hebt, dan weet ik zeker dat ze daar wel voor open staan. Dat je daar een soort samenwerkingsverband mee aangaat. Dus ik kan je het mailadres van Stéphane Leggen wel even toesturen. Hij is ook coach bij voetgangersvriendelijk.

Gijs: Want een ander projecten wat ik heb, dat is Fiets parkeren in de binnenstad, hoe kunnen we dat beter gaan organiseren? Dat is een enorme uitdaging. Zeker als er heel weinig fietsparkeer capaciteit is. Daarom zijn we ook mee bezig met de V&D. Dat daar in de kelder ook een grote fietsenstalling komt. Maar ook dat dus door middel van Nudging, op die rode lopers die we hebben in de binnenstad, dat is echt een vorm van Nudging. Wat heel goed werkt. Maar als zij ook andere ideeën hebben, daar ben ik zeer geïnteresseerd in. Dus als je het mailadres zou kunnen doorsturen, dat zou mooi zijn.

Nooredin: Ik zal even jouw naam en jouw mailadres even benoemen en dan stuur ik even een mail naar de mensen die daar op dat project zitten. En misschien dat jullie met Marieke of met hun iets voor elkaar kunnen betekenen.

Gijs: Mooi, dank je wel.

Nooredin: Dat is geen probleem. Ik heb inderdaad even kijken denk ik mijn vragen gesteld als het gaat om mijn onderzoek. Ik weet niet of jullie nog tips hebben voor mij, of dat je zegt van ik wil nog iets kwijt over het onderzoek of neem dit nog even mee?

Paul: Ik heb misschien nog één ding. Ik heb met Nienke, iemand van communicatie.

Nooredin: Dat is Nienke Noordhuis.

Paul: Die zit ook in jouw project?

Nooredin: Ja, we zitten allemaal bij Bureau NoorderRuimte. Zij zit bij het project die bezig is met voetgangersvriendelijkheid.

Paul: Ja, klopt. En daar heb ik volgende week ook een gesprek mee. Dat is misschien ook voor Gijs overigens interessant. Maar daar heb ik al een paar keer contact mee gehad. Dat is inderdaad een communicatie student en ik dacht van: He, als haar nog niet kent misschien, ik zie wel raakvlakken. Maar dat is dus anders.

Nooredin: We kennen we elkaar inderdaad. We zitten bij hetzelfde bureau en we werken ook nauw met elkaar samen in de zin van dat we wel met elkaar informatie en ideeën uitwisselen.

Gijs: Ik ben een paar weken geleden ook benaderd via via. Dat is blijkbaar ook iets, misschien dat het dezelfde groep is. We zijn bezig bij de Hanzehogeschool, volgens mij op het Academie Plein, omwel bordjes te plaatsen voor het niet te roken. Maar dan gaat het echt om, vergelijkbaar bij de situatie van het UMCG, van: in deze zone mag niet gerookt worden. Ik weet niet of jij er ook meer van weet? Maar ja dat ging onder andere om bij Minerva en volgens mij ook bij het BBSW gebouw, dat er echt een zone komt. En daar waren ze op zoek van hoe kunnen we duidelijk maken waar de zone begint en waar de zone eindigt. Dus niet alleen borden, juist misschien ook geen borden, maar met bestrating of wat dan ook. En dat je misschien met bestrating aangeeft dat je niet mag roken. Dus dat is niet echt een vorm van Nudging, maar juist heel directief van: Oké, dit mag je hier niet doen. Ik weet niet of je er meer van weet, maar daar zat ik net aan te denken. Dat ik daarover voor ben benaderd.

Nooredin: Dat is een student van de Hanze hogeschool? Weet je van welke opleiding?

Gijs: Ik kreeg die vraag binnen en dat ging over: Mogen wij bordjes in een openbare ruimte plaatsen? En moet ik even zoeken van hoe het precies binnen is gekomen.

Nooredin: Als je het weet mag je het naar mij mailen. Want ik weet dat er in ieder geval nog een andere student van mijn opleiding Facility Management ook bezig is met rookvrij, maar dit komt mij niet bekend voor. Maar het is inderdaad een wat andere onderzoek, meer gericht op de toepasbaarheid van een rookvrije zone. Ik onderzoek dat ook wel alleen, ik weet vanuit ook de opdrachtgever, vanuit Marieke, dat het toch lastiger is om in een openbare ruimte een echt rookvrije zone in te stellen. Dus vandaar dat ik het inderdaad niet op die manier heb ingestoken, want ik denk niet dat er straks op de Grote Markt een bord komt van: Je mag hier niet roken. Want het is zoals je zegt een plek voor iedereen roken. En roken mag dus.

Gijs: Daarbij hebben we wel een hoge ambitie om juist bij de Grote Markt dat iedereen welkom is en juist niet willen uitsluiten om te zeggen: Nou de roker liever niet.

Nooredin: Dat is anders dan bij het UMCG of een sportvereniging waar het echt expliciet gaat om gezond gedrag. En je komt naar een sportvereniging om te sporten. Je gaat naar het UMCG om wat voor reden dan ook natuurlijk. Dus het logischer dat daar wordt gezegd van: Hier roken we gewoon niet. Punt. En daar zijn we nog niet echt klaar voor bij de Grote Markt

Gijs: Precies.

Nooredin: In ieder geval heel erg bedankt. Ik zal je nog even mailen Gijs voor dat project. En mijn project, als mijn plannen in ieder geval klaar zijn, zal ik ervoor zorgen, ook in overleg met Marieke ook, dat jullie dat krijgen. En ik wens jullie natuurlijk ook heel veel succes met het opstellen van een programma van eisen en alle uitdagingen die jullie te wachten staat natuurlijk. En ik ben er zelf ook natuurlijk heel benieuwd naar hoe de Grote Markt eruit komt te zien. Ik hoor wel heel veel mensen om me heen die zeggen van: 'Er komt een fontein, heb je het al gehoord?' Dus dat weet ik niet. Volgens mij wordt er nog een programma van eisen opgesteld. Ik ben in ieder geval benieuwd.

Paul: Bedankt. We zijn ook heel benieuwd naar jouw rapport. Laat het ons inderdaad weten. Nou heel veel succes dan ook.

Nooredin: Heel erg bedankt. Als ik vragen heb, kan ik dan nog een mail sturen?

Paul: Tuurlijk.

Nooredin: Top. Dank jullie wel en ik wens jullie heel veel succes.

Bijlage 10: Enquêtevragen

Leuk dat je mee wil doen aan deze vragenlijst!

Ik ben Nooreddin Hamel en studeer aan de Hanzehogeschool Groningen. Ik doe onderzoek naar mogelijkheden voor het ontmoedigen van roken op de Grote Markt in Groningen. Hiervoor zijn jouw ervaringen met roken en rookvrije zones van groot belang.

Het invullen van deze vragenlijst duurt ongeveer vijf minuten en je blijft geheel anoniem.

Mijn dank is groot!

1. Rook je wel eens?

Antwoorden: Ja, Nee

2. Hoeveel rook je?

Antwoorden: Ik rook af en toe (bijvoorbeeld op een feestje of tijdens het uitgaan), Ik rook, maar niet dagelijks, Ik rook dagelijks minder dan 20 sigaretten, Ik rook dagelijks meer dan 20 sigaretten, anders namelijk

Dit bord is op verschillende plekken in Nederland geplaatst om aan te geven dat het terrein rookvrij is.



3. Ben je wel eens op een plek geweest waar dit bord geplaatst is?

Antwoorden: Ja, nee

Stellingen rookvrije zones

Antwoorden: (Sterk mee eens, Oneens, Neutraal, Eens, Sterk mee eens, Weet ik niet, NVT)

4. Wanneer ik mij in een rookvrije zone bevind, zal ik hierbinnen ook niet roken
5. Wanneer ik trek krijg in een sigaret in een rookvrije zone, ga ik buiten deze zone een plek zoeken om te roken
6. Het bord dat aangeeft dat ik mij in een rookvrije zone bevindt, ontmoedigt mij om te roken
7. Als ik iemand anders zie roken in een rookvrije zone, spreek ik diegene hier op aan
8. Hoe ontmoedigt de fysieke omgeving van een rookvrije zone jou om op die plek te roken?

Antwoord: Open vraag met mogelijkheid tot aanvinken "geen commentaar".

Stellingen openbare plekken

Antwoorden: (Sterk mee eens, Oneens, Neutraal, Eens, Sterk mee eens, Weet ik niet, NVT)

9. De aanwezigheid van groen (planten, bomen en bloemen) vermindert mijn trek om te roken

10. De aanwezigheid van water (bijvoorbeeld een fontein) vermindert mijn trek om te roken
11. De aanwezigheid van bankjes en stoelen vermindert mijn trek om te roken
12. De aanwezigheid van kunst (op muren en/of straten) vermindert mijn trek om te roken
13. De aanwezigheid van (historische) architectuur vermindert mijn trek om te roken

14. Hebben andere zaken in de fysieke omgeving jou wel eens de keuze doen maken om wel of juist niet te roken op een openbare plek? (Denk aan bouwwerken, infrastructuur, water, bodem, lucht, landschappen, natuur en cultureel erfgoed)

Antwoord: Open vraag met mogelijkheid tot aanvinken "geen commentaar".

<Afbeelding Grote Markt>

Hierboven wordt de Grote Markt in Groningen weergegeven

15. Ben je wel eens op de Grote Markt?

Antwoorden: ja, Nee

16. Met welk(e) doel(en) bevind je je op de Grote Markt? (Meerdere antwoorden mogelijk)

Antwoorden: Op doorweg naar een andere plek in de binnenstad, Voor de horeca en eetgelegenheden, Voor de warenmarkt, Voor een evenement of festival, Als toerist, Anders, namelijk

Stellingen grote markt

Antwoorden: (Sterk mee eens, Oneens, Neutraal, Eens, Sterk mee eens, Weet ik niet, NVT)

17. Ik vind dat er op de Grote Markt gerookt mag worden
18. Ik vind dat roken op de Grote Markt ontmoedigd moet worden
19. De Grote Markt zou een rookvrije zone moeten worden

<afbeeldingen van voorbeelden 1,2 en 3>

Bovenstaande afbeeldingen zijn voorbeelden van "Nudging". Nudging is een duwtje geven in de goede richting door gezond of gewenst gedrag aantrekkelijk te maken, zonder mensen daarbij in hun vrijheden te beperken. Het doel is gedrag (licht) bijsturen, waarbij het gaat om onderbewust gemaakte keuzes. Dus het beïnvloeden van onderbewust gedrag

Voorbeeld 1 Holle bolle gijs: Omdat hij zo actief om afval vraagt (Door de zin 'papier hier' te horen wanneer je langs loopt) en er niet uitziet als een normale afvalbak, worden mensen aangemoedigd om afval in de prullenbak te gooien.

Voorbeeld 2 Urinoir: het plaatsen van een nepvlieg op urinoirs zodat mannen niet meer naast de pot plassen

Voorbeeld 3 Pianotrap: Door de trap te laten ogen als een piano en de treden geluid maken, wordt men verleid om de trap te nemen

Stellingen nudging

Antwoorden: (Sterk mee eens, Oneens, Neutraal, Eens, Sterk mee eens, Weet ik niet, NVT)

20. Het is een goed idee als nudging zou worden toegepast om roken op de Grote Markt te ontmoedigen

21. Het is een goed idee als nudging zou worden toegepast om roken op openbare plekken te ontmoedigen
22. Het is moreel aanvaardbaar als deze vorm van sturen van gedrag in Groningen toegepast zou worden op een openbare plek

23. Wat is je geslacht?

Antwoorden: man, vrouw, anders

24. Wat is je leeftijd?

Antwoorden: Jonger dan 13, 13-17 Jaar, 18-25 jaar, 26,35 jaar, 36-45 jaar, 46-55 jaar, 56 jaar of ouder

25. Wat is je woonplaats?

Antwoorden: Groningen, Anders namelijk

26. Wat doe je in het dagelijks leven? (Er zijn meerdere antwoorden mogelijk)

Antwoorden: Ik ben scholier, Ik ben student, Ik werk, anders namelijk

27. Wil je nog iets kwijt over roken op openbare plekken, nudging of jouw ervaringen als gebruiker van een rookvrije zone?

Antwoord: Open vraag met mogelijkheid tot aanvinken "geen commentaar".

Bedankt voor het invullen!

Heb je vragen over deze enquête? Stuur een mailtje naar n.hamel@st.hanze.nl

Bijlage 11: Enquêteresultaten

Hoe ontmoedigt de fysieke omgeving van een rookvrije zone jou om op die plek te roken?

1. 14 Geen commentaar
2. Alleen het bord en mensen die zeggen dat het niet mag.
3. Borden waarop dit duidelijk aangegeven staat en andere personen waaronder kinderen die zich in deze omgeving bevinden
4. Omdat er niemand anders is die hier rookt
5. Uit fatsoen
6. Dat het niet mag, dan doe ik het ook niet.
7. Je mag er niet roken, dus doe ik dat niet.

8. Wanneer er veel mensen aanwezig zijn die op dat moment niet roken
9. Rook vrije zone is een rook vrije zone. Vooral bijvoorbeeld bij een voetbalveld of een plek waar veel kinderen zijn. Ik vind dat je anderen (met in speciaal kinderen) niet de dupe moet maken van jou verslaving/slechte gewoonte. Al vind ik wel dat er genoeg plekken moeten blijven om wel te kunnen roken anders krijg je dat mensen toch op deze plekken gaan roken.
10. Ik zoek dan een plek op waar ik wel mag roken. net buiten de rookvrije zone. Dus in de zone ontmoedigt het mij wel om daar te roken. Maar ik ga nog steeds roken.
11. Wanneer er van die bordjes staan met rookvrije zone, als er geen asbakken zijn en als er geen sigaretten op de grond liggen
12. Het kan op genoeg andere plekken, dan is het asociaal om op speciaal daarvoor ingerichte zone te roken
13. Als het netjes is
14. Het is vooral dat anderen veroordelend naar je zullen kijken. Groepsdruk dus eigenlijk.
15. Omdat het vaak een plek is waar veel mensen samen zijn.
16. Ik Denk dan, hier ff niet roken.
17. Als ik nergens stiekem alsnog kan roken dan niet.
18. Niet
19. Ik hou me gewoon aan de regels
20. Het verbod zelf
21. Omdat niemand het doet, dus dan voel ik mij meestal bezwaard om het te doen. En mensen zouden mij er op kunnen aanspreken, dan zou ik mij al helemaal lullig voelen
22. De borden geven mij duidelijkheid
23. Niet
24. Kinderen en niet rokers zijn een rede om niet te roken. Er zijn soms ook geen vervangende plekken waar je wel kunt roken.
25. Niet, ik ga wel naar een plek waar het wel mag
26. Sociale druk
27. Het valt op en het mag niet. Niet fysieke omgeving dat rookvrij is zou minder opvallen dat je rookt

Hebben andere zaken in de fysieke omgeving jou wel eens de keuze doen maken om wel of juist niet te roken op een openbare plek? (Denk aan bouwwerken, infrastructuur, water, bodem, lucht, landschappen, natuur en cultureel erfgoed)

1. 22 Geen commentaar
2. Voornamelijk het gedrag van andere mensen en wanneer ik op een natuurplek ben waar niemand anders is en waar alleen natuurlandschap is
3. Nee.
4. Het zijn meer de mensen om mij heen die ik tot last kan zijn. Ik heb er nooit bewust bijstilgestaan hoe de rest van de fysieke omgeving mij zou beïnvloeden. Het feit dat ik in de natuur, vooralsnog mijn peuken weggooi in een prullenbak, hebben hierdoor geen invloed op het ontmoedigen.
5. Nou nee eigenlijk niet. Ga natuurlijk niet in de zee roken. Wel zorgen een bepaalde omgeving dat ik bezig ben en niet denk aan roken maar verminderd nooit de trek. Wel denk ik bij deze plekken (vooral een park) dat ik mijn peuken netjes opruim en niet asociaal op de grond gooi
6. Als de omgeving mooi is, goed verzorgd en wit. Dan ben ik minder snel geneigd om een sigaret op steken. Ik doe het pas wanneer ik in de omgeving een asbak vind.
7. Wanneer ik zin heb om te roken heeft niks daar invloed op om het niet te doen
8. Veel mensen of een terras/restaurant tegenover
9. Als er veel mensen waren
10. Erg droge grond met de angst dat de boel in de hems gaat ;)
11. N.v.t.
12. Nee. Ik rook alleen als ik ga stappen/een feestje heb, dan is dat niet aan de orde
13. Natuur
13. Niet, of onbewust
14. Ik sta hier nooit zo bij stil, maar bij een monument oid wil je de boel niet vervuilen..
15. Ja in het bos bijvoorbeeld, omdat ik dan bang ben dat het door as in de brand kan vliegen
17. Nee
18. Op de Markt, waar eten wordt verkocht, zou ik niet roken.
19. alleen als het (te) warm weer is, of als er veel mensen om mij heen zijn
20. Nee
21. Nee, andere zaken in mijn fysieke omgeving hebben mijn keuze niet beïnvloeden om te gaan roken op een openbare plek.

22. Nee

23. Nee eerlijk gezegd niet. Alleen als een cafe bijv. Rookvrij is zou ik minder snel een sigaretroken omdat het binnen niet kan.

Wil je nog iets kwijt over roken op openbare plekken, nudging of jouw ervaringen als gebruiker van een rookvrije zone?

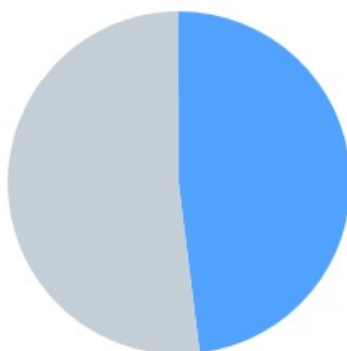
1. 65 Geen commentaar
2. Goed idee, hopelijk gaan mensen hierdoor stoppen met roken! Ik ben zelf een roker en oplekken als de grote markt is de verleiding erg groot vanwege de terrassen e.d.
3. Ik rook nooit en ik vind het ook smerig als mensen roken op plekken zoals bij de bus. Dit zijn namelijk plekken waarbij je het niet kan ontwijken, je moet er immers blijven staan om de bus niet te missen. Op de hoge markt maakt het me niet zo veel uit maar het aanmoedigen om mensen minder te laten roken is goed voor de volksgezondheid. Wanneer je bijvoorbeeld met kleine kinderen op de grote markt zou zijn en er wordt dan gerookt, dat zou ik wel erg vervelend vinden. Succes met je onderzoek!
4. Ik denk dat het compleet afschaffen van roken op bijvoorbeeld een Grote markt een erg grotestap is. Ik denk dat er wellicht tijdzones aan gekoppeld kunnen worden om het geleidelijk te introduceren en het effectief te laten zijn. Verandering voor mensen in het algemeen is vrij lastig.
5. Als roker met die vervelende verslaving ben ik het wel eens dat op bepaalde openbareplekken minder mag worden gerookt. Ik ga dan ook altijd netjes naar de plek waar dat wel mag. Hierbij denk ik dat het het best helpt op in zicht een rook voorziening aan te bieden wat niet te ver weg is. Als ik weet waar ik wel mag roken ga ik daarheen om dat te doen, zie ik dat niet, rook ik waar ik op dat moment ben.
6. Hoe meer rookvrije zones, hoe beter! Ik vind roken een slechte gewoonte en sta er volledigachter dat het voor rokers minder makkelijk wordt gemaakt om hun sigaret ergens aan te steken. Het is niet alleen slecht, maar het stinkt ook enorm. Dat is ook voor andere mensen vervelend. Leuk onderzoek, hoop dat het lukt. Succes!!
7. Het doel is niet helemaal duidelijk van de rookvrije zone. Wil de overheid mensen helpenstoppen met roken en zorgen dat niemand rookt. Of wil men zorgen dat de stad schoon

blijft en dan in het speciaal op bijzondere plekken. Ik heb het gevoel dat de aanpak op dit moment een beetje van beide is maar daardoor de focus niet goed naar voren komt. Als voorzitter van de campagne zou zijn dan zou ik duidelijk de why? en niet de What? van het probleem naar voren brengen. Op dit moment wordt ik niet ontmoedigd om te roken alleen rook ik minder (niet niet) op openbare plekken.

8. Ontmoediging zal voor mij alleen werken als het leuk gemaakt wordt door nudging, bankjesen andere "chill plekken" stimuleren juist meer
9. Misschien volgende keer een vraag erbij of degene gerookt heeft maar nu gestopt is. Nu hebje twee kampen, rokers en niet rokers. Ik heb 5 jaar gerookt, maar ben nu 3 jaar gestopt en vind de geur en veel eraan nu storend terwijl ik rokers ook begrijp.
10. Ik vind dat er gerookt mag worden maar als er veel bezwaar is er een rookvrije zone moet komen
11. Ik zou het aanraden om rook zones te maken bij bijvoorbeeld terrassen, zodat anderen geen last hebben van rokers en het mee roken, maar rokers ook kunnen blijven roken als zij hier de keuze voor maken.
12. Het sturen van stoppen met roken is wenselijk. Het verbieden daarentegen gaat mij te ver. Er ligt een behoorlijke uitdaging om de grens tussen stimuleren en/of verbieden te bewaken.
13. Grote markt is een groot begrip, ik vind roken op terrassen erg storend.
14. Verbieden zou m'n voorkeur hebben
15. Ik vind het prima, als het is aangegeven, zal ik er niet roken.
16. Roken zoveel mogelijk ontmoedigen
17. Nee
18. Moet kunnen.
19. Ik vind dat bij rookvrije zones ook duidelijk moet aangegeven worden wanneer deze zoneafgelopen is, en waar de dichtstbijzijnde zone is waar roken toegestaan is.
20. Ik denk dat nudging qua niet roken moeilijker is dan de voorbeelden die je noemde in devorige vraag. Maar als je het op de grote markt wilt verbannen, is dat met evenementen en de markt belangrijker dan wanneer het een lege vlakte is. Als het niet te verbieden valt is het misschien een optie om de focus te leggen op asbakken oid, zodat de peuken iig niet op de grond worden gegooit zoals nu overal gebeurt.

21. Succes met je scriptie! Groetjes Lianne
22. Zolang het open is, dus bijvoorbeeld de grote markt, zie ik geen reden om roken te verbieden.
23. Rokers worden al genoeg gediscrimineerd
24. Als er kleine kinderen in de buurt zijn krijg ik minder de neiging om te roken; meestal rook ik dan ook niet.
25. Tijdens het uitgaan rokers niet bij de voordeur laten roken.
26. Ik vindt niet dat het strafbaar moet worden om op een openbare (buiten)plek te mogen roken.
Het ontmoedigen ervan in nudging vindt ik een goed idee.

Rook je?



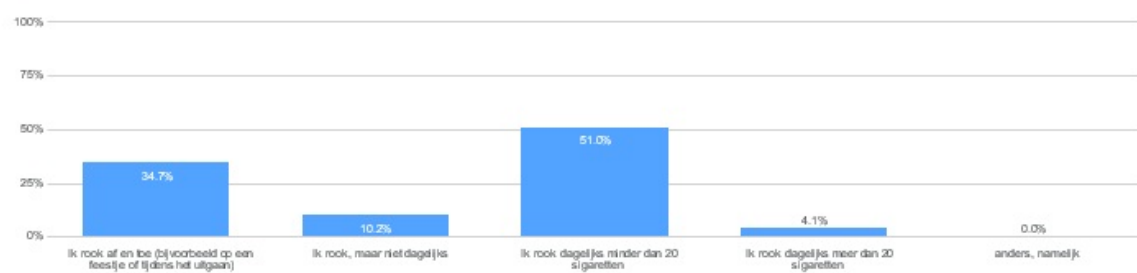
Totaal

102

● Ja
● Nee

48.0%
52.0%

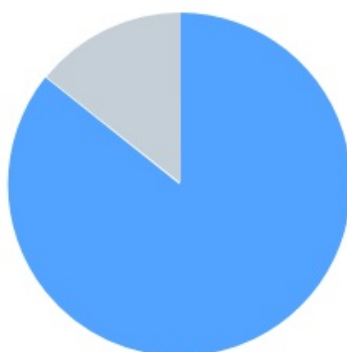
Hoeveel rook je?



Totaal

49

Ben je wel eens op een plek geweest waar dit bord geplaatst is?



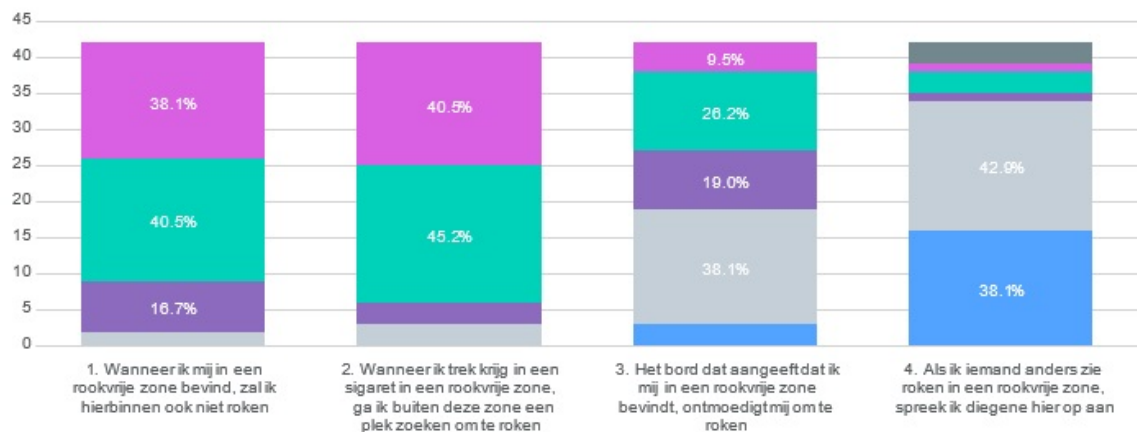
Totaal

49

● Ja
● Nee

85.7%
14.3%

Stellingen rookvrije zones

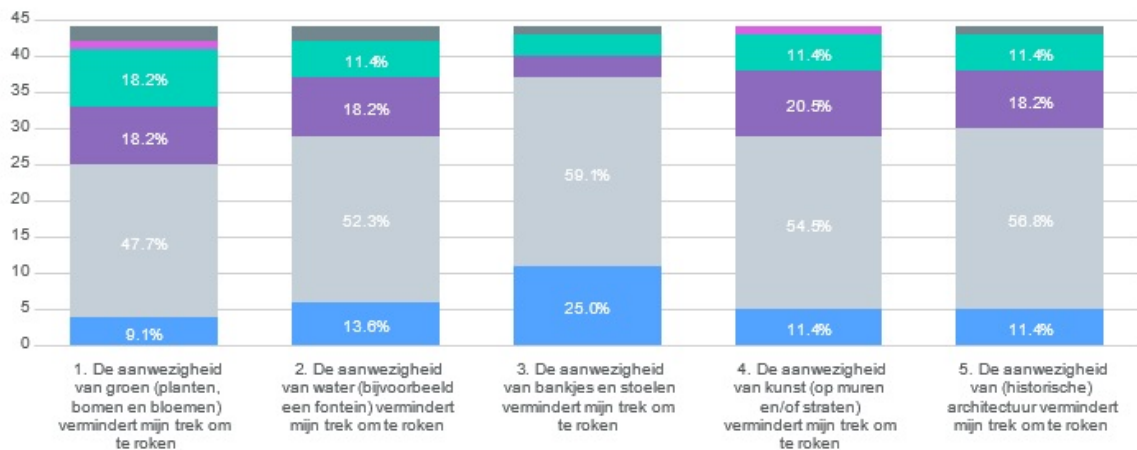


Totaal

42

- Sterk mee oneens
- Oneens
- Neutraal
- Eens
- Sterk mee eens
- Weet ik niet
- NVT

Stellingen openbare plekken

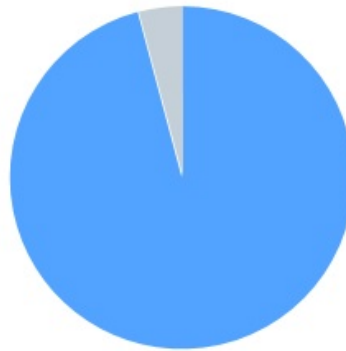


Totaal

44

- Sterk mee oneens
- Oneens
- Neutraal
- Eens
- Sterk mee eens
- Weet ik niet
- NVT

Ben je wel eens op de Grote Markt?



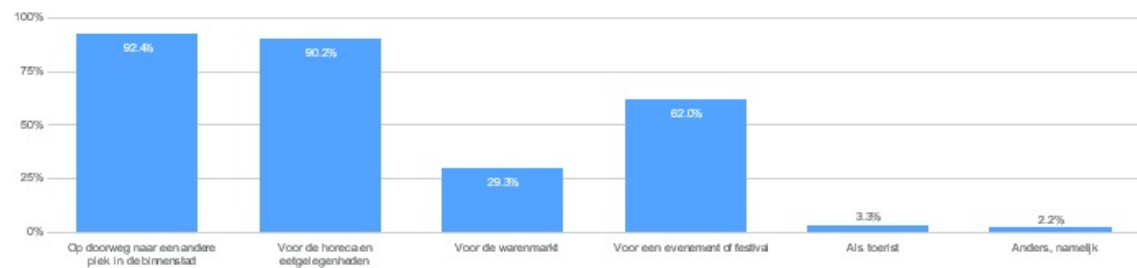
Totaal

97

● Ja
● Nee

95.9%
4.1%

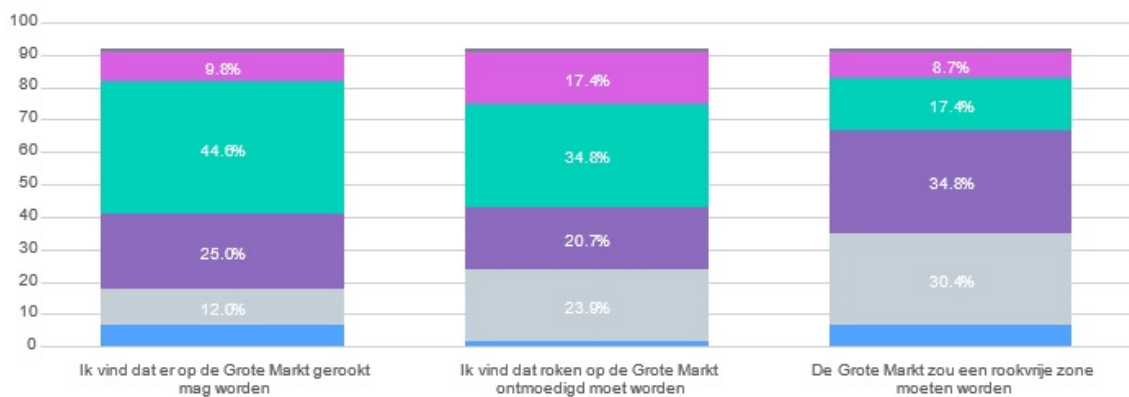
Met welk(e) doel(en) bevind je je op de Grote Markt? (Meerdere antwoorden mogelijk)



Totaal

92

Stelling roken Grote Markt

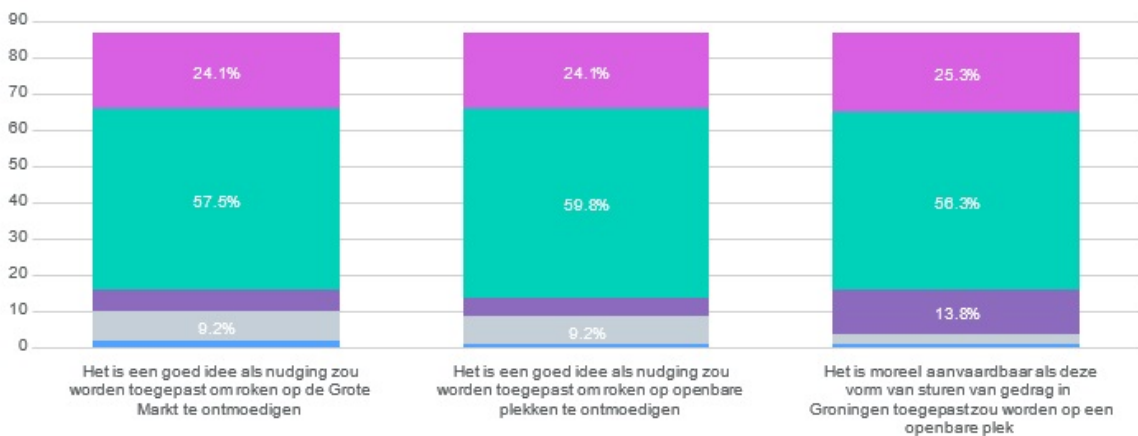


Totaal

92

- Sterk mee oneens
- Oneens
- Neutraal
- Eens
- Sterk mee eens
- Weet ik niet
- NVT

Stellingen nudging

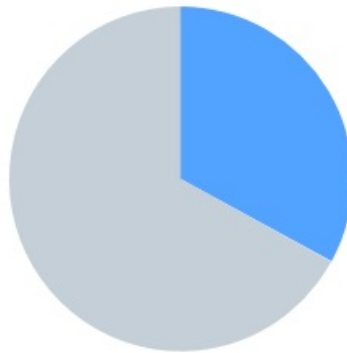


Totaal

87

- Sterk mee oneens
- Oneens
- Neutraal
- Eens
- Sterk mee eens
- Weet ik niet
- NVT

Wat is je geslacht?



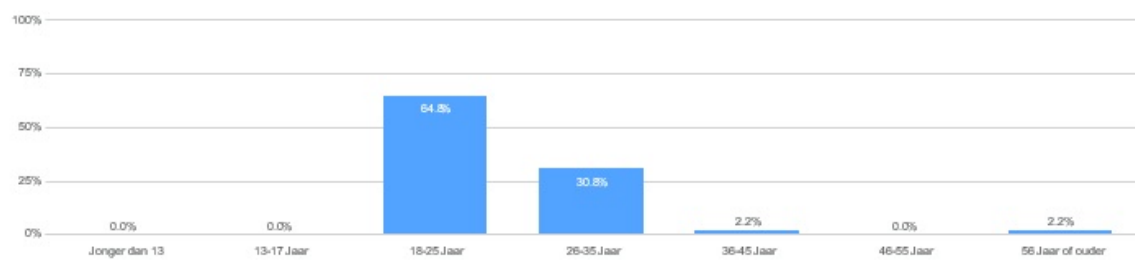
Totaal

91

- Man
- Vrouw
- Anders

33.0%
67.0%
0.0%

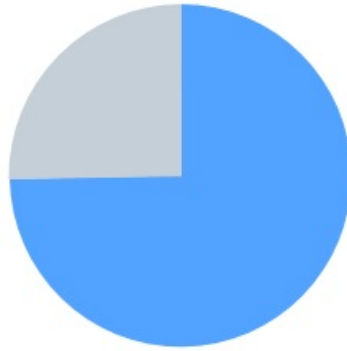
Wat is je leeftijd?



Totaal

91

Wat is je woonplaats?



Totaal

91

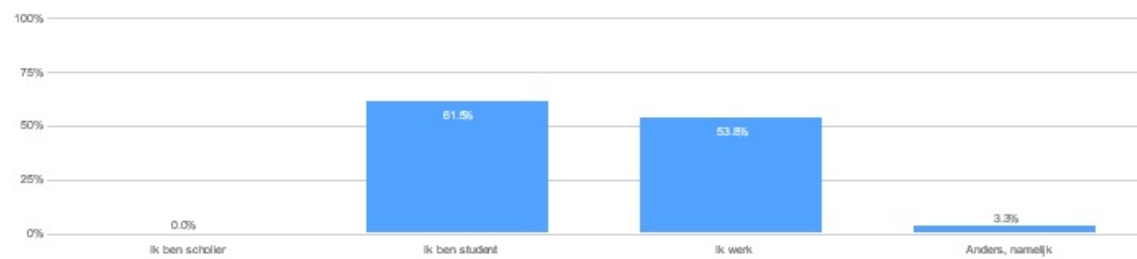
● Groningen

74.7%

● Anders, namelijk

25.3%

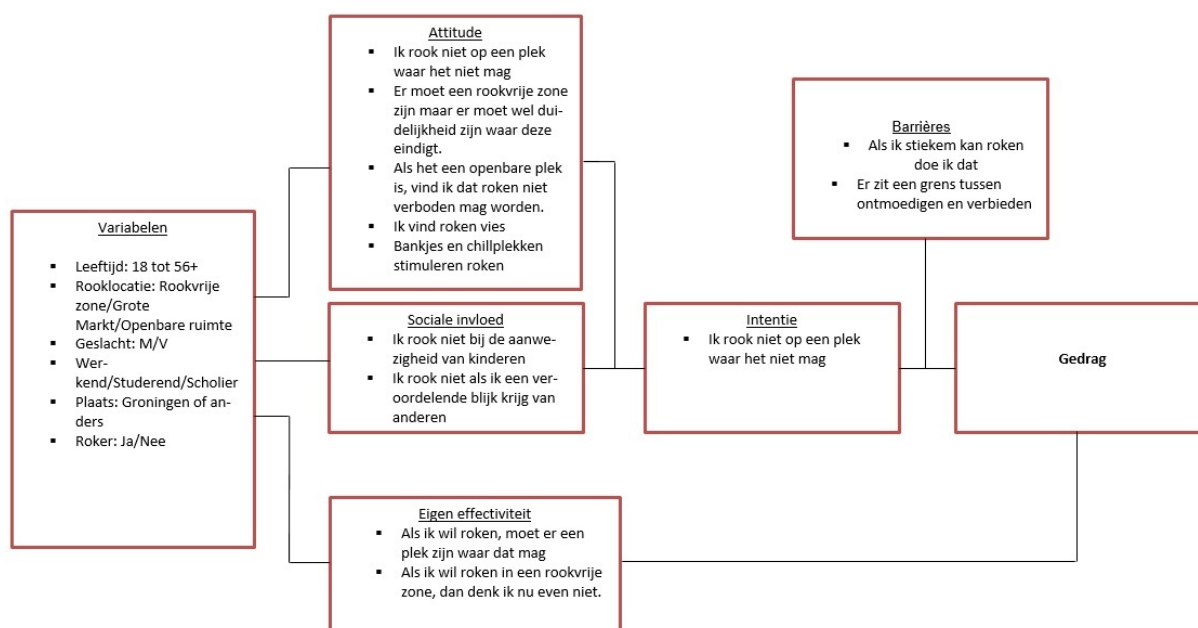
Wat doe je in het dagelijkse leven? (Er zijn meerdere antwoorden mogelijk)



Totaal

91

Bijlage 12: ASE-Model



Figuur 1. Ingevuld ASE-Model

Bijlage 13: Illustraties publieke rookgelegenheid Singapore



Illustratie 1: Publieke rookruimte Singapore. Bron: (Mothership, 2018)



Illustratie 2: Publieke rookzone Singapore. Bron: (Thai, 2018)

Bijlage 14: Schematische weergave benchmark

	Toezicht	Rookvrij beleid	Stop-programma's	Gezondheidswaarschuwingen	Massamedia	Reclameborden	Belastingbeleid	Belastingpercentage rookwaar	Betaalbaarheid rookwaar gedaald sinds 2008	Bron
Nederland	1	5	1	1	2	2	2	71.8%	Ja	(World Health Organization, 2019c)
IJsland	1	5	3	2	5	2	2	55.5%	Geen verschil	(World Health Organization, 2019f)
Singapore	1	3	1	1	2	2	2	67.1%	Nee	(World Health Organization, 2019d)
Engeland	1	1	2	1	1	2	1	79.4%	Ja	(World Health Organization, 2019b)
Denemarken	1	5	1	1	2	2	2	74.1%	Geen verschil	(World Health Organization, 2019a)
Verenigde Staten	1	5	1	2	1	5	3	43.0%	Geen verschil	(World Health Organization, 2019g)
Zweden	1	5	1	1	5	2	2	68.4%	Geen verschil	(World Health Organization, 2019e)

Tabel 1: Schematische weergave benchmark

Y as = Land X as = Kritische succesfactoren.

Cijfers betreffen Prestatie indicatoren:

- 1= Volledig beleid
- 2= Matig beleid
- 3= Minimaal beleid
- 4= Geen of zwak beleid
- 5= Niet gecategoriseerd

Bijlage 15: Raadsbrief gemeente Groningen

Onderwerp **Instellen rookvrije zones bij drie pilotlocaties**

Steller **E.B. Straat**



De leden van de raad van de gemeente Groningen te
GRONINGEN

Telefoon (050) 367 77 81	Bijlage(n) -	Ons kenmerk
Datum 17-04-2019	Uw brief van	Uw kenmerk -

Geachte heer, mevrouw,

Bij dezen leggen wij u onze besluitvorming voor met betrekking tot rookvrije plaatsen in de openbare ruimte. Deze besluitvorming past bij het op 26 september 2018 door u vastgestelde voorstel genaamd "Wijziging APV/Verbod rookgassen" (kenmerk: 7004779). Conform de afspraak die wij destijds met u hebben gemaakt, betrekken wij u bij de toekenningen voor deze eerste drie rookvrije zones. Wij informeren u in deze brief over deze drie aanvragen en onze overwegingen voor het toekennen van deze verzoeken. U heeft via een eenmalige wensen- en bedenkingprocedure de bevoegdheid om te reageren. In de APV-bepaling staat dat een rookvrij gebied slechts kan worden aangewezen op verzoek van een rechthebbende, die vervolgens zelf verantwoordelijk is voor het bekendmaken en het handhaven hiervan. Sinds de aanpassing van de APV kunnen rechthebbenden een verzoek bij de gemeente indienen om de verspreiding van rook(gassen) in een bepaald gebied te verbieden. Een aantal organisaties heeft inmiddels een verzoek ingediend, alle verzoeken die binnen zijn gekomen, hebben betrekking op hinder door tabaksrook. De verzoeken van de eerste drie organisaties zijn onderzocht en wij hebben het voornemen de verzoeken te honoreren. Het betreft aanvragen van het UMCG (locatie hoofdingang), de Hanzehogeschool (locatie Prins Claus Conservatorium) en het Alfa College (locatie Admiraal de Ruyterlaan).

Aanvragen

UMCG

Het UMCG vraagt de strook voor de hoofdingang van het UMCG, tot aan de ventweg voor de ingang rookvrij te maken. De APV-bepaling voorziet in het rookvrij maken van dit gebied.

Hanzehogeschool

De Hanzehogeschool vraagt voor het voorplein bij de hoofdingang een rookvrije zone. De situatie bij het Prins Claus Conservatorium is vrij overzichtelijk. Rokers concentreren zich rond de hoofdingang van het gebouw en het plein. De APV-bepaling voorziet in het rookvrij maken van het voorplein.

Alfa-college

Bij het Alfa-college concentreren de rokers zich voor het voorplein bij de hoofdingang van de school. Om overlast voor voorbijgangers en niet-rokers te verminderen vraagt het Alfa-college de stoep voor de hoofdingang tot aan de weg rookvrij te maken. De APV-bepaling voorziet in het rookvrij maken van deze stoep.

Overwegingen:

Wij zijn met de instellingen die zich als eerste hebben gemeld in gesprek gegaan. Daarbij was voor ons van belang dat het verschillende instellingen en locaties betreft, onder verschillende omstandigheden. Hiervoor is gekozen om zoveel mogelijk van deze eerste ervaringen te leren. Elk van deze drie locaties is qua inrichting en doelgroep verschillend. Daardoor is ook de manier waarop vorm gegeven zal worden aan de aan te wijzen zone verschillend. Maatwerk is noodzakelijk.

Bij het toekennen, nu en in bij toekomstige zones, worden de volgende criteria gehanteerd:

1. Ernst/hinder van het rookprobleem ter plaatse
2. Bijdrage van het verbod aan het voorkomen van roken
3. Praktische toepasbaarheid
4. Bereidheid van de instelling om deze zone in te richten en te handhaven

Overige consequenties

Aanduiding:

Organisaties hebben een eigen verantwoordelijkheid om uiting te geven aan het verbod aan de hand van door de gemeente goedgekeurde uitingen. In de gebieden buiten de Diepenring kan dit door middel van (onder)borden. Binnen de Diepenring conflicteert dit mogelijk met het beleid om minder

borden te gebruiken, hier kan worden gekozen voor een andere aanduiding: afbeeldingen of lijnen op de grond. Uitgangspunt is dat duidelijk moet zijn dat het een door de APV aangewezen gebied betreft.

Handhaving:

De verantwoordelijkheid om mensen die toch nog roken in het gebied waar het verbod geldt aan te spreken ligt bij de rechthebbende van de organisatie. Verder mag ervan uitgegaan worden dat een duidelijk verbod op plaatselijk roken ook een beroep doet op het verantwoordelijkheidsgevoel van de betreffende roker; als de reden van het verbod duidelijk is en men wordt daar op aangesproken, zal de noodzaak van optreden door de gemeente niet snel aanwezig zijn. Incidenteel is dit wel mogelijk.

Wat doen we niet?

Wij hebben ook enkele verzoeken ontvangen die niet aan de criteria van de APV voldoen. Bij deze verzoeken betrof de locatie niet een publiek of openbaar gebouw of was de aangevraagde zone niet rondom de ingang van het gebouw. Deze aanvragen hebben wij daarom niet verder in behandeling genomen.

Uit deze eerste pilot is ook een aantal andere vraagstukken naar voren gekomen, zoals een verzoek om op openbaar terrein rookplaatsen aan te wijzen en te faciliteren; met als argument het voorkomen dat rokers alternatieven in de omgeving of de buurt zoeken. Wij verlenen geen medewerking daaraan. Het faciliteren van een rookzone in de publieke ruimte past niet in de ambitie van een Rookvrije Generatie. Het is helaas zo dat iedere beperking in de openbare ruimte tot gevolg zal hebben dat er op andere plaatsen gerookt zal worden. Daarbij ontbreekt het op dit moment aan juridisch instrumentarium om het roken op andere soorten plaatsen dan in de gemeentelijke APV aangeduid te voorkomen. Vanuit de VNG zal worden aangedrongen om de Tabakswet zodanig te wijzigen dat het ondubbelzinnig is dat gemeenten de mogelijkheid krijgen om (grotere en andere) rookvrije zones aan te wijzen.

Vervolg

In Groningen zijn steeds meer organisaties, instellingen en verenigingen die terreinen en gebouwen rookvrij maken. Zo hangen bij veel scholen en sportclubs borden dat het terrein of plein rookvrij is, dit zijn borden van de Rookvrije Generatie. Op dit moment zijn er 12 organisaties die geïnformeerd hebben naar de mogelijkheid van een rookvrije zone.

Na vaststelling van de eerste drie pilotlocaties zullen drie daarop volgende aanvragen in behandeling worden genomen. Het mandaat om volgende aanvragen al dan niet toe te kennen zal, conform het raadsvoorstel van 26 september 2018 bij ons liggen.



Wij hopen met het voorgaande duidelijk te hebben gemaakt dat we tot een evenwichtige afweging zijn gekomen bij de keuzes van de locaties en leggen dit zoals afgesproken aan u voor.

Wij hanteren daarvoor de methode van de wensen en bedenkingen, die u de mogelijkheid geeft uiterlijk in de raadsvergadering van 29 mei 2019 te reageren.

Met vriendelijke groet,
burgemeester en wethouders van Groningen,

de burgemeester,
den Oudsten

de secretaris, Peter
Diana Starmans

Deze brief is elektronisch aangemaakt en daarom niet ondertekend.

Bijlage 16: Schematische weergave onderzoek

Hoofdvraag: Hoe kan de gemeente Groningen toekomstige faciliteiten in de fysieke omgeving van de Grote Markt invloed laten uitoefenen op het ontmoedigen van roken?				
Deelvraag	Theoretisch kader	Onderzoeksmethode	Onderzoeksinstrument	Onderzoeksgroep
Welke vormen van ontmoediging zijn toepasbaar op de Grote Markt?	Fysieke omgeving & Nudging	Kwalitatief onderzoek	Half-gestructureerde interviews	Experts, Projectmanagers Grote Markt & gebruikers huidige rookvrije zones
Hoe wordt roken op vergelijkbare internationale locaties ontmoedigd?	Fysieke omgeving, benchmark & nudging		Deskresearch	Vergelijkbare situaties Internationaal
Wat is het effect van ontmoediging van roken op gebruikers van rookvrije zones in Nederland?	Fysieke omgeving, gebruikers & het ASE-model	Kwantitatief onderzoek	Mini-interview & enquête	Gebruikers huidige rookvrije zones
Hoe kunnen faciliteiten van een publieke ruimte roken ontmoedigen?	Fysieke omgeving, benchmark & ontmoediging	Kwalitatief onderzoek & deskresearch	Half-gestructureerde interviews	Experts, projectmanagers Grote Markt & gebruikers rookvrije zones

Tabel 2: Schematische weergave onderzoek