Meer impact met alcohol- en drugpreventie: de kracht van omgevingsinterventies

VAD

Meer impact met alcohol- en drugpreventie: de kracht van omgevingsinterventies

Inleiding

In de preventiepraktijk zijn heel wat interventies gericht op het verhogen van kennis, inzicht en vaardigheden. Daarnaast kan preventie ook inzetten op omgevingsinterventies. Dit zijn strategieën die door **aanpassingen in de omgeving** de kans op blootstelling aan ongezonde of riskante gedragsmogelijkheden verkleinen. Of die net de beschikbaarheid en aantrekkelijkheid van gezonde keuzes verhogen.



Omgevingsinterventies hebben vaak **een groter bereik**. Bv: door gratis water aan te bieden op een evenement, in de horeca, … , stimuleer je het drinken van water en maak je gezond gedrag toegankelijker voor een hele grote groep mensen. Bovendien blijken omgevingsinterventies (wanneer ze op de juiste manier worden geïmplementeerd) **vaak effectiever** dan bijvoorbeeld het verhogen van kennis, inzicht of vaardigheden op individueel niveau . Uiteraard blijft het belangrijk om deze verschillende preventiestrategieën met elkaar te combineren en zo de impact te vergroten.

Omgevingsinterventies zijn dan ook een **belangrijk onderdeel van het alcohol- en drugbeleid** van een organisatie, bedrijf, school of lokaal bestuur. Dit alcohol- en drugbeleid biedt een praktisch kader waarmee op maat ingezet kan worden op een gezonde en veilige omgeving. In deze video ontdek je de vier pijlers waaruit zo'n beleid best bestaat

Wie meer vertrouwd is met alcohol- en drugpreventie, kent het MMM-model. Een model dat toelicht waarom mensen middelen beginnen te gebruiken en waarom ze hier al dan niet mee in de problemen komen. In dit document wordt gebruik gemaakt van een model dat je daarnaast kan plaatsen: **het etiologisch model**. Het is een model dat ruimer dan middelengebruik het socialiseringsproces belicht en het belang van de omgeving binnen preventie aantoont.

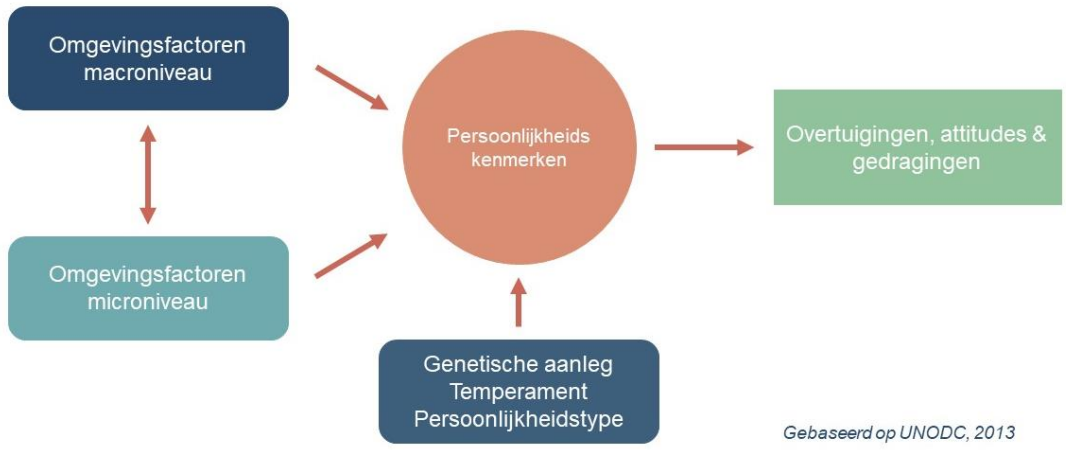
In wat volgt gaan we dieper in op het belang en de kracht van omgevingsgerichte preventie, de soorten interventies, en hoe nudging hierin past. De theoretische invulling van het begrip 'omgevingsgerichte preventie' is gebaseerd op het EUPC (European Prevention Curriculum).

Ben je op zoek naar concrete voorbeelden? Neem dan zeker een kijkje in de inspiratietool 'omgevingsinterventies'.

Omgevingsinterventies, een belangrijk onderdeel van preventie

Doorheen het leven doorlopen mensen een socialisatieproces, waarbij ze door interacties met anderen cultureel aanvaardbare attitudes, normen, overtuigingen en gedragingen aanleren. Dit gebeurt via de contacten met verschillende socialisatie-actoren in hun omgeving.

Vanaf de geboorte komt een baby in een gezin terecht, waar hij wordt opgevoed door ouders, grootouders en andere familieleden. Rond de leeftijd van 2,5 jaar gaat het kind naar school, waar het in interactie gaat met leerkrachten, klasgenoten en vrienden. Later in het leven spelen collega's en leidinggevenden op het werk een rol (= de socialisatie-actoren in de micro-omgeving). Tijdens dit groeiproces breidt de omgeving zich langzaam uit naar de bredere maatschappij en gemeenschap (= macro-omgeving) met al zijn waarden en normen, die niet alleen offline, maar ook online, via bijvoorbeeld sociale media, worden overgedragen. [1,2]



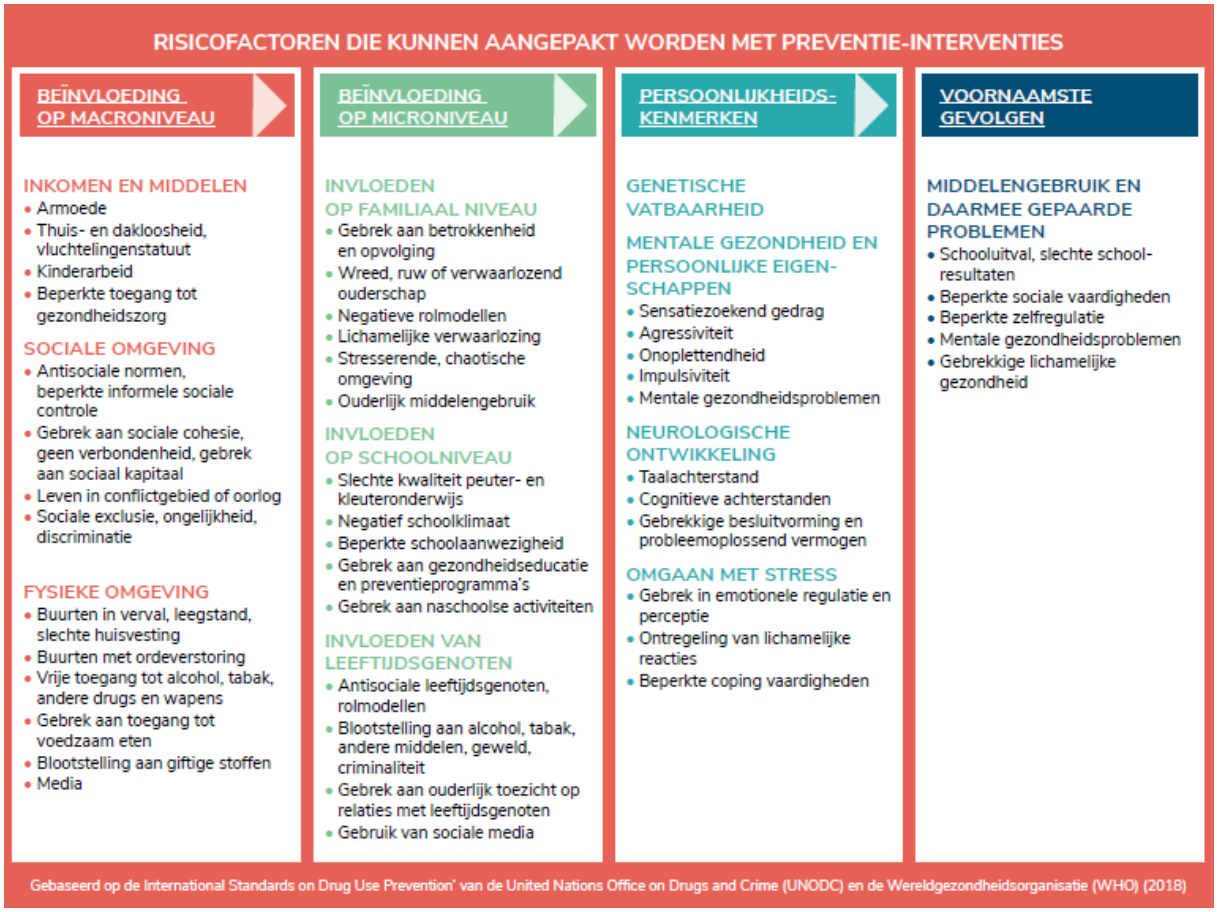
Het etiologisch model (EUPC)

Bron: European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction (2019), European Prevention Curriculum: a handbook for decision-makers, opinion-makers and policy-makers in science-based prevention of substance use, Publications Office of the European Union, Luxembourg.

Zowel het individu, de omgeving waarin hij leeft, zijn socialisatie-actoren, als de bredere sociale omgeving, bevatten risico- en beschermende factoren. Risicofactoren verhogen de kans om middelen te gebruiken, te gamen of te gokken of hier problemen mee te ontwikkelen (bv. hoge beschikbaarheid van alcohol of drugs, armoede, dak- thuisloosheid, …). Beschermende factoren kunnen dit net voorkomen en verkleinen deze risico's (bv. een warme, hechte familieband). Deze risico- en beschermende factoren vind je ook in het MMM-model.[1,2]

Alle interacties tussen de persoonlijke risico- en beschermende factoren en de risico- en beschermende factoren in de omgeving rondom het individu beïnvloeden de individuele overtuigingen, attitudes en gedrag.[1,2]

De afgelopen decennia is er heel wat onderzoek gedaan naar wat de risicofactoren voor alcohol- en druggebruik zijn. Het UNODC (VN-bureau voor Drugs en Criminaliteit) heeft op basis van een uitgebreide studie de belangrijkste risicofactoren in kaart gebracht:



Bron: European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction (2019), European Prevention Curriculum: a handbook for decision-makers, opinion-makers and policy-makers in science-based prevention of substance use, Publications Office of the European Union, Luxembourg.

Preventie richt zich op het verkleinen van deze risicofactoren en versterken van beschermende factoren.[1] Preventieve strategieën kunnen zich richten op:

1. **het individu** met zijn specifieke persoonlijkheidskenmerken
2. **de verschillende socialisatie-actoren** in de directe omgeving van het individu (ouders, leerkrachten, vrienden, collega's, leidinggevenden, huisartsen, …)
3. **de omgeving** die zowel de micro-omgeving (gezin, school, werk, sport- of jeugdvereniging,…) als de macro-omgeving (de bredere samenleving en maatschappij) omvat.

Interventies die zich richten op deze drie niveaus staan niet los van elkaar en vullen elkaar aan. Het beste resultaat wordt behaald wanneer strategieën op deze verschillende niveaus gecombineerd worden. Risico- en beschermende factoren zijn echter niet constant en veranderen voortdurend doorheen het leven van elk individu. Daarom is preventie op alle leeftijden belangrijk en zal deze een andere invulling krijgen afhankelijk van de specifieke doelgroep en hun kwetsbaarheid.[1]

Wanneer omgevingsinterventies op de juiste manier worden geïmplementeerd, hebben ze vaak een groter bereik en zijn ze effectiever dan de meer traditionele preventieve benaderingen. Die zetten meer in op het versterken van de kennis, het inzicht en de vaardigheden van het individu en van de verschillende socialisatieactoren in de directe omgeving van het individu (bv. ouders, leerkrachten, vrienden,…). De grootste impact wordt uiteraard bereikt door de verschillende soorten interventies met elkaar te combineren.[1,3]

Omgevingsgerichte preventie. What's in a name?

Omgevingsgerichte preventie is als concept eenvoudig. Het probeert mensen niet te overtuigen, of hun kennis, inzicht en vaardigheden te vergroten. In plaats daarvan wordt de omgeving zo ingericht dat de kans op blootstelling aan ongezonde of riskante gedragsmogelijkheden vermindert. Of net dat de beschikbaarheid en aantrekkelijkheid van gezonde keuzes wordt vergroot. Omgevingsgerichte preventie vraagt niet dat mensen bewust voor bepaald gedrag kiezen. Het kan ook werken als er geen motivatie voor is [1,3]

Veel van ons dagelijks gedrag komt niet alleen voort uit bewuste, rationele keuzes, maar ontstaat door automatische en vaak onbewuste denkpatronen. Zeker bij gedragingen zoals middelengebruik, gokken of gamen, waar heel wat gedragskeuzes automatisch gebeuren of door impulsen worden gedreven.* Omgevingsinterventies dragen bij aan een veiligere en gezondere omgeving waarbij de kans op schade en schadelijke gedragspatronen vermindert.[4] Omgevingsgerichte preventie wordt dus nog relevanter in die omgevingen die veel triggers bevatten voor schadelijk gedrag (bv. het nachtleven).[3]

Soorten omgevingsinterventies

Omgevingsinterventies kunnen opgedeeld worden in drie categorieën: regelgevende, fysieke en economische interventies. Deze categorieën staan niet volledig los van elkaar. Eénzelfde interventie kan tot meerdere categorieën behoren.

- **Regelgevende interventies** hebben invloed op welk gedrag wel of niet is toegelaten en de handhaving hiervan. Denk hierbij aan wetgeving of regelgeving die ongewenst gedrag gaat verbieden of gewenst gedrag gaat promoten. Bv. wetgeving die verbiedt om alcohol te verkopen aan -18 jarigen of controles voor rijden onder invloed, …

- **Fysieke interventies** veranderen eigenschappen of de plaatsing van objecten of triggers in de fysieke omgeving waar gedrag wordt gesteld. Dit gaat bijvoorbeeld over de grootte en het volume van glazen, voorzien van openbaar vervoer, aantrekkelijk aanbod van non-alcoholische dranken, inrichting van danscafés, jeugdhuizen, winkels, stadsplanning en landschapsontwerp zoals aandacht voor de inrichting van pleinen, verlichting, …

- **Economische interventies** hebben een impact op de kostprijs met als doel de gezonde keuzes aan te moedigen. Dit omvat: belastingen, prijsbeleid, subsidies. Zo kan nagedacht worden over het goedkoper maken van alcoholvrije dranken, gratis water aanbieden, subsidies die het vrijetijdsaanbod toegankelijker maken, enz.[1,3].

* Leer meer over het automatisch systeem in de brochure 'Waarom is een verslaving moeilijk te doorbreken. Twee systemen in één hoofd'.

De plaats van nudging binnen omgevingsgerichte preventie

Wat is nudging?

Nudging is een begrip uit de **gedragseconomie**, een stroming binnen de economische wetenschappen die psychologische inzichten toepast op menselijk gedrag en zo economische keuzes tracht te verklaren die niet rationeel lijken te zijn[5,6,7].

Net als omgevingsgerichte preventie vertrekt nudging vanuit de keuzes die mensen op een automatische manier maken. Nudging verwijst naar een verzameling van technieken die inspelen op deze automatische manieren waarop mensen keuzes maken.

Met een nudge kan men mensen een duwtje in de goede richting geven om gewenst gedrag te bevorderen zonder dwang of grote financiële prikkels.[8]. Nudges spelen in op ons gedrag door kleine wijzigingen aan te brengen in de manier waarop keuzeopties worden voorgesteld. Nudges zijn dus technieken die ervoor zorgen dat een bepaalde keuzeoptie (onbewust) beter lijkt, bijvoorbeeld door de keuzeoptie gemakkelijker of aantrekkelijker te maken, of aan te duiden dat de meerderheid het gewenste gedrag stelt.

Een nudge is specifiek ontworpen om direct invloed uit te oefenen op specifiek gedrag, precies op de plaats en het moment dat het gedrag plaatsvindt. Net als omgevingsinterventies, zijn nudges interventies die keuzes sturen door aanpassingen in de omgeving.

Niet alle omgevingsinterventies zijn nudges, omdat bij omgevingsinterventies soms het element van keuzevrijheid ontbreekt. Gezonde alcoholvrije dranken op ooghoogte plaatsen is een voorbeeld van een nudge die onder omgevingsgerichte preventie valt, terwijl het verbieden van alcohol aan minderjarigen geen nudge is, maar wel een omgevingsinterventie.[9]

Soorten nudges

De definitie van nudging beïnvloedt sterk de indeling in types nudges. Over het algemeen kunnen we nudges opdelen in **twee grote categorieën**: interventies die keuzes sturen via **communicatie** en interventies die dit doen door aanpassingen in de **fysieke omgeving**.[5] Daarnaast bestaan er nog meer manieren om nudges te classificeren.

Nudges in de fysieke omgeving zijn bijvoorbeeld effectief in situaties waarbij mensen kiezen tussen gezond en ongezond gedrag. Dit gebeurt vaak op specifieke locaties binnen de fysieke omgeving, zoals in een winkel waar voedsel wordt gekocht of in de inkomhal van een gebouw waar men kan kiezen tussen de trap of de lift, of een rookruimte. Deze nudges vallen onder de fysieke maatregelen binnen omgevingsgerichte preventie.

Nudging kan echter ook effectief zijn via **communicatieve methoden**. Een voorbeeld hiervan is het gebruik van positieve sociale normen in communicatie, door te benadrukken wat de meerderheid doet (‘Meer dan 3 op 4 volwassenen gebruikten nooit cannabis’) en zo de perceptie te beïnvloeden. Door deze communicatiemiddelen zodanig te ontwerpen dat de gezonde keuze eenvoudig en aantrekkelijk is, kan nudging effectief worden toegepast. Veel van deze technieken worden ook in de online omgeving toegepast, bijvoorbeeld op websites.

Nudging werkt dus zowel door aanpassingen in de omgeving als via communicatie. We benaderen nudging als een **omgevingsinterventie** wanneer deze via ingrepen in de **fysieke omgeving** van de gezonde keuze de meest evidente maakt. Hieronder vind je enkele voorbeelden van zo'n nudgetechnieken.

Tabel: nudgetechnieken in de fysieke omgeving

1.	**Default of standaardoptie:** Door de gewenste keuze als de default of standaardkeuze voor te stellen, wordt het waarschijnlijker dat mensen deze keuze maken. De vooraf ingestelde keuze is automatisch van kracht, zonder dat personen hiervoor een actieve keuze moeten maken. *Voorbeeld: standaard alcoholvrije dranken aanbieden op evenementen, in plaats van alcoholische dranken.*
2.	**Vereenvoudiging:** Door het eenvoudiger voorstellen van keuzemogelijkheden moeten mensen minder beroep doen op hun cognitieve capaciteit en wilskracht om een doordachte keuze te maken. *Voorbeeld: De procedure voor zelfexclusie eenvoudiger maken voor mensen die gokken, door online registratie via de itsme-applicatie (in België al mogelijk).*
3.	**Opvallendheid en zichtbaarheid (salience):** Door gezonde producten of keuzes zichtbaar voor te stellen, vergroot je de kans dat mensen voor het gezonde alternatief kiezen. Dit kan via opvallende kleuren, pijlen, lijnen, voetstappen, grondpijlen, kaders,… *Voorbeeld: alcoholvrij aanbod in de kijker zetten in supermarkten of op menukaart in de horeca.*
4.	**Waarschuwingen, infographics en labels**: Het gebruik van waarschuwingen en het grafisch weergeven van (gezondheids)informatie helpt mensen een gezonde keuze te maken. *Voorbeeld: gezondheidswaarschuwingen voor alcohol op verpakkingen plaatsen.*
5.	**Gamification**: Het toepassen van spelelementen in een niet-spelcontext maakt saaie processen of taken aantrekkelijker. *Voorbeeld: Een leaderboard met deelnemers voor een 'challenge', zoals een maand geen alcohol drinken.*

Dark nudges en sludges

Nudging en gedragseconomie in brede zin bieden ook een waardevol kader om activiteiten van bepaalde industrieën (bv. de alcohol- en gokindustrie) die gedrag kunnen bevorderen dat schadelijk is voor de gezondheid, te analyseren en begrijpen. Nudges die erop gericht zijn om het gedrag van personen te veranderen tegen hun eigen belang in, worden benoemd als '**dark nudges'**.[10] Onderzoek laat zien dat de gokindustrie talrijke dark nudges inzet om mensen langer en meer te laten gokken, zoals het presenteren van verliezen als winst, of het gebruik van touchscreen-knoppen om de fysieke inspanning van lange goksessies te minimaliseren.[11] Ook de alcoholindustrie maakt gebruik van dark nudges, bijvoorbeeld door de nudge-techniek van sociale normen toe te passen ('de meeste mensen drinken").[10]

Nudges worden algemeen gebruikt om een bepaald gedrag aan te moedigen. Maar dezelfde technieken kunnen ook gebruikt worden om gedragsverandering te bemoeilijken, hetgeen wordt benoemd als **sludging**. 'Sludges' wordt gedefinieerd als 'buitensporige of ongerechtvaardigde fricties, zoals papierwerk, die tijd of geld kosten; die het moeilijk kunnen maken om door het leven te navigeren; die frustrerend, stigmatiserend of vernederend kunnen zijn; en die mensen uiteindelijk de toegang kunnen ontzeggen tot belangrijke goederen, kansen en diensten'.[12] Een voorbeeld van een sludge die wordt toegepast door de alcoholindustrie is het gebruik van bepaalde lettertypes, kleuren of ontwerpen om gezondheidsgerelateerde informatie over de schadelijkheid van alcohol moeilijk toegankelijk te maken.[10]

Bronnen

[1] European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction (2019), European Prevention Curriculum: a handbook for decision-makers, opinion-makers and policy-makers in science-based prevention of substance use, Publications Office of the European Union, Luxembourg.

[2] van der Kreeft, P., Coone, A., & Jongbloet, J. (2020). Europees preventiehandboek: Een leidraad voor wetenschappelijk onderbouwde preventie in de praktijk. Politea

[3] Oncioiu, S. I., Burkhart, G., Calafat, A., Duch, M., Perman-Howe, P., & Foxcroft, D. R. (2018). Environmental substance use prevention interventions in Europe (EMCDDA Tec). Lisbon.

[4] Burkhart, G., Tomczyk, S., Koning, I., & Brotherhood, A. (2022). Environmental Prevention: Why Do We Need It Now and How to Advance It? *Journal of Prevention*, 43, 149–156.

[5] Raymaekers, P., Fobé, E., Brans, M., & van Acker, W. (2019). *Nudging in perspectief Een verkennend kader voor de toepassing van gedragsinzichten in beleid*.

[6] European Commission, Joint Research Centre, Troussard, X., Sousa Lourenço, J., Rafael Almeida, S. (2016). *Behavioural insights applied to policy : European report 2016*, Publications Office. https://data.europa.eu/doi/10.2760/903938

[7] Oliver, A. (2017). *The Origins of Behavioural Public Policy*. Cambridge: Cambridge University Press.

[8] Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press

[9] de Ridder, D. T. D. and M. Gillebaart (2015). Wetenschappelijk kader nudging in de publieke gezondheidszorg. Utrecht, Universiteit Utrecht.

[10] Petticrew, M., Maani, N., Pettigrew, L., Rutter, H., & Van Schalkwyk, M. C. (2020). *Dark nudges and sludge in big alcohol: behavioral economics, cognitive biases, and alcohol industry corporate social responsibility*. The Milbank Quarterly, 98(4), 1290-1328.

[11] Newall, P. W. S. (2019). *Dark nudges in gambling.* Addiction Research & Theory, 27(2), 65–67. https://doi.org/10.1080/16066359.2018.1474206

[12] Sunstein, C. (2019). Sludge audits. Harvard Public Law Working Paper No. 19–21.

Colofon

Contact: Karen Vanmarcke, Ciska Wybo en Fred Laudens

V.U.: H. Peuskens, Vanderlindenstraat 15, 1030 Brussel
© december 2024

VAD, Vlaams expertisecentrum Alcohol en andere Drugs
Vanderlindenstraat 15, 1030 Brussel
T 02 423 03 33 | vad@vad.be | www.vad.be
Ondernemingsnummer: 0424.327.587.
RPR Brussel

Het gebruik van (delen van) deze publicatie is toegestaan mits behoud van visie en doelstellingen van de publicatie, met duidelijke bronvermelding en als er geen financiële winst mee beoogd wordt.

Aanbevolen citeerwijze: Vlaams expertisecentrum voor Alcohol en andere Drugs (VAD) (2024). Meer impact met alcohol- en drugpreventie: de impact van omgevingsinterventies. VAD, Brussel.